

Monograph

Entrenamiento Personalizado: Perfiles y Características de los Entrenadores y de los Clientes

Darío F Cappa, MSc¹

¹Facultad de Ciencias de la Salud. Universidad Nacional de Catamarca. Catamarca, Argentina.

RESUMEN

Palabras Clave: contención emocional, marketing, personal training, entrenamiento

En entrenamiento personalizado se ha convertido en un negocio importante para la sociedad en todas partes del mundo. Los que han tenido la oportunidad de conocer otras latitudes saben que el entrenamiento personalizado no es una actividad que se realiza solo en algunos sitios, sino que se volvió un negocio floreciente para los que brindan el servicio y una solución para los que lo utilizan.

Como hemos dicho en el artículo anterior, el entrenamiento personalizado es un negocio de prestación de servicios, que dio solución a las problemáticas que generaban los programas de actividad física que benefician solo a algunos. Esto no es por que estuvieran mal confeccionados, sino por que la única solución cuando se trabaja con una **gran cantidad de entrenados** es planificar para el **promedio de la gente**. Esto implica que algunos se entrenen muy fuerte, otros muy liviano y otros como realmente corresponde.

Ahora bien!!! Pasar de esa relación de profesor - grupo a la personal es un cambio bastante importante. Cuando uno esta entrenando mucha gente a la vez, ya sea en clases de danzas o en un gimnasio de sobrecarga, la interacción entre ambas partes es relativamente pequeña y muchas veces les cuesta a los entrenadores hasta les cuesta aprenderse el nombre de las personas que quizás solo se entrenaron por dos o tres meses y escasos minutos. Por supuesto que esto no es una vergüenza, sino que es una característica del proceso de entrenamiento grupal. Hay un gran movimiento de gente mes a mes y es frecuente que no se pueda tener una relación más personalizada e inclusive a veces ni siquiera se puede evaluar a los que participan de la actividad física y menos todavía de informarle sobre la evolución de su aptitud física.

Es importante aclarar que este tipo de entrenamiento existió casi desde tiempos inmemorables y que siempre va a seguir existiendo por que es una característica de nuestra sociedad la de participar y disfrutar de la actividad física en forma grupal.

El entrenamiento en grupo tiene muchas características importantes y de mucho valor. Por ejemplo genera interrelaciones entre los alumnos y se convierte en un gran estímulo para no abandonar la actividad física. Por otro lado como sabemos muy bien, desde un grupo pueden nacer intereses comunes y como consecuencia de esto, acciones que tengan un gran impacto para la sociedad. Grupos de ayuda y autoayuda, intercambio de información, etc.

Por otro lado y quizás uno de los aspectos más importantes, es el valor que tiene la recreación grupal que se genera a través de la actividad física. Un ejemplo muy común es el baile en parejas que se puede producir dentro de una clase de aerobics o de danza.

Pero este artículo tiene como objetivo mostrar las funciones de los entrenadores y las características que tienen los clientes. Por supuesto que la relación uno a uno que se presenta en el entrenamiento personalizado le otorga al entrenador una posibilidad inigualable de proponer cambios en los hábitos y la forma de vida del cliente obviamente dirigiéndola a una de mayor calidad.

Funciones del entrenador personal

Para que un entrenador tenga éxito debe estar formado técnica y prácticamente y varias áreas. Según Roberts '96 a parte de esta formación el entrenador debe ser un buen educador, motivador y administrador. Esto le servirá para que una vez que comience el proceso, este pueda ser mantenido durante mucho tiempo (adherencia).

Una de las funciones más importantes del entrenador personal es la de educar al cliente. Es necesario que ambas partes sepan que este proceso contiene una gran cuota de transmisión de conocimiento. Un ejemplo muy claro de esto es que el cliente debe saber para que hace tal o cual tipo de entrenamiento más allá de que no sea de su completo agrado. Por ejemplo, el trabajo aeróbico tiene una importancia capital en los programas para bajar de peso y para prevenir las enfermedades cardiovasculares. Si bien esto es algo que la mayoría de la gente común lo sabe, muchas veces su realización se torna relativamente aburrida.

Pero a veces esta función de enseñar conlleva a dar una explicación más científica del tema. Si bien es cierto que entrenando en forma aeróbica se previenen las enfermedades cardiovasculares, es importante destacar que la variable más importante para prevenir las es la de tener un buen consumo máximo de oxígeno (Blair 97'). Por lo tanto es necesario que una vez por semana o cada quince días se realice un entrenamiento de tipo aeróbico pero de **gran intensidad y corta duración** con el objetivo de incrementar el consumo máximo de oxígeno. Como sabemos este tipo de entrenamiento genera una lactacidemia importante y no es de lo más agradable ya que produce una fatiga importante. **Es bien sabido que en ocasiones no es placentero para los clientes, pero es necesario.**

Este ejemplo nos muestra que no solo debemos contar con la información general, sino con una información académica importante como mencionamos en el primer artículo de esta serie.

Otro aspecto importante de la educación es que se debe contar con los elementos necesarios para explicar al cliente los procesos básicos que se generan como consecuencia de los objetivos que este tiene. De esta forma muchas veces, los entrenadores deben dar explicaciones que son difíciles de entender para el cliente, pero que reflejan la realidad concreta.

Por ejemplo, si nos contrata un cliente el cual muestra tener un nivel de aptitud física muy bajo que constatamos luego de aplicarle una anamnesis general y una evaluación básica. Si esta persona tiene objetivos a alcanzar muy elevados, es preciso explicar que esa meta no se va a poder alcanzar o demorará más de los que solicita. El ejemplo clásico es cuando una persona quiere bajar de peso para una determinada fecha, que por supuesto esta muy cercana. Frecuentemente el entrenador le debe comunicar que no es saludable perder más de 0.5 a 1 kilogramo de peso corporal por semana. Pero en general la persona desea bajar el doble o el triple en muy poco tiempo.

Como vemos muchas veces el proceso educativo no es tan agradable para el entrenador y se puede enfrentar en muchas ocasiones a la posibilidad de perder el cliente. Esta pérdida puede estar relacionada por que otro profesional le dijo que si podía conseguir el objetivo. Es obvio que con el objetivo de mantener la ética no podemos dar el brazo a torcer en este tipo de temas tan íntimamente relacionados con la salud del cliente.

Los entrenadores se deben enfrentar a la realidad de que la gente los contrata específicamente por dos razones básicas:

- **Por la estética corporal.**
- **Por razones de salud.**

Y que muchas veces esto lo hace por una motivación personal o por una prescripción médica. Recordemos que cada vez más profesionales de la salud como médicos, médicos deportólogos, cardiólogos, nutricionistas, etc., acertadamente recomiendan la contratación de un entrenador personal en vez de recomendar un entrenamiento de grupo. Por supuesto esto está en relación a la creciente necesidad de atender objetivos específicos.

Otro aspecto importante con el que debe contar el entrenador personal es el de adoptar la función de **motivador**. La motivación es muy importante para que las personas mantengan la **adhesión** a la actividad física. La adhesión es seguro la característica más importante para mantener los niveles de salud. Por otro lado, la gente siempre encuentra una razón que cree relevante para posponer o inclusive dejar el ejercicio físico regular.

Es, en este caso que la motivación del entrenador personal es de suma importancia. La motivación tiene varios aspectos. Muchos creen que la motivación pasa por contar las repeticiones de abdominales que realiza el sujeto. Por supuesto que

eso es importante pero la motivación va mucho más allá.

En muchas ocasiones el entrenamiento, que se podría definir como una actividad tendiente a desestabilizar o sacar del equilibrio la homeostasis del sujeto, puede ser doloroso. Este dolor por supuesto no es patológico, sino que es una respuesta biológica normal y necesaria. Por ejemplo todo el mundo sabe que el entrenamiento con pesas rompe sarcómeros e inclusive fibras musculares. Es función del entrenador personal explicar y acompañar y muchas veces generar esta situación que fundamentalmente se da en las ultimas repeticiones. Es en esta ocasión donde la motivación por parte del entrenador es fundamental y que sin esta sería imposible alcanzar esas ultimas repeticiones. Por ejemplo la figura 1 muestra el rendimiento de un ejercicio de sobrecarga cuando están presentes o ausentes los evaluadores.

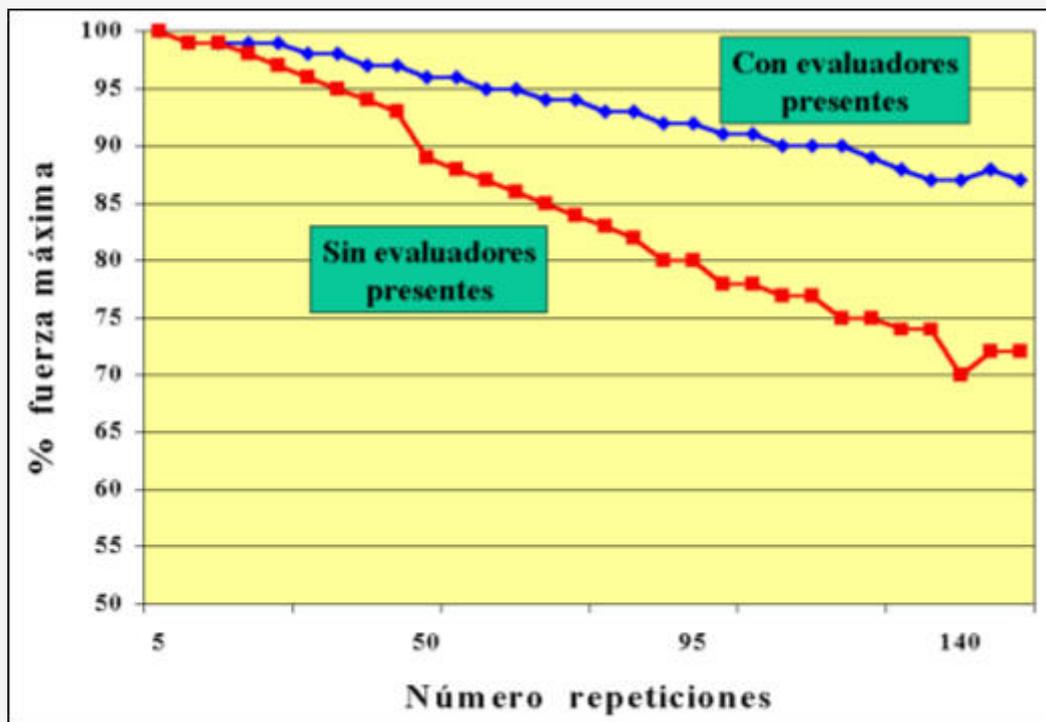


Figura 1

Como podemos observar, cuando los evaluadores están presentes y motivando (en general verbalmente), los sujetos lograban mejores marcas sostenidas en el tiempo. Por supuesto que esto no es relevante solo en días aislados, pero la sumatoria durante un año de trabajo es de gran importancia.

Es importante no confundir la motivación con la adulación espontánea. Esto quiere decir que muchos entrenadores alaban a las personas cuando ni siquiera tienen un nivel de aptitud física promedio y eso va en detrimento de las posibilidades de progreso del cliente ya que cree que sus logros son increíbles y que debe dejar de realizar esfuerzo por conseguir una calidad de vida mejor.

Por otro lado una de las funciones más importantes del entrenador es la de **administrador**. Ser un buen administrador ayuda mucho a la relación cliente - entrenador y al proceso de trabajo.

Debemos recordar que una de las áreas más olvidadas es la del seguimiento del cliente como parte del servicio. Es de gran importancia recordar constantemente los objetivos del cliente y revisar si los mismos guardan relación con el programa de trabajo. El entrenador debe mostrar los progresos en forma escrita y compararlos con datos de otras poblacionales para otorgar al cliente una visión clara de donde se encuentra y cuales son los objetivos que son posibles lograr.

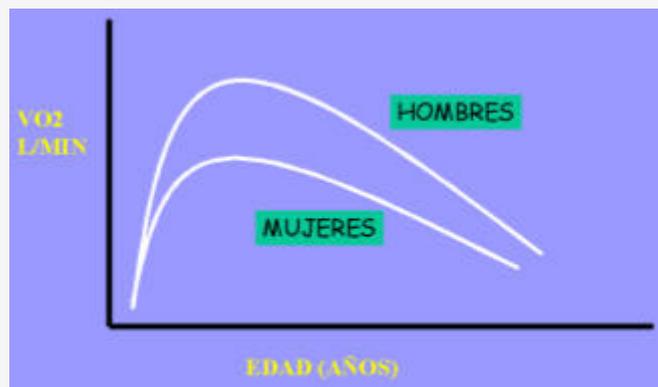


Figura 2

Desafortunadamente no todos los entrenadores personales presentan reportes a sus clientes, situación que genera incertidumbre sobre si el mismo evoluciona o no. Cabe aclarar que cuando hablamos de progreso nos estamos refiriendo a la posibilidad de incrementar una variable y su relación a la edad, la entrenabilidad, la cantidad de entrenamiento, etc.

Por ejemplo la figura 2 muestra la relación entre el consumo de oxígeno y la edad. Como se puede apreciar, como muchas otras variables el vo_2 una vez que alcanza el pico comienza a descender y cada año se pierde un porcentaje de la cualidad. Si bien una persona sana puede incrementar hasta un 40 % su vo_2 , llega un momento que se debe tener un buen fundamento para poder explicar por que su rendimiento se ha estancado o inclusive empieza a descender. Esto solo lo puede explicar un buen administrador.

Los reportes también permiten mantener claros los objetivos propuestos inicialmente por el cliente. Esto es de gran importancia ya que a veces el mismo intenta cambiarlos sobre la marcha del programa. Esto pasa frecuentemente ya que el cliente ha descubierto una nueva dimensión del entrenamiento y su relación con la salud o el rendimiento que a veces genera estos cambios de rumbo. Por ejemplo es común que alguien que ha desarrollado en buena medida su aptitud física, se quiera volcar hacia la competencia deportiva recreacional.

Pero como todos sabemos, el deporte en general exige un buen desarrollo de la potencia anaeróbica y de la fuerza explosiva, cualidades que están relacionadas con el perfil de aptitud física para el deporte y no con la salud. Estas, en general no forman parte del objetivo primario del cliente y por lo tanto esto genera la necesidad de un cambio de la orientación del programa de trabajo.

Otro aspecto importante en la función de administrador son las recomendaciones que el entrenador personal debe otorgar al cliente. Es común que parte del programa de entrenamiento lo deba ejecutar por sí solo y esto exige que se le enseñe claramente las formas de trabajo para que las ejecute con seguridad y con eficacia.

También es muy importante dar información didáctica sobre hábitos saludables que mejoran la aptitud física. Esto pueden abarcar temas como: nutrición, tabaquismo, técnicas de recuperación corporal, etc. Por esta razón se debe siempre contar con un contacto telefónico para que el cliente pueda evacuar sus dudas.

Por último es frecuente que la relación cliente - entrenador se desarrolle con el tiempo y que se lleguen a conocer detalles de la vida personal. Es de suma importancia que el entrenador recuerde y le recuerde al cliente que toda esta información es mantenida bajo secreto profesional. El entrenador nunca debe comentar la vida personal de sus clientes con otras personas. Esto es un aspecto muy importante para mantener durante mucho tiempo a sus clientes.

Pero en otro sentido también es importante recordar y compartir información útil para afianzar la relación como podría ser fechas de cumpleaños, éxitos laborales, nacimientos de hijos, casamientos, divorcios, etc. **Esto bajo ningún aspecto se debe confundir con amistad.** Siempre se debe mantener una distancia prudencial y una actitud profesional ante todo.

Hay entrenadores que manifiestan que son un poco los psicólogos de sus clientes y debemos decir que esto no es cierto ni debe ser así. Una cosa es escuchar las opiniones de los clientes mientras se entrena y otra cosa distinta es opinar o dar consejos a sus clientes buscando solucionar problemas. Esto puede generar que un consejo sea malentendido o mal aplicado y que deteriore la relación entre ambos. También debemos recordar que el entrenador personal no tiene gran formación en el campo de la psicología y se debería abstener de juzgar o aconsejar a sus clientes en temas que no se relacionen con las ciencias del ejercicio. Claro está que una opinión sobre su equipo favorito de fútbol no viola el concepto

anteriormente mencionado. Aunque como siempre se recomienda nunca abordar temas conflictivos como la política y religión.

PERFIL DE LOS CLIENTES

De acuerdo a nuestra experiencia, los clientes tienen diferentes características que se las pueden resumir de la siguiente forma:

- **El que busca estética.**
- **El que asiste obligado.**
- **El competitivo.**
- **El ex - deportista.**
- **El que busca salud.**

Estos nombres son totalmente arbitrarios pero determinan características que básicas que agrupan a varias personas.

El que busca estético

Este tipo de cliente tiene como principal objetivo el desarrollo de la estética corporal. Es obvio que en la sociedad existen modelos o ideales tanto para varones y mujeres que tienen un gran impacto sobre muchas personas que intentan emular estos parámetros.

Generalmente estos modelos están basados en personas famosas y/o públicas con éxito. Es normal que si una modelo de profesión o un actor se pone de moda la gente común quiera imitar sus características físicas. Esto sobre todo se observa en los adolescentes.

No es difícil encontrar clientes que nos manifiestan el objetivo de tener un cuerpo o unas proporciones parecidas a tal o cual persona que toma como modelo. Por supuesto que esto tiene una íntima relación con la percepción del cuerpo que cada individuo tenga. Por ejemplo hay personas que nunca están conformes con su cuerpo por más que se halla producido un gran cambio y que la persona este realmente en buen estado para la opinión de la mayoría de sus pares de acuerdo a su edad.

Las edades más representativas de este tipo de cliente van desde 15 a 45 años aunque no son excluyentes. Generalmente estas personas tienen una buena aptitud física o la anhelan y un cuerpo que buenas proporciones que desean mantener o mejorar. También este segmento esta representado por las personas levemente excedidas de peso o que han incrementado el mismo recientemente. Un ejemplo común es la mujer que acaba de ser madre que intenta retomar sus medidas antropométricas previas al parto.

Buscar una mejor estética corporal es muy loable ya que cuando se consigue, aumenta la autoestima, mejora la aptitud física y la salud. Esto es muy importante y muchas veces la actividad física forma parte de los tratamientos psicológicos.

Por otro lado esta búsqueda de mejorar la aptitud física, que a veces se relaciona con disminuir el peso corporal puede generar problemas de salud. A veces se realiza mucho ejercicio sumado a una dieta autoadministrada para perder peso y esto puede no ser saludable. También a veces la ejecución de mucho volumen de ejercicio trae escondido problemas como la bulimia, anorexia, anemias, etc. Es muy importante dominar algunos síntomas de estas enfermedades para no contribuir a su desarrollo y derivarlas rápidamente.

Los clientes que buscan mejorar su estética tienen por lo general dos comportamientos básicos. Están los que se entrenan muy intenso y con gran responsabilidad para obtener resultados ya que esto es muy importante en su vida. Y por otro lado están los clientes que no quieren entrenar como corresponde y quieren generar cambios inalcanzables. Por ejemplo están aquellos que quieren entrenar dos veces por semana ya que es todo el tiempo del que disponen debido a sus trabajos y quieren bajar de peso e hipertrofiar, objetivos que le demandarían entrenar por lo menos entrenarse 4 o 5 veces por semana.

A este tipo de clientes es muy importante monitorearlo con antropometrías en forma periódica. Es una buena forma de demostrarles los cambios o la falta de ellos.

El entrenador debe vigilar que la búsqueda de este objetivo no degenerate los hábitos del cliente como dietas desbalanceadas, comprar aparatos que prometen reducir peso sin esfuerzo o ingerir sustancias no aconsejadas por un medico deportólogo.

El que asiste obligado

Este cliente generalmente llega a nosotros por derivación médica y su objetivo es bastante simple: mejorar la salud. Los ejemplos más frecuentes son:

- Sobrepeso y obesidad.
- Stress.
- Lesiones traumatológicas.
- Diabetes.
- Debilidad muscular.
- Hipertensión.
- Enfermedades cardiovasculares.

La edad mas común es mas de 30 años, aunque no es excluyente. También el cliente puede llegar porque ha comenzado a sentirse mal, aunque no tanto como para haber asistido al médico. En general estas personas se sienten con exceso de peso y les cuesta realizar tareas diarias que antes eran simples, tiene dolores o molestias articulares, problemas de digestión, sienten que no rinden igual en el trabajo, molestias para conciliar el sueño, pobre rendimiento sexual, etc. Por supuesto que si estas personas no poseen un diagnostico médico y tienen mas de 30 años se aconseja un chequeo que constaría mínimamente de:

- Electrocardiograma de esfuerzo
- Análisis bioquímico de orina y sangre
- Radiografías
- PAR - Q
- Anamnesis Deportiva General

Para atender este tipo de clientes se necesita estar formado en las diferentes patologías médicas previamente mencionadas. Si bien el entrenador no realiza ningún diagnóstico, pero será parte del tratamiento interdisciplinario y debe conocer como el ejercicio puede mejorar el problema.

Aquí se produce un pequeño problema de abordaje de la situación, generalmente el médico se refiere a esta persona como paciente y nosotros lo hacemos como cliente, entrenado o alumno. Cabe aclarar que para ambos profesionales el mismo es un cliente ya que tanto el médico como el entrenador personal reciben dinero por sus servicios, aunque sea difícil de entender ya que en este caso esta de por medio la salud del individuo. Esta es la razón por la cual ambos profesionales deben estar perfectamente formados y en contacto permanente.

El entrenador debe informar la evolución al médico y se deben realizar interconsultas permanentes.

Quizás el cliente progrese rápidamente en cuanto a su patología y que inclusive la supere. En este caso si el cliente prosigue con su proceso de entrenamiento estará buscando mantenerse alejado de la patología y mejorar su aptitud física.

Es claro que aquí existe una zona gris de trabajo mancomunado entre ambos profesionales de la salud. Desafortunadamente, sobre todo en Argentina no existe una tradición de este proceso.

Por último el cliente que decidió realizar ejercicios por consejo médico puede tener dos actitudes básicas frente al programa de ejercicios. Puede aprender a disfrutarla y que esto pase a formar un hábito o puede hacerlo por obligación. Es frecuente que algunos clientes digan que asisten solo por consejo médico y de no ser por esa razón no asistiría por voluntad propia ya que le disgusta todo tipo de actividad física.

El competitivo

Este cliente tiene como característica principal la necesidad de superarse a si mismo y/o a los demás. Es aquel que se esfuerza por naturaleza y pocas veces hay que estimularlo, no pospone el ejercicio u otras actividades ya que es algo muy importante dentro de su esquema de vida.

Se caracteriza por siempre querer levantar mas peso, o correr más rápido o entrenar más veces a la semana. Es una buena cualidad si se la encausa como corresponde ya que si por el contrario se trazan objetivos muy elevados se puede fallar seguido y muchas veces no alcanzar la metas previamente fijadas. Esto genera un estado de ansiedad y stress innecesario.

Los objetivos que persigue pueden ser de tipo estético o de rendimiento. Las edades de este tipo de cliente varía bastante.

El ex - deportista

Este cliente tiene como característica principal la necesidad de mantenerse activo luego de que ha abandonado la práctica competitiva, generalmente de la categoría mayor. Este periodo se caracteriza por un abandono total momentáneo para

dedicarse de lleno a su actividad laboral o de estudio. Luego el sujeto percibe rápidamente su pérdida de aptitud física y rendimiento. Esta es una de las razones por las cuales necesita retomar la actividad.

También puede retomar su actividad competitiva en una categoría de acuerdo a su edad y necesita una preparación específica. Esto a veces se convierte en un problema ya que el cliente se quiere entrenar con la misma tenacidad que cuando estaba en competencia activa. Esto a veces provoca lesiones y problemas. Por otro lado su formación como deportista hace que en frecuentes ocasiones se generen molestias o patologías subclínicas y que ellos no lo manifiesten. Esto puede terminar en una lesión crónica.

La edad más común de este tipo de clientes es pasados los 30 años. A veces tienen alto grado de ausentismo, pero cuando se entrenan lo hacen muy intensamente.

El que busca salud

Este tipo de cliente se caracteriza por ser estudiante o trabajador pero que reconoce las virtudes que tiene realizar actividad física y que incluso la disfruta. Se preocupa por que le den información sobre algunos temas como obesidad, celulitis, etc. Estos clientes tienen una edad promedio de 20 a 40 años y salvo raras ocasiones son muy constantes con su entrenamiento pero de ninguna manera son obsesivos.

Los objetivos varían y es bastante agradable tenerlo como cliente ya que valoriza la capacitación y la atención. En forma general están en buen estado físico y no lo impulsa la búsqueda de la estética. Buscan mantener y / o desarrollar su aptitud física.

Palabras finales

Si bien algunos entrenadores reconozcan que existen más subgrupos la intención del trabajo fue la de organizar y caracterizar las funciones y las características generales de los actores del entrenamiento personalizado.