

# No Rep



Universidad  
del Cauca

**FELIPE ANDRÉS PABÓN ZÚÑIGA**  
Diseñador gráfico

**ALEXANDER ORDÓÑEZ CASTILLO**  
Director de Proyecto

**EL CROSSFIT EN LA CIUDAD DE POPAYÁN.**

**DISEÑO DE MATERIAL DIDÁCTICO PARA LLEVAR A CABO UNA PRACTICA  
ADECUADA DEL CROSSFIT**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE ARTES  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO  
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

**2018**

Figura 1: Crossfiter local



Fuente: Lorena Velasco 2017

## Tabla de Contenidos

Introducción.....	1
Cuál es el problema principal.....	2
Pregunta principal.....	3
Objetivos.....	3
<b>Contexto</b>	
Justificación.....	5
Una disciplina emergente.....	5
Contexto internacional.....	6
Contexto nacional.....	8
Contexto local.....	9
Marco teórico.....	12
Metodología.....	20

### Fases: entrenamiento

#### Fase 1 calentamiento:

<b>Descubrir la disciplina en la ciudad de Popayán.....</b>	<b>23</b>
Encuesta: diagnóstico de medios y acceso a la información.....	27
Encuesta del público "crossfiter".....	29
Entrevista a los principales "coach" en la ciudad.....	30
Estudio del entorno externo en Popayán.....	32
Herramientas para el análisis de medios.....	38
Observación - Mosca en la pared.....	40
Mapa de actores.....	42
Análisis de causas y consecuencias.....	43

#### Fase 2 Practica:

<b>Intervenir en las estaciones de practica de los principales ejercicios del Crossfit.....</b>	<b>44</b>
Componentes de la estrategia.....	45
Mensajes principales de la estrategia.....	45
Productos del proyecto.....	46
Productos de practica.....	48
Productos instructivos.....	57
Objetivo final de la creación de productos.....	62

<b>Fase 3 Estiramiento:</b>	
<b>Análisis de la ejecución de productos.....</b>	<b>63</b>
Análisis.....	64
Método diferencial semántico.....	65
Evaluación productos BTL.....	68
Conclusiones.....	75
Glosario.....	76
Movimientos.....	77
Bibliografía.....	80



Figura 2: Kettlebells

Fuente: Lorena Velasco 2017

## Introducción

En la ciudad se presentan una serie de problemas en la enseñanza del crossfit, esto se debe a la improvisación de las técnicas de ejecución de los ejercicios, además de que no se cuenta con materiales comunicativos, los cuales sirvan de apoyo al coach en sus clases para mejorar la objetividad en el entrenamiento, que eviten la ambigüedad en la información suministrada en los Box. El trabajo de diseño, permite investigar el estado general del crossfit en la ciudad de Popayán, buscando las falencias comunicativas, las cuales generan que su aprendizaje tenga algunos problemas en la forma adecuada de conocer el crossfit en los deportistas principiantes de esta ciudad.

Con este proyecto, se pretende que la información suministrada a los deportistas que desean ingresar en esta práctica, tengan acceso a un material didáctico, el cual sirva como un medio de introducción y conocimiento en las principales bases del crossfit, logrando que el coach tenga apoyos visuales, los cuales consigan que las clases se den de una forma más adecuada, las cuales ayuden a conocer los nombres reales de los ejercicios, logrando que se ejecuten en su totalidad y que se conozca cuando un movimiento es ejecutado correctamente.

## Cuál es el problema principal

El problema se sitúa en que el crossfit es un deporte novedoso, y los Box locales no cuentan con la capacidad económica para adquirir la membresía de crossfit, ni capacitar a su personal para la enseñanza de este deporte. Los medios por los cuales se tiene acceso a la información de los ejercicios, la forma de nombrarlos y de ejecutarlos, se encuentra en internet, aunque esta información no está diseñada como un método de enseñanza, sino como medios de entretenimiento, razón por la cual hay una gran dificultad para conseguirla, y no posee un orden de búsqueda.

Los materiales que se pueden llegar a conseguir están dirigidos para el coach, pero los deportistas principiantes no tienen fuentes gráficas adecuadas, que sirvan como soporte para el correcto aprendizaje y entendimiento, sirviendo como una introducción visual para el crossfit, de esta manera para el coach se vuelve más complejo la enseñanza hacia un grupo, ya que no hay un material de apoyo para las clases, las cuales son dictadas de forma oral y en grandes grupos, razón por la cual el coach no tiene un manejo personalizado con los deportistas, los cuales necesitan memorizar una gran cantidad de movimientos y las formas correctas de la ejecución de los ejercicios, convirtiendo este proceso mucho más lento y ambiguo.

Al no tener una claridad en el crossfit, se ven reflejados efectos negativos como, la improvisación en la ejecución de los ejercicios, el desconocimiento en algunas de las disciplinas y formas inadecuadas de nombrar los ejercicios. Asimismo, esto repercute en los deportistas principiantes, los cuales están expuestos a la insuficiencia en la ejecución de algunos ejercicios, que no se practique adecuadamente el deporte o se obvien muchas ejecuciones o que no se nombren inadecuadamente.

Con esto se observa en Popayán un círculo vicioso, producido por problemas de conocimiento frente al crossfit, teniendo como consecuencias que la información suministrada por el coach tenga muchos problemas de comunicación, que el aprendizaje sea lento y confuso, que al desconocer los ejercicios y la forma de nombrarlos, será más complicado acceder a la información.

## Pregunta principal

Para resolver los interrogantes y comprobar la hipótesis anteriormente planteada se propone la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se puede contribuir en el mejoramiento de la enseñanza y la práctica del crossfit como disciplina deportiva, en gimnasios de la ciudad de Popayán?

## Objetivos

### Objetivo general

Diseñar un material didáctico que sirva de apoyo para el coach y los deportistas principiantes durante las prácticas de crossfit dentro de un box en la ciudad de Popayán.

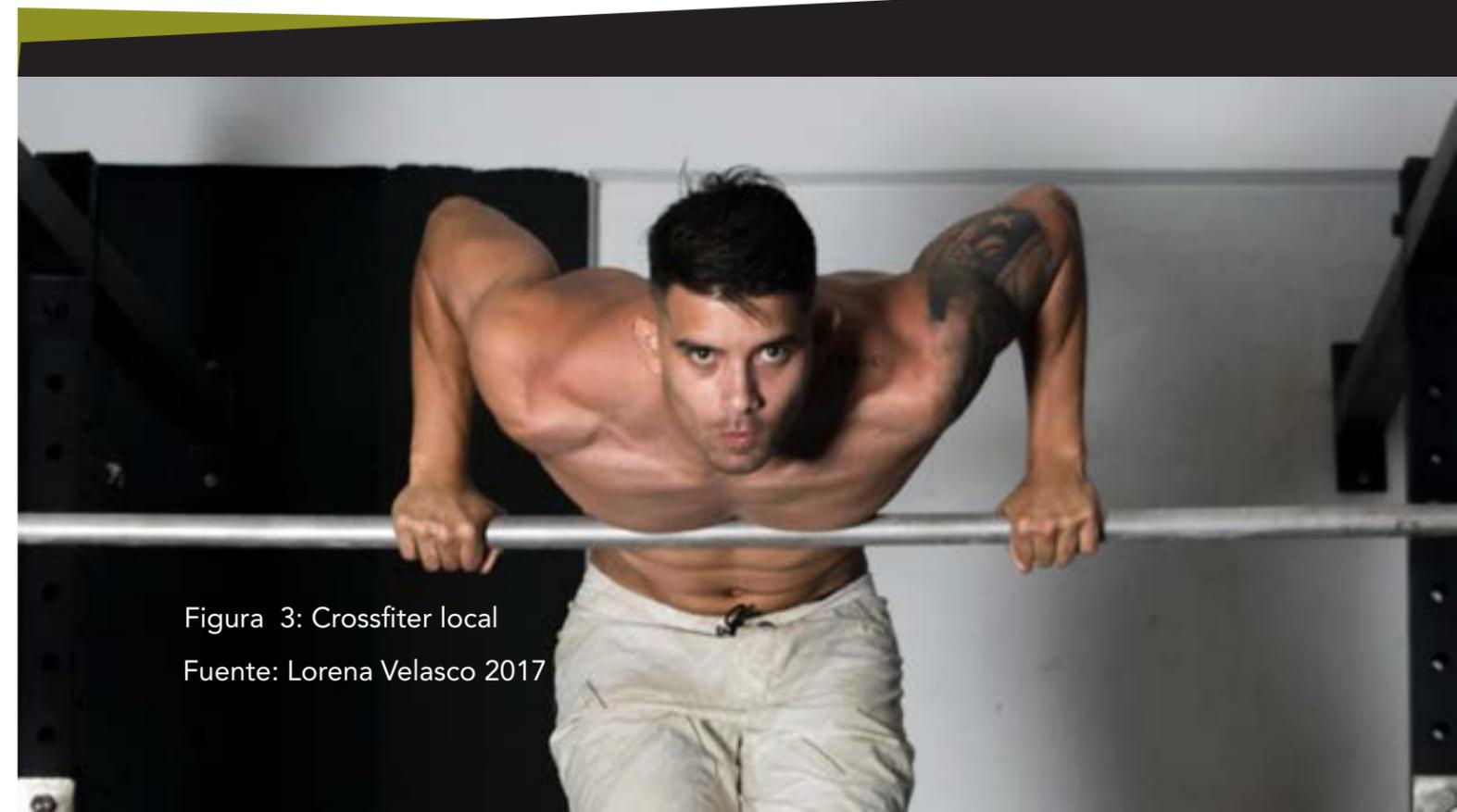


Figura 3: Crossfiter local

Fuente: Lorena Velasco 2017

## Objetivos específicos

- Descubrir cuáles son las falencias de comunicación que inciden en el desconocimiento de la ejecución del crossfit en los box locales.
- Identificar las disciplinas y los ejercicios que incorporan el crossfit, como es su correcta ejecución y la forma adecuada de nombrarlos.
- Proponer prototipos de un material didáctico, que sirva como un apoyo visual, propiciando la interacción entre el coach y los deportistas principiantes.
- Evaluar la forma en la que el material didáctico incide durante la práctica de crossfit en los deportistas principiantes de un box de Popayán.
- Documentar el proceso y desarrollo del proyecto de diseño, con el propósito de generar memoria y reconocer el impacto del proyecto.

## Justificación

La improvisación y la falta de acceso a la información, crean en el crossfit, una serie de problemas consecutivos en la práctica de este deporte, las cuales reflejan malas técnicas de ejecución, desconocimiento de las disciplinas, desconocimiento en los nombres de los ejercicios, creando con esto una serie de problemas, los cuales se observan en el público deportista principiante, el cual es el principal afectado, con una mala práctica, problemas en la evolución como deportista, que el acceso a la información y comunicación sea muy complicado, como tener grandes posibilidades de sufrir lesiones.

Para el desarrollo de este proyecto, se investiga cuáles son los principales problemas que existen, las cuales imposibilitan una efectiva comunicación en esta práctica, analizando tanto los deportistas, entrenadores como el acceso a la información.

Se busca mejorar la técnica, posición y el conocimiento en la práctica del crossfit, creando un material didáctico, el cual es posicionado directamente en la zona de práctica, ofreciendo ayudas comunicativas en diferentes estaciones dentro del box. Finalmente se analiza el impacto y efectividad generado por el material didáctico en el box, tanto para el coach, como para los deportistas principiantes.

## Contexto

### Una disciplina emergente.

### Características, ejercicios y contenido referente al crossfit.

Consideramos el "Crossfit" como un deporte de alto impacto, el cual necesita ser muy técnico ya que la mala ejecución de sus movimientos puede implicar serias lesiones musculares y articulares, su práctica debe ser en un gimnasio especializado -comúnmente llamado "box"-, el cual debe cumplir con las necesidades básicas para la práctica, como es una infraestructura y un equipo adecuado. Asimismo, se debe contar con un entrenador (coach), el cual es capacitado por la marca "Crossfit", conociendo las técnicas de enseñanza y ejecución de los ejercicios de este deporte.

En esta disciplina también destaca otro tipo de actores muy importantes, que son los jueces, aquellos son los responsables de que las ejecuciones en cada uno de los ejercicios, participando tanto en las eliminatorias, como en las competencias, se realicen de la forma adecuada.

Vale hacer la aclaración que el acceso a la información técnica y metodológica de este deporte es limitada, ya que hace parte de la marca privada "crossfit", y para acceder a esta información, es necesario tener membresía, pagando anualmente un capital aproximado en los 3 mil dólares anuales para el sitio de entrenamiento, además de 1200 dólares por valor de la capacitación para cada entrenador.

### Crossfit a nivel mundial.

El "Crossfit" es un método de entrenamiento creado por Greg Glassman en 1995, inicialmente fue instituido como un elemento idóneo para entrenar policías en Santa Cruz California. Al constituirse como deporte a nivel mundial empieza a registrarse por la marca crossfit, quien patentaría su uso y acceso a la información, siendo la única capacitación establecida para los entrenadores, la realizada por la marca crossfit.

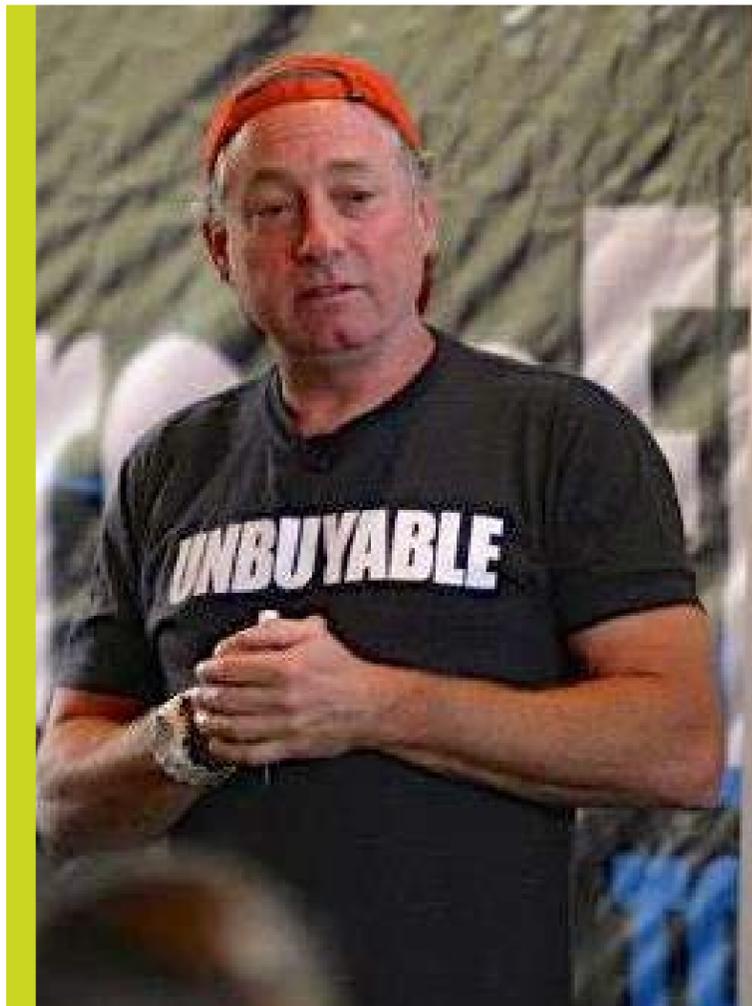


Figura 4: Greg Glassman, creador del crossfit.

Fuente: Crossfit Oficial Page. 2016

### Competencias a nivel mundial.

A comienzos de los años 2000 el entrenamiento del "Crossfit" se había hecho muy popular alrededor del mundo por sus componentes integradores de otras disciplinas, en un periodo menor a los 10 años siguientes ya se cuenta con competencias a nivel mundial en las que destacan las siguientes:

### Crossfit Games.

Se le denomina así a las competencias mundiales más importantes de crossfit, las cuales se realizan una vez al año en California. Se hacen eliminatorias a nivel mundial, separado de hombres, mujeres y grupos, estos últimos son mixtos. Aquí los competidores graban un video de los WOD (Work of Day) que crossfit manda una vez por semana, los cuales tienen una fecha límite para poder subir el video a crossfit.com. De esta forma, solo clasifican los 40 mejores puntajes entre todos los participantes, haciendo una preselección, que después es analizada por un personal calificado, el cual garantiza que los movimientos, peso, tiempo y número de repeticiones se encuentren correctamente. Los deportistas seleccionados viajan para competir presencialmente, y el que tenga el mejor puntaje en la sumatoria de todos los "Wods" a realizarse será el campeón.

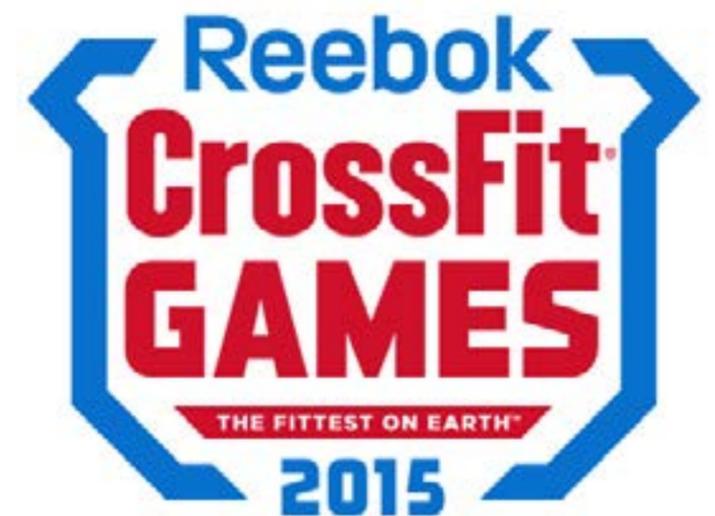


Figura 5: Logo de "Crossfit Games".

Fuente: CrosfitGames.com

## Crossfit a nivel nacional.

El crossfit a nivel nacional es una disciplina relativamente nueva para el entrenamiento físico, sin embargo, ha tenido una acogida importante en el país en las recientes décadas, hasta el 2016 había 47 box certificados por la marca "crossfit" en el país, como lo muestra la siguiente tabla:

Figura 6: Box certificados en Colombia.

Santa Marta	2	● Manizales	3
Barranquilla	4	● Pereira	2
Cartagena	2	● Cali	6
Medellín	8	● Valledupar	1
Bogotá	19	● Cúcuta	1

Fuente: Elaboración propia, datos de Crossfit.com. 2016.

## Competencias más importantes en Colombia.

### Box Tour.

EL "Box Tour" es la competencia nacional de crossfit más conocida, la cual se realiza una vez al año, y que al igual que los "crossfit Games", se hacen eliminatorias, separando hombres de mujeres como también en grupos (compuestos por hombres y mujeres). De igual forma, los competidores graban un video de los "wods" que BOX TOUR manda una vez por semana. Y tienen una fecha límite para poder subir el video.

En esta competencia clasifican los 15 mejores puntajes entre todos los participantes, haciendo una preselección, que será analizada por un personal calificado. Los deportistas seleccionados viajan para competir presencialmente. En esta competencia hay categorías diferentes: como el "Scaled", "Avanzados", "RX", y "Equipos" que son conformados por 3 hombres y 2 mujeres.

## Wodfest .

Otras competencias de crossfit, como lo son "Wodfest" están dando de qué hablar en el país, en las que únicamente pueden participar deportistas que pertenezcan a un box afiliado o certificado, aunque con la misma metodología de selección y calificación que los crossfit games o el boxtour.



Figura 7: logo oficial "Wodfest"

Fuente: Wodfest Colombia.

## Crossfit en Popayán.

Es incluido como una técnica de acondicionamiento físico en los gimnasios de la ciudad, se tiene conocimiento de que es practicado en 6 sitios diferentes de la ciudad (Fitness Gym, Corpus Gym, TNT, complejo deportivo Manuel Antonio Muñoz Aragón, Strenght Fit, Gimnasio Azzul), de los cuales solo dos poseen la infraestructura y el equipo adecuado para practicar crossfit (Fitness Gym, Strenght Fit), asimismo Popayán, no cuenta con ningún box y solo un coach con certificado Crossfit, en ninguna de las categorías.

## Competencias en Popayán.

Existen competencias internas –como las del gimnasio "Fitness", en las que únicamente pueden participar las personas que tienen membresía en dicho establecimiento, también, se han consolidado competencias municipales en el complejo deportivo "Manuel Antonio Muñoz Aragón" en el 2013. Pero factores como las limitaciones en el conocimiento de las disciplinas, además de la falta del equipo necesario, (en donde solo cuentan con cajas de salto, barras y discos de halterofilia) no permiten que las competencias resulten más atractivas al deportista principiante.

## Competencias en el complejo deportivo “Manuel Antonio Muñoz Aragón”

Como se mencionó anteriormente, el “Crossfit” en la ciudad de Popayán inició como un método de acondicionamiento físico en los gimnasios, el cual se situaba como una clase funcional, al mismo nivel que el spinning o baile deportivo. Este deporte se estaba haciendo muy popular en otras partes del país, considerándolo como un nuevo método de entrenamiento altamente efectivo, generando en los gimnasios de Popayán la necesidad de incluir este servicio. Asimismo en el personal que trabajaba en el acondicionamiento físico de estos sitios tiene la necesidad de conocer acerca del crossfit, para poder incluirlo en sus rutinas.

En un principio, la forma de acceder a la información en la ciudad de Popayán, fue por la televisión e internet, la cual ofrece un contenido limitado, de difícil comprensión y no corresponde a los requerimientos necesarios para ejecutar el deporte, los principales problemas que se encuentran en los medios de comunicación como las páginas con breves descripciones del deporte y sus ejercicios, videos de las competencias, videos aficionados, mostrando algunas ejecuciones, técnicas, comentarios y opiniones del deporte, en la mayoría de los casos en otros idiomas.

Figura 8: competencia “Manuel Antonio Muñoz Aragón” en Popayán

Fuente: Crossfit Cauca Colombia.  
(2016).



Figura 9: ejercicios competencia “Manuel Antonio Muñoz Aragón” en Popayán.

John Jaime Martínez, 2016.

## Una aproximación teórica y conceptual.

Aunque el Crossfit es un deporte con una trayectoria a nivel internacional muy reconocido, en la ciudad es relativamente nuevo, por lo que se hace indispensable el desarrollo de un marco conceptual y teórico que proponga la delimitación de los principales conceptos que serán utilizados en la investigación. Asimismo, el desarrollo de este trabajo propone como eje articulador el Diseño Gráfico, así que será necesario referirse a los principales conceptos y definiciones que se retoman desde la disciplina.

Figura 10: Diagrama de conceptos



Fuente: Elaboración propia.

## Conceptos principales:

1. Metodología de practica: Enseñar, Observar y Corregir.
2. BTL: concepto creativo.
3. Interfaces
4. Marketing
5. Diseño Estratégico

## 1. Metodología de practica:

Esta sección nos ofrece una propuesta de la metodología del crossfit y cómo llegar a una interacción entre el entrenador y el deportista dando instrucciones para una correcta ejecución y una adecuada comunicación.

Según el "Crossfit Training Guide" el entrenamiento efectivo requiere de una comunicación eficiente. Esta comunicación se ve asistida por el entrenador y el deportista, quienes comparten la terminología del movimiento y de las partes del cuerpo (CTG, 2016), así pues, en gimnasia deportiva, el completar una rutina sin error no es lo que recibe un puntaje perfecto, el 10 — sino que representa solo un 9,7 del puntaje. Para recibir las tres décimas restantes de ese punto, se debe demostrar "riesgo, originalidad y virtualidad".

La virtuosidad en gimnasia se define como "la ejecución de algo común, realizado extraordinariamente bien". A diferencia del riesgo y de la originalidad, la virtuosidad es sumamente elusiva. Sin embargo, es fácilmente reconocible por las audiencias y también por los entrenadores y por los deportistas. Existe cierta tendencia cautivadora entre principiantes que desarrollan cualquier destreza o arte, ya sea aprender a tocar el violín, escribir poesías, o competir en eventos de gimnasia artística, y esa es la de pasar por alto los fundamentos básicos e ir rápidamente a movimientos, destrezas o técnicas más sofisticadas o elaboradas.

La maldición del principiante se manifiesta como sutilezas excesivas, creatividad innecesaria, fundamentos débiles y finalmente una falta marcada de virtuosidad y una maestría retardada. Si alguna vez tuvieron la oportunidad de ser enseñados por los mejores en cualquier campo seguramente se hayan sorprendido de lo simple, fundamental y básico que fue esa enseñanza o instrucción. Lo que inevitablemente arruinará un programa de entrenamiento físico y atenuará la eficacia de un entrenador es la falta de compromiso con los fundamentos. Vemos esto cada vez más seguido tanto en la ejecución de programas como en la supervisión de los mismo (CTG, 2016):

### **Enseñar el movimiento**

Esta sección describe cómo hacer para presentar y para dar instrucciones del movimiento desde su preparación hasta la ejecución. Además de estos indicadores verbales, recuerden que cualquier introducción de un movimiento debería incluir un ejemplo visual – o una demostración.

Esta sección también incluye cómo incluir progresiones de enseñanza para los movimientos más complejos. Estos son presentados después de que el movimiento completo ha sido explicado y mostrado. Se dividen los movimientos en pasos fáciles de hacer.

### **Observar el movimiento**

Esta sección incluye los Puntos Principales de Rendimiento de cada movimiento en particular. Ustedes deberían buscar los mecanismos esenciales y concentrarse en tratar de enseñar cada movimiento. Esto no debe ser pasado por alto. La habilidad de ver los Puntos Principales del Rendimiento de cada movimiento es algo esencial para ser un buen entrenador.

### **Corregir el movimiento**

Esta sección presenta una lista de las fallas más comunes y situaciones posibles para cada movimiento. Estos se relacionan a los Puntos Principales del Rendimiento de cada movimiento. Su capacidad de demostrar lo que saben, lo que pueden identificar, y finalmente cómo ustedes corrigen estos errores comunes se verán reflejados directamente en la calidad de su entrenamiento. Las “correcciones” descritas en esta sección servirán de parámetro, pero no son las únicas soluciones posibles. Utilícenlas, pero no se limiten solo a ellas. La meta siempre es que el deportista se mueva bien en cada parte del movimiento. Hay muchas formas efectivas de lograr este fin (CTG, 2016, 113).

## **2. BTL: concepto creativo:**

Este es un punto clave del proyecto, ya que nos brinda las bases para la creación de un material de apoyo para la comunicación entre el coach y los deportistas principiantes; por medios alternativos, los cuales llegan de forma contundente, acogiéndose en los sitios de entrenamiento.

El BTL es entonces una técnica que se alimenta de la creatividad basada en oportunidades de la vida de los consumidores. De esta manera es fácil sorprenderlos para que el mensaje llegue de una manera limpia y con una mayor posibilidad de recordación, convirtiéndose en una publicidad más personalizada, y no aplicando a audiencias masivas como es el caso de los medios tradicionales. Es aquí donde entra en juego el diseñador gráfico, como un ente creativo capaz de encontrar estas oportunidades por medio de experiencias vividas, conocido también como “caja negra”. “El BTL tiene infinidad de aplicaciones y medios: una silla, una pared, el techo, camisetas, vasos servilletas. El cuerpo mismo es un BTL.” (Garrido & Cuscatlán, 2010, 44).

Por otro lado, según los estudios realizados por EIAA (European Interactive Advertising Association), está comprobado que las campañas más eficientes son en las que, a través del medio, se logra una relación directa con el público objetivo; ya sea a través del impacto creado o la interacción con los consumidores, llegando al punto de incluso recibir respuesta y reacciones inmediatas, a la hora de elegir los medios para una campaña, se tiene que pensar en todas las características que éste debe tener, como la coincidencia entre target, objetivo, producto y medio. De ésta manera el mensaje será más claro, directo y efectivo. (Garrido & Cuscatlán, 2010, 8)

## **3. Interface**

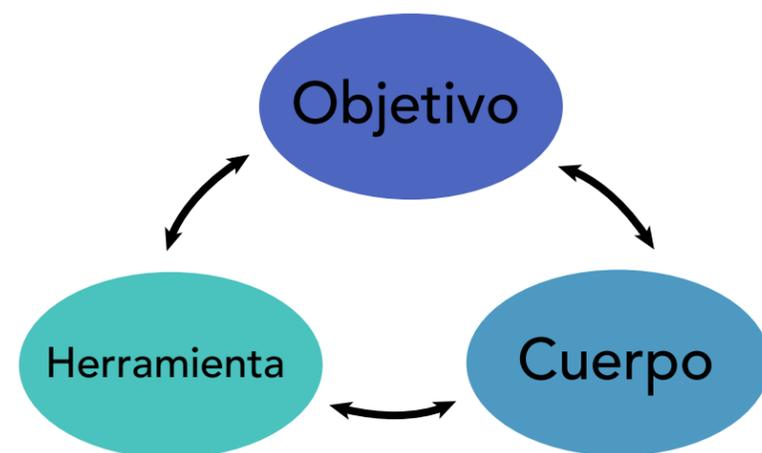
Lo más importante para que un producto comunicativo sea eficaz, es que exista una correcta funcionalidad. Este punto nos ofrece una forma en la que se interactúa directamente entre el cuerpo humano, la herramienta a utilizar y los objetivos a cumplir, razón que nos da para que la ejecución de los movimientos de crossfit sea ideal, creando bases comunicativas entre los deportistas y las herramientas de entrenamiento.

Como afirma, Gui Bonsiepe (2003), puede ser útil proponer un esquema diferenciado desde el punto de vista hermenéutico: el esquema ontológico del diseño. El esquema está compuesto por tres ámbitos unidos -como se expondrá a continuación- por una categoría central. En primer lugar, existe un usuario o agente social, que desea efectivamente cumplir una acción. En segundo lugar, se encuentra una tarea que el mismo quiere ejecutar, por ejemplo: cortar pan en fetas, pintarse los labios, escuchar música de rock, tomarse una cerveza o aplicar el torno a una muela. En tercer lugar, existe un utensilio o un artefacto del que necesita el agente para llevar a término la acción – un cuchillo para el pan, un lápiz de labios, un walkman, un jarro de cerveza, una micro turbina de precisión de alta velocidad (20.000 vueltas por minuto).

Y aquí aparece la cuestión de cómo se pueden conectar, hasta formar una unidad, a tres elementos tan heterogéneos: el cuerpo humano, el objetivo de una acción, un artefacto o una información en el ámbito de la información comunicativa. La conexión entre estos tres campos se produce a través de una interface. Se debe tener en cuenta que la interface no es un objeto, sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta (artefacto, entendido como objeto o como artefacto comunicativo) y objeto de la acción. Este es justamente el dominio irrenunciable del diseño industrial y gráfico.

La interface es el ámbito central hacia el que se orienta el interés del diseñador. Gracias a la proyección de la interface se articula el campo de acción en la etapa de utilización de los productos; la interface vuelve accesible el carácter instrumental de los objetos y el contenido comunicativo de la información. Transforma los objetos en productos.

Figura 11: Conexión de elementos



Fuente: Elaboración propia.

## 4. Marketing promocional.

La promoción nos ayuda a crear mensajes eficaces, buscando que el proyecto tenga una comunicación efectiva y que pueda crear reacciones positivas beneficiando a los deportistas principiantes.

Como consideran Kotler y Armstrong (2009) El primer paso para crear mensajes publicitarios eficaces consiste en planear una estrategia de mensaje para decidir qué mensaje general se comunicará a los consumidores. El propósito de la publicidad es lograr que los consumidores piensen o reaccionen ante el producto o la compañía de cierta manera. Las personas sólo reaccionan si piensan que se beneficiarán al hacerlo. De esta forma, el desarrollo de una estrategia de mensaje eficaz empieza con la identificación de los beneficios para los clientes, que servirán como atractivos publicitarios.

Lo ideal es que la estrategia del mensaje publicitario surja directamente de las estrategias generales de posicionamiento de la compañía y de valor para el cliente. Los planteamientos de una estrategia de mensaje suelen ser esquemas sencillos y directos de los beneficios y de los puntos de posicionamiento que el anunciante desea destacar. Luego, éste debe desarrollar un concepto creativo convincente, o "una gran idea", que dé vida a la estrategia de mensaje de una forma distintiva y memorable. En esta etapa, las ideas de mensaje simples se convierten en grandes campañas publicitarias. Por lo general, un redactor de textos y un director artístico forman un equipo para generar muchos conceptos creativos, esperando que uno de esos conceptos resulte ser la gran idea. El concepto creativo puede surgir como una visualización, una frase o una combinación de ambas (Kotler & Armstrong, 2009).

## 5. Diseño Estratégico

El Diseño Estratégico nos ayuda a buscar los puntos estratégicos para la creación del material didáctico, creando propuestas que sean efectivas en el entrenamiento.

El concepto creativo guía la selección de atractivos específicos que se usarán en una campaña publicitaria. Los atractivos publicitarios deben tener tres características: primero, deben tener un significado que indique los beneficios que hacen que el producto sea más deseable o interesante para los consumidores. Segundo, los atractivos deben ser creíbles, es decir, los consumidores deben creer que el producto o servicio brindará los beneficios prometidos (Prodintec, 2010, 449).

Una agencia renta espacio en las cabezas rasuradas de estudiantes universitarios para colocar tatuajes publicitarios temporales ("publicidad craneal"). Y el grupo que se reúne en el surtidor de agua de la oficina tiene un nuevo miembro: un anuncio "enfriacitario"

colocado sobre el envase Este tipo de medios alternativos parecen un poco descabellados, y en ocasiones irritan a los consumidores, quienes consideran todo como “desagrado publicitario”. Sin embargo, para muchos mercadólogos estos medios podrían ahorrar dinero y proporcionar una forma de llegar a los consumidores seleccionados en los lugares donde viven, compran, trabajan y juegan. Desde luego, todo esto podría dejarlo pensando en si existirá algún paraíso libre de comerciales para los consumidores cansados de la publicidad. ¿Quizás los elevadores públicos o las casillas de los baños públicos? ¡Olvídelo! Todos estos lugares han sido invadidos por los mercadólogos innovadores (Prodintec, 2010, 448).

En esta propuesta el equipo dirigente decide, en tiempo real, qué capacidades desean desarrollar o adquirir temporalmente y que oportunidades desean explotar. Muchas industrias del entretenimiento y moda siguen esta estrategia. El objetivo es ser eficaz, oportunista y flexible. Tales empresas sugieren ser sumamente receptivas para los clientes y reunir recursos para proyectos específicos conjuntos. Una empresa que adopta una estrategia de agilidad logrará:

- Centrarse en la creación y darse cuenta de las oportunidades.
- Adquirir capacidades que necesitan y emitirlas cuando más las requieren.
- Desarrollar una organización receptiva y empresarial.

En esta propuesta el diseñador es parte del equipo estratégico, quizás el líder. Una firma que adopta una estrategia de agilidad es empresarial por excelencia, no simplemente en lo que más requieren, sino en múltiples aspectos. Nuevas ideas, inteligentes combinaciones de conocimientos y encuentro de los modos inesperados de explotar necesidades efímeras son la esencia del beneficio de la empresa. El diseñador en esta empresa mantiene actitudes concretas (“¿Por qué no hacemos esto?”). Eso, si se adopta, se convierte en la estrategia a corto plazo. Firmas de la industria de los juegos electrónicos, por ejemplo, frecuentemente trabajan de esta manera. La moda pasajera aparece rápidamente y desaparece de la misma forma. La esencia de las ventajas competitivas es estar cuando la ola se está formando.

En tales empresas el diseñador no es esclavo de la estrategia sino el líder. No es difícil darse cuenta que una fórmula de éxito es saciar la necesidad urgente de los clientes con el producto correcto antes que otros. Tener procesos rápidos es tener media batalla ganada, pero ofrecer el producto correcto es vital. Es aquí donde el diseñador es imprescindible. El diseñador proporciona ideas. (Prodintec, 2010, 57)

Con la propuesta “Yo también” el equipo directivo Prodintec (2010, 59-60) decide explotar oportunidades de éxito en las que otros antes han sido pioneros. En cierto modo esto parece una trampa según los manuales de estrategias donde se plantea sistemáticamente que el único modo de tener éxito es siendo único. En otras palabras, esforzarse por vender algo que nadie más puede. Atributos únicos del producto pueden suponer un monopolio temporal otorgando márgenes amplios. Algunas empresas farmacéuticas,

grupos de pop o equipos de fútbol han conseguido diferenciación, al menos durante un tiempo, y beneficios enormes. Pero muchas de estas firmas no pueden ostentar la exclusividad.

Las estrategias “Yo también” pueden ser rentables: el mercado está probado y los costes de entrada pueden ser bajos. Aquí el diseñador hace una contribución distinta, toma una idea establecida, la mejora y posiblemente reduce su coste. De hecho, el diseñador no es un creador sino un generador de mejoras. Una empresa que adopta una estrategia tipo “Yo también” logrará:

- Dejar a otros llevar el motor de la primera posición.
- Encontrar nuevos productos y procesos que pueden ser adoptados.
- Mejorar las ideas –no simplemente copiarlas.
- Aprovecharse de los bajos costes de entrada para cobrar bajos precios.

De esta forma, a lo que se hace referencia es a un programa comunicacional que sea efectivo y logre articular los objetivos y alcanzarlos por supuesto, “Se plantea que un concepto adquiere significado cuando un signo (palabra) puede provocar la respuesta que está asociada al objeto que representa; es decir, se reacciona ante el objeto simbolizado.” (Herrera, 2011).

Por otro lado, la técnica se desarrolla poniendo una lista de adjetivos al sujeto, que él ha de reaccionar con los conceptos propuestos. Los adjetivos se presentan de forma bipolar, mediando entre ambos extremos una serie de valores intermedios. Para establecer el “diferencial semántico” de un objeto, situación o persona, se proponen pares de adjetivos contrapuestos y se pide al encuestado que sitúa la cercanía a cada extremo del par en una escala de 7 grados. (Herrera, 2011).

Así pues, para la contraposición de los elementos teóricos y la realidad de las prácticas en la ciudad de Popayán se parte de la idea de que se debe analizar el entorno externo mediante la observación, hacer un mapa de actores que por medio de la entrevista se pueda analizar los actores que más influyen y aportan al proceso, que son herramientas propuestas para la investigación por Agudelo & Lleras (2015) que servirán para después analizar las causas y competencias de este proyecto.

## Metodología

El presente trabajo utilizo como modelo metodológico el Diseño centrado en el usuario.

Según Agudelo & Lleras (2016) se define como el pensamiento de diseño que tiene por objeto la creación de productos que resuelvan necesidades concretas de todas las partes involucradas o de sus usuarios finales, consiguiendo la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso posible con el mínimo esfuerzo de su parte. A su vez el modelo utiliza una serie de técnicas que resultan valiosas para esta investigación como son:

- Estudio del entorno externo.
- Entrevista.
- Observación.
- Mapa de actores.
- Análisis de causas y consecuencias.

De esta forma, la metodología que se implemento se divide en tres fases siguiendo el modelo propuesto por los autores antes mencionados que se han denominado de la siguiente manera:

## Fases

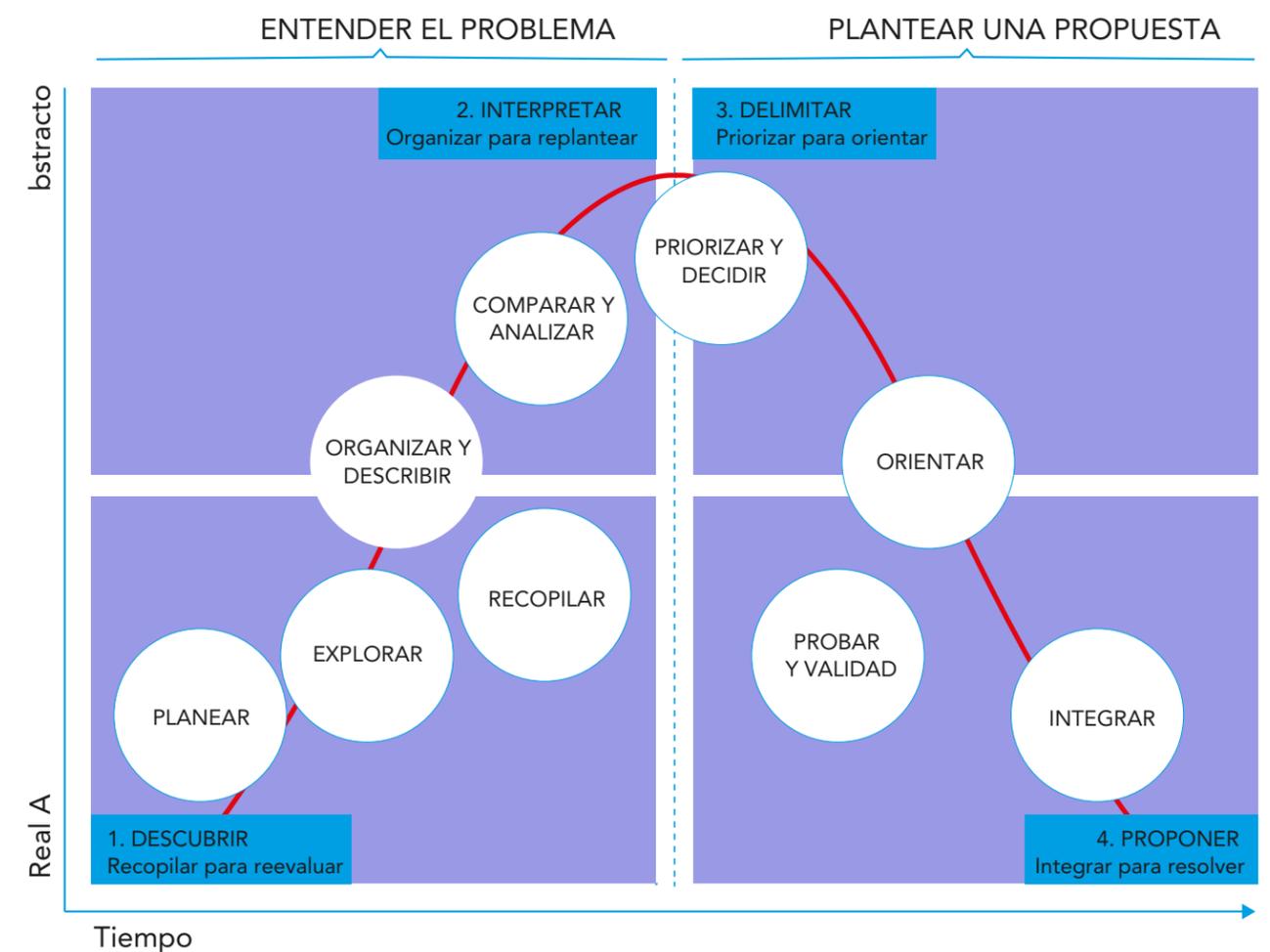
<b>CALENTAMIENTO</b>	Descubrir la disciplina en la ciudad de Popayán.
<b>PRACTICA</b>	Diseño de material didáctico y estrategia de promoción.
<b>ESTIRAMIENTO</b>	Análisis en la ejecución de los productos.

a continuación se expone una tabla, en la que se explica la metodología de diseño centrado en el usuario, desde la cual se propone el planteamiento metodológico del proyecto No Rep.

El modelo plantea dos fases generales que se desarrollan a través el tiempo –eje horizontal–; una primera fase de entendimiento del problema se concentra en procesos de análisis, y una segunda fase de planteamiento de propuestas se concentra en procesos de síntesis. El eje vertical del modelo presenta la oposición entre lo real y lo abstracto, como dos ámbitos en los cuales transcurre el proceso. El proyecto comienza y concluye en lo real, en contacto directo con usuarios y agentes; en el medio, las actividades que

se realizan en las etapas abstractas son fundamentales para la innovación, ya que permiten cuestionar lo encontrado y definir las directrices para la propuesta. El pensamiento de diseño propone, a partir de la interacción entre estos dos ejes, una metodología para llegar a soluciones creativas que se desenvuelve en cuatro etapas: Descubrir - Recopilar para evaluar, Interpretar - Organizar para replantear, Delimitar - Priorizar para orientar y Proponer - Integrar para resolver. (Agudelo & Lleras, 2016, p.11).

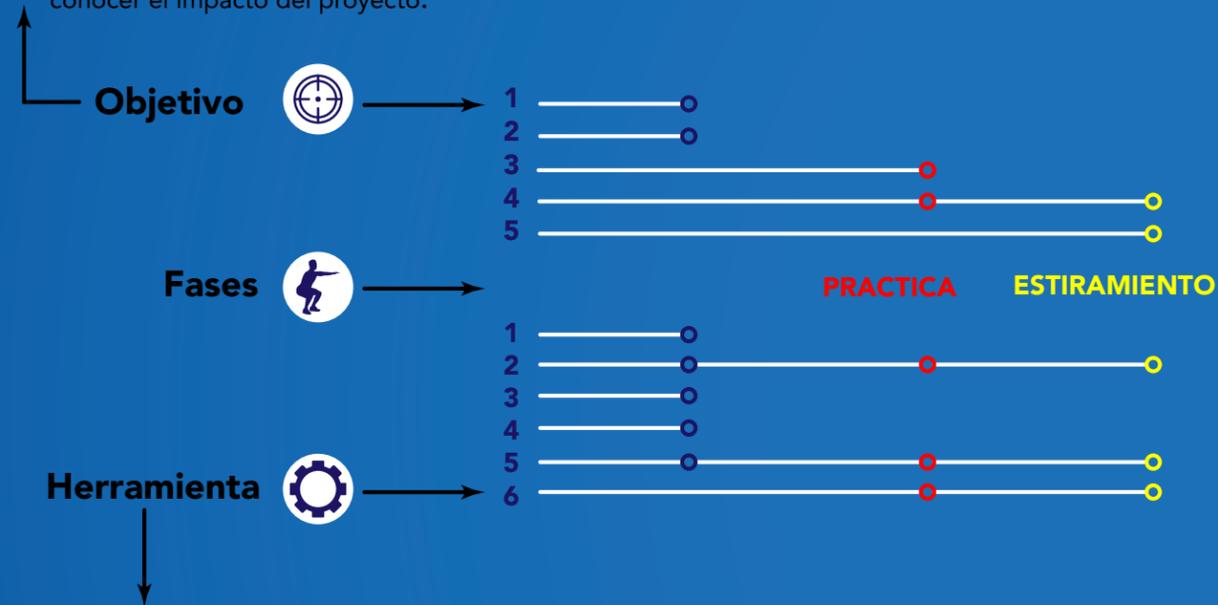
Figura 12: Gráfica del proceso metodológico



Adaptado de Beckman y Barry (2009)

# Herramientas para el análisis práctico

- 1 Descubrir cuáles son las falencias de comunicación que inciden en el desconocimiento de la ejecución del crossfit en los box locales.
- 2 Identificar las disciplinas y los ejercicios que incorporan el crossfit, como es su correcta ejecución y la forma adecuada de nombrarlos.
- 3 Proponer prototipos de un material didáctico, que sirva como un apoyo visual, propiciando la interacción entre el coach y los deportistas principiantes.
- 4 Evaluar la forma en la que el material didáctico incide durante la práctica de crossfit en los deportistas principiantes de un box de Popayán.
- 5 Documentar el proceso y desarrollo del proyecto de diseño, con el propósito de generar memoria y reconocer el impacto del proyecto.



- |                                      |                    |                          |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------------|
| 1 Estudio del entorno externo        | 2 Observación      | 3 Mapa de actores        |
| 4 Análisis de causas y consecuencias | 5 Diagrama de Ven: | 6 Diferencial semántico: |



# Fase 1 Calentamiento:

Identificación de problemas y oportunidades de solución.



Figura 13: Crossfiter local  
Fuente: Lorena Velasco 2017

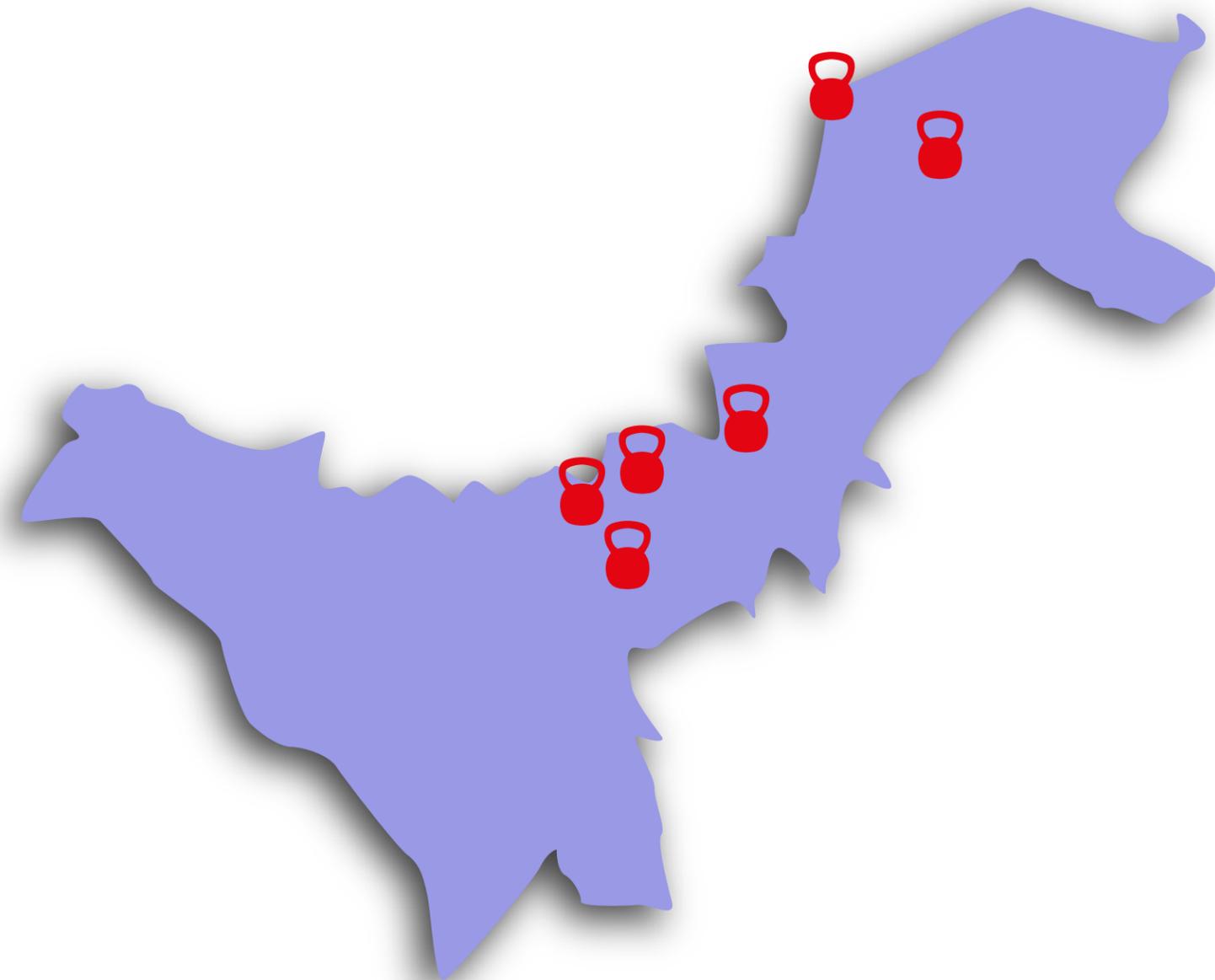
Figura 14: principales "Box" en el municipio de Popayán. 2016

**• Actores:** Fue necesario buscar los actores principales para el desarrollo de la investigación, entre los que se encuentran los deportistas de "Crossfit" de los box de Popayán, novatos y otros con experiencia en este deporte, además algunos de los principales "coach" de los box de la ciudad.

**• Box:** Se investiga los sitios donde se practica crossfit en la ciudad de Popayán, para poder realizar un diagnóstico general del "Crossfit" a nivel local. De esta forma pudimos observar que los principales box de la ciudad de Popayán son:

- Strenght Fit - Barrio Palacé.
- Corpus gym - Barrio Santa Clara.
- Fitness gym - Barrio Antonio Nariño.
- Strenght Fit - Barrio Palacé.
- Corpus gym - Barrio Santa Clara.
- Fitness gym - Barrio Antonio Nariño.
- Gimnasio Azzul - Barrio La Estancia.
- TNT – Barrio el Bosque.
- Complejo deportivo "Manuel Antonio Muñoz Aragón"

A continuación se muestra un mapeo de los principales centros deportivos en la ciudad de Popayán donde se practica la disciplina, como podemos observar la mayoría están ubicados en la zona céntrica del municipio por lo que quiere decir que podría ser debido a la popularidad del tema en cuestión debido al impulso de incluir en el mercado deportivo otra alternativa para el acondicionamiento físico:



Fuente: Elaboración propia.

**Recolección de datos** Se investiga a cerca del estado del crossfit en Popayán en búsqueda de un diagnóstico, la recolección de datos es adquirida por medio de la observación de los sitios donde se practica, fotografía y video, entrevistas y encuestas, de esta forma tenemos las siguientes subcategorías:

## Observación a los deportistas principiantes y avanzados

Los deportistas avanzados en algunos casos hacen un WOD diferente y están alejados de los nuevos, lo cual impide que los novatos tengan un referente visual en el momento de realizar sus ejecuciones.

Figura 15: Deportistas principiantes en el Fitness Gym.



Fuente: Elaboración propia. Julio 2013

## Encuesta: Diagnóstico de medios y acceso a la información.

Como una forma de complementar la investigación y hacerla más exegética se les realizó una encuesta a deportistas escogidos al azar de algunos box de Popayán, enfocándolas en los centros de acondicionamiento donde se pudo observar empíricamente que hubo la inclusión del "Crossfit" en sus rutinas, gracias a esta encuesta pudimos obtener las siguientes conjeturas:

- Se observa un resultado de los deportistas de Popayán y el acceso a la información frente a las principales páginas de crossfit a nivel mundial.
- Se observan los limitantes para su público deportista, arrojando datos, los cuales no son muy positivos para el futuro del deporte y para sus actores los cuales se mueven alrededor de este.

En medida que la investigación avanzaba se consideró pertinente para la triangulación de la información recopilar las expectativas, perspectivas y capacidades de los deportistas que habían tenido algún tipo de acercamiento a la disciplina por lo que se elaboró una encuesta que lograra recoger dichas percepciones, consistió en ir a los centros de acondicionamiento físico (Box) observar a los participantes y una vez terminado su circuito de ejercicios abordarlos con la encuesta, la cual arrojó los siguientes resultados:

Fuente: Elaboración propia. Marzo 2014



Figura 16: Deportistas femeninas en el Fitness gym.

Anexo 1: Encuesta del público "crossfiter" en Popayán y el acceso a la información.

**Resultado de la encuesta:** Los resultados aquí obtenidos fueron fruto de un grupo focal escogido en el box "Strenght Fit", el cual es el de más alto nivel de la ciudad de Popayán, ya que su entrenador, Edwin Martínez es el único capacitado con nivel 1 por Crossfit en esta ciudad, lo que permitió poner a prueba la encuesta para aplicarla en los demás box de la ciudad. A continuación se presenta la información por porcentajes de resultados en tanto que el valor mínimo es 0% y el máximo de 100%, los valores corresponden al número de participantes que respondieron o marcaron una de las opciones dentro de la encuesta:

Desde una perspectiva más particular, podemos apreciar según los datos recogidos, que el principal medio por el cual se ha dado a conocer el crossfit en Popayán, es en el que el objeto emisor es el público que conoce este deporte. También que la segunda fuente de comunicación está dividida, entre los comentarios acerca de este deporte y sus ventajas. Podemos ver que más del 50% de los deportistas buscan este deporte por salud, el 73% busca bajar de peso, otra gran cantidad busca mejorar su apariencia y adquirir fuerza y masa muscular. Una mínima cantidad lo acoge como complemento de otros deportes y para ejecutarlo como nivel de competencia.

Una tercera parte de los deportistas encuestados son principiantes, estos llevan menos de 6 meses practicando este deporte, una cuarta parte llevan un promedio de 7 meses a un año, y un 40% llevan más de un año de práctica, por lo que se puede inferir que un 60% de los deportistas es un público aficionado, el cual tiene un conocimiento básico del deporte y de sus correctas ejecuciones y buscan un medio de ejercicio, principalmente para estar en forma y ganar masa muscular. Asimismo, podemos observar que el 86% del público deportista de la ciudad de Popayán conoce tutoriales o medios para practicar crossfit; un 46% los conoce por páginas web y de video y un 40% por redes sociales. Entre este público que responde afirmativamente al conocimiento de medio el 60% ha utilizado comentarios personales, tales como:

- Se puede ver la técnica.
- Está incompleto
- No hay contenido en español

De la misma manera, una cuarta parte de los conocedores de estos medios lo considera muy útil, una tercera parte lo considera útil y un 40% poco útil. Un 76% del público total sigue este deporte por medios digitales, un 60% en páginas de YouTube, el 53% por Facebook y un 46% por Instagram, además de esto, un 20% lo sigue por otras páginas web. Aunque ninguno de los encuestados dijo conocer medios impresos.

Los limitantes que tienen, principalmente es el idioma con 46%, una cuarta parte encuentra dificultades en la búsqueda, un 40% tiene inconvenientes con el acceso a la información, solo a un 6% no le interesa apoyarse en estos medios, aunque a ninguno de los encuestados, estas plataformas comunicativas les parece aburrida. Con esto ob-

servamos que los medios digitales han tenido mucha fuerza en el público "crossfiter" de la ciudad de Popayán, aunque un amplio número de deportistas tenga problemas al acceder a la información y problemas por el idioma.

## Entrevistas con los deportistas:

En este punto se consolidó un proceso comunicativo con los deportistas de la ciudad de Popayán, tanto en los box, en las competencias nacionales (Box tour – Medellín 2014) y en las competencias locales (En el complejo deportivo y en el Fitness Gym) con el fin de conocer sus dudas en el deporte, su transición y como estos se observan en la práctica, tanto a nivel personal como general.

Figura 17: Box tour Medellín, 2014.



Fuente: Elaboración propia. Julio 2013

## Entrevista a los coach de Popayán

### Jefry Ruiz



Es coach y deportista élite con experiencias en diferentes competencias nacionales, es oriundo de Barranquilla pero lleva 6 años en Popayán, de los cuales 3 ha dedicado a practicar y enseñar el deporte, actualmente se desempeña como coach en un box ubicado en el centro de acondicionamiento "Strength Fit".

Figura 18: El "Coach" Jefry Ruiz en el momento de la entrevista.

Fuente: Juan José Vidal. Octubre 2016.

### Edwin Martínez



Es el único coach con certificación de crossfit, es entrenador hace veintidós años y conoció el crossfit hace cuatro años, piensa que lastimosamente se aprendió en Popayán empíricamente.

Figura 20: El coach certificado Edwin Martínez siendo entrevistado.

Fuente: Juan José Vidal. Octubre 2016.

### Oscar Fernández

Es deportista local y coach, su carrera no tiene nada que ver con entrenamiento deportivo, el deporte es su pasión, siempre se ha movido en deporte, fútbol, gimnasio y artes marciales.

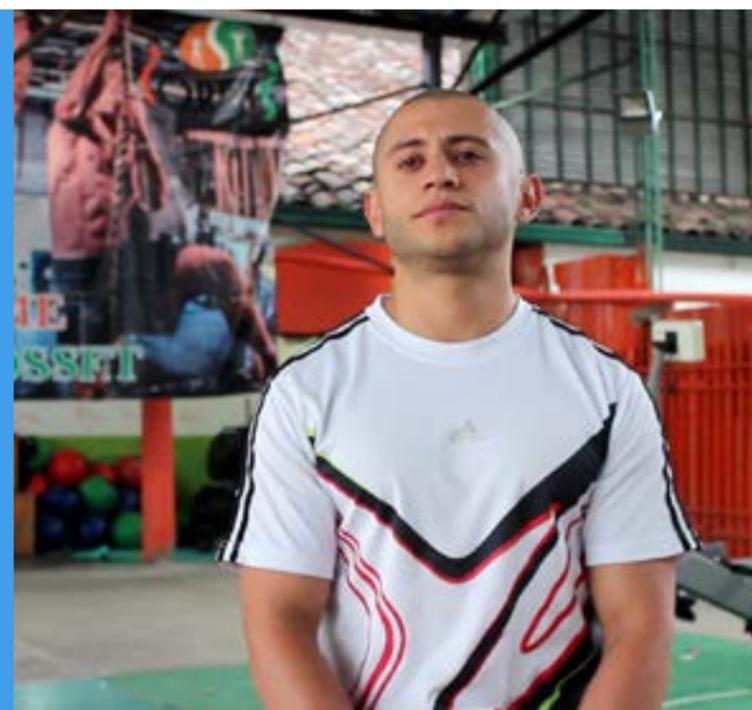


Figura 19: el deportista y coach Oscar Fernández siendo entrevistado.

Fuente: Juan José Vidal. Octubre 2016.

## Conclusiones preliminares

El resultado de las encuestas dejó algunas conclusiones preliminares, como que en Popayán, los entrenadores de crossfit son conscientes de que el nivel es demasiado bajo. La técnica ha sido un factor necesario, negado para la población local, por la falta de recursos comunicativos. Asimismo, los deportistas han tenido que perfeccionar empíricamente las ejecuciones, pasando en algunos casos a ser estos mismos coach de crossfit, heredando el conocimiento que consiguieron ellos mismos, concuerdan que el nivel en Popayán es demasiado bajo, comparado con el resto de Colombia, donde hay lugares con la información necesaria para enseñar este deporte.

Anexo 2: Entrevista a los coach de Popayán.

# HERRAMIENTA 1

## Estudio del entorno externo

El estudio del entorno externo permitió crear una eficiente herramienta para identificar las circunstancias, permite construir una base de información para guiar la investigación. Se obtienen información sobre el proyecto con respecto a su entorno en términos de: Amenazas y vulnerabilidades, oportunidades y tendencias y pronósticos; a su vez permitió crear un análisis a partir de las siguientes categorías:

Figura 21: Categorías para el análisis del entorno.



Fuente: Elaboración propia, 2017

### Demográfico.

- **El sitio:** Existen 6 box en Popayán, los cuales cuentan con un espacio establecido para la práctica de este deporte:
  - Fitness Gym
  - Strengh Fit
  - Corpus Gym
  - TNT
  - Complejo deportivo
  - Gimnasio Azzul
- **La gente:** Para la cantidad de gente que practica otros deportes, el público crossfiter es relativamente bajo, está integrado por un promedio del 5% del público total de los gimnasios donde hay box.
- **Género:** El género crossfiter de Popayán está muy bien distribuido entre hombres y mujeres, con un promedio que oscila entre 50%, 50%
- **Edad:** Los rangos principales de edad están entre los 20 y 35 años.

### Económico.

- **Precio:** En Colombia, los box que cuentan con certificación, su mensualidad oscila entre los 250.000 pesos, comparado con esto, los box en Popayán tienen un costo relativamente bajo, ya que su promedio está entre los 100.000 pesos.
- **Insumos:** El precio de la alimentación es elevado, ya que se recomienda una ingesta de mínimo 5 comidas diarias. Además del consumo de suplementos, principalmente proteína y aminoácidos, los cuales, dependiendo de la marca y calidad, pueden costar desde 200.000 pesos hasta 700.000 pesos mensuales.
- **Equipo:** Principalmente constituidos por las marcas "Reebok" y "Rogue", los cuales ofrecen un equipo completo, el cual consta de:

- Zapatillas de atletismo
- Zapatillas de crossfit
- Zapatillas de halterofilia
- Pantalóneta

- Medias para escalar cuerda
- Bandas rodilleras
- Pantalón de lycra
- Camisetas
- Muñequeras
- Guantes

- **El box:** Debe tener un equipo adecuado, con una buena iluminación, sonido, un tablero en el que se lleva un registro, además de incluir los WOD diarios y un piso de caucho, necesario para poder recibir el impacto de las pesas. Asimismo debe contar con un equipo de halterofilia medido en libras:

- Barras
- Discos
- Mancuernas
- Mancuernas rusas

También debe tenerse a disposición un equipo de gimnasia, compuesto por una jaula, la cual incluye:

- Jaula
- Barras
- Anillos
- Barras dobles para fondos

Por último, el equipo de funcional que consta de:

- Cajas para saltar
- Balones medicinales
- Cuerdas para saltar
- Cuerdas para escalar

- **Ser legal:** Para ser afiliado, debe pagarse a crossfit, un valor aproximado a los 3.000 dólares anuales (Hernández, 2015). Además de la certificación del coach, la cual tiene un valor de 1.000 dólares por nivel según información de la página web "training Crossfit"

### **Político.**

- **¿Deporte o método de entrenamiento?:** Crossfit es creado como un sistema de entrenamiento físico, aunque también es un deporte, el cual tiene sus propios juegos "Crossfit Games", los cuales incluyen un reglamento, clasificaciones y técnicas en específico.

- **Crossfit internacional:** Es reconocido por la marca "Crossfit", la cual tiene los derechos y sistemas de información, los cuales están incluidos en una plataforma para el público afiliado, además de certificación para los entrenadores (coach) y jueces.

- **Ser Legal:** Para esto hay algunos requerimientos:

- El box debe pagar anualmente para estar afiliado; con esto "Crossfit" le brinda un nombre al box, un registro y las guías necesarias para estar actualizado.
- El coach debe certificarse como entrenador para esto, los cursos son realizados por la marca crossfit.

### **Ecológico.**

- **Crossfit y el ambiente:** Se acomoda con el espacio externo, yendo muy bien con este, apropiándose del entorno como medio de entrenamiento metabólico, con ejercicios cardiovasculares, teniendo un espacio natural como reto.

- **La salud:** Crossfit es creado principalmente para mejorar la salud, incrementando capacidades físicas y buscando hábitos saludables, tanto en el entrenamiento, ritmo de vida y alimentación.

### **Social / cultural.**

Crossfit tiene grandes medios de información, aunque la mayoría de esta, está diseñada para medios internacionales, con un conocimiento general más amplio en lo que respecta a este deporte, el principal acceso a la información está restringido, ya que está dirigido a un público que paga un registro a la marca crossfit.

- **Problemas de comunicación.**

Las principales páginas de Crossfit en el mundo, poseen un lenguaje para un público con un conocimiento general. El recorrido de las páginas no está diseñado para adquirir un

conocimiento, sino más de entretenimiento y registro. Por esta razón, la información subida a diario, no se divide en temas en específico. De esta forma, encontrar ciertos temas de interés, subido hace algún tiempo es supremamente complicado.

Sin embargo, un gran limitante es que la información de las páginas a nivel mundial se encuentran en inglés, además que el lenguaje es completamente técnico, el cual es dirigido a personas con un amplio conocimiento en el crossfit, mas no está desarrollado como un material de introducción a los interesados en este tema, asimismo, la recopilación de la información es un poco extenuante, ya que no hay un orden y las páginas que tienen información de técnicas y ejecuciones se encuentran en un azar de elementos subidos a diario, por lo que reencontrar esta información es muy complicado con el paso de los días.

Fuente: [instagram: /crossfittraining](https://www.instagram.com/crossfittraining/), 2017.

Figura 22: Visibilidad de la disciplina en Instragam. 2017



• **Las plataformas internacionales y el público local:**

En la ciudad de Popayán, el público que ingresa al crossfit, lo hace como un medio de entrenamiento y de acondicionamiento físico, no por el conocimiento previo en el deporte e intentar seguirlo como un fanático de este. Muchos de los nuevos deportistas no conocen realmente que es el Crossfit como deporte, ni que tanto abarca. De esta forma, los ejercicios, las herramientas, la forma de nombrarlos y ejecutarlos son algo desconocido en una gran proporción del público local, la articulación a este medio y el lenguaje se transmite directamente en los box, donde se practica

este deporte con la intensidad de una hora diaria y el entrenamiento se realiza con una gran cantidad de deportistas y un solo entrenador, lo cual impide asesorías personalizadas.

El lenguaje de las plataformas internacionales es diseñado para un público que tenga un conocimiento avanzado en el deporte, tal como sucede cuando escuchamos de deportes como el futbol, el cual no nos enseñan los términos básicos ni reglamentación, solo incluyen al público, interpretando que este comprende la terminología utilizada.

**Tecnológico.**

- **Nuevos materiales:** Hay materiales utilizados tanto para la comodidad en las prendas y accesorios de los deportistas, como en los materiales de fabricación de las herramientas: ropa de secado rápido, guantes para toda clase de ejercicios, zapatos para ejecutar más cómodamente los ejercicios.
- **Nuevas herramientas:** Materiales desarrollados para una interface más adecuada entre el deportista y los ejercicios, buscando una mejor seguridad y desempeño, como diferentes barras, materiales no rígidos para las cajas de salto.
- **Nuevos ejercicios:** Hay una serie de ejercicios esenciales, los cuales son el pilar fundamental del crossfit, aunque también se acoge cualquier tipo de ejercicio y práctica deportiva, impidiendo la monotonía y exigiendo más a los deportistas

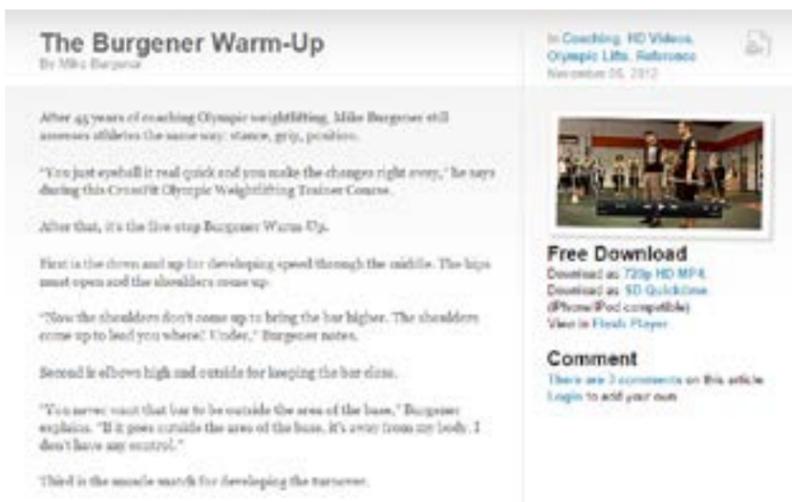


Figura 17: visibilidad del "Crossfit" por páginas web.

Fuente: [crossfit.com](http://crossfit.com), 2017.

Considerando como un primer diagnóstico de los medios de comunicación y el elemento empírico que proporciono las encuestas podemos concluir que el "Crossfit" tiene diferentes tipos de información, los cuales dan a conocer diversos aspectos frente al deporte, los cuales están divididos en:

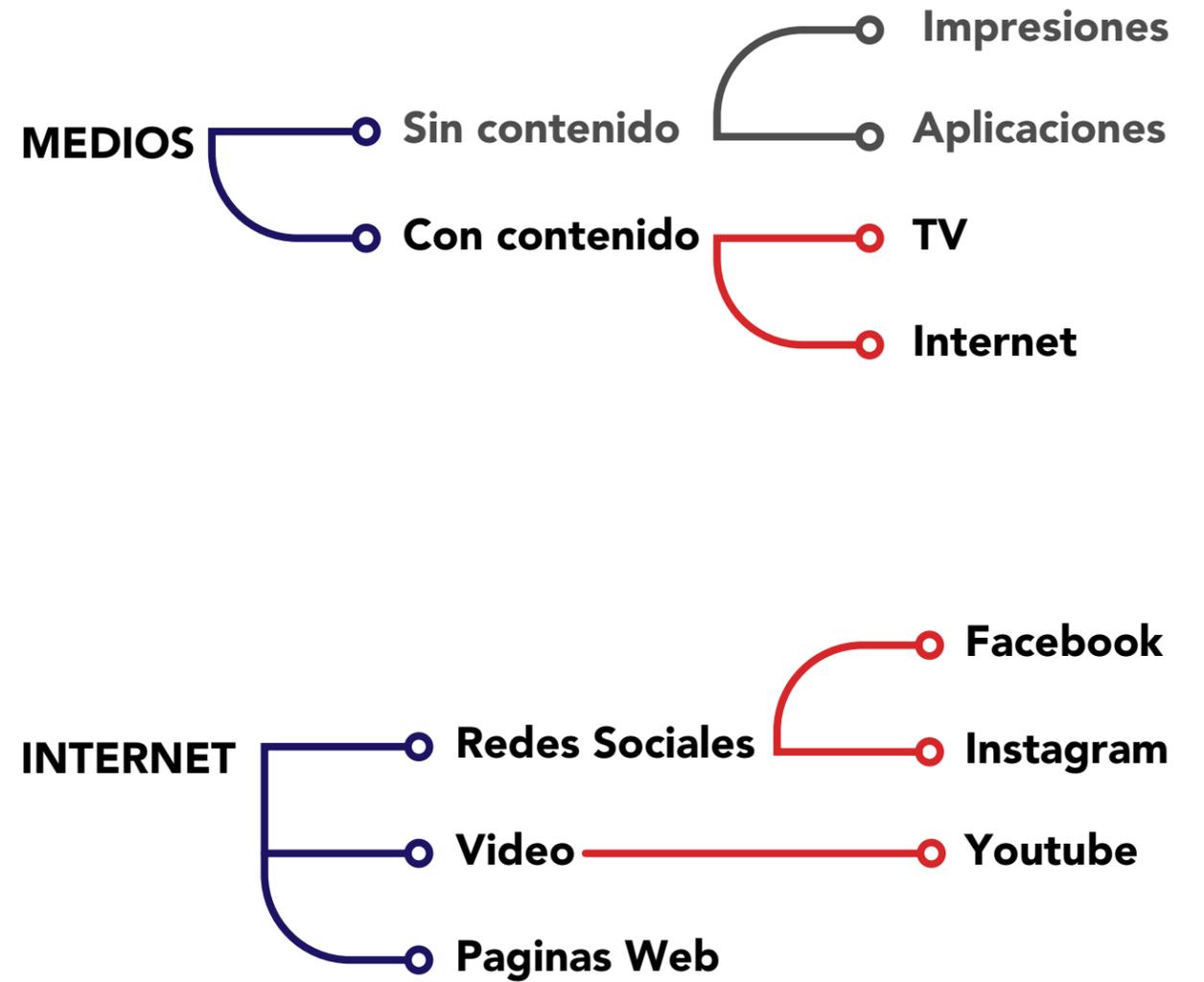
- Historia: cómo se creó el deporte, fechas en las que se creó, cuáles fueron sus inicios, los cambios que ha sufrido y la situación presente.
- Técnica: métodos y formas de ejecución de los ejercicios.
- Motivación: Los deportistas y su superación personal, algunos con limitaciones físicas, embarazo, sobrepeso, los cuales demuestran su progreso, además de tips y contenidos de superación y positivismo.
- Programación: espacio donde se publican los WODS a ejecutarse cada día, las fechas de competencias y la inscripción de los deportistas.
- Foros: foro abierto y respuestas a las preguntas más frecuentes, moderado directamente desde un personal de crossfit
- Artículos: artículos de interés, con respecto a técnica, nutrición, calentamiento entre otros.
- Competencias: Registro de los Crossfit Games.
- Registro: Imágenes de crossfit a nivel mundial, mostrando los box y sus participantes, competencias y deportistas realizando un entrenamiento.



Figura 23: Disposición en los medios de comunicación en materia de "Crossfit"

Fuente: Elaboración propia.

Figura 24: Principales canales de circulación de información



## Observación

### HERRAMIENTA 2

Otra herramienta que permite recopilar información sobre el entorno a estudiar y las dinámicas que allí ocurren. Se exploran y se registran aspectos de la situación que se quiere entender o profundizar.

#### Con este método se obtiene:

- Rutinas y patrones sobre el comportamiento de las personas en el contexto estudiado
- Atributos y variables del contexto (actores, objetos, espacios, tiempos, procesos, interacciones)
- Aumento del entendimiento del contexto y su relación con las experiencias de las personas estudiadas.

### Mosca en la pared

Es un método de observación general del contexto en la que el grupo investigador no interviene y afecta lo menos posible las dinámicas que ocurren:

1. En el año 2013 la investigación tiene un inicio en la observación en el gimnasio Fitness Gym, en el cual ingreso como practicante, haciendo parte del grupo deportista, además de tomar un registro del comportamiento y métodos aplicados para el desarrollo de las clases de crossfit.

En este sitio se observa uno de los primeros grupos, el cual comenzó a practicarse improvisando ejercicios que no estaban relacionados con crossfit, sino con funcional y

2. En enero del 2015 ingreso como practicante al Gimnasio Corpus, teniendo así otro punto de vista del estado del crossfit en los box de la ciudad de Popayán, viendo que se generan los mismos problemas de conocimiento. El espacio y la infraestructura eran inadecuados, la iluminación no

TRX. Los entrenadores no tenían el conocimiento adecuado de los nombres, y ejercicios. Se entrena con un equipo para crossfit aceptable, se cuenta con equipo de halterofilia, gimnasia y funcional con los pesos y medidas establecidas. Los ejercicios se veían por YouTube o por las competencias crossfit games, las cuales se sintonizaban por el canal ESPN. Después de analizar los ejercicios y la forma de nombrarlos se ponían en práctica en el box local, usando como técnica únicamente la observación.

era apropiada, el piso era únicamente de concreto. Las herramientas eran muy limitadas, ya que se contaba con un buen equipo de halterofilia, con las barras y los pesos indicados.

El equipo de gimnasia era deficiente, ya que no se contaba con una jaula. Única-



Figura 25: Entrenamiento en el Fitness Gym

Fuente: Elaboración propia. Marzo 2014

mente una estructura de barras de Street workout. El equipo de funcional, tal como las cajas para saltar o las mancuernas rusas, no cuenta con los tamaños ni pesos establecidos.

En cuanto al entrenamiento, el coach era un entrenador de halterofilia, brindando una buena capacitación en esta área, aun-

3. En abril del año 2015 ingreso al complejo deportivo, sitio en el cual una de las ramas de crossfit es muy bien aplicada (halterofilia). El espacio tiene una muy buena iluminación, buenos materiales para la práctica de halterofilia. Para los ejercicios funciona les, cuenta únicamente con cajas para saltar. Se desconocen muchos de los ejercicios que incorporan el crossfit y los ejercicios ahí ejecutados, son nombrados incorrectamente.

que desconociendo todas las demás, que rodean al crossfit. Los nombres y ejecuciones utilizados únicamente correspondían a la halterofilia, los cuales son muchos menos que en crossfit, además de no utilizar los demás ejercicios necesarios para la práctica de este deporte.

El desconocimiento ha hecho que se practique otro tipo de sistema de entrenamiento físico el cual erróneamente es llamado crossfit, y al desconocer un lenguaje adecuado las ayudas de crossfit por medios digitales son muy difíciles de conseguir y comprender.

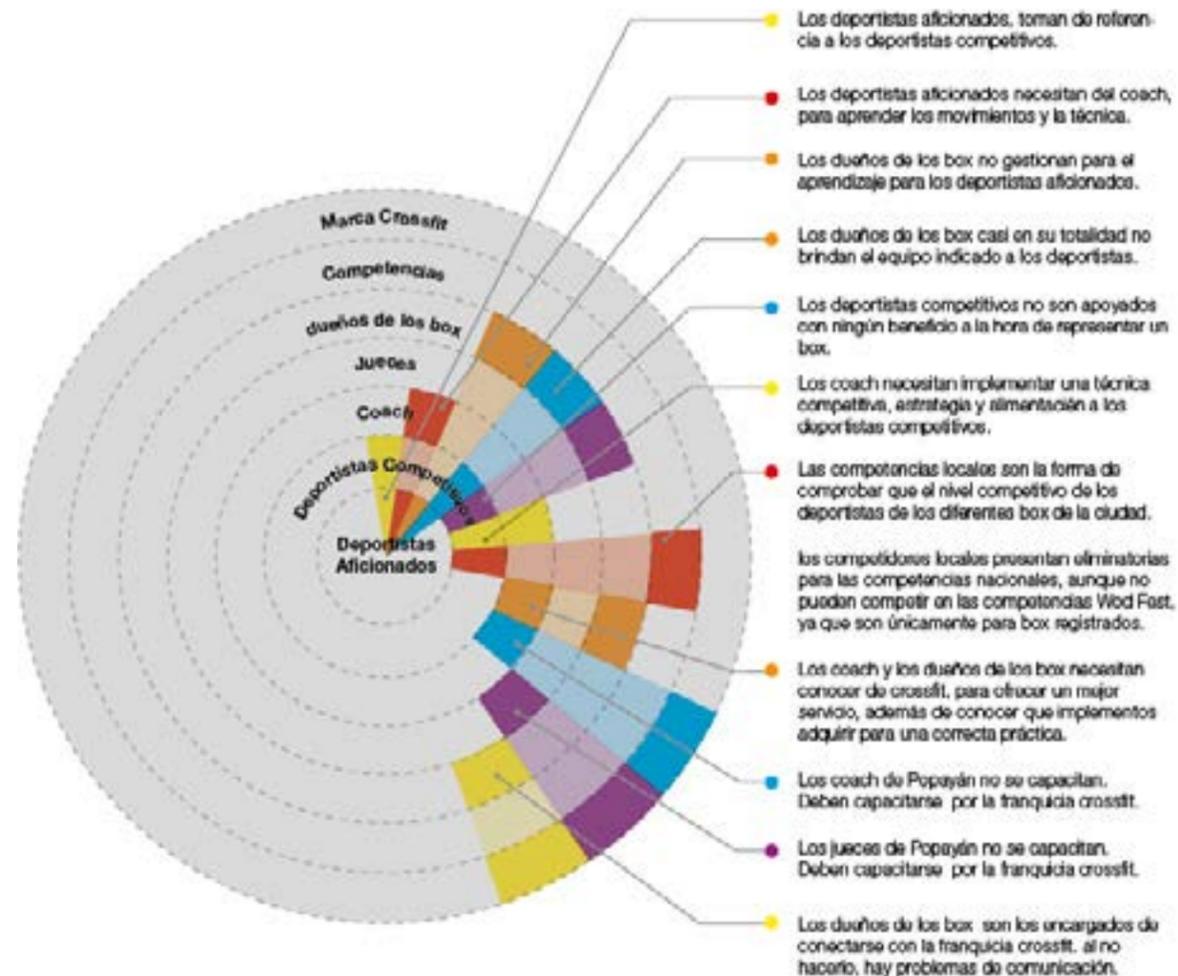
## HERRAMIENTA 3

# Mapa de actores

Se considera como una herramienta de representación que permite identificar, analizar y comunicar las dinámicas entre los diferentes autores involucrados en una situación, servicio o experiencia:

- Se obtiene una identificación de los actores.
- Roles responsabilidades e influencias

Figura 26: Mapa de Actores en la ciudad de Popayán



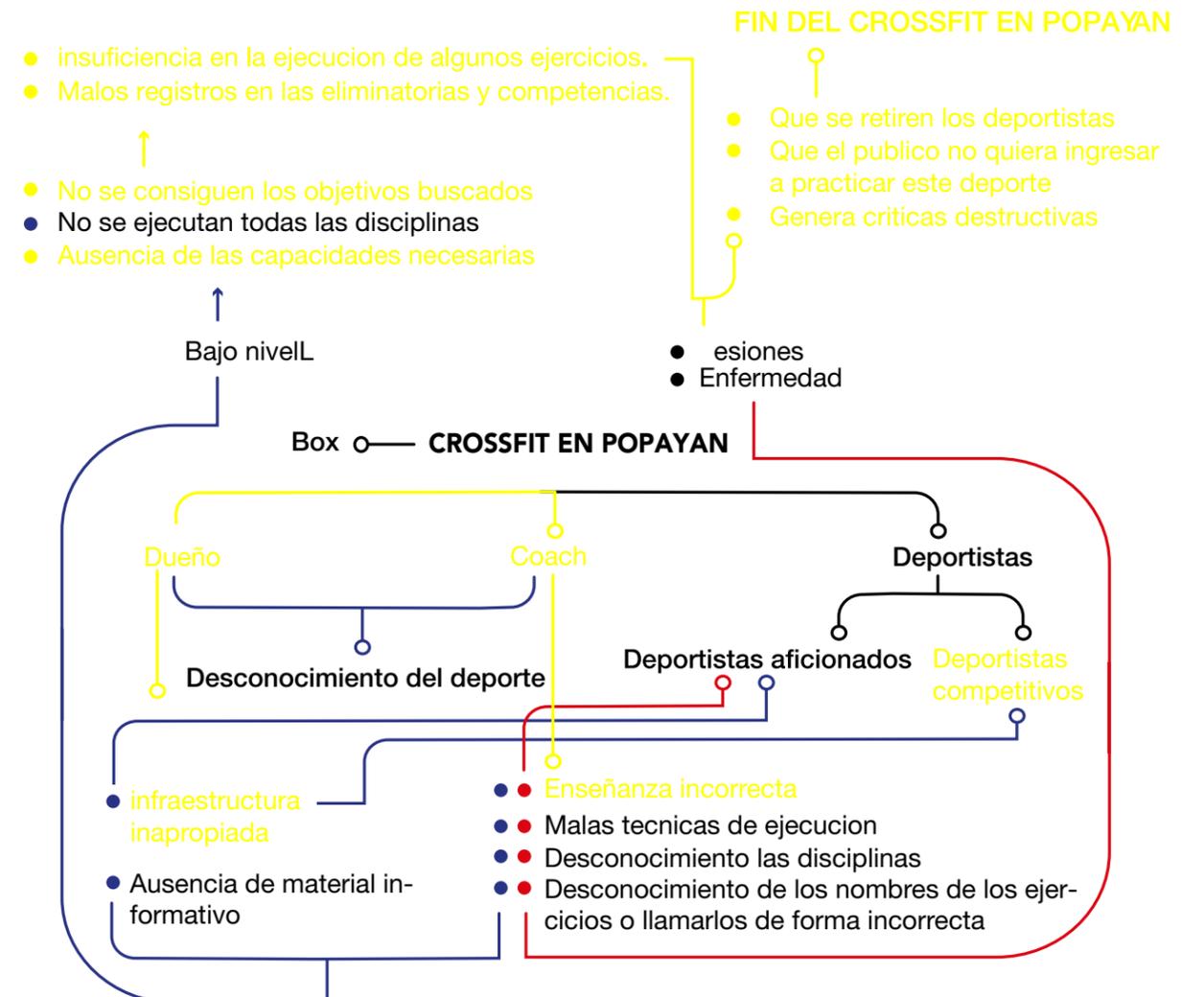
## HERRAMIENTA 4

# Análisis de causas y consecuencias

Esta otra herramienta tiene como objetivo profundizar en las razones y las implicaciones de un hallazgo identificado a través de procesos de investigación. De esta forma se obtiene:

- Un recurso para entender con mayor profundidad las causas y consecuencias de las situaciones identificadas
- Una lista de razones y consecuencias argumentadas por las cuales existen los problemas, necesidades, insights u oportunidades identificados.

Figura 27: Análisis de causas y consecuencias.



# Fase 2

## Practica:

Creación de piezas



Figura 28: Crossfiter local

Fuente: Lorena Velasco 2017



### Componentes de la estrategia de promoción

En esta sección se busca intervenir diferentes estaciones de práctica, de los principales ejercicios de crossfit dentro del box:

**Tiempo:** 4 semanas.

**Actores:** Deportistas aficionados y entrenadores

**Público:** Deportista aficionado.

**Lugar:** Gimnasio Corpus.

**Presupuesto:** Trescientos mil pesos

**Canales:** Aplicaciones visuales en diferentes zonas de ejercicio del box.

### Mensajes principales del proyecto:

Sistema de información que busca por medio de señales y símbolos, dar una comprensión fácil y eficiente, buscan orientar y guiar a una persona o un grupo.

- Identificar el ejercicio
- Ejecutar correctamente
- Evite lesiones.

## Medios:

- **BTL:** Son medios de bajo costo, están focalizados a un público específico, buscan una respuesta inmediata como también generar gran impacto a través de la sorpresa.
- **Señalética:** Sistema de información que busca por medio de señales y símbolos, dar una comprensión fácil y eficiente, buscan orientar y guiar a una persona o un grupo.

## Productos del proyecto:

Se define un producto visual, el cual tiene como objetivo mejorar la practica del crossfit, buscando aclarar problemas de comunicación dentro del box, ofrecer ayudas en la técnica y ejecución de los ejercicios, evitar lesiones y generar ayudas visuales dentro del box en el momento de la practica.

Este se divide en dos partes:

- **Productos de practica:** los cuales están distribuidos en el box y aclaran problemas en la practica del crossfit.
- **Productos instructivos:** Productos informativos del crossfit y la práctica, estos aclaran dudas frente a el crossfit, ademas sirven para aclarar el funcionamiento y la correcta aplicación de los productos de practica.

## Productos de práctica:

1. Indicadores de altura para wallball.



2. Indicadores de agarres para halterofilia.



3. Indicadores de salto para box jump.



4. Cintas de bloqueo.



5. Barrera para rodillas.



6. Huellas visualizadoras para halterofilia.



## Productos instructivos:

7. Visualización de beneficios de crossfit.
8. Cartel indicador de la posición de las manos para ejercicios y movimientos de halterofilia.
9. Material ilustrativo

## HERRAMIENTA 5

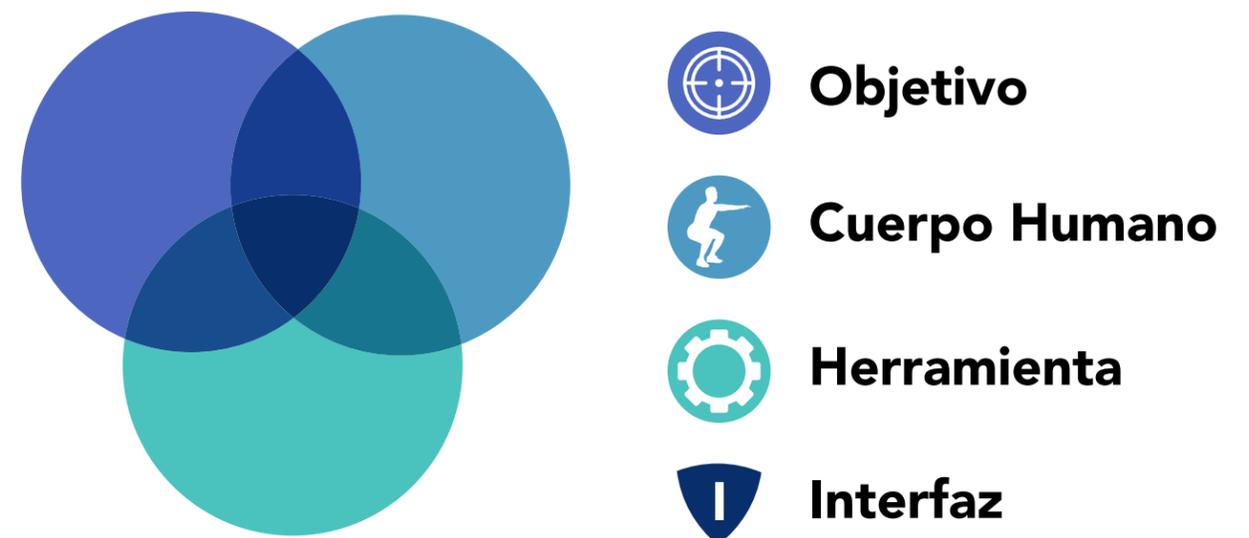
## Diagrama de Ven:

Esta herramienta permite definir relaciones lógicas y puntos en común entre diferentes conjuntos de información. Asimismo, se puede utilizar para analizar hallazgos en las interpretaciones de datos cualitativos. De esta forma se obtiene:

- Características comunes o divergentes entre diferentes conjuntos de información.
- Una visualización resumida sobre conjuntos de información y puntos en común entre ellos.

Por consiguiente, se ha elaborado una lista de productos BTL que como se mencionó anteriormente son medios de bajo costo que están focalizados a un público específico y buscan una respuesta inmediata como también generar gran impacto a través de la sorpresa.

Figura 29: Diagrama de Venn y los conjuntos de información



## Productos BTL:

### Productos de práctica:

1. Los deportistas no tienen clara la altura indicada para el lanzamiento de los balones medicinales, los cuales deben tener una altura estándar, con una diferencia entre hombres y mujeres, el buen señalamiento permite la siguiente interacción:

Figura 30: Correlación de resultados con el primer producto



### Producto:

## Indicadores de altura para wallball.

Se realizó una señalización en un muro en vinilo que indique la altura de lanzamiento, esta señalización fue hecha con vinilo adhesivo, la cual marca las alturas correspondientes para el lanzamiento de los balones medicinales. De esta forma, al indicar la altura, el ejercicio se trabaja de una mejor forma. Se evita la improvisación por la altura y se señalan las medidas internacionales o estandarizadas por la marca, tanto para un entrenamiento, como para una eliminatoria o una competencia. (Ver siguiente gráfica):



## Criterios de diseño:

### Forma:

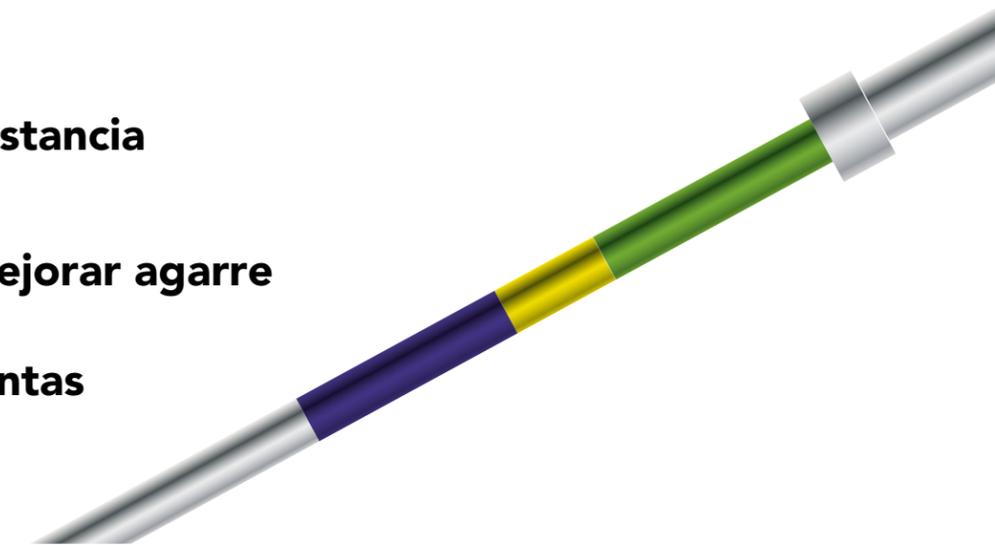
Se escogen los círculos como figura geométrica, la cual busca asimilar la forma de dianas, las cuales sirvan como objeto de puntería.

### Color:

Se escogen colores aplicados a la estética deportiva en los gimnasios, buscando tonos acordes con la implementación deportiva, además de ofrecer un buen contraste entre cada una de las alturas, impidiendo posibles confusiones entre estas.

2. La técnica de halterofilia tiene diversas distancias de agarre para la ejecución de los ejercicios, las cuales no tienen una marcación para el reconocimiento de estas. Esto causa que los nuevos deportistas no conozcan la distancia correcta para la ejecución de los ejercicios. El correcto posicionamiento del cuerpo con los elementos permite la siguiente interacción:

Figura 31: Correlación de resultados con el segundo producto.



## Producto: Indicadores de agarres para halterofilia.

Se realizó una marcación a especie de Indicadores de los diferentes agarres en la barra de halterofilia, para esto, se marcaron las diferentes zonas para el agarre de los ejercicios de halterofilia, que registren las distancias para la ejecución de los ejercicios. Los deportistas al ver esto, reconocieron su utilidad. Se divide en tres colores:



- Azul: espacio establecido para la cargada, funciona en algunos ejercicios como el deadlift, clean y thruster, también es la distancia inicial para ejecutar un clean and jerk.
- Amarillo: distancia establecida para los movimientos en los cuales la barra descansa en la clavícula y se prepara para el movimiento de brazos, situándola arriba de la cabeza, tales como un jerk, push press, shoulder press y front rack lunge.
- Verde: distancia establecida para movimientos con bloqueo de brazos, como un overhead squat o un snatch.

### Criterios de diseño:

#### Forma:

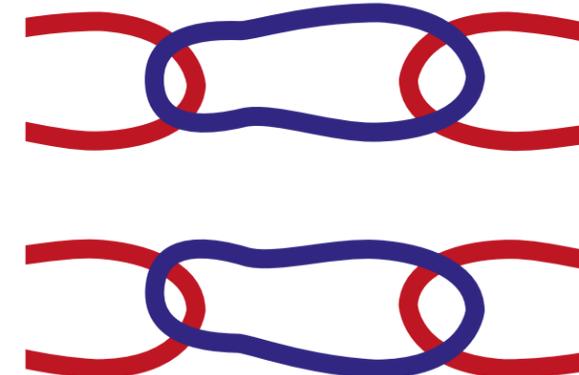
Se escogen diversos colores, posicionados directamente sobre la barra, lo cual crea una interacción entre el color y las manos, señalando los espacios correctos para su uso.

#### Color:

Se escogen colores primarios, los cuales hacen referencia a los discos de halterofilia, en este caso, dos colores primarios y su color complementario, los cuales ofrecen un adecuado contraste.

3. Los box jumps es un movimiento muy importante en el crossfit, aunque en muchas ocasiones no se ejecuta correctamente, ya que se puede desconocer la distancia en la que deben caer los pies en el salto, un box jumps realizado de forma adecuada permite:

Figura 32: Correlación de resultados con el tercer producto.



## Producto: Indicadores de salto para box jump.

Indicadores en vinilo adhesivo, los cuales muestran el espacio correcto en el que deben caer los pies en la caja para saltar, mostrando cuando es válido y cuando no. De esta forma los vinilos se colocaron, con el fin de visualizar el ángulo correcto del salto en la caja, ofreciendo más seguridad, evitando posibles caídas. Además se incluye la posición correcta de los pies en el salto, lo cual hace el movimiento válido, como también ilustrando su forma negativa, en el cual el movimiento no se ejecuta correctamente y no es válido.



## Criterios de diseño:

### Forma:

Figuras de huellas, las cuales se utilizan para seguir los pasos, en este caso utilizadas para mostrar la correcta posición a la hora del salto, ilustrando correctamente el ejercicio

### Color:

Azul: color que contrasta muy bien con la caja, además es usado en otros productos para indicar un buen movimiento de pies

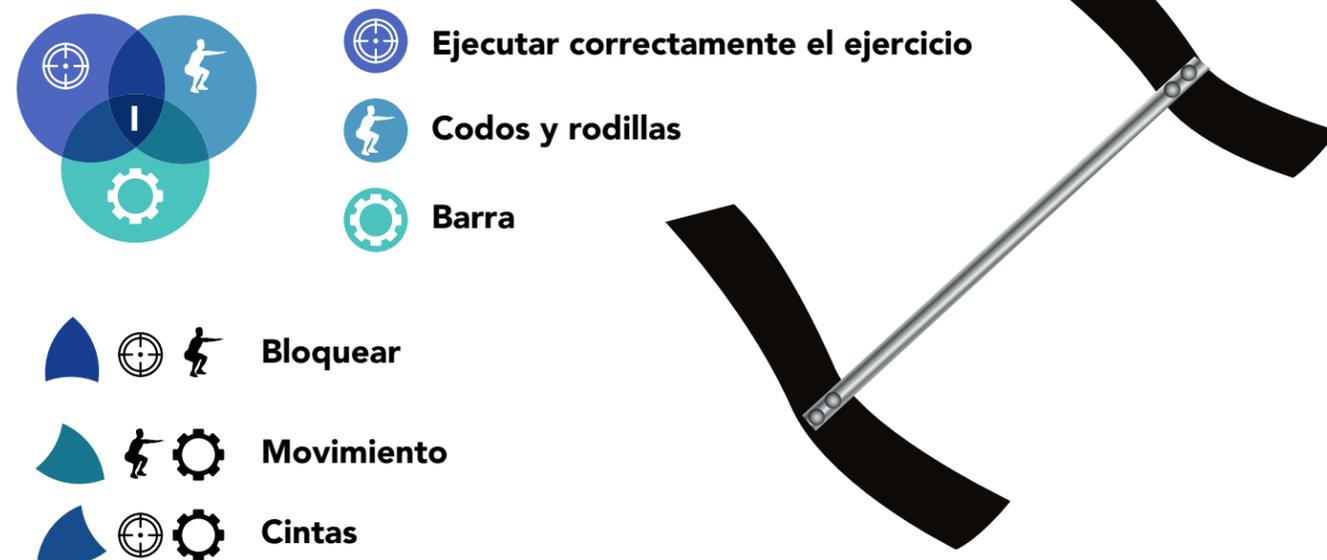
Rojo: color de precaución, sirve para indicar una ejecución negativa.

### Tipografía:

Helvética LT Std Bold Condensed.

Sans serif, tiene una muy buena legibilidad, además que tiene un estilo que asimila fuerza y dinamismo.

4. En diversas ocasiones, los deportistas buscan ejecutar los movimientos rápidamente, pero tras hacer esto, no logran ejecutar correctamente el ejercicio, ya que no alcanzan a bloquear los brazos y rodillas, el siguiente gráfico muestra la interacción que produce la correcta ejecución:



## Producto:

### Cintas de bloqueo.

Cintas para identificación de bloqueo en los ejercicios para codo y rodilla. De esta forma, se diseñan cintas que serán puestas en los brazos, las cuales, al estirarse completamente, ofrecen un sonido, el cual identificará que el movimiento ha sido ejecutado correctamente. Asimismo, se diseñan cintas para identificación de bloqueo en los ejercicios para rodilla que serán puestas en las piernas, las cuales, al estirarse completamente, ofrecen un sonido, el cual identificará que el movimiento ha sido ejecutado correctamente.



5. Los deportistas novatos, suelen ejecutar la sentadilla, posicionando las rodillas por delante de los pies. Esto, aunque es un movimiento calificado como válido, tiene problemas de salud, ya que puede provocar lesiones.

Figura 34: Correlación de resultados con el quinto producto.



## Producto:

### Barrera para rodillas.

Barreras puestas a distancia de la punta de los pies, las cuales formaran un límite para las rodillas, sirviendo para diagnosticar una correcta posición en la sentadilla.



Figura 35: Barrera de sentadilla.

Fuente: Elaboración Propia. Agosto 2017.

Esta herramienta fue implementada con materiales muy livianos. Al tener contacto, de las rodillas con este, la barrera se dobla, impidiendo la incomodidad en la ejecución, además de posibles lesiones. El color azul en las huellas forma una identidad con los otros productos.

## Criterios de diseño:

### Forma:

Figuras de huellas, las cuales se utilizan para seguir los pasos, en este caso utilizadas como posición de inicio para utilizar adecuadamente la barrera, además de proponer una correcta posición de pies.

### Color:

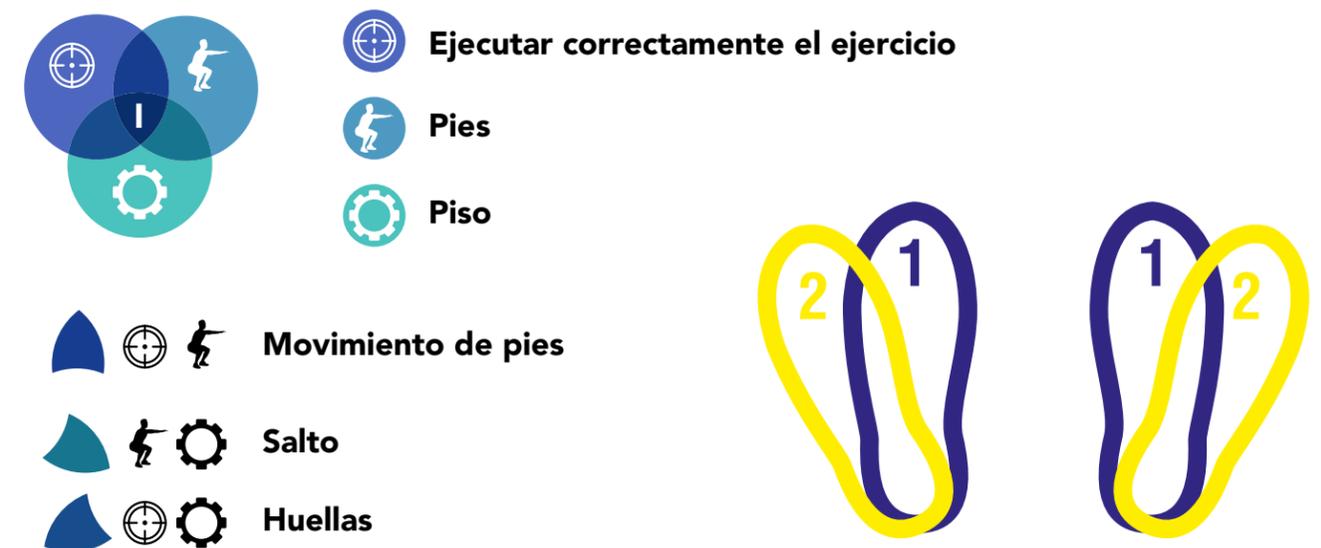
Azul: color que contrasta muy bien con el piso de la plataforma, ya que es en madera, es usado en otros productos para indicar un buen movimiento.

### Tipografía:

Se buscan tipografías sans serif, las cuales expresen, fuerza, velocidad y movimiento, aunque además se busca dar una imagen personalizada a los box, con la identidad ya manejada en estos sitios de entrenamiento.

6. En la halterofilia hay dos movimientos principales de los pies, uno en el empuje de la barra, y otro al recibir la sentadilla. Esto no es muy conocido y en muchas ocasiones solo se hace una posición de pies para ambos movimientos:

Figura 36: Correlación de resultados con el sexto producto.



**Producto:**  
**Huellas visualizadoras para halterofilia.**

Se diseñaron vinilos con forma de pie, puestos sobre el piso a manera de guía del movimiento en las dos etapas. La implementación de este producto fue muy bien apreciada por los deportistas y el coach, ya que ven una forma sencilla y práctica de como ejecutar el movimiento, además del correcto movimiento y ángulo de los pies en el salto. Se diseña con dos colores:



Azul: color con el que se han realizado todas las huellas de los otros productos, indicando una posición para los pies.

Amarillo: color ya utilizado en otros productos, indicando un movimiento. Este color tiene un buen contraste con el azul.

**Criterios de diseño:**

**Forma:**

Figuras de huellas, las cuales se utilizan para seguir pasos. En este caso, manejando dos posiciones a seguir.

**Color:**

Azul: como ya se viene manejando en este proyecto, ofrece una identidad junto con los demás productos.

Además este color es usado para indicar un buen movimiento.

Este color hace parte de una gama cromática aplicada en los colores de los discos de halterofilia.

Amarillo: es otro color usado en la halterofilia. Es otro color primario, el cual busca ofrecer un buen contraste con el color azul, indicando el segundo movimiento de la ejecución. Busca ser un color sin connotaciones que puedan crear ambigüedad en la comunicación.

**Tipografía:**

Helvética LT Std Bold Condensed.

Sans serif, tiene una muy buena legibilidad, además que tiene un estilo que asimila fuerza y dinamismo.

Se posiciona en el lugar de la ejecución, ofreciendo una mejor comunicación en el momento de la realización del ejercicio.

**Productos instructivos:**

- 7. Los box de Crossfit en Popayán, particularmente están ubicados dentro de los gimnasios, muchas personas ven la práctica del deporte, aunque muchos de estos no saben que se trata, así lo hayan escuchado, además no conocen los beneficios de esta práctica.

**Producto:**

**Visualización de beneficios de crossfit.**

Vinilo adhesivo, el cual visualice el crossfit y muestre los beneficios en las capacidades físicas obtenidas en la práctica de este deporte.

Figura 37: Muro con las capacidades físicas del crossfit



Fuente: Elaboración propia. Agosto 2017

**Evaluación:** Este material formó un espacio de reconocimiento dentro del gimnasio, en el cual algunas personas no sabían qué clase de deporte se estaba practicando, esto incrementó el interés del público por la práctica del deporte, además de ofrecer un lugar para algunas ejecuciones, las cuales se hacían en sitios al azar, tal como el handstand, push up, wallball, entre otros.

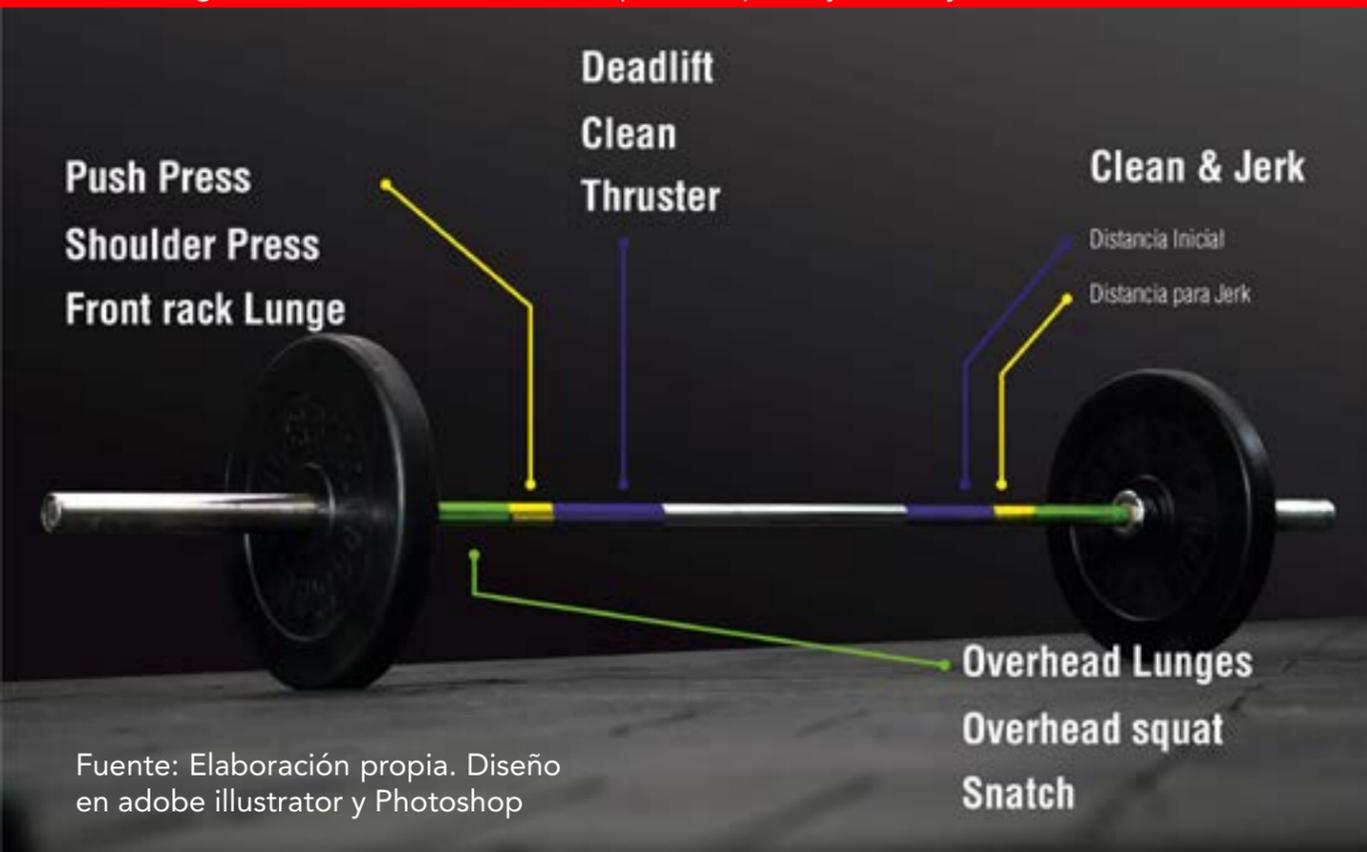
8. Se hacía necesario crear una interfaz, la cual haga una conexión entre los productos BTL y el público, haciendo con esto que la comunicación se realice efectivamente.

**Producto:**

**Cartel indicador para ejercicios y movimientos de halterofilia.**

Se crea un cartel que irá en el box, el cual sirve para reconocer la forma correcta del uso de los indicadores de agarres de halterofilia (producto numero dos). Este afiche fue puesto en el box, el cual da a conocer los nombres de los ejercicios de halterofilia y la posición correcta de las manos, mejorando así la ejecución (ver siguiente gráfico):

Figura 38: Cartel indicador de la posición para ejercicios y movimientos de halterofilia.



**Evaluación:** El cartel fue realizado en papel, a forma de afiche. Fue colocado dentro del box. Sirvió de aprendizaje de algunos ejercicios, ya que los deportistas interactuaron con el coach, preguntando por los ejercicios allí descritos y su postura de acuerdo a cada color.

9. Existe la necesidad de crear elementos que sirvan como referente visual de la ejecución de los movimientos. Este material será distribuido entre los deportistas principiantes de crossfit, vía e-mail, la cual se tomará en su registro al box.

**Producto:**

**Material con imágenes y la correcta de la ejecución de los movimientos.**

Figura 39: Material Ilustrativo de los movimientos



Fuente: Elaboración Propia. Diseñado en Adobe illustrator y Photoshop.

Este material puede ser impreso, aunque en esta prueba piloto fue entregado vía e-mail a algunos deportistas principiantes de la ciudad de Popayán.

10. El medio por el que se visualizan los wods en el box es un tablero. Esta es la referencia visual de los deportistas con el entrenamiento diario. Para esto es necesario la creación de una interface, la cual sea un conector entre los productos, como con los ejercicios del entrenamiento diario.

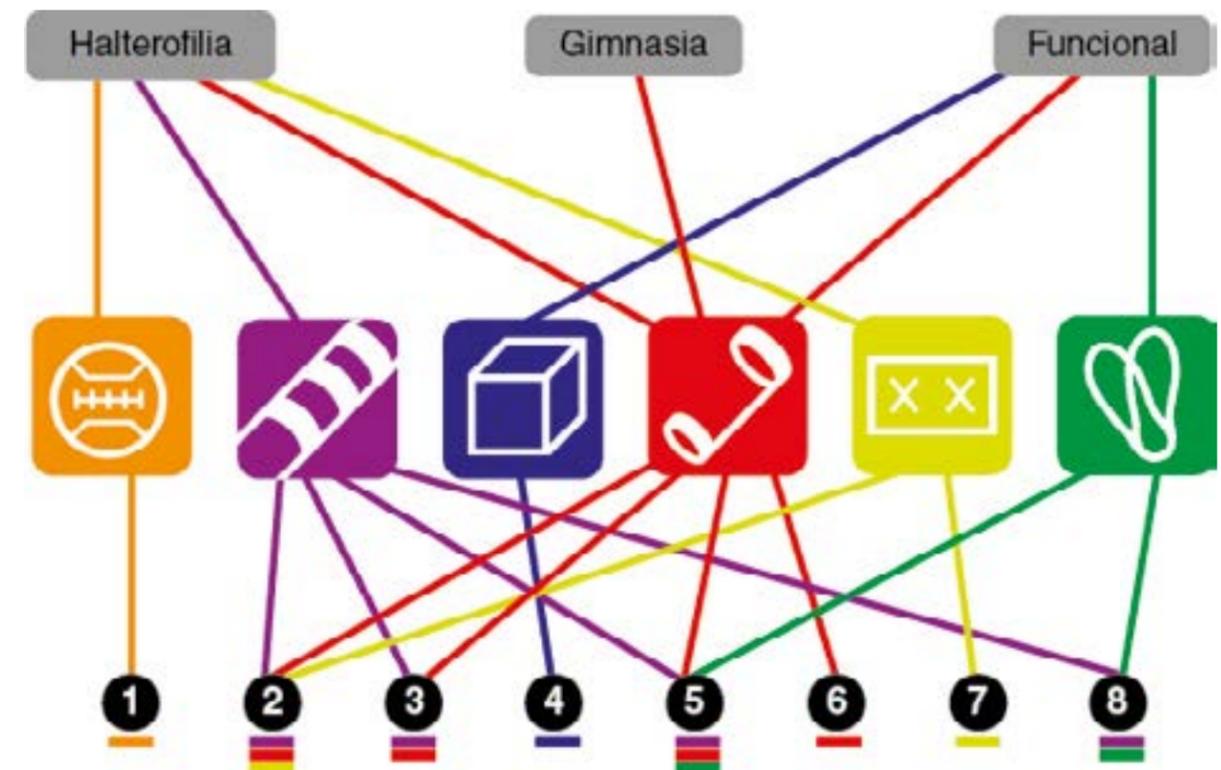
**Producto:** Se busca implementar una base metálica en el tablero, esta se ubica a la derecha. Se forman líneas guías. Sobre la parte metálica, los productos de práctica son graficados por convenciones, con estas se realizan imágenes imantadas, las cuales se ubican frente a los ejercicios, teniendo una referencia de cuales productos pueden ser utilizados de acuerdo a los ejercicios.

Figura 40: Tablero con convenciones

1. Back Squat = 78% 5x2	
Snatch Deflit: HS	
push press - 5x3 - 80%	
pull ups - 3x MAX (W)	
2. AMRAP 18 min:	
30 Thrusters (95/65)	
30 Box Jump	
30 D.U	
30 T, B	

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 41: Funcionalidad de los productos.



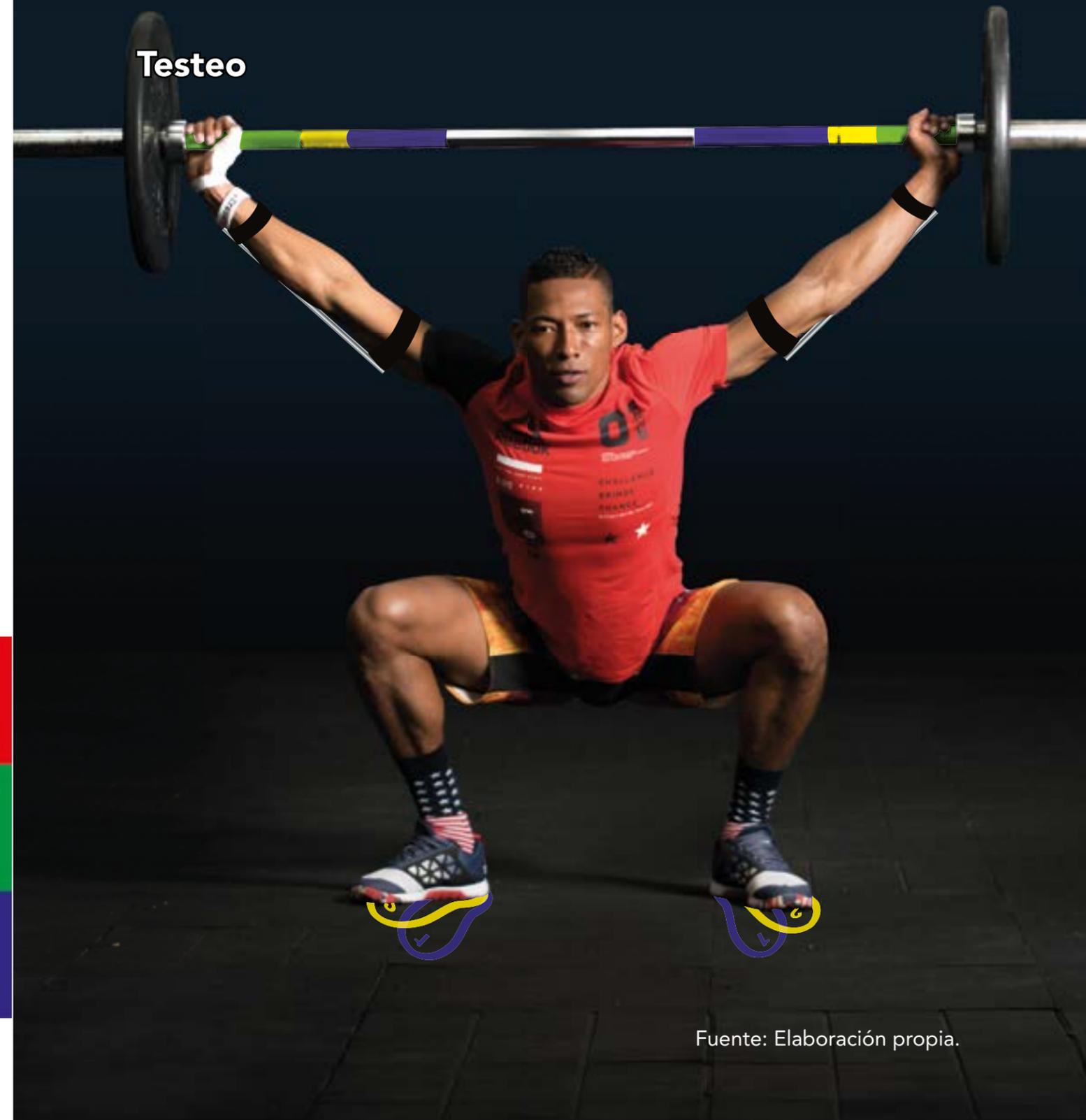
- 1 Wall ball
- 2 Overhead squat
- 3 Push press, Shoulder press
- 4 Box jump
- 5 Clean, Squat clean, Snatch
- 6 Pull up, Muscle up, Chest to bar, Handstand push up
- 7 Air squat
- 8 Squat

Fuente: Elaboración propia.

# Fase 3

## Estiramiento:

### Testeo



### Objetivo final de la metodología:

- Dar a conocer el material, ya que es funcional para todos los box de Popayán, ofreciendo una imagen personalizada en cada uno de estos sitios, manejando colores corporativos, incluyendo sus marcas y tipografías, además de analizar el espacio del box, administrando los elementos de una forma funcional en la zona de entrenamiento.
- Diseñar un material impreso, el cual será distribuido entre los posibles clientes, entre los que están los dueños de los box, los cuales lo deseen implementar, como en los coach. Se realizará un instructivo de uso, el cual evidencie la utilidad y funcionalidad de los productos.

Figura 42: Material impreso. Cara 1 y 2

**Cintas de bloqueo.**  
Cintas para los brazos, que al estirarse completamente, emite un sonido, que identifica que el movimiento ha sido ejecutado correctamente.

**Indicadores de halterofilia**  
Permite identificar las medidas estándar de los agarres en la barra de halterofilia, permitiendo una adecuada ejecución.

**Huellas visualizadoras para halterofilia.**  
Vinilos con forma de pie. Guía el movimiento de empuje de la barra, y al recibir la sentadilla.

**Barrera para sentadilla**  
Formaran un límite para las rodillas. Sirve para diagnosticar una correcta posición en la sentadilla.

**Indicadores de box jumps.**  
Muestran el espacio correcto en el que deben caer los pies en la caja. Muestra cuando el movimiento es válido y cuando no.

**Medidas de wallball**  
Masculinas y femeninas tanto para un entrenamiento, como para una eliminatoria o una competencia.

**Material de apoyo para el coach**  
Dirigido a los deportistas novatos de crossfit

**Material de apoyo para el coach**

1 Wall ball  
2 Overhead squat  
3 Push press, Shoulder press  
4 Box jump  
5 Clean, Squat clean, Snatch  
6 Pull up, Muscle up, Cheat to bar, Handstand push up  
7 Air squat  
8 Squat

## Diferencial semántico:

Se realizó una encuesta, buscando un resultado en las herramientas planteadas para los deportistas principiantes de crossfit.

Los resultados arrojados por el diferencial semántico fueron:

### Estiramiento: Análisis en la ejecución de los productos

Por lo general, los productos tuvieron una buena acogida, fueron algo que causó curiosidad, tanto entre los deportistas como el coach. Estos llegaron a la investigación en otras ejecuciones, buscando diversas utilidades, por ejemplo, las cintas de bloqueo de codo, las cuales fueron diseñadas para los ejercicios de halterofilia, y resultó muy útil y funcional en ejercicios funcionales y de gimnasia. Hubo algunos productos que al combinarlos con otros funcionaron de una excelente forma:

- Las cintas de bloqueo, los indicadores de agarres y las huellas visualizadoras fueron un excelente complemento para una ejecución total de los movimientos de halterofilia como un snatch o un clean and jerk.
- Las cintas de bloqueo, los indicadores de agarres y la barrera para las rodillas se integraron de muy buena forma para realizar correctamente un overhead squat.
- Las cintas de bloqueo y los indicadores de agarres ayudaron a la ejecución de un push press y un shoulder press.

Hay productos que tuvieron una buena acogida, tanto entre los deportistas como con el coach. El que tuvo mejor desempeño fue la cinta de bloqueo de codos, aunque irónicamente la cinta de bloqueo de rodillas, que es muy parecido al de codos, fue la única que no tuvo acogida, ya que fue completamente ignorada y ni siquiera la utilizaron.



### Indicadores de altura para wallball.

Expectativa ●

Deportistas ●

Coach ●



## Indicadores de agarres para halterofilia.



## Indicadores de salto para box jump.



## Cintas de bloqueo.



## Barrera para rodillas.



## Huellas visualizadoras para halterofilia.



## Evaluación de los productos btl

Después de la aplicación de los anteriores elementos y productos descritos en las páginas anteriores se hizo una fase evaluativa para medir la percepción de los deportistas tanto principiantes como expertos, la percepción de los entrenadores y los espectadores del ejercicio.



## Indicadores de altura para wallball.



Figura 44: Indicadores en vinilo para el lanzamiento de balones medicinales.

**Evaluación:** El muro fue una muy buena estrategia para visualizar las alturas correctas del wallball, desde que fue realizado, es totalmente aceptado y utilizado; incluso como medio de entrenamiento externo al crossfit.



### Indicadores de agarres para halterofilia.



Figura 45: Ejecución de la marcación en vinilos.

Fuente: Elaboración propia. Agosto 2017

**Evaluación:** La marcación de agarres de halterofilia es funcional, los deportistas tuvieron una guía visual para poder ejecutar los movimientos de halterofilia, además que se complementa muy bien con el producto número 8.



### Indicadores de salto para box jump.



Figura 46: Cajas para saltar con indicadores de valido y no valido.



Fuente: Elaboración propia. Agosto 2017

**Evaluación:** Los deportistas comprendieron un ángulo correcto de cómo utilizar la caja. Algunos comprendieron cuando un movimiento es válido y lo corrigieron, ya que algunos manifestaron ejecutarlo de manera errónea por desconocimiento.



## Cintas de bloqueo.



Fuente: Elaboración propia. Agosto 2017



Figura 47: Ejecución de ejercicio con las cintas de bloqueo para codo.

**Evaluación:** Las cintas para codo tuvieron una acogida muy especial, ya que tanto el coach como los deportistas querían utilizarla, pudieron dominarla con facilidad. El coach pidió la creación de más de estas, ya que quiere implementarla con diversos deportistas al tiempo en sus clases.

Hubo ejercicios implementados por el coach, buscando nuevos usos para esta herramienta, por ejemplo, sostener el bloqueo en la realización de un overhead squat, involucrando gimnasia con pull ups, chest to bar y muscle ups, además de incluir ejercicios funcionales como un handstand push up. La cinta para rodillas no fue tenida en cuenta, ya que no sintieron una necesidad directa con este objeto, siendo ignorada totalmente.



## Barrera para rodillas.

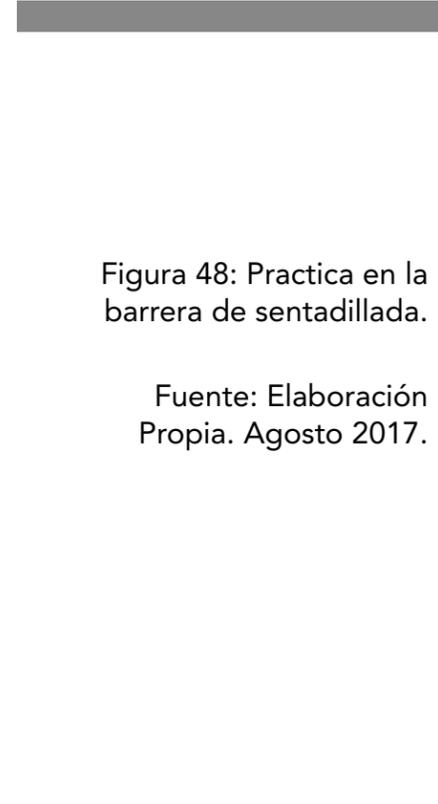


Figura 48: Practica en la barrera de sentadillada.

Fuente: Elaboración Propia. Agosto 2017.

**Evaluación:** El material fue de mucho agrado para el coach, ya que para él. La sentadilla es un movimiento fundamental en la halterofilia, y esta herramienta es muy fácil de utilizar y evitar lesiones. Para los deportistas principiantes fue útil, y utilizado, aunque no con frecuencia, ya que encontraron más atractivos otros productos.



## Huellas visualizadoras para halterofilia.



Figura 49: Visualizador de producto y ejecución de movimientos para sentadilla.

Fuente: Elaboración Propia. Agosto 2017

**Evaluación:** El producto fue muy fácil de comprender, ya que sin el coach, los deportistas entendieron su funcionamiento, poniéndolo en práctica antes de comenzar el entrenamiento diario.

Para el coach es muy útil, ya que se había intentado buscar medios indicadores de estos movimientos, pero colocando objetos, los cuales son incómodos, pueden provocar un accidente, ya que crean diferentes alturas, además de poder ser resbalosos.

## Conclusiones

Este proyecto me deja muchos conocimientos, descubriéndome como profesional, identificando diversos aspectos comunicativos, trabajando en la parte social, haciendo parte de los actores identificados en este proyecto, buscando soluciones, viendo más allá de la creación de piezas gráficas; planeando, identificando y solucionando, buscando soluciones desde el diseño, que mejoren la práctica y conocimiento del crossfit en la ciudad de Popayán.

Fue muy gratificante compartir una gran temporada con la comunidad crossfit de Popayán. Cuando comencé a practicar este deporte en el 2013, no teníamos bases concretas para la práctica de este. Lo poco que conocíamos iba siendo heredado a los nuevos deportistas de la ciudad.

El público en Popayán era muy pequeño, razón para que nos conociéramos los deportistas locales y buscáramos un apoyo mutuo, sin importar el box en el que se practicara. El desarrollo de este proyecto, me llevo a conocer mucho más acerca del crossfit, tuve la oportunidad de viajar a las más importantes competencias nacionales, conocer importantes deportistas nacionales, y llegar a competir, convirtiéndose no solo en mi trabajo de grado, sino como un estilo de vida.

Las necesidades por el material fueron evidentes entre el público deportista aficionado. Se evaluó la propuesta, teniendo un resultado con un buen impacto y acogida por los actores del proyecto.

Los productos siguen siendo utilizados en el box del gimnasio corpus, siendo utilizados como medios de aprendizaje en la ejecución de los ejercicios. El producto fue acogido, tanto por los deportistas como por el coach, formando una buena relación entre la práctica de la disciplina, como por los medios alternativos para el aprendizaje de este.

En Popayán, los entrenadores de crossfit son conscientes de que el nivel es demasiado bajo. La técnica ha sido un factor necesario, negado para la población local, por la falta de recursos comunicativos.

Asimismo, los deportistas han tenido que perfeccionar empíricamente las ejecuciones, pasando en algunos casos a ser estos mismos coach de crossfit, heredando el conocimiento que consiguieron ellos mismos, concuerdan que el nivel en Popayán es demasiado bajo, comparado con el resto de Colombia, donde hay lugares con la información necesaria para enseñar este deporte.

## Glosario

**Barbell:** Barra de halterofilia.

**Box:** Gimnasio donde se practica crossfit.

**Capacidades:** Cardio, resistencia, fuerza, flexibilidad, potencia, velocidad, agilidad, psicomotricidad, equilibrio, precisión.

**Coach:** Entrenador de crossfit.

**Crossfit games:** Competencias mundiales de crossfit.

**Crossfiter:** Persona que practica crossfit.

**Disciplinas:** Ejercicios funcionales, halterofilia, gimnasia olímpica, atletismo.

**Dumbbell:** Mancuerna.

**Ejecución:** Realización de un ejercicio.

**Jaula:** Estructura para realizar diferentes movimientos de crossfit.

**Kettlebell:** Mancuerna rusa (bola de hierro con un asa en la parte superior).

**Kipping:** Impulso.

**Halterofilia:** Deporte de levantamiento de pesas.

**Medicine ball:** Balón medicinal.

**No rep:** Repetición no válida en una ejecución de un ejercicio.

**Objetivos:** Salud, pérdida de peso, aumentar masa muscular, tonificar, fortalecer.

**Rep:** repetición.

**Ropes o Cuerdas:** Cuerda de fique, principalmente para trepar.

**Wod:** (workout of the day) Son las pruebas a realizar, ya sea en competencias, como en el entrenamiento.

## MOVIMIENTOS DE CROSSFIT

**Air squat:** Sentadilla al aire.

**Back squat:** Sentadilla trasera.

**Bar dip:** Fondos.

**Box jump:** Salto al Cajón.

**Burpee:** Ejercicio complejo con flexión y salto.

**Clean:** Cargada.

**Clean and jerk:** Segundo movimiento de halterofilia, la barra va desde el pecho hasta la cabeza.

**Chest to bar:** Dominada al pecho.

**Deadlift:** Peso muerto.

**Double under:** Doble salto con lazo.

**Front squat:** Sentadilla frontal.

**Handstand push up:** Parada de manos con extensión.

**Hang:** Movimiento que inicia con la barra fuera del piso, sino desde las rodillas.

**Kettlebell swing:** Balanceo con mancuerna rusa.

**L-sit:** Ejercicio isométrico con el cuerpo en L.

**Muscle up:** Posicionarse arriba de los aros o la barra subiendo en un movimiento.

**Muscle clean:** Clean de fuerza.

**Muscle snatch:** Arrancada de fuerza.

**Overhead lunge:** Tijeras con brazos bloqueados.

**Overhead squat:** Sentadilla con bloqueo de brazos.

**Pistol:** Sentadilla rusa (con una sola pierna).

**Power:** La barra se pone antes de la cadera y para iniciar se baja de las rodillas.

**Pull-up:** Dominadas.

**Push-up:** Flexión de pecho.

**Push jerk:** Movimiento de la barra desde los hombros hasta la cabeza, se impulsa la barra con las piernas y se agacha un poco.

**Push press:** Movimiento de la barra desde los hombros hasta la cabeza.

**Ring dip:** Fondos en aros.

**Rope climb:** Subir la cuerda.

**Shoulder press:** Movimiento de la barra desde los hombros hasta la cabeza sin impulso de piernas.

**Single under:** Salto con lazo.

**Sit up:** Abdominal en mariposa.

**Snatch:** Arranque.

**Sumo deadlift:** Remo alto desde el suelo.

**Thruster:** Combinación de sentadilla con push press.

**Toes to bar:** Tocar los pies en la barra con brazos colgando.

**Walking lunge:** Caminata con Tijeras.

## Referencias Bibliográficas

Agudelo Alvarez, N., & Lleras Echeverri, S. (2015). Herramientas para el salón. Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Arquitectura y Diseño, Departamento de Diseño.

Armstrong, G., Kotler, P., Mues Zepeda, A., Costal Pérez, M., Cavazos Arroyo, J., & Aguirre Milling, H. (2013). Fundamentos de marketing. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México.

Bonsiepe, G. (1999). Del objeto a la interface. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Eco, U., Baranda, L., & Claveria Ibáñez, A. (2001). Cómo se hace una tesis. Barcelona: Gedisa.

Fitness: Friday 180427. (2018). Crossfit.com. Retrieved 27 April 2018, from <https://www.crossfit.com>

García, J. (2005). Entrenamiento de levantamiento de pesas por el sistema de capacidades. (1st ed.). Monterrey: Universidad de Nuevo León.

Gobierno de Chile. (2005). MANUAL DE CAPACITACIÓN EN INICIACIÓN DEPORTIVA EN LEVANTAMIENTO DE PESAS. Santiago de Chile: Servisport Ltda.

Harrison Garrido J. (2010). El BTL, una alternativa publicitaria. Antiguo Cucsatlán. Universidad Dr. José Matías Delgado.

Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). Metodología de la Investigación (1st ed.). Montreal: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Morelos.

Herrera Barroso J. (2011). Diferencial semántico. Escuela de enfermería y obstetricia del centro médico quirúrgico. <https://es.slideshare.net/jaxxxg/diferencial-semntico>

Munari, B. (2016). Diseño y comunicación visual. Barcelona: Gustavo Gili.

Munari, B., & Artal Rodríguez, C. (2015). ¿Cómo nacen los objetos? Barcelona: Gustavo Gili.

Weinberg, R., & Gould, D. (2010). Fundamentos de psicología del deporte y del ejercicio físico. Madrid, España: Medica Panamericana.

## Referencias Webgráficas

### Páginas de internet:

Box tour. (24 Junio, 2015). BoxTour. Colombia. Disponible en: [www.boxtour.co](http://www.boxtour.co)

Crossfit. (14 Marzo, 2016). Crossfit. Estados Unidos de America. Disponible en: [www.crossfit.com](http://www.crossfit.com)

Crossfit Games. (20 Marzo, 2016). Reebok Crossfit Games. Estados Unidos de America. Disponible en: <https://games.crossfit.com>

Wodfest. (13 Mayo, 2015). Wodfest. Colombia. Disponible en: [www.wodfestcolombia.com](http://www.wodfestcolombia.com)

### REDES SOCIALES:

#### Facebook:

Box tour. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/boxtourcolombia](http://www.facebook.com/boxtourcolombia)

Crossfit. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/crossfit](http://www.facebook.com/crossfit)

Crossfit games. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/CrossFitGames](http://www.facebook.com/CrossFitGames)

Crossfit kids. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/crossfitkids](http://www.facebook.com/crossfitkids)

Crossfit training. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/CrossFitTraining](http://www.facebook.com/CrossFitTraining)

Crosslifting. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/groups/212892682235717/?ref=ts&fref=ts](http://www.facebook.com/groups/212892682235717/?ref=ts&fref=ts)

MiMotivacionGym. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/MiMotivacionGym](http://www.facebook.com/MiMotivacionGym)  
Wodfest. (20 de Marzo, 2016)  
Recuperado de: [www.facebook.com/wodfestcolombia](http://www.facebook.com/wodfestcolombia)

## **Instagram:**

Befitnesscali. (22 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.instagram.com/befitnesscali/](http://www.instagram.com/befitnesscali/)

Box tour. (22 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.instagram.com/boxtourcolombia/](http://www.instagram.com/boxtourcolombia/)

Colombiacrossfit. (22 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.instagram.com/colombiacrossfit/](http://www.instagram.com/colombiacrossfit/)

Crossfit. (22 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.instagram.com/crossfit/](http://www.instagram.com/crossfit/)

Crossfit\_fitnessgym. (22 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.instagram.com/crossfit\\_fitnessgym/](http://www.instagram.com/crossfit_fitnessgym/)

Crossfitgames. (22 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.instagram.com/crossfitgames/](http://www.instagram.com/crossfitgames/)

Crossfitkids. (22 de Marzo, 2016) Recuperado de: [www.instagram.com/crossfitkids/](http://www.instagram.com/crossfitkids/)

## **YouTube:**

Box tour. (25 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.youtube.com/channel/UCpVMVcXqFckclxleYJH9efw](http://www.youtube.com/channel/UCpVMVcXqFckclxleYJH9efw)

Crossfit. (25 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.youtube.com/user/CrossFitHQ](http://www.youtube.com/user/CrossFitHQ)

In sane. (25 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.youtube.com/user/INSANECrossFit](http://www.youtube.com/user/INSANECrossFit)

Madbox. (25 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.youtube.com/channel/UCw4khebzQsU05lvMJozWVYA](http://www.youtube.com/channel/UCw4khebzQsU05lvMJozWVYA)

We are. (25 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.youtube.com/channel/UCk8t-blm1XHU9ptdpQ8PIGQ](http://www.youtube.com/channel/UCk8t-blm1XHU9ptdpQ8PIGQ)

Wodfest. (25 de Marzo, 2016)

Recuperado de: [www.youtube.com/channel/UCdO845ewQkEWOraJnFC9cFQ](http://www.youtube.com/channel/UCdO845ewQkEWOraJnFC9cFQ)