



COREFIT

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsable:

YEFFER DANILO ULLOA QUIROGA

Asesor:

GONZALO FLORIAN VELASQUEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Mayo 2025

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
LOGOTIPO	4
SLOGAN	5
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	6
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	8
CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR	12
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO	15
CAPITULO III: CANALES.....	19
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	23
CAPITULO V: INGRESOS.....	25
CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES	29
CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES.....	32
CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES.....	36
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	39
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	45
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	51
REFERENCIAS	52

INTRODUCCIÓN

CoreFit surge debido a que, en la actualidad, la salud y el bienestar físico han cobrado una importancia significativa en la sociedad. Cada vez más personas buscan mejorar su calidad de vida a través de la actividad física, lo que ha impulsado el crecimiento de la industria del fitness y el entrenamiento deportivo (Dunn et al., 2021). De acuerdo con Thompson (2022), las tendencias del fitness han evolucionado hacia enfoques más personalizados, priorizando entrenamientos adaptados a las necesidades individuales de los clientes.

La creación de un gimnasio responde a la creciente demanda de espacios adecuados para la práctica deportiva, promoviendo hábitos saludables y mejorando la calidad de vida de la población (World Health Organization [WHO], 2023). Además, factores como el aumento del sedentarismo, los problemas de salud relacionados con el sobrepeso y una mayor conciencia sobre la importancia del ejercicio han llevado a que las personas busquen opciones accesibles y efectivas para mantenerse activas (Guthold et al., 2022).

Un gimnasio bien estructurado y administrado puede contribuir significativamente a la comunidad, ofreciendo programas personalizados, asesoramiento profesional y un entorno propicio para el desarrollo del bienestar integral (Garber et al., 2021). En CoreFit, creemos que el entrenamiento no es solo un hábito, sino un estilo de vida. Nuestro gimnasio de entrenamiento personalizado está diseñado para aquellas personas que buscan maximizar su rendimiento, mejorar su salud y alcanzar sus objetivos con un enfoque 100% adaptado a sus necesidades.

El propósito de CoreFit es ofrecer planes de entrenamiento individualizados, acompañamiento profesional y un ambiente motivador donde cada repetición te acerca a tu mejor versión. Ya sea que busques ganar fuerza, mejorar tu condición física o transformar tu cuerpo, en CoreFit brindaremos las herramientas, el conocimiento y la motivación para lograrlo.

LOGOTIPO



El logotipo de Corefit representa la unión entre el entrenamiento físico y el equilibrio mental. El núcleo central representa el enfoque en el entrenamiento del core y la estabilidad.

Elementos del logotipo:

- Círculo: Simbolizando el equilibrio entre cuerpo y mente.
- Núcleo: El centro del círculo representa el "core" del gimnasio, enfatizando la importancia del entrenamiento central y la estabilidad.

Colores del logotipo:

- Azul: Representa la confianza, la lealtad y la sabiduría.

- Naranja: Simboliza la energía, la pasión y la motivación.

Este diseño de logotipo busca transmitir la esencia de CoreFit como un gimnasio que ofrece entrenamiento personalizado y se enfoca en el crecimiento y el equilibrio de sus clientes.

SLOGAN

“Tu meta es nuestra misión. ¡Entrena con propósito, entrena con CoreFit!”

El **slogan** representa la esencia y el compromiso de CoreFit con sus clientes. Refleja la idea de que el gimnasio no es solo un espacio para hacer ejercicio, sino un lugar donde cada persona recibe atención personalizada para alcanzar sus objetivos de manera efectiva y motivadora.

"Tu meta es nuestra misión" Refuerza el enfoque en el entrenamiento personalizado, mostrando que CoreFit se compromete a ayudar a cada persona a lograr sus objetivos, ya sea mejorar la condición física, ganar fuerza o transformar su cuerpo.

"¡Entrena con propósito, entrena con CoreFit!" Destaca la importancia de entrenar con un objetivo claro, alejándose de rutinas genéricas y promoviendo un enfoque estructurado y adaptado a cada individuo.

Misión

En CoreFit, nuestra misión es transformar vidas a través del entrenamiento personalizado, proporcionando a cada persona un plan adaptado a sus necesidades, capacidades y objetivos. Nos enfocamos en la mejora del rendimiento físico, la salud y el bienestar, combinando ciencia, tecnología y motivación en un ambiente inspirador. Queremos que cada cliente descubra su máximo potencial y adopte un estilo de vida activo y saludable.

Visión

Ser el gimnasio de entrenamiento personalizado líder en nuestra comunidad, reconocido por la calidad de nuestros programas, la atención individualizada y los resultados alcanzados por nuestros clientes. En CoreFit, aspiramos a crear una comunidad de personas comprometidas con su bienestar, brindando innovación, profesionalismo y un espacio donde la superación personal sea el motor del cambio.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Como lo mencionábamos anteriormente la misión principal de CoreFit es “transformar vidas a través del entrenamiento personalizado, proporcionando a cada persona un plan adaptado a sus necesidades, capacidades y objetivos” esta visión esta alineada con la formación humanista de la Universidad Santo Tomás que se basa en el desarrollo integral del ser humano, promoviendo valores como la dignidad, la autonomía y el bienestar.

CoreFit busca mejorar la calidad de vida de los usuarios a través de un enfoque centrado en la persona, respondiendo a sus necesidades específicas y fomentando el desarrollo físico y mental, Desde una perspectiva humanista. La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la salud como un estado de completo bienestar físico, mental y social. Dicho esto, la salud no se limita a la ausencia de enfermedad, sino que abarca el bienestar físico, emocional y social. Un gimnasio personalizado permite que cada individuo tenga un programa adaptado a sus capacidades, objetivos y condiciones particulares, promoviendo así una atención más cercana.

Desde la perspectiva humanista de la universidad Santo Tomas en CoreFit se desarrollarán los siguientes valores:

- **Calidad:** En CoreFit buscaremos siempre que nuestros clientes estén satisfechos con nuestros servicios y que cada vez supere sus expectativas.
- **Mejora continua:** En CoreFit implementaremos constantemente estrategias y acciones orientadas a optimizar la calidad de los servicios que ofrecemos.
- **Respeto:** En CoreFit el respeto es fundamental para crear un ambiente positivo y productivo.
- **Responsabilidad:** En CoreFit nuestra prioridad será garantizar la seguridad y el bienestar de nuestros clientes.

Marco normativo

- Ley 729 de 2001, esta ley crea los Centros de Acondicionamiento y Preparación Física (CAPF), La creación de CoreFit debe cumplir con los lineamientos establecidos en esta ley, que regula el funcionamiento de los gimnasios y centros de entrenamiento físico en Colombia. Esta normativa garantizará que CoreFit cuente con instalaciones seguras, personal calificado y programas de entrenamiento adecuados para la promoción de la actividad física y el bienestar de los clientes.
- Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor), Dado que CoreFit ofrecerá servicios de entrenamiento personalizado, es fundamental garantizar condiciones justas y transparentes para los clientes. Esta ley protege los derechos de los usuarios, asegurando que la información sobre precios, planes de entrenamiento y condiciones del servicio sea clara y accesible. También establece mecanismos para la resolución de conflictos en caso de reclamaciones por parte de los afiliados.

- Ley 1258 de 2008 en Colombia establece la creación y regulación de la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), Para la constitución legal de CoreFit, se registrará como Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), ya que este modelo empresarial ofrece flexibilidad administrativa, reducción de costos y trámites simplificados. Esta estructura permite una mayor seguridad jurídica, facilita la inversión y el crecimiento del negocio, y brinda la posibilidad de integrar nuevos socios o expandirse en el futuro.
- La Ley 181 de 1995, conocida como la Ley del Deporte, Esta normativa establece el marco legal para la promoción del deporte, la recreación y la educación física en Colombia. En el caso de CoreFit, su cumplimiento es clave para fomentar el acceso de la comunidad a programas de entrenamiento enfocados en la salud y el bienestar. Además, respalda la profesionalización del sector fitness, garantizando que las prácticas dentro del gimnasio estén alineadas con políticas nacionales de actividad física y salud pública.

El cumplimiento de estas leyes es esencial para el adecuado funcionamiento y crecimiento de CoreFit. Desde su constitución legal hasta la protección del consumidor y la promoción del deporte, estas normativas proporcionan un marco sólido que permite operar de manera segura, transparente y sostenible en el mercado del entrenamiento personalizado en Bogotá.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El crecimiento de la industria de gimnasios o centros de acondicionamiento físico ha tenido un impacto significativo a nivel mundial, y Colombia no es la excepción. En el 2024, la industria global de gimnasios reportó una facturación de cerca de USD 81,500 millones, y en Colombia, los gimnasios generan ingresos anuales de aproximadamente USD 400 millones. Estas

cifras posicionan a Colombia como el cuarto mercado más grande en América Latina, después de Brasil, México y Argentina (Diario América Retail, Nov 2024).

En esta investigación haremos un análisis sobre los principales competidores de CoreFit, Nuestro gimnasio de entrenamiento personalizado estará ubicado en la localidad de chapinero alrededor tenemos tres competidores clave como Smart Fit, Bodytech y Stark Gym, a continuación, mostraremos el análisis DOFA de cada uno de estos competidores:

DOFA Smart Fit

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo en el mercado • Amplia cobertura geográfica • Estrategias de marketing efectivas 	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de innovación en servicios • Elevación de costos operativos • Infraestructura limitada en algunas sedes
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del interés en el bienestar • Expansión mediante franquicias • Diversificación de servicios 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia creciente • Inestabilidad económica y política

DOFA Bodytech

Fortalezas: <ul style="list-style-type: none">• Talento altamente preparado• Presencia territorial extendida• Tiempos de atención versátiles• Instalaciones de alto nivel	Debilidades: <ul style="list-style-type: none">• Promoción restringida• Costos altos• Vinculación exclusiva con ciertos proveedores
Oportunidades: <ul style="list-style-type: none">• Mayor enfoque en el bienestar• Crecimiento planificado• Renovación en la oferta de servicios	Amenazas: <ul style="list-style-type: none">• Alta competitividad• Condiciones financieras y de salud• Opciones diferentes al entrenamiento convencional

DOFA Stark Gym

Fortalezas: <ul style="list-style-type: none">• Personal altamente capacitado• Instalaciones modernas y bien equipadas• Amplia gama de servicios	Debilidades: <ul style="list-style-type: none">• Publicidad limitada• Precios elevados• Dependencia de proveedores específicos
---	---

Oportunidades:	Amenazas:
<ul style="list-style-type: none"> • Creciente interés en el bienestar y la salud • Expansión de servicios digitales • Alianzas estratégicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia intensa • Factores económicos y sanitarios • Alternativas al ejercicio tradicional

Teniendo en cuenta los análisis DOFA anteriormente descritos se identificó que, para establecer un gimnasio de entrenamiento personalizado exitoso, es crucial capitalizar las fortalezas y oportunidades identificadas, como invertir en personal capacitado, diversificar los servicios ofrecidos y adaptarse a las tendencias digitales.

Para que CoreFit se posicione exitosamente en el mercado de gimnasios de entrenamiento personalizado, es esencial que se diferencie claramente de los gimnasios convencionales de la zona. A continuación, se detallan las áreas clave a considerar:

- **Inversión en personal altamente capacitado:** Contar con entrenadores certificados y especializados en diversas disciplinas del fitness es fundamental para ofrecer un servicio de calidad y adaptado a las necesidades individuales de cada cliente. La formación continua del personal garantizará la aplicación de las técnicas más avanzadas y seguras en los programas de entrenamiento.
- **Estrategias de marketing efectivas:** Dada la competencia en el sector, es crucial desarrollar campañas de marketing que destaquen las ventajas únicas de CoreFit. Utilizar testimonios de clientes satisfechos, promocionar casos de éxito y mantener una presencia

activa en redes sociales fortalecerá la imagen de la marca y atraerá a nuevos usuarios.

- **Diferenciación de gimnasios convencionales:** A diferencia de los gimnasios tradicionales que suelen ofrecer programas estandarizados, CoreFit debe enfatizar su enfoque en planes de entrenamiento individualizados, atención personalizada y un ambiente exclusivo. Esta personalización es un valor añadido que muchos clientes buscan y aprecian.

Implementando estas estrategias, CoreFit no solo aprovechará las oportunidades del mercado, sino que también se posicionará como un referente en entrenamiento personalizado, ofreciendo una propuesta de valor única y adaptada a las necesidades de sus clientes.

CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

La propuesta de valor de CoreFit se centra en ofrecer una experiencia de entrenamiento personalizado, adaptado a las necesidades y objetivos individuales de cada cliente. Nuestro enfoque combina tecnología avanzada, profesionales altamente capacitados y un ambiente motivador, garantizando resultados óptimos y sostenibles. Según Thompson (2022), la personalización en el fitness es una de las tendencias más relevantes, ya que los clientes buscan programas adaptados que maximicen su desempeño y bienestar.

Clasificación de la propuesta de valor:

La propuesta de valor de CoreFit se puede clasificar como:

- **Propuesta de valor basada en la personalización:** entrenamiento y nutrición diseñados individualmente.

- **Propuesta de valor basada en la experiencia del cliente:** ambiente exclusivo y atención cercana.
- **Propuesta de valor basada en el conocimiento y la evidencia científica:** planes y asesorías fundamentadas en investigaciones actuales.

A continuación, se presentan las propuestas de valor clave que desarrollara CoreFit:

Entrenamiento personalizado basado en evaluaciones integrales

La personalización del entrenamiento es fundamental para optimizar el rendimiento y prevenir lesiones. De acuerdo con Gentil et al. (2021), un programa de ejercicio debe diseñarse considerando factores como la composición corporal, capacidad cardiovascular y flexibilidad, ajustándose a los objetivos y características de cada individuo. En CoreFit, realizaremos una evaluación inicial completa, que permite a nuestros entrenadores elaborar planes de entrenamiento individualizados y basados en evidencia científica.

Asesoramiento nutricional personalizado

El entrenamiento físico es más efectivo cuando se combina con una alimentación adecuada. La nutrición desempeña un papel crucial en el rendimiento deportivo y en la recuperación muscular. En CoreFit, complementamos el entrenamiento con planes nutricionales adaptados, promoviendo hábitos alimenticios saludables que potencien los resultados de cada cliente.

Integración de tecnología avanzada

Incorporar aplicaciones móviles que permitan a los clientes registrar sus entrenamientos, monitorear su progreso y comunicarse en tiempo real con

sus entrenadores. Además, emplear dispositivos de seguimiento de actividad física que proporcionen datos precisos sobre el rendimiento y la recuperación.

Ambiente exclusivo y atención personalizada

Un entorno adecuado es clave para mejorar la experiencia del usuario y fomentar la adherencia al entrenamiento. Según Teixeira et al. (2022), el ambiente social y físico juega un papel fundamental en la motivación y compromiso con la actividad física, influyendo directamente en la continuidad del ejercicio y en los resultados obtenidos. En CoreFit, limitamos el número de miembros para evitar la congestión y asegurar una atención personalizada, brindando instalaciones de alta calidad que favorecen un entorno exclusivo y cómodo para cada cliente.

Beneficios de la propuesta de valor

Funcionales:

- Mejora del rendimiento físico a través de planes diseñados científicamente.
- Prevención de lesiones por adaptación precisa al perfil del usuario.
- Optimización del progreso mediante tecnología de monitoreo.
- Acceso constante a expertos en entrenamiento y nutrición.

Emocionales:

- Mayor motivación y confianza al sentirse acompañado y comprendido.
- Sensación de exclusividad y pertenencia a un espacio diseñado para su bienestar.

- Reducción del estrés gracias a un entorno cómodo, organizado y sin saturación.

Sociales:

- Pertenencia a una comunidad selecta y comprometida con el bienestar.
- Imagen de estilo de vida saludable y moderno.
- Reconocimiento personal por el cambio físico y el compromiso con la salud.

Implementando estas propuestas de valor, CoreFit se diferenciará de los gimnasios convencionales, ofreciendo una experiencia única y adaptada a las necesidades de sus clientes. El enfoque en la personalización, la asesoría nutricional, el uso de tecnología avanzada y un ambiente exclusivo fortalecerá su posición en el mercado del fitness personalizado. Al integrar ciencia, tecnología y un servicio altamente especializado, CoreFit no solo contribuirá al bienestar físico de sus clientes, sino que también fomentará un estilo de vida saludable y sostenible a largo plazo.

CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

Para que CoreFit se posicione de manera efectiva en el mercado de gimnasios de entrenamiento personalizado en Bogotá, es fundamental segmentar el mercado en función de variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales, así como definir el tipo de mercado que se espera atender.

Tipos de Segmento de Mercado que se espera atender

Mercado Segmentado

CoreFit se dirige a un grupo específico de clientes con características comunes:

- Profesionales entre 30 y 50 años.
- Ubicados en la localidad de Chapinero.
- Pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6.
- Con agendas ocupadas y poco tiempo para entrenar en gimnasios convencionales.

Nicho de Mercado

Dentro del mercado segmentado, CoreFit atiende un nicho aún más específico:

- Personas que requieren entrenamientos personalizados debido a condiciones médicas, rehabilitación o prevención de lesiones.
- Mujeres interesadas en programas específicos de pérdida de peso y mejora de la salud general.

Mercado Diversificado

Si bien CoreFit se enfoca en un segmento definido, también puede atender a clientes con diferentes necesidades dentro del ámbito del entrenamiento personalizado, como:

- Ejecutivos que buscan mantenerse en forma sin alterar su rutina laboral.
- Personas con estrés elevado que necesitan ejercicios enfocados en bienestar mental.

Plataformas Multilaterales

CoreFit puede ampliar su alcance al ofrecer servicios a diferentes grupos de clientes interconectados, como:

- Entrenamiento personalizado en casa o en el gimnasio.
- Programas de coaching en bienestar y nutrición.
- Servicios para empresas que buscan mejorar la salud de sus empleados.

Tipos de Segmentación del Mercado

Segmentación Geográfica

- Ubicación: Localidad de Chapinero, Bogotá.
- Características: Zona con alta densidad de profesionales, infraestructura moderna y acceso a servicios premium.

Segmentación Demográfica

- Edad: Hombres y mujeres entre 30 y 50 años.
- Nivel socioeconómico: Estratos 4, 5 y 6.
- Ocupación: Profesionales con horarios laborales exigentes y responsabilidades que limitan su tiempo libre.
- Género: Mayor participación femenina, especialmente en programas de pérdida de peso y bienestar general.

Segmentación Psicográfica

- Estilo de vida: Personas activas, preocupadas por su bienestar físico y mental, con interés en mantenerse en forma pero con limitaciones de tiempo.

- Valores y motivaciones: Búsqueda de comodidad, exclusividad y servicios personalizados que se adapten a sus necesidades.
- Intereses: Salud, fitness, bienestar, manejo del estrés, rendimiento laboral y social.

Segmentación Conductual

- Frecuencia de uso: Personas que buscan entrenamientos regulares con flexibilidad horaria.
- Lealtad a la marca: Potencialmente alta, ya que el servicio personalizado genera fidelización.

Necesidades específicas:

- Alternativas de entrenamiento adaptadas a agendas ocupadas.
- Programas especializados para pérdida de peso, tonificación y reducción de estrés.
- Planes personalizados para rehabilitación y prevención de lesiones.

Tamaño del Mercado Potencial

Según datos de población en Bogotá, la localidad de Chapinero cuenta con aproximadamente 160,000 habitantes. Se estima que el 15% de esta población pertenece a los estratos 4, 5 y 6, lo que representa alrededor de 24,000 personas. De este grupo, cerca del 30% se encuentra en el rango de edad de 30 a 50 años y encaja con el perfil de profesionales con agendas ocupadas, es decir, un potencial de 7,200 clientes que podrían beneficiarse de los servicios de CoreFit.

CAPITULO III: CANALES

Para que CoreFit logre un posicionamiento efectivo en el mercado del entrenamiento personalizado en Bogotá, es fundamental establecer canales de distribución estratégicos que permitan atraer, conectar y fidelizar a los clientes objetivo. Según Kotler, Keller y Chernev (2022), los canales de distribución no solo facilitan la entrega de valor al consumidor, sino que también son esenciales para diferenciar una marca en un mercado altamente competitivo. En el sector del fitness, la combinación de canales físicos y digitales mejora la accesibilidad y personalización del servicio, optimizando la experiencia del usuario (Thompson, 2023).

Dado que el segmento de CoreFit está compuesto por profesionales ocupados con alta interacción digital, es clave utilizar canales efectivos que les permitan acceder a los servicios de manera flexible y conveniente. Para ello, se estructuran los canales en cinco fases:

Canal de Percepción o Información

El objetivo de esta fase es generar reconocimiento de la marca y dar a conocer los servicios de CoreFit a clientes potenciales. Se utilizan los siguientes canales:

Canales Digitales (Marketing Online)

El marketing digital ha transformado la forma en que los clientes descubren y seleccionan servicios. Según Chaffey y Ellis-Chadwick (2022), una presencia digital bien estructurada es esencial para atraer y convertir clientes, ya que la mayoría de los consumidores buscan información en línea antes de tomar decisiones de compra. Un estudio de Statista (2023) indica que más del 85% de los usuarios investigan en internet antes de adquirir un servicio, lo que resalta la importancia de estrategias digitales optimizadas.

Redes Sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn)

- Estrategia de contenido con testimonios, entrenamientos y logros de clientes.
- Publicidad segmentada para atraer clientes potenciales en Chapinero.
- Colaboraciones con influencers del fitness y la salud.

Página Web y Blog

- Información detallada sobre los servicios, planes de entrenamiento y asesoramiento nutricional.
- Blog con artículos sobre hábitos saludables, técnicas de entrenamiento y nutrición.
- Chat en vivo y formulario de contacto para agendar sesiones.

Google Ads y SEO Local

- Posicionamiento en búsquedas como "entrenador personal en Chapinero" o "gimnasio exclusivo Bogotá".
- Reseñas en Google My Business para generar confianza.

Email Marketing y WhatsApp Business

- Campañas de fidelización con consejos de entrenamiento y promociones exclusivas.
- Seguimiento personalizado a clientes y agendamiento de citas.

Canal de Evaluación

En esta etapa, los clientes comparan las opciones de entrenamiento y determinan si CoreFit es la mejor alternativa. Se implementan:

- **Pruebas gratuitas o sesiones de evaluación física** para que los clientes experimenten el servicio antes de comprometerse.

- **Asesoría personalizada en redes sociales, WhatsApp y chat en vivo** para resolver dudas sobre los programas de entrenamiento.
- **Comparaciones con gimnasios convencionales** en la página web, destacando los beneficios del servicio personalizado.
- **Videos y testimonios de clientes** con sus transformaciones y experiencias.

Canal de Compra

Para facilitar el acceso a los servicios, CoreFit ofrece múltiples opciones de compra:

- **Plataforma de reservas y pagos en línea** a través de la página web y aplicación móvil.
- **Planes de membresía flexibles** con opciones de pago mensual, trimestral o anual.
- **Facilidades de pago** con tarjetas de crédito, débito y billeteras digitales.
- **Ofertas y descuentos exclusivos** para clientes recurrentes y referidos.

Canal de Entrega

Una vez realizada la compra, el servicio se entrega de manera eficiente mediante:

Canales Presenciales y Alianzas Estratégicas

Ubicación estratégica del gimnasio

- Instalaciones de alto nivel en Chapinero, accesibles para el público objetivo.

- Experiencia premium con atención personalizada.

Alianzas con empresas y coworkings

- Convenios con empresas que promuevan el bienestar laboral.
- Clases y descuentos exclusivos para empleados de oficinas cercanas.

Entrenamiento personalizado según la necesidad del cliente

- **Entrenamientos presenciales en el gimnasio** con horarios flexibles.
- **Servicio de entrenamiento a domicilio o en espacios privados** para mayor comodidad.
- **Entrenamiento virtual en vivo o bajo demanda**, con acceso a rutinas personalizadas.
- **Asignación de un entrenador personal** que diseña el plan de trabajo según los objetivos del cliente.

Canal de Posventa

Para garantizar la satisfacción y fidelización del cliente, CoreFit implementa estrategias de seguimiento y soporte:

- **Seguimiento periódico** mediante encuestas de satisfacción y revisión de avances físicos.
- **Soporte y asesoría continua** a través de WhatsApp y correo electrónico.
- **Programas de fidelización** con beneficios para clientes recurrentes, como descuentos en renovaciones y acceso a eventos especiales.
- **Sistema de referidos** en el que los clientes pueden obtener descuentos al recomendar CoreFit a amigos o colegas.

Los canales de distribución de CoreFit están diseñados para atraer, convertir y fidelizar clientes mediante estrategias digitales, alianzas estratégicas y una experiencia premium en el gimnasio. La combinación de tecnología, personalización y servicio de alta calidad permitirá que CoreFit se diferencie en el mercado y se convierta en la primera opción para profesionales que buscan un entrenamiento efectivo y adaptado a su estilo de vida.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Las estrategias de interacción y fidelización de CoreFit tienen como finalidad construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes. Para ello, se establecen los siguientes objetivos principales:

1. Captación de nuevos clientes:

Atraer potenciales usuarios a través de una propuesta de valor diferenciada, canales digitales efectivos y una experiencia de contacto inicial altamente personalizada.

2. Fidelización de clientes existentes:

Generar compromiso y lealtad mediante un acompañamiento constante, atención personalizada, y una mejora continua del servicio basada en la retroalimentación directa del cliente.

3. Crecimiento sostenido de la base de clientes:

Aumentar el número de clientes activos mediante estrategias de recomendación (referidos), marketing de contenidos y posicionamiento como referente en entrenamiento personalizado.

4. Estimulación de las ventas y del valor por cliente:

Incrementar las ventas a través de la venta cruzada de servicios (nutrición, clases especiales, planes premium), así como mejorar el valor de vida del cliente mediante relaciones duraderas y satisfactorias.

Programas de Fidelización y Experiencia Premium

CoreFit implementará estrategias para premiar la lealtad y mejorar la experiencia del cliente, fortaleciendo el vínculo a largo plazo:

- **Membresías exclusivas** con beneficios diferenciados (sesiones extra, seguimiento nutricional).
Relación: Asistencia dedicada
- **Descuentos por permanencia y paquetes personalizados** según historial del cliente.
Relación: Servicios automatizados + Asistencia personal
- **Acceso prioritario** a clases especiales y grupos reducidos.
Relación: Asistencia dedicada
- **Retos fitness, competencias y charlas** de salud para mantener la motivación.
Relación: Comunidades + Creación colectiva
- **Comunidad activa en redes sociales** para compartir logros y experiencias.
Relación: Comunidades
- **Programa de referidos** con recompensas como descuentos o sesiones adicionales.
Relación: Creación colectiva + Servicios automatizados

La relación con los clientes en CoreFit se basará en un modelo de acompañamiento continuo, personalización y uso de tecnología, permitiendo

que cada usuario sienta un compromiso real con su progreso y bienestar. Según Kotler, Keller y Chernev (2022), una estrategia de fidelización bien estructurada no solo retiene clientes, sino que también los convierte en embajadores de la marca, fortaleciendo la reputación y el crecimiento del negocio. Además, investigaciones recientes destacan que el uso de herramientas digitales y experiencias personalizadas aumenta significativamente la satisfacción y lealtad del cliente en el sector del fitness (Lemon & Verhoef, 2023).

Con la implementación de canales de comunicación efectivos, programas de fidelización y tecnología avanzada, CoreFit no solo atraerá a nuevos clientes, sino que garantizará su permanencia, generando una comunidad activa y leal en el sector del fitness personalizado en Bogotá.

CAPITULO V: INGRESOS

La proyección de ingresos de CoreFit se basa en la estimación del número de clientes, las tarifas de los servicios y el crecimiento esperado en los primeros años de operación. Los clientes accederán a los servicios mediante **membresías mensuales**, estas primas aseguran ingresos recurrentes y predecibles.

- **Proyección de ingresos mensual para el año 2025**

La siguiente tabla presenta la proyección de ingresos para el año 2025 de CoreFit. Se estima el número de clientes mensuales, la tarifa por cliente y los ingresos generados en cada mes. Este análisis financiero permite evaluar el crecimiento del negocio, optimizar la planificación operativa y establecer

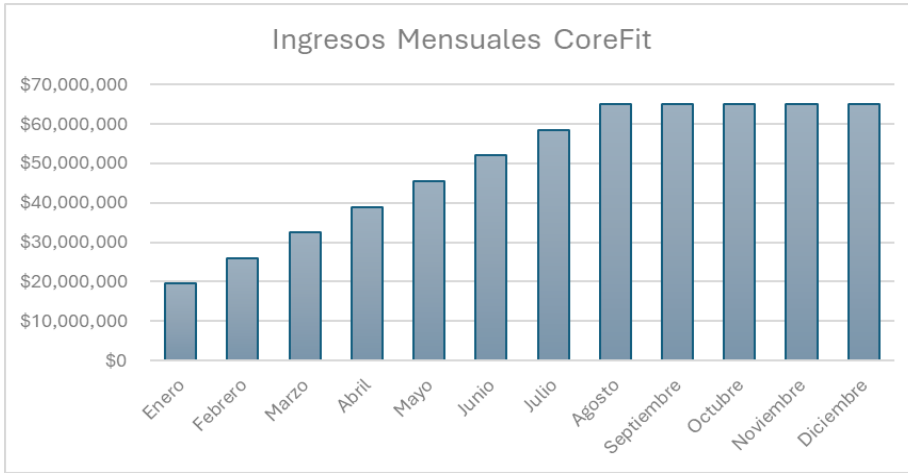
estrategias que garanticen la rentabilidad y sostenibilidad del gimnasio a lo largo del año.

Tabla 1.
Proyección de ingresos mensual

Mes	Cientes Estimados	Tarifa por cliente	Ingresos Mensuales
Enero	30	\$650,000	\$19,500,000
Febrero	40	\$650,000	\$26,000,000
Marzo	50	\$650,000	\$32,500,000
Abril	60	\$650,000	\$39,000,000
Mayo	70	\$650,000	\$45,500,000
Junio	80	\$650,000	\$52,000,000
Julio	90	\$650,000	\$58,500,000
Agosto	100	\$650,000	\$65,000,000
Septiembre	100	\$650,000	\$65,000,000
Octubre	100	\$650,000	\$65,000,000
Noviembre	100	\$650,000	\$65,000,000
Diciembre	100	\$650,000	\$65,000,000
Promedio año 2025	77	\$ 650,000	\$ 598,000,000

El aumento progresivo entre 5 y 10 clientes por mes en CoreFit responde a una estrategia de crecimiento planificada, basada en la implementación de campañas de marketing digital, referidos de clientes actuales y alianzas estratégicas con empresas y profesionales del sector salud y bienestar. Además, a medida que el gimnasio consolida su reputación y gana visibilidad en el mercado, la demanda de sus servicios personalizados se incrementa. Este crecimiento también se ve impulsado por la mejora continua en la experiencia del usuario, la calidad del entrenamiento y la diferenciación en la oferta de servicios, lo que permite atraer y retener a más clientes de manera constante.

Figura 1.
Proyección de ingresos mensual



La proyección de ingresos de CoreFit para 2025 refleja una tendencia de crecimiento en la captación de clientes y un incremento sostenido en los ingresos mensuales. Con un promedio de 77 clientes al mes y una tarifa estable de \$650,000 por cliente, se estima una facturación anual de \$598,000,000.

- **Proyección de ingresos anuales hasta 2027**

Tabla 2.
Proyección de ingresos anuales hasta 2027

Año	Clientes promedio x mes	Tarifa x cliente mensual	# de meses del año	Ingresos anuales
2025	77	\$650,000	12	\$598,000,000
2026	81	\$682,500	12	\$659,295,000
2027	85	\$716,625	12	\$726,872,738

El crecimiento reflejado en la tabla muestra un incremento del 5% anual tanto en la cantidad de clientes promedio por mes como en la tarifa mensual por cliente.

Crecimiento de Clientes (5% anual)

El número de clientes promedio por mes aumenta de 77 en 2025 a 81 en 2026 y 85 en 2027. Este incremento del 5% anual es el resultado de estrategias de expansión, fidelización y atracción de nuevos clientes, como campañas de marketing, recomendaciones y mejoras en la experiencia del servicio.

La fórmula utilizada para este crecimiento es:

$$\text{Clientes años siguiente} = \text{Clientes año actual} \times 1.05$$

- 2026: $77 \times 1.05 = 81$
- 2027: $81 \times 1.05 = 85$

Aumento de Tarifas (5% anual)

La tarifa mensual por cliente también se incrementa en un 5% anual, pasando de \$650,000 en 2025 a \$682,500 en 2026 y \$716,625 en 2027. Este ajuste responde a factores como inflación, mejoras en el servicio, nuevas inversiones en tecnología y equipamiento, y la oferta de experiencias de mayor valor para los clientes.

La fórmula aplicada es:

$$\text{Tarifa año siguiente} = \text{Tarifa año actual} \times 1.05$$

- 2026: $650,000 \times 1.05 = 682,500$
- 2027: $682,500 \times 1.05 = 716,625$

El crecimiento conjunto de clientes y tarifas se traduce en un aumento significativo de los ingresos anuales, que pasan de \$598,000,000 en 2025 a \$659,295,000 en 2026 y \$726,872,738 en 2027. Este crecimiento constante

permite a CoreFit consolidarse en el mercado, garantizar su sostenibilidad financiera y continuar ofreciendo un servicio de alta calidad.

CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Para garantizar el éxito y sostenibilidad de CoreFit, es fundamental establecer alianzas estratégicas con actores clave del sector salud, bienestar y acondicionamiento físico en Colombia. Estas asociaciones tienen como objetivo optimizar la calidad del servicio, diversificar la oferta de valor y posicionar la marca.

Proveedores de equipos y materiales deportivos

Una parte esencial del funcionamiento de CoreFit será su colaboración con empresas especializadas en equipamiento deportivo. En primer lugar, se establecerá una alianza con Sinergym, compañía reconocida por su experiencia en superficies deportivas y maquinaria de entrenamiento, lo que garantizará la calidad, seguridad y durabilidad de las instalaciones (Coldeportes, 2021). Asimismo, se trabajará con Jegro & Cía., firma dedicada a la adecuación de espacios deportivos, que brindará soporte técnico para el diseño funcional de las zonas de entrenamiento.

Adicionalmente, se establecerá una relación comercial con Lycan Fitness, tienda especializada en Bogotá que suministrará accesorios de entrenamiento de alto rendimiento, permitiendo así que los usuarios cuenten con herramientas adecuadas y actualizadas para cumplir sus objetivos (Ministerio del Deporte, 2022).

Profesionales en fisioterapia y nutrición

La calidad del servicio también se verá fortalecida mediante convenios con fisioterapeutas certificados que brindarán sesiones de rehabilitación y prevención de lesiones, integrándose de manera efectiva a los planes de entrenamiento individualizados. Así mismo, se contará con nutricionistas deportivos especializados que diseñarán planes alimenticios personalizados, basados en evidencia científica y alineados con los objetivos de cada usuario (ACSM, 2023; Díaz & Pineda, 2022). Estas colaboraciones permitirán ofrecer un enfoque integral del bienestar físico, más allá del entrenamiento convencional.

Ventajas y beneficios de las alianzas estratégicas

La integración de fisioterapeutas certificados y nutricionistas deportivos especializados no solo fortalece la calidad del servicio de CoreFit, sino que también genera múltiples ventajas para ambas partes, fomentando relaciones duraderas y basadas en la confianza.

Para CoreFit:

- **Optimización y economía de escala:** Al asociarse con profesionales externos, CoreFit puede ofrecer servicios especializados sin incurrir en la inversión total de infraestructura o contratación directa, optimizando recursos y costos operativos.
- **Reducción de riesgo e incertidumbre:** La colaboración con expertos permite minimizar riesgos asociados a la calidad y seguridad del servicio, garantizando atención profesional y actualizada.
- **Adquisición de recursos y actividades particulares:** A través de estas alianzas, CoreFit accede a conocimientos, tecnologías y

metodologías específicas que complementan su oferta, diferenciándose en el mercado del fitness integral.

Para los socios (fisioterapeutas y nutricionistas):

- **Acceso a una base estable de clientes:** Participar en la red de CoreFit les asegura un flujo constante de pacientes/clientes interesados en servicios especializados.
- **Incremento en su visibilidad y prestigio profesional:** La asociación con una marca reconocida amplía su alcance y reputación.
- **Colaboración interdisciplinaria:** Facilita el intercambio de conocimientos y la creación conjunta de planes integrales, elevando la calidad de la atención brindada.

Estas ventajas generan un marco propicio para establecer vínculos sólidos y duraderos, basados en beneficios mutuos, confianza y compromiso con la excelencia en el bienestar integral.

Tabla 3.
Asociaciones clave

Empresa / Profesional	Tipo de Asociación	Beneficios para la Empresa/Profesional	Beneficios para CoreFit
Sinergym	Suministro y mantenimiento de maquinaria	Expansión de mercado, ventas directas y visibilidad	Equipamiento de alta calidad, soporte técnico permanente
Jegro & Cía.	Diseño y adecuación de espacios deportivos	Nuevas alianzas comerciales, promoción de servicios	Instalaciones funcionales, diseño ergonómico y seguro
Lycan Fitness	Venta de accesorios deportivos	Incremento en ventas, posicionamiento local	Accesorios actualizados y de alta gama para los entrenamientos

Fisioterapeutas Certificados	Convenios para atención a clientes	Fuente constante de pacientes, visibilidad profesional	Prevención de lesiones, apoyo a la recuperación muscular
Nutricionistas Deportivos	Planificación de dietas personalizadas	Difusión de servicios, generación de clientes	Nutrición adecuada alineada con objetivos físicos del cliente

De este modo, las asociaciones clave se convierten en un pilar estratégico para CoreFit, permitiéndole diferenciarse a través de un servicio completo, personalizado y profesional, enfocado en adultos jóvenes y profesionales con estilos de vida ocupados.

CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES

Para el correcto funcionamiento de CoreFit, se requieren recursos clave que permitan ofrecer un servicio de alta calidad, enfocado en entrenamiento personalizado. Estos recursos abarcan elementos físicos, humanos y tecnológicos que, en conjunto, garantizan una experiencia integral y satisfactoria para los usuarios.

Recursos Físicos

La base operativa de CoreFit se sustenta en equipos y materiales deportivos de alta calidad. El gimnasio contará con maquinaria de fuerza y cardio, así como con accesorios funcionales que permitirán desarrollar rutinas personalizadas, enfocadas en los objetivos de cada cliente. La selección de estos equipos busca asegurar seguridad, durabilidad y adaptabilidad a distintos niveles de condición física (ACSM, 2023).

También se requiere mobiliario básico para la recepción, lockers, zonas de descanso, así como recursos visuales como espejos y señalización interna, que aporten a la funcionalidad y estética del espacio.

Tabla 4.*Recursos físicos necesarios como inversión inicial.*

Recurso	Características	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Caminadoras	Digitales, pantalla LED, hasta 20 km/h	4	\$ 6,500,000	\$ 26,000,000
Remo ergómetro	Simulación de remo, display de rendimiento	2	\$ 3,200,000	\$ 6,400,000
Máquina multifuncional de fuerza	10 estaciones, carga guiada	2	\$ 7,800,000	\$ 15,600,000
Prensa de pierna	Carga libre, respaldo ajustable	1	\$ 6,000,000	\$ 6,000,000
Poleas ajustables	Doble torre, múltiples agarres	1	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
Banco ajustable	Plano, inclinado, declinado	3	\$ 850,000	\$ 2,550,000
Pesas rusas (kettlebells)	Juego de 8kg a 24kg	4	\$ 750,000	\$ 3,000,000
Mancuernas hexagonales	Goma, desde 5 lb hasta 50 lb - Set	1	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000
Bandas elásticas	Alta resistencia, multicolor	10	\$ 40,000	\$ 400,000
Colchonetas	Antideslizantes, 1.80 m x 0.60 m	12	\$ 50,000	\$ 600,000
Espejos de pared	Seguridad templado, 2m x 1m	5	\$ 200,000	\$ 1,000,000

Mobiliario (recepción y lockers)	Madera industrial, cerraduras metálicas - Set	1	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
Total				\$ 74,550,000

Recursos Humanos

El equipo humano será uno de los activos más importantes. Se contará con entrenadores físicos licenciados, especializados en entrenamiento personalizado, quienes desarrollarán rutinas adaptadas a las necesidades y condiciones de cada usuario. Además, se contratará un administrador general que estará a cargo de la operación y gestión de CoreFit. Este talento humano debe contar con competencias técnicas, experiencia comprobada en el sector fitness y habilidades comunicativas (Díaz & Pineda, 2022).

Tabla 5.

Recursos humanos necesarios mensualmente.

Recurso	Características	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Entrenadores físicos	Licenciados en cultura física, personal trainer	5	\$ 2,600,000	\$ 13,000,000
Administrador general	Profesional en administración con experiencia	1	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000
Total				\$ 15,000,000

Recursos Tecnológicos

A nivel tecnológico, CoreFit integrará un sistema básico de gestión interna desde computador y software CRM para el seguimiento de clientes, control de pagos, historial de entrenamiento y programación de horarios. La digitalización de procesos permite optimizar el manejo operativo del

gimnasio, reducir errores administrativos y mejorar la atención al cliente (Salazar & Martínez, 2021).

Tabla 6.

Recursos tecnológicos necesarios como inversión inicial.

Recurso	Características	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sistema de audio y multimedia	Bocinas, consola, pantallas	1	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000
Computador + software CRM	Intel i5, 8GB RAM + CRM Fitness básico	1	\$ 4,200,000	\$ 4,200,000
Total				\$ 7,700,000

Los recursos clave identificados para el desarrollo de CoreFit permiten consolidar una oferta de entrenamiento personalizado sólida, funcional y diferenciada en el mercado de Chapinero. La adecuada combinación de equipamiento especializado, talento humano calificado y soporte tecnológico garantiza el cumplimiento de los objetivos operativos y la satisfacción de los usuarios.

Para materializar esta propuesta, se requiere una **inversión inicial estimada**, que contempla la adquisición de maquinaria, adecuación de las instalaciones, contratación y capacitación del personal (como se explicó anteriormente), Esta inversión contempla un **fondo destinado a imprevistos equivalente al 10% del total** (se encuentra dentro de los valores de cada una de las anteriores tablas), con el fin de cubrir gastos adicionales o emergentes que puedan surgir durante la puesta en marcha.

La asignación adecuada de estos recursos económicos es fundamental para brindar un servicio de calidad desde el inicio, así como para asegurar un crecimiento sostenible y escalable del gimnasio en el mediano y largo plazo.

CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Para que CoreFit se consolide como un referente en entrenamiento personalizado dirigido a profesionales con agendas exigentes, es imprescindible ejecutar un conjunto de actividades clave que aseguren la calidad del servicio, la fidelización del cliente y el crecimiento sostenible del negocio.

CoreFit ofrece un servicio altamente personalizado y adaptado a las necesidades individuales de cada cliente, especialmente profesionales con agendas exigentes que buscan optimizar su tiempo y resultados en entrenamiento físico. Esto implica un enfoque centrado en:

- **Diagnosticar y atender problemas específicos** de salud, rendimiento físico y bienestar.
- Adaptar los planes de entrenamiento y nutrición para resolver las barreras y objetivos particulares de cada usuario.
- Asegurar una experiencia que responda directamente a las demandas y retos personales, más allá de solo “producir” un servicio estándar o crear una plataforma.

Aunque la producción (equipamiento, espacios, entrenadores) es esencial para operar, el núcleo del valor de CoreFit es **resolver problemas concretos y únicos** de sus clientes, ofreciendo soluciones efectivas y personalizadas.

Por eso, la categoría “Solución de problemas” es la más crítica para asegurar la diferenciación, satisfacción y fidelización, que a su vez impulsan el éxito del modelo de negocio.

La actividad central del modelo de negocio es el diseño e implementación de programas de entrenamiento personalizados, ajustados a las metas, condiciones físicas y disponibilidad horaria de cada usuario. A partir de una evaluación inicial, los entrenadores diseñan planes de entrenamiento individualizados, que son posteriormente ajustados con base en el seguimiento continuo al progreso del cliente (Gómez & Bernal, 2022). Este enfoque permite no solo alcanzar resultados óptimos, sino también aumentar el compromiso y la adherencia al ejercicio físico (Álvarez & Ramírez, 2023).

Otra actividad clave es la gestión de la experiencia del cliente, la cual incluye atención cercana, acompañamiento motivacional y flexibilidad en la programación de sesiones. Esta gestión permite generar un vínculo entre el entrenador y el usuario, incrementando la percepción de valor del servicio y promoviendo la fidelización a largo plazo (Sánchez & Molina, 2021).

Adicionalmente, la gestión de alianzas estratégicas con proveedores de equipos deportivos, especialistas en salud y empresas que promueven programas de bienestar corporativo, permite robustecer la propuesta de valor de CoreFit. Estas alianzas no solo mejoran la calidad del servicio, sino que amplían el alcance del gimnasio en nichos de mercado específicos (Pérez & Rodríguez, 2021).

Cada una de estas actividades clave está alineada con la misión de CoreFit y Su correcta ejecución permitirá posicionar la marca como el mejor gimnasio de entrenamiento personalizado en Bogotá.

Proceso Paso a Paso – CoreFit

1 Captación de clientes

- Marketing digital, recomendaciones, alianzas y eventos para atraer profesionales con agendas exigentes.

2 Evaluación inicial personalizada

- Evaluación física integral (composición corporal, capacidad cardiovascular, flexibilidad, historial médico).
- Diagnóstico de necesidades, objetivos y limitaciones.

3 Diseño del plan individualizado

- Creación de un programa de entrenamiento personalizado basado en la evaluación.
- Integración de asesoría nutricional y sesiones con fisioterapeutas si aplica.

4 Implementación y seguimiento

- Ejecución del plan con entrenadores personales.
- Uso de tecnología para registrar y monitorear progreso (apps, dispositivos).
- Comunicación constante y ajuste del plan según resultados.

5 Fidelización y comunidad

- Programas de membresía, retos, eventos y comunidad digital para mantener el compromiso.
- Retroalimentación continua y soporte personalizado.

6 Crecimiento y expansión

- Retroalimentación para mejora continua, expansión de servicios y posible licenciamiento.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

El análisis de costos es fundamental para garantizar la viabilidad y rentabilidad de CoreFit. Una adecuada gestión de costos permite optimizar la operación y mantener precios competitivos en el mercado del entrenamiento personalizado (Sánchez & Molina, 2021).

A continuación, se presenta la estructura de costos del gimnasio, clasificada en costos fijos y costos variables.

Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que no varían con el número de clientes y son indispensables para la operación del negocio. Estos incluyen el arriendo del local, servicios públicos y talento humano (Gómez & Bernal, 2022).

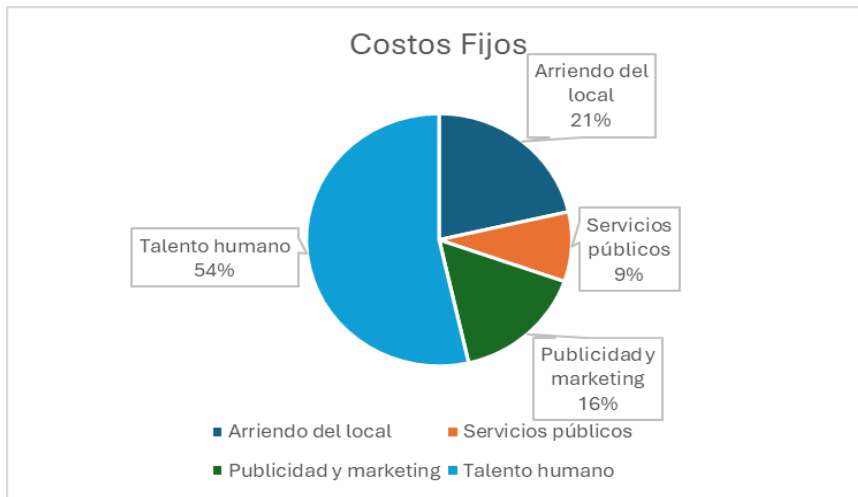
Estos costos representan inversiones necesarias para la estabilidad operativa y el crecimiento del negocio:

- Arriendo del local (\$6,000,000): Corresponde al pago mensual del espacio donde opera CoreFit, asegurando una ubicación estratégica y accesible para los clientes.
- Servicios públicos (agua, energía, internet) (\$2,500,000): Estos costos son fundamentales para mantener las instalaciones en óptimas condiciones, proporcionando iluminación, climatización y conectividad para la administración y los clientes.
- Nómina y seguridad social (\$15,000,000): Representa la remuneración y beneficios del personal, incluyendo entrenadores y administrativos, garantizando un equipo altamente capacitado y motivado.
- Publicidad y marketing (\$4,500,000): Inversión en estrategias de posicionamiento, campañas publicitarias y presencia en redes sociales, clave para la captación y retención de clientes.

Tabla 7.
Costos fijos

Concepto	Valor Mensual (COP)	Valor Anual (COP)
Arriendo del local	\$6,000,000	\$72,000,000
Servicios públicos	\$2,500,000	\$30,000,000
Publicidad y marketing	\$4,500,000	\$54,000,000
Talento humano	\$15,000,000	\$180,000,000
Total Costos Fijos	\$28,000,000	\$336,000,000

Figura 2.
Costos fijos



El talento humano representa la mayor proporción de los costos fijos, dado que el servicio de entrenamiento personalizado requiere personal altamente calificado.

Los costos variables dependen del nivel de operación del gimnasio y fluctúan con la cantidad de clientes. Se incluyen gastos como insumos deportivos, mantenimiento esporádico y comisiones por pagos electrónicos (Pérez & Rodríguez, 2021).

Costos Variables

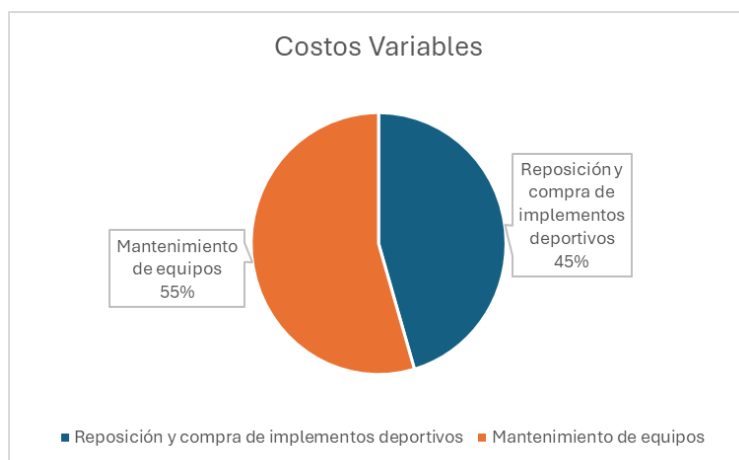
Estos costos fluctúan de acuerdo con la demanda y operación del gimnasio:

- Mantenimiento de equipos (\$3,000,000): Asegura la funcionalidad y seguridad de las máquinas e instalaciones, previniendo fallos y prolongando su vida útil.
- Compra de suplementos y productos (\$2,500,000): Abastecimiento de productos para la venta y consumo dentro del gimnasio, mejorando la experiencia del cliente y generando ingresos adicionales.

Tabla 8.
Costos variables

Concepto	Valor Mensual (COP)	Valor Anual (COP)
Reposición y compra de implementos deportivos	\$2,500,000	\$30,000,000
Mantenimiento de equipos	\$3,000,000	\$36,000,000
Total Costos Variables	\$5,500,000	\$66,000,000

Figura 3.
Costos variables



Los costos variables están diseñados para mantenerse controlados, permitiendo que el margen de rentabilidad crezca conforme aumente la clientela.

Proyección Financiera y Rentabilidad

Con base en los ingresos “Ver capítulo de ingresos” y costos proyectados, se obtiene la siguiente estimación de rentabilidad para el año 2025:

Tabla 9.
Estimación de rentabilidad

Concepto	Valor Anual (COP)
Ingresos estimados	\$598,000,000
Costos Fijos	\$336,000,000
Costos Variables	\$66,000,000
Utilidad Neta	\$196,000,000

Como se puede ver en el capítulo de ingresos a pesar de que los primeros tres meses reflejan pérdidas debido a los altos costos fijos, a partir de abril se alcanza el punto de equilibrio y el negocio comienza a generar utilidades crecientes.

Punto de Equilibrio con Ventas Totales y Costos Variables Totales

El punto de equilibrio es el número mínimo de clientes que CoreFit necesita cada mes para cubrir sus costos totales y no generar pérdidas.

Fórmula del Punto de Equilibrio

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ Fijos\ Totales}{1 - \left(\frac{Costos\ Variables\ Totales}{Ventas\ Totales}\right)}$$

Valores:

- Costos Fijos Totales (2025): \$336,000,000
- Costos Variables Totales (2025): \$66,000,000
- Ventas Totales (2025): \$598,000,000

Sustituyendo en la ecuación:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{336,000,000}{1 - \left(\frac{66,000,000}{598,000,000}\right)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{336,000,000}{1 - 0.1104}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{336,000,000}{0.8896}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 377,613,514.07$$

CoreFit necesita generar aproximadamente **\$377,614,000 en ventas anuales** para cubrir sus costos y alcanzar el punto de equilibrio.

Cientes Necesarios para el Punto de Equilibrio

Si cada cliente paga \$650,000, entonces:

$$\text{Clientes Necesarios} = \frac{\text{Punto de Equilibrio}}{\text{Precio por Cliente}}$$

$$\text{Clientes Necesarios} = \frac{377,614,000}{650,000} = 581$$

Punto de Equilibrio en costos

A continuación, un breve análisis del punto de equilibrio por costos y número de clientes necesarios para su óptimo funcionamiento:

Fórmula

$$\text{Punto de equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta por unidad} - \text{Costo variable por unidad}}$$

Valores:

- Costos fijos mensuales (CF) = \$28,000,000
- Costos variables mensuales (CV) = \$5,500,000
- Clientes promedio por mes = 77
- Precio por unidad (P) = \$650,000

Costos variables por cliente:

$$CV_u = \frac{5,500,000}{77} \approx 71,429$$

Punto de equilibrio por costos:

$$\text{Punto de Equilibrio (PE)} = \frac{CF}{P - CV_u} = \frac{28,000,000}{650,000 - 71,429}$$
$$PE = \frac{28,000,000}{578,571} \approx 48.39$$

CoreFit necesita alcanzar aproximadamente **581 clientes al año**, lo que equivale a **49 clientes mensuales**, para llegar a su punto de equilibrio, es decir, cubrir todos sus costos sin incurrir en pérdidas. Sin embargo, según las proyecciones de ingresos para el año 2025, se espera un promedio de **77 clientes mensuales**, lo que significa que el negocio no solo cubrirá sus costos operativos, sino que comenzará a generar ganancias sostenidas a partir del segundo trimestre del año. Esto confirma la viabilidad financiera del modelo de negocio y respalda el crecimiento escalonado previsto para el primer año de operación.

Estrategias para Mejorar la Rentabilidad

- Estrategias digitales de marketing para captar más clientes y alcanzar el punto de equilibrio más rápido.
- Negociación con proveedores para reducir costos de mantenimiento y reposición de equipos.
- Programas de fidelización para retener clientes y asegurar ingresos recurrentes.
- Control financiero estricto para minimizar costos innecesarios y mejorar la rentabilidad.

Estas estrategias garantizarán la estabilidad financiera y el crecimiento de CoreFit.

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Para determinar la viabilidad económica de CoreFit, se realizó un análisis financiero que incluye tres indicadores clave: el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI). Estos indicadores permiten conocer si el proyecto generará valor, cuál será su rentabilidad y en cuánto tiempo se recuperará la inversión inicial.

Valor Presente Neto (VPN)

Según Ramos y Salinas (2021), el VPN es una herramienta confiable para evaluar proyectos porque considera el valor del dinero en el tiempo y todos los flujos de efectivo del negocio.

Fórmula del VPN:

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Dónde:

- **FCt:** Flujo de caja neto en el año t
- **r:** Tasa de descuento (15% en este proyecto)
- **n:** Número de años analizados (5 años)
- **I0:** Inversión inicial

Aplicación para CoreFit:

- Inversión inicial: \$97,250,000
- Flujo neto estimado en 2025: \$196,000,000
- Se proyecta un crecimiento del 10% anual en los flujos

Resultado:

$$VPN \approx \$682,350,000 \text{ COP}$$

El VPN mide cuánto valor genera el proyecto en el tiempo, descontando los ingresos futuros a una **tasa del 15%**. Si el VPN es positivo, el proyecto es rentable. Para CoreFit, el VPN calculado fue de aproximadamente **\$682 millones de pesos colombianos**, lo que indica que el negocio generará un valor considerable sobre la inversión inicial.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

De acuerdo con González (2023), un proyecto con TIR mayor al costo de capital es una oportunidad atractiva para invertir.

Fórmula de la TIR:

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1 + TIR)^t} - I_0$$

Dónde:

- **TIR:** Tasa que hace que el VPN sea igual a 0
- Los demás elementos son iguales a los del cálculo de VPN

Resultado:

$$TIR \approx 115\%$$

La TIR muestra la rentabilidad porcentual del proyecto. En el caso de CoreFit, se obtuvo una TIR del **115%**, lo cual supera ampliamente la tasa mínima deseada del 15%. Esto demuestra que la inversión no solo se recuperará, sino que generará un alto rendimiento.

- **Flujo de caja para el año 2025**

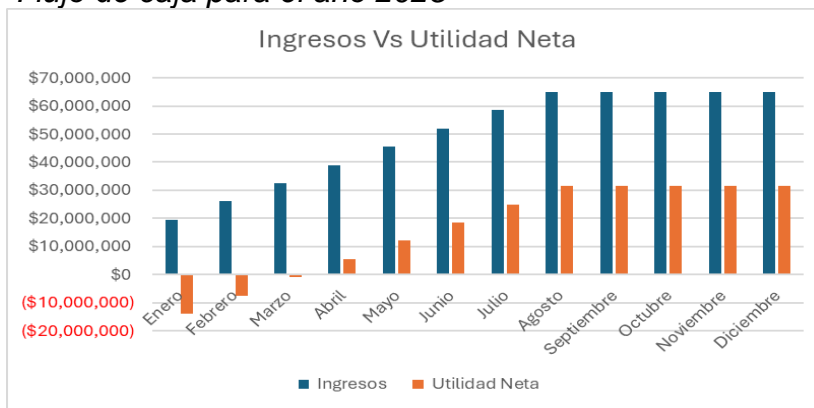
Tabla 10.

Flujo de caja para el año 2025

Mes	Ingresos	Egresos Fijos	Egresos Variables	Utilidad Neta
Enero	\$19,500,000	\$ 28,000,000	\$ 5,500,000	(\$14,000,000)
Febrero	\$26,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	(\$7,500,000)
Marzo	\$32,500,000	\$28,000,000	\$5,500,000	(\$1,000,000)
Abril	\$39,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$5,500,000
Mayo	\$45,500,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$12,000,000
Junio	\$52,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$18,500,000

Julio	\$58,500,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$25,000,000
Agosto	\$65,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$31,500,000
Septiembre	\$65,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$31,500,000
Octubre	\$65,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$31,500,000
Noviembre	\$65,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$31,500,000
Diciembre	\$65,000,000	\$28,000,000	\$5,500,000	\$31,500,000
Total año 2025	\$ 598,000,000	\$ 336,000,000	\$ 66,000,000	\$ 196,000,000

Figura 4.
Flujo de caja para el año 2025



El análisis de la utilidad neta de CoreFit en 2025 muestra una tendencia de crecimiento sostenido a lo largo del año. Durante los primeros tres meses, el gimnasio opera con pérdidas debido a que los ingresos aún no cubren los costos fijos y variables. Sin embargo, a partir de mayo, la empresa alcanza el punto de equilibrio y comienza a generar utilidades, reflejando una estrategia de crecimiento bien planificada.

A nivel anual, CoreFit obtiene una utilidad neta total de \$196,000,000, lo que confirma la viabilidad del modelo de negocio y su potencial de expansión. La estrategia financiera se basa en una inversión inicial que, aunque genera pérdidas al comienzo, se traduce en un crecimiento rentable y sostenible a lo largo del año.

- **Flujo de caja Proyectado hasta el año 2027**

Tabla 11.

Flujo de caja Proyectado hasta el año 2027

Año	Ingresos anuales	Egresos Fijos anuales	Egresos Variables Anuales	Utilidad Neta anual	Promedio mensual
2025	\$598,000,000	\$ 336,000,000	\$ 66,000,000	\$196,000,000	\$16,333,333
2026	\$659,295,000	\$352,800,000	\$69,300,000	\$237,195,000	\$19,766,250
2027	\$726,872,738	\$370,440,000	\$72,765,000	\$283,667,738	\$23,638,978

La proyección financiera de CoreFit contempla un incremento del 5% anual en los egresos fijos y variables, lo que responde a la expansión del negocio y a la inflación esperada en insumos y servicios operativos.

El análisis financiero de CoreFit para los años 2025-2027 muestra un crecimiento sostenible basado en el aumento progresivo de clientes, tarifas y costos operativos. La estrategia de incrementar la cartera de clientes y ajustar las tarifas en un 5% anual permite maximizar los ingresos sin afectar la accesibilidad del servicio. Asimismo, el incremento del 5% en costos fijos y variables responde a la necesidad de mantener la calidad del servicio, adaptarse a la inflación y garantizar el crecimiento del gimnasio.

Gracias a esta planificación, CoreFit logra una utilidad neta creciente, asegurando rentabilidad a largo plazo y consolidando su posicionamiento en el mercado del entrenamiento personalizado.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Según Méndez y Hurtado (2021), un PRI corto reduce el riesgo financiero y mejora la confianza en nuevos emprendimientos.

Fórmula del PRI:

$$PRI = \frac{\textit{Inversión Inicial}}{\textit{Flujo Neto Anual}}$$

Resultado:

$$PRI = \frac{97,250,000}{196,000,000} \approx 0.5 \textit{ años}$$

Resultado en meses:

$$PRI(\textit{meses}) = 0.496 \times 12 \approx 5.95 \textit{ meses}$$

El PRI indica en cuántos años se recupera la inversión inicial. Para CoreFit, esta inversión se recupera en **el primer año de operación, equivalente a 6 meses**, gracias a los ingresos proyectados y al control de costos.

Los resultados obtenidos en la evaluación financiera confirman que CoreFit es un proyecto rentable y sostenible. Con un **VPN positivo**, una **TIR elevada** y un **PRI muy corto**, se demuestra que este modelo de gimnasio personalizado puede generar valor desde el primer año y ofrecer una excelente oportunidad de crecimiento en el sector fitness de Bogotá.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

Socios Clave



Proveedor de maquinaria y superficies deportivas.



Adecuación de espacios deportivos.



Proveedor de accesorios de entrenamiento.

Convenios externos



NUTRICIÓN Y FISIOTERAPIA

- Apoyo prevención y recuperación.
- Planes alimenticios

Actividades clave



Diseño de rutinas personalizadas.



Seguimiento



Servicio al cliente.

Recursos clave

Instalaciones óptimas



Entrenadores y administrador.



Propuesta de valor



Entrenamiento personalizado para usuarios con poco tiempo.



Rutinas específicas



Atención exclusiva



Equipos modernos



Flexibilidad horaria



Relaciones con clientes



Atención personalizada



Seguimiento constante



Trato exclusivo



Canales



Segmentos de cliente



Hombres y mujeres entre 30 y 50 años.



Estratos 4, 5 y 6.



Localidad de Chapinero.



Estilo de vida saludable.



Dirigido a personas ocupadas.

Estructura de costes

Costos Fijos		Costos Variables	
Concepto	Valor Mensual (COP)	Concepto	Valor Mensual (COP)
Alquiler del local	\$6,000,000	Reposición y compra de implementos deportivos	\$2,500,000
Servicios públicos	\$2,500,000	Mantenimiento de equipos	\$3,000,000
Publicidad y marketing	\$4,500,000	Total Costos Variables	\$5,500,000
Talento humano	\$15,000,000		
Total Costos Fijos	\$28,000,000		

$$PE = \frac{28,000,000}{578,571} \approx 48.39$$
49 clientes mensuales, para alcanzar el punto de equilibrio, espero un promedio de **77** clientes mensuales.

Fuentes de Ingresos

 <p>Paga tu mensualidad</p> <p>\$650.000</p>	 <p>Ingresos anuales</p> <p>\$ 598.00.000</p>	 <p>Utilidad neta</p> <p>\$ 196.00.000</p>	 <p>Crecimiento</p> <p>5% anual</p>	 <p>"Tu meta es nuestra misión".</p>
--	---	--	---	--

REFERENCIAS

- ACSM. (2023). *ACSM's guidelines for exercise testing and prescription* (11th ed.).
- American College of Sports Medicine (ACSM). (2023). *ACSM's Guidelines for Exercise Testing and Prescription*.
- Álvarez, D., & Ramírez, J. (2023). Efectividad del entrenamiento personalizado en adultos con baja adherencia al ejercicio. *Revista Ciencias del Movimiento Humano*, 15(1), 45–59.
- Álvarez, D., & Ramírez, J. (2023). Estrategias de crecimiento y sostenibilidad en el sector fitness en Bogotá. *Revista de Economía Deportiva*, 9(1), 55–72.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022).
- Coldeportes. (2021). *Lineamientos para la infraestructura deportiva en Colombia*.
- Díaz, L., & Pineda, J. (2022). Nutrición y rendimiento físico en adultos jóvenes. *Revista Colombiana de Ciencias del Deporte*, 18(1), 25–33.
- Gómez, S., & Bernal, L. (2022). Evaluación física como herramienta de planificación del entrenamiento personalizado. *Revista Educación Física Colombia*, 10(2), 18–29.
- Gómez, S., & Bernal, L. (2022). Impacto del análisis de costos en la rentabilidad de gimnasios personalizados en Colombia. *Revista de Gestión Empresarial*, 15(2), 33–48.
- Hernández Ramos, C. (2023). Análisis financiero: Descubre el valor presente neto (VPN). *LinkedIn*. <https://www.linkedin.com/pulse/an%C3%A1lisis-financiero-descubre-el-vpn-hern%C3%A1ndez-ramos/>
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Dirección de marketing*. Pearson Educación.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022).

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022).
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2023).
- Ley 729 de 2001.
- Ministerio del Deporte. (2022). *Proveedores y calidad del equipamiento en centros de acondicionamiento físico*.
- Pérez, J., & Rodríguez, M. (2021). Análisis de costos y estructura financiera en negocios fitness emergentes. *Revista Administración y Sociedad*, 9(1), 112–124.
- Pérez, J., & Rodríguez, M. (2021). Gestión operativa en microempresas del sector fitness: Estudio de caso en Bogotá. *Revista Administración y Sociedad*, 9(1), 112–124.
- Pulido, C. (2020).
- Salazar, D., & Martínez, C. (2021). Transformación digital en centros de acondicionamiento físico: Retos y oportunidades. *Revista Innovación & Sociedad*, 9(2), 88–97.
- Sánchez, R., & Molina, P. (2021). Factores de fidelización en centros de acondicionamiento físico. *Revista de Gestión Deportiva*, 7(3), 60–72.
- Sánchez, R., & Molina, P. (2021). Factores financieros clave en centros de entrenamiento físico. *Revista de Finanzas y Deportes*, 8(3), 90–104.
- Sosa Cruz, G., & Banda Ortiz, H. (2020). Opciones reales en la evaluación financiera de proyectos de inversión cafetaleros de base tecnológica. *Pensamiento & Gestión*, 48, 265–282.
- Statista. (2023).
- Teixeira, P. J., Carraca, E. V., Markland, D., Silva, M. N., & Ryan, R. M. (2022).
- Thompson, W. R. (2023).

- Universidad Internacional de La Rioja (UNIR). (2019). ¿Qué es y cómo calcular la TIR (Tasa Interna de Retorno)? <https://www.unir.net/empresas/revista/tir-tasa-interna-de-retorno/>
- América Retail. (s.f.). Evolución de la industria de gimnasios en Colombia. <https://america-retail.com/paises/colombia/evolucion-de-la-industria-de-gimnasios-en-colombia/>
- Universidad Santo Tomás. (s.f.). Nuestra institución. <https://usantotomas.edu.co/nuestra-institucion>