



JR7 Training

TRABAJO DE GRADO
CREACION DE EMPRESA

Responsables:

MATEO PRADA SALAZAR

JUAN DAVID JIMÉNEZ ROBERTO

JUAN DAVID VALDERRAMA LOZANO

Asesor:

Prof. Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
Abril 2025

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
NOMBRE	5
LOGOTIPO	6
SLOGAN	6
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	6
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	7
Análisis de mercado	7
Tamaño del mercado	8
Tendencia del sector	8
Segmento del nicho de JR7 Training	9
Análisis de la competencia	9
Análisis DOFA de los principales competidores	10
CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR	16
CAPITULO II: SEGMENTO DE MERCADO	18
Segmentación geográfica	19
Segmentación demográfica	19
Segmentación psicográfica	19
Segmentación conductual	20
Perfil de los Posibles Clientes	20
Análisis Socioeconómico de la Población Objetivo	21
Necesidades y Expectativas de los Clientes Potenciales	13
CAPITULO III: CANALES	21
Canal de informacion	22
Canal de Evaluación	22
Canal de Compra	22
Canal de Entrega	22
Canal de Posventa	23
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	23
Estrategias de Relación con Clientes	24
Atención Personalizada y Gestión del Cliente	24

Seguimiento y evaluación del progreso	24
Interacción a través de canales digitales	24
Programa de fidelización	24
CAPITULO V: INGRESOS	24
Fuente de ingresos	25
CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVE	28
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVE	30
Recursos físicos	31
Recursos Intelectuales	32
Recursos Legales y administrativos	33
CAPITULO VI: ACTIVIDADES CLAVE	33
CAPITULO VI: ESTRUCTURA DE COSTOS	35
depreciación de activos	35
Costos fijos estimados	36
Costos variables	37
Punto de equilibrio	38
CAPITULO VI: EVALUACION FINANCIERA	39
REFERENCIAS	43

INTRODUCCIÓN

En una sociedad donde los estilos de vida sedentarios, el estrés y la desconexión con el propio cuerpo son cada vez más frecuentes, surge la necesidad de soluciones integrales que vayan más allá del entrenamiento convencional. La actividad física ha sido ampliamente reconocida como un factor clave en la mejora del bienestar físico, mental y social, ya que contribuye a la reducción del estrés y la ansiedad, al fortalecimiento de la autoestima y al aumento de la calidad de vida (Del Conde Schnaider et al., 2022).

JR7 Training nace como una propuesta innovadora de acompañamiento físico y mental, orientada a transformar la manera en que las personas se relacionan con su salud, su rendimiento y su bienestar general. Este proyecto empresarial encuentra su fundamento en el valor de la personalización y en la profunda comprensión del ser humano como un todo: cuerpo, mente y propósito. A diferencia de los modelos masivos de acondicionamiento físico, JR7 Training pone en el centro de su enfoque la historia, las capacidades y los objetivos únicos de cada persona, desarrollando planes de entrenamiento que integran la ciencia del movimiento con la motivación, la conciencia corporal y el sentido de logro personal.

Diversos estudios han demostrado que la actividad física regular no solo mejora la condición física, sino que también tiene un impacto positivo en la salud mental, ayudando a reducir los síntomas depresivos y la ansiedad, además de fortalecer el autoconcepto y la autoestima (Trejos Abarca & Meza Zúñiga, 2017). Asimismo, el ejercicio físico es una herramienta eficaz para la prevención de enfermedades crónicas y el mejoramiento de la calidad de vida en poblaciones diversas, incluyendo adultos mayores y personas en procesos de recuperación física (Brito Mancheno, 2025).

La marca se inspira en el simbolismo del número siete asociado a la perfección, la excelencia y la fuerza, y en el rayo como elemento de energía, transformación y avance. Esta identidad refleja la filosofía de la empresa: cada desafío físico es una oportunidad para crecer, y cada meta alcanzada es el resultado de una mente entrenada para creer y perseverar.

JR7 Training proyecta su impacto en un mercado dinámico, con especial atención a atletas de alto rendimiento, personas en procesos de recuperación física, adultos mayores, y quienes desean alcanzar objetivos estéticos o de salud mediante un proceso confiable, cercano y respaldado por profesionales. Más que una empresa de entrenamiento es una plataforma para el desarrollo personal, la constancia, el autoconocimiento y la transformación desde adentro hacia afuera.

A través del desarrollo de esta propuesta, se espera contribuir a la dinamización del sector fitness en la ciudad, generando un emprendimiento sostenible, ético y con alto impacto en la salud pública y la calidad de vida de los usuarios. La evidencia científica respalda la importancia de la actividad física como un pilar fundamental para el bienestar integral, lo que refuerza la relevancia de iniciativas como JR7 Training en el contexto actual.

NOMBRE: JR7 Training.

JR7 Training, surge de la combinación de la pasión y experiencia de los entrenadores fundadores del proyecto, cuyos nombres dieron origen a las iniciales "JR". El número "7" fue elegido por su asociación con figuras legendarias del deporte y su simbolismo de excelencia, perfección y poder. Este número representa nuestra aspiración de alcanzar los más altos estándares en el entrenamiento deportivo.

LOGOTIPO:



El logotipo de JR7 incorpora un rayo, símbolo de energía, luz y poder. Este elemento representa la fuerza que impulsa a cada persona a superar obstáculos, enfrentar las tormentas del proceso y avanzar hacia sus objetivos. En JR7 creemos que cada desafío es parte del camino hacia el éxito, y que al final de la tormenta siempre llega la recompensa. Esta filosofía nos inspira a mantenernos firmes, disfrutar del proceso y resaltar la energía que nos mueve hacia la excelencia.

SLOGAN

“El cuerpo logra lo que la mente cree”

Se cree firmemente que la fortaleza mental es la base sobre la cual se construyen los grandes logros físicos. Al entrenar la mente para visualizar el éxito, enfrentar los desafíos y mantener la disciplina, el cuerpo responde alcanzando metas que antes parecían inalcanzables. En JR7, trabajamos para fortalecer no solo el cuerpo, sino también la convicción y determinación de cada individuo, guiándolos a descubrir que sus límites están mucho más allá de lo que imaginaban.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

JR7 Training fundamenta su enfoque humanista en el reconocimiento de la singularidad de cada persona y en la promoción de su desarrollo integral. Se entiende que el entrenamiento personalizado trasciende de la mera mejora física, considerándose una herramienta clave para fortalecer la mente, el espíritu y las emociones.

Cada programa diseñado se ajusta a las necesidades y objetivos específicos de cada individuo, facilitando el descubrimiento y la potenciación de sus capacidades. Con un enfoque basado en el respeto y la empatía, la empresa asegura y fomenta el crear un ambiente de confianza en el que cada sesión contribuye a generar seguridad personal y a superar límites, impulsando no solo el rendimiento deportivo, sino también una transformación interna que fomenta una mentalidad positiva y resiliente.

Asimismo, JR7 Training se compromete a que este proceso de superación se refleje en todos los ámbitos de la vida, consolidando una comunidad orientada al bienestar integral. Al integrar técnicas de entrenamiento innovadoras con estrategias motivacionales, la empresa busca inspirar a los individuos a vivir de manera plena, equilibrada y con un renovado sentido de propósito, además JR7 Training Project asume una responsabilidad social que trasciende el ámbito del entrenamiento. La organización impulsa la actividad física como un derecho fundamental para la calidad de vida, generando un impacto social positivo mediante el fomento de hábitos saludables en niños, jóvenes y adultos. También se destaca por el desarrollo de programas de entrenamiento accesibles para distintos sectores de la población, ampliando así el alcance de sus beneficios.

Finalmente, la ética y el profesionalismo son pilares en la práctica diaria de la empresa. Los entrenadores se rigen por principios éticos que aseguran un servicio honesto y profesional, garantizando un entrenamiento seguro basado en fundamentos científicos y en la experiencia acumulada. Al respetar la individualidad de cada persona y promover la equidad en el acceso a sus servicios, JR7 Training Project consolida un enfoque humanista que se refleja en todos los aspectos de su gestión y en la mejora continua del bienestar de sus clientes.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Análisis del Mercado

El mercado en Bogotá revela un sector del fitness y entrenamiento personalizado en franca expansión. Estudios recientes indican que, a nivel nacional, existen más de 3.5 millones de personas inscritas en gimnasios, siendo Bogotá uno de los epicentros de esta actividad, lo que demuestra una creciente inclinación por el cuidado físico y la salud (Mercado Fitness, 2024).

Ahora bien, el mercado del fitness y ámbito deportivo en general en la ciudad de Bogotá ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, reflejando una mayor conciencia sobre la importancia del ejercicio físico y la salud. Según el Departamento

Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el sector de servicios deportivos y recreativos ha experimentado un incremento del 8.5% en su participación dentro de la economía nacional en el último año, con Bogotá como uno de los principales epicentros de esta actividad (DANE, 2025).

Tamaño del Mercado

El dinamismo del sector se evidencia en la considerable cantidad de usuarios que optan por servicios de entrenamiento, tanto en gimnasios tradicionales como en programas personalizados. En Colombia, la mayoría de los gimnasios son establecimientos independientes y de pequeña escala, con una superficie promedio de 400 m² y una base de usuarios de aproximadamente 400 miembros (Mercado Fitness, 2024). Además, el país se ha convertido en el cuarto mercado más grande del fitness en Latinoamérica, con más de dos millones de colombianos inscritos en gimnasios (Cámara de Comercio de Bogotá, 2025).

Tendencias del Sector

- Se ha observado un marcado aumento en la demanda de entrenadores personales certificados, quienes aportan la experiencia y el conocimiento necesario para diseñar programas efectivos y seguros (Mercado Fitness, 2024).
- El entrenamiento funcional y especializado gana terreno, respondiendo a la necesidad de métodos que optimicen el rendimiento físico y se adapten a objetivos concretos, como el desarrollo deportivo, la mejora estética o la promoción de la salud.
- Existe un crecimiento notable en programas orientados a la salud y el bienestar, especialmente dirigidos a adultos mayores y personas en proceso de rehabilitación, lo que subraya una visión integral del fitness (DANE, 2025).
- La incorporación de tecnologías para el monitoreo del rendimiento ha permitido un seguimiento más preciso y personalizado de los progresos, facilitando ajustes continuos en los programas de entrenamiento.

- La preferencia por entrenamientos personalizados refuerza la tendencia de ofrecer soluciones a medida, centradas en los objetivos y necesidades específicas de cada individuo (Infobae, 2024).

Este panorama muestra un sector en constante evolución, donde la innovación y la adaptación a las nuevas demandas del consumidor se presentan como elementos clave para el éxito en el competitivo mercado del fitness en Bogotá.

3. Segmentación del Nicho de JR7 Training

JR7 Training debe centrarse en clientes que buscan una atención especializada y adaptada a sus objetivos. Entre estos se encuentran atletas de alto rendimiento y semiprofesionales como futbolistas, jugadores de baloncesto, voleibolistas y deportistas de otras disciplinas, quienes requieren entrenamientos diseñados específicamente para potenciar sus habilidades. Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2025), el crecimiento del deporte profesional en la ciudad ha impulsado la demanda de entrenadores especializados en disciplinas específicas.

También es fundamental atender a personas con objetivos estéticos y de salud, que desean mejorar su condición física, perder grasa o ganar masa muscular de forma personalizada. En Bogotá, el 62% de los usuarios de gimnasios buscan mejorar su composición corporal y bienestar general (DANE, 2025). Además, se debe considerar a ejecutivos y personas con disponibilidad horaria limitada, que prefieren entrenamientos efectivos adaptados a sus agendas, así como a adultos mayores y personas en rehabilitación, quienes requieren programas especiales para prevenir lesiones y atender condiciones médicas particulares (Ministerio del Deporte, 2025).

4. Análisis de la Competencia

En Bogotá, la competencia en el sector del entrenamiento personalizado es diversa. Por un lado, existen gimnasios reconocidos a nivel nacional como Smart Fit, Bodytech y Athletic, que ofrecen programas de entrenamiento personalizado en sus instalaciones. Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2025), estos gimnasios han incrementado su presencia en la ciudad, con más de 150 sedes operativas.

Por otro lado, hay una amplia oferta de entrenadores personales independientes con experiencia en disciplinas específicas, quienes brindan servicios de guía y acompañamiento individual a sus clientes. Adicionalmente, las academias deportivas y los centros de alto rendimiento se enfocan en el desarrollo y la preparación de atletas de élite mediante entrenamientos especializados.

Análisis DOFA de los principales competidores

Para comprender el posicionamiento estratégico de JR7 Training, se realizó un análisis DOFA de tres actores clave en el mercado del entrenamiento personalizado en Bogotá: Smart Fit, Bodytech y los entrenadores personales independientes. Este análisis permite identificar los elementos diferenciadores de cada modelo de negocio y establecer oportunidades de mejora para JR7.

Smart Fit destaca por su amplia cobertura nacional e internacional, sus planes accesibles y su implementación de tecnología para monitorear el entrenamiento. Sin embargo, presenta debilidades como la baja personalización en sus servicios y una limitada atención a usuarios con objetivos específicos o de alto rendimiento. Su modelo enfrenta amenazas debido a la migración de clientes hacia entrenadores personales que ofrecen mayor individualización (Smart Fit, 2023).

Fortalezas

- Amplia cobertura con múltiples sedes en Bogotá, otras ciudades del país y en Latinoamérica.
- Precios accesibles y planes flexibles que atraen a un público amplio.
- Uso de tecnología avanzada en accesos, control del progreso y entrenamiento digital.
- Reconocimiento de marca a nivel nacional e internacional, lo que genera confianza en los clientes.

Oportunidades

- Creciente interés en entrenamientos personalizados y bienestar post-pandemia.
- Expansión de servicios digitales como entrenamientos virtuales, aplicaciones móviles y asesorías online.
- Alianzas con empresas, centros de salud y programas de bienestar laboral.
- Desarrollo de programas específicos para adultos mayores y poblaciones especiales.

Debilidades

- Modelo basado en volumen de clientes, lo cual limita la atención personalizada.
- Alta afluencia en sedes que puede afectar la experiencia del usuario.
- Dependencia de la infraestructura física, reduciendo la posibilidad de servicios a domicilio o al aire libre.
- Falta de enfoque integral en bienestar emocional o salud mental.

Amenazas

- Migración de clientes hacia entrenadores personales que ofrecen mayor personalización.
- Aumento de la competencia en el segmento low-cost con propuestas más flexibles.
- Cambios en el comportamiento del consumidor que busca servicios más individualizados.
- Afectaciones por inflación y regulaciones gubernamentales que limiten la operación.

Bodytech, por su parte, cuenta con reconocimiento en el segmento premium, instalaciones modernas y servicios complementarios como nutrición y fisioterapia. A pesar de su fortaleza profesional y de infraestructura, sus altos costos y poca flexibilidad horaria pueden limitar el acceso a ciertos públicos. Asimismo, el crecimiento de entrenamientos online personalizados representa una amenaza directa a su modelo tradicional (Bodytech, 2023).

Fortalezas

- Marca consolidada en el segmento premium, con amplia experiencia en el sector.
- Infraestructura moderna, equipos de alta gama y servicios complementarios (nutrición, fisioterapia, rehabilitación).
- Profesionales altamente capacitados y enfoque en salud integral.

Oportunidades

- Aumento de la demanda de programas para poblaciones especiales (adultos mayores, personas con patologías).
- Desarrollo de entrenamientos híbridos (presenciales y virtuales).
- Alianzas con instituciones médicas, aseguradoras y programas de salud pública.
- Inversión en innovación tecnológica para el seguimiento de entrenamientos.

Debilidades

- Altos costos que reducen su accesibilidad a sectores medios y bajos.
- Poca flexibilidad horaria y personalización comparado con entrenadores independientes.
- Menor adopción tecnológica en comparación con otros competidores más ágiles.

Amenazas

- Competencia creciente de programas online más económicos y personalizados.
- Variación en el poder adquisitivo de la población.
- Aparición de nuevas marcas que integran tecnología y precios más accesibles.
- Posibles restricciones legales que afecten su funcionamiento presencial.

Los **entrenadores personales independientes** ofrecen alta personalización, flexibilidad en la ubicación y el horario del entrenamiento, y pueden adaptarse fácilmente a las necesidades específicas de cada cliente. Sin embargo, enfrentan desafíos como la limitada infraestructura, la dependencia de su reputación personal y la dificultad para sostener una base constante de clientes (Sánchez & Pérez, 2022).

Fortalezas

- Alta capacidad de personalización y atención directa al cliente.
- Flexibilidad de horarios y lugares para entrenar (domicilio, parques, gimnasios privados).
- Cercanía en la relación cliente-entrenador, lo cual favorece la fidelización.
- Enfoque integral que puede incluir bienestar mental, hábitos y estilo de vida saludable.

Oportunidades

- Aumento de la demanda de programas adaptados y personalizados post-pandemia.
- Uso de redes sociales y plataformas digitales para atraer y mantener clientes.

- Especialización en nichos como rehabilitación, alto rendimiento o adultos mayores.
- Alianzas con gimnasios, profesionales de salud y clubes deportivos.

Debilidades

1. Acceso limitado a infraestructura o equipamiento especializado.
2. Alta dependencia de la reputación personal, sin respaldo institucional.
3. Variabilidad en la calidad del servicio, debido a la falta de regulación formal.
4. Dificultad para escalar el negocio o atender muchos clientes simultáneamente.

Amenazas

- Competencia de grandes cadenas que incorporan servicios personalizados y tecnología avanzada.
- Cambios en las preferencias de los consumidores hacia servicios con más respaldo profesional o institucional.
- Problemas legales o fiscales por falta de formalización del servicio.
- Dificultad para mantener clientes estables frente a la informalidad o la competencia desleal.

Este análisis demuestra que JR7 Training puede posicionarse estratégicamente al integrar lo mejor de cada modelo, donde la personalización y flexibilidad de los entrenadores independientes, el respaldo profesional e interdisciplinario de Bodytech y la accesibilidad de Smart Fit son aspectos vitales para la garantía de un servicio de calidad. Además, puede aprovechar las oportunidades actuales como la digitalización de los servicios, el crecimiento de la demanda en salud y bienestar post-pandemia y la necesidad

de programas adaptados a poblaciones especiales (Observatorio de Innovación del Fitness, 2023).

Diferenciadores de JR7 Training:

- Especialización en entrenamientos integrales para deportes específicos, adaptados a las necesidades de cada disciplina.
- Planes personalizados con tecnología para su progreso y seguimiento de su percepción del esfuerzo.
- Enfoque en salud física y mental, con estrategias de prevención de lesiones y optimización del rendimiento deportivo.

5. Estrategias de Posicionamiento

Marketing y presencia digital:

- Estrategia de contenido en redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube) con casos de éxito y consejos fitness.
- SEO y publicidad digital en Google Ads y redes sociales para aumentar la visibilidad.
- Alianzas y colaboraciones con gimnasios, clubes deportivos, escuelas de formación y centros deportivos.
- Vinculación con profesionales fisioterapeutas, psicólogos y nutricionistas, ofreciendo paquetes integrales de entrenamiento y bienestar.

Programas exclusivos:

- Planes de entrenamiento premium para atletas, con metodologías avanzadas y seguimiento personalizado.
- Entrenamiento en casa o al aire libre, adaptado a clientes con horarios exigentes.

El mercado de entrenamiento personalizado en Bogotá ofrece un gran potencial, impulsado por una demanda creciente de servicios que integren tecnología, especialización y personalización. A pesar de que el sector se compone mayoritariamente de pequeños establecimientos independientes con recursos limitados, la evolución constante del fitness y la apertura hacia nuevos métodos abren la puerta a oportunidades significativas. Para JR7 Training, el éxito radica en diferenciarse mediante entrenamientos específicos, el uso estratégico de tecnología para el seguimiento del progreso y una sólida estrategia de marketing que permita captar y fidelizar a una clientela diversa, posicionándose como la mejor alternativa en el competitivo mercado del fitness.

CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

JR7 Training ofrece una propuesta de valor basada en la especialización, la personalización y la mejora del rendimiento. La empresa se destaca por brindar programas de entrenamiento integrales que abordan tanto el aspecto físico como el mental, permitiendo a sus clientes alcanzar niveles superiores de desempeño y bienestar.

Enfoque en la Personalización y Mejora del Rendimiento

La propuesta de valor de JR7 Training se diferencia por su enfoque en la personalización. Cada plan de entrenamiento es único y se adapta a las características y objetivos del cliente, lo que permite alcanzar resultados sostenibles a largo plazo. Al combinar tecnología avanzada, asesoría integral y un enfoque humanista, la empresa no solo mejora el rendimiento físico, sino que también impulsa la fortaleza mental y la resiliencia de sus usuarios.

Esta estrategia integral y diferenciada posiciona a JR7 Training como un referente en el sector, capaz de responder de manera óptima a las demandas de un mercado diversificado. De esta forma, la empresa maximiza el impacto de cada programa y asegura la satisfacción y fidelización de sus clientes, generando una ventaja competitiva sostenible (Kotler & Keller, 2016; Armstrong & Kotler, 2017).

Valor Proporcionado a los Clientes

La propuesta de JR7 Training se fundamenta en el diseño de soluciones personalizadas que responden a las necesidades específicas de cada cliente. La empresa aborda problemas comunes en el mercado, tales como:

- **Falta de Personalización:** Muchos servicios de entrenamiento ofrecen programas genéricos que no se adaptan a las características y objetivos individuales. JR7 Training contrarresta esta limitación mediante la elaboración de planes a medida, considerando la disciplina deportiva, el nivel de experiencia y las metas personales.
- **Desconexión entre Cuerpo y Mente:** Mientras que la mayoría de los programas se centran únicamente en el aspecto físico, JR7 Training integra un enfoque holístico que potencia la mentalidad, la seguridad y la confianza, elementos esenciales para que el cuerpo logre resultados que reflejen una convicción interna.
- **Monitoreo Inadecuado del Progreso:** La falta de herramientas precisas para evaluar el avance puede dificultar la identificación de áreas de mejora. JR7 Training utiliza tecnología de vanguardia para el seguimiento continuo, lo que permite realizar ajustes en tiempo real y garantizar resultados medibles.

Necesidades que satisface

La empresa se orienta a satisfacer las demandas de dos grandes grupos de necesidades:

- **Bienestar, Salud y Estética:** Dirigido a clientes que buscan mejorar su condición física, mantener la salud integral y optimizar su apariencia. Estos programas están especialmente diseñados para deportistas aficionados, personas mayores y público en general.
- **Rendimiento Deportivo y Preparación de Alto Nivel:** Enfocado en deportistas profesionales, semiprofesionales y jóvenes talentos que requieren un entrenamiento intensivo y especializado. Estos programas incluyen estrategias avanzadas de preparación física, asesoría nutricional y métodos de recuperación adaptados a cada fase competitiva.

Programas Ofrecidos

La oferta de JR7 Training se adapta a los diferentes segmentos de mercado mediante la implementación de programas específicos:

1. **Entrenamiento Personalizado para Bienestar y Estética:**

Diseñado para quienes buscan mejorar la salud y la apariencia física, este programa utiliza rutinas de bajo impacto, asesoría nutricional y actividades enfocadas en la prevención y rehabilitación, asegurando un enfoque integral.

2. **Programas de Alto Rendimiento Deportivo:** Destinados a atletas y

deportistas que aspiran a competir a niveles superiores, estos programas integran una preparación física avanzada, estrategias de recuperación y asesoría integral, abarcando las distintas fases de entrenamiento (precompetitiva, competitiva y de rehabilitación).

3. **Programas Grupales y Corporativos:** Orientados a empresas y

clubes deportivos, estos programas promueven el bienestar colectivo a través de actividades y talleres diseñados para mejorar la salud y la productividad, fortaleciendo la cohesión y el rendimiento en equipos.

CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

JR7 Training orienta sus servicios hacia un mercado diversificado, atendiendo a diferentes perfiles de clientes con objetivos y necesidades específicas. Por un lado, se enfoca en usuarios que buscan mejorar su bienestar integral, salud física, recuperación y estética corporal. Por otro lado, ofrece un enfoque especializado para deportistas que desean optimizar, mantener o recuperar su rendimiento competitivo a través de programas personalizados. Esta estrategia permite abordar un amplio espectro de necesidades dentro del ámbito del entrenamiento personalizado, generando valor y diferenciación frente a la competencia (Kotler & Keller, 2021).

Con el fin de identificar de manera precisa al público objetivo, JR7 Training emplea una estrategia de segmentación múltiple, abarcando variables demográficas, geográficas,

psicográficas y conductuales, las cuales permiten comprender mejor las características y motivaciones de los clientes (Armstrong & Kotler, 2021).

◆ Segmentación Demográfica

La empresa se dirige a hombres y mujeres entre **13 y 65 años**, principalmente adolescentes, adultos jóvenes y de mediana edad, interesados en mejorar su condición física y bienestar general. Este grupo abarca personas de estratos socioeconómicos **3 a 5**, con un poder adquisitivo medio y medio-alto, que valoran la importancia de la salud física y mental, y están dispuestos a invertir en servicios personalizados para alcanzar sus objetivos (Castaño & Méndez, 2023).

◆ Segmentación Geográfica

El enfoque inicial se encuentra en la ciudad de **Bogotá D.C.**, priorizando zonas con alta densidad urbana y demanda por servicios fitness personalizados, como Chapinero, Usaquén, Suba y Teusaquillo. Adicionalmente, la implementación de plataformas digitales permite ampliar la cobertura hacia otras ciudades y países mediante entrenamientos virtuales y asesorías a distancia, respondiendo a la creciente demanda de servicios online en el sector fitness (Rincón & Ramírez, 2022).

◆ Segmentación Psicográfica

El público objetivo de JR7 Training se caracteriza por un estilo de vida activo o aspiracional, con motivaciones centradas en la mejora del bienestar, la estética, el rendimiento deportivo o la superación personal. Son individuos orientados al logro, con disciplina y un fuerte interés en la personalización de sus procesos de entrenamiento. Asimismo, valoran la innovación tecnológica, el acompañamiento profesional y la integración de estrategias que potencien su desarrollo físico y mental (García et al., 2023).

◆ Segmentación Conductual

Los clientes de JR7 Training buscan resultados **concretos y medibles** que se ajusten a sus objetivos personales. Algunos priorizan la prevención de enfermedades y la mejora de la movilidad, mientras que otros se enfocan en metas estéticas como pérdida de

grasa o ganancia de masa muscular. Por su parte, los deportistas competitivos requieren planes especializados para optimizar su rendimiento según las diferentes fases de entrenamiento (precompetitiva, competitiva, descarga o rehabilitación). Este grupo, en su mayoría, ha tenido experiencias previas en gimnasios tradicionales, pero busca un servicio más integral y personalizado (Martínez & López, 2021).

Clientes y Valor Ofrecido

Los clientes de JR7 Training comparten un interés por la mejora física, la salud y el desarrollo personal, con comportamientos orientados hacia la disciplina, la constancia y el deseo de progresar continuamente. La propuesta de valor se fundamenta en la personalización de programas, la innovación tecnológica y un enfoque humanista, lo que garantiza un acompañamiento integral para la consecución de objetivos específicos (Kotler & Keller, 2021).

La estructura de la oferta se organiza en dos grandes áreas:

1. Bienestar, Salud y Estética

Enfocada en personas que buscan mejorar su calidad de vida mediante la actividad física, controlando aspectos como la estética corporal, la reducción del estrés y la prevención de enfermedades crónicas. Este segmento incluye:

- **Deportistas Aficionados:** Personas que practican actividad física recreativa y desean mejorar su técnica, condición física y rendimiento general.
- **Personas Mayores:** Individuos de la tercera edad que requieren programas de bajo impacto para preservar movilidad, fuerza y flexibilidad, promoviendo su autonomía.
- **Público General Fitness:** Clientes interesados en mejorar su apariencia física, desarrollar masa muscular y fortalecer su salud integral.

2. Rendimiento Deportivo y Alto Desempeño

Dirigido a deportistas y atletas cuyo objetivo principal es potenciar su rendimiento competitivo a través de entrenamientos especializados que incluyen asesoramiento nutricional, estrategias de recuperación y planificación de cargas según las fases de preparación. Este grupo comprende:

- **Atletas de Alto Rendimiento:** Deportistas profesionales o semiprofesionales que buscan superar sus límites mediante entrenamientos integrales y personalizados.
- **Escuelas Deportivas y Clubes:** Instituciones y equipos que requieren programas técnicos y físicos específicos para el desarrollo de talento emergente.

Esta estrategia de segmentación diversificada permite a JR7 Training adaptarse a las necesidades de cada grupo, ofreciendo soluciones a medida y generando una ventaja competitiva sostenible. Según García et al. (2023), una segmentación bien definida facilita la identificación de comportamientos y necesidades, permitiendo una mayor fidelización y satisfacción del cliente a largo plazo.

CAPITULO III: CANALES

JR7 Training ha establecido una estrategia multicanal que integra diversos puntos de contacto con sus clientes, permitiendo alcanzar de forma eficaz a un mercado diversificado. Los clientes prefieren canales que ofrezcan interactividad, personalización y resultados medibles; por ello, la empresa combina canales digitales y tradicionales que facilitan una experiencia de usuario integral y directa.

En este sentido, el canal directo de JR7 Training se apoya en una fuerte presencia en redes sociales como Instagram, TikTok, Facebook y YouTube. Estas plataformas permiten difundir contenido educativo, motivacional y testimonios que generan un efecto “voz a voz” esencial para la consolidación de la marca. La interacción en redes sociales no solo fortalece la comunidad, sino que también establece un contacto personalizado entre clientes, entrenadores y socios, creando un ambiente de confianza y fidelización. Este

enfoque es respaldado por Armstrong y Kotler (2017), quienes destacan la importancia del marketing digital y el “Word of mouth” en la construcción de relaciones duraderas.

Además, la página web y la plataforma de reservas en línea complementan esta estrategia, ofreciendo un canal donde los clientes pueden acceder a información detallada sobre los servicios, evaluar las diferentes opciones y realizar transacciones de forma segura. La integración de alianzas con gimnasios, universidades y clubes deportivos, junto con la participación en eventos y torneos, amplía aún más el alcance de la empresa, permitiendo que el contacto con el cliente se dé en múltiples frentes y aumentando la rentabilidad tanto para el usuario como para los entrenadores.

El proceso de interacción con el cliente se organiza en cinco fases clave:

1. **Información:** En esta fase, JR7 Training utiliza redes sociales, blogs y contenido audiovisual para captar el interés de potenciales clientes, ofreciendo información clara y detallada sobre sus programas y filosofía. Este primer contacto es crucial para establecer credibilidad y generar expectativas positivas.
2. **Evaluación:** Los interesados pueden interactuar directamente con entrenadores a través de chats y consultas en línea, además de acceder a testimonios y comparativas de programas. Esta etapa permite a los clientes analizar las opciones disponibles y tomar decisiones informadas basadas en sus necesidades específicas.
3. **Compra:** La plataforma de reservas y el sitio web facilitan un proceso de compra sencillo y seguro, adaptado a las particularidades de cada cliente. Este canal digital garantiza que la transacción sea fluida y se formalice el compromiso del usuario con el programa elegido.
4. **Entrega:** Una vez adquiridos los servicios, la entrega se realiza a través de entrenamientos presenciales o virtuales, apoyados por herramientas tecnológicas que permiten un seguimiento en tiempo real como la App con la cual se cuenta y se puede medir y hacer el seguimiento del proceso del usuario. Esta fase asegura que el cliente reciba el servicio de manera personalizada y efectiva,

maximizando su rendimiento y siempre contando con la compañía de su entrenador.

5. **Post venta:** El acompañamiento post venta se centra en la fidelización del cliente mediante la aplicación personal de entrenamiento, evaluaciones periódicas y retroalimentación constante. Esta fase refuerza la relación a largo plazo y estimula el efecto “voz a voz”, vital para atraer nuevos clientes y mantener la satisfacción del usuario (Kotler & Keller, 2016).

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

En JR7 Training, la relación con los clientes constituye un pilar fundamental para generar confianza, fidelización y motivación continua en cada etapa de su proceso. Los diversos segmentos de mercado desde atletas de alto rendimiento hasta personas interesadas en su salud y bienestar esperan un trato personalizado que combine la experiencia técnica con una atención cercana y directa. La empresa ha establecido un modelo de asistencia personal y automatización, que se integra muy bien en su modelo de negocio ofreciendo un acompañamiento integral a lo largo de todas las fases del proceso a través de un sistema de comunicación continuo y herramientas tecnológicas que facilitan la automatización de ciertos procesos para hacerlos más factibles, lo cual a pesar de su coste operativo, se traduce en una mayor rentabilidad gracias al incremento en la satisfacción, comunicación asertiva y fidelización del cliente.

Este modelo se implementa mediante la utilización de canales digitales y presenciales que facilitan una comunicación constante y directa. Por ejemplo, el uso de chats, videoconferencias y aplicaciones móviles permite brindar un soporte inmediato y adaptado a las necesidades individuales. De esta manera, se asegura que la atención sea personalizada, permitiendo ajustes en tiempo real según el progreso de cada usuario. Según Grönroos (2007), una atención personalizada es esencial para construir relaciones duraderas, ya que fomenta la satisfacción y la lealtad a largo plazo.

Tipo de relación con los clientes

La relación que JR7 Training establece se categoriza como **asistencia personal**, en la que cada cliente recibe un servicio de atención directa y personalizada durante todo el proceso de entrenamiento. Este enfoque se basa en:

- **Atención Personalizada y Cercana:** La comunicación directa y constante con cada cliente permite comprender en profundidad sus necesidades y objetivos, posibilitando ajustes continuos en los planes de entrenamiento.
- **Seguimiento y Evaluación del Progreso:** La integración de herramientas tecnológicas para el monitoreo en tiempo real y la retroalimentación periódica garantiza un seguimiento detallado, facilitando la identificación de áreas de mejora y la celebración de logros.
- **Interacción a través de Canales Digitales:** El uso de redes sociales y aplicaciones móviles optimiza la eficiencia operativa, reduce los costos y mejora la accesibilidad a la asistencia personalizada.
- **Programas de Fidelización y Beneficios:** La implementación de estrategias de fidelización, como descuentos exclusivos y programas de referidos, refuerza la relación a largo plazo, generando un valor añadido para el cliente.

Este modelo de asistencia personal no solo cumple con las expectativas de los diferentes segmentos, sino que también se integra eficazmente en el modelo de negocio de JR7 Training, maximizando el impacto de cada programa y asegurando la rentabilidad a largo plazo. Tal como señala Berry (2002), el éxito en la gestión de la relación con el cliente radica en proporcionar un servicio consistente y de alta calidad, lo que resulta fundamental para la fidelización y el crecimiento sostenido de la base de clientes.

CAPITULO V: INGRESOS

Los ingresos representan los recursos económicos que una empresa genera a partir de la venta de bienes o la prestación de servicios. De acuerdo con Horngren, Datar y Rajan (2021), el reconocimiento contable de estos ingresos se da cuando se transfiere al cliente el

control del servicio o producto, reflejando fielmente la realidad económica del negocio. En JR7 Training, este momento ocurre cuando se concreta la adquisición de un plan de entrenamiento o asesoría, ya sea en modalidad presencial o virtual.

Desde un enfoque económico, Ross, Westerfield y Jaffe (2022) señalan que la generación de ingresos está determinada por el comportamiento de la demanda, los precios establecidos y el valor percibido por el consumidor. En ese sentido, JR7 Training busca posicionarse con un portafolio accesible, pero diferenciado por su personalización, innovación tecnológica y enfoque humanista.

Fuentes de ingreso

El modelo de ingresos de JR7 Training se sustenta en la prestación de servicios personalizados. Las principales fuentes se clasifican así:

- **Entrenamiento personalizado individual:** \$50.000 por sesión.
- **Programación mensual:**
 - Básica: \$80.000 (incluye plan de ejercicios mensual y seguimiento por aplicación).
 - Avanzada: \$120.000 (incluye plan de ejercicios, seguimiento técnico y acompañamiento virtual).
- **Asesorías deportivas y análisis clínico-deportivo:** \$50.000 por sesión.
- **Asesorías nutricionales:**
 - Básica: \$70.000 (revisión de hábitos y sugerencias generales).
 - Completa: \$120.000 (incluye diagnóstico, plan alimenticio y acompañamiento).

Estas tarifas fueron determinadas a partir de un análisis de mercado en Bogotá, ajustadas para ser competitivas frente a la oferta de gimnasios, entrenadores independientes y academias deportivas, pero garantizando calidad, atención personalizada y tecnología aplicada.

Proyección de ingresos primer semestre 2025

Se proyecta un crecimiento mensual progresivo conforme avance la consolidación de la marca, las campañas de marketing digital y la fidelización de los primeros clientes. La siguiente tabla refleja una estimación basada en un promedio de ventas por tipo de servicio:

Proyección de ingresos primer semestre 2025

Se proyecta un crecimiento mensual progresivo conforme avance la consolidación de la marca, las campañas de marketing digital y la fidelización de los primeros clientes. La siguiente tabla refleja una estimación basada en un promedio de ventas por tipo de servicio:

Tabla 1.

Proyección de ingresos primer semestre 2025

Mes	Servicios vendidos estimados	Ingreso mensual (COP)
Enero	4 entrenamientos personalizados, 2 programaciones básicas, 2 asesorías	\$460.000
Febrero	6 entrenamientos, 3 programaciones (2 básicas, 1 avanzada), 3 asesorías	\$710.000
Marzo	8 entrenamientos, 4 programaciones (2 básicas, 2 avanzadas), 4 asesorías	\$1.040.000
Abril	10 entrenamientos, 5 programaciones (2 básicas, 3 avanzadas), 5 asesorías	\$1.320.000
Mayo	12 entrenamientos, 6 programaciones (2 básicas, 4 avanzadas), 6 asesorías	\$1.610.000

Junio	14 entrenamientos, 7 programaciones (2 básicas, 5 avanzadas), 7 asesorías	\$1.880.000
-------	---	-------------

Total de ingresos estimados primer semestre: \$7.020.000 COP

Nota: Las asesorías incluyen tanto las deportivas como las nutricionales en proporciones variables, y los ingresos mensuales están redondeados para facilitar la lectura.

Estas proyecciones reflejan un crecimiento mensual sostenido que permitirá cubrir los egresos operativos iniciales (tecnología, administración, publicidad y talento humano), reinvertir en infraestructura y mejorar la propuesta de valor. A mediano plazo, se prevé la integración de ingresos por ventas de material físico y programas corporativos, lo cual aumentará significativamente la rentabilidad de la empresa.

Tabla 2.

Listado de recursos

Categoría	Elemento	Cantidad	Valor Unitario (COP)	Valor Total (COP)
Técnicos	Aplicaciones de entrenamiento (App)	1 licencia	\$120.000 (anual)	\$120.000
	Redes sociales / grabación Pro / Edición	1 suscripción	\$60.000 (mensual)	\$720.000 (anual)
	Estrategias de marketing digital		Variable mensual	\$600.000 (estimado)
Físicos	Adipometro	1	\$150.000	\$150.000

	Tensiometro	1	\$180.000	\$180.000
	Oximetro	1	\$100.000	\$100.000
	Bascula (Biopedancia)	1	\$300.000	\$300.000
	Dinamometro	1	\$250.000	\$250.000
	Cinta metrica	2	\$20.000	\$40.000
Tecnológicos	Laptop (uso administrativo y técnico)	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Talento Humano	Entrenadores (Pagos por obra labor)	4	Variable mensual, Pago según clientes atendidos	
	Administrativo	2	Variable mensual	

Mes	Gastos estimados	Egreso (COP)
Enero	App De Entrenamiento (HEVY)	\$120.000 (Plan Anual)
Febrero	Programa de programación de cargas (SergioMcoach)	\$450.000
Marzo	Camisetas e Indumentaria entrenadores	\$640.000
Abril	2 Adipometros Harpender	\$420.000

Mayo	Bascula Bioimpedancia XIAOMI	\$150.000
Junio	Capacitaciones y Seminarios para entrenadores	\$700.000

Tabla 3.

RECURSOS TALENTO HUMANO

Rol Funciones Clave Perfil Recomendado Tipo de Vinculación

Entrenador Personal JR7	Planificación, ejecución y control de entrenamientos.	Profesional en entrenamiento deportivo o afines.	Contrato por prestación / fijo según volumen
Nutricionista Deportivo	Planes nutricionales individuales, seguimiento de objetivos.	Nutricionista con experiencia en deporte o fitness.	Prestación de servicios
Fisioterapeuta / Rehabilitador	Atención a lesiones y prevención.	Fisioterapeuta con especialización o diplomado en deporte.	Prestación de servicios
Diseñador JR7 (Ropa y Branding)	Diseño de prendas deportivas, línea gráfica de marca.	Diseñador gráfico con experiencia en ropa deportiva.	Freelance / por proyecto

Nota: Los valores de talento humano no son fijos, ya que dependen del número de servicios vendidos. Se recomienda proyectarlos en el capítulo de estructura de costos

La eficiencia del modelo financiero se basa en mantener una atención personalizada de calidad, con precios justos y adaptables a distintos segmentos del mercado. Esto garantiza sostenibilidad económica y posicionamiento competitivo en el sector del entrenamiento personalizado en Bogotá.

TABLA DE FLUJO

Mes	Ingresos (COP)	Egresos (COP)	Saldo del mes (COP)	Saldo acumulado (COP)
Enero	\$460.000	\$120.000	\$340.000	\$340.000
Febrero	\$710.000	\$450.000	\$260.000	\$600.000
Marzo	\$1.040.000	\$640.000	\$400.000	\$1.000.000
Abril	\$1.320.000	\$420.000	\$900.000	\$1.900.000
Mayo	\$1.610.000	\$150.000	\$1.460.000	\$3.360.000
Junio	\$1.880.000	\$700.000	\$1.180.000	\$4.540.000

CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones clave representan alianzas estratégicas que permiten a una empresa potenciar su propuesta de valor, optimizar recursos y ampliar su alcance. De acuerdo con Osterwalder y Pigneur (2010), estas alianzas pueden ser fundamentales para lograr eficiencia operativa, ganar acceso a mercados, reducir riesgos y fortalecer la innovación. En el caso de JR7 Training, las siguientes entidades aliadas se han convertido en pilares estratégicos para el desarrollo de sus servicios:

1. **Powerlifting Club:** Club deportivo especializado en powerlifting y entrenamiento de fuerza, con atletas que ostentan marcas reconocidas a nivel nacional, departamental y distrital.

- Beneficio para la entidad aliada: Fortalecimiento del rendimiento de sus deportistas mediante un acompañamiento técnico actualizado y orientado a la prevención de lesiones.
- Beneficio para JR7 Training: Validación técnica de nuestros métodos en contextos de alto rendimiento, acceso a comunidad deportiva competitiva y posicionamiento como referentes en preparación para deportes de fuerza.
- Modelo de colaboración: Asesoría en la planificación de cargas, seguimiento técnico y promoción cruzada en redes sociales y eventos.

2. **Equinox Gym:** Gimnasio consolidado en la localidad de Bosa (Bogotá), con amplia trayectoria en entrenamiento funcional, clases grupales y musculación.

- Beneficio para la entidad aliada: Complemento profesional a sus servicios mediante charlas, asesorías y talleres con especialistas en entrenamiento personalizado.
- Beneficio para JR7 Training: Acceso a infraestructura física de calidad, aumento del alcance local, y participación en eventos deportivos conjuntos.
- Modelo de colaboración: Alianzas para el uso compartido de espacios, ejecución de charlas motivacionales y presencia conjunta en actividades de comunidad.

3. **Club Deportivo La Gaitana:** Institución con más de 42 años de experiencia en formación deportiva infantil y juvenil, reconocida por haber formado a futbolistas destacados como Radamel Falcao García.

- Beneficio para la entidad aliada: Soporte especializado en preparación física para sus categorías competitivas y proyección a nivel nacional
- Beneficio para JR7 Training: Participación directa en torneos como patrocinadores, visibilidad en eventos deportivos y fortalecimiento de nuestro enfoque de formación integral.

- Modelo de colaboración: Intervención periódica en procesos de entrenamiento, eventos deportivos conjuntos y programas de premiación y estímulo.

4. Agencia Travel Sport E&T: Agencia internacional de turismo y representación deportiva con presencia en Colombia y Argentina.

- Beneficio para la entidad aliada: Apoyo técnico especializado para la preparación de atletas y asesoría en el diseño de programas de entrenamiento antes de eventos internacionales.

- Beneficio para JR7 Training: Apertura a experiencias de internacionalización, visibilidad fuera del país y posicionamiento como entidad aliada para campamentos de alto rendimiento.

- Modelo de colaboración: Diseño de programas conjuntos, asesorías técnicas en viajes deportivos y participación como staff de apoyo profesional en eventos internacionales.

Estas alianzas no solo fortalecen el ecosistema de JR7 Training, sino que también contribuyen a una red colaborativa basada en la calidad, la confianza y el crecimiento compartido, en línea con los principios de desarrollo sostenible y la economía colaborativa.

CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES

Los recursos clave representan todos aquellos activos tangibles e intangibles necesarios para que una empresa implemente su modelo de negocio y entregue su propuesta de valor de manera efectiva (Blank & Dorf, 2020). En el caso de JR7 Training, estos recursos han sido organizados y gestionados con base en criterios de innovación, adaptabilidad y sostenibilidad operativa, buscando optimizar los servicios ofrecidos en el ámbito del entrenamiento personalizado.

Tabla 3.

Recursos físicos

Recurso / Elemento	Cantidad	Valor Unitario (COP)	Valor Estimado Total (COP)
Pago diario entrada al gimnasio	20	\$10.000	\$200.000
Pago de suscripción smartfit	1	\$2.996	\$89.900

El eje central de JR7 Training gira en torno a una infraestructura funcional, sencilla y altamente versátil. Se cuenta con instrumentos esenciales para la valoración de la condición física (como adipómetro, tensiómetro y báscula de bioimpedancia), además de la posibilidad de entrenar con los usuarios en distintos tipos de gimnasio donde o coincidan con la cadena de gimnasio a la cual los entrenadores están suscritos que es Smat Fit o en los gimnasios coloquialmente conocidos como gimnasios de barrio donde pagamos la entrada diaria y lo incluimos dentro del cobro de la sesión personalizada o del mes ya hay espacios como parques donde nosotros no tenemos gastos ya que son espacios públicos para realizar actividad física libre.

Estos recursos son el sustento operativo del servicio y permiten implementar una atención digitalizada y personalizada, que responde a las demandas actuales del mercado fitness. Según Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), el consumidor contemporáneo espera experiencias adaptadas a sus necesidades, apoyadas por plataformas tecnológicas intuitivas y eficientes.

Recursos intelectuales

Tabla 4.

Recursos intelectuales y legales

Categoría	Elemento	Estado / Descripción
------------------	-----------------	-----------------------------

Marca registrada	Registro ante SIC	Marca “JR7 Training” registrada para protección comercial
Modelo de atención	Enfoque humanista-tecnológico	Planificación personalizada, tecnología y seguimiento
Contenido educativo	Material visual, rutinas, cápsulas y guías propias	Uso exclusivo en redes, plataforma y clientes
Registro legal	Cámara de Comercio de Bogotá	Empresa formalmente constituida
Documentos legales	RUT, Certificado de existencia, contratos por prestación	Documentación vigente y legalmente respaldada
Bioseguridad y ética	Protocolos básicos y consentimiento informado	Aplicados en todas las sesiones presenciales

En JR7 Training se reconoce el valor de los activos intangibles como elemento clave para la diferenciación y posicionamiento. Estos recursos, desarrollados progresivamente durante la consolidación de la marca, incluyen:

Marca registrada ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), lo cual garantiza la protección legal del nombre, logotipo y elementos visuales que identifican a la empresa. Modelo propio de atención humanista-tecnológica, basado en el diseño de planes individualizados, el uso de tecnología de seguimiento, la atención cercana y la promoción del bienestar integral. Contenido digital original, creado para redes sociales, plataforma web y clientes, como infografías, cápsulas educativas, rutinas interactivas y retos, lo cual genera una comunidad sólida en línea.

Estos recursos fortalecen el capital simbólico y comercial de la empresa. Según Day (2022), los activos intangibles, como la marca, el conocimiento especializado y los sistemas de interacción, son fuentes clave de ventaja competitiva en el entorno actual.

Recursos legales y administrativos

El respaldo legal y documental de JR7 Training garantiza transparencia, seguridad jurídica y proyección a largo plazo. Actualmente, la empresa:

Está registrada ante la Cámara de Comercio de Bogotá, con todos los documentos actualizados (RUT, certificado de existencia y representación legal). Opera bajo un modelo legal de servicios por prestación de obra labor, cumpliendo la normatividad laboral vigente para vinculación de entrenadores. Utiliza consentimientos informados, protocolos de bioseguridad y criterios éticos basados en las buenas prácticas del entrenamiento personalizado.

El cumplimiento de estas condiciones legales no solo protege a la empresa, sino que también genera confianza en el usuario, condición esencial en servicios de salud y acondicionamiento físico (Gutiérrez & Ruiz, 2020).

CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves representan aquellas acciones estratégicas que una empresa debe ejecutar para entregar su propuesta de valor, consolidar relaciones con los clientes, alcanzar eficiencia operativa y mantener ingresos sostenibles. En el modelo de negocio de JR7 Training, estas actividades se articulan con tres grandes pilares: personalización del servicio, innovación tecnológica y comunicación efectiva.

Una de las principales actividades es el diseño y actualización de planes de entrenamiento personalizados. Cada cliente recibe un programa ajustado a sus necesidades específicas, nivel de condición física, historial médico y objetivos particulares, lo que requiere de procesos constantes de evaluación, adaptación y retroalimentación. Este enfoque responde a las tendencias actuales del mercado del fitness, donde los consumidores valoran experiencias hechas a medida, acompañadas por profesionales capacitados y soluciones individualizadas (Andreu, 2021).

Otro componente fundamental de la operación de JR7 Training es el seguimiento continuo al progreso del usuario. A través de aplicaciones móviles, formularios digitales y herramientas de monitoreo subjetivo del esfuerzo, los entrenadores pueden hacer ajustes en tiempo real, detectar signos de estancamiento o sobrecarga, y brindar motivación personalizada. Esta dinámica no solo permite mejorar la eficacia de los programas, sino también fortalecer el vínculo entre entrenador y cliente, un aspecto crucial en la fidelización dentro del sector fitness (Jiménez-Parra & Gómez-Tafalla, 2020).

La producción de contenido digital también se convierte en una actividad clave para JR7 Training. La empresa desarrolla videos educativos, rutinas grabadas, infografías y cápsulas de motivación que se difunden por canales como Instagram, TikTok, Facebook y YouTube. Esta estrategia de contenido cumple una doble función: por un lado, educa e inspira a la comunidad digital y, por otro, actúa como mecanismo de atracción para nuevos clientes. Según Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), el contenido de valor es la herramienta principal del marketing 5.0, pues genera confianza, cercanía y engagement entre marca y audiencia.

Asimismo, la organización de eventos, talleres, charlas técnicas y participación en actividades deportivas con entidades aliadas constituye una labor permanente. Estas acciones fortalecen la presencia institucional de JR7 Training, estimulan el aprendizaje colectivo, y fomentan redes colaborativas con otros actores del sector deportivo y del bienestar. La interacción en escenarios presenciales y digitales también ayuda a consolidar la reputación de la marca, condición imprescindible para mantenerse competitivo en un entorno en constante evolución (González & De la Fuente, 2022).

Finalmente, la atención al cliente y la gestión del relacionamiento representan una actividad transversal en el modelo de negocio. Desde el primer contacto hasta la fase de postventa, JR7 Training procura brindar un trato cercano, humano y resolutivo, integrando herramientas como WhatsApp Business, Google Calendar y formularios personalizados. Esto permite generar un proceso fluido de inscripción, seguimiento, evaluación y retroalimentación. La literatura reciente destaca que la experiencia del cliente no solo depende del producto o servicio, sino de la calidad del acompañamiento en cada punto de contacto (Escobar & Medina, 2021).

En conjunto, las actividades claves de JR7 Training no solo responden a un plan operativo funcional, sino que consolidan una propuesta diferenciadora y sostenible, que combina ciencia, tecnología, empatía y estrategia digital para mejorar la vida de sus usuarios.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos representa uno de los componentes más críticos del modelo de negocio, ya que determina la viabilidad económica del proyecto, la eficiencia operativa y la capacidad para alcanzar sostenibilidad financiera a largo plazo. Según Blank y Dorf (2020), la correcta identificación y clasificación de los costos permite a las startups y empresas emergentes proyectar escenarios realistas y tomar decisiones estratégicas fundamentadas.

En el caso de JR7 Training, los costos se dividen en fijos, variables y depreciación de activos. Esta organización permite comprender el flujo mensual de egresos y su relación con los ingresos proyectados, además de facilitar el cálculo del punto de equilibrio.

Tabla 5.

Depreciación de activos físicos y tecnológicos (vida útil 5 años, método lineal)

Activo	Valor inicial (COP)	Vida útil (años)	Depreciación anual (COP)	Depreciación mensual (COP)
Laptop	\$2.000.000	5	\$400.000	\$33.333
Celular inteligente	\$1.200.000	5	\$240.000	\$20.000
Báscula bioimpedancia	\$300.000	5	\$60.000	\$5.000

Dinamómetro	\$250.000	5	\$50.000	\$4.166
Adipómetro	\$150.000	5	\$30.000	\$2.500
Otros (oxímetro, tensiómetro, cinta, etc.)	\$470.000	5	\$94.000	\$7.833
Total depreciación mensual			\$72.832	

La tabla de depreciación muestra cómo los activos físicos y tecnológicos utilizados en JR7 Training se distribuyen contablemente a lo largo de su vida útil. Aplicando el método lineal y una vida útil promedio de cinco años, se estima una depreciación mensual total de \$72.832 COP. Esta cifra se incorpora en la estructura de costos como un componente no monetario que refleja el desgaste natural de los equipos, y es útil para determinar con mayor exactitud la rentabilidad real del proyecto. Su inclusión permite cumplir con principios contables básicos y proyectar la reposición de activos en el mediano plazo.

Tabla 6.

Costos fijos mensuales estimados

Concepto	Valor mensual (COP)
Suscripción a software de edición	\$60.000
Publicidad y pauta digital	\$50.000
Aplicación de seguimiento (licencia)	\$10.000
Hosting, dominio y mantenimiento web	\$30.000

Honorarios administrativos (2 personas por obra)*	Variable según demanda
Total estimado (sin honorarios fijos)	\$150.000

Esta tabla detalla los gastos mensuales que se mantienen constantes independientemente del volumen de clientes atendidos. Se estiman costos fijos aproximados de \$150.000 COP, incluyendo herramientas digitales, pauta publicitaria y servicios tecnológicos como mantenimiento web. Esta estructura de bajo costo fijo es estratégica para una startup como JR7 Training, ya que permite operar con menor presión financiera en las etapas iniciales del proyecto. La flexibilidad del modelo por obra labor también evita cargas salariales mensuales elevadas, manteniendo la sostenibilidad operativa.

Tabla 7.

Costos variables (por cliente atendido)

Concepto	Costo Unitario (COP)
Pago al entrenador (obra labor)	\$50.000
Desgaste de plataforma y seguimiento	\$5.000
Material digital personalizado (rutina, plan, etc.)	\$3.000
Costo variable unitario estimado	\$58.000

Aquí se presentan los gastos que se generan por cada servicio vendido. El costo variable unitario es de \$58.000 COP por cliente, incluyendo el pago a entrenadores, gestión digital personalizada y otros insumos operativos. Esta cifra permite calcular con precisión el margen de contribución por servicio y, a su vez, determinar cuántos servicios se

requieren para cubrir los costos fijos. El control de estos costos es fundamental para mantener la rentabilidad a medida que aumente la demanda.

Tabla 8.

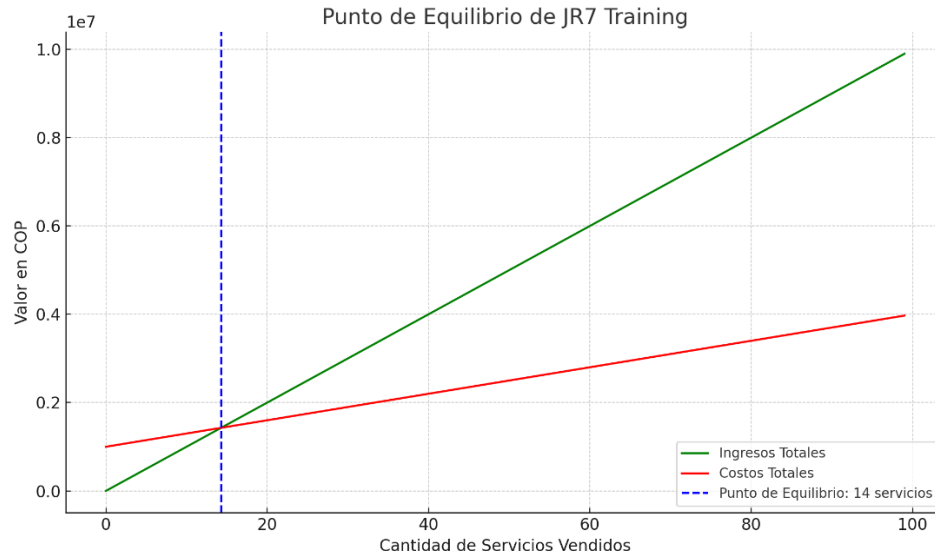
Punto de equilibrio mensual

Concepto	Valor estimado
Precio promedio por servicio	\$100.000 (promedio ponderado)
Costo variable unitario	\$58.000
Costos fijos mensuales	\$1.000.000 (aprox.)
Punto de equilibrio (servicios)	24.39 ≈ 25 servicios
Punto de equilibrio (COP)	\$2.500.000

El análisis del punto de equilibrio revela que JR7 Training necesita vender aproximadamente 25 servicios al mes para cubrir sus costos operativos y comenzar a generar utilidades. Este valor representa un objetivo realista dentro del mercado identificado y refleja una estructura de costos eficiente. Además, al conocer el punto de equilibrio en valor (\$2.500.000 COP), la empresa puede establecer metas de ingresos mensuales concretas y tomar decisiones informadas sobre precios, volumen y estrategia de crecimiento.

Grafica 1.

Punto de equilibrio JR7 Training



La gráfica presentada anteriormente ilustra de forma visual el punto de equilibrio: se identifica claramente el cruce entre los ingresos y los costos totales, demostrando que a partir de la venta de 25 servicios mensuales en promedio, JR7 Training comenzaría a generar utilidades netas. Esta herramienta permite proyectar metas comerciales realistas y planear la asignación de recursos con mayor precisión (Kotler et al., 2021).

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de JR7 Training permite analizar la viabilidad económica del proyecto en el mediano plazo y proyectar su rentabilidad. Esta evaluación se ha realizado sobre la base de tres años, considerando la naturaleza gradual de la inversión, los ingresos periódicos generados, la inflación del país y las tasas de interés actuales del mercado.

Inversión inicial y contexto económico

La inversión inicial estimada fue de \$6.000.000 COP, realizada de forma progresiva desde el inicio del proyecto hasta su consolidación operativa. Esta inversión se ejecutó principalmente con los ingresos generados en las primeras ventas, permitiendo adquirir activos clave como laptop, báscula de bioimpedancia, dinamómetro, y el pago de registros

legales. Dada la progresividad del gasto, no se hizo necesario recurrir a créditos ni inyecciones externas de capital, lo cual redujo los riesgos financieros del emprendimiento.

En este análisis se consideró una tasa de interés del 12 % anual, coherente con los niveles de la Tasa Representativa del Mercado (TRM) y el comportamiento reciente del Banco de la República en Colombia. También se tuvo en cuenta una inflación promedio del 8 % anual, que impacta tanto los costos operativos como los precios al consumidor (DANE, 2024).

Tabla 9.

Flujo de ingresos proyectados (2025-2027)

Año	Flujo de ingresos (COP)
2025	\$18.000.000
2026	\$24.000.000
2027	\$30.000.000
Total	\$72.000.000

Se estima un crecimiento progresivo de los ingresos gracias al posicionamiento de la marca, fidelización de clientes, desarrollo de programas corporativos y estrategias digitales. Este crecimiento proyectado es realista, considerando la tendencia del sector fitness y el comportamiento de la demanda personalizada.

Tabla 10.

Flujo de egresos proyectados (2025–2027)

Año	Egresos operativos (COP)
------------	---------------------------------

2025	\$9.000.000
2026	\$11.000.000
2027	\$13.500.000
Total	\$33.500.000

Se proyecta un aumento controlado de los egresos, derivado principalmente del incremento en servicios prestados, honorarios por obra labor, mantenimiento de herramientas tecnológicas y ajustes por inflación. Se busca mantener un equilibrio entre expansión del negocio y control financiero.

Tabla 11.

Flujo de efectivo neto proyectado

Año	Flujo neto (COP)
2025	\$9.000.000
2026	\$13.000.000
2027	\$16.500.000
Total	\$38.500.000

El flujo neto refleja un aumento constante de la rentabilidad operativa. Este comportamiento positivo se alinea con el crecimiento proyectado de la clientela y la optimización del modelo de costos variables, que ajusta los pagos según la demanda real de servicios.

Valor presente neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Al aplicar los indicadores financieros básicos para proyectos de emprendimiento, se obtuvieron los siguientes resultados:

- VPN (Valor Presente Neto): \$21.146.216 COP
- TIR (Tasa Interna de Retorno): 168.7 % anual

El VPN positivo y alto indica que el proyecto es altamente rentable y genera un retorno significativamente superior al costo de oportunidad del capital (12 % anual). Asimismo, la TIR de 168.7 % demuestra que JR7 Training no solo es viable, sino que tiene un amplio margen de rentabilidad frente a proyectos alternativos o inversiones tradicionales (Kotler et al., 2021).

INTERPRETACIÓN

1. Valor Presente Neto (VPN): \$21.146.216 COP

El VPN mide la rentabilidad de un proyecto, considerando los flujos de caja futuros. El VPN de \$21.146.216 COP es muy positivo, lo que significa que el proyecto de JR7 Training está generando más de 21 millones de COP en valor adicional, después de considerar el costo de oportunidad del capital (12% anual). Este valor positivo sugiere que JR7 Training es altamente rentable y que los ingresos futuros superan significativamente los costos y la inversión inicial, haciendo del proyecto una decisión financieramente atractiva.

2. Tasa Interna de Retorno (TIR): 168.7 % anual

La TIR es la tasa de rentabilidad promedio anual que se espera generar con el proyecto.

La TIR de 168.7% anual es extraordinariamente alta. Este valor sugiere que, por cada peso invertido, JR7 Training genera una rentabilidad de 168.7% anual, lo que es muy superior a cualquier tasa de retorno que se pueda esperar de inversiones tradicionales (por ejemplo, en bonos). En términos prácticos, el proyecto es extremadamente rentable y tiene un potencial de crecimiento muy alto.

- **Comparación con el costo de oportunidad (12% anual):** Si la tasa de retorno de un proyecto alternativo o de mercado es del 12%, y la TIR de JR7 Training es del 168.7%, esto significa que JR7 ofrece una rentabilidad mucho mayor que las opciones de inversión tradicionales. Por lo tanto, la decisión de invertir en JR7 Training está claramente justificada frente a otros proyectos o inversiones.
- VPN positivo (21.146.216 COP) indica que el proyecto generará una ganancia neta significativa sobre la inversión inicial.
- TIR alta (168.7%) muestra que el proyecto tiene un retorno muy por encima del mercado (12% anual), lo que hace de JR7 Training una opción altamente rentable y atractiva para inversionistas.

En resumen, los indicadores sugieren que JR7 Training es un proyecto financieramente sólido, con un alto potencial de rentabilidad y un bajo riesgo comparativo frente a inversiones tradicionales.

REFERENCIAS

- Andreu, J. (2021). Tendencias del entrenamiento personalizado en la era digital. *Revista Iberoamericana de Ciencias del Deporte*, 10(3), 44–59.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing: An Introduction*. Pearson Education.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing: An introduction* (14^a ed.). Pearson.
- Castañó, D., & Méndez, J. (2023). Tendencias de consumo en servicios de entrenamiento personalizado en Bogotá. *Revista de Estudios Empresariales*, 18(2), 45–58.
- Berry, L. L. (2002). Relationship Marketing of Services—Growing Interest, Emerging Perspectives, and Future Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 344–349.
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The Startup Owner’s Manual*. Wiley.
- Bodytech. (2023). Informe de sostenibilidad y desempeño corporativo.
<https://www.bodytech.com>
- Brito Mancheno, F. D. (2025). Impacto del ejercicio físico en la salud y el bienestar físico. *Mentor Revista de Investigación Educativa y Deportiva*, 4(10), 45-60
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2025). Informe sobre el crecimiento del sector fitness en la capital. *Cámara de Comercio de Bogotá*.
- DANE. (2024). Índice de Precios al Consumidor - IPC Colombia.
- DANE. (2025). Estadísticas del sector deportivo y recreativo en Colombia. *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*.
- Day, G. S. (2022). The Future of Competitive Strategy: Unleashing the Power of Data and Digital Ecosystems. *Journal of Marketing*, 86(1), 26–45.

- Del Conde Schnaider, E., López-Sánchez, C. V., & Velasco Matus, P. W. (2022). Relación entre la actividad física e indicadores de salud mental. *Acta de Investigación Psicológica*, 12(2), 1-12.
- Escobar, L., & Medina, C. (2021). Experiencia de cliente en servicios personalizados: más allá del producto. *Revista de Marketing Relacional*, 6(1), 55–70.
- García, L., Pérez, M., & Ríos, J. (2023). Innovación y personalización en el sector fitness: una revisión de tendencias actuales. *Journal of Sports Management*, 9(3), 112–124.
- González, J., & De la Fuente, D. (2022). Innovación en servicios deportivos: claves para la competitividad. *Revista de Ciencias Empresariales*, 18(2), 76–91.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. Wiley.
- Gutiérrez, P. & Ruiz, L. (2020). Formalización del sector fitness en Colombia: retos legales y empresariales. *Revista de Emprendimiento y Gestión*, 7(2), 112-129.
- Infobae. (2024). Actualidad, futuro, desafíos y tendencias fitness en América Latina. *Infobae*
- Jiménez-Parra, J., & Gómez-Tafalla, A. (2020). Estrategias de fidelización en centros de entrenamiento personalizados. *Journal of Fitness Marketing*, 12(1), 22–38.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Dirección de marketing* (16ª ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Martínez, F., & López, C. (2021). Nuevos enfoques en el entrenamiento personalizado: retos y oportunidades. *Revista Colombiana de Ciencias del Deporte*, 12(1), 78–85.
- Mercado Fitness. (2024). Radiografía del sector de gimnasios en Colombia. *Mercado Fitness*.

- Mercado Fitness. (2024, octubre). Radiografía Colombia 2024: Radiografía del sector de clubes, gimnasios y estudios.
- Observatorio de Innovación del Fitness. (2023). Informe del mercado latinoamericano de gimnasios. <https://www.observatoriofitnesslatam.org>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. Free Press.
- Rincón, A., & Ramírez, P. (2022). Transformación digital en servicios de acondicionamiento físico: una mirada desde el mercado colombiano. *Innovación y Empresa*, 15(1), 90–102.
- Sánchez, M., & Pérez, A. (2022). Personal trainers y nuevas tendencias en entrenamiento. *Revista Fitness Pro*, 10(2), 35–49.
- Smart Fit. (2023). Reporte institucional de crecimiento y expansión. <https://www.smartfit.com.co>
- Trejos Abarca, D., & Meza Zúñiga, D. (2017). Actividad física: efectos en el bienestar físico, social y mental en la población de Goicoechea. *Revista Costarricense de Salud Pública*, 26(1), 5-20.
- Wedel, M., & Kamakura, W. A. (2012). *Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. Springer.