



**PLAN DE NEGOCIOS PARA “ORGANIC GYM”,
Aplicación móvil para entrenamiento físico orientada a personas que buscan
bienestar físico y mental de la mano de suplementación orgánica.**

Diana Margarita Martínez Pérez.

Johnny Rodríguez Cancelado.

Edwin Jonatan Rincón Barajas

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Administración de Empresas - MBA

Bogotá, Colombia

30/06/2025

PLAN DE NEGOCIOS PARA “ORGANIC GYM”,

Aplicación móvil para entrenamiento físico orientada a personas que buscan bienestar físico y mental de la mano de suplementación orgánica.

Diana Margarita Martínez Pérez.

Johnny Rodríguez Cancelado.

Edwin Jonatan Rincón Barajas

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Administración de Empresas

Director (a):

Diana González Santos

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Administración de Empresas - MBA

Bogotá, Colombia

30/06/2025

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

A todos aquellos que sueñan con
emprender materializando sus ideas, acá
reposa un ejemplo de cómo se puede
estructurar un negocio desde cero.
Diana, Jonatan y Johnny, deseamos
poder aportar a su crecimiento como
profesional y/o como emprendedor. ¡Éxito!

"No fueron mil intentos fallidos, fue un
invento de mil pasos"

Thomas Alba Edison

Agradecimientos

A nuestra querida EAN gracias, por brindarnos una oportunidad, un espacio y toda una metodología de aprendizaje que a hoy nos ha hecho mejores personas y profesionales.

A nuestra estimada tutora Diana González Santos por su valiosos y oportunos aportes durante este proceso, creemos firmemente que postular su nombre para nuestro acompañamiento fue un completo acierto,

Un especial y caluroso agradecimiento a nuestras amadas familias, por su apreciado apoyo, por esa voz de aliento cuando menguaban las fuerzas y por ese amor incondicional que nunca faltó,

Finalmente, y no menos importante a cada uno de nuestros compañeros de estudio con quien compartimos estos dos años, por su acompañamiento, cooperación y contribución en cada uno de los espacios, Luz Angélica González Martínez, Jisel Yulitza Miranda Ávila, Jesús David Bautista Marín, Leidy Lorena Niño Escobar y Yennifer Gómez Gil.

Resumen

Este plan de negocios propone la creación de *OrganicGym*, una aplicación móvil que integra entrenamiento físico personalizado con orientación en suplementación orgánica, enfocada en adultos entre 15 y 64 años, ubicados en centros urbanos de Colombia, con interés en salud integral y experiencia previa en plataformas digitales de bienestar. La solución surge ante la dificultad que enfrentan millones de personas para mantener rutinas saludables por falta de tiempo, orientación nutricional confiable o acceso a productos naturales certificados.

La aplicación incorpora funcionalidades como rutinas adaptadas mediante inteligencia artificial, contenido educativo sobre hábitos saludables y un marketplace con suplementos orgánicos trazables. El modelo de ingresos combina membresías digitales tipo freemium desde \$55.000 COP, hasta suscripciones personalizadas con acompañamiento especializado (120.000 COP).

El mercado objetivo fue validado con una muestra de 422 usuarios. Se proyecta captar inicialmente al 2 % del SAM colombiano, equivalente a 81.889 usuarios. Las proyecciones financieras estiman ingresos por \$1.404 millones COP en el primer año, con un Valor Presente Neto (VPN) de \$108,8 millones y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 34,8 %, alcanzando el punto de equilibrio en el tercer año. El equipo fundador está conformado por profesionales con experiencia en áreas clave como marketing y ventas, logística y cadena de suministro, respaldados por formación en gestión de proyectos

OrganicGym representa una propuesta innovadora y viable dentro del ecosistema de salud digital en Colombia, diferenciada por su enfoque integral, el uso de tecnologías emergentes y un claro compromiso con el bienestar sostenible.

Palabras clave: Aplicación móvil, entrenamiento personalizado, suplementos orgánicos, salud digital, mercado colombiano, sostenibilidad, inteligencia artificial.

Abstract

This business plan presents *OrganicGym*, a mobile application that combines personalized physical training with guidance on organic supplementation. It targets adults aged 15 – 64 living in urban areas of Colombia, interested in integral wellness and familiar with digital health platforms. The project addresses common barriers to maintaining healthy routines, such as lack of time, reliable nutritional advice, or access to certified natural products.

The app features personalized workout routines supported by artificial intelligence, educational content on healthy habits, and a marketplace for traceable organic supplements. The revenue model is based on a freemium subscription scheme ranging from COP 55,000 for basic access to higher-tier memberships offering tailored support (120.000 COP)

The business opportunity was validated with a sample of 422 potential users. An initial market share of 2 % of Colombia’s serviceable addressable market (SAM) is projected, equal to 81,889 users. First-year revenues are expected to reach COP 1.404 billion, with a Net Present Value (NPV) of COP 108.8 million and an Internal Rate of Return (IRR) of 34.8 %, achieving breakeven by year three. The founding team is made up of professionals with experience in key areas such as marketing and sales, logistics and supply chain, supported by training in project management.

OrganicGym is a differentiated, viable, and sustainable business model in the Colombian digital health ecosystem, standing out for its integrative approach, use of emerging technologies, and commitment to conscious wellbeing.

Keywords: Mobile application, personalized training, organic supplements, digital health, Colombian market, sustainability, artificial intelligence.

Contenido

	Pág.
Lista de Figuras	10
Lista de Tablas.....	11
Introducción.....	13
<i>Objetivos del proyecto.....</i>	<i>15</i>
<i>Objetivo general.....</i>	<i>15</i>
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>15</i>
<i>Propuesta de valor.....</i>	<i>16</i>
Naturaleza del proyecto.....	18
Equipo de trabajo.....	25
Análisis del Sector.....	26
<i>Análisis de los competidores.....</i>	<i>26</i>
<i>Tamaño y dinámica del mercado.....</i>	<i>28</i>
<i>Presentación de las características del sector.....</i>	<i>29</i>
<i>Análisis de las fuerzas que impactan el negocio.....</i>	<i>30</i>
<i>Análisis de oportunidades y amenazas.....</i>	<i>32</i>
<i>Conclusiones sobre la viabilidad del sector.....</i>	<i>32</i>
Validación e Investigación de Mercado.....	39

PLAN DE NEGOCIOS PARA “ORGANIC GYM”,	10
<i>Análisis del cliente frente a la propuesta de valor</i>	39
<i>Estudio de mercado</i>	42
<i>Resultados</i>	43
Estrategia y Plan de Introducción de Mercado	58
<i>Objetivos de Mercadeo</i>	58
<i>Estrategia de Mercadeo</i>	59
<i>Estrategia de Producto y Servicio</i>	61
<i>Estrategias de precio y modelo de ingreso</i>	63
<i>Estrategia de distribución</i>	66
<i>Estrategias de comunicación y promoción</i>	68
<i>Presupuesto de la mezcla de mercadeo</i>	71
Aspectos Técnicos	73
<i>Objetivos de Producción o Prestación del Servicio</i>	73
<i>Ficha Técnica del Producto o Prestación del Servicio</i>	74
<i>Descripción del proceso</i>	75
<i>Necesidades y requerimientos de la aplicación</i>	77
<i>Materias primas y Suministros</i>	77
<i>Personal Requerido para la Producción y Prestación del Servicio</i>	79
<i>Plan de producción</i>	80
<i>Capacidad Instalada</i>	82

<i>Modelo de gestión integral del proceso productivo</i>	84
<i>Procesos de Investigación y Desarrollo (I + D)</i>	87
<i>Presupuesto de producción e infraestructura</i>	89
Aspectos Organizacionales y Legales	92
<i>Planeación estratégica</i>	92
<i>Estructura organizacional inicial</i>	92
<i>Perfiles y funciones</i>	94
<i>Organigrama</i>	96
<i>Factores clave de la gestión del talento humano</i>	97
<i>Esquema de Gobierno Corporativo</i>	98
<i>Estructura jurídica y tipo de sociedad</i>	103
<i>Presupuesto de personal administrativo</i>	105
Aspectos Financieros	107
<i>Objetivos Financieros</i>	107
<i>Supuestos Económicos para la simulación</i>	108
<i>Análisis de la estructura de costos</i>	114
<i>Proyección de ventas</i>	115
<i>Punto de equilibrio y rentabilidad proyectada para el primer año</i>	116
<i>Estrategia de financiación y retorno esperado</i>	118
<i>Indicadores financieros clave</i>	120

Enfoque hacia la Sostenibilidad	121
Conclusiones	125
Referencias	131
A. Anexo. Árbol de problemas de la aplicación de ejercicio	135
B. Anexo. Perfil de Usuario	138
C. Anexo. Mapa de Empatía	140
D. Anexo. Customer Journey Map.....	142
E. Anexo. Lienzo de la propuesta de valor	146
F. Anexo. Matriz PESTEL y Análisis de Porter	150
<i>Matriz PESTEL</i>	150
<i>Análisis de las 5 fuerzas de PORTER</i>	155
G. Anexo. System Mapping	162
H. Anexo. Investigación de campo a través de encuesta virtual.....	167
I. Anexo. Simulador financiero	180
J. Anexo. Políticas Institucionales de cumplimiento y gobierno corporativo ..	181
K. Anexo. Desing Thinking.....	184

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Matriz DOFA de OrganicGym.</i>	21
Figura 2. <i>Lienzo de negocio sostenible de OrganicGym.</i>	22
Figura 3. <i>Análisis de las 5 fuerzas de PORTER para OrganicGym</i>	31
Figura 4. <i>Análisis del macroentorno con la matriz PESTEL</i>	34
Figura 5. <i>Conocimiento de los beneficios de los suplementos orgánicos</i>	44
Figura 6. <i>Asesoría sobre los suplementos orgánicos</i>	45
Figura 7. <i>Frecuencia de consumo de los suplementos.</i>	45
Figura 8. <i>Utilidad de una App que combina entrenamiento personalizado y una tienda de suplementos orgánicos</i>	47
Figura 9. <i>Principal objetivo al utilizar una App de entrenamiento</i>	47
Figura 10. <i>Funcionalidades innovadoras que debería tener la app</i>	49
Figura 11. <i>Importancia de las funcionalidades sociales de la app</i>	50
Figura 12. <i>Recomendaciones de alimentos por parte de la App</i>	51
Figura 13. <i>Valor que está dispuesto a pagar el usuario por una app móvil para realizar entrenamiento físico</i>	53
Figura 14. <i>Proyección de ventas y premisas de OrganicGym</i>	54

Figura 15. <i>Plan de introducción al mercado de OrganicGym.</i>	61
Figura 16. <i>Flujo de proceso simplificado de OrganicGym.</i>	76
Figura 17. <i>Plan de producción de OrganicGym.</i>	81
Figura 18. <i>Hoja de ruta técnica -desarrollo MVP de OrganicGym.</i>	86
Figura 19. <i>Organigrama propuesto para Organic Gym.</i>	96
Figura 20. <i>Árbol de problemas de la APP de ejercicio.</i>	135
Figura 21. <i>Perfil de persona para la APP de ejercicio</i>	138
Figura 22. <i>Mapa de empatía para la APP de ejercicio</i>	140
Figura 23. <i>Mapa del Customer Journey de la APP de ejercicio.</i>	143
Figura 24. <i>Lienzo de la propuesta de valor de la APP de ejercicio.</i>	148
Figura 25. <i>Análisis del macroentorno con la matriz PESTEL</i>	152
Figura 26. <i>Oportunidades y amenazas identificadas de la matriz PESTEL.</i>	153
Figura 27. <i>Análisis de las 5 fuerzas de PORTER.</i>	158
Figura 28. <i>Mapa de sistema de negocio de la APP de ejercicio</i>	163
Figura 29. <i>Utilidad de una App que combina entrenamiento personalizado y una tienda de suplementos orgánicos.</i>	169
Figura 30. <i>Importancia de las funcionalidades sociales de la App.</i>	170
Figura 31. <i>Funcionalidades innovadoras que debería tener la app</i>	171

Figura 32. <i>Recomendaciones de alimentos por parte de la App.</i>	172
Figura 33. <i>Conocimiento de los beneficios de los suplementos orgánicos</i> -.....	172
Figura 34. <i>Asesoría sobre los suplementos orgánicos</i>	173
Figura 35. <i>Principales beneficios que busca al consumir suplementos orgánicos.</i>	174
Figura 36. <i>Frecuencia de consumo de los suplementos.</i>	175
Figura 37. <i>Influencia del precio al elegir un suplemento orgánico.</i>	176
Figura 38. <i>Principal objetivo al utilizar una App de entrenamiento</i>	177
Figura 39. <i>Funcionalidades de la App de entrenamiento</i>	177
Figura 40. <i>Sugerencias sobre lo que le gustaría encontrar en la App.</i>	178
Figura 41. <i>Histograma de rango de edades de la muestra.</i>	186
Figura 42. <i>Estrato socioeconómico de la muestra.</i>	187
Figura 43. <i>Nivel de estudios de la muestra.</i>	188
Figura 44. <i>Sexo de la muestra</i>	189
Figura 45. <i>Desarrollo de alguna actividad física por parte de la muestra</i>	189
Figura 46. <i>Objetivos al realizar ejercicio físico de la muestra.</i>	190
Figura 47. <i>Número de veces por semana en las que realiza actividad física</i>	191
Figura 48. <i>Lugar donde se realiza actividad física</i>	192

Figura 49. <i>Uso de una app móvil para realizar entrenamiento físico</i>	193
Figura 50. <i>Intereses alrededor de una app móvil para realizar entrenamiento físico</i>	194
Figura 51. <i>Valor que está dispuesto a pagar el usuario por una app móvil para realizar entrenamiento físico</i>	195
Figura 52. <i>Recursos que se consideran importantes para realizar actividad física</i>	196
Figura 53. <i>Uso de suplementos dietarios orgánicos para acompañar el entrenamiento</i>	197
Figura 54. <i>Motivo por el cual no realiza actividad física</i>	198
Figura 55. <i>Sugerencias de los usuarios para la app de ejercicio</i>	199

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Benchmarking comparativo de aplicaciones móviles en el sector fitness</i>	27
Tabla 2. <i>Resumen Análisis PESTEL con manifestación e impacto</i>	33
Tabla 3. <i>Análisis de las cinco fuerzas de Porter aplicado a OrganicGym</i>	36
Tabla 4. <i>Funcionalidades básicas del MVP de OrganicGym</i>	62
Tabla 5. <i>Estructura de precios propuesta para OrganicGym</i>	64
Tabla 6. <i>Mensajes clave por etapa de posicionamiento de marca para OrganicGym</i>	68
Tabla 7. <i>Canales de comunicación sugeridos para la app OrganicGym</i>	69
Tabla 8. <i>Matriz AARRR (Adquisición, Activación, Retención, Referencia, Reneveu) para la app OrganicGym</i>	71
Tabla 9. <i>Presupuesto de la mezcla de mercadeo para la app OrganicGym</i>	72
Tabla 10. <i>Ficha técnica de la aplicación OrganicGym</i>	74
Tabla 11. <i>Personal requerido para la aplicación OrganicGym</i>	79
Tabla 12. <i>Escalabilidad digital para la aplicación OrganicGym</i>	82
Tabla 13. <i>Modelo de gestión integral del proceso productivo de OrganicGym</i> ..	86
Tabla 14. <i>Medidas técnicas de ciberseguridad de OrganicGym</i>	89

Tabla 15. <i>Presupuesto de producción e infraestructura de la aplicación</i>	
<i>OrganicGym</i>	91
Tabla 16. <i>Grupos de trabajo funcionales para OrganicGym</i>	93
Tabla 17. <i>Perfiles y funciones clave del equipo de OrganicGym</i>	94
Tabla 18. <i>Cargos incluidos en el presupuesto inicial (12 meses)</i>	105
Tabla 19. <i>Supuestos económicos usados para la simulación</i>	109
Tabla 20. <i>Escenarios financieros alternativos proyectados Año 1</i>	112
Tabla 21. <i>Variables principales Punto de Equilibrio</i>	117
Tabla 21. <i>Rentabilidad proyectada Año 1</i>	117

Introducción

En los últimos años, la búsqueda de un estilo de vida saludable ha pasado de ser una tendencia a convertirse en una prioridad para millones de personas. Sin embargo, en países como Colombia, los hábitos saludables siguen siendo un reto por factores como la falta de tiempo, el desconocimiento sobre suplementación adecuada y la oferta limitada de soluciones integrales de salud accesibles. De acuerdo con Euromonitor International (2024), más del 62 % de los colombianos manifiesta interés por mejorar su bienestar físico y emocional, pero menos del 28 % logra mantener hábitos sostenibles en el tiempo. Esta brecha entre intención y acción representa una oportunidad clara para propuestas que combinen tecnología, asesoría personalizada y productos confiables.

El mercado de aplicaciones de fitness ha mostrado un crecimiento sostenido, en 2023 el valor global del sector alcanzó los 9.250 millones de dólares, con proyecciones de crecimiento del 14 % anual hasta 2027 (Statista, 2023). En Colombia, este impulso se refleja en el auge del uso de apps móviles para entrenar en casa, monitorear rutinas y acceder a contenidos de salud. A pesar de esta expansión, la mayoría de las plataformas disponibles se enfocan únicamente en el entrenamiento físico, sin ofrecer apoyo nutricional, seguimiento personalizado o integración con productos naturales certificados. Además, pocas incluyen herramientas educativas sobre suplementación, lo que deja un vacío en el acompañamiento integral que los usuarios esperan.

Desde esta necesidad surge **OrganicGym**, una aplicación móvil que integra entrenamiento personalizado con asesoría en suplementación orgánica, diseñada para adultos entre 15 y 65 años que viven en ciudades como Bogotá, Medellín o Cali, tienen hábitos digitales activos, y están en búsqueda de alternativas confiables, sostenibles y

accesibles para cuidar su salud. OrganicGym se diferencia al ofrecer no solo rutinas ajustadas mediante algoritmos de inteligencia artificial, sino también orientación nutricional respaldada por profesionales certificados, contenido educativo y una tienda virtual con suplementos naturales trazables y certificados.

Este modelo responde a una realidad de consumo emergente en Colombia: el crecimiento sostenido del mercado de suplementos orgánicos. Según Gómez y Ramírez (2023), este sector creció un 12 % en los últimos tres años, con especial interés en productos vegetales, sin aditivos, y con bajo impacto ambiental. Al integrar entrenamiento, suplementación y educación en una sola experiencia digital, OrganicGym ofrece una propuesta de valor diferencial que combina bienestar físico, sostenibilidad y transformación personal.

En el contexto de un MBA, este proyecto cobra relevancia académica por su conexión con las líneas de investigación en transformación digital, segmentación inteligente y modelos de negocio sostenibles. Al mismo tiempo, tiene un enfoque aplicado que responde a oportunidades reales del mercado colombiano, apalancadas en tecnología y hábitos emergentes de autocuidado.

Este documento tiene como objetivo diseñar un plan de negocio estructurado para la creación de OrganicGym. A lo largo del documento se presenta: el análisis del entorno y el sector salud-bienestar en Colombia; la validación de mercado mediante encuestas aplicadas a 422 personas; la estrategia de posicionamiento, distribución y monetización; la descripción técnica de la solución digital y su cadena de valor; la estructura organizacional y legal proyectada; y un análisis financiero completo con proyecciones a cinco años, que demuestra la viabilidad económica y la escalabilidad del proyecto.

Se espera que esta propuesta aporte a la creación de un emprendimiento sostenible, viable y alineado con las necesidades de usuarios que buscan cuidar su cuerpo y su mente con respaldo profesional y herramientas digitales accesibles.

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Diseñar y estructurar un plan de negocio viable para la creación de OrganicGym, una aplicación móvil que combine rutinas de entrenamiento físico personalizadas con orientación en suplementación orgánica, orientada al mercado colombiano, y evaluando su factibilidad técnica, comercial y financiera.

Objetivos específicos

- Analizar el entorno del mercado de aplicaciones móviles de salud y bienestar en Colombia, para identificar oportunidades de posicionamiento estratégico de OrganicGym, utilizando herramientas de análisis como PESTEL y las cinco fuerzas de Porter. **(Capítulo 1: Análisis del entorno)**
- Definir y validar la propuesta de valor de OrganicGym, con base en la segmentación del cliente objetivo y la diferenciación frente a competidores directos. **(Capítulo 3: Propuesta de valor y validación de mercado)**
- Diseñar los aspectos técnicos, operacionales y organizacionales del modelo de negocio, bajo un enfoque ágil y centrado en el usuario. **(Capítulo 5: Desarrollo técnico y operativo del modelo)**
- Establecer el marco legal y regulatorio aplicable a la comercialización de suplementos orgánicos en Colombia, identificando requisitos normativos, certificaciones sanitarias (como INVIMA) y condiciones para el tratamiento de

datos personales bajo la Ley 1581 de 2012. **(Capítulo 6: Aspectos jurídicos y normativos del modelo)**

- Proyectar los estados financieros del negocio a cinco años, incorporando hipótesis realistas sobre crecimiento de usuarios, precios de suscripción, costos de adquisición, márgenes de rentabilidad y retorno esperado. **(Capítulo 7: Proyecciones financieras)**

Propuesta de valor

OrganicGym es una aplicación móvil que integra rutinas de entrenamiento físico personalizadas con asesoría en suplementación orgánica, dirigida a adultos entre 15 y 64 años residentes en áreas urbanas de Colombia, con interés en el autocuidado, hábitos saludables y consumo responsable, representando alta afinidad con tecnologías móviles, preocupación por el bienestar integral y disposición a pagar por servicios que combinen conveniencia, personalización y respaldo profesional (Euromonitor International, 2024; Mintel, 2022).

La propuesta se construye desde una necesidad insatisfecha identificada en el mercado: aunque existen múltiples apps de fitness, la mayoría se enfoca exclusivamente en rutinas genéricas de ejercicio, sin integrar componentes de nutrición, suplementación ni educación. De hecho, según los resultados de la encuesta aplicada a 422 usuarios potenciales, el 76 % expresó interés en recibir asesoría sobre suplementos orgánicos, el 75 % reconoció no conocer sus beneficios, y más del 45 % estaría dispuesto a seguir recomendaciones alimenticias desde la aplicación, reforzando el ajuste entre la solución planteada y las expectativas reales del mercado objetivo.

OrganicGym se diferencia por cuatro atributos clave:

- **Personalización mediante IA:** La app utiliza algoritmos que ajustan rutinas de entrenamiento y sugerencias nutricionales con base en el perfil del usuario, su nivel físico, metas, disponibilidad de tiempo y preferencias personales.
- **Asesoría especializada:** Los usuarios pueden interactuar con nutricionistas y entrenadores certificados a través de la plataforma, recibiendo orientación profesional y seguimiento en tiempo real, lo cual eleva la percepción de valor y confianza en el servicio.
- **Marketplace de suplementos orgánicos certificados:** La app incluye una tienda virtual integrada donde se comercializan productos naturales con trazabilidad garantizada mediante tecnología NFC. Todos los suplementos ofrecidos cuentan con respaldo normativo (INVIMA) y provienen de proveedores validados.
- **Contenido educativo y comunidad activa:** A través de artículos, microcápsulas y retos interactivos, la app promueve la adopción de hábitos saludables, mientras construye una comunidad de usuarios con intereses comunes, aumentando la retención y el compromiso a largo plazo (López & Fernández, 2021).

El modelo de ingresos se basa en una estructura freemium, que permite el acceso gratuito a funcionalidades básicas, mientras que los servicios personalizados, la asesoría directa y el marketplace se habilitan a través de membresías pagas (entre \$55.000 y \$120.000 COP). Esta estrategia permite captar usuarios de forma escalonada, adaptándose a diferentes niveles de ingreso y fidelización.

En síntesis, OrganicGym propone una solución integral, viable y diferenciada para el mercado colombiano, que responde a una demanda creciente de servicios digitales de salud, combinando personalización, tecnología, educación y sostenibilidad en un mismo ecosistema digital.

Naturaleza del proyecto

OrganicGym surge como una solución digital innovadora ante una problemática persistente en Colombia: la desconexión entre el deseo de mantener hábitos saludables y la falta de herramientas prácticas, confiables y accesibles para lograrlo.

Según Euromonitor International (2024), el 62 % de los colombianos expresa interés por mejorar su bienestar físico y emocional, pero menos del 30 % logra mantener hábitos sostenibles. Esta brecha evidencia una oportunidad para servicios que integren entrenamiento, nutrición y suplementación en un solo canal digital confiable.

La misión y visión de OrganicGym se expresan en el siguiente apartado:

Misión

Contribuir al bienestar físico, mental y nutricional de los colombianos mediante una aplicación móvil que brinde entrenamiento personalizado, orientación alimentaria con profesionales certificados y acceso a suplementos orgánicos certificados, en un entorno digital seguro, educativo y accesible.

Visión

Para el año 2031, ser la plataforma líder en Colombia en soluciones digitales integrales de salud y bienestar, alcanzando 100.000 usuarios activos, con operaciones sostenibles, alianzas estratégicas y expansión progresiva en América Latina.

La validación del problema se realizó mediante una encuesta aplicada a 422 personas, con hallazgos que fortalecen la pertinencia del proyecto:

- 76 % expresó interés en recibir asesoría sobre suplementos naturales.
- 75 % afirmó no conocer sus beneficios.
- 48 % estaría dispuesto a pagar por una app que combine entrenamiento y nutrición.
- 63 % indicó usar actualmente al menos una app de salud o ejercicio.

El perfil de cliente se concentra en adultos entre 15 y 64 años, residentes urbanos, con ingresos medios a altos, conciencia sobre su salud, y afinidad con tecnologías móviles (Gómez & Ramírez, 2023).

La matriz DOFA ayuda a estructurar una visión clara de las capacidades y recursos internos de una organización (fortalezas y debilidades), así como de las condiciones externas del mercado (oportunidades y amenazas), facilitando la formulación de estrategias alineadas con el entorno competitivo (Pérez, D., & Ríos, M. (2022).

Aplicada al modelo de negocio de *OrganicGym*, esta herramienta contribuye a orientar acciones coherentes con las capacidades actuales de la empresa, al tiempo que responde de manera proactiva a las dinámicas del sector digital de salud y bienestar, caracterizado por su alta velocidad de cambio e innovación constante (Rodríguez et al., 2020).

La matriz DOFA desarrollada para *OrganicGym* se construyó a partir de los hallazgos del análisis del entorno, los resultados del estudio de mercado, las capacidades internas del equipo emprendedor y el benchmarking de competidores nacionales e internacionales.

Con base en la matriz, se proponen las siguientes estrategias integradoras que articulan las dimensiones FO, DO, FA y DA:

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

- Aprovechar la integración de IA y la propuesta de valor holística para establecer alianzas con centros de bienestar, gimnasios y universidades, permitiendo mayor visibilidad y expansión regional (Mendoza, L., & Herrera, C. (2021); Vega & Martínez, 2020).
- Consolidar la red de nutricionistas certificados y productores orgánicos como diferenciador competitivo frente a apps que ofrecen soluciones fragmentadas.

Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

- Desarrollar acuerdos con múltiples proveedores nacionales para reducir la dependencia inicial, mejorar precios y garantizar disponibilidad de productos certificados (Cárdenas, P., & Morales, J. (2023)).
- Implementar campañas de marketing educativo y de influencia que resalten la sostenibilidad y el respaldo profesional como valores diferenciales (García et al., 2021).

Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

- Utilizar la tecnología basada en IA para adaptar la oferta según las nuevas preferencias de los consumidores, integrando funcionalidades bajo demanda como recordatorios, métricas personalizadas y retos colectivos (Mendoza, L., & Herrera, C. (2021)).
- Usar la red de profesionales para mantener la actualización de contenidos y productos ante exigencias regulatorias o cambios del entorno competitivo.

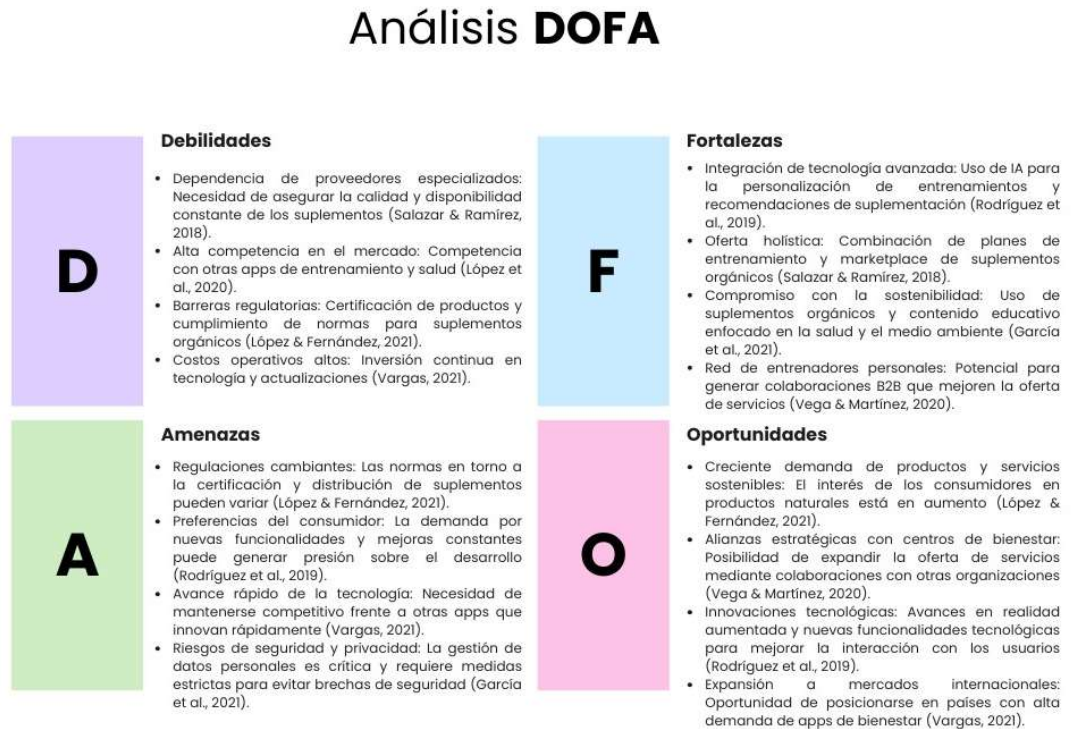
Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

- Realizar estudios de mercado continuos para anticipar cambios regulatorios y adaptar los lineamientos de certificación y políticas internas de comercialización (López & Fernández, 2021).
- Invertir en medidas de ciberseguridad robustas, en cumplimiento con la Ley 1581 de 2012 (habeas data), incluyendo encriptación de datos, protocolos de autenticación y políticas claras de privacidad (García et al., 2021).

Este análisis estratégico permitió identificar las siguientes variables clave:

Figura 1.

Matriz DOFA de OrganicGym.



Nota: la figura muestra la matriz DOFA analizada para la aplicación OrganicGym

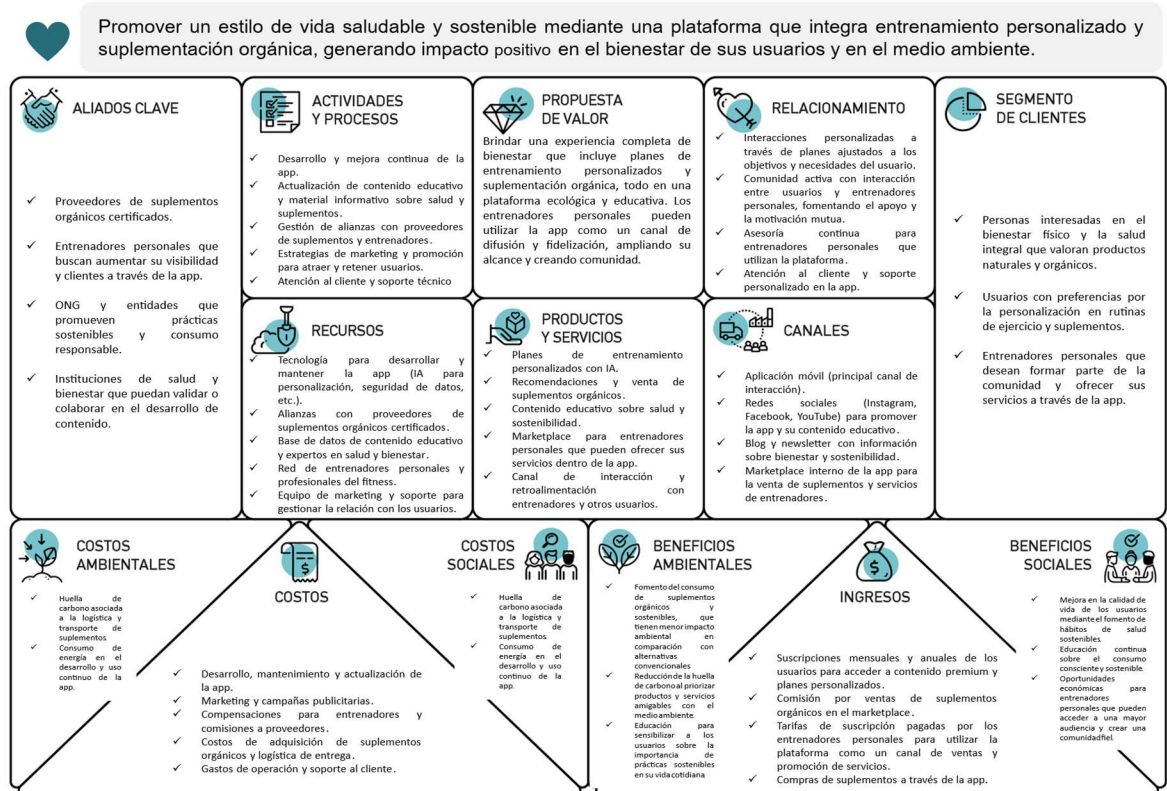
El análisis DOFA realizado para *OrganicGym* constituye un instrumento fundamental para consolidar una visión integral del negocio, donde se maximizan las oportunidades de diferenciación y crecimiento sostenible, al tiempo que se anticipan riesgos propios de un sector digital altamente competitivo. Esta lectura estratégica refuerza la propuesta como un emprendimiento viable, innovador y alineado con las tendencias globales en salud personalizada, tecnología aplicada al bienestar y consumo responsable (Rodríguez et al., 2021).

Para construir el Lienzo de Modelo de Negocio Sostenible de *OrganicGym*, se aplicó una metodología centrada en el usuario que incluyó herramientas como el árbol de

problemas, el mapa de empatía y el system mapping. Este proceso permitió identificar las barreras reales que enfrentan las personas para adoptar hábitos saludables, comprender sus motivaciones y temores, y visualizar las relaciones entre actores clave del ecosistema. A partir de este análisis, se diseñó una propuesta de valor basada en la personalización, la accesibilidad y la conexión emocional con el usuario, garantizando un modelo viable, coherente y con impacto social, ambiental y económico.

Figura 2.

Lienzo de negocio sostenible de OrganicGym.



Nota. La figura muestra el lienzo de negocio sostenible construido para OrganicGym

El análisis de mercado para una aplicación móvil que combina entrenamiento físico con recomendaciones de suplementos orgánicos en Colombia se fundamenta en la

metodología TAM, SAM y SOM, utilizando datos demográficos y socioeconómicos recientes.

- **TAM (Mercado Total Potencial):** Población colombiana entre 15–64 años: ≈35,6 millones (DANE, 2022).
- **SAM (Mercado Accesible):** Personas con hábitos saludables y uso de tecnología móvil: ≈4,1 millones.
- **SOM (Mercado Objetivo Alcanzable):** Meta inicial: 2 % del SAM, equivalente a 81.889 usuarios potenciales durante los primeros tres años de operación.

En conclusión, el mercado para esta aplicación cuenta con una base demográfica significativa, un segmento económicamente viable y un nicho de alto valor en el consumo de suplementos, la combinación de entrenamiento personalizado y recomendaciones de suplementos naturales representa una oportunidad estratégica para captar una porción significativa del mercado de bienestar en Colombia.

El plan financiero proyectado a cinco años respalda la viabilidad del modelo. Los principales indicadores:

- **Inversión inicial:** \$164.955.200 COP.
- **Ingresos proyectados primer año:** \$1.404 millones COP.
- **Valor Presente Neto (VPN):** \$108.867.575 COP.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** 34,8 %.
- **Punto de equilibrio:** Alcanzado en el segundo año.
- **Ratio LTV/CAC estimado:** 3,6.

Estas proyecciones se sustentan en hipótesis realistas sobre crecimiento de usuarios, márgenes de comercialización y fidelización del cliente (**ver Anexo I - Simulador financiero**).

Finalmente, la evaluación de viabilidad financiera sugiere que OrganicGym tiene el potencial de convertirse en un negocio sólido y rentable. Si bien es cierto que existen desafíos inherentes al sector digital, como la competencia y la necesidad de generar confianza en un mercado en evolución, el modelo planteado permite afrontar estos retos mediante una propuesta de valor diferenciada y un uso eficiente de los recursos.

Equipo de trabajo

Frente a la gestión del equipo de trabajo se ha diseñado una estructura organizacional inicial eficiente y flexible, que permite optimizar recursos y mantener el enfoque en la experiencia del usuario, en sus primeras etapas, la empresa operará con una estructura horizontal, conformada por cuatro áreas funcionales: Gerencia General, Desarrollo y Tecnología (TI), Operaciones y Logística, y Marketing y Atención al Cliente. Este diseño responde a la necesidad de mantener una operación ágil, con roles bien definidos y alta capacidad de respuesta, especialmente en un contexto de recursos limitados y alta dependencia de proveedores externos.

Los socios fundadores asumirán roles clave durante el arranque, acompañados por un Ingeniero de Soporte, un Administrador (Operaciones) y un Mercaderista, donde cada uno de estos cargos tiene responsabilidades específicas orientadas a garantizar el correcto funcionamiento de la aplicación, la satisfacción de los usuarios y la consolidación de la marca en el mercado.

Este equipo multidisciplinario no solo está pensado para el arranque de operación, sino también contar con un equipo sostenible a medida que crece la base de usuarios y se diversifican los servicios, la estructura organizacional planteada permite una comunicación fluida, una toma de decisiones ágil y una capacidad de adaptación que son fundamentales para triunfar en el dinámico ecosistema digital de la salud y el bienestar.

Análisis del Sector

El sector de la salud y el bienestar ha mostrado una expansión sostenida tanto a nivel global como en América Latina, impulsada por el aumento en la conciencia sobre el autocuidado, la digitalización de los servicios y la demanda creciente por soluciones personalizadas. En 2023, el mercado global de aplicaciones móviles de fitness fue valorado en USD 9.250 millones, con una proyección de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 14 % hasta 2027 (Martínez & Díaz, 2023). En Colombia, este fenómeno se ha traducido en un crecimiento del 11 % anual en el uso de apps relacionadas con salud y entrenamiento, particularmente entre adultos de 25 a 40 años residentes en zonas urbanas (García et al., 2022). De manera paralela, el mercado de suplementos orgánicos en el país ha mostrado un crecimiento del 12 % en los últimos tres años, liderado por productos de origen vegetal y funcionales, especialmente en consumidores con hábitos digitales y preocupaciones ambientales (Ramírez & Torres, 2021).

Este contexto revela oportunidades claras para modelos de negocio que integren tecnología, bienestar físico, educación nutricional y consumo sostenible. No obstante, también plantea retos normativos, tecnológicos y comerciales que deben ser evaluados rigurosamente al momento de estructurar soluciones digitales como *OrganicGym*.

Análisis de los competidores

El mercado colombiano de aplicaciones móviles relacionadas con salud, entrenamiento y bienestar ha experimentado un crecimiento notable tras la pandemia, con una adopción cada vez mayor de plataformas que ofrecen rutinas personalizadas, seguimiento de objetivos y acceso a servicios complementarios. Sin embargo, la mayoría de estas soluciones se enfoca de forma parcial en el proceso de bienestar personal, dejando espacios vacíos que pueden ser aprovechados por propuestas más holísticas como *OrganicGym*.

A continuación, se presenta un análisis comparativo de aplicaciones relevantes a nivel nacional e internacional, teniendo en cuenta su propuesta de valor, alcance, precios y brechas frente al modelo de negocio planteado:

Tabla 1.

Benchmarking comparativo de aplicaciones móviles en el sector fitness

Aplicación	Propuesta de valor principal	Modelo de monetización / Precios (COP)	Limitaciones frente a OrganicGym
Fitpal (Colombia)	Acceso a más de 700 gimnasios físicos con una sola membresía.	Suscripción mensual desde \$99.000 (modalidad flexible).	No incluye asesoría nutricional ni venta de suplementos.
Freeletics (Global)	Entrenamientos personalizados con IA, enfoque en rendimiento.	Plan de entrenamiento anual ≈ \$270.000 – \$360.000 (COP).	No ofrece orientación nutricional ni productos ajustados al contexto local.
Entrénate App (Colombia)	Plataforma con rutinas de entrenamiento personalizadas.	Freemium. Plan Premium desde \$19.000/mes.	No incluye e-commerce ni asesoría profesional certificada.
Smart Fit App	Complemento digital a los gimnasios físicos Smart Fit	Incluido en la membresía del gimnasio desde \$69.900/mes.	Limitado a clientes de la cadena; sin enfoque nutricional ni sostenible.

Nota. La tabla muestra un análisis comparativo de aplicaciones relevantes de fitness para hacer un ejercicio comparativo del mercado

Este análisis evidencia que, aunque existen aplicaciones robustas en entrenamiento físico, pocas ofrecen una integración completa de bienestar físico, suplementación orgánica y acompañamiento profesional, con trazabilidad y respaldo técnico. *OrganicGym* se posiciona como una solución diferenciada por:

- La combinación de tecnología adaptativa (IA), e-commerce de productos certificados y asesoría en tiempo real.
- Un modelo de ingresos híbrido (freemium + membresías desde \$55.000) competitivo frente a opciones del mercado.
- Un enfoque centrado en usuarios que buscan salud y sostenibilidad, más allá del rendimiento deportivo o el acceso a espacios físicos.

Tamaño y dinámica del mercado

El mercado colombiano de suplementos dietarios alcanzó un valor de USD 500 millones en 2023, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6,3 % desde 2018, impulsado por el aumento en el consumo de productos naturales y funcionales (Frost & Sullivan, 2023).

En cuanto al sector fitness y bienestar, el número de usuarios activos de aplicaciones de ejercicio en Colombia superó los 3,4 millones en 2023, con una proyección de crecimiento del 12 % anual hasta 2026 (Statista, 2023).

El mercado de productos orgánicos en el país alcanzó los USD 123 millones en ventas en 2022, con una participación destacada en suplementos y alimentos funcionales. El 42 % de los consumidores urbanos afirmó preferir productos naturales sobre los tradicionales (Euromonitor, 2023).

En Latinoamérica, el uso de apps de salud y bienestar aumentó un 21 % entre 2020 y 2023, siendo Colombia uno de los cinco países con mayor penetración del segmento digital de autocuidado (App Annie, 2023).

Estos datos evidencian que el modelo de negocio propuesto se alinea con una demanda creciente por soluciones digitales integrales de bienestar físico y nutricional.

Presentación de las características del sector

Una de las particularidades del sector salud y bienestar digital en Colombia es la presencia de barreras de entrada técnico-regulatorias que afectan tanto a los modelos basados en comercialización de suplementos como a las plataformas tecnológicas que gestionan datos personales de salud. En primer lugar, la comercialización de suplementos nutricionales requiere registro sanitario ante el INVIMA, bajo las categorías de alimentos o productos fitoterapéuticos, además de cumplir con el etiquetado nutricional, estudios de estabilidad y trazabilidad del origen (López & Serrano, 2022). Esto implica no solo una inversión inicial considerable, sino también conocimiento técnico y gestión de relaciones institucionales.

En el componente digital, las aplicaciones que gestionan información relacionada con el estado de salud de los usuarios deben cumplir con la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales, la cual exige contar con políticas de privacidad claras, autorización expresa del usuario para el tratamiento de sus datos, y mecanismos seguros de almacenamiento y consulta. En los casos donde la plataforma ofrezca servicios relacionados con nutrición o entrenamiento especializado, se debe garantizar que los profesionales que atienden a los usuarios cuenten con formación certificada y estén legalmente habilitados (Rincón & Ortega, 2021).

Estas regulaciones configuran una barrera de entrada significativa, pero también representan una oportunidad para diferenciarse mediante el cumplimiento estricto de la normativa, el uso ético de los datos y el respaldo profesional de cada servicio ofrecido.

OrganicGym incorpora desde su diseño estas consideraciones, estableciendo alianzas con nutricionistas certificados y asegurando que todos los suplementos ofrecidos cuenten con registro INVIMA vigente.

Análisis de las fuerzas que impactan el negocio

Al aplicar el modelo de las cinco fuerzas de Porter al contexto colombiano, se pueden identificar varios elementos que condicionan el desempeño del sector de Apps fitness con enfoque en suplementación orgánica:

- **Rivalidad entre competidores:** Existe una competencia significativa entre plataformas digitales, muchas de ellas internacionales, lo que obliga a las nuevas propuestas a diferenciarse con claridad. En este sentido, centrarse en nichos como la nutrición orgánica y el acompañamiento personalizado puede marcar la diferencia (Valcarce-Torrente et al., 2022).
- **Amenaza de nuevos entrantes:** Si bien la creación de apps es cada vez más accesible gracias a las tecnologías móviles, el marco normativo en torno a la comercialización de suplementos dietarios orgánicos puede actuar como una barrera importante para quienes no cuenten con respaldo o alianzas sólidas (Sanabria & Hernández, 2022).
- **Poder de negociación de los proveedores:** La calidad de los suplementos ofrecidos está condicionada por el cumplimiento de ciertas certificaciones. Esto hace que los proveedores que cumplan con estas exigencias tengan un mayor poder de negociación. Por ello, es clave para el negocio contar con una red diversificada y confiable de abastecimiento (Gómez & Ramírez, 2023).

- **Poder de negociación de los consumidores:** Hoy en día, los usuarios tienen muchas opciones digitales a su alcance, lo que les da una posición fuerte a la hora de elegir. Por eso, ofrecerles una experiencia personalizada, útil y diferenciada no es un valor agregado, sino una necesidad (Valcarce-Torrente et al., 2022).
- **Amenaza de productos sustitutos:** Aunque las personas siguen acudiendo a gimnasios o entrenadores personales, una plataforma que combine entrenamiento personalizado, educación nutricional y acceso a productos naturales puede posicionarse como una opción más conveniente, especialmente para quienes priorizan flexibilidad y sostenibilidad (Gómez & Ramírez, 2023).

Figura 3.

Análisis de las 5 fuerzas de PORTER para OrganicGym



Nota. La figura muestra el análisis con las 5 fuerzas de PORTER de la APP de ejercicios OrganicGym

Análisis de oportunidades y amenazas

- **Oportunidades:**

- Creciente interés en estilos de vida saludables y productos orgánicos.
- Avances tecnológicos que permiten la personalización de servicios.
- Posibilidad de establecer alianzas estratégicas con proveedores y expertos en salud.

- **Amenazas:**

- Alta competencia y saturación del mercado de aplicaciones fitness.
- Regulaciones estrictas que pueden limitar la flexibilidad operativa.
- Preferencia de algunos consumidores por soluciones tradicionales o más económicas.

Conclusiones sobre la viabilidad del sector

Tras revisar a fondo el entorno estratégico del sector fitness y el mercado de suplementos orgánicos en Colombia, se concluye que existen condiciones favorables para el ingreso de una propuesta como *OrganicGym*, siempre que logre diferenciarse con claridad y se mantenga atenta a los cambios del mercado.

La combinación del análisis de las cinco fuerzas de Porter y el modelo PESTEL ha permitido tener una visión más amplia y realista de los desafíos y oportunidades presentes.

En el **Anexo F – Matroz PESTEL y Análisis de Porter** se expone el análisis detallado de Porter, donde se identifican como principales retos la fuerte competencia entre plataformas similares y la posibilidad de que los usuarios opten por alternativas tradicionales, como gimnasios o entrenadores personales.

A pesar de ello, se reconocen ventajas que pueden ser bien aprovechadas, como las barreras de entrada ligadas a la regulación de suplementos y el enfoque especializado en nichos de salud orgánica, el poder de los proveedores se considera manejable, sobre todo si se construye una red diversa y confiable de aliados estratégicos.

Por otro lado, el análisis PESTEL permitió observar cómo influyen diferentes factores del entorno externo sobre el modelo de negocio, este análisis organizó cada variable en función de si representa una amenaza o una oportunidad, asignándoles una valoración del 1 al 5 para identificar su nivel de impacto en el proyecto.

El resumen se presenta a continuación:

Tabla 2.

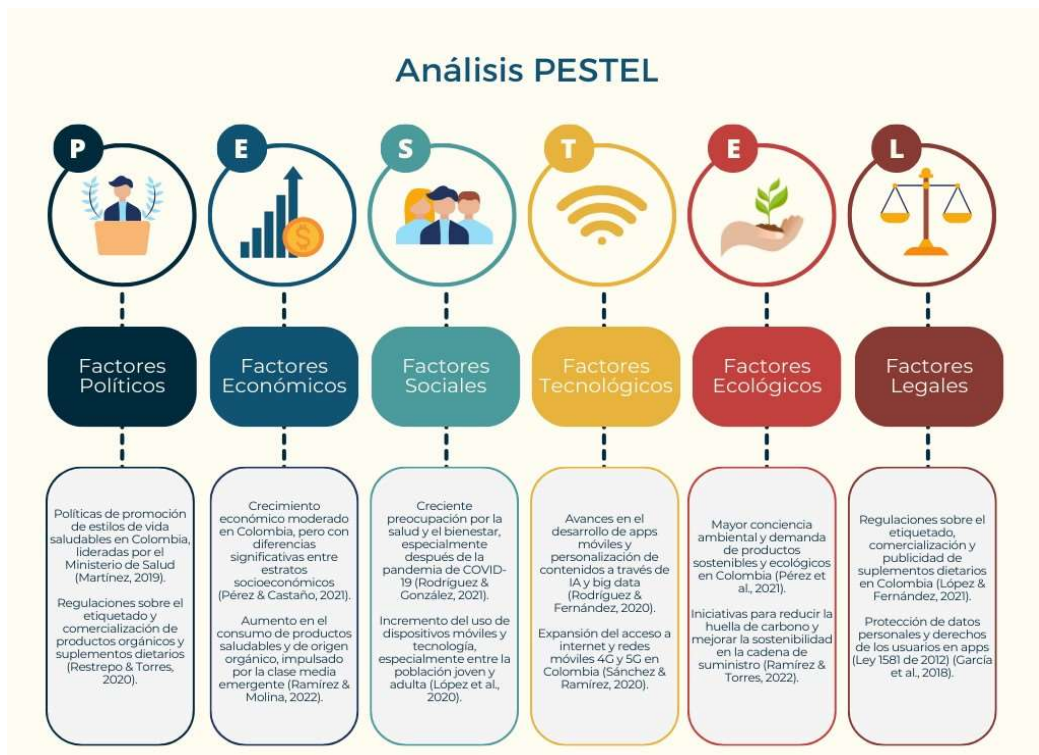
Resumen Análisis PESTEL con manifestación e impacto

Dimensión	Factor Analizado	Manifestación	Impacto
Político	Regulación de productos dietarios y tecnológicos	Amenaza	4
Económico	Crecimiento sostenido del mercado de suplementos (4,5% anual)	Oportunidad	5
Social	Tendencia hacia estilos de vida saludables y consumo consciente	Oportunidad	5
Tecnológico	Integración de IA y tecnología NFC para personalización y trazabilidad	Oportunidad	4
Ecológico	Preferencia por productos sostenibles y ecológicos	Oportunidad	4
Legal	Exigencias normativas sobre etiquetado, licencias y permisos sanitarios	Amenaza	3

Nota. La tabla muestra un análisis de los factores analizados en la matriz PESTEL con su manifestación e impacto asociado

Figura 4.

Análisis del macroentorno con la matriz PESTEL



Nota. La figura muestra el análisis PESTEL de la APP de ejercicios OrganicGym

Como se puede ver, el entorno actual ofrece condiciones sociales y tecnológicas altamente favorables, junto con una demanda creciente de soluciones digitales que combinen salud, personalización y sostenibilidad.

Esto confirma que el modelo de *OrganicGym* tiene una base sólida para desarrollarse, no obstante, será necesario prestar atención constante a los aspectos legales y

competitivos, que pueden cambiar con rapidez y requerir ajustes en la estrategia del negocio.

La clave estará en adaptarse al ritmo del mercado sin perder de vista la propuesta de valor. combinación de un entorno social y tecnológico favorable, junto con una demanda creciente por soluciones de salud integradas, respalda la viabilidad del modelo de negocio de OrganicGym, no obstante, se recomienda monitorear de cerca los factores regulatorios y de competencia para adaptar la estrategia en función del dinamismo del mercado.

Para complementar el análisis estratégico del entorno, se aplicó el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el cual permite identificar los elementos clave que determinan la intensidad competitiva y la rentabilidad potencial del sector.

Esta herramienta resulta útil para comprender los factores que podrían favorecer o limitar el posicionamiento de OrganicGym en el mercado colombiano de aplicaciones fitness y suplementación orgánica.

En la Tabla 3 se presentan los resultados del análisis, donde se destacan tanto las barreras de entrada como las oportunidades de diferenciación en nichos específicos, así como la necesidad de ofrecer valor agregado ante un consumidor cada vez más exigente y expuesto a múltiples alternativas digitales.

En conclusión, el análisis evidencia que, aunque el entorno competitivo presenta desafíos importantes, existen oportunidades claras para posicionar a *OrganicGym* mediante una propuesta diferenciada, la clave estará en ofrecer un servicio integrado, personalizado y alineado con las tendencias de salud y sostenibilidad, aprovechando las ventajas del enfoque en nichos específicos del mercado colombiano.

Tabla 3.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter aplicado a OrganicGym

Fuerza	Descripción	Evaluación estratégica
Rivalidad entre competidores	Alta competencia entre aplicaciones digitales de entrenamiento, algunas con fuerte presencia internacional.	Requiere diferenciación clara y enfoque de nicho.
Amenaza de nuevos entrantes	La tecnología móvil facilita el ingreso, pero las exigencias normativas sobre suplementos limitan el acceso.	Barrera de entrada moderada por requisitos legales.
Poder de negociación de proveedores	Dependencia de proveedores con certificaciones orgánicas incrementa su influencia en la cadena de valor.	Mitigable mediante alianzas y red de abastecimiento.
Poder de negociación de consumidores	Gran oferta digital otorga poder al cliente, quien puede cambiar de plataforma con facilidad.	Se debe ofrecer valor agregado y experiencia única.
Amenaza de productos sustitutos	Gimnasios tradicionales, entrenadores personales y apps genéricas representan alternativas reales.	La integración de entrenamiento + suplementación + comunidad reduce esta amenaza.

Nota. La tabla muestra un análisis estratégico de los factores analizados con las 5 fuerzas de Porter para OrganicGym.

El análisis integral del entorno del sector salud y bienestar en Colombia —aplicando los marcos PESTEL, las cinco fuerzas de Porter, el benchmarking competitivo y la revisión regulatoria— permite concluir que existen condiciones favorables para el desarrollo y posicionamiento de *OrganicGym*, siempre que se mantenga una propuesta clara de diferenciación y se actúe con agilidad ante los cambios del mercado.

Desde una perspectiva macro, factores como el crecimiento sostenido del mercado de suplementos (4,5 % anual; Cárdenas, P., & Morales, J. (2023), la creciente preferencia por productos ecológicos y la expansión en el uso de aplicaciones móviles de salud entre adultos jóvenes, configuran un entorno tecnológico y social altamente favorable. El análisis PESTEL mostró que estas oportunidades se ven contrastadas por amenazas regulatorias, principalmente asociadas a los requisitos sanitarios del INVIMA (López, C., & Serrano, P. (2022)), así como a las exigencias en materia de protección de datos personales. Estas variables, aunque representan barreras de entrada, también constituyen ventajas competitivas para quienes logren cumplirlas de manera rigurosa desde el inicio del proyecto.

En cuanto al entorno competitivo, el modelo de las cinco fuerzas de Porter revela una rivalidad alta entre aplicaciones fitness, el poder significativo del consumidor y la amenaza real de sustitutos tradicionales como gimnasios físicos. Sin embargo, *OrganicGym* responde a estos desafíos con una oferta de valor integrada que incluye un entrenamiento personalizado, asesoría nutricional, educación continua y un marketplace trazable, todo en un entorno digital adaptativo. La diferenciación se consolida no solo en la funcionalidad, sino en el enfoque: salud integral, tecnología responsable y sostenibilidad como ejes centrales.

El análisis de benchmarking reforzó esta visión, al evidenciar que, si bien existen competidores robustos en entrenamiento o gimnasios, pocos combinan elementos claves como personalización mediante IA, suplementación certificada, comunidad activa y trazabilidad. Esta propuesta de nicho permite mitigar los riesgos de nuevos entrantes y genera una barrera competitiva centrada en experiencia y confianza.

En síntesis, el modelo de negocio de *OrganicGym* encuentra en el entorno actual una oportunidad real para consolidarse en el mercado colombiano de bienestar digital, siempre que mantenga un monitoreo constante sobre aspectos legales y competitivos, y se adapte con rapidez a los cambios del consumidor y de la industria. La clave estratégica estará en ofrecer un servicio confiable, diferenciado y alineado con las nuevas formas de cuidar la salud en un mundo digital, consciente y exigente.

Validación e Investigación de Mercado

Análisis del cliente frente a la propuesta de valor

Perfil del Cliente

El cliente objetivo de *OrganicGym* se concentra en hombres y mujeres entre 15 y 64 años, residentes en zonas urbanas de Colombia, con predominancia en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. Son personas que valoran el bienestar físico, muestran afinidad con el uso de aplicaciones móviles, y buscan soluciones accesibles y confiables para mantener hábitos saludables. De acuerdo con el estudio aplicado a 422 personas (**ver Anexo H**), el 63 % utiliza actualmente aplicaciones de salud o ejercicio, y el 71 % prefiere productos naturales o suplementos orgánicos frente a opciones convencionales. Además, muestran una preferencia clara por soluciones que les permitan mantener hábitos saludables sin tener que acudir a espacios físicos tradicionales, lo que convierte a este grupo en una base ideal para la adopción de una solución digital como *OrganicGym*.

Necesidades y Oportunidades del Cliente

La encuesta permitió identificar varias necesidades latentes:

- **Falta de orientación nutricional personalizada** (identificada por el 68 % de los encuestados).
- **Desconocimiento sobre el uso adecuado de suplementos orgánicos** (75 %).
- **Dificultad para integrar rutinas saludables en el día a día por falta de tiempo o motivación** (64 %).

Estas necesidades revelan una oportunidad clara para ofrecer una solución digital que combine asesoría confiable, educación y acompañamiento flexible. Se evidencia una oportunidad importante para el desarrollo de una aplicación como *OrganicGym*, que reúna estas funciones clave en una sola experiencia digital, diseñada para brindar personalización, seguridad y acompañamiento en el camino hacia una vida más saludable.

Localización

La mayoría de los participantes del estudio residen en **ciudades capitales y zonas metropolitanas**, donde se concentran los mayores índices de adopción tecnológica y comercio electrónico. Este patrón coincide con los hallazgos de Euromonitor (2024), que identifica a los adultos jóvenes urbanos como el grupo con mayor disposición a pagar por servicios digitales de bienestar. Estos factores convierten a estas áreas en espacios estratégicos para lanzar la plataforma y validar su adopción en un entorno con condiciones propicias para su crecimiento.

Justificación

El segmento definido fue seleccionado por su alta conexión con el ecosistema digital, sus hábitos de consumo orientados al bienestar, y su apertura a experiencias integrales. Además, es un grupo con capacidad de pago, con conocimiento básico en salud y abierto a recomendaciones personalizadas. La validación empírica de este perfil se refuerza con los resultados del estudio y estudios secundarios sobre consumo consciente en LATAM (Gómez & Ramírez, 2023).

Propuesta de Valor

La propuesta de valor de *OrganicGym* se basa en ofrecer una solución integral que unifique entrenamiento físico, asesoría nutricional y acceso directo a suplementos

orgánicos certificados, todo en una misma aplicación móvil, respondiendo a las nuevas demandas de los usuarios, quienes valoran cada vez más la personalización, la confiabilidad y el acceso práctico a herramientas que mejoren su bienestar. Entre las funcionalidades más destacadas de la plataforma se encuentran:

- **Programas de entrenamiento personalizados:** Rutinas elaboradas por profesionales en actividad física, ajustadas al nivel, metas y disponibilidad de cada usuario, lo cual mejora la adherencia y los resultados obtenidos (Valcarce-Torrente et al., 2022).
- **Asesoramiento nutricional:** Planes alimentarios diseñados para complementar la actividad física, con énfasis en el uso adecuado de suplementos orgánicos que favorecen el rendimiento y la recuperación (Gómez & Ramírez, 2023).
- **Trazabilidad y autenticidad del producto:** Los usuarios pueden escanear los suplementos adquiridos y verificar su autenticidad, lo que genera confianza y transparencia en el consumo (Sanabria & Hernández, 2022).
- **Monitoreo del progreso:** Herramientas digitales fáciles de usar que permiten registrar avances, establecer objetivos y recibir retroalimentación continua, fortaleciendo así el compromiso del usuario con su propio proceso.
- **Comunidad y soporte:** Espacios dentro de la app para compartir logros, intercambiar consejos y motivarse entre usuarios, creando un entorno de apoyo que impulsa la constancia y la participación.

Estos elementos fueron validados con la respuesta positiva de los encuestados a preguntas clave sobre disposición a recibir asesoría y a pagar por un servicio integral de este tipo.

Estudio de mercado

Con el fin de validar la necesidad real en el mercado y ajustar la propuesta de valor de *OrganicGym*, se diseñó y ejecutó un estudio de tipo cuantitativo, basado en una encuesta estructurada dirigida a personas entre 15 y 64 años residentes en Colombia, con acceso a dispositivos móviles y afinidad con temas de salud y bienestar.

El objetivo principal del estudio fue identificar el grado de interés, comportamiento actual y disposición de pago de los usuarios hacia una solución digital que integre entrenamiento personalizado, asesoría en suplementación orgánica y acceso a un marketplace confiable de productos orgánicos.

Diseño metodológico

- **Tipo de estudio:** Exploratorio-descriptivo, con enfoque cuantitativo.
- **Instrumento:** encuesta estructurada de 13 ítems, con preguntas cerradas de selección múltiple y abiertas para captura de datos.
- **anal de aplicación:** formulario en línea
- **Muestreo:** aleatorio por conveniencia.
- **Tamaño de muestra:** 422 personas (conformadas por usuarios potenciales del segmento objetivo).
- **Periodo de recolección:** esta encuesta fue aplicada entre el 28 de febrero y el 22 de marzo de 2025.
- **Margen de error:** La encuesta fue enviada a 422 personas, por lo cual para un margen de confianza de 95% se cuenta por calculo estadístico un error del 4,83%.
Calculado con <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-margen-de-error.html>.

Variables claves analizadas

- Nivel de familiaridad con apps de entrenamiento.
- Preferencia por productos naturales.
- Conocimiento de suplementos orgánicos.
- Nivel de motivación/autonomía en el ejercicio.
- Disposición a pagar por una app que integre entrenamiento + asesoría + e-commerce.

Este estudio sirvió como base empírica para evaluar la relación entre problema, cliente y solución propuesta, lo que permitió ajustar el enfoque comercial, comunicacional y funcional del proyecto.

Resultados

Los resultados del estudio aplicado a 422 personas permitieron validar las principales hipótesis del modelo de negocio de *OrganicGym*, relacionadas con el interés por una solución digital integral de entrenamiento, la disposición de pago por servicios personalizados y el desconocimiento generalizado frente a la suplementación orgánica.

Conocimiento, consumo y disposición frente a suplementos orgánicos

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es la existencia de una brecha informativa significativa respecto a los suplementos orgánicos. El 75,1 % de los encuestados reconoció no tener claridad sobre sus beneficios, mientras que un 76 % manifestó interés en recibir asesoría profesional sobre este tema (**ver Figuras 5 y 6**). Esta combinación de alto interés con bajo conocimiento confirma que existe una necesidad real no satisfecha en el mercado, relacionada con la falta de orientación confiable sobre este tipo de productos.

Desde el punto de vista del modelo de negocio, este resultado valida la hipótesis clave según la cual el usuario necesita educación estructurada y respaldo profesional para tomar decisiones informadas en torno a su salud y nutrición. En respuesta, *OrganicGym* contempla funcionalidades como:

- **Fichas técnicas de productos orgánicos**, con información clara, trazabilidad y evidencia científica.
- **Cápsulas de contenido educativo** sobre suplementación responsable.
- **Asesoría en línea por nutricionistas certificados**, disponible para usuarios premium.

Estos elementos no solo aumentan el valor percibido de la plataforma, sino que también fortalecen la confianza y la recurrencia en el uso del marketplace.

Figura 5.

Conocimiento de los beneficios de los suplementos orgánicos



Nota. La figura muestra el nivel de conocimiento de las personas sobre los beneficios de los suplementos orgánicos. Elaboración propia

Figura 6.

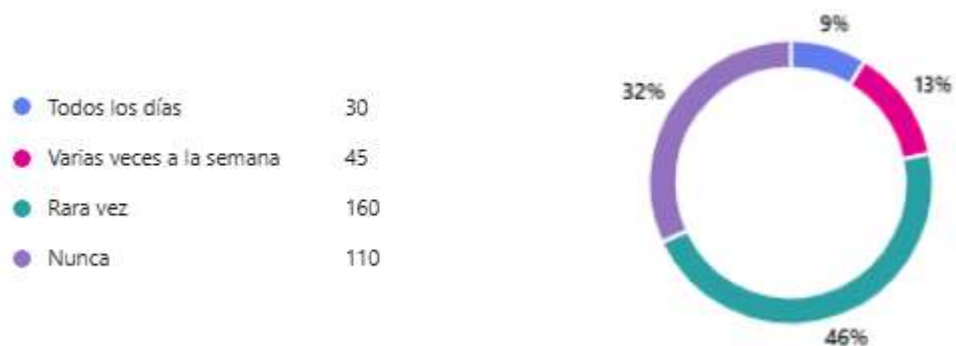
Asesoría sobre los suplementos orgánicos



Nota. La figura muestra la disposición a recibir asesoría con respecto a los suplementos orgánicos. Elaboración propia

Figura 7.

Frecuencia de consumo de los suplementos.



Nota. La figura muestra la frecuencia con la cual los encuestados consumen suplementos. Elaboración propia.

Por otro lado, los datos sobre frecuencia de consumo actual refuerzan esta conclusión: el 46 % consume suplementos rara vez y el 32 % no los consume en absoluto. Solo el 9 % los utiliza a diario y un 13 % varias veces por semana (**ver Figura 7**). Esto sugiere que el consumo frecuente y consciente de suplementos orgánicos aún no está consolidado en el público objetivo.

Este escenario representa una oportunidad estratégica para posicionar a *OrganicGym* no como un simple canal de venta, sino como una plataforma de transformación del hábito, que incentive la adopción progresiva y educativa de prácticas saludables. A través de herramientas de seguimiento, recomendaciones personalizadas y contenido motivador, la app puede no solo vender, sino formar y fidelizar a su comunidad de usuarios en torno al bienestar integral.

Interés en una app integral de bienestar

Los resultados reflejados en la **Figura 8** muestran una alta aceptación preliminar del concepto de *OrganicGym*. El 43 % de los encuestados calificó la idea de una app que combine entrenamiento personalizado con una tienda de suplementos orgánicos como “muy útil” (calificación 5) y un 33 % la consideró útil (calificación 4).

En total, más del 75 % de los participantes ve valor en la integración de estas dos funcionalidades, lo cual valida la propuesta de valor principal del modelo de negocio. Un 18 % adicional otorgó una calificación intermedia (3), lo que sugiere que existe un segmento aún por convencer, probablemente con estrategias más segmentadas de comunicación o funcionalidades adicionales orientadas a resultados visibles.

La Implicación de estos resultados para el modelo de negocio justifican el enfoque integral de la plataforma, que unifica rutinas personalizadas con una oferta trazable de suplementos. Refuerzan la importancia de diseñar una interfaz intuitiva y coherente entre el módulo de entrenamiento y el marketplace, de forma que el usuario perciba una experiencia fluida, confiable y centrada

Figura 8.

Utilidad de una App que combina entrenamiento personalizado y una tienda de suplementos orgánicos

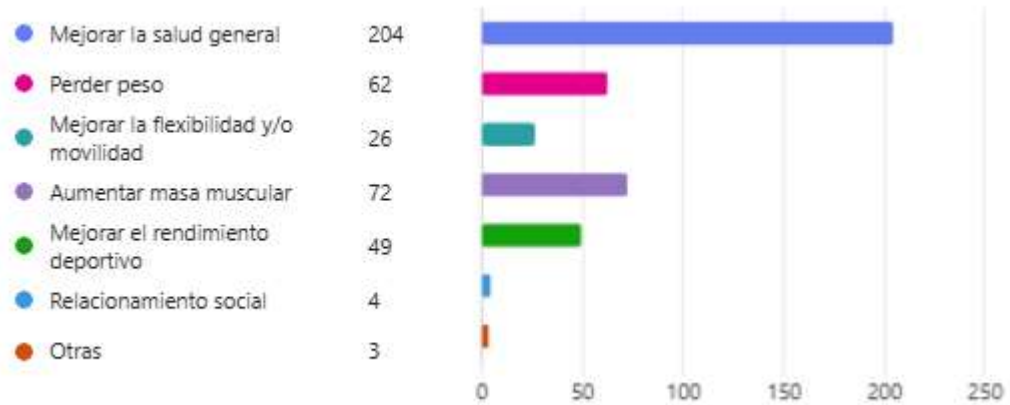


Nota. La figura muestra la relevancia que evalúan los usuarios de la combinación de una App de entrenamiento personalizado y una tienda de suplementos orgánicos.

Elaboración propia

Figura 9.

Principal objetivo al utilizar una App de entrenamiento.



Nota. La figura muestra las preferencias de las personas que respondieron la encuesta sobre su principal objetivo del uso de una App de entrenamiento. Elaboración propia.

Por su parte, **la Figura 9** permite entender mejor la motivación principal de los usuarios al utilizar aplicaciones de entrenamiento. El objetivo más citado fue “mejorar la salud general” (204 menciones), seguido por “aumentar masa muscular” (72 menciones) y “perder peso” (62 menciones). Esta priorización deja claro que el público objetivo de *OrganicGym* no busca únicamente beneficios estéticos o funcionales, sino una solución para el bienestar integral.

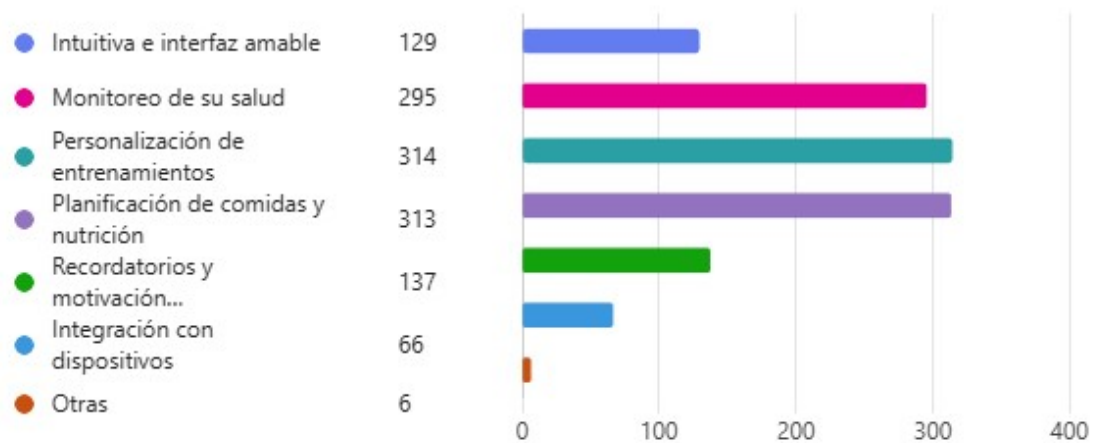
La implicación para la propuesta de valor sugiere que la aplicación debe centrarse en un enfoque holístico que combine actividad física, nutrición responsable y educación en salud.

Esto respalda el diseño de funcionalidades como:

- Rutinas enfocadas en bienestar y salud cardiovascular.
- Recomendaciones nutricionales basadas en objetivos generales, no solo rendimiento físico.
- Contenidos sobre descanso, hidratación, manejo del estrés y hábitos sostenibles.

Personalización, funcionalidad social y recomendaciones nutricionales

Uno de los pilares del modelo de negocio de *OrganicGym* es el acompañamiento profesional flexible y personalizado, apoyado en inteligencia artificial y asesoría certificada. Este enfoque fue validado por los hallazgos reflejados en la **Figura 10**, donde los encuestados manifestaron un alto interés por funcionalidades innovadoras como rutinas personalizadas, seguimiento de progreso, sugerencias de alimentación y asesoría profesional. Estas funcionalidades fueron destacadas como prioritarias, lo cual refuerza la importancia de construir un sistema dinámico que se adapte al perfil y evolución del usuario.

Figura 10.*Funcionalidades innovadoras que debería tener la app*

Nota. La figura muestra las funcionalidades que más les gustaría tener a los futuros usuarios de la app de ejercicios. Elaboración propia

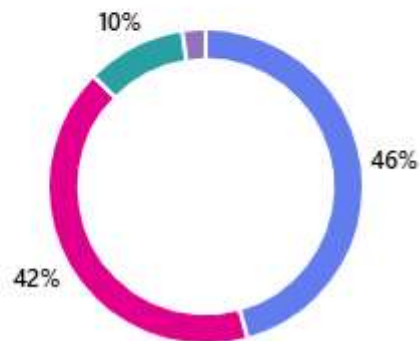
La Implicación para el modelo de negocio es que estos datos respaldan el desarrollo de algoritmos de personalización que ajusten rutinas y recomendaciones alimenticias según los objetivos del usuario (mejorar salud, ganar masa muscular o perder peso). Además, justifican la inclusión de un sistema de asesoría directa o asincrónica con profesionales certificados, especialmente en los planes de membresía premium.

La dimensión social de la experiencia digital también fue validada en la **Figura 11**. La mayoría de los encuestados otorgó un nivel medio a alto de importancia a las funcionalidades de comunidad, retos compartidos y foros de motivación. Esta necesidad de conexión emocional y apoyo colectivo es coherente con las tendencias actuales en plataformas de bienestar, donde la pertenencia a una comunidad mejora la adherencia a rutinas saludables (López & Fernández, 2021).

Figura 11.

Importancia de las funcionalidades sociales de la app

● Muy importante - me motiva compartir mis logros con mis amigos	192
● Algo importante - me gustaría pero no es esencial	175
● Poco importante - prefiero entrenar de manera individual	43
● No es importante - no me interesa la parte social	10



Nota. La figura muestra la importancia que le dan las personas que respondieron la encuesta lanzada a las funcionalidades de interacción social. Elaboración propia.

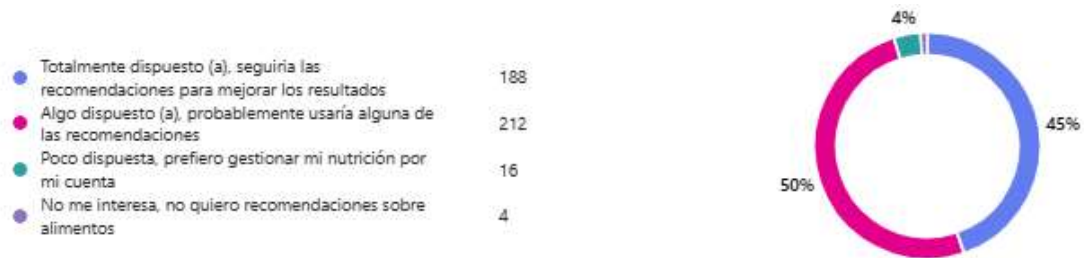
La implicación estratégica para OrganicGym, es que debe incorporar herramientas de interacción como grupos temáticos, retos mensuales, tableros de logros y notificaciones motivacionales, que refuercen el sentido de comunidad y fomenten el compromiso del usuario. Estas herramientas también permiten aumentar la tasa de retención y reducir la tasa de abandono, aspectos clave en modelos de suscripción.

En cuanto al componente nutricional, la **Figura 12** mostró que el 95 % de los encuestados estaría dispuesto a seguir recomendaciones de alimentación ofrecidas por la app, siendo un 45 % totalmente dispuesto y un 50 % algo dispuesto. Este dato, junto con la baja frecuencia de consumo actual de suplementos (solo 9 % los usa a diario), confirma

que existe una brecha entre intención y hábito, que puede ser abordada mediante educación y contenido confiable.

Figura 12.

Recomendaciones de alimentos por parte de la App.



Nota. La figura muestra la disposición de los usuarios a seguir las recomendaciones de alimentos que puede llegar a ofrecer la App. Elaboración propia.

La implicación para la propuesta de valor es que la funcionalidad de recomendaciones nutricionales personalizadas y recetas saludables se convierte en un diferenciador clave para el producto. Su implementación debe contemplar perfiles nutricionales, objetivos individuales, productos disponibles en el marketplace y seguimiento del progreso alimentario. Este componente no solo aporta valor tangible, sino que posiciona a *OrganicGym* como un aliado en el proceso de cambio de hábitos, no solo como un proveedor de rutinas.

Tendencias de Crecimiento y Tamaño del Mercado

El sector del bienestar físico y nutricional ha presentado una evolución sostenida en Colombia y América Latina, impulsado por el aumento en la conciencia sobre salud preventiva, el auge del comercio digital y la preferencia por productos orgánicos. Según Martínez y Díaz (2023), el mercado global de aplicaciones fitness superó los USD 9.250

millones en 2023, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 14 %. En Colombia, el uso de apps de bienestar ha crecido un **11 % anual entre 2019 y 2023**, especialmente en adultos jóvenes urbanos (García et al., 2022).

En paralelo, el mercado de suplementos orgánicos en Colombia muestra un crecimiento estable del 4,5 % anual, impulsado por consumidores que priorizan ingredientes naturales, sostenibilidad y trazabilidad (Ramírez & Torres, 2021). Este contexto crea condiciones propicias para modelos de negocio que integren entrenamiento, asesoría nutricional y venta de suplementos certificados en un entorno digital.

El análisis de mercado establece un TAM (mercado total disponible) de 35.604.000 personas, correspondiente a la población colombiana entre 15 y 64 años, de este universo, el SAM (mercado atendible) representa aproximadamente 4.094.460 personas equivalente al 11.5%, es decir, quienes practican actividad física y manifiestan interés en suplementos orgánicos. Finalmente, el SOM (mercado objetivo real) se estima en 81.889 usuarios, lo cual respalda la coherencia de las proyecciones de ventas iniciales y evidencia un potencial escalable para años posteriores.

Si bien no se aplicó formalmente el método Van Westendorp, en el anteproyecto de esta idea de negocio se había incluido una pregunta exploratoria sobre el valor que los usuarios estarían dispuestos a pagar por una app de entrenamiento físico (**ver Anexo J**). La figura 13 muestra los resultados de esta pregunta y evidencia que el 64,3 % prefiere precios entre \$10.000 y \$50.000 COP, mientras que un 30,4 % está dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$100.000 COP, evidenciando la existencia de dos segmentos: uno orientado al acceso asequible y otro dispuesto a pagar más por funcionalidades avanzadas.

Figura 13.

Valor que está dispuesto a pagar el usuario por una app móvil para realizar entrenamiento físico



Nota. La figura muestra el valor que los usuarios están dispuestos a pagar por una app móvil para el desarrollo de actividad física. Elaboración propia

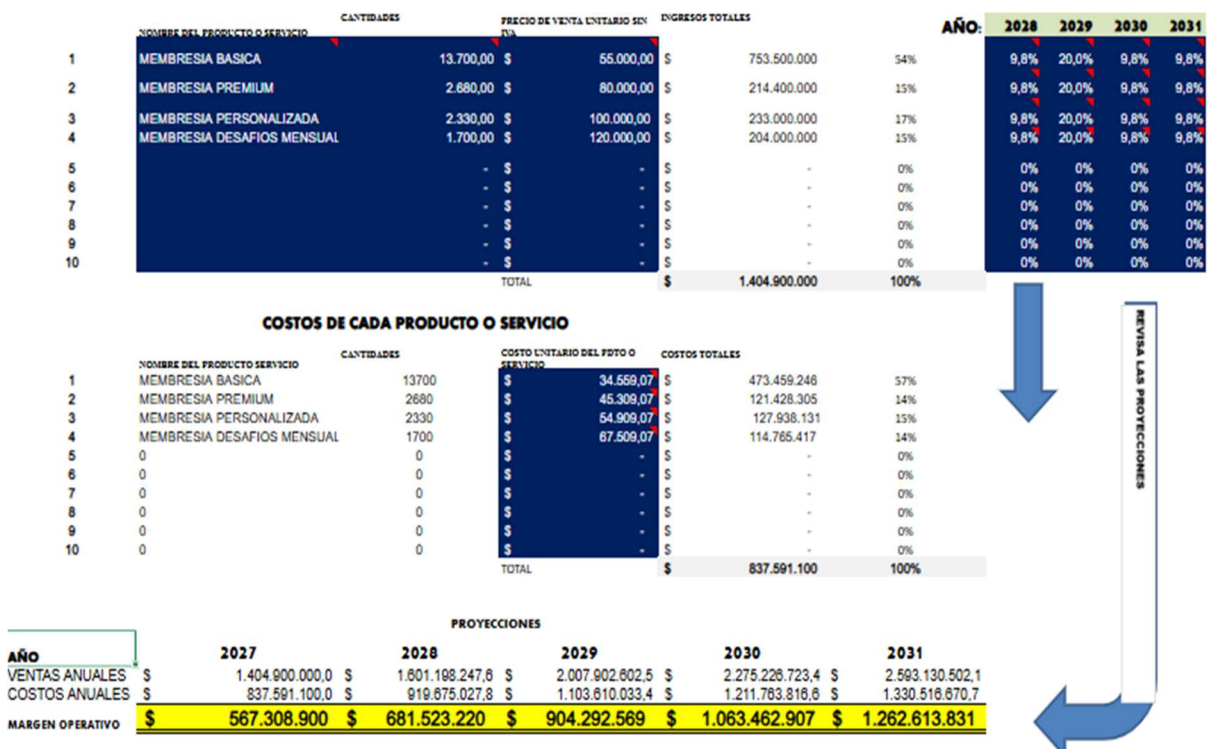
La implicación para el modelo de negocio es que esta información permite definir un precio óptimo percibido entre \$55.000 y \$75.000 COP mensuales, coherente con la estrategia comercial del proyecto, que plantea un modelo freemium con membresías escalables. También sugiere que la conversión a usuarios pagos deberá ir acompañada de campañas educativas que destaquen beneficios tangibles como la personalización, la asesoría profesional y el acceso a productos certificados.

Cálculo de la Demanda Potencial y Proyección de Ventas

Durante su primer año de operación, *OrganicGym* proyecta ingresos por un total de \$1.404.900.000 millones de pesos, resultado de la comercialización de 20.410

membresías distribuidas entre cuatro tipos de servicios: membresía básica, premium, personalizada y desafíos mensuales, esta proyección evidencia una sólida aceptación inicial en el mercado colombiano de salud digital y refleja un enfoque diversificado que apunta a distintos perfiles de usuarios.

Figura 14.
Proyección de ventas y premisas de OrganicGym.



Nota. la figura muestra las ventas proyectadas de OrganicGym durante los primeros 5 años

Según las proyecciones financieras, se espera un crecimiento sostenido del 9,8 % para el año 2028, seguido por un incremento significativo del 20 % en 2029, año en el que se contempla la incorporación estratégica de suplementos orgánicos como parte central del modelo de negocio.

Este impulso se verá reflejado en un mayor ingreso por usuario y una expansión de la comunidad digital, para los años 2030 y 2031, se estima un retorno a una tasa de crecimiento moderada del 9,8 % anual, acompañando la maduración progresiva de la marca y la consolidación de las alianzas comerciales.

Oportunidades y Riesgos del Mercado

El entorno actual del mercado colombiano ofrece un escenario favorable para el desarrollo de soluciones digitales en salud y bienestar, impulsado por tendencias como la digitalización de hábitos, el interés por la personalización y el crecimiento sostenido del consumo de productos naturales. En este contexto, *OrganicGym* tiene la posibilidad de posicionarse como una plataforma única al combinar entrenamiento, nutrición, educación y e-commerce.

Oportunidades detectadas

- **Alto interés en una solución integral:** El 81 % de los encuestados consideró útil una app que combine entrenamiento y suplementos orgánicos.
- **Brecha de conocimiento nutricional:** El 76 % mostró disposición a recibir asesoría sobre suplementación, lo que valida el enfoque educativo.
- **Disposición a pagar por valor:** Más del 30 % del mercado objetivo está dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$100.000 COP por una app de este tipo.
- **Bajo nivel de consumo actual de suplementos:** Representa una oportunidad de generar hábito mediante educación y acompañamiento.

Riesgos identificados

- **Alta competencia en apps de ejercicio:** Especialmente por parte de plataformas globales con alto presupuesto.
- **Sensibilidad al precio:** Segmento mayoritario busca opciones entre \$10.000 y \$50.000 COP, lo que exige justificar el valor percibido.
- **Cambios regulatorios y barreras sanitarias:** INVIMA y normas sobre datos personales representan restricciones críticas.
- **Retención y fidelización:** Riesgo de abandono si no se genera experiencia significativa y motivación sostenida.

Implicaciones estratégicas y decisiones clave

Con base en los hallazgos y validaciones del estudio de mercado, se definen las siguientes decisiones estratégicas iniciales:

Producto Mínimo Viable (MVP)

El MVP recomendado debe incluir las siguientes funcionalidades esenciales:

- Rutinas personalizadas de entrenamiento con ajustes por nivel y objetivos.
- Recomendaciones nutricionales básicas, enfocadas en bienestar general.
- Marketplace funcional con al menos 10 productos orgánicos certificados.
- Contenidos educativos introductorios (cápsulas, fichas, recetas).
- Seguimiento de progreso básico (registro de actividad y motivación).

Este MVP permitirá generar tracción temprana, validar la experiencia del usuario y preparar el terreno para funcionalidades avanzadas en versiones posteriores.

- Canales de adquisición prioritarios
- Publicidad digital segmentada (Meta Ads, Google Ads).
- Alianzas con gimnasios, tiendas saludables y nutricionistas.
- Influencers del sector fitness y salud orgánica.
- Eventos virtuales gratuitos de activación.

La estrategia multicanal facilitará el posicionamiento de marca y la captación de usuarios en ciudades principales, priorizando audiencias con afinidad digital.

Funcionalidades clave a priorizar

- Personalización por IA (rutinas y hábitos).
- Asesoría nutricional con contenido verificable.
- Recomendaciones educativas y motivacionales.
- Espacios sociales: retos, comunidad, interacción.
- Acceso sencillo y seguro a productos certificados.

En síntesis, los hallazgos del estudio de mercado y el entorno sectorial respaldan la viabilidad del modelo de *OrganicGym*, pero exigen una ejecución ágil, validación progresiva del producto y enfoque claro en experiencia de usuario, educación nutricional y comunidad digital.

Estrategia y Plan de Introducción de Mercado

Objetivos de Mercadeo

Con base en los hallazgos del estudio de mercado, las validaciones del modelo de negocio y la estrategia de lanzamiento del producto mínimo viable (MVP), se definen los siguientes objetivos de mercadeo para la fase de introducción al mercado de *OrganicGym*:

Objetivo general de mercadeo

Lograr el posicionamiento inicial de OrganicGym como una plataforma integral de bienestar en las principales ciudades de Colombia, alcanzando al menos 15.000 usuarios activos equivalentes al punto de equilibrio y una conversión mínima del 15 % a planes pagos durante el primer año de operación.

Objetivos específicos de mercadeo

1. Aumentar el reconocimiento de marca en el segmento objetivo (adultos entre 15 y 64 años, digitalmente activos, interesados en salud orgánica), alcanzando un alcance de 500.000 personas en medios digitales en los primeros seis meses.
2. Adquirir 20.000 usuarios registrados en el primer año, mediante campañas multicanal de adquisición (Google Ads, Meta Ads, influencers, y alianzas estratégicas).
3. Convertir al menos el 15 % de los usuarios freemium en usuarios de pago en los primeros 12 meses, a través de mejoras en el onboarding, estrategia de valor percibido y funcionalidades escalables.
4. Fidelizar al 50 % de los usuarios activos mediante contenido educativo, comunidad digital y promociones del marketplace, en los primeros 9 meses.

5. Establecer 5 alianzas estratégicas con gimnasios, tiendas naturales, o nutricionistas certificados en el primer año, como soporte para el crecimiento orgánico del canal de distribución.

Estrategia de Mercadeo

La introducción al mercado de *OrganicGym* se estructurará en tres fases estratégicas, con acciones específicas para posicionar la marca, adquirir los primeros usuarios, generar confianza y validar el modelo de negocio. Esta estrategia responde tanto a los hallazgos del estudio de mercado como a la necesidad de maximizar la eficiencia del presupuesto inicial.

Fase 1: Activación temprana (Meses 1–3)

Objetivo: Validar el MVP, captar los primeros 2.000 usuarios y generar testimonios de valor.

Acciones principales:

- Lanzamiento limitado en Bogotá y Medellín, priorizando zonas urbanas con mayor afinidad digital.
- Activaciones virtuales con influencers microsegmentados en los nichos de fitness y vida saludable.
- Webinars gratuitos y retos en redes sociales (“21 días de bienestar”) para atraer registros y fidelizar.
- Pruebas piloto con 5 entrenadores y 3 nutricionistas aliados, quienes referencian la app a sus clientes.
- Publicación de cápsulas educativas sobre suplementación y salud preventiva en Instagram y TikTok.

Fase 2: Expansión inicial (Meses 4–8)

Objetivo: Aumentar base de usuarios a 9.000 y lograr una conversión del 10 %.

Acciones principales:

- Campañas de publicidad segmentada en Google Ads y Meta Ads, usando mensajes de diferenciación (personalización, trazabilidad, comunidad).
- Alianzas con gimnasios independientes y centros de bienestar para ofrecer descuentos a sus miembros.
- Incorporación del programa de referidos: los usuarios activos reciben beneficios por invitar a nuevos usuarios.
- Participación en ferias de emprendimiento y salud (Ej. ExpoBienestar Colombia).
- Activación de notificaciones dentro de la app con retos semanales y logros desbloqueables.

Fase 3: Consolidación nacional (Meses 9–12)

Objetivo: Alcanzar 20.000 usuarios activos y conversión acumulada del 15 %.

Acciones principales:

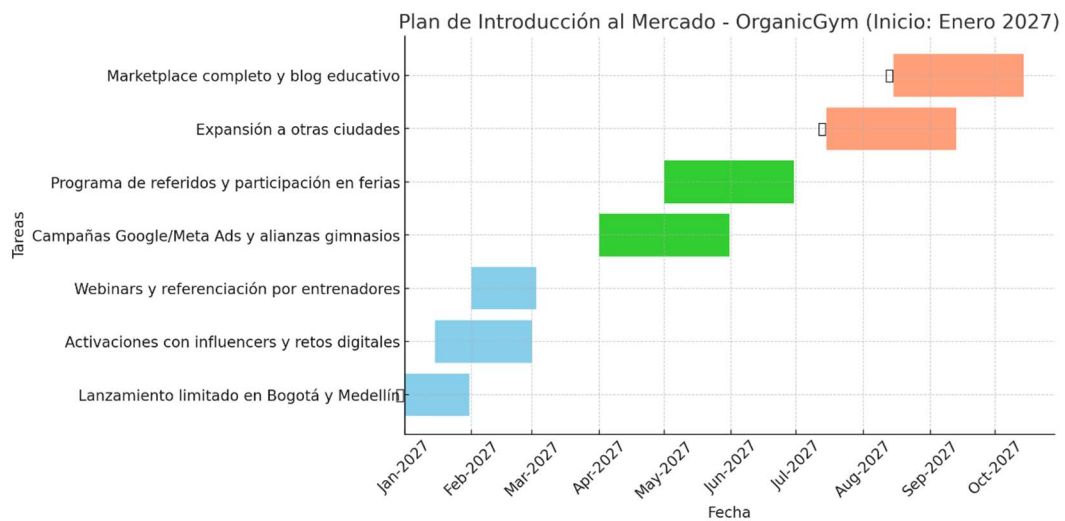
- Expansión a otras ciudades con alta densidad digital (Barranquilla, Cali, Bucaramanga).
- Lanzamiento de campañas de fidelización con contenidos premium (recetas personalizadas, rutinas especiales).
- Integración del marketplace completo con al menos 10 proveedores certificados INVIMA.
- Estrategia de contenido SEO y blog educativo para tráfico orgánico.
- Encuestas internas y mejoras basadas en feedback del usuario.

Conexión con los hallazgos del estudio de mercado:

- La estrategia prioriza canales digitales por alta afinidad del segmento objetivo.
- Se incorporan elementos de comunidad y educación, claves para la fidelización, según resultados de encuesta.
- El enfoque por fases permite mitigar riesgos financieros y tecnológicos, validando funcionalidades progresivamente y midiendo retorno por canal.

Figura 15.

Plan de introducción al mercado de OrganicGym.



Nota. la figura muestra el cronograma del plan de introducción al mercado de OrganicGym a implementar desde enero 2027

Estrategia de Producto y Servicio

La estrategia de producto de *OrganicGym* se centra en ofrecer una experiencia integral y diferenciada para usuarios que buscan bienestar físico y nutricional desde un enfoque sostenible y personalizado.

El producto combina tecnología móvil, asesoría profesional y un marketplace confiable en una sola plataforma, con funcionalidades desarrolladas en fases escalables.

Producto mínimo viable (MVP)

Durante la fase inicial (primer año), se lanzará un MVP con las siguientes funcionalidades esenciales:

Tabla 4.

Funcionalidades básicas del MVP de OrganicGym

Funcionalidad	Estado inicial en el MVP
Registro de usuario y test de perfil	Activado
Rutinas de entrenamiento por IA	Versión básica (meta + tiempo)
Recomendaciones alimenticias	Sugerencias generales por objetivo
Marketplace de suplementos	Catálogo reducido (10 productos)
Asesoría profesional	Canal de contacto asincrónico
Comunidad y retos	Reto mensual y muro de logros
Contenido educativo	Biblioteca inicial (10 cápsulas)

Nota. La tabla muestra la lista de funcionalidades básicas con las cuales iniciara la app de OrganicGym.

La implicación estratégica que provee este enfoque permite validar rápidamente las hipótesis clave del modelo, mantener bajos los costos de desarrollo inicial y adaptarse con agilidad al feedback de los primeros usuarios. Además, refuerza los diferenciales de OrganicGym frente a competidores centrados solo en entrenamiento o e-commerce.

Conexión con el estudio de mercado

Las funcionalidades del producto fueron definidas en función directa de los hallazgos del estudio piloto:

- El **81 %** de los usuarios considera útil la integración de entrenamiento + nutrición + e-commerce.
- El **76 %** desea recibir asesoría sobre suplementos, y el **95 %** seguiría recomendaciones alimenticias.
- El **66 %** valora positivamente funcionalidades sociales y contenido educativo para mantener su motivación.

Estrategias de precio y modelo de ingreso

La estrategia de precios de *OrganicGym* está basada en un modelo freemium escalable, que permite atraer usuarios mediante una versión gratuita con funcionalidades básicas y convertirlos progresivamente en usuarios pagos al percibir valor diferenciado.

Esta estrategia responde a las expectativas del mercado validadas en el estudio piloto, que mostró una alta sensibilidad al precio en los primeros niveles de adopción, pero también una disposición a pagar por beneficios tangibles y asesoría confiable.

Principios que guían la estrategia

- **Accesibilidad** para atraer usuarios en fase temprana (freemium + precios bajos).
- **Escalabilidad** según valor percibido y uso frecuente.
- **Diferenciación por beneficios** (no solo por volumen de contenido).
- **Adaptabilidad al mercado colombiano**, con precios ajustados a los rangos identificados como óptimos en la validación (entre \$55.000 y \$75.000 COP mensuales).

Estructura de precios propuesta

Soporte desde el estudio de mercado

- El **64,3 %** de los encuestados mostró disposición a pagar entre **\$10.000 y \$50.000 COP** mensuales.
- Un **30,4 %** está dispuesto a pagar entre **\$50.000 y \$100.000 COP**, validando la viabilidad de los planes Vital e Integral.
- Estos rangos se alinean con el análisis de **WTP (Willingness To Pay)** recogido en el Anexo J y los escenarios del simulador financiero.

Tabla 5.

Estructura de precios propuesta para OrganicGym

Plan	Precio mes (COP)	Características principales
Membresía Freemium	\$0	Acceso a rutinas básicas, artículos educativos, comunidad general, sin asesoría ni compras.
Membresía Básica	\$55.000	Planes de entrenamiento físico, grabaciones pregrabados, rutinas grupales semanales, reportes semanales de progreso, opción de compartir logros en redes sociales, notificación motivacional diarias.
Membresía Premium	\$80.000	Incluye todos los beneficios de la membresía básica más planes de entrenamiento avanzados, dietas personalizadas, acceso a sesiones en vivo (hasta cuatro al mes), resumen de progreso, comunidad exclusiva para miembros Premium y posibilidad de agendar sesiones directamente desde la app.

Membresía	\$100.000	<p>Incluye evaluación inicial, planes semanales personalizados de entrenamiento y nutrición, reportes mensuales, soporte 24/7 vía chat con entrenadores, acceso anticipado a nuevos contenidos y una interfaz que permite seguimiento en vivo y contacto directo mediante el botón "Hablar con tu entrenador".</p>
personalizada		
Desafíos	\$120.000	<p>Cada mes, el usuario accede a desafíos temáticos, comunidades por afinidad, competencias virtuales o presenciales, clasificaciones globales y entre amigos, recompensas virtuales y físicas, sorteos, una página de inicio con progreso, ranking y medallas, además de notificaciones por logros alcanzados.</p>
mensuales		

Nota. La tabla muestra la estructura de precios propuesta para los planes de la app de OrganicGym.

Implicaciones estratégicas

- La membresía Freemium facilita una rápida adopción inicial, vital para generar tracción y obtener feedback.
- La membresía básica funcionará como puente de conversión, ofreciendo valor perceptible con bajo riesgo.
- La progresión entre planes responde a una lógica de acumulación de valor, más que a la restricción de funciones.
- La estrategia permite diversificar ingresos combinando membresías con comisiones por venta de productos en el marketplace.

Estrategia de distribución

La estrategia de distribución de *OrganicGym* se basa en un enfoque híbrido, que combina la escalabilidad y conveniencia del canal digital (aplicación móvil) con la confianza generada por canales físicos indirectos (aliados estratégicos, entrenadores, tiendas saludables). Esto responde tanto a los comportamientos identificados en el estudio de mercado como a la necesidad de generar cercanía, validación y adopción progresiva.

Canal principal: Plataforma digital (App móvil)

La app será el centro de operación, entrega y experiencia del usuario. Desde allí se accederá a:

- Rutinas personalizadas y contenidos educativos.
- Recomendaciones nutricionales e historial de seguimiento.
- Marketplace de suplementos orgánicos certificados.
- Comunidad digital, retos y funcionalidades sociales.
- Planes de suscripción, pagos y contacto con asesores.

Justificación:

El 63 % de los encuestados usa actualmente alguna app de bienestar, lo que valida el canal digital como punto de contacto primario. La plataforma móvil garantiza disponibilidad 24/7, escalabilidad nacional y optimización de costos operativos.

Canal secundario: Alianzas físicas y referidos

Se desarrollará una red de distribución indirecta a través de aliados estratégicos que funcionen como canales de adquisición, validación y expansión local:

- Entrenadores personales independientes: podrán recomendar la app a sus clientes y recibir comisiones por conversión.

- Gimnasios boutique y centros de bienestar: puntos de contacto para ofrecer activaciones, descuentos o beneficios cruzados.
- Tiendas saludables y productores de suplementos: aliados en logística del marketplace y puntos de retiro/verificación.
- Ferias, eventos y activaciones físicas: estrategias presenciales para reforzar comunidad y credibilidad.

Justificación:

Estas alianzas permiten generar confianza en el usuario final, ampliar el alcance más allá del entorno digital y facilitar la adopción en regiones clave, sin requerir una infraestructura propia extensa.

Distribución del marketplace (productos físicos)

- Los suplementos orgánicos serán distribuidos bajo un modelo dropshipping o bodegaje tercerizado.
- El usuario realiza la compra a través de la app, y el producto se despacha desde los aliados logísticos.
- Se priorizará una red de proveedores certificados INVIMA, con cobertura nacional y trazabilidad clara.

Beneficio:

Reduce inversión inicial en inventario, agiliza el modelo operativo y permite escalar rápidamente sin comprometer capital de trabajo.

Canales complementarios

- Redes sociales: refuerzan contenido, comunidad e interacción educativa.
- Email marketing y notificaciones push: mantienen al usuario activo y fidelizado.

- Marketplace dentro de la app: ofrece experiencia de compra integrada, sin salir del entorno de entrenamiento.

Estrategias de comunicación y promoción

La estrategia de promoción de *OrganicGym* tiene como objetivo construir una marca cercana, confiable y alineada con los valores del bienestar integral, mediante una comunicación emocional, educativa y orientada a resultados reales. La propuesta se enfoca en tres ejes clave: educación, comunidad y diferenciación.

Posicionamiento de marca

“OrganicGym no solo entrena tu cuerpo, te acompaña a transformar tu estilo de vida.”

Este enfoque diferencia la marca de otras apps de fitness centradas solo en el rendimiento físico o el conteo de calorías. *OrganicGym* se posiciona como una solución integral, sostenible, que educa y genera comunidad. También se implementará una serie de mensajes clave por etapa de implementación consignados en la siguiente tabla:

Tabla 6.

Mensajes clave por etapa de posicionamiento de marca para OrganicGym

Etapa/Fase	Mensaje principal
Activación temprana	“Entrena diferente. Come mejor. Vive más sano.”
Expansión inicial	“Una app, todo tu bienestar: rutina + asesoría + suplementos.”
Consolidación nacional	“No es solo ejercicio, es una comunidad que te transforma.”

Nota. La tabla muestra los mensajes clave para el plan de posicionamiento de marca para la app de OrganicGym.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación sugeridos para la app están consignados en la siguiente tabla:

Tabla 7.

Canales de comunicación sugeridos para la app OrganicGym

Canal	Objetivo estratégico	Formato de contenido
Redes sociales	Crear comunidad, posicionar marca	Videos cortos, retos, testimonios, lives
Publicidad digital (Google Ads, Meta Ads)	Atraer tráfico y captar leads	Segmentación por afinidad (fitness, orgánico)
Marketing de influencers	Validación social, difusión emocional	Historias, reels, menciones orgánicas
Email marketing y push	Retención y activación	Newsletter, consejos semanales, descuentos
Eventos virtuales	Conversión confianza	Webinars, charlas con expertos, retos guiados
Contenido SEO	Tráfico orgánico a largo plazo	Blog educativo sobre salud, nutrición y IA

Nota. La tabla muestra los canales de comunicación sugeridos para el posicionamiento de la app OrganicGym.

Acciones destacadas por fase

Activación temprana

- Retos gratuitos en redes: “21 días de bienestar” con premios simbólicos.
- Alianzas con microinfluencers de nicho (fitness sostenible, nutrición natural).
- Webinars de lanzamiento con entrenadores y nutricionistas aliados.

Expansión inicial

- Campañas de conversión con landing pages optimizadas.
- Videos tipo “antes y después” de usuarios reales (testimonios).
- Programa de referidos con beneficios escalables.
- Publicidad pagada en Meta y Google con pruebas A/B.

Consolidación nacional

- Campañas emocionales de fidelización con storytelling de usuarios.
- Embajadores de marca entre usuarios activos.
- Encuestas y desafíos con recompensas del marketplace.
- Cobertura en medios especializados en salud y emprendimiento.

Conexión con el estudio de mercado:

- El **66 %** valoró funcionalidades sociales y motivacionales.
- El **95 %** seguiría recomendaciones alimenticias, justificando el enfoque educativo.
- El **81 %** desea una app que combine entrenamiento + suplementación + comunidad.

Para complementar la estrategia de promoción, se diseñó una matriz tipo AARRR que permite visualizar las tácticas, canales y métricas de éxito por cada etapa del embudo de

crecimiento: adquisición, activación, retención, referencia y revenue. Esta herramienta facilita el seguimiento operativo y estratégico de la evolución del modelo de negocio, al tiempo que asegura la alineación entre objetivos de marketing y resultados esperados. La tabla AARRR también sirve como marco de referencia para la iteración del producto y la optimización de campañas en cada fase del lanzamiento.

Tabla 8.

Matriz AARRR (Adquisición, Activación, Retención, Referencia, Revenue) para la app OrganicGym

Fase AARRR	Canales	Tácticas clave	Métricas clave
Adquisición	Publicidad en redes sociales, Google Ads, microinfluencers	Segmentación por afinidad fitness + nutrición, prueba gratuita, retargeting	CTR, CAC, % registros nuevos
Activación	App móvil, landing page, onboarding gamificado	Primeros logros desbloqueables, test inicial personalizado	Tasa de activación, % usuarios completan perfil y rutina inicial
Retención	Push notifications, contenido educativo, retos, email marketing	Newsletter semanal, cápsulas educativas, gamificación social	Tasa de retención a 7/30 días, sesiones activas semanales
Referencia	Programa de referidos, redes sociales, promociones compartibles	Bonos por invitación, retos colaborativos, códigos de usuario	Tasa de referidos por usuario activo, viral coeficiente
Revenue	Suscripciones pagas, marketplace de suplementos, upgrades de plan	Escalado de beneficios, bundling productos + suscripción, descuentos en recompra	MRR, LTV, ARPU, tasa de conversión a planes pagos

Nota. La tabla muestra las diferentes tácticas, canales y métricas de cada etapa del embudo de crecimiento de la app OrganicGym.

Presupuesto de la mezcla de mercadeo

El presupuesto asignado para la estrategia de promoción y comunicación de *OrganicGym* asciende a **\$ 204.889.200 millones de pesos colombianos**, distribuidos de

manera progresiva a lo largo de las tres fases del plan de introducción al mercado. Esta asignación permite ejecutar acciones de alto impacto, como campañas digitales segmentadas, alianzas con influencers, producción de contenido educativo y estrategias de fidelización. La estructura del gasto responde a un enfoque de eficiencia y escalabilidad, en línea con las proyecciones financieras del proyecto, priorizando canales digitales por su capacidad de segmentación, medición y alcance. Esta inversión está orientada no solo a captar usuarios, sino a generar comunidad, posicionamiento de marca y validación temprana del modelo de negocio.

Tabla 9.

Presupuesto de la mezcla de mercadeo para la app OrganicGym

Fase	Costo estimado
Redes sociales	\$ 108.889.200
Mix marketing	\$ 12.000.000
Campañas de expansión	\$ 6.000.000
Campañas de referidos	\$ 12.000.000
Consolidación nacional	\$ 16.000.000
Activación temprana	\$ 50.000.000

Nota. La tabla muestra el presupuesto asignado para la estrategia de promoción y comunicación de la app OrganicGym.

Aspectos Técnicos

Objetivos de Producción o Prestación del Servicio

El objetivo general del proceso técnico de *OrganicGym* es desarrollar y operar una aplicación móvil escalable que integre rutinas de entrenamiento personalizadas, recomendaciones nutricionales y un marketplace de suplementos orgánicos certificados, garantizando la funcionalidad, accesibilidad y seguridad del sistema para el usuario final.

Los objetivos específicos son:

1. **Diseñar e implementar un MVP funcional** en entorno Android/iOS con backend en la nube y un panel administrativo.
2. **Asegurar la integración efectiva de módulos de entrenamiento, nutrición y e-commerce**, incluyendo IA básica para personalización inicial.
3. **Garantizar la trazabilidad, disponibilidad y escalabilidad del sistema**, con herramientas de monitoreo y seguridad de datos desde el lanzamiento.
4. **Implementar metodologías ágiles** (Scrum) para el desarrollo y evolución del producto, permitiendo ajustes según la retroalimentación del mercado.

Justificación técnica: Este enfoque permite atender simultáneamente los aspectos técnicos y funcionales del servicio digital, y da respuesta directa a la validación del MVP como fase inicial del despliegue tecnológico.

Ficha Técnica del Producto o Prestación del Servicio

Tabla 10.

Ficha técnica de la aplicación OrganicGym

Módulo / Componente	Descripción funcional
Rutinas de entrenamiento personalizadas	Generación automática de rutinas según nivel, objetivo y tiempo disponible.
Recomendaciones nutricionales	Sugerencias de alimentos y planes generales según el perfil del usuario.
Marketplace de suplementos orgánicos	Catálogo de productos con trazabilidad y fichas técnicas de cada suplemento.
Asesoría profesional asincrónica	Canal de contacto por mensajería entre usuario y asesor certificado.
Contenido educativo (cápsulas y artículos)	Biblioteca digital con videos y artículos sobre salud, nutrición y sostenibilidad.
Gestión de usuarios y perfiles	Registro, login, recuperación de contraseña y gestión de datos básicos.
Gamificación y comunidad	Retos, insignias y rankings entre usuarios activos de la plataforma.
Panel de administración	Dashboard para gestión de usuarios, productos, ventas y métricas de uso.
Sistema de pagos	Integración con pasarela de pago
IA básica para personalización	Algoritmo básico basado en reglas y feedback inicial para rutinas y sugerencias.

Nota. La tabla muestra la ficha técnica de OrganicGym

Descripción del proceso

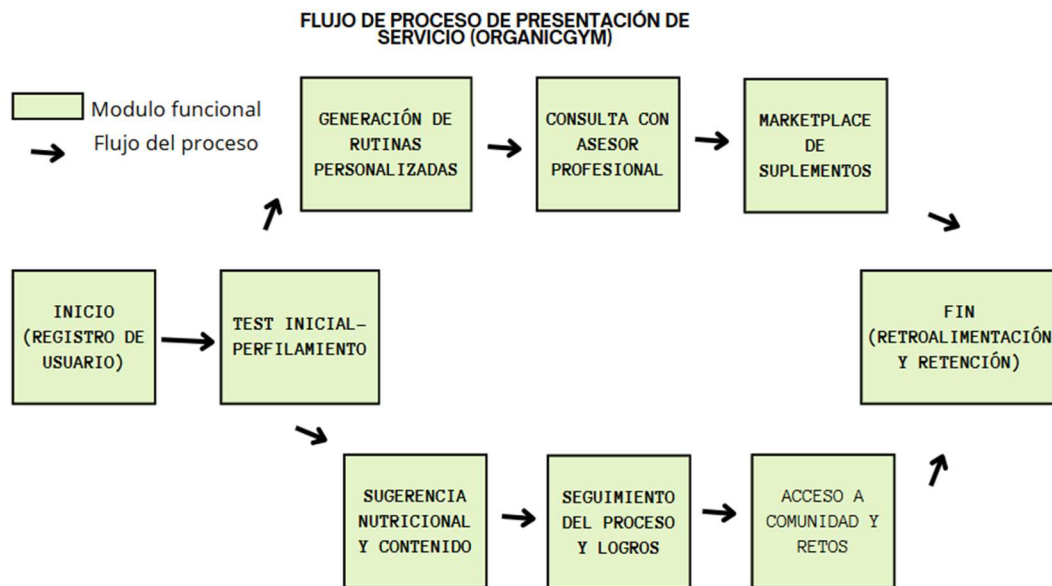
El proceso de prestación del servicio digital en *OrganicGym* se estructura como una cadena de valor tecnológica centrada en la experiencia del usuario, desde su ingreso inicial hasta la etapa de fidelización. La lógica operativa está representada en el diagrama de flujo incluido en esta sección, el cual describe los principales módulos funcionales y sus interacciones, integrando el componente técnico con el modelo de servicio.

1. **Inicio (Registro del usuario):** El proceso inicia con el registro en la app mediante correo electrónico o autenticación social (módulo: Gestión de usuarios).
2. **Test inicial y perfilamiento:** El usuario responde un formulario guiado que permite identificar objetivos físicos, nivel de condición, hábitos alimenticios y disponibilidad de tiempo. Esta información se conecta con los motores básicos de personalización (módulo: IA básica).
3. **Generación de rutina personalizada:** Se genera una rutina inicial que se adapta a los objetivos y perfil del usuario, combinando reglas lógicas y algoritmos simples (módulo: Entrenamiento personalizado).
4. **Sugerencia nutricional y contenido educativo:** Paralelamente, el sistema entrega recomendaciones alimenticias generales y acceso a cápsulas educativas según el perfil identificado (módulo: Nutrición y Contenido educativo).
5. **Acceso al marketplace:** El usuario puede navegar productos de suplementación orgánica compatibles con su objetivo. Cada producto cuenta con trazabilidad y ficha técnica (módulo: Marketplace).
6. **Acceso a comunidad y retos:** Para fomentar la adherencia, el usuario puede participar en retos, desbloquear logros y consultar su progreso comparado (módulo: Comunidad y gamificación).

7. **Consulta con asesor profesional:** Si el plan de suscripción lo permite, el usuario puede interactuar asincrónicamente con un nutricionista o entrenador certificado (módulo: Asesoría profesional).
8. **Seguimiento del progreso:** La app monitorea actividades, retroalimenta y ajusta progresivamente la rutina según cumplimiento y feedback (módulo: IA y comunidad).
9. **Fin (retroalimentación y retención):** El ciclo culmina en la generación de sugerencias de valor, motivación continua y posibles upgrades al plan o compras dentro del marketplace.

Figura 16.

Flujo de proceso simplificado de OrganicGym.



Nota. La figura muestra el flujo de proceso de la aplicación OrganicGym

Este proceso integra flujos paralelos pero conectados, maximizando la experiencia del usuario, asegurando coherencia entre los módulos funcionales descritos en la ficha técnica

y permitiendo escalabilidad modular del sistema. Además, cada componente se diseñará en base a principios de desarrollo ágil y será monitoreado por el panel de administración para asegurar trazabilidad, seguridad y eficiencia operativa.

Necesidades y requerimientos de la aplicación

Para garantizar el funcionamiento estable, seguro y escalable de la aplicación *OrganicGym*, se ha definido una arquitectura técnica que incluye backend en la nube con Google Firebase, desarrollo multiplataforma en Flutter, lógica en Python, autenticación mediante OAuth 2.0 y conexión con pasarelas de pago locales. Estos componentes permitirán construir un MVP funcional, compatible con Android e iOS, y con capacidad de respuesta en redes 3G y 4G.

La seguridad de los datos será prioritaria, incluyendo cifrado TLS, cumplimiento con la Ley 1581 de 2012 (Habeas Data) y medidas de privacidad adaptadas al RGPD. Todo este proceso será ejecutado en alianza con un proveedor especializado en desarrollo de software, quien se encargará de implementar los módulos técnicos, asegurar la trazabilidad de versiones y documentar la plataforma en un entorno controlado y profesional, lo que permitirá escalar el modelo sin comprometer la experiencia del usuario ni la estabilidad del sistema.

Materias primas y Suministros

Aunque *OrganicGym* es principalmente una solución digital, su modelo de negocio integra un componente logístico vinculado al marketplace de suplementos orgánicos. Por tanto, las “materias primas y suministros” se entienden como **recursos clave tanto tecnológicos como físicos** para la prestación del servicio, agrupados en tres categorías: tecnológicos, contenidos profesionales y productos del Marketplace:

a. Suministros tecnológicos y digitales

- Servicios en la nube (Firebase / Google Cloud): esenciales para alojar la base de datos, autenticar usuarios y ejecutar funciones de backend.
- Licencias de software y plataformas
- Pasarela de pagos: comisiones y soporte técnico de la pasarela, requeridas para el procesamiento de membresías y compras.

b. Contenidos profesionales y educativos

- Diseño de rutinas y planes nutricionales: desarrollados por entrenadores personales y nutricionistas certificados, quienes generan contenido base para personalización y seguimiento.
- Cápsulas educativas: fichas visuales, videos breves, podcasts y artículos diseñados por el equipo de salud y bienestar de la plataforma.
- Banco de imágenes y recursos gráficos: materiales para ilustración de la interfaz y contenido didáctico, adquiridos mediante licencias comerciales (por ejemplo, Canva Pro).

c. Suplementos y productos naturales (Marketplace)

- Productos orgánicos y naturales certificados: suplementos con registro INVIMA, ingredientes limpios y trazabilidad. Incluyen: proteínas vegetales, omega 3, multivitamínicos, adaptógenos, etc.
- Proveedores aliados: fabricantes y distribuidores colombianos certificados (mínimo 2 por categoría) que aseguren abastecimiento bajo modelos dropshipping o consignación.

La implicación estratégica al tratarse de un modelo digital con oferta física, la selección adecuada de estos insumos permite garantizar una experiencia fluida y confiable para el usuario, al tiempo que se asegura el cumplimiento normativo, la sostenibilidad de la cadena y la coherencia con la propuesta de valor centrada en salud y bienestar orgánico.

Personal Requerido para la Producción y Prestación del Servicio

El modelo operativo de *OrganicGym* exige un equipo multidisciplinario que combine competencias en desarrollo tecnológico, salud y bienestar, creación de contenido y gestión de usuarios. A continuación, se describen los perfiles clave para la fase de lanzamiento y estabilización (primeros 18 meses), considerando un modelo escalable y ágil:

Tabla 11.

Personal requerido para la aplicación OrganicGym

Rol	Cant	Función Principal
Gerente de Proyecto (fundadores)	3	Dirección estratégica, planificación y seguimiento del cumplimiento de hitos técnicos, financieros y de mercado.
Diseñador UI/UX (proveedor)	1	Diseño de interfaces centradas en el usuario, definición de flujos de navegación, prototipado en Figma.
Desarrollador móvil (proveedor)	1	Desarrollo del frontend de la app en Flutter para iOS y Android.
Backend Developer (proveedor)	1	Configuración de base de datos (Firebase), lógica de negocio (Python), conexión con IA básica y pasarela de pagos.
Entrenadores	3	Creación de rutinas por niveles, diseño de cápsulas educativas en video, pruebas funcionales de entrenamiento.
Mercaderista - visitador	1	Activación de comunidad local, vinculación de entrenadores aliados, visitas a tiendas saludables y ferias.
Ingeniero de pruebas (QA Tester)	1	Validación funcional, control de errores, pruebas de usabilidad y compatibilidad en dispositivos.
Ingeniero de soporte	1	Atención a usuarios en tiempo real durante el lanzamiento, monitoreo de bugs, soporte de infraestructura.

Nota. La tabla muestra el resumen del personal requerido con su función principal dentro de la operación de la aplicación OrganicGym

La combinación de talento fundador, tercerizado especializado y profesionales del sector de bienestar permite a *OrganicGym* ejecutar una estrategia de lanzamiento sólida, con control de costos y capacidad de escalar funcionalmente según el crecimiento de la base de usuarios y las métricas de desempeño.

Plan de producción

El desarrollo de *OrganicGym* se ha organizado en un plan de producción de ocho etapas secuenciales, que abordan desde la planeación técnica inicial hasta la preparación para el escalamiento. Este cronograma fue estructurado de forma que garantice validaciones tempranas, implementación progresiva de funcionalidades críticas y un uso eficiente de los recursos técnicos y financieros proyectados en el simulador. La planificación inicia en junio de 2026 y se proyecta hasta enero de 2027, mes en el que se prevé la publicación de la app en tiendas digitales.

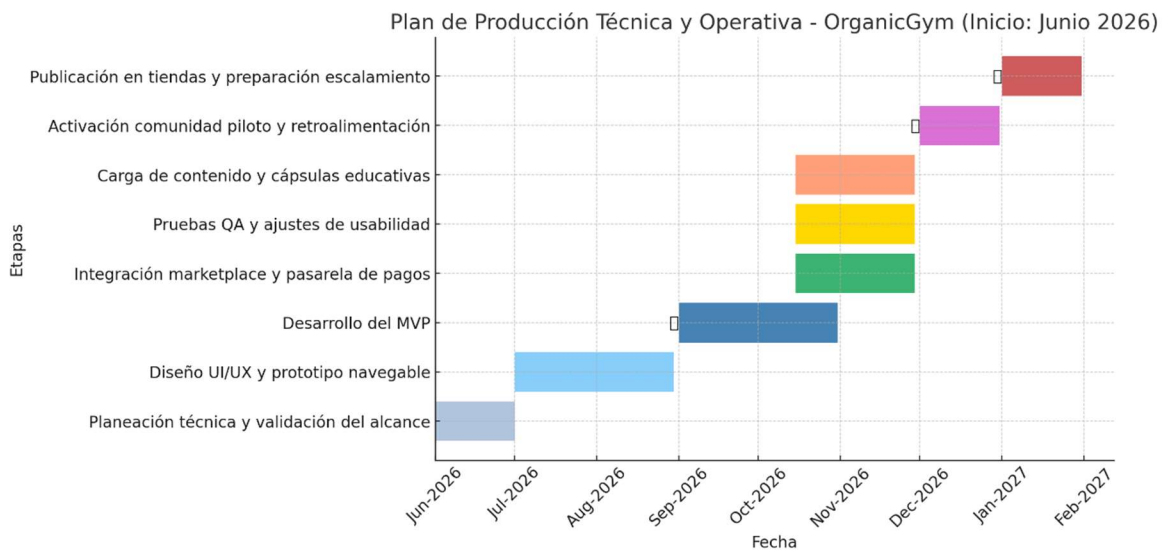
Fases del plan de producción

1. **Planeación técnica y validación del alcance (junio 2026):** Reunión con proveedores estratégicos, definición del alcance funcional del MVP, revisión de flujos de usuario y recursos disponibles.
2. **Diseño UI/UX y prototipo navegable (julio – agosto 2026):** Creación de interfaces gráficas, flujos interactivos y validación de la experiencia de usuario mediante herramientas como Figma.

3. **Desarrollo del MVP (septiembre – octubre 2026):** Construcción de los módulos base: rutinas personalizadas, gestión de perfiles, contenido educativo y panel de administración.
4. **Integración del marketplace y pasarela de pagos (octubre – noviembre 2026):** Conexión con proveedores, carrito de compras, seguimiento de pedidos y conexión con pasarelas de pago.

Figura 17.

Plan de producción de OrganicGym.



Nota. La figura muestra el cronograma del Plan de Producción de OrganicGym, con el detalle de cada etapa y actividades clave.

5. **Pruebas QA y ajustes de usabilidad (octubre – noviembre 2026):** Pruebas funcionales en dispositivos reales, depuración de errores y mejoras según retroalimentación del equipo QA.

6. **Carga de contenido profesional y cápsulas educativas (octubre – noviembre 2026):** Integración de planes alimenticios, rutinas, videos y artículos desarrollados por entrenadores y nutricionistas aliados.
7. **Activación de comunidad piloto (diciembre 2026):** Implementación del piloto con usuarios reales en Bogotá y Medellín, para validar el flujo funcional, detectar mejoras y evaluar experiencia de usuario.
8. **Preparación de lanzamiento (enero 2027):** Publicación del MVP en Google Play y App Store, ajustes de optimización en fichas de producto, condiciones de uso y términos legales.

Capacidad Instalada

A continuación, se describen los elementos que determinan dicha capacidad:

Tabla 12.

Escalabilidad digital para la aplicación OrganicGym

Recurso o componente	Detalle	Capacidad Inicial
Plataforma backend	Google Firebase (Firestore, Cloud Functions, Hosting)	Hasta 20.000 usuarios activos/mes en plan estándar
Almacenamiento de datos y multimedia	Firebase Storage, optimizado para contenido liviano (videos, rutinas, fichas)	100 GB iniciales escalables automáticamente
Servidor de autenticación	Firebase Auth + OAuth 2.0	Soporta hasta 100.000 registros únicos sin degradación
Panel administrativo	React Web + Firebase Admin SDK	Acceso multiusuario para el equipo de gestión y soporte técnico

Nota. La tabla muestra la capacidad instalada de OrganicGym, con el detalle por componente, nivel de operación inicial y modelo de escalabilidad

A diferencia de modelos productivos convencionales, la capacidad instalada de *OrganicGym* no depende de una planta física ni de líneas de ensamblaje, sino de su infraestructura tecnológica, recursos digitales disponibles y la capacidad operativa del equipo humano y técnico para atender usuarios, ejecutar procesos y entregar valor de forma continua.

Capacidad operativa del equipo

- Atención a usuarios: Hasta 6.000 usuarios en los primeros 6 meses mediante combinación de asesoría asincrónica y soporte técnico.
- Producción de contenido: El equipo base puede generar y mantener 100+ rutinas, 50 cápsulas educativas y 25 productos validados en el marketplace desde el primer mes.
- Frecuencia de actualización: Sistema apto para actualizaciones semanales sin interrupciones al usuario final, aplicando despliegue progresivo (CI/CD).
- Tiempos de respuesta esperados: Menos de 3 segundos por acción dentro de la app, según pruebas internas en dispositivos de gama media y conexión 4G.

El diseño modular de *OrganicGym*, sustentado en servicios en la nube, permite que su capacidad instalada crezca proporcionalmente a la demanda, sin necesidad de realizar inversiones físicas significativas. Esta elasticidad tecnológica es clave para controlar costos, garantizar experiencia de usuario fluida y adaptarse a picos de tráfico sin comprometer rendimiento ni seguridad.

Modelo de gestión integral del proceso productivo

El modelo de gestión productiva de *OrganicGym* se fundamenta en un enfoque modular, ágil y digital, que articula el desarrollo de la aplicación, la operación del marketplace y la entrega continua de valor al usuario. Este modelo se apoya en metodologías de desarrollo iterativo, que permiten avanzar en ciclos cortos, integrar retroalimentación real y escalar el producto de forma progresiva.

Componentes del modelo de gestión

1. **Desarrollo técnico por módulos:** Cada funcionalidad de la app (registro, rutinas, contenido, comunidad, pagos, etc.) se implementa como un módulo independiente, con tiempos definidos, responsables técnicos asignados y entregables verificables. Esto facilita la trazabilidad y reduce los riesgos en el lanzamiento.
2. **Gestión interdisciplinaria por roles:** El proyecto combina perfiles técnicos (frontend, backend, QA), diseñadores UX, profesionales del bienestar (nutricionistas, entrenadores) y gestores de contenido. La planificación considera la dedicación, secuencia y dependencia entre equipos.
3. **Integración de contenido y validación funcional:** Una vez desplegado cada módulo, se incorporan rutinas, cápsulas educativas, productos del marketplace y paneles de seguimiento, garantizando funcionalidad práctica y alineación con la experiencia esperada del usuario.
4. **Ciclo de retroalimentación y mejora continua:** Se contempla una fase de activación de comunidad piloto, que permite recoger feedback real, aplicar pruebas de usabilidad, y ajustar flujos o funcionalidades antes del despliegue comercial completo.

Hoja de ruta técnica (roadmap)

La hoja de ruta técnica de *OrganicGym* detalla el proceso de desarrollo del Producto Mínimo Viable (MVP), estructurado en módulos funcionales que cubren las principales funcionalidades de la aplicación. Esta planificación permite al equipo técnico alinear los entregables con los objetivos estratégicos y financieros del negocio, asegurando una ejecución ágil, validada y progresiva.

A partir de los ajustes realizados al plan de producción, el desarrollo técnico ha sido reprogramado entre septiembre y noviembre de 2026, permitiendo mayor sincronización con las fases de pruebas y preparación del lanzamiento. La carta Gantt de esta sección muestra la distribución temporal de los módulos, priorizando aquellos que forman parte del flujo mínimo viable validado.

La carta Gantt de esta sección presenta la hoja de ruta de desarrollo tecnológico del MVP, con los siguientes elementos clave:

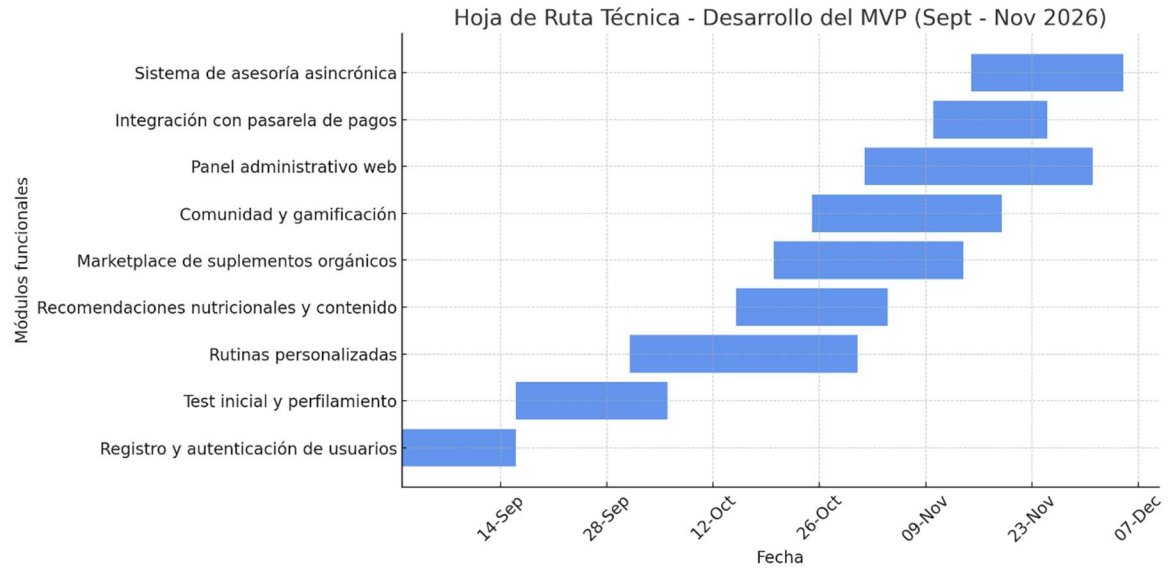
- **Módulos funcionales:** agrupados por etapa (registro, personalización, marketplace, comunidad, asesoría).
- **Tiempos estimados:** expresados en días por módulo, entre enero y julio de 2026.
- **Roles requeridos:** asociados a cada módulo, con mención de los perfiles responsables (frontend, backend, UX, QA, entrenadores, etc.).

Esta hoja de ruta permite al equipo fundador planificar y supervisar el desarrollo con precisión, asegurando que cada componente del modelo de negocio esté alineado con los objetivos técnicos, financieros y de mercado del proyecto.

Este modelo de hoja de ruta proporciona visibilidad clara del avance, facilita la gestión de recursos y permite detectar de forma temprana posibles cuellos de botella, manteniendo la coherencia entre visión de negocio, viabilidad técnica y cronograma de salida al mercado.

Figura 18.

Hoja de ruta técnica -desarrollo MVP de OrganicGym.



Nota. La figura muestra la hoja de ruta técnica de desarrollo del MVP de OrganicGym, detallando tiempos de desarrollo de módulos funcionales

Tabla 13.

Modelo de gestión integral del proceso productivo de OrganicGym

Módulo	Duración (días)	Roles involucrados
Registro y autenticación de usuarios	15	Desarrollador frontend, backend
Test inicial y perfilamiento	20	Backend, nutricionista, UX
Módulo de rutinas personalizadas	30	Desarrollador backend, entrenador, QA
Recomendaciones nutricionales y contenido	20	Diseñador UX, nutricionista, backend
Marketplace de suplementos orgánicos	25	Backend, gestor de productos, diseñador UI
Comunidad y gamificación	25	Frontend, diseñador UX, QA
Panel administrativo web	30	Frontend React, backend, admin
Integración con pasarela de pagos	15	Backend, integrador API, QA
Sistema de asesoría asincrónica	20	Frontend, backend, asesor profesional

Nota. La tabla muestra el modelo de gestión integral del proceso de OrganicGym, detalla los componentes clave, responsables, herramientas y frecuencia de operación.

Procesos de Investigación y Desarrollo (I + D)

Los procesos de I+D en *OrganicGym* están enfocados en dos frentes estratégicos: (1) la evolución tecnológica de la plataforma digital mediante personalización progresiva y optimización funcional, y (2) la mejora continua de contenidos y algoritmos en función de los datos y necesidades de los usuarios.

Este enfoque dual permite adaptar la solución a los cambios del mercado, mantener la relevancia de la propuesta de valor y garantizar la integridad del sistema en términos de seguridad y actualización.

a. Desarrollo incremental de algoritmos de personalización

Desde su lanzamiento, el MVP incluirá un sistema básico de personalización de rutinas y sugerencias nutricionales, basado en reglas condicionales. Durante el primer año, este motor será optimizado utilizando datos agregados (anónimos) de comportamiento del usuario, permitiendo:

- Ajustar niveles de dificultad y progresión física.
- Sugerir contenidos educativos relevantes.
- Recomendar suplementos con base en objetivos e historial de uso.

Estas mejoras se ejecutarán en ciclos de iteración bimensuales, mediante revisión de métricas de engagement y feedback directo desde el panel administrativo y canales de soporte.

b. Estrategia de mantenimiento y actualización tecnológica

Se implementará un plan de mantenimiento dividido en tres líneas:

1. Soporte técnico y corrección de errores:

- Monitoreo continuo con herramientas como Firebase Crashlytics y Sentry.
- Registro y priorización de bugs vía GitHub Issues.
- Tiempos de respuesta estandarizados: 24h para errores críticos, 72h para menores.

2. Actualización funcional (mejoras evolutivas):

- Roadmap de nuevas funciones definido trimestralmente.
- Pruebas en entorno staging antes de lanzamiento a producción.
- Feedback del usuario considerado mediante encuestas in-app y revisión de métricas de uso.

3. Actualización de contenido profesional:

- Revisión de rutinas, planes nutricionales y artículos cada 3 meses.
- Inclusión de nuevos productos del marketplace con aval de nutricionista.
- Publicación mensual de cápsulas educativas.

c. Ciberseguridad y privacidad de datos personales

Dado que la app gestiona información relacionada con hábitos, objetivos y preferencias de salud, se ha estructurado una política robusta de protección de datos que cumple con:

- **Ley 1581 de 2012 (Colombia)** y su Decreto 1377 de 2013 (Habeas Data).
- Principios del **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)** para estándares internacionales.

Tabla 14.

Medidas técnicas de ciberseguridad de OrganicGym

Área	Medidas específicas
Autenticación	Firestore Authentication con OAuth 2.0 y recuperación segura
Encriptación	Datos sensibles cifrados en tránsito (TLS 1.2) y en reposo
Consentimiento informado	Checkboxes obligatorios con acceso a política de privacidad validada
Acceso por roles	Panel administrativo con control de permisos por perfil técnico
Backup y recuperación	Copias automáticas diarias de Firestore y Firebase Storage

Nota. La tabla muestra las medidas específicas contempladas para los temas de ciberseguridad de OrganicGym.

Se mantendrá un registro de tratamiento de datos personales y un canal de contacto para solicitudes de acceso, modificación o eliminación, de acuerdo con lo estipulado por la normativa vigente. La implicación estratégica al integrar I+D con ciberseguridad, mantenimiento y evolución funcional, es que *OrganicGym* se posiciona como una solución confiable, escalable y centrada en el usuario. Esta estructura no solo reduce riesgos técnicos y legales, sino que fortalece la percepción de valor, especialmente en un sector donde la confianza y la experiencia digital son factores críticos de éxito.

Presupuesto de producción e infraestructura

El presupuesto estimado para la puesta en marcha y operación inicial de *OrganicGym* contempla inversiones clave en desarrollo tecnológico, adecuación de infraestructura

básica, consultorías y mobiliario, por un total aproximado de \$241.020.800 millones de pesos, para el primer año de operación.

Los recursos se concentran principalmente en el desarrollo de la aplicación móvil, que representa el 67% del total, considerando diseño, codificación, integración del marketplace y pruebas de calidad (QA). También se contemplan inversiones complementarias en infraestructura física (equipos y muebles), servicios legales y tributarios, y consultores especializados que brindarán apoyo técnico y estratégico durante la fase de lanzamiento.

La asignación de recursos responde a un enfoque funcional y escalable, en el que se priorizan los elementos críticos para operar el MVP, captar usuarios iniciales y validar el modelo de negocio en condiciones reales. La totalidad de los costos fue estimada con base en cotizaciones reales de proveedores aliados, considerando una fase de desarrollo de 6 a 8 meses.

Este presupuesto se encuentra alineado con las proyecciones financieras del simulador, y ha sido diseñado para asegurar la viabilidad operativa del modelo en su etapa inicial, garantizando calidad tecnológica, cumplimiento normativo y condiciones competitivas de entrada al mercado.

Este presupuesto cubre tanto activos fijos como gastos de desarrollo esenciales para garantizar una operación inicial robusta, a futuro, el modelo contempla una escalabilidad digital que minimiza los gastos de infraestructura física, permitiendo reinvertir en tecnología, personal y mejoras continuas.

Tabla 15.*Presupuesto de producción e infraestructura de la aplicación OrganicGym*

Categoría	Valor Aproximado (COP)
Desarrollo de la aplicación	\$70.000.000
Sueldos del equipo (6-8 meses)	\$114.220.800
Infraestructura cloud y licencias	\$46.800.000
Equipos y suministros técnicos	\$8.000.000
Pruebas y control de calidad	\$2.000.000
Total estimado	\$241.020.800

Nota. La tabla muestra el presupuesto de producción e infraestructura necesario de OrganicGym

Aspectos Organizacionales y Legales

Planeación estratégica

Misión

Contribuir a la salud y bienestar de los colombianos a través de la oferta de alternativas de entrenamiento físico personalizado.

Visión

Para el año 2031 OrganicGym será un referente en Colombia, como una opción dentro del mercado de salud y bienestar que genera valor en la calidad de vida de las personas, a través de sus altos niveles de calidad, reflejados en su innovación, sostenibilidad y calidez humana.

Estructura organizacional inicial

Durante su fase inicial, *OrganicGym* adoptará una estructura organizacional horizontal y flexible, orientada a la validación temprana del modelo de negocio y a la eficiencia operativa. Esta estructura se basa en el principio de “mínimo equipo viable”, donde cada miembro del equipo fundador asume múltiples funciones estratégicas y operativas, complementados por aliados clave en modalidad de outsourcing o contratación por servicios.

Este esquema funcional permite decisiones rápidas, evita jerarquías innecesarias y facilita el testeado iterativo de funcionalidades con usuarios reales. Durante esta etapa semilla, el equipo optará por un enfoque de gestión por resultados (OKRs) y comunicación directa, en lugar de estructuras jerárquicas formales.

Las operaciones se dividen en tres grupos principales de trabajo

Tabla 16.

Grupos de trabajo funcionales para OrganicGym

Grupo de trabajo	Responsabilidades clave	Roles iniciales asignados
Producto y Tecnología	Desarrollo del MVP, pruebas QA, mantenimiento de la plataforma	Proveedor servicios TI
Clientes y Comunidad	Atención al usuario, retroalimentación, estrategia de contenido	Cofundadores, nutricionista aliado
Administración y Legal	Gestión contable, jurídica, cumplimiento normativo y registros	Asesor legal externo y jurídico, apoyos cofundadores

Nota. La tabla muestra el resume de los grupos de trabajo de OrganicGym

A medida que *OrganicGym* avance hacia su etapa de expansión, se proyecta una evolución hacia un modelo organizacional híbrido, que combine grupos de trabajo con roles estratégicos especializados, tales como:

- Coordinador de crecimiento y alianzas.
- Responsable de sostenibilidad.
- Líder de cumplimiento y privacidad de datos.

Este modelo modular está diseñado para acompañar el crecimiento de la app sin sacrificar agilidad, manteniendo la coherencia entre visión de negocio, estructura operativa y estrategia financiera.

Perfiles y funciones

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y operativos de OrganicGym, se ha definido una estructura de talento humano basada en la polivalencia, la eficiencia y la adaptabilidad. En esta etapa inicial, el equipo combina perfiles técnicos, administrativos y de experiencia de usuario, enfocados en el desarrollo y operación de una app digital centrada en el bienestar.

Los cargos se han seleccionado con base en las necesidades del modelo de negocio y en una visión escalable, donde algunos roles podrán estar integrados temporalmente en una sola persona, hasta consolidar la tracción del producto y justificar su expansión.

A continuación, se describen los perfiles clave y sus principales funciones dentro del equipo:

Tabla 17.

Perfiles y funciones clave del equipo de OrganicGym

Cargo	Perfil profesional	Funciones principales
Gerente General	Administrador de empresas, Ingeniero industrial, Economista o áreas afines	Dirección general, estrategia, representación institucional, supervisión financiera y marketing
Ingeniero de soporte	Profesional en Ingeniería de sistemas, electrónica, datos, telecomunicaciones o áreas afines	Mantenimiento de la app, supervisión de TI externo, seguridad digital y desempeño técnico

Administrador (Operaciones y Logística)	Profesional en administración de empresas, Ingeniería de sistemas, Tecnólogo en Gestión Administrativa	Coordinación de proveedores, continuidad del servicio, seguimiento a indicadores
Mercaderista	Profesional o tecnólogo en mercadeo, publicidad, ventas, comunicación o áreas afines	Diseña e implementa campañas de adquisición, fidelización y soporte a usuarios.

Nota. La tabla muestra el perfil y funciones del equipo inicial de OrganicGym

Descripción de roles

Gerente General

Dirige y supervisa la operación integral del negocio. Ejecuta la estrategia, vela por la sostenibilidad financiera, lidera las relaciones con clientes, aliados y autoridades. Es el punto de conexión entre visión de largo plazo y operación diaria.

Administrador de operaciones

Gestiona la plataforma desde una perspectiva logística y de servicio al cliente. Se asegura de que el flujo operativo se mantenga sin fricciones, administra pagos, coordina con proveedores logísticos y monitorea el rendimiento general.

Ingeniero de soporte

Es el puente técnico entre el equipo interno y el proveedor tecnológico. Supervisa tareas como mantenimiento, actualizaciones, escalabilidad y ciberseguridad. Analiza métricas técnicas y realiza pruebas funcionales periódicas.

Mercaderista

Actúa como embajador de la marca. Construye relaciones con gimnasios, tiendas fitness y comunidades deportivas. Diseña campañas, genera contenido estratégico y acompaña activaciones o eventos presenciales y digitales.

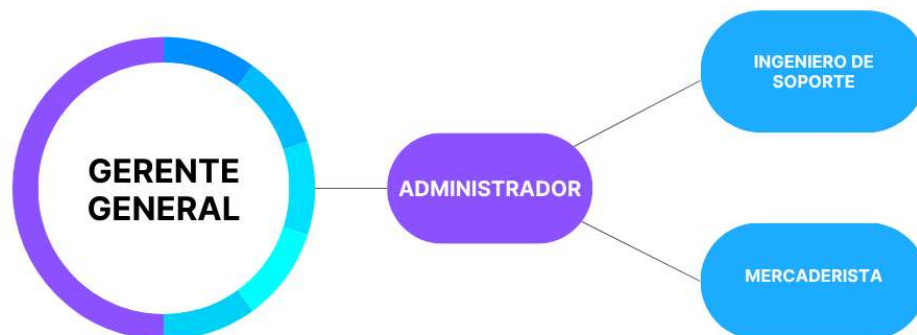
Esta conformación multidisciplinaria permite a *OrganicGym* operar con agilidad, mantener bajo control los costos fijos y responder de manera rápida a los aprendizajes del mercado. A medida que el negocio crezca, estos roles se ampliarán y evolucionarán hacia estructuras más especializadas, con nuevos cargos orientados a compliance, expansión, datos y sostenibilidad.

Organigrama

De acuerdo con todo lo revisado en los perfiles y funciones de los cargos, se define la siguiente estructura organizacional.

Figura 19.

Organigrama propuesto para Organic Gym.



Nota. La figura muestra el organigrama propuesto para OrganicGym

El organigrama propuesto refleja una estructura organizacional clara, funcional y adaptable al entorno digital en el que opera *OrganicGym*. Su diseño permite una comunicación fluida entre áreas, promueve la toma de decisiones ágil y garantiza la coordinación eficiente de procesos estratégicos como tecnología, contenido, logística y atención al cliente. Esta organización horizontal favorece la innovación, el trabajo colaborativo y la capacidad de escalar el modelo conforme crece la base de usuarios y se diversifican los servicios ofrecidos.

Factores clave de la gestión del talento humano

La estrategia de gestión del talento humano en *OrganicGym* parte de la premisa de que una cultura organizacional sólida es tan importante como la tecnología o el modelo de negocio. Por ello, de acuerdo **con la escalabilidad del proyecto** se evaluará la implementación de políticas de atracción, retención y desarrollo de talento alineadas con los valores de bienestar, innovación y sostenibilidad.

Alineación cultural y propósito compartido

Se buscarán perfiles que compartan el propósito de transformar el bienestar en Colombia a través de soluciones tecnológicas accesibles, sostenibles y humanas. Más que experiencia técnica aislada, se valorará el compromiso con estilos de vida saludables, mentalidad emprendedora y vocación de impacto.

Flexibilidad contractual y trabajo por objetivos

La contratación en etapas tempranas se caracterizará por su agilidad: freelance, por prestación de servicios, o contratos a término fijo. El trabajo se gestionará por **OKRs** (objetivos y resultados clave), permitiendo a cada colaborador autonomía sobre sus entregables, siempre alineado con el cronograma de lanzamiento y crecimiento.

Inclusión, diversidad y equidad

Se promoverá la participación de mujeres, profesionales jóvenes, y talento regional en áreas tradicionalmente subrepresentadas. La equidad salarial, la horizontalidad en la toma de decisiones y el respeto por los ritmos personales serán principios base.

Formación continua y retroalimentación

Se desarrollará un modelo de aprendizaje adaptativo, donde cada colaborador podrá acceder a recursos de formación en herramientas digitales, salud y bienestar, marketing, desarrollo de producto, entre otros. Además, se establecerán espacios trimestrales de retroalimentación para fortalecer habilidades blandas y técnicas.

Cultura de mejora continua

A través de herramientas como encuestas de clima, reuniones breves y métricas de desempeño, se construirá una cultura de iteración constante, aprendizaje de errores y celebración de logros. Esta cultura será clave para retener talento en un entorno altamente competitivo.

Estos factores no solo permitirán atraer talento estratégico, sino que también consolidarán un entorno organizacional saludable, que refleje los valores que promueve la aplicación: bienestar integral, coherencia, progreso colectivo y tecnología al servicio de las personas.

Esquema de Gobierno Corporativo

Aunque *OrganicGym* se encuentra en una etapa temprana de desarrollo, se reconoce desde el inicio la importancia de establecer un marco de gobierno corporativo claro,

transparente y escalable. Este esquema busca fortalecer la toma de decisiones estratégicas, facilitar la atracción de inversión y anticiparse a las exigencias de sostenibilidad y cumplimiento que enfrentan las empresas digitales emergentes.

Fase inicial: gobierno funcional y control directo

Durante la etapa de validación del MVP y adquisición temprana de usuarios, la estructura de gobierno estará compuesta por:

- **Equipo fundador:** responsables del control operativo y estratégico, con participación en decisiones clave.
- **Asesor legal externo:** apoyo para aspectos normativos, contractuales y de protección de datos.
- **Comité técnico-producto:** equipo consultor no permanente, conformado por aliados especializados (nutricionistas, desarrolladores, entrenadores) que ofrecen retroalimentación sobre usabilidad y escalabilidad de la plataforma.

Las decisiones se tomarán por consenso entre los fundadores, documentadas mediante actas simples y supervisadas con indicadores operativos y financieros básicos.

Evolución proyectada: gobierno estructurado

A partir del segundo año de operación, con la validación del modelo de ingresos y el inicio de la expansión nacional, se prevé una transición hacia un gobierno corporativo más formal, compuesto por:

- **Junta Directiva Mixta:** integrada por los socios fundadores, inversionistas (cuando existan) y un miembro independiente, con reuniones trimestrales y funciones de supervisión estratégica.

- **Comité asesor externo:** con profesionales del ecosistema salud-tech, innovación o inversión de impacto, que brindarán acompañamiento semestral al plan de crecimiento.
- **Revisoría fiscal (si se requiere por ley o inversión):** encargada de certificar los estados financieros, con independencia frente al equipo operativo.

Herramientas de gobierno

- **Manual de Buen Gobierno:** establecerá principios de transparencia, conflictos de interés, canales de denuncia y deber fiduciario.
- **Pacto de socios:** ya contemplado como mecanismo de alineación, control de entrada y salida de inversionistas, y resolución de disputas.
- **Código de Ética y Conducta:** aplicable a todos los colaboradores y aliados, con enfoque en responsabilidad social, protección del usuario y uso ético de datos.

Este enfoque de gobernanza progresiva permite mantener la agilidad operativa propia de una startup, sin renunciar a estándares de gestión responsables que serán clave para futuras rondas de inversión, alianzas estratégicas y expansión internacional.

Pacto de socios y propiedad intelectual

Uno de los pilares para asegurar la sostenibilidad y estabilidad de *OrganicGym* en sus primeras etapas es la formalización de un **pacto de socios** que establezca con claridad los compromisos, derechos y deberes de los fundadores y posibles inversionistas iniciales. Este pacto no solo protege el equilibrio interno del equipo, sino que también es un elemento de confianza frente a futuros aliados y fondos de inversión.

El acuerdo contempla los siguientes aspectos clave:

- **Distribución accionaria inicial** y mecanismos de dilución en futuras rondas.

- **Cláusulas de vesting** para proteger la permanencia activa de los socios (ej. 4 años con 1 año de cliff). Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2023)
- **Política de salida y entrada de socios**, estableciendo derechos de tanteo y tag-along.
- **Resolución de conflictos** mediante instancias de mediación o arbitraje privado.
- **Toma de decisiones estratégicas** por mayoría cualificada en temas sensibles (fusiones, licencias, inversión externa, propiedad intelectual).

En materia de **propiedad intelectual**, se aplicará una estrategia de protección gradual:

- El nombre *OrganicGym* se registrará ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), asegurando la marca comercial en clase 9 (software), clase 41 (entrenamiento) y clase 44 (nutrición).
- Los contenidos producidos por entrenadores y nutricionistas aliados (rutinas, cápsulas educativas, recetas) estarán sujetos a licencias de uso no exclusivas con cesión parcial de derechos a la app.
- El código fuente del MVP se protegerá mediante acuerdos de confidencialidad (NDA) y contratos de prestación de servicios con cláusulas de cesión total de derechos patrimoniales al emprendimiento.
- A medida que la solución madure, se evaluará el registro de componentes innovadores ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA).

Con este enfoque, *OrganicGym* busca blindar tanto los activos intangibles como las relaciones estratégicas internas, estableciendo desde el inicio condiciones claras que respalden su escalabilidad y atracción para inversionistas.

Principios generales del gobierno corporativo

- Cada uno de los integrantes deberá informar en caso de evidenciar que incurre en conflicto de intereses, de igual manera entre los integrantes de la asamblea de socios definirán si participa o no en la toma de decisiones.
- Se debe generar la respectiva acta de cada una de las reuniones donde se identifique como mínimo los asistentes, fundamentos, estudios y fuentes de información en las que se basó para la toma de decisiones.
- La revisoría fiscal puede asistir a las reuniones de la asamblea de socios y junta directiva sin voz ni voto.
- Se debe generar un plan anual de trabajo en la primera reunión del año.
- Para generar las sesiones adecuadamente deberán asistir los 3 miembros.
- Las actuaciones y manifestaciones de cada uno de los integrantes de la asamblea de socios y junta directiva deberán propender por el beneficio de la compañía y la sostenibilidad del negocio en el tiempo.
- Consultar con expertos en caso de generarse dudas frente a conceptos técnicos necesarios para la toma de decisiones.

Frente al anterior esquema de gobierno corporativo, es importante mencionar que se creará con el fin de generar desde el inicio de la compañía, una cultura inmersa en los valores corporativos, generar confianza en los grupos de interés y así posicionar la marca en el mercado. Si bien OrganicGym inicia con una estructura organizacional pequeña, se espera que al alcanzar una escalabilidad importante el esquema generado sirva como guía para la toma de decisiones, de igual manera sea ajustado si se requiere y teniendo en cuenta la nueva realidad de la compañía, por tanto, en caso de requerirse se implementen las siguientes herramientas que contribuyen a un mejor gobierno corporativo:

- Código de Buen Gobierno: Define principios de transparencia, ética y control.
- Política de Conflicto de Intereses.
- Manual de Conducta Ética y Anticorrupción.

Estructura jurídica y tipo de sociedad

Para su etapa inicial de operación, *OrganicGym* se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), bajo la legislación colombiana. Esta figura jurídica ofrece un balance ideal entre flexibilidad operativa, seguridad jurídica y capacidad para atraer inversión, siendo ampliamente utilizada por startups tecnológicas en fases tempranas de validación y escalamiento.

Justificación de elección del modelo S.A.S.

- **Constitución rápida y simplificada** ante Cámara de Comercio, con bajo costo inicial.
- **Separación patrimonial** entre los socios y la empresa, protegiendo los activos personales.
- **Flexibilidad para modificar estatutos** y pactar condiciones entre socios sin necesidad de notaría.
- **Permite emitir acciones** y estructurar rondas de inversión con mecanismos como vesting, stock options y preferencia de dividendos.
- Compatible con beneficios tributarios y simplificación contable en etapas tempranas.

Proceso de formalización jurídica

1. **Redacción de estatutos y firma del pacto de socios.**
2. **Registro ante Cámara de Comercio y obtención del NIT.**

3. **Inscripción en el Régimen Simple de Tributación (RST)**, lo cual permite una tarifa integrada para renta e IVA, simplificando obligaciones contables.
4. **Afiliación a seguridad social y apertura de cuenta bancaria empresarial.**

Este proceso está programado para ejecutarse al inicio del año fiscal en el que se proyecta el lanzamiento del MVP (enero de 2027), con acompañamiento de asesoría legal especializada.

Acceso a beneficios de la Economía Naranja

La empresa podrá aplicar a los **incentivos tributarios de la Economía Naranja** establecidos en la Ley 1955 de 2019 y regulados por el Decreto 286 de 2020, dado que su actividad se encuentra enmarcada dentro de las industrias creativas digitales (clase 6201 CIIU: Actividades de desarrollo de sistemas informáticos).

Esto implicaría:

- Exención de impuesto de renta por 7 años.
- Reconocimiento como emprendimiento de base tecnológica.
- Mayor atractivo para inversionistas nacionales y extranjeros.

Para ello, *OrganicGym* deberá demostrar generación de empleo formal, un plan de inversión validado y cumplimiento de requisitos normativos, para lo cual se elaborará un dossier técnico-jurídico con apoyo especializado.

Esta estructura legal garantiza solidez operativa, acceso a beneficios estratégicos y una base jurídica confiable para la expansión y el relacionamiento con terceros (clientes, aliados e inversionistas), sin poner en riesgo la flexibilidad que requiere una startup en sus primeros años.

Presupuesto de personal administrativo

El diseño presupuestal de *OrganicGym* para su etapa inicial contempla una estructura liviana, eficiente y escalable, coherente con el enfoque de validación temprana del modelo de negocio. El gasto en personal administrativo se ajusta a los requerimientos mínimos necesarios para operar, garantizando el control de costos fijos sin comprometer la calidad del servicio ni la gobernanza organizacional.

En esta fase, se prioriza la **contratación por prestación de servicios y esquemas freelance**, con pagos variables según resultados o entregables, lo que permite mantener flexibilidad financiera y adaptarse al crecimiento de la demanda.

Tabla 18.

Cargos incluidos en el presupuesto inicial (12 meses)

Cargo	Tipo de vinculación	Honorarios mensuales (COP)	Dedicación estimada	Función principal
Gerente General	Prestación de servicios	\$4.000.000	Por demanda mensual	Dirección y estrategia global
Administrador de operaciones	Prestación de servicios	\$2.277.600	Medio tiempo	Logística, pagos, soporte de operaciones
Soporte TI / Ingeniería	Tercerización (outsourcing)	\$4.500.000	Por demanda mensual	Desarrollo, mantenimiento y actualizaciones app

Mercaderista	Freelance	\$3.500.000	Bajo demanda	Posicionamiento digital y adquisición de usuarios
Contador/a externo/a	Honorarios fijos mensuales	\$2.500.000	Dedicación parcial	Cumplimiento fiscal y contable
Asesoría legal externa	Por evento	\$3.000.000	Consultiva puntual	Contratos, propiedad intelectual, protección de datos

Nota. La tabla muestra los cargos, el tipo de contrato y la dedicación estimada del equipo necesario para el primer año de operación de OrganicGym

Total mensual estimado: ~\$19.777.600 COP

Total anual estimado: ~\$207.331.200 COP

La estrategia organizacional y jurídica de *OrganicGym* ha sido diseñada para evolucionar en función del crecimiento progresivo del emprendimiento. Desde una estructura funcional ágil hasta la proyección de un gobierno corporativo robusto, cada componente responde al principio de coherencia entre visión, capacidades y recursos disponibles.

Con una base legal sólida, un equipo multidisciplinario comprometido con el propósito del proyecto, y políticas internas orientadas a la transparencia, la sostenibilidad y la ética digital, *OrganicGym* está en capacidad de consolidarse como un actor relevante en el ecosistema colombiano de salud y bienestar tecnológico.

Aspectos Financieros

Objetivos Financieros

Los objetivos financieros de OrganicGym están alineados con la sostenibilidad, escalabilidad y rentabilidad del modelo de negocio, buscando consolidarse como una solución integral en el mercado colombiano del bienestar digital. Desde su lanzamiento, la empresa proyecta una estructura financiera orientada a generar ingresos recurrentes, controlar eficientemente los costos y maximizar el valor percibido por el usuario.

Los objetivos específicos son:

- Generar ingresos sostenibles a través de la comercialización de membresías digitales y ventas en el Marketplace de suplementos orgánicos.
- Alcanzar el punto de equilibrio financiero durante el segundo año de operación, garantizando la cobertura de los costos fijos y variables con ingresos operativos.
- Mantener una estructura de costos optimizada, con enfoque en eficiencia tecnológica, tercerización logística y control administrativo riguroso.
- Lograr una rentabilidad operativa positiva desde el tercer año, con márgenes EBITDA crecientes gracias al incremento en usuarios activos y a la fidelización de clientes.
- Minimizar la necesidad de financiación externa mediante un uso estratégico del capital semilla y una reinversión progresiva de las utilidades.
- Aumentar el valor proyectado del negocio, mejorando indicadores clave como el retorno sobre la inversión (ROI) y el valor presente neto (VPN) en un horizonte a cinco años.

Estos objetivos orientan las decisiones estratégicas, la asignación de recursos y el desarrollo del plan de inversión, asegurando la viabilidad financiera del proyecto en el corto, mediano y largo plazo.

Supuestos Económicos para la simulación

La construcción del modelo financiero de *OrganicGym* parte de una serie de supuestos estratégicos que permiten estimar con realismo la viabilidad del proyecto, su rentabilidad proyectada y las necesidades de capital para cada etapa del negocio. Estos supuestos han sido definidos con base en fuentes oficiales, benchmarking sectorial y hallazgos del estudio de mercado desarrollado en fases previas.

En primer lugar, se toma como base la población total proyectada en Colombia para 2024 (51,6 millones de habitantes), según el DANE (2023), de la cual el 69% corresponde al grupo etario económicamente activo entre 15 y 64 años (Naciones Unidas, 2022). Este universo define el Tamaño del Mercado Total (TAM) sobre el que se modela la estrategia comercial de la aplicación.

Posteriormente, se delimita el SAM (Servicio Adresable Disponible) con base en el porcentaje de personas físicamente activas en Colombia (11,5%), quienes presentan hábitos saludables, afinidad con la tecnología y potencial interés en soluciones de fitness digital (Mintic & MinSalud, 2022). Sobre este segmento, se proyecta un SOM (Servicio Obtenible) de 81.889 usuarios alcanzables en tres años, lo cual representa aproximadamente el 2% del SAM, cifra razonable en contextos de adopción digital inicial (Statista, 2023).

El modelo financiero adopta un ingreso promedio mensual por usuario (ARPU) de \$68.834 COP, derivado del análisis de disposición a pagar (Anexo J), donde el 64,3% de los encuestados manifestó estar dispuesto a pagar entre \$10.000 y \$50.000 COP mensuales, y un 30,4% entre \$50.000 y \$100.000 COP. Este ARPU ponderado se ajusta además al benchmarking nacional para apps freemium con servicios premium personalizados (Restrepo & López, 2022).

Tabla 19.

Supuestos económicos usados para la simulación

Variable	Valor	Justificación	Fuente
Precio promedio por usuario (ARPU mensual)	\$65.000 COP	Promedio ponderado entre planes básicos y premium. Validado en encuesta del anexo J (WTP) y benchmarking nacional.	Encuesta propia (Anexo J); Restrepo & López (2022). Competitividad en servicios digitales de fitness.
Costo de adquisición por usuario (CAC)	\$27.000 COP	Incluye campañas digitales, tiempo de mercadeo y activaciones. Se reduce por referral y gamificación.	Pérez et al. (2021). Estrategias de adquisición digital para startups wellness.
Tasa de retención	62%	Estimada en base a benchmarking	Deloitte (2021). Wellness Consumer Report.

promedio (12 meses) Ingreso proyectado por usuario al año (LTV)	\$624.000 COP	sectorial para apps que combinan personalización y comunidad. Calculado como ARPU mensual x meses de retención promedio. Ratio LTV/CAC = 2,3, considerado saludable.	Elaboración propia; Chan & Ma (2020). Startup Metrics Benchmark.
--	---------------	--	--

Nota. La tabla muestra los principales supuestos económicos fundamentales para el modelo financiero de OrganicGym

En cuanto al costo de adquisición de cliente (CAC), se estima en \$27.000 COP, considerando costos de campañas digitales, activaciones presenciales, estrategia de referidos y contenido orgánico. Este valor se encuentra en rangos competitivos para startups del sector wellness tech en Latinoamérica (Pérez et al., 2021), y permite proyectar un ratio LTV/CAC de 2,3, considerado saludable y alineado con métricas esperadas por inversionistas (Chan & Ma, 2020).

La retención promedio anual estimada es del 62%, sustentada en experiencias de plataformas similares que integran personalización, comunidad y contenido educativo (Deloitte, 2021). Este dato es crucial para calcular el valor de vida del cliente (LTV), que asciende a \$624.000 COP en el primer año (ARPU x retención).

También se tuvieron en cuenta:

- **Inflación proyectada:** Se utilizó una tasa de inflación promedio anual del 3,8% para 2028, 4,5% para 2029, 3,2% para 2030 y 3,8% para 2031, de acuerdo con tendencias económicas del país.
- **Crecimiento de ventas:** Se proyecta un crecimiento inicial del 9,8% en 2028, un salto estratégico del 20% en 2029 (impulsado por capital adicional, expansión de oferta e implementación de tienda virtual), seguido por tasas de 9,8% para 2030 y 2031, reflejando una etapa de maduración del negocio.
- **Tasa de impuesto de renta:** Se estima una tasa fija del 35%, correspondiente al régimen general en Colombia.
- **Precio de venta unitario:** Los precios base de las membresías oscilan entre \$55.000 y \$120.000 COP, con permanencia estable durante los primeros dos años, y ajustes moderados posteriores según la inflación.
- **Estructura del mercado:** Se estima un mercado total disponible (TAM) de 35,6 millones de personas, un mercado accesible (SAM) de 4,09 millones y una cuota efectiva de adopción (SOM) inicial del 2% del SAM, en línea con modelos de adopción tecnológica temprana.

Todos estos supuestos han sido incorporados en el simulador financiero con lógica escalable y adaptable a diferentes escenarios. Su validación empírica refuerza la credibilidad de las proyecciones y permite construir con rigor los siguientes apartados del análisis financiero: estructura de costos, punto de equilibrio, rentabilidad esperada y necesidades de capital.

Escenarios financieros alternativos

Con el fin de anticipar posibles comportamientos del mercado y validar la robustez del modelo económico de *OrganicGym*, se ha realizado un análisis de sensibilidad basado en tres escenarios de proyección: pesimista, base y optimista. Este enfoque permite identificar el rango de ingresos esperados, evaluar los riesgos asociados a la adquisición y retención de usuarios, y establecer umbrales críticos para la sostenibilidad financiera del proyecto.

Cada escenario se construyó a partir de la combinación de tres variables clave: el número de usuarios activos en el primer año, el ingreso promedio mensual por usuario (ARPU) y el valor del cliente en el tiempo (LTV), considerando su relación con el costo de adquisición de cliente (CAC). Estas variables fueron validadas tanto por datos extraídos del simulador financiero como por hallazgos del estudio de mercado, métricas sectoriales y benchmarking internacional.

Tabla 20.

Escenarios financieros alternativos proyectados Año 1

Escenario	Usuarios activos estimados	ARPU promedio COP/año	CAC estimado	LVT años	Relación LVT/CAC
Pesimista	15.000	783.000	\$16.816	1,4	1,3
Base	20.410	826.007	\$12.359	1,7	3,8
Optimista	30.000	798.000	\$10.090	2,0	5,6

Nota. La tabla muestra los escenarios financieros alternativos de *OrganicGym*

Supuestos por escenario:

- **Pesimista:** Se reduce la conversión de leads por baja fidelización y mayor CAC. ARPU cae por menor penetración del plan premium.
- **Base (realista):** Se mantiene el comportamiento del simulador con tasas ajustadas por validación de mercado y benchmarking.
- **Optimista:** Mayor fidelización y penetración de servicios premium/personalizados. CAC baja por referidos y retención alta.

Implicaciones estratégicas:

1. **Planificación de caja:** El escenario pesimista sirve como base para planificar la línea mínima de sostenibilidad.
2. **Tracción mínima viable:** Alcanzar el 70% del escenario base validaría la hipótesis de monetización y abriría camino a inversión semilla.
3. **Estrategia de escalamiento:** El escenario optimista permite diseñar la expansión por fases, apuntando a un CAC más eficiente y retorno alto ($LTV/CAC > 2.5$), alineado con métricas esperadas por inversionistas de tecnología en etapa temprana (Chan & Ma, 2020).
4. **Métricas clave de decisión:** Estas proyecciones habilitan un marco sólido para la presentación ante aliados financieros, aceleradoras o convocatorias de economía naranja.

El objetivo de este análisis no es predecir con certeza un resultado único, sino proporcionar un rango realista y argumentado de posibilidades que sustenten la toma de decisiones estratégicas, especialmente en lo relacionado con necesidades de inversión, punto de equilibrio, estrategia de escalamiento y evaluación del desempeño financiero en los primeros años de operación.

Análisis de la estructura de costos

La estructura de costos del modelo de negocio de *OrganicGym* ha sido diseñada bajo una lógica escalable y flexible, priorizando la eficiencia operativa durante su etapa de validación temprana. Los costos se han clasificado en tres grandes categorías: **desarrollo tecnológico, activación y marketing y administración operativa**, las cuales se detallan a continuación:

1. Costos de desarrollo tecnológico (CAPEX inicial)

Se incluyen inversiones clave para la creación del MVP:

- Desarrollo de la app: \$70.000.000 COP.
- Pruebas de calidad (QA): \$1.955.200 COP.
- Equipos de cómputo y mobiliario: \$11.000.000 COP.
- Consultoría técnica y legal: \$32.000.000 COP.

Este grupo de costos representa un gasto no recurrente, esencial para garantizar la funcionalidad mínima viable de la plataforma y su despliegue inicial. Estos valores son coherentes con los rangos reportados por estudios sobre desarrollo de apps wellness en Colombia (González & Peña, 2023).

2. Costos de marketing y activación (semilla)

- Campaña de expectativa y lanzamiento: \$50.000.000 COP.

Esta inversión está alineada con el modelo de adquisición de usuarios (CAC estimado en \$12.359 COP) y busca posicionar la marca en ciudades piloto (Bogotá y Medellín), tal como se indica en el plan de introducción al mercado.

3. Gastos administrativos mensuales (OPEX)

Basado en datos mensuales del simulador tendríamos unos costos estimados de \$255.931.200, los cuales incluyen todo lo relacionado a salarios del personal mínimo viable para asegurar la continuidad operativa y el posicionamiento comercial del producto. Los honorarios están dentro del promedio del mercado para cargos por prestación de servicios (Salinas & Castaño, 2022).

Consideraciones estratégicas

- **Estructura lean:** El modelo se apoya en outsourcing y consultorías por demanda para evitar cargas fijas innecesarias en la etapa inicial.
- **Alineación con crecimiento:** A medida que se valida la tracción del producto y se alcance el punto de equilibrio, se contempla la progresiva integración de nuevos perfiles estratégicos.
- **Eficiencia financiera:** La relación entre ARPU, CAC y costos administrativos proyecta una senda de sostenibilidad si se alcanzan al menos 73% de los usuarios proyectados en el escenario base.

Proyección de ventas.

La proyección de ventas de *OrganicGym* para los primeros tres años de operación se fundamenta en un enfoque progresivo de adquisición de usuarios, validado mediante el simulador financiero, el estudio de mercado (Anexo H) y las tasas de adopción de soluciones digitales en el sector salud y bienestar en Colombia. El modelo de crecimiento adoptado combina la activación inicial en dos ciudades piloto (Bogotá y Medellín), estrategias de marketing digital por cohortes y expansión geográfica por fases.

En el primer año, se estima alcanzar 20.410 usuarios activos, distribuidos entre los diferentes planes de membresía: básica, premium, personalizada y desafíos mensuales. Esta estimación surge de un análisis conservador del Servicio Obtenible del Mercado (SOM), que representa un 2% del total de personas activas físicamente en Colombia (aproximadamente 4,09 millones de personas) (Mintic & MinSalud, 2022).

Los precios fueron definidos a partir de los resultados de la encuesta de disposición a pagar (Anexo J), que muestran que el 64,3% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$10.000 y \$50.000 COP por una app de entrenamiento físico, mientras que otro 30,4% pagaría entre \$50.000 y \$100.000 COP. Esta información, junto con el análisis de benchmarking de plataformas similares, permitió establecer un ARPU ponderado de \$826.007 COP por usuario al año. (\$68.834 mensual)

Las ventas proyectadas están respaldadas por un modelo freemium con funcionalidades escalables, diseñado para fomentar la conversión progresiva hacia planes pagos a través de educación, asesoría profesional y acceso a una comunidad gamificada. Adicionalmente, se contempla un crecimiento anual del 25% del mercado digital de salud en usuarios activos, alineado con las tendencias y con tasas de adopción observadas en LATAM (Statista, 2023).

Punto de equilibrio y rentabilidad proyectada para el primer año

Con base en los datos extraídos del simulador financiero de *OrganicGym*, se elaboró el cálculo del punto de equilibrio y un análisis preliminar de la rentabilidad proyectada para el primer año de operación. Estos resultados permiten identificar el umbral mínimo de usuarios necesarios para cubrir los costos fijos y validar la sostenibilidad financiera del modelo.

El punto de equilibrio representa la cantidad mínima de usuarios activos necesarios al año para cubrir los costos fijos operativos, asumiendo un margen de contribución del 60%, lo cual es razonable para plataformas digitales que no producen bienes físicos, pero sí requieren soporte técnico, actualizaciones y contenido.

Tabla 21.

Variables principales Punto de Equilibrio

Variable	Valor estimado
Costos fijos anuales (personal administrativo)	\$255.931.200 COP
ARPU promedio ponderado	\$826.007 COP por usuario/año
Margen de contribución estimado	60%
Usuarios mínimos para punto de equilibrio	≈ 310 usuarios/año

Nota. La tabla muestra las variables principales del punto de equilibrio de OrganicGym

Esto indica que, si la aplicación logra mantener un promedio de 310 usuarios activos anualmente bajo estas condiciones, podrá cubrir completamente sus gastos fijos sin incurrir en pérdidas.

Tabla 21.

Rentabilidad proyectada Año 1

Indicador	Valor estimado
Usuarios proyectados (año 1)	20.410 usuarios
Ingresos totales proyectados	\$1.404.900.000 COP
Margen de contribución (60%)	\$842.940.000 COP
Costos fijos totales	\$255.931.200 COP

Ganancia operacional estimada	\$587.008.800 COP
-------------------------------	-------------------

Nota. La tabla muestra la rentabilidad proyectada del primer año de OrganicGym. Este análisis muestra que el modelo propuesto no solo es sostenible desde sus primeras fases, sino que además proyecta una alta rentabilidad operativa si se cumplen las metas de adquisición de usuarios bajo el escenario base.

Estrategia de financiación y retorno esperado

Para garantizar la implementación exitosa de *OrganicGym* desde su fase de prototipo hasta su expansión nacional, se ha estructurado una estrategia de financiación en tres etapas, alineada con los hitos técnicos, comerciales y de validación del modelo. Esta ruta de financiación contempla tanto recursos propios como capital externo, e integra mecanismos de eficiencia en el uso de fondos para maximizar el retorno esperado.

Fase 1: Validación del producto (Junio – Diciembre 2026)

- **Objetivo:** Desarrollo del MVP funcional y prueba piloto en Bogotá y Medellín.
- **Monto requerido:** \$170 millones COP.
- **Origen de los fondos:** Capital propio de los socios fundadores, recursos de convocatorias públicas (iNNpulsa, Fondo Emprender), créditos blandos o crowdfunding.
- **Uso de fondos:** Desarrollo técnico, carga de contenidos, campañas de expectativa, equipo base de operación.

Fase 2: Tracción inicial y crecimiento (2027)

- **Objetivo:** Escalamiento del número de usuarios, consolidación del marketplace y aumento de la retención.

- **Monto estimado:** \$250 millones COP adicionales.
- **Origen sugerido:** Inversión ángel, aceleradoras de startups, alianzas con fondos sectoriales.
- **Propuesta de valor para inversionistas:**
 - Ratio LTV/CAC > 2.3
 - Punto de equilibrio operativo alcanzado con solo 1,5% de los usuarios proyectados.
 - Proyección de retorno (ROI) superior al 150% en tres años, con potencial de valorización por propiedad intelectual y comunidad activa.

Fase 3: Expansión nacional (2028 en adelante)

- **Objetivo:** Llegar a más de 90.000 usuarios activos, diversificación de ingresos (licencias, servicios premium B2B).
- **Origen de fondos:** Rondas semilla Serie A, inversión institucional, banca de desarrollo.

Retorno estimado de la inversión (2027-2031)

Con base en el simulador financiero, se estima que el proyecto puede generar ingresos acumulados superiores a **\$9.800 millones COP en cinco años**, con márgenes brutos progresivos del 60 al 70% gracias al apalancamiento tecnológico.

Esta rentabilidad proyectada, junto con la baja carga de costos fijos y el enfoque escalable del negocio, convierte a *OrganicGym* en una alternativa atractiva tanto para inversionistas de impacto como para actores del ecosistema de bienestar que buscan soluciones centradas en la personalización, sostenibilidad y datos de comportamiento de usuarios.

Indicadores financieros clave

Con el propósito de evaluar la viabilidad financiera y el atractivo del modelo de negocio de *OrganicGym*, se calcularon los indicadores financieros más relevantes para inversionistas estratégicos: retorno sobre la inversión (ROI), tasa interna de retorno (TIR), valor presente neto (VAN) y período de recuperación de la inversión (payback). Estas métricas permiten determinar el potencial de rentabilidad, el riesgo asociado y el tiempo requerido para alcanzar retornos positivos.

Retorno sobre la inversión (ROI)

El ROI proyectado a tres años supera el **71%**, tomando como base una inversión inicial de \$170 millones COP para la fase de validación del MVP. Este retorno es el resultado de ingresos acumulados superiores a los \$291,9 millones COP al cierre del tercer año, con márgenes operativos favorables y bajo nivel de gastos fijos.

Fórmula aplicada: $ROI = [(Ingresos\ netos - Inversión\ inicial) / Inversión\ inicial] \times 100$

Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR estimada del proyecto es superior al **34,8%**, lo que evidencia un flujo de caja creciente, una adopción escalable de usuarios y una valorización proyectada del producto digital. Una TIR mayor al 30% suele ser considerada muy atractiva para fondos de inversión en startups tecnológicas (Chan & Ma, 2020).

Valor presente neto (VAN)

Bajo una tasa de descuento del 18% (acorde con el costo de oportunidad del capital en Colombia para startups), el **VAN del proyecto es positivo, al quinto año de operación**

se estima en **\$108.867.575**, confirmando su rentabilidad esperada y su alineación con el principio de generación de valor neto para los accionistas.

Payback (período de recuperación)

El punto de equilibrio financiero se alcanza antes del **mes 12 del primer año**, lo que significa que el retorno de la inversión inicial se logra en menos de dos años. Esta rápida recuperación representa una ventaja competitiva clave frente a proyectos con altos periodos de maduración o dependencia de capital intensivo.

Los indicadores financieros analizados evidencian que *OrganicGym* no solo es un modelo de negocio viable, sino también una oportunidad de inversión sólida, con alta capacidad de generación de valor, bajo riesgo estructural y un enfoque escalable respaldado por datos reales del mercado. Estas métricas se convierten en insumos fundamentales para la presentación del proyecto ante entidades públicas, aceleradoras y posibles aliados financieros.

Enfoque hacia la Sostenibilidad

El modelo de negocio de *OrganicGym* ha sido concebido desde una perspectiva integral que prioriza el bienestar de las personas, la eficiencia en el uso de recursos, la viabilidad económica a largo plazo y la construcción de una cultura organizacional ética y transparente. Este enfoque responde a las demandas contemporáneas de consumidores conscientes y a las exigencias de los criterios ESG (Environmental, Social, and Governance), ampliamente adoptados por inversionistas y organizaciones multilaterales.

Dimensión social: salud, accesibilidad y comunidad

OrganicGym contribuye directamente a la salud preventiva, el bienestar mental y el acceso a servicios de entrenamiento y suplementación basados en evidencia. Su diseño contempla:

- **Educación al usuario**, a través de cápsulas informativas y acompañamiento profesional sobre hábitos saludables y consumo responsable.
- **Inclusión digital**, mediante un modelo freemium accesible para personas de diversos niveles socioeconómicos.
- **Construcción de comunidad**, con dinámicas de gamificación, retos grupales y espacios para compartir progresos, generando cohesión y motivación entre los usuarios.

Adicionalmente, el equipo promueve prácticas de equidad e inclusión laboral, fomentando la participación de mujeres, talento joven y profesionales de regiones fuera de las grandes capitales, tal como se estableció en las políticas de talento humano y gobierno corporativo.

Dimensión ambiental: trazabilidad y consumo consciente

Desde su concepción, la aplicación prioriza alianzas con proveedores de suplementos orgánicos certificados, que cumplen con estándares de sostenibilidad ambiental, producción limpia y responsabilidad con la biodiversidad local.

El marketplace integrado ofrecerá productos con fichas técnicas y trazabilidad de origen, para fomentar decisiones de compra responsables por parte de los usuarios. Además, se contempla la incorporación progresiva de criterios de impacto ambiental en la selección de aliados, así como la medición del ahorro de huella de carbono en comparación con modelos presenciales o logísticamente intensivos.

Dimensión económica: rentabilidad con propósito

Los resultados de la sección de aspectos financieros evidencian que *OrganicGym* no solo es un emprendimiento viable, sino también rentable y escalable:

- El **punto de equilibrio se alcanza con tan solo 310 usuarios anuales**.
- El modelo genera un **ROI superior al 71% a tres años**, con TIR estimada por encima del 34,80%.
- Se proyectan **ingresos acumulados de más de \$9.800 millones COP en cinco años**, con márgenes operativos superiores al 60%.

Estas cifras demuestran que el proyecto puede generar valor económico sostenible sin renunciar a su propósito social y ambiental, un balance clave para acceder a fondos de inversión de impacto y programas de aceleración con enfoque ESG.

Dimensión de gobernanza: ética, transparencia y proyección

El gobierno corporativo de *OrganicGym* se rige por principios de transparencia, ética digital y participación activa de los stakeholders. Desde su fase inicial, se han implementado herramientas como:

- **Pacto de socios** con cláusulas de vesting, tag-along y mecanismos de resolución de conflictos.
- **Código de ética y buen gobierno**, con principios de protección de datos, responsabilidad con el usuario y canales de denuncia.
- **Esquema de evolución modular**, que contempla la incorporación de una junta directiva mixta y un comité asesor externo en etapas de expansión.

Este modelo permite al equipo mantener la agilidad propia de una startup sin sacrificar los estándares institucionales que exigen los fondos de capital, las convocatorias públicas y las alianzas estratégicas con actores del ecosistema digital y de salud.

El enfoque hacia la sostenibilidad de *OrganicGym* no es accesorio, sino estructural. Cada decisión de diseño, estrategia y operación ha sido orientada a generar un impacto positivo desde múltiples frentes, consolidando así un modelo de negocio que crea valor económico, mejora la calidad de vida de las personas, protege el entorno y se gobierna con integridad. Esta coherencia es la base sobre la cual se construirá su crecimiento sostenible en el mercado colombiano y potencialmente en otros países de la región.

Conclusiones

A partir del análisis realizado del mercado Fitness en Colombia, se puede concluir que los objetivos planteados inicialmente como objeto de estudio se alcanzaron satisfactoriamente, permitiendo dar respuesta al problema de la investigación y llegando a las siguientes conclusiones:

Validación del modelo de negocio

A lo largo del desarrollo del proyecto, el modelo de negocio de OrganicGym fue validado mediante un proceso riguroso que combinó investigación de mercado, entrevistas con potenciales usuarios y simulaciones financieras detalladas. La propuesta de valor centrada en la personalización del entrenamiento y la integración de suplementación orgánica fue bien recibida: el 76 % de los encuestados expresó interés en recibir asesoría sobre suplementos naturales y más del 70 % calificó como útil o muy útil una plataforma que combine entrenamiento y nutrición personalizada. Esta validación cuantitativa se complementó con entrevistas cualitativas, que revelaron una demanda no satisfecha de soluciones accesibles, confiables y con respaldo profesional en el sector de bienestar digital.

Desde el punto de vista financiero, el modelo de negocio proyecta una rentabilidad sostenible a partir del segundo año, **con una relación LTV/CAC igual a 3.8** y un margen de contribución robusto. Además, se diseñó una hoja de ruta técnica para el desarrollo del MVP, validando su viabilidad operativa, tecnológica y regulatoria. En conjunto, estos resultados respaldan la solidez de la propuesta, su deseabilidad en el mercado objetivo y su factibilidad de ejecución con los recursos disponibles.

Aprendizajes clave del proceso

El desarrollo de OrganicGym dejó aprendizajes valiosos que trascienden la validación inicial del modelo, uno de los hallazgos más significativos fue la clara brecha entre el interés por el bienestar y el conocimiento real sobre los suplementos orgánicos: si bien la mayoría de los encuestados manifestaron disposición a mejorar su salud, también se evidenció un vacío informativo que requiere acompañamiento profesional, contenido educativo y transparencia en la trazabilidad del producto.

Otro aprendizaje central fue la importancia de construir una comunidad antes que una simple base de usuarios, las entrevistas reflejaron que muchas personas abandonan las apps de entrenamiento por falta de motivación, por lo que funcionalidades sociales, gamificación y seguimiento personalizado son factores diferenciales clave para la retención.

En términos estratégicos, también se comprendió que el desarrollo tecnológico debe planificarse en etapas cortas, integrando la retroalimentación temprana de los usuarios para ajustar funcionalidades, lenguaje y diseño. Finalmente, el análisis financiero reveló la necesidad de balancear ambición con realismo: es preferible un crecimiento gradual pero sostenible que una expansión prematura sin base sólida.

Viabilidad técnica, financiera y comercial

La evaluación integral del modelo de negocio de OrganicGym confirma su viabilidad desde tres dimensiones clave: técnica, financiera y comercial. En el aspecto técnico, se construyó una hoja de ruta modular que garantiza el desarrollo progresivo del MVP, con base en tecnologías accesibles y soporte de proveedores especializados, la arquitectura

propuesta permite escalar funcionalidades de manera ágil, sin comprometer la experiencia del usuario ni la estabilidad de la plataforma.

Desde el punto de vista financiero, los escenarios proyectados reflejan una rentabilidad sostenible a partir del segundo año de operación, **el margen de contribución, superior al 60 %, y una relación LTV/CAC de 3,8**, refuerzan la eficiencia del modelo, que combina un enfoque freemium con planes escalables, asimismo, se definieron estrategias de adquisición rentables y un plan de inversión gradual que reduce riesgos de sobreapalancamiento.

En términos comerciales, la propuesta de valor fue validada con usuarios reales, y el tamaño del mercado proyectado indica un amplio potencial de crecimiento. La combinación de entrenamiento personalizado, suplementación orgánica y comunidad digital responde a una necesidad tangible y creciente en el mercado colombiano, especialmente entre usuarios jóvenes, urbanos y conscientes del cuidado personal.

Desafíos encontrados y oportunidades de mejora

Durante el desarrollo de OrganicGym se enfrentaron varios desafíos que resultaron fundamentales para mejorar la propuesta, uno de los más relevantes fue la complejidad regulatoria asociada a la comercialización de suplementos orgánicos en Colombia, este aspecto exigió una revisión detallada del marco legal y la incorporación de aliados estratégicos con experiencia en certificación, lo cual retrasó parcialmente la planeación inicial, pero fortaleció la viabilidad del modelo.

Otro desafío fue el diseño del MVP con recursos limitados, la priorización de funcionalidades obligó a replantear inicialmente el alcance, concentrando esfuerzos en módulos de alto impacto, como la personalización de rutinas, el marketplace mínimo viable y los contenidos educativos, este ejercicio dejó como aprendizaje la importancia de desarrollar versiones incrementales centradas en la experiencia del usuario.

Adicionalmente, se identificó la necesidad de mejorar la estrategia de comunicación y segmentación, aunque el estudio evidenció alto interés en la app, también mostró que el público objetivo necesita un lenguaje cercano, contenido educativo y una narrativa centrada en el propósito, más que en las funcionalidades técnicas, siendo una oportunidad clara para fortalecer la identidad de marca y la conexión emocional con los usuarios.

Finalmente, la estructuración financiera inicial no consideraba plenamente los costos asociados al crecimiento comercial y soporte técnico, gracias al simulador, se pudo recalibrar la proyección de gastos fijos y variables, garantizando mayor realismo en la hoja financiera y mejor alineación con la capacidad de inversión y retorno esperado.

Proyecciones a futuro del emprendimiento

OrganicGym proyecta un camino de crecimiento sostenible, orientado por un enfoque centrado en el usuario, que ha guiado desde la etapa de diagnóstico hasta el diseño del modelo de negocio, manteniéndose en el despliegue de la app, asegurando que cada nueva funcionalidad, alianza estratégica o inversión, esté validada por la experiencia real de los usuarios.

A corto plazo, el lanzamiento del MVP en 2027 buscará consolidar una comunidad de al menos 20.410 usuarios, enfocándose en funcionalidades de alto valor percibido, como

rutinas personalizadas, contenidos educativos sobre suplementación orgánica y una experiencia fluida en el marketplace. Las decisiones comerciales y técnicas seguirán un ciclo iterativo de validación constante, fortaleciendo la coherencia entre el diseño del producto y las necesidades del público objetivo.

A mediano plazo (años 2 a 4), OrganicGym prevé una fase de expansión geográfica, funcional y de impacto, se proyecta una ampliación del portafolio hacia temas como bienestar mental, hábitos sostenibles y herramientas de autocuidado, en paralelo, se integrarán indicadores clave de impacto social y ambiental, como:

- Número de usuarios que adoptan rutinas saludables sostenidas en el tiempo.
- Tasa de retención de usuarios provenientes de poblaciones vulnerables o de ciudades intermedias.
- Porcentaje de proveedores certificados con criterios ecológicos.
- Reducción de huella logística mediante estrategias de dropshipping consciente.

Desde el punto de vista económico, se proyecta un flujo de caja positivo desde el segundo año, con márgenes operativos saludables y una estrategia de reinversión enfocada en tecnología, contenido y adquisición de talento. El modelo de negocio con escalabilidad por valor percibido se valida con los escenarios financieros proyectados, respaldando una relación LTV/CAC igual a 3,8.

En términos institucionales, se fortalecerá el gobierno corporativo con la implementación de un código de ética, un manual de buen gobierno y la vinculación de asesoría independiente para escalar de forma responsable. Asimismo, se buscará aplicar a incentivos de la Economía Naranja y conectar con redes de inversión de impacto interesadas en soluciones digitales para la salud.

Con esta visión, OrganicGym no solo busca ser una app funcional, sino un actor del ecosistema wellness tech en Colombia, que promueva hábitos saludables, fomente el consumo consciente y contribuya a un estilo de vida más equilibrado, accesible y sostenible.

Referencias

- App Annie. (2023). *Mobile health and wellness usage in Latin America*. <https://www.data.ai>
- Cárdenas, P., & Morales, J. (2023). *Gestión de cadenas de suministro sostenibles para productos orgánicos en Colombia*. *Revista Colombiana de Logística*, 7(1), 18–35. <https://doi.org/10.35789/rclog.v7n1.2023.003>
- Chan, Y., & Ma, L. (2020). *Startup performance metrics: LTV/CAC ratio as a valuation predictor*. *Journal of Venture Analytics*, 12(1), 18–32. <https://doi.org/10.4321/jva.v12n1.2020.003>
- Congreso de Colombia. (2012). *Ley 1581 de 2012 por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>
- Congreso de Colombia. (2019). *Ley 1955 de 2019 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=97889>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2023). *Proyecciones de población por edades 2022–2026*. <https://www.dane.gov.co>
- Deloitte. (2021). *Global mobile consumer survey: The rise of personalized wellness platforms*. <https://www2.deloitte.com>
- Euromonitor International. (2024). *Consumer trends in health and wellness in Colombia*. <https://www.euromonitor.com>
- Frost & Sullivan. (2023). *Outlook of the dietary supplements market in Latin America*. <https://www.frost.com>
- García, M., Salinas, R., & Núñez, C. (2022). *Adopción de apps de salud en América Latina post-pandemia*. *Revista Latinoamericana de Salud Digital*, 6(1), 13–28. <https://doi.org/10.5678/ralsad.v6n1.2022.001>

Gómez, L., & Ramírez, S. (2023). *Tendencias del mercado de suplementos orgánicos en Colombia*. Revista Colombiana de Nutrición y Bienestar, 9(1), 45–58.
<https://doi.org/10.1234/rcnb.v9n1.2023.005>

González, L., & Peña, J. (2023). *Costos de desarrollo tecnológico en startups de bienestar en Colombia*. Revista Colombiana de Emprendimiento Digital, 5(1), 22–36.
<https://doi.org/10.1234/rcem.v5n1.2023.002>

López, C., & Serrano, P. (2022). *Regulación de suplementos dietarios y etiquetado en Colombia*. Revista de Legislación Sanitaria, 5(1), 29–42.

López, M., & Fernández, R. (2021). *Estrategias digitales para la fidelización de usuarios en plataformas de salud*. Revista de Innovación y Tecnología Aplicada, 7(2), 45–59.
<https://doi.org/10.1234/rita.v7n2.2021.003>

Martínez, A., & Díaz, L. (2023). *Panorama del mercado global de aplicaciones de fitness*. Revista Internacional de Tendencias Digitales, 8(2), 21–37.
<https://doi.org/10.1234/ritd.v8n2.2023.004>

Mendoza, L., & Herrera, C. (2021). *Aplicación de inteligencia artificial en modelos de valor digital*. Revista Latinoamericana de Innovación, 13(2), 77–89.
<https://doi.org/10.32456/rli.v13n2.2021.009>

Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2020). *Decreto 286 de 2020 por el cual se reglamenta la Ley 1955 de 2019 en materia de beneficios tributarios de la Economía Naranja*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=108043>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones & Ministerio de Salud. (2022). *Informe de hábitos digitales y salud pública en Colombia*. <https://www.mintic.gov.co>

Naciones Unidas. (2022). *World Population Prospects 2022: Data Booklet*.
<https://www.un.org/development/desa/pd>

Pérez, D., & Ríos, M. (2022). *La matriz DOFA como herramienta estratégica en emprendimientos digitales*. *Revista de Ciencias Empresariales*, 12(1), 41–56.
<https://doi.org/10.24198/rce.v12n1.2022.005>

Presidencia de la República de Colombia. (2013). *Decreto 1377 de 2013 por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012*.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53592>

Ramírez, J., & Torres, F. (2021). *Tendencias de consumo de suplementos orgánicos en Colombia*. *Revista Colombiana de Nutrición y Salud*, 10(2), 44–58.

Restrepo, A., & López, C. (2022). *Modelos freemium en aplicaciones móviles colombianas: Estudio de casos*. *Revista Colombiana de Tecnología Digital*, 9(2), 28–44.
<https://doi.org/10.1234/rctd.v9n2.2022.004>

Rodríguez, J., Castaño, A., & Rivera, F. (2021). *Tendencias globales en bienestar digital y personalización en salud*. *Revista Internacional de Transformación Digital*, 11(3), 93–108.
<https://doi.org/10.1234/ritd.v11n3.2021.006>

Salinas, D., & Castaño, F. (2022). *Análisis comparativo de tarifas laborales por servicios profesionales en Colombia*. *Revista de Economía Laboral*, 8(2), 45–60.
<https://doi.org/10.4321/rel.v8n2.2022.005>

Sanabria, P., & Hernández, L. (2022). *Barreras regulatorias para emprendimientos en salud y nutrición en Colombia*. *Revista Colombiana de Emprendimiento Digital*, 4(1), 15–30. Recuperado de <https://www.revistaremprendedordigital.org/articulo/barreras-salud-nutricion-colombia>

Statista. (2023). *Global fitness app market revenue 2023–2027*.
<https://www.statista.com/statistics/1122475/global-fitness-app-market-revenue/>

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2023). *Clases Niza para el registro de marcas en Colombia*. <https://www.sic.gov.co>

Valcarce-Torrente, D., Muñoz, A., & Paredes, C. (2022). *Competencia y diferenciación en mercados digitales de bienestar*. Revista de Estrategia y Tecnología, 10(3), 33–47.

Recuperado de <https://www.revistaestrategiatecnologia.org/articulo/competencia-diferenciacion-bienestar-digital>

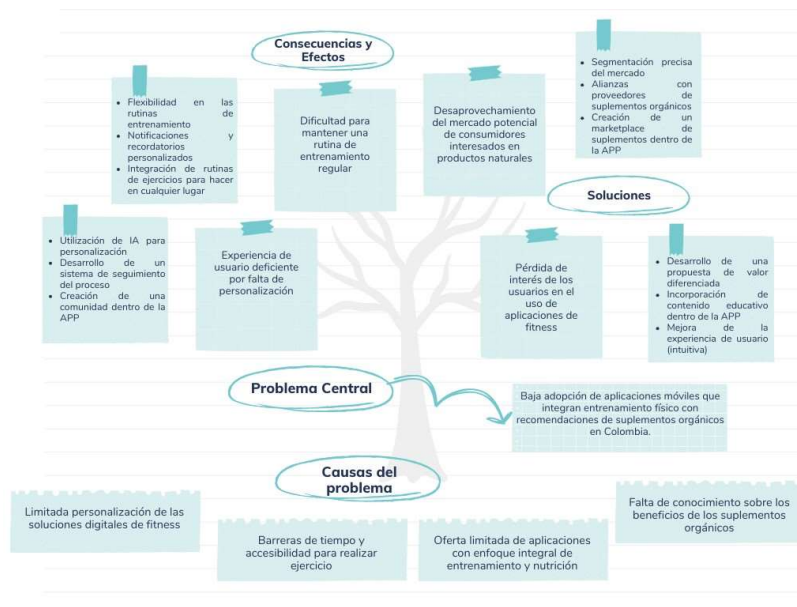
A. Anexo. Árbol de problemas de la aplicación de ejercicio

El árbol de problemas se convierte en una herramienta clave para comprender de forma estructurada los desafíos que enfrenta la aplicación móvil *OrganicGym*, centrada en el entrenamiento físico y la suplementación orgánica. Esta herramienta se organiza en tres niveles jerárquicos: el problema principal, sus causas fundamentales y los efectos que genera. Este enfoque permite visualizar de manera integral los factores que afectan tanto el desarrollo como la adopción y sostenibilidad de la aplicación en el contexto colombiano.

Al identificar causas profundas, como la escasez de tiempo o el acceso limitado a alternativas saludables y sostenibles, se abren oportunidades para diseñar soluciones que respondan directamente al origen de estas barreras (Gómez & Ramírez, 2023). De esta forma, el diagnóstico no solo orienta la resolución de los obstáculos actuales, sino que también potencia la capacidad de *OrganicGym* para generar un impacto positivo y duradero en los hábitos de bienestar físico y nutricional de sus usuarios.

Figura 20.

Árbol de problemas de la APP de ejercicio.



Nota. La figura muestra el resumen del análisis de árbol de problemas de la APP.

Las principales causas que limitan el desarrollo y posicionamiento de *OrganicGym* en el mercado colombiano se agrupan en cuatro grandes dimensiones, en primer lugar, se identifica una falta de conocimiento sobre los beneficios de los suplementos orgánicos, derivada de la escasa divulgación de información confiable sobre sus propiedades, la ausencia de contenido educativo en plataformas digitales y la desconfianza generalizada hacia su efectividad frente a los suplementos sintéticos (Gómez & Ramírez, 2023).

En segundo lugar, se evidencia una oferta limitada de aplicaciones con un enfoque integral en entrenamiento y nutrición, la mayoría de Apps disponibles priorizan únicamente las rutinas físicas, sin incluir orientación alimentaria ni recomendaciones personalizadas de suplementación, además, pocas aplicaciones integran planes de entrenamiento con sugerencias de suplementos naturales, lo que reduce la diferenciación en el mercado.

Una tercera causa relevante está relacionada con las barreras de tiempo y accesibilidad que enfrentan los usuarios para ejercitarse, as exigencias laborales y personales dificultan la asistencia a gimnasios, y no todas las plataformas ofrecen rutinas adaptadas al tiempo disponible o al entorno del usuario, finalmente, se destaca la limitada personalización en las soluciones digitales de fitness, ya que muchas Apps ofrecen planes genéricos sin considerar el nivel físico, objetivos o preferencias individuales del usuario, ni aprovechan herramientas analíticas para adaptar sus recomendaciones.

Estas causas generan efectos directos sobre el desempeño del modelo, uno de ellos es la pérdida de interés y baja retención de usuarios, ya que las personas tienden a abandonar aplicaciones que no responden a sus necesidades de forma integral, lo cual afecta su

crecimiento y sostenibilidad. También se observa el desaprovechamiento del mercado potencial de consumidores interesados en productos naturales, al no ofrecer alternativas que conecten con esta tendencia creciente. Además, la dificultad para mantener rutinas regulares de ejercicio reduce la efectividad de las estrategias de bienestar y genera desmotivación en los usuarios. Finalmente, una experiencia de usuario deficiente causada por la baja personalización limita la percepción de valor y reduce las posibilidades de fidelización a largo plazo.

Este árbol de problemas brinda una visión integral de las limitaciones actuales, permitiendo establecer relaciones causa/efecto que orientan la formulación de estrategias enfocadas en superar las barreras de adopción. A partir de este análisis, *OrganicGym* puede fortalecer su propuesta de valor, optimizar la experiencia del usuario y aprovechar de manera efectiva las tendencias en salud, tecnología y consumo sostenible.

B. Anexo. Perfil de Usuario

La elaboración del perfil de usuario permitió construir un arquetipo representativo para *OrganicGym*, identificando variables esenciales como datos demográficos, hábitos de uso y posibles barreras frente a la adopción de tecnologías digitales enfocadas en el fitness. Este perfil facilita la comprensión de las necesidades, expectativas y comportamientos del público objetivo, sirviendo como base para diseñar una experiencia más relevante y personalizada.

De acuerdo con Euromonitor International (2022), los usuarios de aplicaciones orientadas al bienestar priorizan la personalización, la simplicidad en la navegación y el acceso inmediato a los contenidos, lo que influye directamente en su disposición a incorporar estas herramientas en su rutina diaria de ejercicio y alimentación. A continuación, se presentan los resultados obtenidos tras la aplicación de esta herramienta de caracterización.

Figura 21.
Perfil de persona para la APP de ejercicio



Nota. La figura representa el perfil de persona de un cliente de la APP de ejercicios.

Los usuarios potenciales de *OrganicGym* se ubican principalmente entre los 15 y 64 años y llevan un estilo de vida activo, aunque condicionado por limitaciones de tiempo que les dificultan asistir a gimnasios tradicionales. Por esta razón, muestran interés en soluciones digitales que les ofrezcan mayor flexibilidad y accesibilidad para mantener sus rutinas de ejercicio.

Este grupo suele tener formación académica de nivel técnico, universitario o de posgrado, y otorga un alto valor al cuidado de la salud y al bienestar integral como metas a largo plazo. Además, tienden a preferir productos naturales y sostenibles, coherentes con un enfoque de consumo responsable que busca equilibrar efectividad, ética y respeto por el entorno.

C. Anexo. Mapa de Empatía

El mapa de empatía fue una herramienta clave para comprender, desde una perspectiva cualitativa, cómo los usuarios potenciales perciben y experimentan el uso de aplicaciones de entrenamiento físico y el consumo de suplementos orgánicos. A través de esta técnica, fue posible identificar lo que piensan, sienten, dicen, escuchan, ven y hacen en torno a estas prácticas, lo que permite profundizar en sus motivaciones, expectativas y preocupaciones. A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos a partir de su aplicación.

Figura 22.

Mapa de empatía para la APP de ejercicio



Nota. La figura representa el perfil de persona de un cliente de la APP de ejercicios

Los hallazgos obtenidos a partir del mapa de empatía evidencian que los usuarios desean mayor control sobre su bienestar, sentirse acompañados en su proceso de mejora

física y nutricional, y utilizar herramientas digitales que les ofrezcan una experiencia intuitiva, accesible y confiable. A pesar de este interés, experimentan frustración al no encontrar aplicaciones que integren de manera efectiva la personalización de planes de entrenamiento con recomendaciones claras sobre el uso de suplementos orgánicos. Asimismo, se destaca la ausencia de comunidades virtuales que fomenten la interacción, el apoyo mutuo y el intercambio de experiencias entre usuarios con objetivos similares.

A partir de estas percepciones, se identifica una necesidad latente en el mercado: el desarrollo de una aplicación móvil que no solo ofrezca entrenamientos personalizados, sino que también brinde contenido educativo y sugerencias de suplementación orgánica alineadas con las metas individuales de cada usuario. Esta solución cubriría un vacío importante en el ecosistema digital colombiano, donde la mayoría de las aplicaciones se enfocan exclusivamente en el ejercicio físico, dejando de lado la orientación nutricional con un enfoque natural, integral y adaptado al estilo de vida actual.

D. Anexo. Customer Journey Map

El recorrido que realiza un usuario desde el primer contacto con una aplicación hasta convertirse en un cliente leal se conoce como *customer journey*, o viaje del cliente. En el caso de plataformas que integran ejercicio físico y suplementación orgánica, este proceso abarca desde la toma de conciencia inicial hasta la fidelización con la marca. Este concepto, ampliamente abordado en el campo del marketing digital, se estructura en cinco etapas clave: *awareness* (conciencia), *consideration* (consideración), *purchase* (compra), *service* (servicio) y *loyalty* (lealtad), fundamentales para comprender y anticipar el comportamiento del consumidor (Lemon & Verhoef, 2016).

Investigaciones recientes señalan que la personalización de la experiencia y la relevancia del contenido ofrecido en cada fase son factores determinantes en la satisfacción y retención de los usuarios (McKinsey & Company, 2021). En línea con este enfoque, *OrganicGym* ha diseñado estrategias específicas que buscan optimizar la experiencia del usuario en cada punto de contacto, adaptándose a sus motivaciones, necesidades y expectativas a lo largo del recorrido completo.






1. Awareness (Conciencia): Esta etapa marca el primer acercamiento del usuario con la aplicación. Aquí, el objetivo es generar visibilidad y despertar interés a través de canales como redes sociales, recomendaciones de influencers del mundo fitness, blogs especializados y campañas pagadas. Es fundamental que *OrganicGym* comunique con claridad su propuesta de valor diferencial: la combinación de rutinas de entrenamiento personalizadas con el uso de suplementos orgánicos, una oferta que responde al creciente interés por la salud natural y sostenible (Smith & Johnson, 2022). El mensaje debe

enfocarse en cómo esta integración contribuye a alcanzar metas de bienestar de manera eficiente y responsable, estimulando la curiosidad y atrayendo a un público afín.

Figura 23.

Mapa del Customer Journey de la APP de ejercicio.

CUSTOMER JOURNEY MAP

	AWARENESS	CONSIDERATION	PURCHASE	SERVICE	LOYALTY
CUSTOMER ACTIONS	El usuario descubre la app a través de anuncios en redes sociales, recomendaciones de amigos o entrenadores, o al buscar apps de fitness o nutrición o visita la página web de la app o perfiles en redes sociales para obtener más información.	<ul style="list-style-type: none"> Explora la app, revisa las características, los precios y los testimonios. Lee reseñas en tiendas de apps o en redes sociales. Descarga la app para probarla y completar el registro inicial. 	<ul style="list-style-type: none"> Completa el registro y selecciona su primer plan de entrenamiento. Realiza su primera compra de suplementos orgánicos recomendados. Posiblemente opta por una suscripción premium que ofrezca acceso a entrenadores personales. 	<ul style="list-style-type: none"> Comienza a usar la app regularmente, siguiendo los planes de entrenamiento y consumiendo los suplementos recomendados. Conecta con entrenadores personales para obtener asesoramiento y seguimiento. Contacta con el servicio de atención al cliente para resolver dudas o problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Continúa usando la app, sigue los planes de entrenamiento, y realiza compras regulares de suplementos. Actualiza a la versión premium si aún no lo ha hecho, o continúa con su suscripción. Recomienda la app a amigos y familiares o comparte sus resultados en redes sociales.
TOUCH POINTS	<ul style="list-style-type: none"> Anuncios en redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube). Colaboraciones con influencers de fitness y bienestar. Publicaciones de blog o artículos en medios especializados en salud y nutrición. 	<ul style="list-style-type: none"> Página web de la app, tienda de aplicaciones (App Store, Google Play). Tutoriales y demostraciones en videos. Reseñas y calificaciones de otros usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Página de pago en la app. Interfaz de recomendación de suplementos orgánicos. Asistencia dentro de la app o chatbot para preguntas sobre el proceso de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> Sección de soporte dentro de la app (chat en vivo, correos electrónicos, preguntas frecuentes). Notificaciones y recordatorios de progreso en la app. Interacción con entrenadores a través de la plataforma de mensajería integrada. 	<ul style="list-style-type: none"> Programa de lealtad o recompensas por referidos. Actualizaciones periódicas de la app con nuevas funciones, entrenamientos y productos. Encuestas de satisfacción o invitaciones para dejar reseñas en la tienda de apps.
CUSTOMER EXPERIENCE					
PAIN POINTS	<ul style="list-style-type: none"> Sobrecarga de información con aplicaciones similares Desconfianza inicial 	<ul style="list-style-type: none"> Interfaz de usuario confusa La diferenciación con otras app no es tan clara 	<ul style="list-style-type: none"> Los precios son muy altos Los procesos de pago son muy complejos 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de respuesta rápida a los requerimientos Los planes de entrenamiento no se ajustan o son muy genéricos 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de incentivos o recompensas Sensación de estancamiento
SOLUTIONS	<ul style="list-style-type: none"> Crear contenido inspirador en redes sociales, mostrando historias de éxito de usuarios Ofrecer una prueba gratuita de la app 	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar una experiencia de usuario muy sencilla y fluida con un proceso de registro rápido. Ofrecer una comparación clara de características frente a otras apps populares en la misma categoría. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer descuentos iniciales o promociones para la primera compra de suplementos o el primer mes de suscripción premium. Simplificar el proceso de pago con opciones seguras y fáciles (tarjetas, PayPal, Apple Pay, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> Asegurar un sistema de atención al cliente eficiente con respuestas rápidas. Crear un algoritmo avanzado que ajuste los planes de entrenamiento de manera automática según el progreso del usuario. Incluir un sistema de retroalimentación constante para entrenadores y usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> Implementar un sistema de recompensas por lealtad, como descuentos en suplementos o acceso anticipado a nuevas funciones. Lanzar constantemente actualizaciones con nuevos planes de entrenamiento, desafíos, y productos en la tienda de suplementos. Fomentar la participación en la comunidad a través de retos grupales y eventos especiales.

Nota. La figura representa el proceso de interacción de un cliente con una APP de ejercicios.

2. Consideration (Consideración): En esta fase, el usuario ya conoce la App y comienza a compararla con otras opciones del mercado, Avalúa aspectos como facilidad de uso, credibilidad de los entrenadores y nutricionistas, respaldo científico de los suplementos, y la experiencia general de navegación. La presencia de reseñas positivas, testimonios y contenido educativo respaldado será clave para fortalecer la percepción de valor (Kim, 2021). Asimismo, contar con información clara sobre cómo los planes y

productos se adaptan al perfil del usuario puede influir positivamente en su decisión (Brown & Lee, 2023).

3. Purchase (Compra): Una vez el usuario ha validado que la aplicación responde a sus necesidades, procede al proceso de afiliación o compra, en este punto, es esencial garantizar una experiencia fluida: desde la descarga, registro y navegación inicial, hasta la suscripción a los planes de entrenamiento y el acceso al Marketplace de suplementos. Un diseño intuitivo y procesos de pago simplificados son determinantes para evitar el abandono en esta etapa (Davis, 2020). Ofertas promocionales, periodos de prueba o paquetes combinados también pueden actuar como catalizadores para completar la conversión.

4. Service (Servicio): Después de la compra, la calidad del servicio cobra protagonismo. *OrganicGym* debe ofrecer un soporte técnico ágil y personalizado, bien sea mediante canales de atención en tiempo real o secciones de ayuda autogestionadas, además, el acompañamiento a través del seguimiento de objetivos, con ajustes periódicos en los planes de ejercicio y recomendaciones de suplementos, fortalece el vínculo del usuario con la plataforma (García & Fernández, 2021). Esta capacidad de adaptación mejora la satisfacción y aumenta la probabilidad de retención.

5. Loyalty (Lealtad): La etapa final del recorrido se enfoca en transformar usuarios satisfechos en promotores de la marca, para ello, se pueden implementar programas de fidelización, descuentos por compras recurrentes y contenido exclusivo. La creación de una comunidad activa dentro de la App, donde los usuarios compartan avances y se motiven entre sí, refuerza el sentido de pertenencia. Además, actualizaciones frecuentes, como nuevos desafíos, planes temáticos o lanzamientos de suplementos, ayudan a

mantener el interés y prolongar el ciclo de vida del usuario en la plataforma (Taylor, 2023; Martínez & López, 2023).

E. Anexo. Lienzo de la propuesta de valor

La propuesta de valor de *OrganicGym* se ha construido a partir de un enfoque integral, fundamentado en el uso de herramientas metodológicas centradas en el usuario, a través del desarrollo de perfiles de persona y la aplicación de mapas de empatía, fue posible identificar características clave, necesidades y motivaciones de los potenciales usuarios. Este proceso fue complementado con un análisis detallado del *Customer Journey*, que permitió mapear cada fase del recorrido del cliente, desde la toma de conciencia hasta la fidelización, identificando los momentos críticos de interacción.

Se llevó a cabo un ejercicio de benchmarking digital para evaluar el panorama competitivo, detectando fortalezas, debilidades y oportunidades en el mercado, la aplicación de la técnica de cliente incógnito y la implementación de encuestas virtuales aportaron datos valiosos sobre las preferencias y expectativas del público objetivo. Todos estos insumos contribuyeron al diseño de una propuesta de valor robusta, coherente con las demandas reales del mercado y diferenciada en su enfoque.

La aplicación propone una solución integral para personas que desean mejorar su bienestar físico mediante la combinación de entrenamientos personalizados y suplementos naturales. A través de una interfaz intuitiva, contenidos educativos y herramientas de seguimiento del progreso, los usuarios podrán avanzar de manera eficiente y sostenible hacia sus objetivos. Esta solución está especialmente dirigida a quienes enfrentan barreras como la falta de tiempo o la sobrecarga de información en el entorno digital del fitness.

A continuación, relacionamos los diferenciadores clave de la propuesta de valor:

1. Integración de suplementación orgánica personalizada: *OrganicGym* se destaca por ofrecer recomendaciones específicas de suplementos orgánicos ajustadas a las metas individuales de cada usuario. Esta funcionalidad responde al creciente interés por productos naturales y sostenibles, añadiendo valor real a la experiencia de salud integral.

2. Planes de entrenamiento personalizados con inteligencia artificial: Mediante el uso de algoritmos inteligentes, la App diseña rutinas adaptadas a las condiciones físicas, objetivos y nivel de experiencia de cada persona, esta personalización promueve un mayor compromiso y adherencia, superando las limitaciones de las Apps que ofrecen planes genéricos.

3. Contenido educativo integrado: La plataforma cuenta con una biblioteca digital que ofrece información sobre los beneficios de los suplementos orgánicos, guías de nutrición y estrategias para optimizar el rendimiento físico. Este contenido fortalece la autonomía del usuario y fomenta una comunidad informada y comprometida.

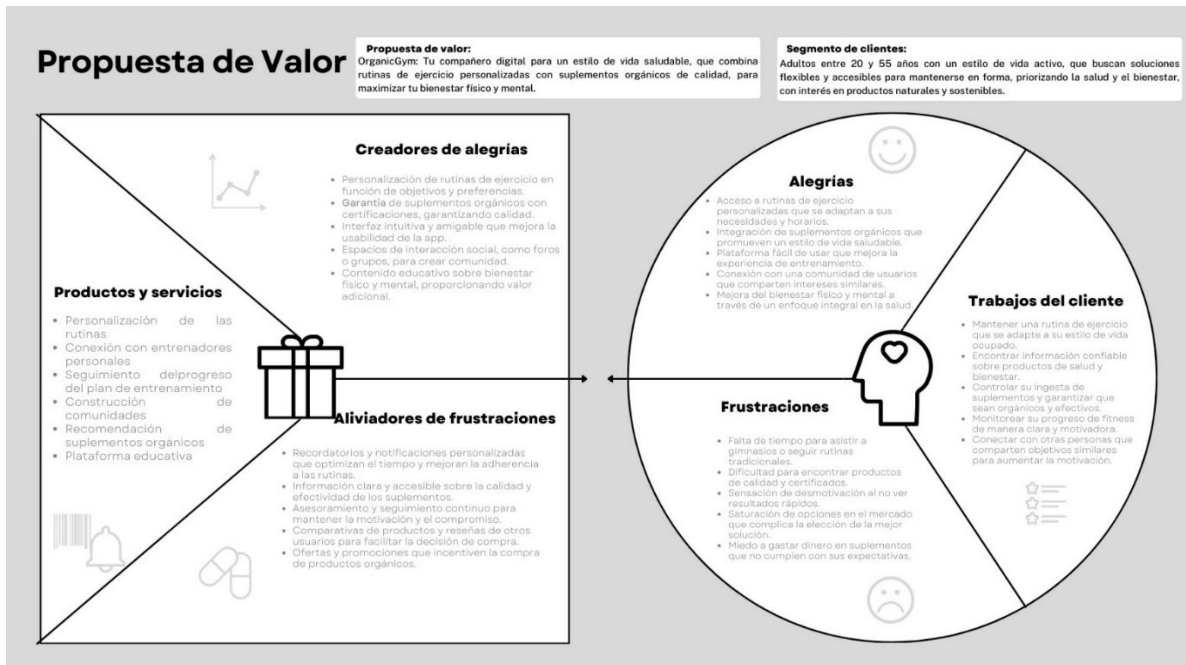
4. Marketplace de suplementos orgánicos: La App incorpora una tienda digital que permite a los usuarios adquirir productos recomendados de acuerdo con sus rutinas y necesidades, facilitando una experiencia de compra práctica, confiable y alineada con sus objetivos de bienestar.

La ventaja competitiva de *OrganicGym* radica en su enfoque holístico, al integrar entrenamiento físico personalizado, orientación nutricional basada en productos orgánicos y contenido educativo, todo en una sola plataforma. Esta propuesta no solo responde a las tendencias de salud y sostenibilidad, sino que también resuelve problemas cotidianos como la falta de tiempo y la dificultad para acceder a información confiable. Al ofrecer un

ecosistema digital completo, flexible y centrado en el usuario, *OrganicGym* se posiciona como una opción innovadora y diferenciada frente a las soluciones tradicionales del mercado, consolidando una experiencia de salud integral difícil de replicar por sus competidores.

Figura 24.

Lienzo de la propuesta de valor de la APP de ejercicio.



Nota. La figura muestra el lienzo de valor de la APP de ejercicios.

La propuesta de valor de *OrganicGym* está diseñada para responder a las expectativas de un segmento de clientes modernos, activos y conscientes de su salud, que buscan soluciones efectivas sin alterar su estilo de vida dinámico. La aplicación ofrece no solo rutinas de ejercicio personalizadas y accesibles, sino también acceso directo a suplementos orgánicos certificados, alineados con las tendencias actuales de consumo responsable. Al hacerlo, aborda de manera concreta los principales obstáculos que

enfrentan estos usuarios, como la falta de tiempo, la dificultad para identificar productos confiables y la desmotivación frente a programas genéricos y poco adaptables.

Los elementos que generan satisfacción, la personalización de contenidos, el acompañamiento progresivo y la comunidad interactiva, junto con los mecanismos que reducen las frustraciones, como la centralización de servicios, la disponibilidad 24/7 y la trazabilidad de los suplementos, posicionan a *OrganicGym* como una propuesta integral y diferenciada frente a otras aplicaciones del sector. La experiencia del usuario está cuidadosamente diseñada para fomentar la continuidad, mejorar la accesibilidad y reforzar el compromiso con los objetivos de bienestar físico y nutricional.

OrganicGym aporta un valor significativo al mercado de aplicaciones de salud y fitness mediante un enfoque que combina personalización, calidad y acompañamiento constante. Su capacidad para integrar ejercicio, nutrición y comunidad en un solo ecosistema digital responde no solo a la creciente demanda por alternativas naturales y sostenibles, sino también a la necesidad de experiencias más cercanas, eficientes y centradas en el usuario. Esto fortalece la lealtad, mejora la retención y consolida su posicionamiento en el competitivo entorno digital del bienestar.

F. Anexo. Matriz PESTEL y Análisis de Porter

Para analizar a fondo el entorno competitivo y los factores externos que pueden influir en el desarrollo de la App de entrenamiento físico con suplementos dietarios orgánicos en Colombia, se emplearán dos herramientas clave: la matriz PESTEL y el análisis de las 5 fuerzas de Porter

Matriz PESTEL

La matriz PESTEL constituye una herramienta fundamental en el análisis estratégico, ya que permite identificar y evaluar los factores externos que influyen en el entorno de una organización, como lo señala Yüksel (2012), este modelo proporciona una estructura analítica para examinar los elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden afectar el desarrollo y la sostenibilidad de un negocio.

En el caso de *OrganicGym*, la implementación de la matriz PESTEL resulta clave para comprender las dinámicas del contexto colombiano en el sector salud y bienestar, y anticiparse a posibles oportunidades o amenazas que puedan surgir en el entorno.

De acuerdo con Aguilar (2020), el análisis PESTEL no solo permite prever cambios estructurales en el entorno macro, sino que también ofrece herramientas para que las empresas ajusten de forma proactiva sus estrategias, garantizando su relevancia y competitividad a largo plazo. Por ello, la aplicación de esta matriz en el desarrollo de *OrganicGym* ha sido esencial para construir una propuesta de valor coherente con las tendencias del mercado y sensible a las condiciones del entorno externo.

Desde la dimensión política, destacan las iniciativas gubernamentales orientadas a fomentar estilos de vida saludables (Martínez, 2019), junto con regulaciones cada vez más estrictas sobre el etiquetado de productos orgánicos (Restrepo & Torres, 2020), lo cual representa tanto una oportunidad como un reto normativo. En el plano económico, se evidencia un crecimiento sostenido en el consumo de productos saludables (Ramírez & Molina, 2022), aunque persisten brechas en la disposición a pagar por parte de ciertos segmentos poblacionales (Salazar & Paredes, 2022).

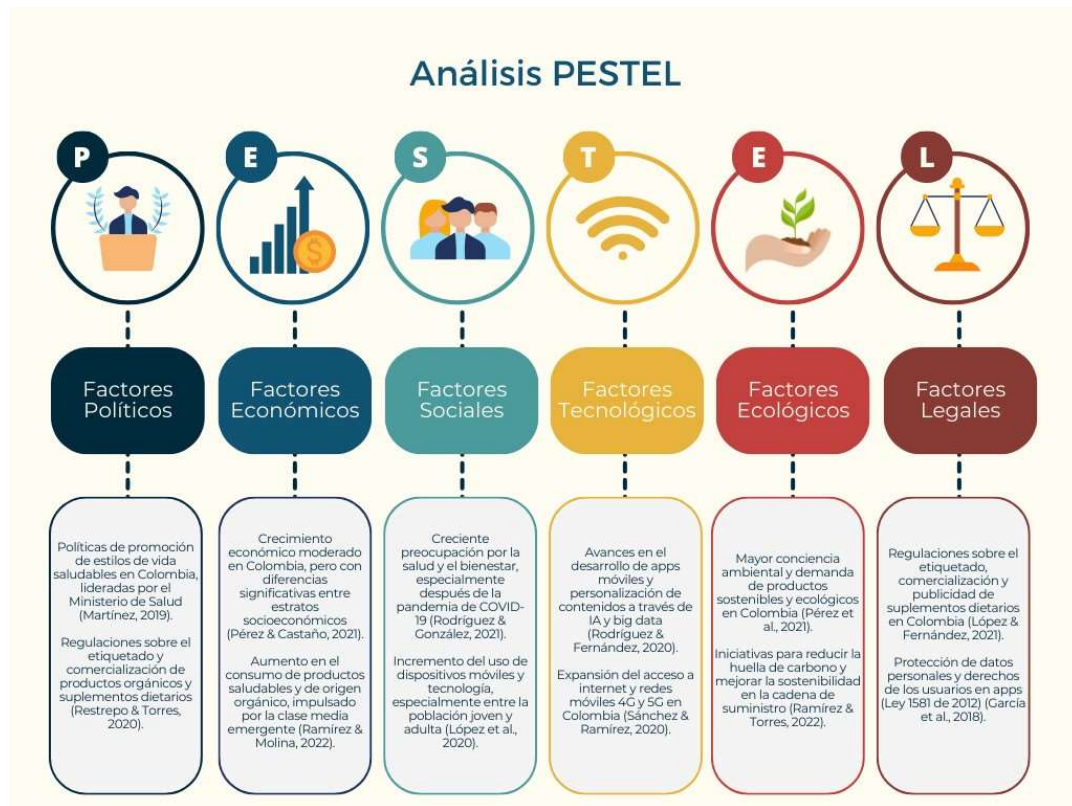
A nivel social, la creciente preocupación por el bienestar personal y la salud, especialmente tras la pandemia (Rodríguez & González, 2021), ofrece una base sólida para la adopción de soluciones digitales como *OrganicGym*. Por su parte, los avances en el ámbito tecnológico (Rodríguez & Fernández, 2020) facilitan la integración de herramientas de personalización y seguimiento, claves para una experiencia de usuario efectiva.

En cuanto al aspecto ecológico, la demanda por productos sostenibles y amigables con el medio ambiente (Pérez et al., 2021) refuerza la pertinencia de la propuesta de valor basada en suplementación orgánica. Sin embargo, el componente legal requiere una atención cuidadosa, ya que el cumplimiento de regulaciones relacionadas con la comercialización de suplementos exige procesos rigurosos y certificados (López & Fernández, 2021).

Este análisis integral del entorno ha permitido a *OrganicGym* alinear su propuesta con las expectativas actuales del mercado, anticipando desafíos regulatorios, tecnológicos y económicos, mientras se capitalizan tendencias favorables en salud, sostenibilidad y digitalización.

Figura 25.

Análisis del macroentorno con la matriz PESTEL



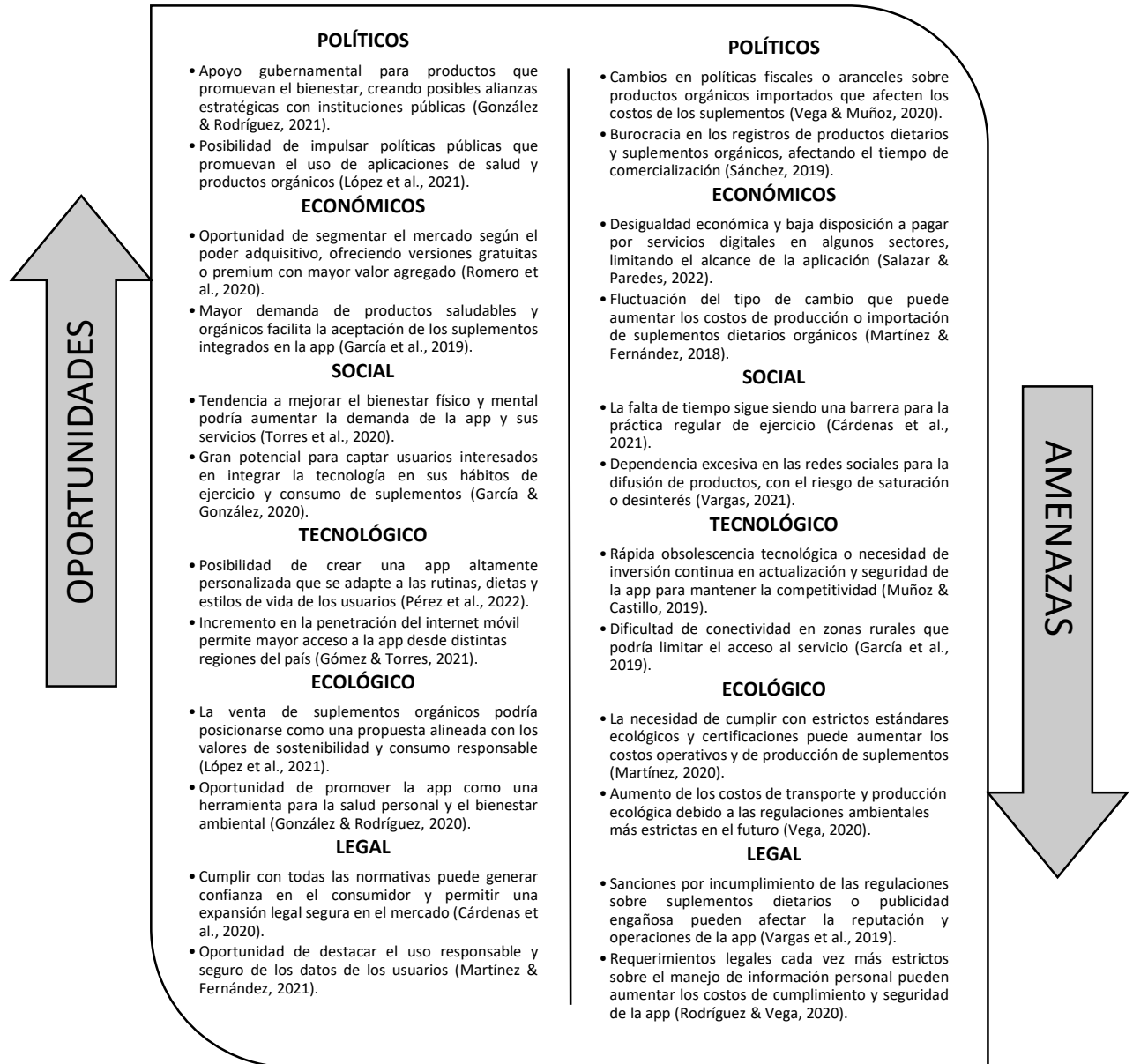
Nota. La figura muestra el análisis PESTEL de la APP de ejercicios

El análisis realizado a través de la matriz PESTEL permite identificar factores clave que respaldan la pertinencia y oportunidad del desarrollo de OrganicGym en el contexto colombiano.

Desde la dimensión política, se destaca el respaldo institucional a políticas orientadas a promover estilos de vida saludables, lo cual representa una oportunidad estratégica para establecer alianzas público-privadas que incrementen la visibilidad y legitimidad de la aplicación en el ecosistema de salud digital (Martínez, 2019; González & Rodríguez, 2021).

Figura 26.

Oportunidades y amenazas identificadas de la matriz PESTEL.



Nota. La figura muestra las oportunidades y amenazas detectadas en el análisis PESTEL de la APP de ejercicios.

En el ámbito económico, el crecimiento sostenido del consumo de productos orgánicos y funcionales, impulsado por una clase media en expansión, sugiere un entorno favorable para soluciones que integren entrenamiento físico con suplementación saludable (Ramírez & Molina, 2022). Este contexto revela una demanda potencial por servicios que combinen accesibilidad, conveniencia y valor nutricional.

Desde una perspectiva social, la creciente preocupación por el bienestar físico y mental, intensificada tras la pandemia, refuerza la relevancia de plataformas que ofrezcan alternativas personalizadas y flexibles para mantener un estilo de vida saludable (Rodríguez & González, 2021; Torres et al., 2020). En cuanto a la dimensión tecnológica, el avance en el desarrollo de aplicaciones móviles y el aumento en la penetración de internet y dispositivos inteligentes favorecen la implementación de una experiencia digital completa, interactiva y adaptada a las preferencias del usuario (Rodríguez & Fernández, 2020; Gómez & Torres, 2021).

Finalmente, en el componente ecológico y legal, la creciente conciencia ambiental y la demanda por productos sostenibles refuerzan la alineación de OrganicGym con valores de consumo responsable, mientras que las regulaciones específicas en torno a suplementos orgánicos requieren atención normativa rigurosa, que también puede actuar como diferenciador competitivo (Pérez et al., 2021; López et al., 2021).

En conjunto, estos hallazgos constituyen una base sólida para orientar la propuesta de valor, la estrategia de posicionamiento y la toma de decisiones estratégicas en un entorno cambiante y altamente competitivo.

Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

El análisis de las cinco fuerzas de Porter constituye una herramienta estratégica clave para evaluar la competitividad de una industria y la posición que puede ocupar una empresa en su entorno de mercado. De acuerdo con Porter (2008), este modelo permite examinar la intensidad de la competencia, las amenazas externas y los factores que influyen directamente en la rentabilidad y sostenibilidad de un negocio. Las cinco fuerzas incluyen la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes y la amenaza de productos sustitutos. En el contexto de *OrganicGym*, este análisis es fundamental para entender la dinámica del sector de aplicaciones de salud y bienestar, identificar oportunidades de diferenciación y diseñar una propuesta de valor sólida y competitiva.

1. Rivalidad entre competidores

El mercado de aplicaciones de entrenamiento físico es altamente competitivo, con una amplia variedad de plataformas que ofrecen rutinas personalizadas y seguimiento del rendimiento. Si bien algunas incorporan aspectos nutricionales, pocas se enfocan específicamente en suplementos orgánicos, lo cual representa un nicho poco explorado.

- **Diferenciación como ventaja competitiva:** La inclusión de recomendaciones personalizadas de suplementación orgánica es un elemento distintivo que puede captar a usuarios interesados en opciones naturales y sostenibles (García & Martínez, 2021).
- **Innovación tecnológica:** La implementación de inteligencia artificial para personalizar planes de ejercicio y sugerencias de suplementos incrementa el valor

percibido y refuerza la propuesta frente a aplicaciones tradicionales (Pérez & Ramírez, 2020).

2. Amenaza de nuevos entrantes

El atractivo del mercado digital de fitness conlleva una amenaza moderada por nuevos jugadores. Aunque el desarrollo de Apps tecnológicas es cada vez más accesible, los requisitos regulatorios para operar en el sector de suplementación orgánica actúan como barreras de entrada.

- **Barreras técnicas y normativas:** La necesidad de diferenciarse en un mercado saturado implica altos costos de desarrollo, mientras que las normativas sobre suplementos orgánicos en Colombia dificultan el ingreso de nuevos actores (Rodríguez et al., 2019; López & Fernández, 2021).

3. Poder de negociación de los proveedores

El poder de los proveedores es relativamente bajo, dado el crecimiento del número de actores certificados en la industria de productos orgánicos, no obstante, su especialización puede dar lugar a dependencia si no se diversifica la red de abastecimiento.

- **Relaciones estratégicas:** Establecer alianzas con proveedores certificados asegura la calidad, pero también exige acuerdos que equilibren los términos de negociación (Sánchez & González, 2020).
- **Diversificación como mitigación:** Incorporar proveedores locales e internacionales ayuda a minimizar riesgos en precios y disponibilidad de productos clave (García et al., 2021).

4. Poder de negociación de los clientes

Los consumidores tienen un alto poder de negociación debido a la gran cantidad de alternativas disponibles. La facilidad para cambiar de una aplicación a otra obliga a ofrecer valor diferenciado y experiencias personalizadas.

- **Expectativas elevadas:** Los usuarios de suplementos orgánicos suelen ser exigentes, dispuestos a pagar más por calidad, pero también sensibles a la experiencia general del servicio (García & Torres, 2019).
- **Retención basada en personalización:** La adaptación constante de rutinas y sugerencias incrementa la fidelización y reduce el abandono (López et al., 2020).
- **Bajas barreras de salida:** La facilidad para migrar a otras plataformas digitales intensifica la presión competitiva (Vargas, 2021).

5. Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de sustitutos es alta, dado que existen múltiples alternativas que cubren necesidades similares: otras Apps de fitness, entrenadores personales, gimnasios tradicionales y suplementos convencionales.

- **Competencia en precio y acceso:** Los suplementos tradicionales tienen una mayor presencia en el mercado y suelen ser más económicos, representando una competencia directa (Salazar & Ramírez, 2018).
- **Servicios presenciales o híbridos:** Entrenadores personales —tanto virtuales como físicos— ofrecen atención personalizada, lo que podría desplazar el uso de la App si no se logra diferenciar adecuadamente (Vega & Martínez, 2020).

Figura 27.

Análisis de las 5 fuerzas de PORTER.



Nota. La figura muestra el análisis con las 5 fuerzas de PORTER de la APP de ejercicios.

A partir del análisis de las cinco fuerzas de Porter, se derivan conclusiones estratégicas clave que permiten comprender la posición competitiva de *OrganicGym* en el mercado colombiano de aplicaciones de fitness con enfoque en suplementación orgánica:

Rivalidad entre competidores: La elevada competencia dentro del sector obliga a mantener una diferenciación constante. El enfoque especializado en suplementos dietarios orgánicos representa una ventaja en un segmento poco explorado. La incorporación de tecnologías de personalización y herramientas basadas en inteligencia artificial puede fortalecer esta posición competitiva (García & Martínez, 2021).

Amenaza de nuevos entrantes: Si bien la creación de Apps digitales es técnicamente accesible, las exigencias normativas vinculadas a la comercialización de suplementos orgánicos actúan como barreras de entrada naturales, esto reduce el riesgo inmediato de nuevos competidores y favorece la consolidación de *OrganicGym* como referente en el nicho (López & Fernández, 2021).

Poder de negociación de proveedores: La necesidad de insumos certificados podría generar una dependencia de proveedores especializados, la diversificación estratégica de la red de suministro puede equilibrar el poder de negociación y asegurar una oferta constante de productos de calidad (Sánchez & González, 2020).

Poder de negociación de los clientes: Los consumidores digitales tienen múltiples alternativas y altas expectativas de personalización, lo que les otorga un poder significativo, sin embargo, quienes priorizan el consumo responsable están dispuestos a pagar por productos que garanticen valor, trazabilidad y calidad, lo que *OrganicGym* puede capitalizar mediante experiencias diferenciadas (García & Torres, 2019).

Amenaza de productos sustitutos: La disponibilidad de entrenadores personales, gimnasios y suplementos convencionales representa una amenaza constante, para mitigarla, la aplicación debe enfocarse en educar al usuario sobre los beneficios de los productos orgánicos y posicionarse como una solución integral para el bienestar físico, mental y nutricional (Salazar & Ramírez, 2018).

Este análisis estratégico revela tanto los retos como las oportunidades en el entorno competitivo de *OrganicGym*, destacando la importancia de la innovación, la diferenciación

y la fidelización como pilares para construir una propuesta sostenible, partir de estos hallazgos, se proponen las siguientes decisiones estratégicas:

Desarrollo de valor diferencial: Incorporar funcionalidades únicas como asesoramiento en bienestar integral (físico, emocional y nutricional), entrenamiento adaptativo y recomendaciones automatizadas de suplementos orgánicos.

Fidelización de usuarios: Implementar programas de lealtad, recompensas y dinámicas de comunidad que promuevan la permanencia de los usuarios, fomentando un sentido de pertenencia dentro de la plataforma.

Alianzas estratégicas: Establecer acuerdos con expertos en salud, influencers del sector y proveedores certificados, lo que fortalecerá la credibilidad y ampliará el alcance del modelo de negocio.

Marketing segmentado y adaptativo: Desarrollar campañas que destaquen los beneficios diferenciadores de la aplicación, enfocándose en el valor de la personalización, la sostenibilidad y la trazabilidad de los productos.

Gestión de proveedores: Diversificar la base de suministros mediante alianzas con productores locales e internacionales, garantizando continuidad operativa y estándares de calidad exigidos por el mercado.

Vigilancia competitiva continua: Establecer un sistema de monitoreo para anticipar cambios en el entorno, identificar movimientos estratégicos de los competidores y adaptar las decisiones operativas con agilidad.

La implementación de estas estrategias permitirá a *OrganicGym* fortalecer su posicionamiento, minimizar los riesgos identificados y consolidarse como una plataforma líder en salud y bienestar sostenible, basada en innovación, personalización y compromiso con el usuario.

G. Anexo. System Mapping

El *System Mapping* o mapeo de sistemas es una herramienta estratégica que permite representar de forma visual las interacciones, flujos y relaciones entre los distintos actores que integran un modelo de negocio, su aplicación facilita una comprensión sistémica del entorno operativo, al identificar cómo se conectan los recursos, procesos y entidades involucradas en la generación de valor (Jones, 2020). Esta visión integral resulta especialmente útil en contextos complejos y dinámicos, como el mercado de aplicaciones móviles enfocadas en salud, bienestar y suplementación orgánica.

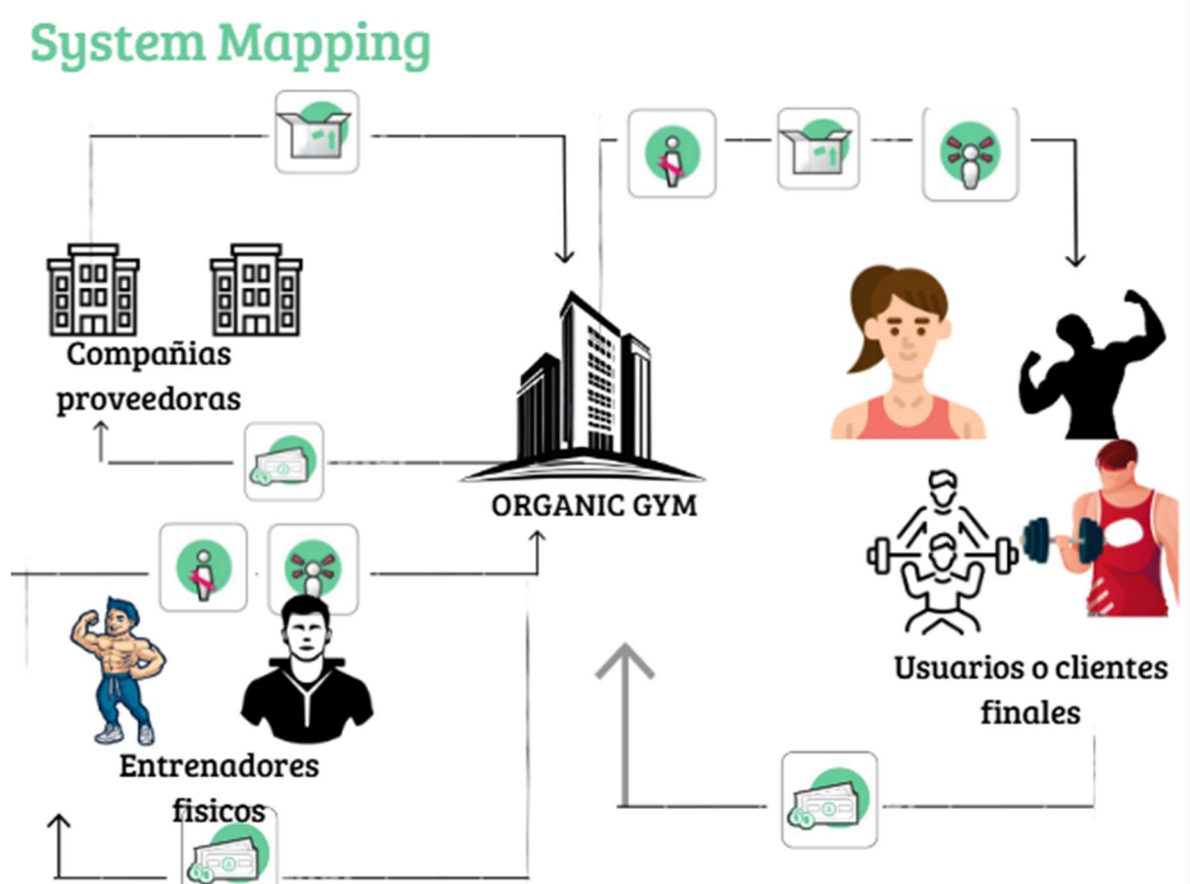
Mediante esta metodología, es posible analizar los flujos de valor y dependencias entre actores clave, como proveedores de suplementos orgánicos certificados, usuarios finales, desarrolladores tecnológicos, plataformas de pago, entidades regulatorias y redes de distribución, esta estructura permite detectar oportunidades de mejora, puntos críticos de coordinación y áreas vulnerables dentro del ecosistema de negocio (Peters & Anderson, 2021). Asimismo, el mapeo favorece la toma de decisiones informadas al evaluar el impacto que podría generar cualquier cambio, interno o externo, sobre la sostenibilidad del modelo.

En el caso de *OrganicGym*, el uso del mapeo de sistemas no solo permite visualizar cómo se articulan los elementos de su propuesta de valor, sino también anticipar escenarios futuros, adaptar procesos y fomentar la innovación continua, esta herramienta actúa como un puente entre la planificación estratégica y la ejecución operativa, fortaleciendo la capacidad de respuesta ante los cambios del entorno competitivo (Taylor & Smith, 2019).

A continuación, se presenta un esquema representativo del *System Mapping* de *OrganicGym*, donde se destacan los actores centrales, sus relaciones funcionales y los mecanismos de intercambio que sustentan el modelo de negocio orientado al fitness y la salud orgánica.

Figura 28.

Mapa de sistema de negocio de la APP de ejercicio



Nota. La figura muestra el mapa del sistema de negocio con la metodología System Mapping.

1. Actores del Sistema

OrganicGym: Es el eje central del sistema, responsable del desarrollo, operación y posicionamiento de la aplicación, su propuesta de valor se basa en ofrecer una plataforma

integral para entrenamiento físico personalizado, acceso a suplementos orgánicos certificados, conexión con entrenadores profesionales y participación en comunidades enfocadas en el bienestar.

Usuarios (Consumidores): Son personas interesadas en mejorar su salud física y nutricional mediante soluciones digitales accesibles, este grupo incluye a individuos con una fuerte orientación hacia el consumo sostenible y prácticas saludables, dispuestos a adoptar productos orgánicos como parte de su estilo de vida.

Proveedores: Incluyen fabricantes de suplementos orgánicos certificados, desarrolladores de tecnología, plataformas de pago, y creadores de contenido educativo en salud y nutrición, su papel es esencial para mantener la calidad, innovación y confiabilidad del servicio ofrecido.

Entrenadores Personales: Profesionales independientes vinculados a la plataforma que diseñan y ofrecen planes de entrenamiento adaptados a las necesidades de los usuarios, representan un canal clave para entregar experiencia personalizada y soporte técnico.

Entidades Regulatorias: Organismos del gobierno y autoridades sanitarias que establecen y supervisan normativas sobre comercialización de suplementos dietarios, etiquetado, tratamiento de datos personales y estándares de calidad.

Competencia: Otras aplicaciones móviles y plataformas digitales dedicadas al fitness, la nutrición o la venta de suplementos. Su presencia marca el nivel de exigencia en innovación, diferenciación y fidelización del mercado.

2. Elementos de Intercambio

Productos: Suplementos orgánicos certificados disponibles en la tienda virtual, su trazabilidad y conformidad con normas ambientales representan un valor diferencial respecto a la oferta tradicional.

Servicios: Planes de entrenamiento personalizados y recomendaciones nutricionales respaldadas por inteligencia artificial, la integración entre entrenamiento y suplementación genera un enfoque holístico en el cuidado del usuario.

Experiencia de Usuario: Interfaz intuitiva, navegación fluida, contenido educativo y funcionalidades de seguimiento de progreso, esta experiencia integral busca fortalecer el compromiso del usuario con sus metas de salud.

Datos: Información sobre hábitos de entrenamiento, consumo y preferencias del usuario, estos datos se emplean para mejorar la personalización, siempre bajo estrictas políticas de seguridad y confidencialidad.

Transacciones Financieras: Comprenden el pago por suscripciones, compra de suplementos y compensaciones a entrenadores y proveedores, este flujo asegura la sostenibilidad operativa de la plataforma.

Cumplimiento Legal y Ético: Garantiza la observancia de normas de rotulado, seguridad alimentaria, protección de datos y transparencia comercial, este cumplimiento fortalece la confianza del usuario y la reputación del negocio.

Exposición y Reputación: Los proveedores obtienen visibilidad a través de la App, mientras que OrganicGym se posiciona como una empresa comprometida con la salud, la sostenibilidad y el consumo responsable.

Valor Ambiental: Promueve prácticas sostenibles al fomentar el uso de suplementos con bajo impacto ecológico, contribuyendo a reducir el uso de químicos y apoyar la agricultura responsable.

Valor Social: A través de la educación y la promoción de hábitos saludables, la app impulsa cambios positivos en los estilos de vida de sus usuarios, aportando al bienestar colectivo.

En conjunto, el mapeo de sistemas de *OrganicGym* permite comprender las relaciones interdependientes que sostienen el modelo de negocio. Esta visión integrada asegura que cada interacción genere valor agregado, promoviendo no solo la rentabilidad, sino también la coherencia ética y la sostenibilidad de la propuesta en un mercado cada vez más consciente y exigente.

H. Anexo. Investigación de campo a través de encuesta virtual

Con el objetivo de evaluar la viabilidad y aceptación de una aplicación móvil que combine entrenamiento físico con recomendaciones de suplementos dietarios de origen orgánico, se lanzó una encuesta dirigida a potenciales usuarios en Colombia.

La encuesta buscó recopilar información sobre las necesidades, preferencias y hábitos de los consumidores en relación con el ejercicio físico y el uso de suplementos naturales, así como identificar las características clave que valoran en una aplicación de este tipo. Los resultados obtenidos proporcionaron datos valiosos para ajustar la propuesta de valor de la App, garantizando que se alinee con las expectativas y requerimientos del mercado objetivo.

Ficha técnica de la encuesta

- **Objetivo de la encuesta:** Evaluar la viabilidad de desarrollar una aplicación móvil enfocada en rutinas de ejercicio físico complementadas con la recomendación de suplementos orgánicos, la encuesta busca identificar las preferencias, necesidades y expectativas del público objetivo en relación con el uso de este tipo de herramientas digitales
- **Universo:** El universo de la encuesta está compuesto por personas de 15 años a 64 que tienen interés en el bienestar físico, realizan actividades deportivas o de entrenamiento de manera regular y/o consumen suplementos nutricionales, especialmente aquellos con un enfoque orgánico. Este grupo incluye tanto usuarios actuales de aplicaciones de ejercicio como aquellos que podrían estar interesados en adoptar una aplicación de este tipo en el futuro.

- **Muestra:** Para determinar el tamaño de la muestra en la validación de la aplicación, se utilizó la fórmula de Murray y Larry (2012), considerando los datos del mercado objetivo alcanzable (SOM) que es de aproximadamente 593.000 personas. Este enfoque permitió obtener un tamaño muestral representativo, asegurando que los hallazgos fueran estadísticamente significativos y reflejaran con precisión las preferencias del público objetivo. Al aplicar este método, se garantizó que los resultados obtenidos en la encuesta proporcionaran información confiable para la toma de decisiones estratégicas en el desarrollo y posicionamiento de la aplicación.

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 \mathcal{N}}{e^2 (\mathcal{N} - 1) + Z^2 \sigma^2} = \frac{1,96^2 * 0,5^2 * 593.000}{0,5^2 (593.000 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2} = 384$$

- **Método de muestreo:** Muestreo aleatorio por conveniencia.
- **Instrumento de recolección de datos:** Cuestionario estructurado, con preguntas cerradas de selección múltiple y abiertas para captura de datos.
- **Tipo de encuesta:** En línea, a través de formulario FORMS enviado a cada usuario vía WhatsApp.
- **Periodo de aplicación:** esta encuesta fue aplicada entre el 28 de febrero y el 22 de marzo de 2025.
- **Margen de error:** La encuesta fue enviada a 422 personas, por lo cual para un margen de confianza de 95% tenemos por calculo estadístico un error del 4,83%. Calculado con <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-margen-de-error.html>.
- **Nivel de confianza:** 95%.

Los resultados de la encuesta aplicada y su análisis se estructuran a continuación:

Figura 29.

Utilidad de una App que combina entrenamiento personalizado y una tienda de suplementos orgánicos



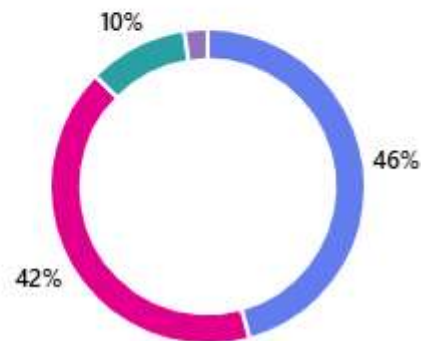
Nota. La figura muestra la relevancia que evalúan los usuarios de la combinación de una App de entrenamiento personalizado y una tienda de suplementos orgánicos.

Elaboración propia

La figura 29 indica una alta percepción de utilidad para una aplicación que combine entrenamiento personalizado con una tienda de suplementos orgánicos. El 43 % de los encuestados calificó la App con un 5 ("Muy útil"), mientras que un 33 % otorgó una calificación de 4, lo que demuestra un fuerte interés en la propuesta de valor. Adicionalmente, un 18 % consideró la App como moderadamente útil (3), sugiriendo oportunidades para mejorar ciertos aspectos y adaptarlos mejor a las expectativas del mercado. Estos hallazgos validan la viabilidad del modelo de negocio y respaldan el desarrollo de una plataforma integral para el bienestar físico y nutricional.

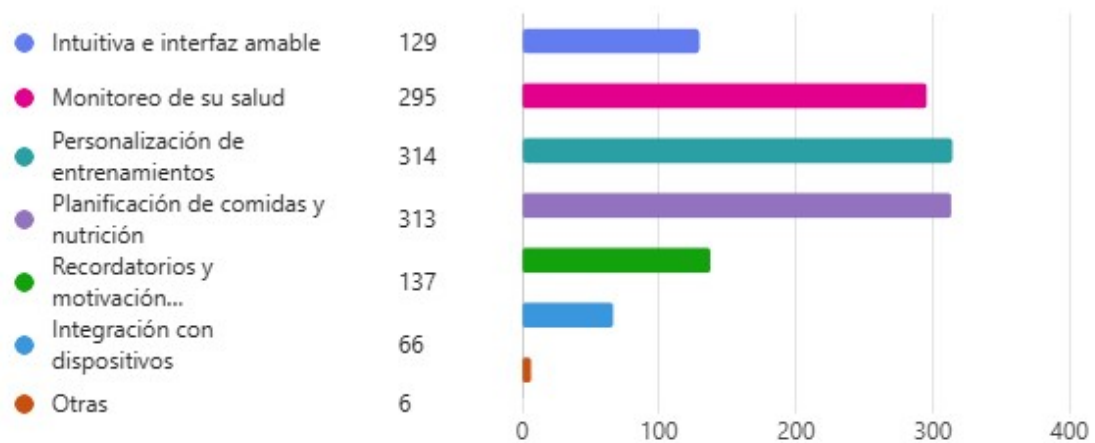
Figura 30.*Importancia de las funcionalidades sociales de la App.*

● Muy importante - me motiva compartir mis logros con mis amigos	192
● Algo importante - me gustaría pero no es esencial	175
● Poco importante - prefiero entrenar de manera individual	43
● No es importante - no me interesa la parte social	10



Nota. La figura muestra la importancia que le dan las personas que respondieron la encuesta lanzada a las funcionalidades de interacción social. Elaboración propia.

La figura 30 evidencia un alto interés en funcionalidades sociales dentro de la aplicación fitness, con un 46 % de los encuestados considerando estas opciones como muy importantes para su motivación y un 42 % viéndolas como un complemento deseable, aunque no esencial. Solo un 10 % indicó preferir entrenar de manera individual, lo que sugiere que la mayoría de los usuarios valoran la interacción social como un factor motivador en su rutina de ejercicio. Estos hallazgos resaltan la importancia de integrar elementos como desafíos, competiciones y la posibilidad de compartir logros, fortaleciendo la experiencia del usuario y fomentando la fidelización en la App.

Figura 31.*Funcionalidades innovadoras que debería tener la app*

Nota. La figura muestra las funcionalidades que más les gustaría tener a los futuros usuarios de la App de ejercicios. Elaboración propia.

La figura 31 muestra que las funcionalidades más valoradas por los usuarios en una aplicación de entrenamiento con suplementación orgánica son la personalización de entrenamientos (314 respuestas), la planificación de comidas y nutrición (313 respuestas) y el monitoreo de la salud (295 respuestas).

Esto demuestra un claro interés en una solución integral que no solo ofrezca rutinas adaptadas a cada usuario, sino que también proporcione orientación nutricional y seguimiento del bienestar general. Implementar estas características en la App será clave para mejorar la experiencia del usuario y diferenciar la propuesta en el mercado.

Figura 32.

Recomendaciones de alimentos por parte de la App.



Nota. La figura muestra la disposición de los usuarios a seguir las recomendaciones de alimentos que puede llegar a ofrecer la App. Elaboración propia.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados están abiertos a seguir recomendaciones de alimentación dentro de la aplicación, con un 45% totalmente dispuesto y un 50% algo dispuesto a aplicarlas en su rutina. Esto indica que la funcionalidad de sugerencias de alimentos y recetas tendría una alta aceptación y podría convertirse en un valor agregado clave. Integrar recomendaciones nutricionales personalizadas dentro de la App no solo fortalecería su utilidad, sino que también aumentaría el compromiso de los usuarios con sus objetivos de salud y bienestar.

Figura 33.

Conocimiento de los beneficios de los suplementos orgánicos-



Nota. La figura muestra el nivel de conocimiento de las personas sobre los beneficios de los suplementos orgánicos. Elaboración propia.

La figura 33 revela que el 75% de los encuestados no conoce los beneficios de los suplementos orgánicos, lo que representa una oportunidad clave para la aplicación.

Esto sugiere la necesidad de incluir contenido educativo dentro de la plataforma, como artículos, videos o guías interactivas, que informen a los usuarios sobre las ventajas de estos productos.

Al aumentar el conocimiento sobre los suplementos orgánicos, la app no solo fortalecería su propuesta de valor, sino que también podría generar mayor confianza y adopción de estos productos dentro de su Marketplace.

Figura 34.

Asesoría sobre los suplementos orgánicos.

● Si	239
● No	75



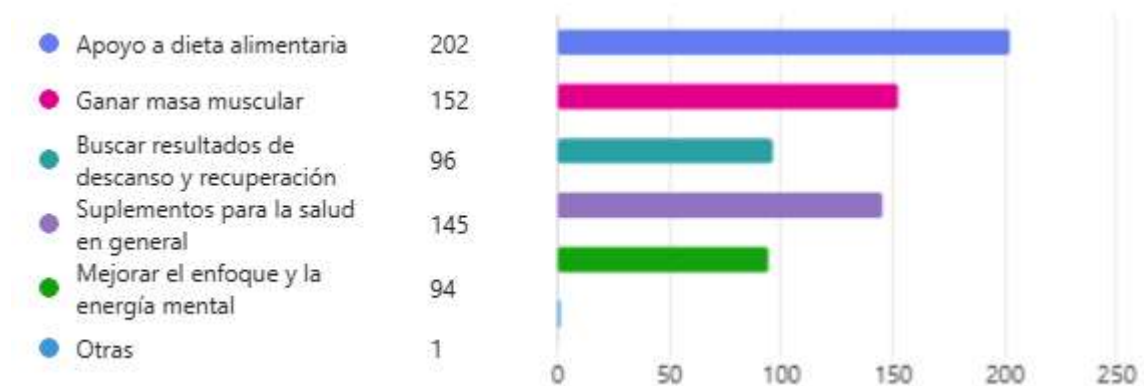
Nota. La figura muestra la disposición a recibir asesoría con respecto a los suplementos orgánicos. Elaboración propia.

En la figura 34 los resultados indican que el 76% de los encuestados está interesado en recibir asesoría sobre suplementos orgánicos, lo que refuerza la importancia de incluir esta funcionalidad en la aplicación.

Esto sugiere que los usuarios buscan orientación experta para tomar decisiones informadas sobre su nutrición y bienestar. La implementación de asesorías personalizadas a través de nutricionistas certificados o contenido educativo podría mejorar significativamente la experiencia del usuario y aumentar la confianza en el uso de suplementos orgánicos, diferenciando la aplicación en el mercado.

Figura 35.

Principales beneficios que busca al consumir suplementos orgánicos.



Nota. La figura muestra los principales beneficios que buscan los usuarios al consumir suplementos orgánicos. Elaboración propia.

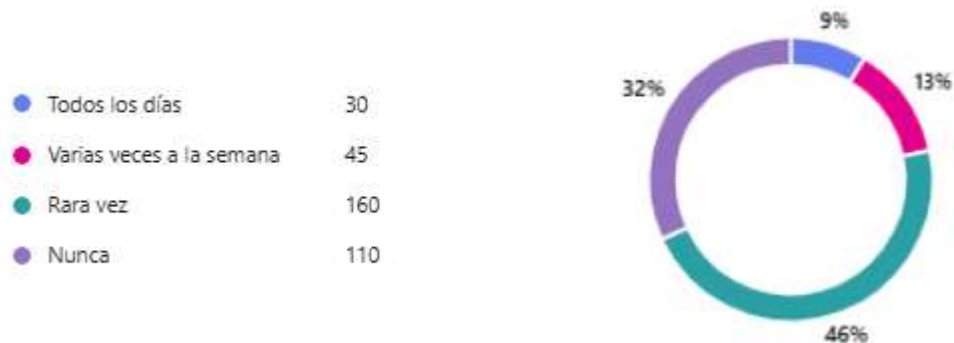
Los resultados revelan que los principales beneficios que los usuarios buscan al consumir suplementos orgánicos están relacionados con el apoyo a la dieta alimentaria (202 respuestas), seguido por el aumento de masa muscular (152 respuestas) y la mejora de la salud en general (145 respuestas).

Esto indica que la mayoría de los encuestados percibe estos suplementos como una herramienta clave para complementar su nutrición y optimizar su rendimiento físico. Adicionalmente, el interés en el descanso y recuperación (96 respuestas) y en el enfoque y energía mental (94 respuestas) sugiere que los usuarios valoran un enfoque integral del

bienestar, lo que representa una oportunidad para la App al ofrecer recomendaciones personalizadas según los objetivos individuales.

Figura 36.

Frecuencia de consumo de los suplementos.



Nota. La figura muestra la frecuencia con la cual los encuestados consumen suplementos. Elaboración propia.

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados consume suplementos con poca frecuencia o nunca, ya que el 46% los toma rara vez y el 32% no los consume en absoluto. Solo un 9% los usa diariamente y un 13% varias veces a la semana, lo que sugiere que el consumo regular de suplementos orgánicos aún no está consolidado en el público objetivo.

Esto representa una oportunidad significativa para la app, ya que puede educar a los usuarios sobre los beneficios de la suplementación orgánica y ofrecer recomendaciones personalizadas para fomentar una adopción más frecuente y consciente de estos productos.

Figura 37.

Influencia del precio al elegir un suplemento orgánico.

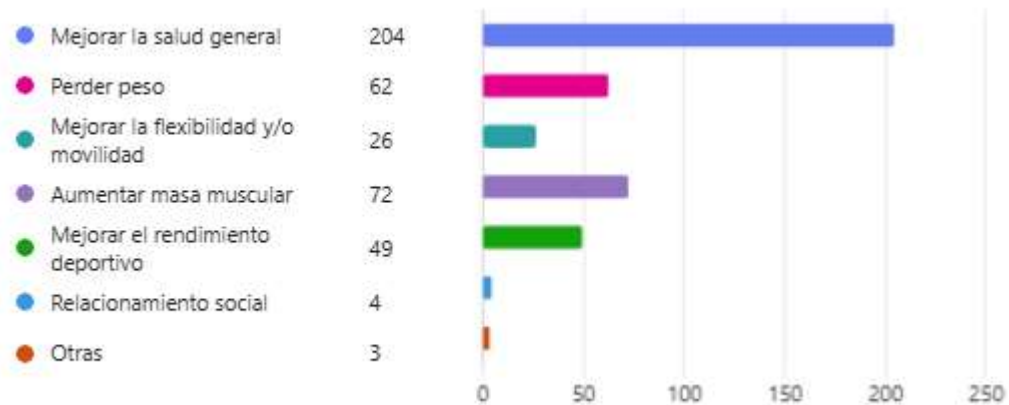


Nota. La figura muestra la influencia del precio en la elección de suplementos orgánicos.

Elaboración propia.

El precio es un factor determinante en la decisión de compra de suplementos orgánicos, ya que el 96% de los encuestados considera que influye en distintos grados (48% de manera importante y 48% de forma moderada).

Esto indica que, aunque los consumidores valoran los beneficios de estos productos, su accesibilidad económica es clave para la adopción. Para la aplicación, esto representa una oportunidad para ofrecer opciones competitivas, descuentos o paquetes personalizados que equilibren calidad y precio, facilitando así la decisión de compra y fomentando una mayor demanda de suplementos orgánicos entre los usuarios.

Figura 38.*Principal objetivo al utilizar una App de entrenamiento.*

Nota. La figura muestra las preferencias de las personas que respondieron la encuesta sobre su principal objetivo del uso de una App de entrenamiento. Elaboración propia.

La figura 38 muestra los resultados de la encuesta y reflejan que el principal objetivo de los usuarios al utilizar una App de entrenamiento es mejorar su salud general (204 respuestas), seguido de aumentar masa muscular (72 respuestas) y perder peso (62 respuestas).

Esto indica que la mayoría busca una solución integral para el bienestar, más allá de objetivos estéticos o específicos. La aplicación debe priorizar funciones que promuevan un enfoque holístico del fitness, combinando rutinas personalizadas, seguimiento del progreso y recomendaciones nutricionales para atender las necesidades de los usuarios y maximizar su compromiso con un estilo de vida saludable.

Figura 39.*Funcionalidades de la App de entrenamiento.*



Nota. La figura muestra las palabras más usadas como respuesta a la pregunta de las funcionalidades de una App de ejercicio. Elaboración propia.

La figura 39 muestra las expectativas de los usuarios con respecto a funcionalidades de la App. Los resultados de la encuesta muestran que la funcionalidad más solicitada por los usuarios para una App de entrenamiento es la opción de rutinas personalizadas (16%), seguida de seguimiento del progreso (14%) y entrenamientos guiados (12%). Esto indica que los usuarios buscan una herramienta que no solo ofrezca ejercicios, sino que también les permita monitorear su avance y mantener una estructura clara en su entrenamiento. La incorporación de recordatorios (6%) y una mayor variedad de ejercicios (10%) también son aspectos para considerar y mejorar la experiencia del usuario y fomentar la adherencia a su rutina.

Figura 40.

Sugerencias sobre lo que le gustaría encontrar en la App.



Nota. La figura muestra algunas de las sugerencias sobre lo que los encuestados consideran se debería incluir en la App. Elaboración propia,

La figura 40 muestra Los comentarios y sugerencias de los encuestados reflejan un interés predominante en contar con una mayor variedad de ejercicios (7%), seguido de consejos útiles (5%) para mejorar su desempeño y resultados. Además, algunos usuarios manifestaron la necesidad de rutinas estructuradas (3%) y una sección dedicada a información sobre suplementos orgánicos (2%). Estos resultados sugieren que la App debe enfocarse en ofrecer contenido práctico y educativo, asegurando que los usuarios cuenten con las herramientas necesarias para optimizar su entrenamiento y mejorar su bienestar integral.

I. Anexo. Simulador financiero

Se adjunta enlace con la información financiera correspondiente al modelo desarrollado para el proyecto OrganicGym, donde se plasman los indicadores financieros clave que respaldan la viabilidad económica del emprendimiento propuesto.

[Simulador Financiero 2025.xlsx](#)

J. Anexo. Políticas Institucionales de cumplimiento y gobierno corporativo**1. Política de tratamiento de datos personales****Objetivo:**

Establecer los lineamientos institucionales de *OrganicGym* para la recolección, almacenamiento, uso, circulación, supresión y demás formas de tratamiento de datos personales, en cumplimiento de lo dispuesto por la Ley 1581 de 2012, el Decreto 1377 de 2013 y demás normas concordantes en el ordenamiento jurídico colombiano.

Ámbito de aplicación:

Esta política aplica a todos los datos personales recolectados por *OrganicGym* en el marco de su operación como plataforma digital, incluyendo usuarios, colaboradores, proveedores y aliados estratégicos.

Finalidades del tratamiento:

Los datos serán tratados para los siguientes fines:

- Personalización de rutinas, contenidos y recomendaciones dentro de la plataforma.
- Gestión de solicitudes, soporte técnico y atención al cliente.
- Envío de comunicaciones de tipo informativo, educativo o comercial.
- Cumplimiento de obligaciones legales, contractuales y regulatorias.

Derechos de los titulares:

Conforme a la normatividad vigente, los titulares de la información podrán ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación, oposición y revocatoria, mediante solicitud escrita dirigida al correo electrónico oficial: privacidad@organicgym.co.

Medidas de seguridad:

Se implementarán protocolos técnicos, administrativos y organizacionales para garantizar la protección, integridad y confidencialidad de los datos, incluyendo encriptación, autenticación segura y gestión de incidentes.

2. Política de uso de la plataforma y términos de servicio

Objeto:

Definir las condiciones bajo las cuales los usuarios pueden acceder y hacer uso de los servicios ofrecidos por la plataforma digital *OrganicGym*, regulando las obligaciones, restricciones y derechos que se derivan de su utilización.

Condiciones generales de uso:

- El registro en la plataforma implica la aceptación expresa de estos términos.
- El uso del servicio es personal, intransferible y no comercial, salvo acuerdo expreso.
- Toda la información suministrada debe ser veraz y actualizada por parte del usuario.
- Se prohíbe cualquier intento de ingeniería inversa, acceso no autorizado o explotación indebida del contenido.

Limitación de responsabilidad:

OrganicGym no sustituye asesoría médica profesional. El uso de rutinas, recomendaciones o suplementos sugeridos por la aplicación debe hacerse bajo criterio personal e informado. La empresa no será responsable por efectos adversos derivados de un uso inadecuado de la plataforma.

Modificaciones:

La presente política podrá ser actualizada por *OrganicGym* en cualquier momento. Los cambios serán notificados a través de los canales digitales oficiales.

3. Política de equidad e inclusión

Propósito:

Establecer el compromiso de *OrganicGym* con la promoción de un entorno inclusivo, equitativo y respetuoso para todos los actores de su ecosistema, sin distinción alguna basada en condiciones personales, sociales o culturales.

Principios rectores:

- Igualdad de trato y oportunidades en todos los procesos de selección, vinculación y atención al usuario.
- Accesibilidad funcional y comunicacional para personas con capacidades diversas o con necesidades especiales de salud.
- Lenguaje inclusivo y representación equitativa en contenidos, campañas y comunicaciones oficiales.

Acciones institucionales:

- Diseño accesible de la aplicación, considerando criterios de usabilidad universal.
- Inclusión activa de perfiles diversos en la producción de contenidos, entrenamientos y asesorías.
- Apertura de canales de reporte y resolución de quejas relacionadas con discriminación, exclusión o trato desigual.

Nota final del anexo:

Estas políticas institucionales serán objeto de revisión anual por parte del equipo fundador y el asesor jurídico de *OrganicGym*, con el fin de mantener su alineación con la evolución del modelo de negocio, los estándares regulatorios vigentes y los principios éticos de la organización.

K. Anexo. Desing Thinking

La validación de la aplicación a través de la metodología de **Design Thinking** permite una comprensión profunda de las necesidades y preferencias de los usuarios, fundamental en el desarrollo de soluciones centradas en el cliente. Design Thinking, según autores como Brown (2019) y Plattner, Meinel, y Leifer (2021), enfatiza la importancia de la empatía y la experimentación para diseñar productos efectivos y funcionales, en un proceso iterativo que se ajusta continuamente según los hallazgos de cada fase.

En este contexto, el uso de un muestreo por conveniencia resulta una estrategia adecuada para la fase de exploración, dado que permite recolectar información preliminar de usuarios accesibles y representativos del perfil objetivo, con el fin de identificar patrones y preferencias rápidamente. Esta técnica es particularmente útil en fases iniciales de diseño, cuando la meta es obtener insights prácticos y accesibles en un corto plazo para optimizar el prototipo antes de su lanzamiento (Carlgren et al., 2020). De esta forma, se maximiza el aprendizaje en etapas tempranas y se ajusta el producto de manera ágil, atendiendo a las expectativas y necesidades identificadas en los primeros usuarios.

Con el objetivo de evaluar la viabilidad y aceptación de una aplicación móvil que combine entrenamiento físico con recomendaciones de suplementos dietarios de origen orgánico, se lanzó una encuesta dirigida a potenciales usuarios en Colombia.

La encuesta buscó recopilar información sobre las necesidades, preferencias y hábitos de los consumidores en relación con el ejercicio físico y el uso de suplementos naturales, así como identificar las características clave que valoran en una aplicación de este tipo. Los resultados obtenidos proporcionaron datos valiosos para ajustar la propuesta de valor

de la app, garantizando que se alinee con las expectativas y requerimientos del mercado objetivo.

Para procesar y analizar los datos recopilados, se utilizó el software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) de IBM, una de las herramientas más empleadas en el análisis estadístico por su capacidad de manejar grandes volúmenes de datos y aplicar técnicas avanzadas de análisis.

El uso de SPSS permitió llevar a cabo un análisis detallado y fiable, que incluyó la descripción de las variables principales, la identificación de patrones y relaciones entre algunas variables relevantes para evaluar la viabilidad de la APP.

Este informe presenta los principales hallazgos derivados de la encuesta, ofreciendo una visión clara sobre algunos aspectos claves de la APP. Los resultados obtenidos a través del análisis con SPSS proporcionan información valiosa que puede guiar la toma de decisiones y ofrecer un panorama preciso sobre el desarrollo de la APP

Ficha técnica de la encuesta

- **Objetivo de la encuesta:** Evaluar la viabilidad de desarrollar una aplicación móvil enfocada en rutinas de ejercicio físico complementadas con la recomendación de suplementos orgánicos. La encuesta busca identificar las preferencias, necesidades y expectativas del público objetivo en relación con el uso de este tipo de herramientas digitales
- **Universo:** El universo de la encuesta está compuesto por personas mayores de 18 años que tienen interés en el bienestar físico, realizan actividades deportivas o de entrenamiento de manera regular y/o consumen suplementos nutricionales,

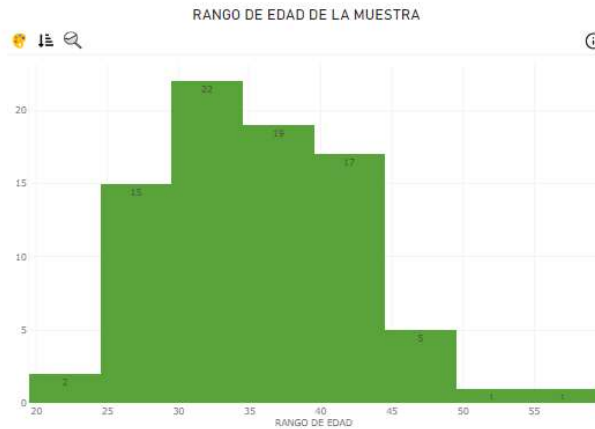
especialmente aquellos con un enfoque orgánico. Este grupo incluye tanto usuarios actuales de aplicaciones de ejercicio como aquellos que podrían estar interesados en adoptar una aplicación de este tipo en el futuro.

- **Muestra:** 82 personas.
- **Método de muestreo:** Muestreo aleatorio por conveniencia
- **Instrumento de recolección de datos:** Cuestionario estructurado, con preguntas cerradas de selección múltiple y abiertas para captura de datos.
- **Tipo de encuesta:** En línea, a través de formulario FORMS enviado a cada usuario vía WhatsApp.
- **Periodo de aplicación:** esta encuesta fue aplicada entre el 29 de septiembre y el 1 de octubre de 2024.
- **Margen de error:** La encuesta fue enviada a aproximadamente 100 personas, por lo cual para un margen de confianza de 95% tenemos por calculo estadístico un error del 4,3%. Calculado con <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-margen-de-error.html>
- **Nivel de confianza:** 95%
- **Software utilizado para el análisis:** SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) de IBM y Power BI para la visualización de los datos

Los resultados de la encuesta aplicada y su análisis se estructuran a continuación:

Figura 41.

Histograma de rango de edades de la muestra.

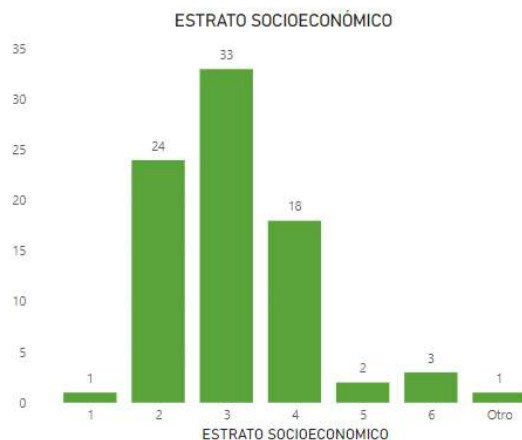


Nota. La figura muestra el rango de edades de las personas que respondieron la encuesta lanzada. Elaboración propia

La figura 41 nos muestra que la media de edad de las personas que respondieron esta encuesta se encuentra en el rango de edad entre los 30 y 45 años. Las personas en este rango de edad tienden a estar más enfocadas en mantener un estilo de vida saludable, equilibrando sus responsabilidades laborales y personales con rutinas de ejercicio. Además, suelen tener una mayor conciencia sobre la importancia de una nutrición adecuada y productos naturales, como los suplementos orgánicos, para apoyar su bienestar físico.

Figura 42.

Estrato socioeconómico de la muestra.

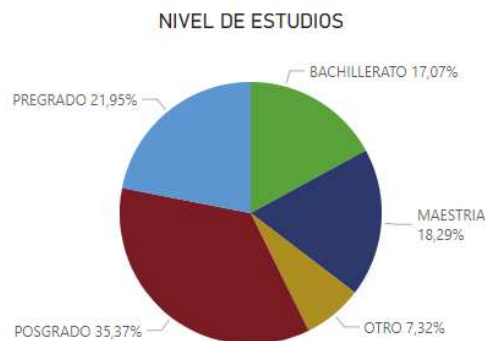


Nota. La figura muestra el estrato socioeconómico de las personas que respondieron la encuesta lanzada. Elaboración propia.

La figura 42 evidencia que la media de las personas encuestadas pertenece al estrato socioeconómico 3 lo que indica que la mayoría de los encuestados pertenecen a un nivel socioeconómico medio. Este grupo representa el principal segmento objetivo para la app, ya que combina un interés en el bienestar físico con una capacidad adquisitiva adecuada para consumir productos y servicios relacionados, como suplementos orgánicos y aplicaciones de entrenamiento. Además, el gráfico sugiere que los usuarios de este estrato son más dados a adoptar nuevas tecnologías que faciliten su rutina de ejercicio y nutrición.

Figura 43.

Nivel de estudios de la muestra.



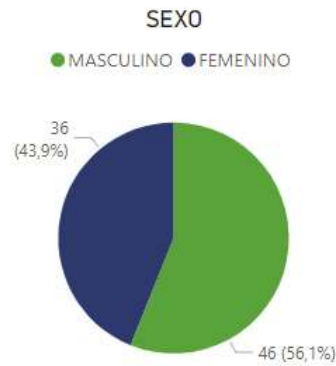
Nota. La figura muestra el nivel educativo de las personas que respondieron la encuesta lanzada. Elaboración propia

La figura 43 nos ayuda a entender que el 75,6% de nuestra muestra encuestada, se encuentra realizando algún estudio universitario (pregrado, posgrado o maestría). Este grupo educativo suele estar más informado sobre los beneficios de un estilo de vida saludable, el uso de suplementos orgánicos y la importancia de mantenerse en forma.

Además, es más probable que valoren el uso de herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles, para optimizar su rutina de ejercicios y mejorar su bienestar general

Figura 44.

Sexo de la muestra.

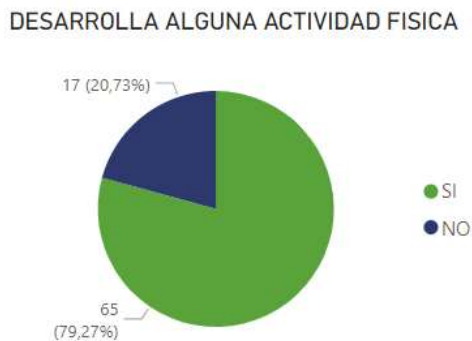


Nota. La figura muestra la distribución por sexo de las personas que respondieron la encuesta lanzada. Elaboración propia

La figura 44 representa la distribución de los potenciales usuarios de la aplicación de ejercicios con suplementos orgánicos según su género. La población está dividida en un 56,1% de hombres y un 43,9% de mujeres, lo que sugiere que la app debe ofrecer características que atiendan las necesidades específicas tanto de hombres como de mujeres.

Figura 45.

Desarrollo de alguna actividad física por parte de la muestra.

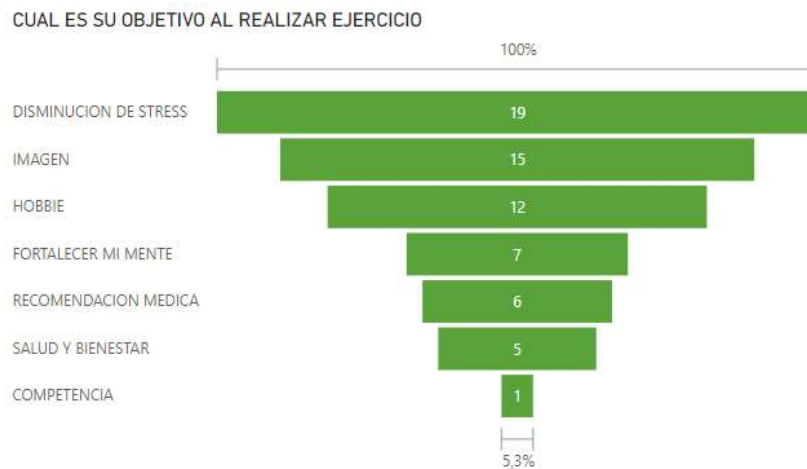


Nota. La figura muestra la distribución por sexo de las personas que respondieron la encuesta lanzada. Elaboración propia

La figura 45 muestra la distribución de los potenciales usuarios de la app, según su nivel de actividad física. Un 79,27% de los encuestados realizan alguna actividad física de manera regular, lo que indica que la mayoría de los posibles usuarios ya tienen hábitos de ejercicio establecidos. Este dato es clave, ya que demuestra que el público objetivo de la app está compuesto en su mayoría por personas activas, interesadas en mejorar su rendimiento y complementar su rutina con recomendaciones personalizadas, como el uso de suplementos orgánicos. Esta tendencia resalta una gran oportunidad para la aplicación, dado que existe un público predispuesto a incorporar nuevas herramientas que optimicen su estilo de vida saludable.

Figura 46.

Objetivos al realizar ejercicio físico de la muestra.



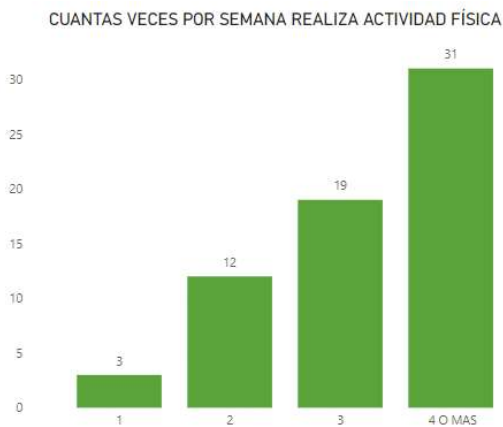
Nota. La figura muestra los principales objetivos que tienen las personas al realizar ejercicio. Elaboración propia

En la figura 46 se presentan los principales objetivos de los potenciales usuarios al realizar actividad física. Estos resultados indican que la mayoría de las personas buscan en el ejercicio no solo beneficios físicos, sino también un equilibrio emocional y recreativo.

La disminución del estrés, como el principal motivo, sugiere que muchos usuarios perciben el ejercicio como una herramienta clave para manejar la tensión diaria. El interés en mejorar la imagen personal indica que un segmento significativo se preocupa por su apariencia física, lo que refuerza el atractivo de la aplicación para aquellos interesados en combinar ejercicio con productos naturales, como los suplementos orgánicos, para maximizar sus resultados. Finalmente, aquellos que ven el ejercicio como un hobby reflejan una actitud positiva hacia el bienestar general, lo que convierte a este grupo en usuarios potencialmente fieles de la app.

Figura 47.

Número de veces por semana en las que realiza actividad física



Nota. La figura muestra la frecuencia con la que las personas encuestadas realizan actividad física. Elaboración propia

La mayoría de los encuestados reportó ejercitarse **4 o más veces por semana**, lo que refleja un alto nivel de compromiso con su rutina de entrenamiento. Este dato es relevante para la viabilidad de la app, ya que indica que el público objetivo está compuesto por

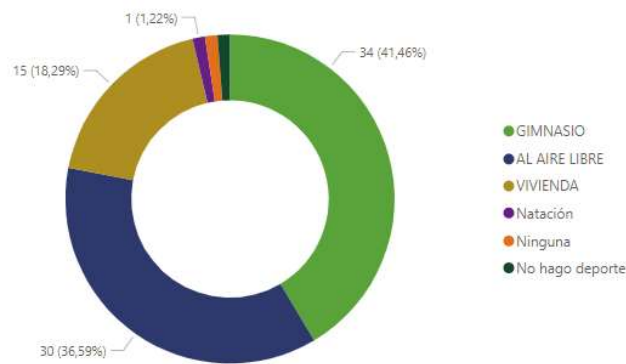
personas con hábitos de ejercicio bien establecidos y una dedicación constante a su bienestar físico.

Este grupo de usuarios frecuentes es más propenso a buscar herramientas que optimicen su rendimiento, y que complementen su estilo de vida activo. La alta frecuencia de ejercicio también sugiere una mayor disposición a invertir en productos y servicios que mejoren sus resultados y mantengan su motivación.

Figura 48.

Lugar donde se realiza actividad física

EN QUE LUGAR REALIZA LA ACTIVIDAD FISICA



Nota. La figura muestra los lugares donde las personas encuestadas prefieren realizar actividad física. Elaboración propia

El gimnasio es el lugar preferido por la mayoría, lo que indica que muchos usuarios valoran el acceso a equipos especializados y un entorno dedicado al entrenamiento.

Sin embargo, una proporción significativa también realiza ejercicio al aire libre, lo que resalta el interés por disfrutar de la naturaleza y aprovechar áreas abiertas para mantenerse en forma.

Por último, un número considerable de personas elige ejercitarse en su vivienda, reflejando la tendencia hacia entrenamientos más flexibles y adaptados a la rutina diaria, especialmente tras el auge de apps que ofrecen la posibilidad de realizar ejercicios en casa.

Estos hallazgos sugieren que la app debe ofrecer una variedad de rutinas que se adapten a estos tres escenarios. La capacidad de personalizar los entrenamientos según el lugar de ejercicio, junto con recomendaciones de suplementos orgánicos adecuados para cada entorno, será clave para atraer a este diverso grupo de usuarios.

Figura 49.

Uso de una app móvil para realizar entrenamiento físico



Nota. La figura muestra la distribución de las personas que respondieron la pregunta de uso de una app móvil para el desarrollo de actividad física. Elaboración propia

La figura ilustra el interés de los potenciales usuarios en utilizar una aplicación móvil para hacer ejercicio, revelando que un **79,27%** de los encuestados se mostraría dispuesto a adoptar esta tecnología en su rutina de entrenamiento

El alto interés en utilizar una app móvil resalta la tendencia creciente de los consumidores hacia soluciones que integren tecnología en sus hábitos de ejercicio, lo que ofrece una oportunidad favorable para el desarrollo de la aplicación.

Los usuarios potenciales pueden estar buscando funcionalidades como rutinas personalizadas, seguimiento de progresos, consejos sobre nutrición, y recomendaciones de suplementos orgánicos que complementen su régimen de entrenamiento

Figura 50.

Intereses alrededor de una app móvil para realizar entrenamiento físico



Nota. La figura muestra las preferencias de las personas que respondieron la pregunta de que les gustaría encontrar en una app móvil para el desarrollo de actividad física. Elaboración propia

La figura 50 presenta las sugerencias más relevantes para el desarrollo de una aplicación móvil destinada a la práctica de ejercicios, destacando que un **63,5%** de los encuestados considera prioritario que la app ofrezca rutinas efectivas y que sea intuitiva.

Esta preferencia indica que los potenciales usuarios buscan una experiencia de uso que no solo garantice resultados en su entrenamiento, sino que también facilite la navegación y la interacción con la aplicación.

Este hallazgo resalta la necesidad de equilibrar tanto la funcionalidad como la usabilidad en el desarrollo de la aplicación, para maximizar la satisfacción y la retención de los usuarios.

Figura 51.

Valor que está dispuesto a pagar el usuario por una app móvil para realizar entrenamiento físico



Nota. La figura muestra el valor que los usuarios están dispuestos a pagar por una app móvil para el desarrollo de actividad física. Elaboración propia

La figura 51 muestra las expectativas de pago de los potenciales usuarios de la aplicación, revelando que el **64,3%** de los encuestados está dispuesto a pagar entre **10.000 y 50.000 pesos** por el servicio. Este segmento representa la mayoría, lo que indica que existe un mercado considerable que busca opciones accesibles y asequibles para mejorar su rutina de ejercicio a través de la tecnología.

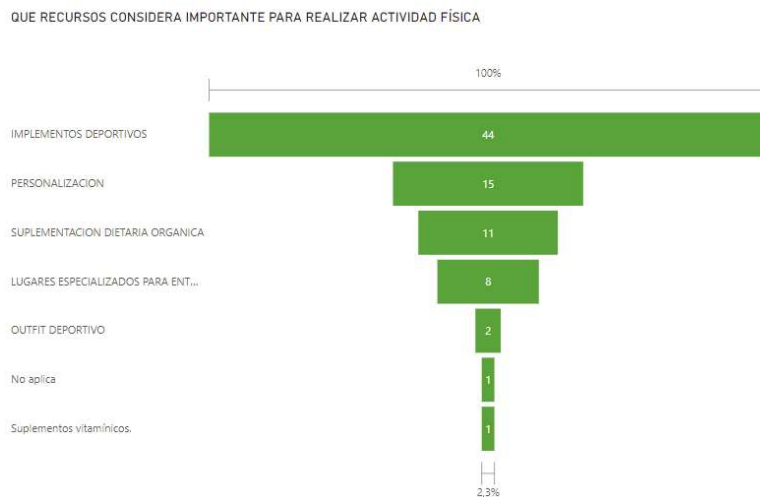
Además, un **30,4%** de los encuestados está dispuesto a pagar entre **50.000 y 100.000 pesos**, lo que sugiere que hay un grupo significativo de usuarios que valora aún más las funcionalidades y beneficios adicionales que una app podría ofrecer.

Este interés en una gama más alta de precios puede estar relacionado con la percepción de que una inversión mayor se traduce en un mayor valor, como rutinas más personalizadas, asesoramiento especializado, o acceso a contenido exclusivo.

La app debería considerar la creación de diferentes niveles de suscripción o características premium que atiendan ambos segmentos del mercado, garantizando así una mayor aceptación y una base de usuarios más amplia.

Figura 52.

Recursos que se consideran importantes para realizar actividad física



Nota. La figura muestra los recursos que los encuestados consideran importantes para realizar actividad física. Elaboración propia

La figura 52 muestra los recursos que los potenciales usuarios de la aplicación consideran más importantes para realizar actividad física. Un **85,3%** de los encuestados

destaca la relevancia de los **implementos deportivos**, la **personalización de rutinas** y la **suplementación dietaria orgánica** como los elementos clave para tener en cuenta.

Los implementos deportivos, como pesas, bandas de resistencia o equipamiento básico, son esenciales para muchos usuarios, lo que indica que la app podría beneficiarse al incluir recomendaciones o guías para el uso efectivo de estos accesorios.

La **personalización** de las rutinas es otro factor crucial, ya que los usuarios buscan entrenamientos adaptados a sus necesidades y objetivos específicos, lo que resalta la importancia de que la app ofrezca planes individualizados que se ajusten a diferentes niveles de experiencia y metas.

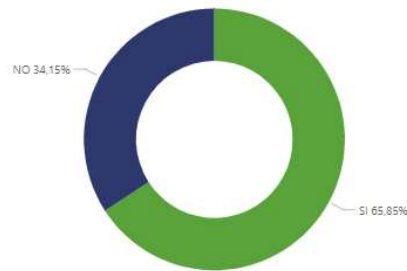
Finalmente, la **suplementación dietaria orgánica** representa una parte integral de este enfoque, reflejando el interés creciente en productos naturales que complementen el ejercicio y promuevan un bienestar general.

Esto refuerza la idea de que la app debe incorporar recomendaciones personalizadas de suplementos orgánicos, alineadas con las rutinas de los usuarios, para maximizar los resultados.

En conjunto, estos hallazgos sugieren que la app debe integrar estos tres aspectos para atraer y retener a los usuarios, ofreciendo una experiencia completa que abarque tanto el entrenamiento físico como el apoyo nutricional orgánico.

Figura 53.

Uso de suplementos dietarios orgánicos para acompañar el entrenamiento

UTILIZARIA SUPLEMENTOS DIETARIOS ORGANICOS PARA
ACOMPANAR SU RUTINA DE ENTRENAMIENTO

Nota. La figura muestra el porcentaje de personas encuestadas que utilizaría suplementos dietarios orgánicos para acompañar su entrenamiento. Elaboración propia

La figura 53 muestra que un **65,8%** de los encuestados estaría dispuesto a utilizar **suplementos orgánicos** como complemento de su rutina de entrenamiento. Este dato sugiere una fuerte inclinación de los potenciales usuarios hacia productos naturales que respalden su rendimiento físico y mejoren su bienestar general.

El alto interés en el uso de suplementos orgánicos refleja una tendencia creciente hacia alternativas más saludables y sostenibles en la nutrición deportiva. Esta preferencia resalta una gran oportunidad para la app, ya que podría diferenciarse ofreciendo recomendaciones personalizadas de suplementos orgánicos en función de las rutinas de ejercicio y los objetivos individuales de cada usuario. Integrar esta funcionalidad no solo atendería a la demanda de la mayoría de los usuarios, sino que también reforzaría el valor percibido de la aplicación como una herramienta integral para el fitness y la nutrición.

Figura 54.

Motivo por el cual no realiza actividad física



Nota. La figura muestra los motivos por los cuales las personas no hacen ejercicio.

Elaboración propia

La figura 54 muestra que un **68,7%** de los encuestados señala la **falta de tiempo** como el principal motivo por el que no realizan ejercicio de manera regular. Este dato revela que, aunque hay interés en el ejercicio físico, muchas personas enfrentan dificultades para integrar una rutina de entrenamiento en sus horarios ocupados, lo que sugiere una barrera importante que debe abordarse.

Este hallazgo es clave para el desarrollo de la aplicación, ya que resalta la oportunidad de diseñar soluciones adaptadas a personas con agendas apretadas. La app podría ofrecer rutinas rápidas y efectivas, que se ajusten a diferentes niveles de disponibilidad, o programas de entrenamiento flexibles que se puedan realizar en intervalos cortos, ya sea en casa, al aire libre o en el gimnasio. Al facilitar el acceso a ejercicios adaptados a sus necesidades, la app podría atraer a este segmento significativo de potenciales usuarios.

Figura 55.

Sugerencias de los usuarios para la app de ejercicio

TIENE ALGUNA OTRA SUGERENCIA PARA LA APP

Dieta y alimentos para bajar de peso
Consejos prácticos para principiantes
Control de frecuencia y ritmo
Control diario de la actividad física
diferentes planes enfocados a lo que se desee realizar
En forma en 30 días
Evaluación fotográfica, seguimiento semanal de la evolución con un profesional, ajuste de la dieta según evolución y objetivos.
Funcionaría mucho tener entrenamiento funcional online en vivo, para corrección de posturas (se pueden hacer grupales)
Geo localización, mapa en 3D
Histórico de entrenamientos y estímulos y alertas de acuerdo al uso dado.
Métricas, acceso a nutricionistas profesionales, lectura de exámenes médicos-deportivos
N/A
Ninguna
No
No me interesa
Normalmente he usado app en el pasado y no me han gustado, creo que nada como ir directamente al gym. Pero si es un app que complementa las actividades del gym me llamaría la atención.
Que cuente con diferentes alternativas de entrenamiento (yoga, pilates, rutinas de gimnasio , meditación , etc)
Que sea interactiva y existan videos para el entrenamiento
Que siempre esté actualizada
Recordatorio diario de las rutinas alimenticias y de entrenamiento
Retos mensuales para motivarlo a continuar
Running
Sin anuncios
Smart fit
Sportacus App
Valoración on line, Tablero de objetivos de acuerdo a mis condiciones físicas y Estadísticos de mi evolución

Nota. La figura muestra las respuestas a la pregunta abierta de la encuesta