

ESTRUCTURA DE COSTES

Estructura de costes del modelo de negocio

La estructura de costes del entrenador personal con inteligencia artificial engloba todos los gastos necesarios para el desarrollo, funcionamiento y crecimiento de la plataforma. Estos costes se dividen en diferentes áreas que permiten garantizar un servicio eficiente, seguro y de calidad para los usuarios.

En primer lugar, se encuentran los costes tecnológicos, que son fundamentales para el funcionamiento de la plataforma. Estos incluyen el desarrollo inicial de la aplicación y sus mejoras continuas, así como el uso de licencias de software y APIs de inteligencia artificial. También es necesario contar con servidores y servicios de almacenamiento en la nube que aseguren un rendimiento estable, además de realizar tareas constantes de mantenimiento técnico y actualizaciones. A esto se suman los gastos relacionados con la ciberseguridad y la protección de los datos de los usuarios, un aspecto clave para generar confianza y cumplir con la normativa vigente.

Por otro lado, los costes de personal representan una parte esencial del modelo de negocio, ya que el servicio depende del conocimiento y la experiencia de distintos profesionales. En este apartado se incluyen los entrenadores personales encargados de crear y validar el contenido de los planes de entrenamiento, los desarrolladores y programadores responsables de la plataforma, y los especialistas en inteligencia artificial y análisis de datos. Asimismo, es necesario contar con personal de atención al cliente y soporte técnico, así como con un equipo dedicado al marketing y a la gestión de las redes sociales.

Los costes de marketing y ventas están orientados a la captación y conversión de usuarios. Estos gastos abarcan la inversión en publicidad digital a través de plataformas como Meta Ads, Google Ads o TikTok Ads, así como las colaboraciones con influencers y profesionales del sector fitness. También se consideran los costes asociados a la creación de contenido audiovisual, diseño gráfico y redacción de textos, además del uso de herramientas de CRM y automatización. Las promociones y descuentos forman parte de esta categoría como estrategia para atraer y fidelizar clientes.

En cuanto a los costes operativos, estos hacen referencia a los gastos necesarios para la organización y gestión diaria del negocio. Incluyen el uso de herramientas de gestión y comunicación interna, los gastos administrativos y legales, el mantenimiento del dominio web y el servicio de hosting, así como las suscripciones a diferentes herramientas digitales. En caso de disponer de un espacio físico, también se contemplan los costes de oficina.

Por último, se deben tener en cuenta los costes legales y regulatorios, que garantizan el correcto cumplimiento de las normativas y la protección legal de la empresa. En este apartado se incluyen los servicios de asesoría legal, el cumplimiento de la normativa de protección de datos, la contratación de seguros de responsabilidad profesional y el registro de la marca y la propiedad intelectual. Además, existen costes variables que dependen del número de clientes, como el uso incremental de la inteligencia artificial

por usuario, el soporte personalizado, las comisiones de las pasarelas de pago y la actualización continua de los planes de entrenamiento.