



Más allá de la Rutina: Cómo entender el propósito real de tus clientes!

Comprender el "*Trabajo por hacer*" para transformar el servicio y conectar Mejor con los clientes

Para uso en gimnasios y programas de entrenamiento personal

Introducción

(Jobs to be Done) El trabajo que debe hacerse

La mayoría de los entrenadores creen que sus clientes los contratan para entrenar, perder peso o mejorar su condición física. Pero en realidad, esas son solo soluciones superficiales.

Detrás de cada meta existe un motivo más profundo, una necesidad humana, un progreso deseado en la vida diaria. Ahí es donde entra el verdadero trabajo del entrenador moderno.

Esta guía nace del enfoque de **Jobs To Be Done (JTBD)**, una técnica de entrevista y análisis creada por profesores de Harvard que busca descubrir los "trabajos" que las personas "contratan" ya sean productos o servicios para obtener algo a cambio.

Es una metodología que nos invita a hacernos una pregunta esencial:

"¿Qué trabajo real está tratando de recibir mi cliente cuando me contrata?"

Cuando un cliente paga por un entrenador, no está comprando una sesión, está contratando un proceso para resolver un obstáculo, aliviar un dolor, alcanzar un futuro deseado o sentirse de una manera específica.

Ese es el trabajo que quiere que tú hagas por él.

- Tal vez busca estructura porque se siente perdido.
- Tal vez busca disciplina porque siente que no puede sostener hábitos solo.
- Tal vez está buscando apoyo emocional, seguridad física o un espacio donde sentirse capaz y acompañado.
- O tal vez quiere recuperar una identidad que perdió: "la persona fuerte", "la persona saludable", "la persona que sí cumple".
- Cuando entendemos esto, dejamos de ser instructores que ponemos ejercicios y nos convertimos en **solucionadores de problemas reales**, en **estrategas del comportamiento**, en **guías de transformación**.

Esta guía te ayudará a:

- Identificar el trabajo oculto por el cual tus clientes realmente te contratan.
- Hacer las preguntas correctas para descubrir motivaciones profundas.
- Entender qué barreras emocionales y prácticas frenan el cambio.
- Conectar tu conocimiento técnico con lo que verdaderamente importa para cada persona.
- Crear experiencias de entrenamiento que resuelvan problemas reales, no supuestos.

A medida que leas, verás que no se trata de tener más conocimientos técnicos, sino de desarrollar una habilidad más valiosa: **comprender profundamente a las personas para ayudarlas a crear hábitos que transformen su vida dentro y fuera del gimnasio.**

Si estás listo para entrenar con más claridad, propósito y estrategia, esta guía te mostrará el camino.



I. Que se hace actualmente y que debe cambiar

Aún hay entrenadores que creen que el cliente "compra entrenamientos" porque quiere:

- bajar grasa
- ganar músculo
- aprender ejercicios
- seguir una rutina
- seguir una moda o tendencia

Pero esas son soluciones, no motivos profundos.

La verdad es que muy pocas personas se inscriben a un gimnasio porque aman levantar pesas o hacer cardio.

La mayoría lo hace para resolver un problema emocional, físico o psicológico más profundo.



Lo que necesitas empezar a practicar y saber aplicar como coach o entrenador es a:

- ✓ Comprender las **verdaderas razones** por las que un cliente "contrata" tus servicios.
- ✓ Construir **confianza, prestigio y retención**.
- ✓ Desarrollar habilidades de **empatía** y comunicación.
- ✓ Diferenciarte del 90% de entrenadores que solo "ponen rutinas".
- ✓ Conectar mejor con sus necesidades reales.





2. ¿Qué es el "(JTBD) Job To Be Done"? Y porque aplica en los gimnasios?

Su traducción al español sería algo como: "El trabajo que está por hacerse". Y básicamente es un método para entender el *trabajo* que un cliente quiere obtener o lograr cuando compra un producto o servicio.

Ejemplo clásico:

El cliente no quiere un taladro. Quiere un agujero.

Por eso *contrata* al taladro.

En un gimnasio:

El cliente no quiere pesas.

No quiere rutinas.

No quiere repeticiones.

El cliente quiere lo que esas cosas le permiten conseguir.

3. ¿Qué "trabajos" están contratando realmente tus clientes?

Aquí tienes los principales "Jobs To Be Done" o trabajos por realizar que motivan a las personas a buscar a un entrenador:

3.1 "Jobs" o trabajos funcionales

(lo que tus clientes quieren lograr físicamente):

- Aliviar dolor corporal (espalda, hombros, rodillas, ciático).
- Mejorar energía para el trabajo y la vida diaria.
- Aprender a entrenar con seguridad.
- Sentirse más fuertes y estables.
- Recuperar movilidad y confianza corporal.

3.2 "Jobs" o trabajos emocionales

(cómo quieren tus clientes que cambie su mundo interno):

- Sentirse más atractivos o deseables.
- Recuperar confianza después de una pérdida o ruptura.
- Dejar de sentirse débiles, lentos o "viejos".
- Manejar mejor el estrés.
- Sentirse acompañados, escuchados y apoyados.

3.3 "Jobs" o trabajos sociales

(cómo quieren tus clientes ser percibidos):

- Ser vistos como disciplinados.
- Inspirar a sus hijos o familia.
- Encajar en un grupo social.
- Demostrar que pueden lograr algo importante.

3.4 "Jobs" o trabajos existenciales

(más profundos):

- Evitar un futuro de enfermedades o limitaciones.
- No repetir la historia de familiares enfermos.
- Aceptar mejor su cuerpo y su mortalidad.
- Sentir que están tomando control de su vida.

4. El error común: entrenadores que "idealizan" la técnica

Muchos entrenadores creen que el valor está en:

- ✗ la rutina perfecta
- ✗ cuántas series y repeticiones
- ✗ superseries, tempos, variaciones
- ✗ la técnica milimétrica

Todo esto es útil... pero la mayoría de clientes no contratan a un ingeniero del entrenamiento.

Contratan un guía!



Alguien que:

- ✓ los escuche
- ✓ los observe
- ✓ los ayude a sentirse mejor
- ✓ les enseñe a confiar en su cuerpo
- ✓ les reduzca dolor físico y emocional
- ✓ los acompañe a generar un cambio real



5. Cómo descubrir el "Job To Be Done" de cada cliente

(Mini-entrevista práctica, lista para usar)

Usa estas 7 preguntas al inicio o durante tu proceso:

01

"¿Qué estaba pasando en tu vida que te hizo buscar un entrenador?"

02

"¿Qué te gustaría poder hacer que ahora sientes que no puedes?"

03

"¿Cómo te gustaría sentirte en tu cuerpo dentro de 3 meses?"

04

"¿Qué es lo que más te frustra de tu salud o tu cuerpo ahora mismo?"

05

"¿Qué has probado antes y por qué crees que no funcionó?"

06

"¿Qué cambiaría en tu vida si lograras tus objetivos?"

07

"¿Qué te da miedo o qué te preocupa de este proceso?"

08

"¿Cómo te gustaría que fuera la relación con tu entrenador qué tipo de acompañamiento o guía te interesaría recibir?"

Con esto obtienes:

- razones funcionales
- motivaciones emocionales
- barreras psicológicas
- expectativas reales
- historias del cliente
- y algo muy importante su "porque"

Este es el **oro oculto** que la mayoría de entrenadores nunca escucha.

6. Cómo traducir el "Trabajo" que tu cliente contrató en tu servicio

Ejemplo 1 – El cliente quiere "dejar de sentir dolor de espalda" (job funcional)

Tu servicio debe enfocarse en:

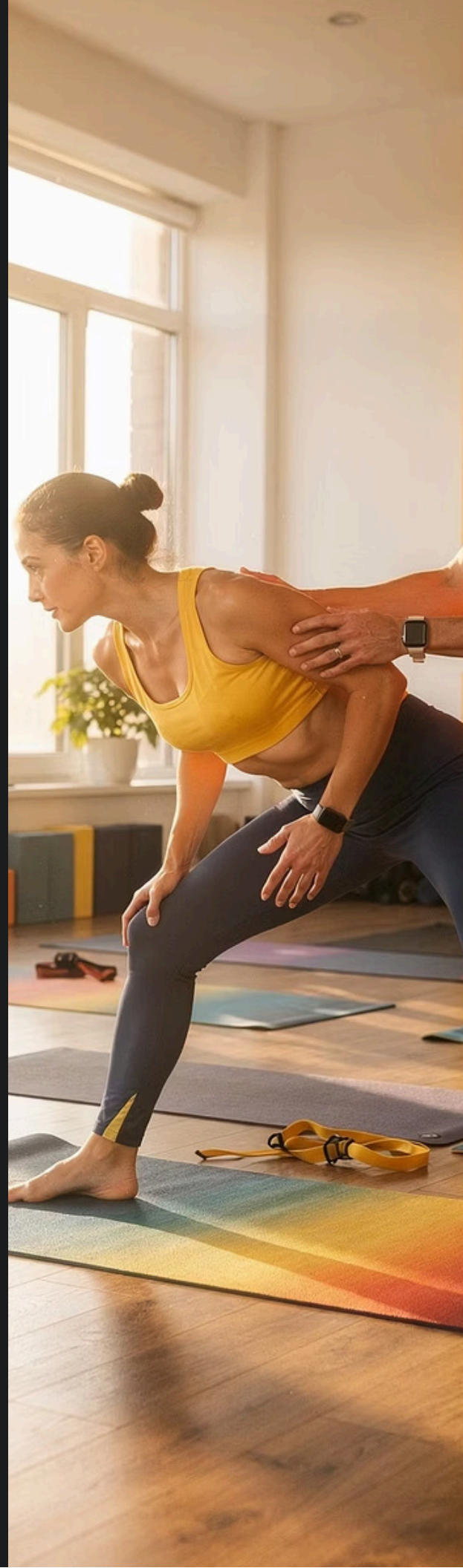
- movilidad suave
- patrones básicos
- educación de postura
- hábitos diarios
- fuerza progresiva

Forma en la que debes comunicarte:

✨ "Mi objetivo es que recuperes confianza en tu cuerpo".

Preguntas para profundizar y reforzar:

1. *"¿Qué actividades diarias te gustaría volver a hacer sin dolor y por qué son importantes para ti?"*
2. *"¿Qué cambios has notado en tu cuerpo desde que empezamos, incluso si son pequeños?"*



Ejemplo 2 – El cliente quiere "sentirse atractivo otra vez" (job emocional)

Tu servicio debe enfocarse en:

- refuerzos positivos
- métricas no físicas
- entrenamiento seguro que evite lesiones
- pequeñas victorias visibles

Forma en la que debes comunicarte:

✨ "Vamos a hacer que vuelvas a sentirte orgulloso frente al espejo."

Preguntas para profundizar y reforzar:

1. *"¿Qué significa para ti sentirte atractivo? ¿Cómo sabremos juntos que estás avanzando hacia eso?"*
2. *"¿Qué momentos recientes te han hecho sentir un poco mejor contigo mismo?"*



Ejemplo 3 – El cliente quiere "evitar enfermarse como sus padres" (job existencial)

Enfoque:

- hábitos sostenibles
- sueño, estrés, movilidad
- progresiones lentas y seguras
- educación sobre longevidad

Forma en la que debes comunicarte:

✨ "Vamos a construir la versión fuerte y duradera de ti para los próximos 20 años."

Preguntas para profundizar y reforzar:

1. *"¿Qué aspectos de tu salud futura te preocupan más y qué te gustaría asegurar para tu vida a largo plazo?"*
2. *"¿Qué hábitos pequeños te gustaría empezar a fortalecer para sentirte más en control de tu bienestar?"*



7. Habilidades clave del entrenador moderno



1. Escucha activa

No interrumpas, refleja, valida.



2. Observación del lenguaje corporal

Hay dolores y miedos que no se hablan, pero se ven.



3. Hablar el idioma del cliente, no el del entrenador

Ellos no hablan de *ROM*, *hipertrofia*, *estímulos*, *cargas progresivas*.

Hablan de *dolores*, *cansancio*, *inseguridades*, *miedo a lesionarse*.



4. Comunicación orientada a la calma

El cliente quiere sentirse seguro, no impresionado.



5. Coaching, no solo entrenamiento

Guía, no solo instruyas.

Explica, pero también pregunta.

Compenetra y conecta emocionalmente.

8. Tres preguntas que los clientes hacen sobre ti



1. Te preocupas por mi?

Si aprendes a preocuparte por otros, puedes conectar con ellos, puedes ayudarlos.

Por lo tanto puedes hacer aún mejor tu vida y de la vida de ellos también.



2. Puedes ayudarme?

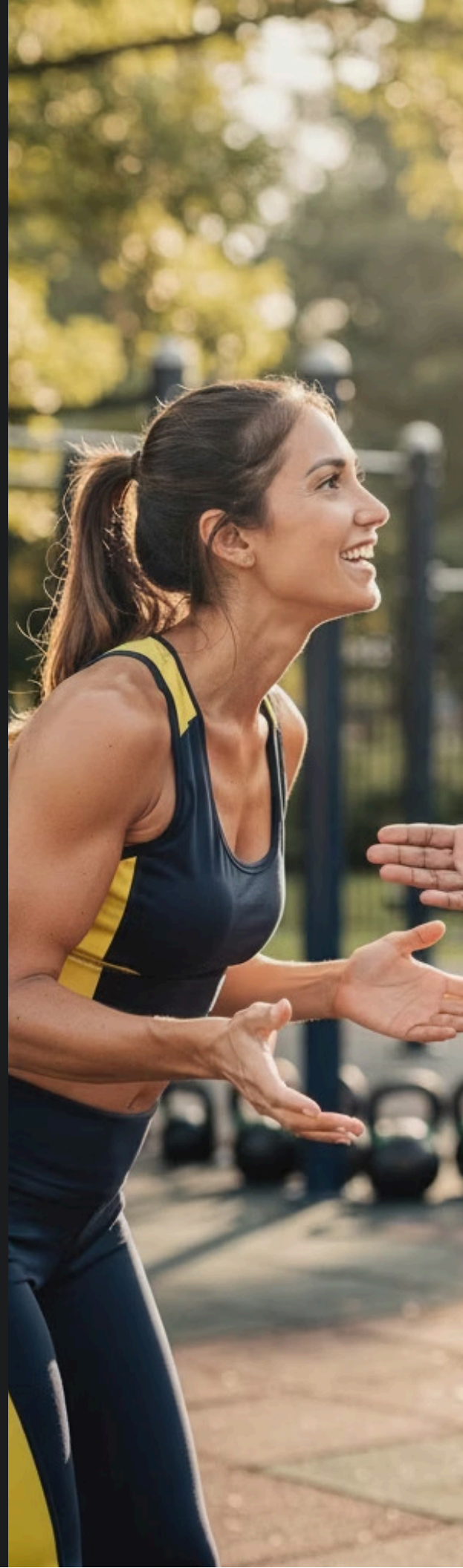
Ayudando a los demás te ayudas a ti mismo, si elevas a otros a un nivel más alto, ellos te elevarán simultáneamente también.

Si quieres tener la atención de alguien, muéstrales que los puedes ayudar.



3. Puedo confiar en ti?

Si realmente quieres ayudar a las personas, si realmente te preocupas por ellas, conectar se convertirá en algo natural y menos mecánico, las personas lo notarán y empezarán a confiar en tí.



9. Preguntas claves de cambio de estrategia para el equipo de Marketing y Publicidad.

Que porcentaje de nuestros clientes están "contratando" un coaching o entrenamiento después de un evento "desencadenante" significativo?

Te sirve para descubrir y analizar más a profundidad las verdaderas razones por las cuales los clientes se inscriben en un programa de coaching o entrenamiento.

Que tipos de eventos "desencadenantes" pudieron llevar a alguien a "contratar" un programa de coaching o de entrenamiento?

Te sirve para tener más claridad sobre cuales fueron estos eventos y como dirigir y enfocar mejor el estilo de entrenamiento y comunicación con el cliente.

¿Qué pasaría si empezáramos a comunicarnos de manera proactiva con las personas con más probabilidades de sufrir un evento "desencadenante"?

Se lograría una ventaja comparativa y competitiva

Posiblemente los costos de publicidad bajan mientras las conversiones aumentan

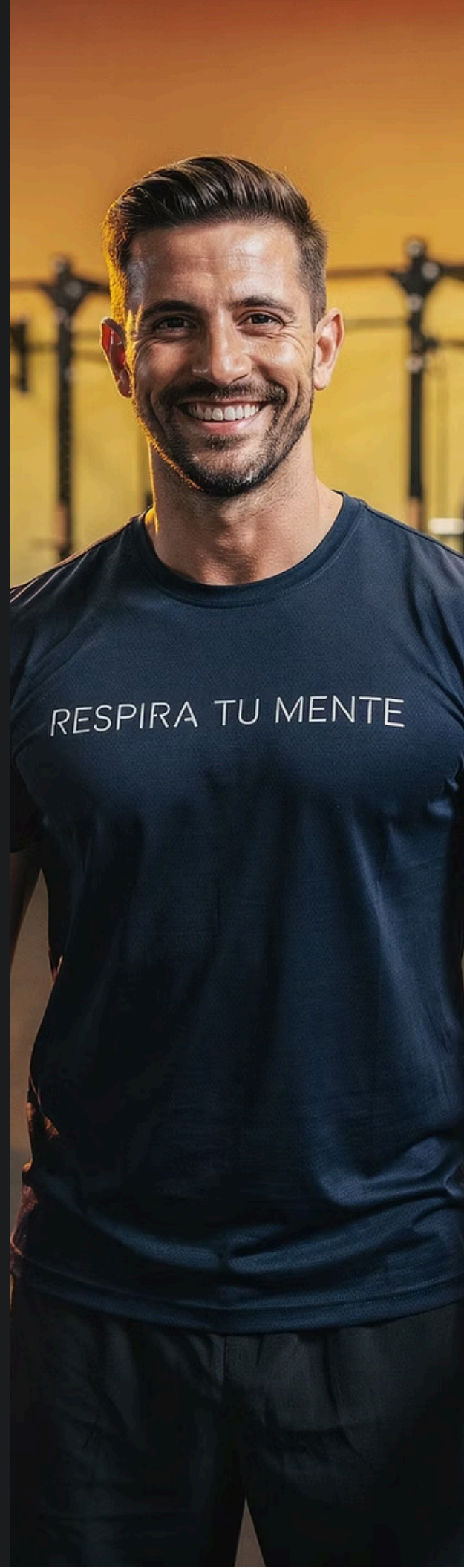
📌 *Un **trigger event** (evento desencadenante) en personas es una situación, palabra, recuerdo o estímulo que activa una respuesta emocional o física intensa y desproporcionada, conectando con un trauma pasado no resuelto, como si fuera una "herida" que se reactiva, generando miedo, ansiedad, ira o flashbacks, y es una señal para identificar traumas emocionales que necesitan ser sanados.*

10. ¿Cómo esta guía dará prestigio en tu gimnasio?

Cuando aplicas el Job To Be Done JTBD:

- ✓ Te vuelves el entrenador "que escucha".
- ✓ Tus clientes se sienten más comprendidos.
- ✓ Tus sesiones se vuelven más personalizadas.
- ✓ Tu retención sube.
- ✓ Hablan bien de ti sin que lo pidas.
- ✓ Eres visto como un profesional integral, no un "pone-rutinas".
- ✓ Tendrás mejor y más claridad en cuando a retroalimentaciones o aspectos a mejorar.

Esto te diferencia de inmediato en un mercado saturado.



II. ¿Cómo usar esta guía en tu gimnasio?

Sugerencias de uso:



Practica constante

Adapta las preguntas a la metodología o estilo de entrenamiento de tu gimnasio, prueba primero con clientes de confianza y ve haciendo los ajustes correspondientes en el camino hasta que encuentres la forma que más se ajuste a tu cultura



Reuniones internas

Socializa con otros entrenadores y colegas como conectan con sus clientes, y/o como pueden usar o mejorar el cuestionario JTBD en su metodología o sistema de entrenamiento.



Bienvenida a nuevos clientes

Incluye 3 preguntas de esta guía en la primera sesión de coaching o entrenamiento.



Capacitaciones presenciales

La guía sirve como "entrada" para que tú brindes:

- talleres de comunicación
- talleres sobre empatía
- talleres sobre dolor, movilidad y estrés
- talleres sobre salud emocional del cliente
- formación de entrenadores basada en comportamiento humano

12. ¿Qué se puede mejorar?

Solemos creer que los clientes son felices si pierden peso, si mejoraron los marcadores de salud, y si mejoraron la calidad de su vida, especialmente si intentaron y fallaron usando otros programas anteriormente.

Sin embargo, existen otras razones por las cuales los clientes no se sienten satisfechos con los resultados. Aunque perder peso es un gran logro, tal vez no fue lo suficiente para sentirse satisfechos.

Se pudieron haber logrado buenos resultados físicos, pero se perdió una batalla importante que era haber establecido relaciones significativas y duraderas con el cliente.

Relaciones donde el cliente haya sentido que su inversión tuvo sentido.

Relaciones donde se le hubiera elogiado y celebrado como les cambió la vida.



Muchas veces se pierden estas batallas porque hacemos muchas suposiciones, en lugar de saber adivinamos, en lugar de hacer preguntas caíamos en clichés.

Las motivaciones de las personas están normalmente ocultas tan profundo que incluso ellos no conocen cuales son sus motivaciones hasta que alguien estratégicamente las descubre.

Únicamente asumiendo menos, haciendo preguntas estratégicas, y escuchando atentamente podremos darnos cuenta de la razón verdadera por la cual se inscribieron o registraron en un programa de entrenamiento.

Cuando un entrenador entiende que su trabajo NO es enseñar ejercicios, sino **ayudar a las personas a convertirse en quienes quieren ser**, su carrera cambia completamente.

La metodología **Jobs to Be Done** te hará:

1

un mejor profesional

2

un mejor comunicador

3

un entrenador más empático

4

y un referente dentro del gimnasio

Esta guía es el punto de partida.

Las capacitaciones y la práctica con propósito te permitirán profundizar en cada habilidad.

Conclusión

Ser entrenador es mucho más que diseñar rutinas, corregir posturas o contar repeticiones. Es entrar en la vida de otra persona, comprender sus miedos, sus metas, sus dudas y su historia... y acompañarla pacientemente a convertirse en alguien más fuerte, más seguro y más capaz.

Cuando te interesas realmente en el cliente y en un acompañamiento positivo incondicional, puedes ayudarlos a que transformen comportamientos, no solo cuerpos. Te conviertes en un guía, no en un instructor; en un compañero de viaje, no en un supervisor.

Cada conversación, cada pregunta reflexiva, cada pequeña victoria y cada paso es una oportunidad para afinar tu oficio, comprender a las personas y convertirte en el profesional que tus clientes realmente necesitan.

Tu trabajo tiene un impacto que va mucho más allá del cuerpo físico. Tienes la oportunidad de influir en la salud, la autoestima, la energía y la calidad de vida de quienes confían en ti.

La intención de esta guía es ayudarte a honrar esa responsabilidad con herramientas prácticas, una mirada más humana y una comprensión más completa de tu rol.

El futuro del entrenamiento no está en más certificaciones técnicas, sino en comprender mejor a las personas y en usar esa comprensión para diseñar servicios que realmente cambien vidas.

Interesarte genuinamente por ellos no solo mejora sus resultados: te convierte en el tipo de entrenador que cambia vidas, y ese es uno de los trabajos más noble que existe.

Porque al final, nuestra misión no es entrenar músculos... es entrenar seres humanos.



RESPIRA TU MENTE

[Respira tu Mente Instagram](#)

[Respira tu Mente LinkedIn](#)