

Propuesta de valor

Problema detectado:

- Durante un debate en el recreo del instituto, concluimos que lo más difícil del gimnasio no es el ejercicio en sí, como el press de banca o la sentadilla, sino dar el primer paso. Detectamos que la soledad es la principal barrera de entrada para muchos usuarios. A partir de ahí vimos una oportunidad de negocio.

Nuestra Solución:

- Pensamos y vimos la oportunidad de crear una aplicación que permite encontrar a tu compañero ideal con un solo click, conectándote a personas cercanas para realizar actividades deportivas. Además de poder ofrecer otros servicios como seguimiento, análisis de los productos que consumen, etc...
- **Diversidad:** No se limita solo al gimnasio, incluye: Hipertrofia, Crossfit, Running, Calistenia y Acondicionamiento físico.
- **Diferenciación:** A diferencia de otras apps, ofrecemos un enfoque integral que combina la conexión social con herramientas de salud.
- **Modelo Freemium:** Acceso gratuito a la red social y un plan Premium que incluye: Scanner alimenticio y dietas personalizadas y rutinas de seguimiento, experiencia sin publicidad y recetas exclusivas. Además por un precio extra podrás contratar consultorías online.

En resumen, no sólo ofrecemos la oportunidad de conectar con personas interesadas en el mundo del deporte. Además, al ser una experiencia freemium, con nuestro plan Premium puedes acceder a una versión sin publicidad, el scanner alimenticio, video consultorías con profesionales, dietas personalizadas, rutinas, seguimiento, recetas y mucho más.

¿Pero cómo hemos llegado a esto?

Hemos llegado a la conclusión de que somos únicos analizando a nuestros competidores, tanto los directos como los indirectos.

Competidores Directos

Estas empresas ofrecen una experiencia de conexión social para encontrar compañeros de entrenamiento, muy cercana a nuestro producto:

Gymder:

Aplicación integrada en la plataforma Trainingym diseñada para conectar usuarios de un mismo gimnasio, facilitando matches basados en intereses y horarios. Aunque su integración es global, tiene presencia significativa en España y Europa a través de Trainingym. Coincide directamente con nuestro modelo de emparejamiento social enfocado en entrenamiento acompañado.

GymPartner:

Connect Plataforma dedicada a encontrar compañeros de entrenamiento según nivel, objetivos y ubicación, con algoritmo de matching. Actualmente orientada a mercados anglosajones, pero accesible desde Europa y España. Muy similar en propuesta de valor: entrenamiento compartido y motivación social.

GymChat:

Red social para entusiastas del fitness que permite conectar con otros usuarios y planificar entrenos juntos. Freemium con suscripción Pro para funciones avanzadas de búsqueda y mensajería. Emparejamiento social orientado al mismo tipo de usuario que buscamos captar.

Competidores Indirectos:

Estas aplicaciones no están centradas exclusivamente en compañeros de gimnasio, pero compiten por la atención del mismo tipo de usuario interesado en socializar y mejorar su fitness:

FitMatch:

App de encuentros y comunidad para personas que comparten intereses fitness (no sólo entrenamiento). Aunque mezclan social/dating con deporte, compiten por atraer a usuarios interesados en social fitness.

N'joy:

Plataforma española para encontrar personas con intereses deportivos, con modo específico de entrenamiento. Aunque mezclan social/dating con deporte, compiten por atraer a usuarios interesados en social fitness.

Sweatt:

App orientada a personas que entran y buscan conexiones sociales (a menudo estilo dating). Su enfoque es la conexión (con potencial entrenamiento) pero con fuerte componente social/dating más que estrictamente compañero de gym. Estas no están diseñadas principalmente para buscar compañero de gym, pero fomentan interacción social y actividad física, por lo que distraen tiempo y atención de nuestro usuario objetivo:

Strava:

Plataforma de registro físico con funciones sociales (grupos, clubes, comparativas), muy popular para running y ciclismo. Aunque no empareja directamente para gym, compite por la socialización y motivación en fitness.

HeiaHeia:

App social de bienestar donde los usuarios pueden registrar actividades y animarse mutuamente. Ofrece comunidad y seguimiento que pueden reemplazar parcialmente la necesidad de buscar compañeros presenciales.

Meetup o Plataformas de Grupos Activos:

Aunque no es específico de fitness, Meetup y similares permiten organizar eventos/actividades deportivas, incluyendo sesiones de gym o entrenamiento conjunto. Facilita conexiones basadas en intereses físicos y sociales, aunque no tenga algoritmo de matching especializado.

Análisis de cuota de mercado

Gymder (Trainingym)

Integrado como funcionalidad social dentro de la app de *Trainingym*, no podemos confirmar con datos públicos: Número de usuarios activos de Gymder y la Cuota de mercado de Gymder dentro del mercado fitness o social. Gymder se distribuye a través de *centros de entrenamiento* que utilizan *Trainingym*, lo que probablemente limita su alcance en comparación con apps globales (p. ej., Strava) pero puede tener penetración relevante dentro de gimnasios que ya usan *Trainingym*.

GymPartner: Connect

Su sitio declara “5K+ usuarios activos”. Este número no está verificado externamente ni segmentado por región (España/EU). Con base en esa cifra, su cuota de mercado es extremadamente pequeña en comparación con apps generalistas de fitness.

GymChat

La app no muestra calificaciones significativas en Apple App Store (implica baja adopción visible). Por eso no podemos confirmar: Usuarios activos reales, descargas globales o regionales, cuota de mercado frente a otras apps fitness. Esto sugiere penetración limitada dentro del sector de apps de fitness, sin presencia destacada.

Strava

A diferencia de los otros competidores: Strava sí aparece en rankings de uso y descargas de mercado. Por ejemplo, fue una de las apps de fitness mejor descargadas en el mundo en 2025, con millones de descargas mensuales. En España mantiene presencia fuerte con millones de usuarios activos mensuales según datos de Sensor Tower (1.5–1.9 M estimados).

Strava domina el espacio fitness social y seguimiento de actividad, pero *no está enfocada* exclusivamente a encontrar compañeros de gym. Aun así, su cuota de mercado dentro del segmento general de apps de fitness es una de las más altas.

Otros (Mi Fitness, Yuka, VivaGym MyApp)

Las métricas disponibles (descargas y usuarios activos) muestran que estas apps tienen presencia en rankings de mercado de España. Pero no hay datos públicos que permitan comparar directamente su cuota de mercado con la de apps de *gym-matching*.

Conclusiones

Datos públicos verificados de cuota de mercado específica para los competidores directos de match de gym (Gymder, GymPartner, GymChat).

- El mercado español está muy fragmentado (más de 1.200 apps), lo que indica que las cuotas individuales de apps especializadas suelen ser pequeñas y difíciles de medir sin datos internos de los proveedores.

- A continuación, presentamos el resumen comparativo del Marketing Mix de Gymder, GymPartner: Connect y GymChat, limitado exclusivamente a Producto, Precio, Promoción y Distribución con afirmaciones basadas en información pública verificable de sus plataformas oficiales.

Elemento	Gymder	Connect	GymChat	Nuestra App (MYGYMBRO)
Producto	Integrado en Trainingym. Solo para socios de centros adheridos.	App independiente para matching por objetivos y nivel.	Red social fitness para networking y comunidad.	Matching inteligente + Nutrición + Seguimiento profesional.
Precio	B2B2C (incluido en la cuota del gimnasio)	Freemium (Básico gratis / Premium 9,99 €/mes)	Freemium (Básico gratis / Pro 2,99 USD/mes)	Freemium (Suscripción mensual competitiva).
Distribución	Indirecta a través de gimnasios.	Directa (App Store y Google Play).	Directa (App Store y Google Play).	Directa y alianzas con centros deportivos.
Promoción	Comunicación B2B dirigida a gimnasios: kits de lanzamiento, materiales físicos, emails y notificaciones internas para activar a socios.	Comunicación B2C basada en beneficios del entrenamiento acompañado, datos y testimonios.	Comunicación lifestyle, enfocada en la comunidad fitness, networking y conexiones sociales.	Estrategia híbrida B2B/B2C enfocada en la utilidad del partner: campañas de activación local en centros deportivos, marketing de contenidos sobre salud integral y programas de referidos para fomentar el efecto red.

Usuarios	Se desconoce (no es público)	5.000 usuarios activos mensuales	1,5 y 1,9 millones de usuarios activos mensuales.	6000 usuarios activos mensuales
-----------------	---------------------------------	----------------------------------	---	--

Una vez analizada la competencia,nos analizamos a nosotros mismos, mediante un análisis DAFO, para saber nuestra situación actual.Y posteriormente hicimos un análisis CAME, para corregir y aprovechar los resultados del DAFO.

ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

1. Como somos nuevos en el mercado, no somos conocidos, lo que dificulta la captación de usuarios frente a competidores consolidados.
2. Tenemos gran dependencia del efecto red, ya que el valor de la app aumenta con una masa crítica suficiente de usuarios activos.
3. La gran complejidad técnica del sistema de matching, que requiere inversión continua en desarrollo y mantenimiento, la cual será elevada.
4. Los costes operativos elevados asociados a la integración y gestión de servicios premium especializados.
5. Necesidad de generar confianza y seguridad en interacciones presenciales entre usuarios, lo que nos exige moderación y control adicionales.
6. Gestionar nutricionistas y video consultas reales implica una logística y costes altos.

AMENAZAS

1. Competencia indirecta de plataformas generalistas con gran base de usuarios que podrían incorporar funcionalidades similares.
2. La alta saturación del mercado de apps fitness, que dificulta la diferenciación y la visibilidad.
3. La confusión del usuario con apps de dating o redes sociales genéricas, lo que puede afectar al posicionamiento.
4. Los posibles cambios en hábitos de uso y baja adherencia a largo plazo en aplicaciones de salud y fitness.
5. Las exigencias legales y regulatorias relacionadas con protección de datos, privacidad y seguridad del usuario.

FORTALEZAS

1. Nuestra propuesta de valor diferenciada, basada en el *matching* inteligente de compañeros de gimnasio según objetivos, nivel, horarios y estilo de entrenamiento, inexistente de forma integrada en la mayoría de los competidores directos.
2. La especialización en el entorno del gimnasio, frente a apps fitness generalistas o redes sociales deportivas, lo que permite una experiencia más relevante y enfocada.
3. El enfoque en la motivación y la constancia, abordando una de las principales barreras para la práctica regular de ejercicio físico.
4. Nuestro modelo freemium escalable, que combina una base gratuita con servicios premium de alto valor añadido (nutrición, scanner alimenticio y gestorías online).
5. Alineación entre segmentación, producto y experiencia de usuario, facilitando personalización, retención y fidelización.

OPORTUNIDADES

1. Vacío competitivo en el mercado europeo de apps centradas exclusivamente en el *matching* de compañeros de gimnasio, lo que

significa que somos únicos.

2. El crecimiento sostenido del mercado de fitness digital y bienestar, que favorece la adopción de soluciones móviles especializadas.
3. La demanda creciente de soluciones integrales que combinen entrenamiento, nutrición y asesoramiento profesional.
4. La posibilidad de alianzas estratégicas con gimnasios, entrenadores personales, nutricionistas y profesionales del sector fitness.
5. Los avances en personalización y análisis de datos, que permiten mejorar el matching y la experiencia del usuario de forma continua.

ANÁLISIS CAME

CORREGIR (Debilidades)

1. Para corregir la falta de notoriedad de marca, deberemos implementar una estrategia de lanzamiento progresiva, apoyada en marketing digital segmentado, colaboraciones con gimnasios locales e incentivos por invitación que aceleren la captación inicial de usuarios.
2. Con el fin de reducir la dependencia del efecto red, es clave concentrar los esfuerzos en mercados locales concretos (por ciudad o gimnasio), garantizando masa crítica en zonas específicas antes de escalar a nuevos territorios.
3. La complejidad técnica del sistema de matching debe corregirse priorizando funcionalidades clave en las primeras fases y optimizando el mantenimiento a largo plazo.
4. Para mitigar los costes operativos elevados de los servicios premium, estableceremos acuerdos con profesionales y proveedores bajo modelos de comisión o revenue sharing.

5. Generamos confianza y seguridad mediante sistemas de verificación de perfiles, valoraciones entre usuarios y normas claras de uso, reforzando la percepción de seguridad.

AFRONTAR (Amenazas)

1. Frente a la competencia de plataformas generalistas, deberemos reforzar su posicionamiento como solución especializada en gimnasio, comunicando claramente su enfoque en objetivos, constancia y acompañamiento real.
2. Para afrontar la saturación del mercado de apps fitness, deberemos diferenciar la propuesta a través de mensajes claros y una experiencia de usuario sencilla y orientada a resultados.
3. La posible confusión con apps de dating deberemos prevenirla mediante una comunicación clara basada en salud, bienestar y rendimiento, evitando códigos visuales o mensajes ambiguos.
4. Ante los cambios en hábitos de uso y baja adherencia, se deben implementar dinámicas de engagement como retos, notificaciones personalizadas y seguimiento de progreso compartido.
5. Por último, para afrontar las exigencias legales y regulatorias, deberemos integrar la protección de datos y la privacidad desde el diseño (privacy by design), asegurando el cumplimiento normativo desde el inicio.

MANTENER (Fortalezas)

1. Debemos mantener y reforzar la propuesta de valor diferenciada basada en el matching inteligente, ya que constituye el principal elemento competitivo de la app.
2. La especialización en el entorno del gimnasio debe seguir siendo el eje central del producto, evitando la dispersión hacia funcionalidades genéricas que diluyen el posicionamiento.
3. Es clave mantener el enfoque en la motivación y la constancia, integrando mejoras continuas que refuerzen el acompañamiento y el compromiso del usuario.
4. El modelo freemium con servicios premium de alto valor añadido debe conservarse, ajustando la oferta según la evolución de la demanda y el comportamiento del usuario.
5. Mantener la coherencia entre segmentación, producto y experiencia de usuario, garantizando una personalización efectiva.

EXPLOTAR (Oportunidades)

1. El vacío competitivo en el mercado europeo debe explotarse mediante una estrategia de posicionamiento temprano que permita consolidar la app como referencia en matching de compañeros de gimnasio.
2. El crecimiento del mercado de fitness digital puede aprovecharse intensificando la presencia en canales digitales y optimizando la adquisición de usuarios a través de campañas específicas.
3. La demanda de soluciones integrales debe explotarse ampliando progresivamente los servicios premium y mejorando su integración dentro de la app.
4. Las alianzas estratégicas con gimnasios y profesionales del sector fitness deben desarrollarse como una vía clave de crecimiento, tanto en usuarios como en ingresos.
5. Finalmente, los avances en personalización y análisis de datos deben explotarse para optimizar el sistema de matching y ofrecer experiencias cada vez más adaptadas a cada usuario.

