

Segmentación del mercado

Existen varios estudios que respaldan cómo el componente social y las aplicaciones de matching o búsqueda de compañeros aumentan drásticamente la asistencia al gimnasio. Siendo **MyGymBro** una aplicación específica, para entrenar con compañeros, lo que la convierte en la solución perfecta para descargar.

Gracias al estudio de "**Friends with Health Benefits: A Field Experiment**" (2023) de la **Universidad de California (Berkeley)** y la **Universidad de Pensilvania (Wharton)**, hemos descubierto que:

Este estudio experimental, analizó a cientos de personas para medir cómo afectaba tener un compañero de entrenamiento coordinado a través de incentivos.

- **El hallazgo clave:** Las personas que utilizaban un sistema de matching para ir acompañadas aumentaron su frecuencia de visitas al gimnasio en un 35%.
- **Porcentaje de deserción:** Otro dato fundamental de estudios relacionados indica que quienes entran solos tienen una tasa de abandono del 50%, mientras que quienes lo hacen en parejas o grupos coordinados solo abandonan en un 8%.
- **Motivación:** El estudio destaca que la responsabilidad social y el disfrute son los motores que impulsan este aumento, superando incluso a los incentivos económicos.

Fuentes y Enlaces

1. **Estudio de UC Berkeley (Friends with Health Benefits):** [Publicado en ResearchGate](#) o resumido en [Berkeley Haas News](#).
2. **Estudio de la Universidad de Aberdeen:** [Ver en ScienceDaily](#).
3. **Análisis de McKinsey sobre Consumo Fitness:** [Ver reporte de McKinsey](#).

Desde el punto de vista geográfico

La app se dirige principalmente a usuarios que viven en zonas urbanas y semiurbanas, donde el número de gimnasios y la práctica regular de actividad física es mayor. Por el momento, el mercado objetivo es España, con posibilidad de expandirnos en un futuro a otros países de la Unión Europea, siguiendo la evolución del mercado fitness europeo.

Desde el punto de vista demográfico

El público principal se sitúa entre los 16 y 55 años. Se trata de hombres y mujeres con nivel educativo medio o superior, población activa y con ingresos medios o medios-altos. Este perfil coincide con el grupo que más utiliza aplicaciones móviles y servicios digitales relacionados con el fitness.

Desde el punto de vista psicológico

Es especialmente relevante para la app. Se dirige a personas con un estilo de vida activo, preocupadas por su salud y bienestar, que valoran la mejora personal, la constancia y la disciplina, pero también va dirigida a personas introvertidas que tienen problemas para socializar. Las principales motivaciones de estas personas son mejorar su condición física, alcanzar objetivos estéticos o de salud y mantener la motivación a largo plazo. Diversos estudios del American College of Sports Medicine indican que el entrenamiento acompañado aumenta la adherencia, lo que refuerza el enfoque social de la aplicación.

Desde una perspectiva conductual,

La app segmenta a los usuarios según su nivel de entrenamiento (principiante, intermedio o avanzado), la frecuencia de asistencia al gimnasio, los objetivos de entrenamiento (pérdida de peso, ganancia muscular o mantenimiento) y las barreras habituales, como la falta de constancia o motivación al entrenar solos.

Target principal

- Personas de entre 16 y 55 años.
- Tanto principiantes o personas que vuelven al gym, como veteranos.
- Entrenan en gimnasio de forma regular o intermitente
- Buscan motivación, constancia y compañía
- Abiertos a tecnología y servicios premium

- Alta necesidad de apoyo social

Buyer persona



Daniel Gallego

- Edad: 16 años
- Género: Masculino
- Nivel educativo: Estudiante de secundaria
- Nivel socioeconómico: Medio
- Estado civil: Soltero
- Ubicación geográfica: Zona urbana
- Personalidad: Impulsivo, curioso, influyente
- Estilo de vida: Activo, pasa mucho tiempo en redes sociales
- Valores: Imagen personal, aceptación social
- Intereses: Gimnasio, videojuegos, redes sociales
- Opiniones: Cree que verse bien aumenta su popularidad
- Aspiraciones: Tener un cuerpo atlético
- Hábitos de compra: Compra por recomendación o tendencia
- Frecuencia de consumo: Media

- Marcas preferidas: Nike, Adidas, Gymshark
- Motivaciones de compra: Verse mejor rápido
- Dolor o problema: Falta de conocimiento y constancia
- Nivel de conocimiento: Bajo
- Necesidades funcionales: Guía básica, rutinas simples
- Necesidades emocionales: Confianza, aprobación
- Beneficios esperados: Resultados visibles
- Problemas específicos: No sabe entrenar ni alimentarse correctamente
- Redes sociales favoritas: TikTok, Instagram
- Medios tradicionales: Ninguno
- Plataformas digitales: YouTube, TikTok
- Formatos de contenido: Videos cortos, retos fitness



Oscar Gutiérrez

- Edad: 32 años
- Género: Masculino
- Nivel educativo: Universitario
- Ocupación: Profesional empleado
- Nivel socioeconómico: Medio-alto
- Estado civil: Soltero
- Ubicación geográfica: Ciudad
- Personalidad: Disciplinado, racional
- Estilo de vida: Trabajo + gimnasio
- Valores: Salud, rendimiento
- Intereses: Entrenamiento, nutrición
- Opiniones: El ejercicio es inversión a largo plazo
- Aspiraciones: Mantenerse fuerte y saludable

- Hábitos de compra: Planeados
- Frecuencia de consumo: Alta
- Marcas preferidas: Under Armour, MyProtein
- Motivaciones de compra: Rendimiento físico
- Dolor o problema: Estancamiento
- Nivel de conocimiento: Medio-alto
- Necesidades funcionales: Optimización de resultados
- Necesidades emocionales: Control y progreso
- Beneficios esperados: Mejor desempeño
- Problemas específicos: Falta de tiempo
- Redes sociales favoritas: Instagram, YouTube
- Medios tradicionales: Podcasts
- Plataformas digitales: Apps fitness
- Formatos de contenido: Videos largos, artículos



- Edad: 28 años
- Género: Femenino
- Nivel educativo: Técnico
- Ocupación: Empleada
- Nivel socioeconómico: Medio
- Estado civil: Soltera
- Ubicación geográfica: Urbana
- Personalidad: Sensible, perseverante
- Estilo de vida: Trabajo + gimnasio
- Valores: Autoestima, salud
- Intereses: Bienestar, alimentación
- Opiniones: El gym es un reto emocional
- Aspiraciones: Bajar de peso y sentirse bien

- Hábitos de compra: Comparativos
- Frecuencia de consumo: Media
- Marcas preferidas: Nike, Women's Best
- Motivaciones de compra: Cambiar su cuerpo
- Dolor o problema: Inseguridad
- Nivel de conocimiento: Medio
- Necesidades funcionales: Programas personalizados
- Necesidades emocionales: Acompañamiento
- Beneficios esperados: Confianza
- Problemas específicos: Falta de motivación constante
- Redes sociales favoritas: Instagram, Facebook
- Medios tradicionales: Revistas
- Plataformas digitales: Apps de nutrición
- Formatos de contenido: Testimonios, antes/después



Lucia Solsa

- Edad: 25 años
- Género: Femenino
- Nivel educativo: Universitario
- Ocupación: Estudiante / freelance
- Nivel socioeconómico: Medio
- Estado civil: Soltera
- Ubicación geográfica: Ciudad
- Personalidad: Independiente, disciplinada
- Estilo de vida: Activo al aire libre
- Valores: Libertad, bienestar
- Intereses: Running, naturaleza
- Opiniones: Correr es terapia
- Aspiraciones: Mejorar marcas personales

- Hábitos de compra: Funcionales
- Frecuencia de consumo: Media
- Marcas preferidas: Nike, Garmin
- Motivaciones de compra: Rendimiento
- Dolor o problema: Lesiones
- Nivel de conocimiento: Medio
- Necesidades funcionales: Prevención y resistencia
- Necesidades emocionales: Superación
- Beneficios esperados: Mejor desempeño
- Problemas específicos: Falta de planificación
- Redes sociales favoritas: Instagram, Strava
- Medios tradicionales: Podcasts
- Plataformas digitales: Apps deportivas
- Formatos de contenido: Rutinas, tips



Miguel Angel

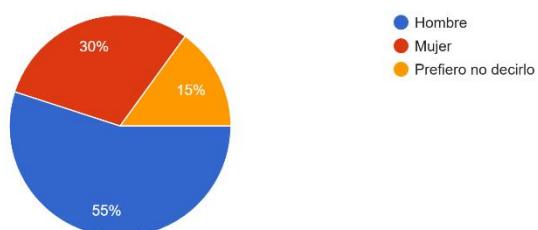
- Edad: 65 años
- Género: Masculino
- Nivel educativo: Secundario
- Ocupación: Jubilado
- Nivel socioeconómico: Medio
- Estado civil: Casado
- Ubicación geográfica: Urbana
- Personalidad: Tranquilo, disciplinado
- Estilo de vida: Saludable
- Valores: Salud, familia
- Intereses: Caminar, ejercicio suave
- Opiniones: El ejercicio es salud
- Aspiraciones: Mantener movilidad

- Hábitos de compra: Conservadores
- Frecuencia de consumo: Baja
- Marcas preferidas: Marcas confiables
- Motivaciones de compra: Salud
- Dolor o problema: Dolor articular
- Nivel de conocimiento: Bajo
- Necesidades funcionales: Seguridad
- Necesidades emocionales: Tranquilidad
- Beneficios esperados: Calidad de vida
- Problemas específicos: Falta de fuerza
- Redes sociales favoritas: Facebook
- Medios tradicionales: TV, radio
- Plataformas digitales: YouTube
- Formatos de contenido: Videos explicativos

Para conocer mejor el mercado y a nuestros clientes potenciales, decidimos realizar un cuestionario

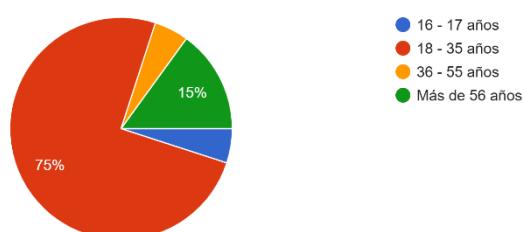
¿Con que genero te identificas?

20 respuestas



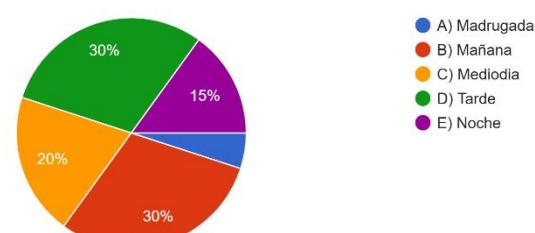
¿Que edad tiene?

20 respuestas



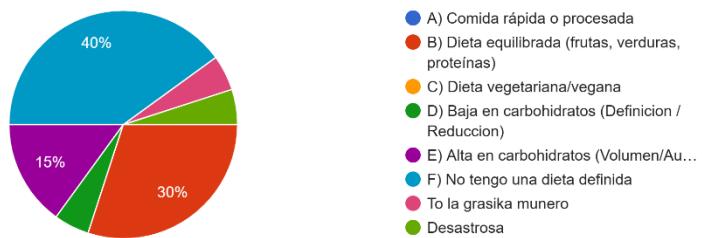
¿Cuando prefiere entrenar?

20 respuestas



¿Cómo describirías tu alimentación habitual?

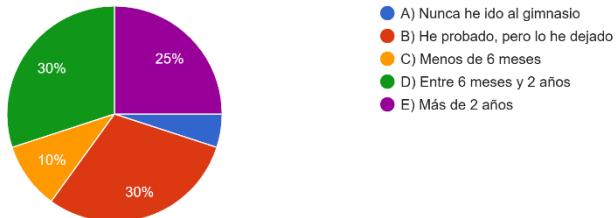
20 respuestas



- A) Comida rápida o procesada
- B) Dieta equilibrada (frutas, verduras, proteínas)
- C) Dieta vegetariana/vegana
- D) Baja en carbohidratos (Definición / Reducción)
- E) Alta en carbohidratos (Volumen/Aumento)
- F) No tengo una dieta definida
- To la grasa/muero
- Desastrosa

¿Cuánto tiempo llevas entrenando en gimnasio o haciendo ejercicio?

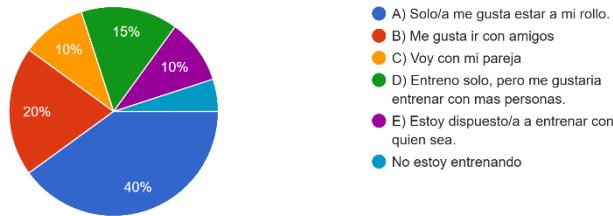
20 respuestas



- A) Nunca he ido al gimnasio
- B) He probado, pero lo he dejado
- C) Menos de 6 meses
- D) Entre 6 meses y 2 años
- E) Más de 2 años

¿Si entrenas actualmente, prefieres entrenar acompañado o solo?

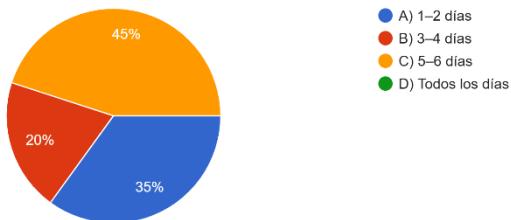
20 respuestas



- A) Solo/a me gusta estar a mi rollo.
- B) Me gusta ir con amigos
- C) Voy con mi pareja
- D) Entreno solo, pero me gustaría entrenar con más personas.
- E) Estoy dispuesto/a a entrenar con quien sea.
- No estoy entrenando

¿Cuántos días a la semana entrenas actualmente?

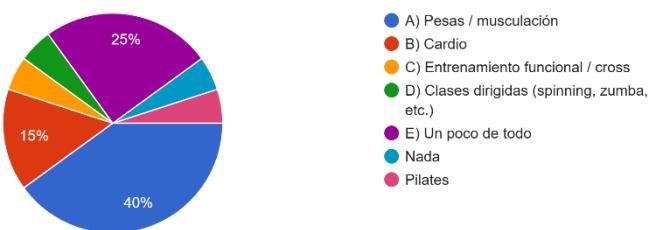
20 respuestas



- A) 1-2 días
- B) 3-4 días
- C) 5-6 días
- D) Todos los días

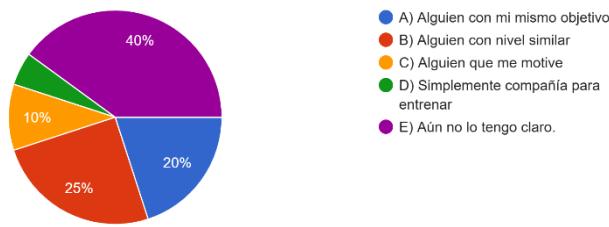
¿Qué tipo de entrenamiento haces principalmente?

20 respuestas



¿Qué buscas en un compañero/a de entrenamiento dentro de la app?

20 respuestas



¿Cómo describirías tu actitud en el gimnasio?

20 respuestas

