

Doc. Estudio de mercado: ICancha

Realizado por: Francisco de Asís Carrasco Conde, Teodosio Donarie González y Mario Bosque Avelleira

Fecha: 16/10/2025

Versión: 1.0

Historial de Cambios

Fecha	Versión	Descripción	Autor

Índice

1 Objetivos del estudio

1.1 ¿Qué queremos obtener con el estudio?

2 Pre-Análisis

2.1 Descripción inicial del problema

2.2 Aplicaciones/Sistemas/Servicios de referencia

3 Análisis DAFO

3.1 Debilidades

3.2 Amenazas

3.3 Fortalezas

3.4 Oportunidades

4 Resultado de la Investigación

5 Definición de Objetivos

1. Objetivos del estudio

1.1. ¿Qué queremos obtener con el estudio?

Queremos conocer cuál sería el perfil del cliente que puede usar nuestra aplicación, para poder adaptarnos a las necesidades de ese sector.

2. Pre-Análisis

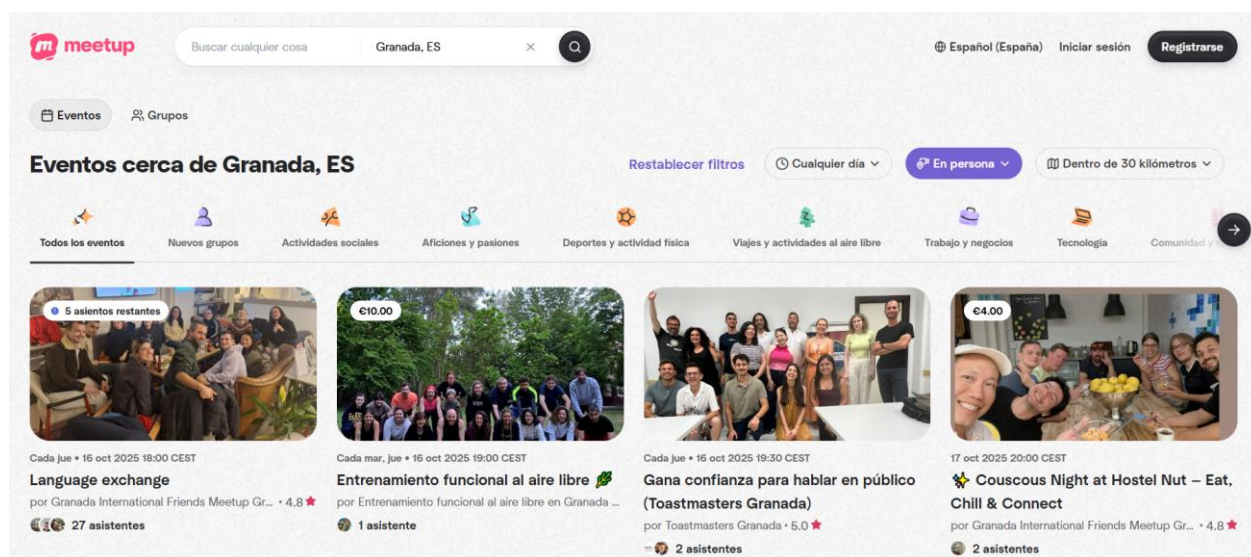
2.1. Descripción inicial del problema

En la actualidad, no existe un canal de comunicación centralizado exclusivamente en la realización de actividades deportivas, lo que dificulta que personas que no tienen conocidos con sus mismos gustos por un deporte, realicen dichas actividades.

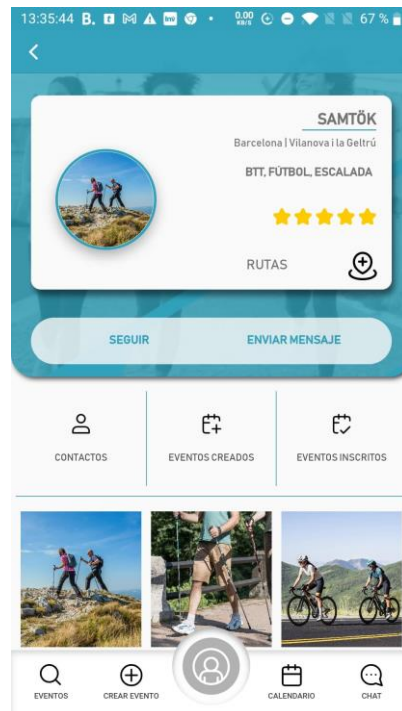
Además, a veces no es una tarea sencilla encontrar unas instalaciones públicas (campos de fútbol, canchas de baloncesto, parques de calistenia...) cuando eres nuevo en una zona.

2.2. Aplicaciones/Sistemas/Servicios de referencia

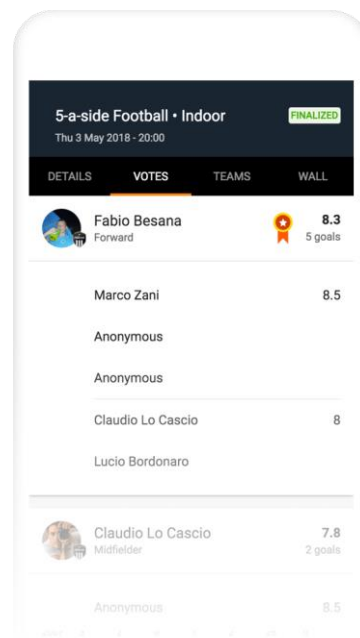
Meetup está centrada en eventos de todo tipo, no solo deportivos, lo que puede dispersar la experiencia para quienes buscan actividades físicas específicas. Además, algunos eventos pueden requerir pago para participar, limitando el acceso gratuito.



Samtök es una aplicación enfocada exclusivamente en deportes en grupo, pero no incluye un sistema para evaluar el rendimiento de los usuarios ni medir su nivel deportivo. Esto dificulta organizar grupos por niveles o seguir la progresión personal de cada deportista.



Fubles se centra únicamente en el fútbol, limitando su utilidad para quienes buscan quedadas o actividades en otros deportes. Su comunidad y funciones son muy específicas para el fútbol, sin opciones para diversificar.



3. Análisis DAFO

3.1. Debilidades

Al tratarse de una aplicación cuyo objetivo es poner en común a personas, si por algún casual la aplicación quedase en desuso, perdería su principal y única funcionalidad.

3.2. Amenazas

Entre otras, uno de los problemas detectados en las otras aplicaciones es la falta de usuarios, viendo el número de descargas de cada una. Esto puede ser el resultado de un mal sistema de marketing.

3.3. Fortalezas

Ventajas sobre otras plataformas del estilo, como la medición de rendimiento y sistema valoración entre usuarios.

3.4. Oportunidades

Patrocinios de marcas deportivas como Decathlon, Prozis, Adidas... Marketing digital con influencers.

4. Resultado de la Investigación

Se ha detectado que no existe una plataforma centralizada para organizar actividades deportivas en grupo con funciones que fomenten la conexión entre usuarios con intereses comunes. Las aplicaciones actuales presentan carencias y baja base de usuarios.

El análisis DAFO señala debilidades como la necesidad de usuario activo, amenazas por baja adopción, fortalezas en funcionalidades de medición de rendimiento y oportunidades para alianzas con marcas deportivas.

5. Definición de Objetivos

Una vez realizado el estudio de mercado, estos objetivos que hemos definido para el proyecto:

- Crear una plataforma centralizada y fácil de usar que conecte a personas con intereses deportivos comunes para facilitar la organización de actividades en grupo.
- Incorporar funcionalidades de medición de rendimiento y valoración entre usuarios que aporten un valor diferencial y fomenten la participación activa.
- Establecer acuerdos con marcas deportivas reconocidas y promover campañas de marketing digital para atraer y retener usuarios.
- Desarrollar un sistema que permita adaptar la experiencia de usuario según el perfil y nivel deportivo, facilitando la progresión y seguimiento individual.