

# CompetitiveAnalysis

February 2026

## 0.1 Criterios usados en el Competitive Analysis

Para comparar el caso principal con los competidores hemos usado criterios agrupados en 4 áreas: **contenido**, **tareas clave**, **confianza** y **calidad técnica**.

### 0.1.1 Contenido y propuesta

- **Vigencia del contenido:** comprobamos si la información relevante está actualizada (agenda de talleres/cursos, novedades, posts recientes) y si se evita contenido “caducado”.
- **Propuesta ampliada:** valoramos si la web apoya el negocio más allá de “estar online” (tienda/venta de productos, talleres/cursos, blog/recursos) y si todo está integrado de forma coherente.

### 0.1.2 Descubrimiento y realización de tareas

- **Encontrabilidad (IA + navegación):** evaluamos si el usuario entiende rápido “qué hay” y “dónde está” (menús, categorías, jerarquía, enlaces claros).
- **Búsqueda y exploración:** revisamos si existe buscador y/o filtros útiles (categorías, precio, más reciente, etc.) para localizar rápido productos o contenidos.
- **Flujo de inscripción (si hay cursos/talleres):** comprobamos si apuntarse es una tarea “principal” con CTAs claros, pasos comprensibles y la información necesaria (fecha, precio, plazas, requisitos).
- **Cuenta y gestión del usuario (si aplica):** valoramos si se puede crear cuenta y si el registro/inicio de sesión es simple (o si al menos el checkout no obliga a fricciones innecesarias).

### 0.1.3 Confianza y comunicación

- **Contacto y ubicación:** verificamos si los canales de contacto son visibles (teléfono, email, formulario) y si la localización se entiende (mapa, indicaciones, horarios).

- **Soporte multilingüe:** valoramos si la web permite cambiar de idioma y si la traducción es consistente en las secciones clave.
- **Señales de confianza y cumplimiento:** comprobamos la visibilidad de aviso legal/privacidad/cookies y, si hay compra online, la sensación de seguridad en el pago (información clara, pasos transparentes).
- **Presencia social y captación:** revisamos si las RRSS están accesibles, funcionan y refuerzan el mensaje (consistencia, enlaces correctos).

#### 0.1.4 Calidad de experiencia

- **Rendimiento percibido:** valoramos rapidez de carga y fluidez, especialmente en móvil.
- **Claridad visual e interacción:** evaluamos si la interfaz es fácil de usar (botones distinguibles, estructura clara, consistencia) y si no “confunde” al usuario.
- **Feedback del sistema:** comprobamos si el sitio comunica bien lo que ocurre tras acciones (añadir al carrito, enviar formularios, completar pago) y si hay valoraciones/opiniones cuando tiene sentido.