



stucom

ESTUDIO DE MERCADO

Ignacio Breñas Muñoz
Gorka Altea Ramírez
Paul Alecu Bugalete



GRUPO A
DAW 1
2025/2026

Tabla de contenido

1. Briefing	3
1.1. Nombre de la web/app	3
1.2. Definición de la idea	3
1.3. Público objetivo	3
1.4. Competencia de Webs parecidas y Valor diferencial	3
1.5. Características o funcionalidades	4
2. Benchmarking	5
2.1. Análisis de empresas similares	5
2.2. Herramientas de Benchmarking.....	6
3. D.A.F.O.....	8
Debilidades:.....	8
Amenazas:	9
Fortalezas:	9
Oportunidades:	10

1. Briefing

1.1. Nombre de la web/app

Run and Eat

1.2. Definición de la idea

La idea surge de la necesidad de encontrar y compartir eventos gastronómicos de manera sencilla y rápida. Muchas veces tanto turistas como habitantes de una ciudad no saben que actividades gastronómicas hay cerca como ferias de comida, rutas de tapas, foodtrucks o eventos culturales relacionados con la cocina.

Run and Eat permitirá que cualquier persona pueda subir un evento gastronómico en la web y que otros usuarios puedan verlo y apuntarse.

1.3. Público objetivo

- Personas que viajan y buscan experiencias gastronómicas locales.
- Jóvenes y adultos interesados en probar nuevas comidas o planes diferentes.
- Familias que quieren actividades de ocio relacionadas con la gastronomía.
- Organizadores de eventos gastronómicos que quieran dar visibilidad a sus actividades.

1.4. Competencia de Webs parecidas y Valor diferencial

En el mercado ya existen apps parecidas, como **Meetup** o **Eventbrite**:

- **Meetup** sirve para organizar quedadas de todo tipo (deportes, idiomas, excursiones, etc.), pero no está especializada en gastronomía.
- **Eventbrite** es más para empresas o profesionales que organizan eventos grandes y suelen vender entradas por lo que está menos enfocada en planes más pequeños y cercanos.

Run and Eat es diferente porque se centra solo en la comida y los eventos gastronómicos. Esto hace que sea más útil para personas que disfrutan de probar cosas nuevas y buscan planes relacionados con la gastronomía.

Nuestro valor diferencial es:

- **Especialización en gastronomía:** no mezclamos otros temas, solo eventos de comida.
- **Geolocalización mundial:** el usuario podrá ver en un mapa que eventos hay cerca, tanto en su ciudad como si está viajando.
- **Eventos creados por cualquiera:** no solo restaurantes y organizadores, también cualquier usuario podrá subir su propio evento (con un control mínimo de la web para que la información sea fiable).
- **Interacción después del evento:** además de apuntarse los usuarios podrán dejar reseñas y compartir fotos, lo que ayuda a que la comunidad crezca y sea más confiable.

1.5. Características o funcionalidades

- **Registro de usuarios:** se podrán crear cuentas como participante (para apuntarse a eventos) o como organizador (para subirlos).
- **Mapa interactivo:** muestra los eventos gastronómicos más cercanos a tu ubicación en tiempo real.
- **Calendario:** permite ver los próximos eventos para planear con antelación.
- **Inscripciones:** los usuarios podrán apuntarse a los eventos y reservar su plaza.
- **Buscador por categorías:** facilita encontrar eventos específicos como tapas, foodtrucks o comida internacional.
- **Perfil de usuario:** cada persona tendrá su historial de eventos y podrá dejar reseñas.
- **Notificaciones:** avisan al usuario cuando se cree un evento cerca de él.

2. Benchmarking

Tras analizar dos empresas españolas (Atrápalo y Guía del Ocio) y dos internacionales (Eatwith y Eventbrite), hemos visto que todas ofrecen soluciones relacionadas con el ocio y la gastronomía, pero ninguna se centra de manera exclusiva en eventos gastronómicos.

2.1. Análisis de empresas similares



Atrápalo destaca por su gran volumen de usuarios y su sistema de reservas, aunque su oferta es demasiado generalista.

Guía del Ocio es un referente local con credibilidad, pero funciona más como agenda editorial y no permite que cualquier usuario suba su evento.



Eatwith aporta autenticidad con experiencias gastronómicas únicas, pero se centra en planes más pequeños y exclusivos.

Eventbrite ofrece herramientas completas de gestión para organizadores, aunque al ser generalista diluye los eventos gastronómicos entre muchos otros



Las empresas analizadas muestran que existe un interés real y consolidado en la búsqueda de planes de ocio y experiencias gastronómicas.

Sin embargo, ninguna de ellas se centra de manera exclusiva en recopilar y dar visibilidad a **todos los eventos gastronómicos locales en un mismo lugar**, desde una ruta de tapas hasta un gran festival de comida callejera.

Run and Eat cubrirá ese vacío, combinando lo mejor de cada modelo:

De Atrápalo, la facilidad de compra y los filtros de búsqueda.

De Guía del Ocio, la relevancia local y la difusión en medios.

De Eatwith, la autenticidad y la participación de anfitriones particulares.

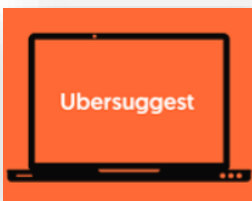
De Eventbrite, las herramientas de gestión y control para organizadores.

De esta manera, Run and Eat se diferenciará por ser la primera plataforma enfocada únicamente en **eventos gastronómicos**, abierta tanto a usuarios como a organizadores, y diseñada para que cualquier persona pueda descubrir, compartir y participar fácilmente en experiencias culinarias locales.

2.2.Herramientas de Benchmarking

Google Trends (Gratuita)

Herramienta gratuita de Google que permite conocer las tendencias de búsqueda y comparar la popularidad de distintas palabras clave. Es sencilla de usar, está disponible en español y presenta los resultados de forma muy visual, lo que facilita detectar el interés del público en temas relacionados con gastronomía y eventos.



Ubersuggest (Gratuita con limitaciones)

Es una herramienta online que permite analizar palabras clave, tráfico web y competidores.

Aunque tiene versión de pago, ofrece funciones gratuitas suficientes para conocer qué términos buscan los usuarios, qué páginas reciben más visitas y cómo se posiciona la competencia.

Similarweb (Gratuita con limitaciones)

Aunque tiene una versión premium, también ofrece una parte gratuita que permite analizar el tráfico de cualquier sitio web, conocer sus principales fuentes de visitas y compararlo con otras páginas. Es útil para identificar la presencia digital de competidores sin coste.



3. D.A.F.O



Debilidades:

- Poco capital inicial: Al ser una empresa creada por estudiantes, los recursos económicos disponibles son limitados.
- Pocos desarrolladores: El equipo de desarrollo está compuesto únicamente por los fundadores, lo que reduce la capacidad técnica y de crecimiento.
- Horario reducido: Debido a la falta de personal, el tiempo de trabajo y atención es limitado.
- Web poco conocida: Al ser una empresa nueva, será necesario invertir en publicidad y estrategias de visibilidad para ganar reconocimiento.

Amenazas:

- Empresas que ofrecen más variedad de eventos en diferentes países: Competidores con mayor oferta de eventos pueden captar una parte importante del mercado.
- Posible mala publicidad por intoxicación gastronómica: Cualquier problema relacionado con la calidad de los alimentos en los eventos podría afectar la reputación de la empresa.
- Dependencia de nivel de actividad gastronómica en cada ciudad: La demanda de eventos puede variar según la región, afectando la frecuencia y alcance de la propuesta.
-

Fortalezas:

- Empresa especializada en gastronomía: El enfoque exclusivo en este sector permite ofrecer experiencias únicas y de calidad en cada país.
- Diferentes tipos de comunidad: La internacionalización de los eventos permite reunir públicos diversos y de distintos orígenes.
- Puedes encontrar o crear un evento: La plataforma permite no solo descubrir eventos existentes, sino también proponer la creación de nuevos.
- Web simple y funcional: El sitio contará con una interfaz clara y organizada por países, lo que facilita su uso.

Oportunidades:

- Ofrecer eventos gastronómicos en diferentes países: Existe la posibilidad de expandir la oferta a nivel internacional.
- Posibilidad de colaborar con restaurantes o chefs profesionales: Las alianzas con expertos reconocidos aumentan la credibilidad y atractivo de los eventos.
- Catar nuevos sabores de otros países: Los usuarios podrán conocer culturas y tradiciones culinarias a través de experiencias gastronómicas únicas.