



stucom

# ESTUDIO DE MERCADO

**Ignacio Breñas Muñoz  
Gorka Altea Ramírez  
Paul Alecu Bugaleta**



**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 qué 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.

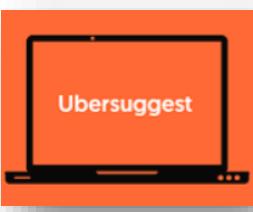
De Eventbrite, las herramientas de gestión y control para organizadores.

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 (Gratis)

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 (Gratis 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 (Gratis 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.