

BEBIDAS ENERGETICAS



ANÁLISIS DE PÁGINAS WEB

Última actualización: 12/01/23

*Última revisión por Jos;e Torregrasa García:
29/10/22*



NÉSTOR ESPUCH

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	2
2.	DESCRIPCIÓN DE LAS WEBS INVESTIGADAS.....	2
3.	EVALUACIÓN DE LAS WEBS INVESTIGADAS	2
4.	RANKING.....	5
5.	CONCLUSIONES	5

1. INTRODUCCIÓN

En este estudio se han analizado 3 webs diferentes sobre la venta de bebidas energéticas. Por un lado, está www.monsterenergy.com uno de los gigantes de la bebida energética junto a Red Bull el cual vamos a evitar ya que su web se basa en información respecto a sus otras prácticas de negocio. Por otro lado, tenemos a www.rockstarenergy.es el cual también es un buen competidor, pero no a tan gran escala como podría ser www.monsterenergy.com. Por último, tenemos www.toroloco.es una marca de bebida energética española la cual ha empezado a coger relativa fama este último año y es una empresa mucho más pequeña que cualquiera de las 2 anteriores.

2. DESCRIPCIÓN DE LAS WEBS INVESTIGADAS

1. www.monsterenergy.com: Es una de los líderes del sector, su actividad principal es ser mayorista. Utiliza su página web para dar información sobre sus otros negocios relacionados con las bebidas energéticas aparte de dar información detallada de cada uno de sus “sabores”.
2. www.rockstarenergy.es: Su influencia y popularidad no llegan al nivel de Monster (www.monsterenergy.com), pero es una empresa bastante conocida. RockStar utiliza su página web para dar información sobre sus otros negocios relacionados con las bebidas energéticas (mayoritariamente con videojuegos, por cada compra de una lata obtienes algún beneficio en el juego) aparte de dar información detallada de cada uno de sus “sabores”.
3. www.toroloco.es: Es una pequeña marca conocida recientemente, intenta seguir la estrategia de las grandes marcas colaborando con deportistas haciendo publicidad mediante las RRSS de los mismos, en este caso deportistas menos conocidos. Su web busca mostrar que sigue los pasos de las grandes marcas entrando en el mundo deportivo. En segundo lugar, la web muestra los “sabores” de sus bebidas energéticas.

3. EVALUACIÓN DE LAS WEBS INVESTIGADAS

Indicadores		Webs a estudiar		
nº	Nombre	www.monsterenergy.com	www.rockstarenergy.es	www.toroloco.es
1. Autoría de la Web		7	9	6
MEDIA 1		7	9	6
2. Actualidad de la Web				
2.1	Aparecen la fecha de creación de la página y revisión por última vez	0	3	3

2.2	Existencia de nuevos elementos y página actualizada	7	10	8
MEDIA 2		3,5	6,5	5,5
3. Comprobar la cobertura				
3.1	Tema a tratar claramente expresado	10	10	5
3.2	Título y descripción del contenido de la web en la cabecera expresados de forma clara	8	6	8
3.3	En el contenido aparecen encabezamientos y palabras claves	7	8	5
3.4	En la navegación aparece claramente un resume de contenido de la web	10	10	5
3.5	El mapa es accesible fácilmente	0	0	0
MEDIA 3		7	6,8	4,6
4. Objetividad				
4.1	En el contenido aparecen las declaraciones de intenciones	5	5	2
4.2	Se comprueba que en la cabecera / pie de página / footer y en la URL /dominio para determinar la organización que aloja la web	8	10	10
MEDIA 4		6,5	7,5	6
5. Un buen diseño web				
5.1	Los iconos son usados adecuadamente	8	10	1
5.2	La interfaz es usable	10	10	7
5.3	La interfaz es visual	8	7	0
5.4	La interfaz es educativa	10	10	10
5.5	Los elementos de identificación están correctamente diseñados, y están en la ubicación correcta	10	10	10
5.6	Los elementos de navegación están correctamente diseñados, y están en la ubicación correcta	10	10	10
5.6.1	En todas las páginas web hay elementos de regresen a la portada	10	10	10
5.6.2	Hay un menú de secciones y/o áreas de interés	10	10	10
5.6.3	En todas las páginas web existe información de la ubicación del usuario sobre el sitio web	10	10	10
MEDIA 5.6		9,56	9,67	7,56
5.7	Elementos de contenidos están correctamente diseñados, y están en la ubicación correcta	7	7	1
5.7.1	Los contenidos están expresados en un lenguaje claro y conciso,	8	10	5

	presentados en un formato agradable y de fácil lectura			
5.7.2	La corrección en la ortografía, la sintaxis, los hechos que se describen del sitio web y la consistencia del contenido	10	10	5
5.7.3	Fuentes de información fiables	10	10	5
5.7.4	Links que no funcionan	0	0	0
5.7.5	El mismo contenido no está duplicado en diferentes páginas web	3	3	1
MEDIA 5.7		6,33	6,67	2,83
5.8	Los elementos de interacción funcionan correctamente (botones, áreas de texto, botones de opciones, casillas de verificación)	8	8	7
5.9	El mapa es el elemento diseñado y puesto correctamente acorde con la página y su estructura (lineal, reticular, jerárquica) es la correcta	0	0	0
5.10	El uso de la página es eficiente (acceso a la información y manejo rápido)	8	8	10
5.11	Los patrones de diseño están correctamente utilizados en el diseño: Ley de la simplicidad, pregnancia o buena forma	10	10	5
5.11.1	Principio de figura-fondo	10	10	2
5.11.2	Puntos focales	5	10	0
5.11.3	Principio de proximidad	10	10	10
5.11.4	Principio de semejanza	10	10	5
5.11.5	Balance simétrico	10	10	2
5.11.6	Balance asimétrico	3	5	6
5.11.7	Balance radial	0	0	0
5.11.8	Principio de la continuidad	10	5	0
5.11.9	Principio de cierre	10	10	2
MEDIA 5.11		7,23	7,38	4,08
5.12	El uso de los colores es el adecuado	7	10	2
5.12.1	El uso de los colores complementarios para destacar las letras de las palabras del fondo, o número es el adecuado	8	10	0
5.12.2	Uso de colores análogos para destacar gráficos	0	0	0
MEDIA 5.12		5	6,66	0,66
MEDIA 5		7,52	7,84	4,53

4. RANKING

Este es el ranking y la puntuación media de cada página web para cada indicador.

Indicadores	Webs a estudiar		
	www.monsterenergy.com	www.rockstarenergy.es	www.toroloco.es
1. Autoría de la Web	7	9	6
2. Actualidad de la Web	3,5	6,5	5,5
3. Comprobar la cobertura	7	6,8	4,6
4. Objetividad	6,5	7,5	6
5. Un buen diseño web	7,52	7,84	4,53
TOTAL	6	7,45	5,53

5. CONCLUSIONES

Como hemos podido ver, los resultados son dispares, la web con mejor media ha sido www.rockstarenergy.es y la que peor www.toroloco.es.

La conclusión es, como hemos adelantado antes, tanto www.monsterenergy.com como www.rockstarenergy.es utilizan sus páginas web para dar información sobre sus otros negocios relacionados con las bebidas energéticas aparte de dar información detallada de cada uno de sus “sabores”, por lo tanto obtienen muchas más visitas independientes de las bebidas energéticas y eso repercute en tener que cuidar mejor la imagen de su web, además de ya ser un gigante en el sector lo que les permite mayor presupuesto. Toroloco, es una empresa recién salida a mercado con un presupuesto menor y sin una campaña de marketing dónde se utilice la web como base, ya que su aspecto es bastante más descuidado y con menos actualizaciones frecuentes. Toroloco solo muestran escasos tipos de “sabores”, se nota que su plan de negocio se basa en que la gente hable sobre ellos y su reducido precio.

Anexo

- “Sabores”: Quiere hacer referencia a un conjunto de valores, como son el propio sabor de la bebida, el diseño y tamaño de la lata y la exclusividad. Ya que el valor de la lata depende de todos esos factores, reduzco la explicación a “sabores”.
- RRDD: Hace referencia a la frase Redes sociales.