

Actividad: Análisis de mercado y competencia online

Objetivo:

Aplicar el conocimiento sobre posicionamiento web analizando el mercado y la competencia digital relacionada con la idea de empresa que trabajaste anteriormente.

Instrucciones:

1. Retoma la idea de empresa que elaboraste en clase.
2. Describe brevemente a qué público objetivo te diriges.
3. Identifica al menos **5 palabras clave** que usaría tu público para buscar tu producto o servicio en Google.
4. Realiza una búsqueda en Google con esas palabras clave y analiza los primeros resultados para identificar a tu competencia.
5. Responde a las siguientes preguntas.

Preguntas a responder:

1. Público objetivo

- ¿A qué tipo de personas va dirigida tu empresa? (Edad, intereses, ubicación, etc.)

2. Palabras clave

- Lista al menos 5 palabras o frases que usarían los clientes para encontrarte en Google.

3. Análisis de competencia

Para al menos 3 de las palabras clave que has elegido:

- a. ¿Qué páginas web aparecen entre los primeros 3-5 resultados?
(Escribe los enlaces)
- b. ¿Qué tipo de empresa aparece? (Ej. Tienda online, blog,

empresa local...)

c. ¿Qué ofrece esa empresa? ¿Qué productos o servicios destacan?

d. ¿Cómo es el diseño de la web? (Visualmente atractivo, simple, recargado...)

e. ¿Tiene blog, redes sociales, vídeos o tienda online?

f. ¿Qué crees que hace bien esa empresa?

g. ¿Qué podrías hacer tú mejor o diferente?

4. Conclusión

- ¿Qué oportunidades ves para diferenciar tu empresa?
- ¿Qué aprenderías de la competencia para mejorar tu idea?

Tipo de palabra clave	Ejemplo	Uso
Genérica	“pasteles”	Tiene mucha competencia. Úsala con otras.
Específica (long tail)	“comprar pasteles veganos en La Orotava”	Menos competencia, más efectiva.
De intención	“precio limpieza de oficinas”	Muestra que el usuario quiere comprar.
De problema o necesidad	“cómo quitar manchas de grasa”	Útil para crear contenido en blogs.