



SEO Y REDES SOCIALES

REPORTE DE LA COMPETENCIA

“SUPLEMENTOS STORM”

ALFREDO HERNANDEZ ZAMORA

RODRIGO EDGAR TARIFA ROJAS

BRIAN ZAPANA PARIGUANA

BRAYAN CHURA

CARLOS SALAS

LEONARDO ROMERO

Análisis de Mercado

- Crecimiento del sector fitness: La demanda de suplementos sigue en alza debido al interés por la salud y el rendimiento físico.
- Tendencias: Preferencia por productos naturales y especializados (veganos, sin gluten).
- Crecimiento del eCommerce: Las ventas online se expanden rápidamente.
- Oportunidad: Diferenciarse a través de servicio personalizado y recomendaciones basadas en necesidades.



Publico Objetivo

- Deportistas y Culturistas: Buscan mejorar fuerza y recuperación.
- Personas interesadas en pérdida de peso: Productos que ayudan a quemar grasa y mantener masa muscular.
- Clientes de salud general: Multivitamínicos y suplementos para el bienestar.
- Aficionados al gimnasio: Suplementos de proteínas y pre-entrenamiento.
- Nuevos usuarios: Personas que comienzan con proteínas y suplementos básicos.



Objetivo del informe

Proporcionar una visión general del desempeño de Suplementos Storm en términos de ventas de suplementos y propuestas estratégicas para aumentar la participación en el mercado de marcas como Optimum Nutrition, Muscle Tech, BSN, Dymatize, Cellucor y JYM.

Introducción

Suplementos Storm se dedica a la venta de productos de gimnasio, con un enfoque en los mejores suplementos del mercado. Actualmente, trabajamos con las principales marcas reconocidas internacionalmente, como:

Optimum Nutrition

Muscle Tech

BSN (Bio-Engineered Supplements and Nutrition)

Dymatize Nutrition

Cellucor

JYM Supplement Science

Competidores analizados

Competidor 1



Propuesta de Valor: Venta de suplementos deportivos de marcas internacionales con asesoría personalizada.

Segmento: Deportistas y personas interesadas en mejorar su rendimiento físico.

Canales: Tienda física en La Paz y ventas online a través de su página web y redes sociales.

Relaciones con el Cliente: Consultas personalizadas y recomendaciones de productos.

Competidor 2



Propuesta de Valor: Suplementación deportiva enfocada en la ganancia muscular y pérdida de peso con productos originales de marcas internacionales.

Segmento: Deportistas, culturistas y aficionados al fitness.

Canales: Ventas a través de su tienda online, con entregas en toda Bolivia.

Relaciones con el Cliente: Programas de entrenamiento y asesoría personalizada vía WhatsApp.

Competidor 3



Propuesta de Valor: Especialistas en nutrición deportiva y suplementación para la vida saludable. Promueven el bienestar general y el rendimiento físico.

Segmento: Personas interesadas en el fitness, el bienestar, y la salud integral.

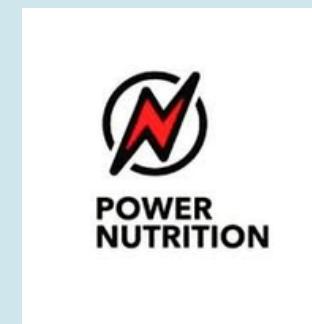
Canales: Tienda online con envíos a todo Bolivia, ventas activas en redes sociales (Facebook e Instagram).

Relaciones con el Cliente: Programas de afiliación con gimnasios y descuentos para clientes frecuentes.

1. Resumen ejecutivo

1.1 principales hallazgos

Competidor 1



Domina en asesoría personalizada y variedad de productos de marcas reconocidas internacionalmente.

Competidor 2



Muestra debilidad en la expansión de su presencia física, ya que su enfoque principal está en el eCommerce.

Competidor 3

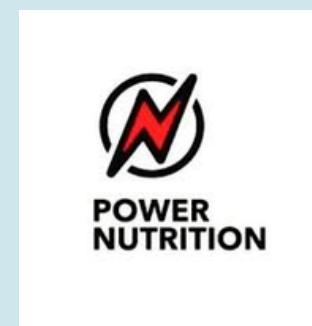


Está creciendo rápidamente en redes sociales, especialmente a través de colaboraciones con gimnasios y promociones online.

2. Análisis de Tráfico Web y Posicionamiento Orgánico (SEO)

2.1. Tráfico Total del Sitio

Competidor 1



Número de visitas mensuales: 15,000
(aproximadamente).

Competidor 2



Número de visitas mensuales: 10,500.

Competidor 3



Número de visitas mensuales: 8,000.

2.2. Principales Fuentes de Tráfico

Competidor 1



- Tráfico Directo: 40%
- Tráfico Orgánico: 35%
- Referencias: 15%
- Redes Sociales: 10%

Competidor 2



- Tráfico Directo: 25%
- Tráfico Orgánico: 50%
- Referencias: 10%
- Redes Sociales: 15%

Competidor 3



- Tráfico Directo: 20%
- Tráfico Orgánico: 30%
- Referencias: 15%
- Redes Sociales: 35%

2.3. Comportamiento del Usuario

Competidor 1



- Duración Media de la Visita: 2 minutos y 30 segundos.
- Páginas por Visita: 4.
- Tasa de Rebote: 40%.

Competidor 2



- Duración Media de la Visita: 3 minutos y 10 segundos.
- Páginas por Visita: 3.
- Tasa de Rebote: 35%.

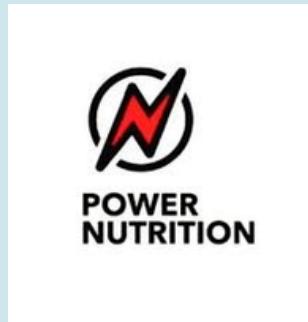
Competidor 3



- Duración Media de la Visita: 2 minutos.
- Páginas por Visita: 5.
- Tasa de Rebote: 45%.

2.4. Palabras Clave Orgánicas Principales

Competidor 1



- Palabra clave 1: “suplementos deportivos Bolivia” [Posición 2, Volumen de búsqueda 1,200].
- Palabra clave 2: “proteínas La Paz” [Posición 3, Volumen de búsqueda 900].
- Palabra clave 3: “ganancia muscular suplementos” [Posición 5, Volumen de búsqueda 700].

Competidor 2



- Palabra clave 1: “suplementos ganancia muscular” [Posición 1, Volumen de búsqueda 1,000].
- Palabra clave 2: “quemadores de grasa Bolivia” [Posición 4, Volumen de búsqueda 800].
- Palabra clave 3: “suplementos fitness Bolivia” [Posición 5, Volumen de búsqueda 600].

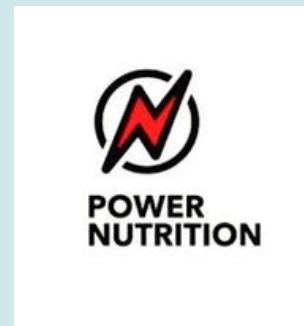
Competidor 3



- Palabra clave 1: “proteína vegana Bolivia” [Posición 1, Volumen de búsqueda 500].
- Palabra clave 2: “multivitamínicos Bolivia” [Posición 3, Volumen de búsqueda 300].
- Palabra clave 3: “suplementos naturales Bolivia” [Posición 2, Volumen de búsqueda 400].

2.5. Páginas Principales por Tráfico Orgánico

Competidor 1



- Página 1: /productos-proteina [25%].
- Página 2: /suplementos-pre-entrenamiento [15%].
- Página 3: /quemadores-de-grasa [10%].

Competidor 2



- Página 1: /productos-ganancia-muscular [30%].
- Página 2: /proteinas [20%].
- Página 3: /quemadores [10%].

Competidor 3

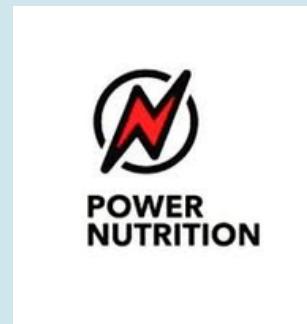


- Página 1: /productos-salud-bienestar [20%].
- Página 2: /multivitaminicos [15%].
- Página 3: /suplementos-naturales [10%].

3. Análisis de Redes Sociales (Social Media)

3.1. Distribución del Tráfico desde Redes Sociales

Competidor 1



- Facebook: 60%
- Instagram: 25%
- Twitter: 10%
- Otros: 5%

Competidor 2



- Facebook: 50%
- Instagram: 30%
- Twitter: 15%
- Otros: 5%

Competidor 3



- Facebook: 40%
- Instagram: 45%
- Twitter: 10%
- Otros: 5%

3.2. Engagement en Redes Sociales

Competidor 1



- Facebook: 12,000 seguidores, 250 interacciones promedio por post.
- Instagram: 7,500 seguidores, 180 interacciones promedio por post.
- Twitter: 4,000 seguidores, 90 interacciones promedio por tweet.

Competidor 2



- Facebook: 10,000 seguidores, 300 interacciones promedio por post.
- Instagram: 9,000 seguidores, 220 interacciones promedio por post.
- Twitter: 5,000 seguidores, 80 interacciones promedio por tweet.

Competidor 3



- Facebook: 8,500 seguidores, 150 interacciones promedio por post.
- Instagram: 10,000 seguidores, 250 interacciones promedio por post.
- Twitter: 3,500 seguidores, 70 interacciones promedio por tweet.

3.3. Contenido Más Compartido

Competidor 1



- **Publicación 1:** [Descuento en Proteínas], URL: www.pownutrition.com/promos, 500 compartidos.
- **Publicación 2:** [Consejos para Ganancia Muscular], URL: www.pownutrition.com/blog, 300 compartidos.

Competidor 2



- **Publicación 1:** [Promoción de Suplementos], URL: www.musclefit.com/promos, 600 compartidos.
- **Publicación 2:** [Rutina de Ejercicios], URL: www.musclefit.com/rutinas, 450 compartidos.

Competidor 3



- **Publicación 1:** [Descuento en Multivitamínicos], URL: www.fitlifebolivia.com/promos, 400 compartidos.
- **Publicación 2:** [Guía de Suplementación Natural], URL: www.fitlifebolivia.com/blog, 350 compartidos.

4. Comparación y Recomendaciones Estratégicas

4.1. Análisis Comparativo (SEO)

Competidor 1



Power Nutrition Bolivia: Tiene un buen posicionamiento orgánico, especialmente en búsquedas relacionadas con proteínas y suplementos para la ganancia muscular. Su debilidad está en no diversificar palabras clave relacionadas con la pérdida de peso.

Competidor 2



MuscleFit Bolivia: Fuerte presencia en búsquedas de ganancia muscular y quemadores de grasa. Su debilidad radica en la falta de optimización en contenido educativo.

Competidor 3



Fitlife Bolivia: Enfocado en palabras clave relacionadas con la salud y el bienestar. Su oportunidad está en expandir su presencia en palabras clave más especializadas.

4.1. ANÁLISIS COMPARATIVO (SOCIAL MEDIA)

Competidor 1



Power Nutrition Bolivia: Alto engagement en Facebook, pero con poca actividad en Instagram y Twitter. Puede mejorar el tráfico desde redes diversificando contenido.

Competidor 2



MuscleFit Bolivia: Excelente interacción en Instagram, aunque su tráfico de Twitter es bajo.

Competidor 3



Fitlife Bolivia: Creciente presencia en Instagram y colaboraciones en Facebook. Debe fortalecer su estrategia en Twitter para atraer más audiencia.

4.2. Recomendaciones Estratégicas

Mejorar el Rendimiento Orgánico

Recomendación: Suplementos Storm debería optimizar su sitio para más palabras clave relacionadas con "suplementos para la salud" y "nutrición deportiva especializada", además de mantener el enfoque en términos de ganancia muscular y pérdida de peso.

Optimización de Redes Sociales

Recomendación: Crear contenido más interactivo en redes sociales, como videos de entrenamientos, testimonios de clientes y colaboraciones con influencers fitness. Además, fortalecer la presencia en Twitter mediante publicaciones frecuentes y promociones exclusivas.

5. CONCLUSIONES

SUPLEMENTOS **STORM**

Suplementos Storm tiene una gran oportunidad de consolidarse como un referente en el mercado de suplementos en Bolivia mediante una combinación de estrategias de SEO para capturar más audiencia interesada en salud integral, y una mejora en el engagement en redes sociales. La diversificación de palabras clave y la presencia activa en todas las plataformas sociales permitirán competir efectivamente con Power Nutrition, MuscleFit y Fitlife Bolivia. Las alianzas con influencers y la creación de contenido educativo ayudarán a fidelizar a los clientes, asegurando un crecimiento sostenido.

TABLAS DE DATOS

Nro	Competencia	Mes (Cohorte)	Visitas Totales Mensuales	Visitas por Fuente	Principales Países de Origen	Palabras Clave Orgánicas	V
1	Optimum Nutrition		706,770 (EE. UU.)	Orgánica: 54.23%, Directa: 29.17%, Referidos: 8.5% (compraopti	Estados Unidos: 32.28%, "Optimum Nutrition" (32.5K búsque		
2	MuscleTech		770,000	Orgánica: 62%, Directa: 12%	Estados Unidos: 45%, Ca	"MuscleTech Whey F 1.5K	
3	BSN (Bio-Engineered Supplements and Nutrition)		75,000	Orgánica: 60%, Referidos: 25%, Pagada: 15%	Estados Unidos, Canadá,	"BSN supplements", "N.O.-XPLODI	
4	Dymatize Nutrition		150,000	Orgánica: 58%, Pagada: 22%, Referidos: 10%, Social: 10%	Estados Unidos: 45%, Ind	"Dymatize ISO100" (20K búsqueda	
5	Cellucor		786,000	tráfico directo (38.92%), seguido por búsqueda orgánica (35.46%)	Estados Unidos: 50%, Rei	"C4 pre workout" (30K búsquedas r	
6	JYM Supplement Science		150,000	Orgánica: 40.11%, Directa: 43.68%, Referidos: 5.1%, Social: 11.1	Estados Unidos: 72.46%, "jym supplement science" (1.1K bú		
7							

Dificultad de Palabra Clave	Total de Backlinks	Referentes de Dominio	Principales Backlinks	Número de Páginas Indexadas	Principales Contenidos	Optimización de Metaetiquetas	Uso de Palabras Clave	Velocidad de Carga	Compatibilidad Móvil	Estado del SSL	Seguidores en Redes Sociales	Engage
Id Standard" (3.7K búsqu	382,880	dominio	Principales dominios de referencia incluyen sitios de comercio electrónico			77		2.6s	Si	https://www.optir	Instagram: 663,000 segu	
media y alta	420,000	blogs de fitness, sitios de revisión de productos, y minoristas en línea				100		2.6s	Si	https://www.mus	Instagram: 452,0	0
medio a alto	200,000	Blogs de nutrición deportiva, distribuidores de suplementos, y sitios web				77		2.5s	Si	https://www.gobs	Instagram: 223,000 segu	
hey F Medio a alto	180,000	Blogs de fitness y nutrición, distribuidores de suplementos, sitios web				92		3.1s	Si	https://dymatize	Instagram: 323,000 segu	
men Alto	250,000	Blogs de fitness, foros de suplementos, y sitios de salud y bienestar				83		2.9s	Si	https://cellucor.c	Instagram: 372,000 segu	
670) Medio	448,000	Blogs de nutrición, foros de fitness, y sitios de salud y bienestar				92		3.2s	Si	https://jymsupple	Instagram: 50,100 segu	

Compatibilidad Móvil	Estado del SSL	Seguidores en Redes Sociales	Engagement en Redes Sociales	Anuncios Pagados	Gasto en Publicidad	Comparativa de Tráfico	Comparativa de Palabras Clave	Comparativa de Backlinks
Si	https://www.optir	Instagram: 663,000 seguidores, Twitter: 110,000 seguidores, YouTube: 87,400 suscriptores, Facebook: 2 millones de seguidores						
Si	https://www.mus	Instagram: 452,0	0.35%					
Si	https://www.gobs	Instagram: 223,000 seguidores, Twitter: 129,094, YouTube: 60,100 suscriptores						
Si	https://dymatize	Instagram: 323,000 seguidores, Facebook: 1,200,000 seguidores, TikTok: 57,200 seguidores						
Si	https://cellucor.c	Instagram: 372,000 seguidores, Facebook: 956,000 seguidores, TikTok: 57,100 seguidores						
Si	https://jymsupple	Instagram: 50,100 seguidores, Facebook: 19,000 seguidores, YouTube: 20,600 suscriptores						

TABLAS DE DATOS