

# **ANÁLISIS COMPETITIVO VALLE&VEGA, ECOMERCADO DE GRANADA Y NATUREFOODS**

Queremos desarrollar una web para la venta de productos ecológicos, es decir, abrimos paso en los mercados ecológicos online. Valley&Vega, Ecomercado de Granada y Naturefoods son unos de nuestros principales competidores.

En este documento vamos a hacer tanto un análisis individual como un análisis comparativo de estas tres plataformas, eligiendo así nuestro mayor competidor en el sector.

Este análisis nos permitirá tener una idea más clara del estado de la venta online de productos ecológicos. Tras este análisis, conoceremos los puntos fuertes y débiles de nuestra competencia, información con la que diseñaremos un producto que satisfaga todas las necesidades de nuestros futuros usuarios.

## **ÍNDICE**

ANÁLISIS DE VALLE&VEGA	2
ANÁLISIS DE ECOMERCADO DE GRANADA	4
ANÁLISIS DE NATUREFOODS	6
COMPARACIÓN DE LAS TRES OPCIONES	8



## **ANÁLISIS DE VALLE&VEGA**

### **1. Descripción de la empresa**

Es una cooperativa agroecológica situada en Granada que se especializa en la producción y distribución de productos ecológicos (frutas, verduras, pan y conservas).

Su misión es conservar el paisaje y las tradiciones, ofreciendo alimentos sanos para las personas y el planeta.

Página web: <https://valleyvega.org/>

### **2. Productos y servicios**

Ofrecen los siguientes productos y servicios a sus clientes:

- Ecocestas de temporada
- Panadería ecológica artesanal
- Conservas ecológicas
- Venta directa del agricultor

Su público objetivo son las personas particulares y familias interesadas en consumir productos ecológicos y cercanía, así como profesionales y centros de trabajo que buscan opciones saludables y sostenibles

### **3. Propuesta de valor**

Ofrecen productos de alta calidad, recolectados diariamente como se comenta con anterioridad. Además, mantienen una conexión directa entre los productores y consumidores, así garantizan transparencia y proximidad.

### **4. Análisis de la web**

#### **4.1. Puntos fuertes**

- Diseño y usabilidad → diseño sencillo y funcional, navegación intuitiva con secciones definidas que dan fácil acceso a la información. Es responsive y cuenta con la información necesaria para contactar con ellos
- Contenido → tienen información detallada de los productos, servicios y actividades, tienen un blog para compartir recetas y noticias relacionadas
- Funcionalidades → dispone de tienda online que permite que los usuarios encarguen cestas y productos

#### **4.2. Puntos débiles**

- Algunas imágenes podrían tener una mejor organización
- No cuenta con opción para cambiar de idioma
- No cuenta con apartado de preguntas frecuentes
- Obligación de tener una cuenta para poder hacer las compras
- La tienda online podría ofrecer una mejor experiencia de usuario
  - Más filtros
  - Proceso de compra más visual
  - Informar del valor mínimo de compra antes de que el usuario empiece a realizar la misma

- No cuenta con un asistente para la accesibilidad, la página no está adaptada para personas con discapacidad

## **5. Presencia en redes sociales**

Tienen Facebook, Twitter, telefono de contacto y mail



## **ANÁLISIS DE ECOMERCADO DE GRANADA**

### **1. Descripción de la empresa**

EcoMercado de Granada es un mercado ecológico que promueve el consumo responsable y sostenible de productos locales y orgánicos. Funciona como un punto de encuentro entre productores y consumidores, garantizando alimentos frescos y libres de químicos, con un impacto positivo en el medio ambiente y la economía local.

Página web: <https://ecomercadogranada.org/>

### **2. Productos y servicios**

Ofrecen los siguientes productos y servicios:

- Frutas y verduras ecológicas de temporada.
- Panadería artesanal ecológica.
- Productos lácteos y huevos de producción ecológica.
- Conservas y productos elaborados artesanalmente.
- Espacios de sensibilización sobre consumo sostenible.
- Mercados itinerantes y colaboraciones con iniciativas locales.

Su público objetivo son consumidores concienciados con la ecología y el comercio justo, así como pequeños comercios y restaurantes interesados en productos locales de calidad.

### **3. Propuesta de valor**

EcoMercado de Granada destaca por su enfoque en la comunidad y el comercio justo, ofreciendo una alternativa directa al consumo convencional. Promueven un modelo sostenible basado en la confianza entre productores y consumidores, con productos de proximidad y respetuosos con el medio ambiente.

### **4. Análisis de la web**

#### **4.1. Puntos fuertes**

- Diseño atractivo y ecológico: uso de colores naturales que refuerzan la identidad ecológica.
- Navegación intuitiva: estructura clara y accesible con información bien organizada.
- Transparencia y detalles: información detallada sobre los productores y la trazabilidad de los productos.
- Presencia en redes sociales: mantienen una comunicación activa con sus clientes a través de Facebook e Instagram.
- Eventos y actividades: organizan talleres y mercadillos itinerantes para fomentar el consumo responsable.

## **4.2. Puntos débiles**

- Falta de tienda online: No permite realizar compras directamente desde la web, lo que limita el acceso a sus productos.
- Escasez de filtros de búsqueda: La información podría organizarse mejor con opciones de filtrado más avanzadas.
- Mejoras en accesibilidad: La web no cuenta con herramientas de accesibilidad para personas con discapacidades visuales o motrices.
- Poca información sobre envíos y logística: No está claro si tienen opciones de entrega a domicilio o puntos de recogida.

## **5. Presencia en redes sociales**

Tienen Facebook, Twitter y correo electrónico.



## **ANÁLISIS DE NATUREFOODS**

### **1. Descripción de la empresa**

Naturefoods es una tienda online de productos naturales, que ofrece tanto productos y complementos alimenticios como productos de cosmética. Su objetivo es ofrecer una plataforma en la que comprar los anteriores productos sin conservantes ni aditivos, para personas que se preocupen por su salud.

Página web: [www.naturefoods.es](http://www.naturefoods.es)

### **2. Productos y servicios**

Ofrecen los siguientes productos:

- Alimentos (orgánicos, sin gluten, sin lactosa, aptos para veganos o vegetarianos)
- Complementos alimenticios
- Cosméticos naturales
- Otros (artículos de limpieza, de higiene personal,...)

Su público objetivo está formado por aquellas personas que busquen una buena alimentación, evitando el uso de conservantes y comida artificial. También apuntan a deportistas que quieran consumir complementos alimenticios, y a cualquier persona que quiera utilizar cosméticos de origen ecológico.

### **3. Propuesta de valor**

Cuentan con una amplia gama de productos, no centrándose únicamente en los alimenticios. Sus productos son de alta calidad, y además indican los ingredientes utilizados en su página web. Así mismo, cuentan con promociones para ofrecer descuentos a sus usuarios.

### **4. Análisis de la web**

#### **4.1. Puntos fuertes**

- Diseño intuitivo → su página web cuenta con una página de inicio que muestra correctamente todas las secciones de la web. Estas son accesibles en cualquier momento, gracias al menú horizontal implementado.
- Especificación de los productos → cada producto cuenta con una descripción que incluye con qué productos fue elaborado, además de consejos para su conservación
- Buscador de productos → existe un buscador que permite aplicar filtros para encontrar más fácilmente productos. Permite filtrar entre tipo de producto (con muchas opciones concretas), marcas y características ("Sin lactosa", "Vegan", "Vegetariano", "Sin nueces",...).
- Funcionalidad → hay implementada una cesta de la compra. Puedes navegar por la web añadiendo los productos que desees. También puedes editar las cantidades o eliminar productos en su sección correspondiente, de forma cómoda.
- Distintos métodos de pago → permite finalizar el pago utilizando una tarjeta de crédito, una cuenta de paypal o en presencial. Esta última opción es novedosa;

permite pagar al repartidor cuando llegue a la localización elegida con su pedido. Aún así, elegir esta opción tiene una pequeña tarifa.

- Boletín de noticias → existe la opción de suscribirse para recibir noticias sobre nuevos productos y promociones en la tienda online.

#### **4.2. Puntos débiles**

- El único idioma de la página web es el español. No da la posibilidad de cambiarlo.
- Información de contacto escasa. Únicamente ofrece un formulario de contacto, sin ningún número de teléfono disponible. Puede ser útil disponer de uno por si surge un problema durante una compra.
- Falta de página de preguntas frecuentes. Obliga a utilizar el formulario de contacto.
- No existe ninguna opción de accesibilidad para personas con discapacidad.
- El sitio web de Naturefoods no cuenta con ningún blog ni recetario. Tenerlo aumentaría el tráfico en la web.

#### **5. Presencia en redes sociales**

Cuentan con una página en Facebook e Instagram. Además, cuentan con un formulario de contacto.

## COMPARACIÓN DE LAS TRES OPCIONES

Finalizamos el análisis de los anteriores competidores con la visualización de una tabla comparativa.

Criterio	Valley&Vega	Ecomercado de Granada	Naturefoods
Diseño sencillo y funcional	✓	✓	✓
Navegación intuitiva	✓	✓	✓
Información detallada de productos y servicios	✓	✓	✓
Blog con recetas y noticias	✓	✗	✗
Tienda online	✓	✗	✓
Filtros en la tienda online	✗	✗	✓
Proceso de compra claro	✗	✗	✓
Valor mínimo de compra indicado	✗	✗	✓
Accesibilidad	✗	✗	✗
Presencia en redes	✓	✓	✓
Multi-idioma	✗	✗	✗
Preguntas frecuentes	✗	✗	✗
No es necesario tener una cuenta	✗	✓	✓
Información de contacto	✓	✓	✓
Es responsive	✓	✓	✓
Puntuación final	8/15	7/15	11/15

Una vez hemos calculado las puntuaciones finales, vemos que la mejor opción, con una puntuación de 11 sobre 15 es Naturefoods.