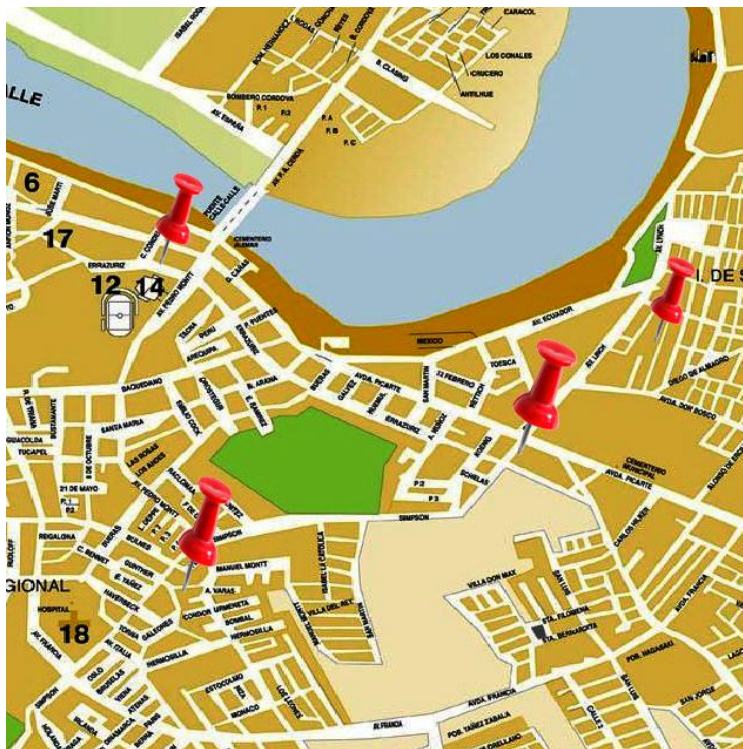


# Análisis de la competencia

## 1. Información importante que debes reunir:

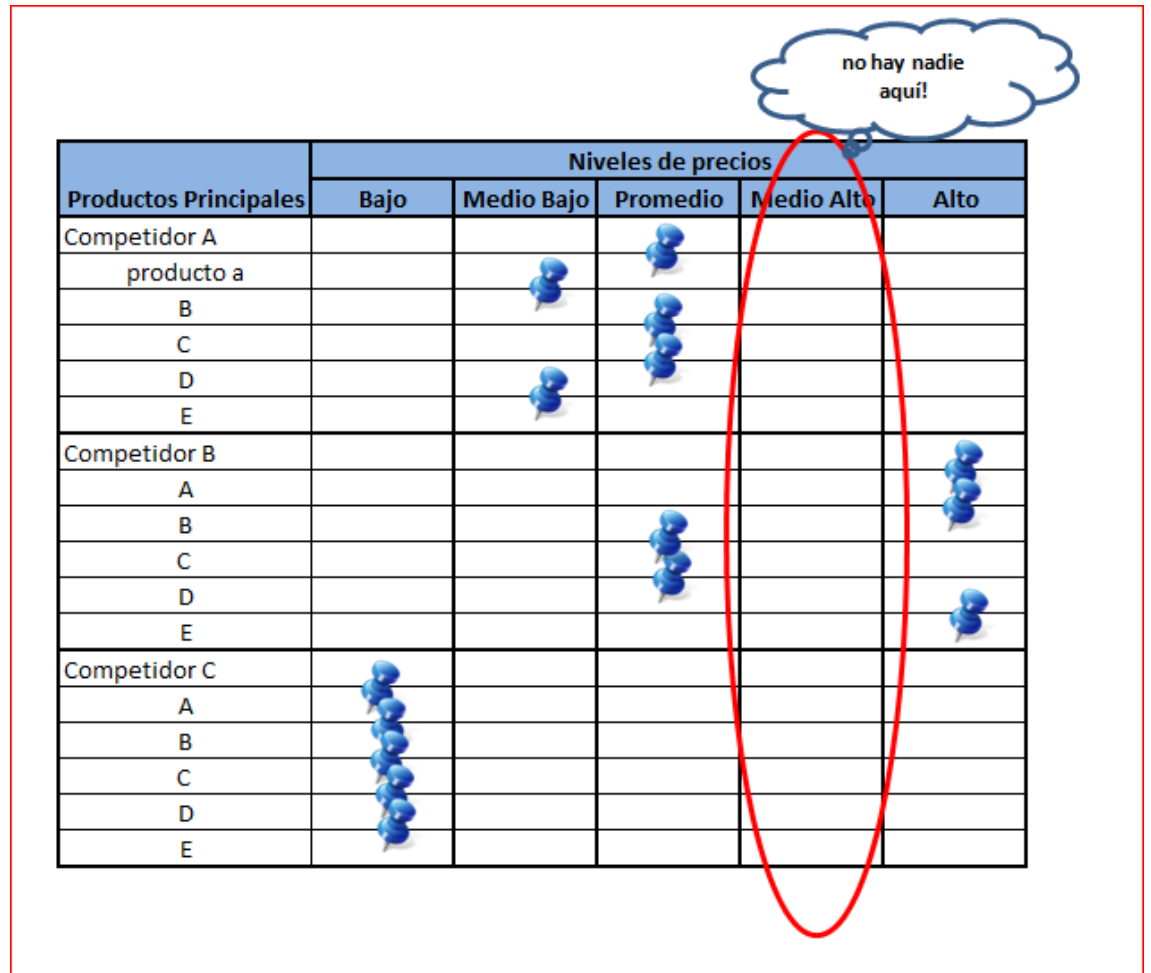
- 1.1 **Quiénes son.** Lista todos los competidores que conozcas que ofrezcan productos o servicios similares a los tuyos. También toma nota de aquellos que sin ofrecer lo mismo, si satisfagan las mismas necesidades. Si vendes queso para rallar, lista las queserías, pero también los locales donde vendan queso rallado ya embolsado, como un almacén.
- 1.2 **Donde están.** Te dará una idea de la concentración de competidores así como de potenciales zonas sin cubrir



- 1.3 **Que ofrecen.** Arma un listado de servicios o productos y en las columnas anota todos los competidores que encuentres, te dará una visión completa de su oferta, comenzarás a notar espacios...

Producto	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3	Competidor 4	Competidor 5
A	X	X		X	X
B	X	X	X	X	X
C	X	X	X	X	
D	X		X		
E	X	X		X	

**Niveles de precios.** Te servirá para definir tu posicionamiento en este tema así como para conocer la tendencia del mercado. Puedes utilizar un listado de este tipo, en el que podrás detectar nichos de mercado.



1.4 **Cualquier otra información** que te permita tener un amplio conocimiento de tus actuales y potenciales competidores, como horarios, cantidad de personal, facturación aproximada, disposición del local, donde publicita, etc.

**2. Como evaluarla:**

Tienes que hacer un resumen donde colocas una descripción uno a uno, de todas las características que encuentras de cada oferente. Te va a mostrar quienes son los líderes, los seguidores, los nuevos y los innovadores. Te va a dar también idea de las preguntas a hacer a tus potenciales clientes, fundamentalmente en relación a aparentes necesidades no cubiertas.