

## **Análisis de Competencia para la Solución de Ventas Cruzadas**

Para realizar un análisis de competencia efectivo y comprobar la viabilidad de la solución de ventas cruzadas en el mercado, se debe seguir un proceso estructurado que permita obtener información valiosa sobre el panorama competitivo. A continuación, se detallan los pasos a seguir:

### ***1. Identificación de competidores potenciales***

El primer paso es identificar y clasificar los competidores potenciales en el mercado. Se deben considerar las siguientes categorías:

- Agencias de Desarrollo de Software
- Aceleradoras e Incubadoras de Startups
- Empresas de Capacitación en Tecnología
- Consultoras Tecnológicas
- Plataformas de Conexión entre Empresas

Se espera obtener una lista de 10-15 competidores relevantes en estas categorías.

### ***2. Recopilación de información***

Para cada competidor identificado, se procede a recopilar información sobre sus productos, servicios y estrategias. Esto incluye:

- Revisión de sus sitios web y materiales de marketing
- Análisis de sus ofertas de productos y servicios
- Investigación de sus estrategias de precios y modelos de negocio
- Evaluación de sus fortalezas y debilidades percibidas

### ***3. Análisis Comparativo***

A partir de la información recopilada, se realiza un análisis comparativo para evaluar cómo se posiciona nuestra solución frente a la competencia. Se deben considerar los siguientes aspectos:

- Características y funcionalidades de los productos
- Precios y modelos de monetización
- Público objetivo y nichos de mercado
- Estrategias de marketing y canales de distribución

#### **4. Encuesta de Percepción del Mercado**

Para obtener una visión más amplia del mercado y la percepción de los competidores, se realiza una encuesta a un grupo de 30-50 potenciales usuarios, incluyendo:

- Clientes de Parquesoft Nariño
- Gerentes de empresas de software
- Profesionales de ventas en el sector tecnológico

La encuesta debe abordar temas como:

- Conocimiento y uso de soluciones de ventas cruzadas existentes
- Satisfacción con las soluciones actuales
- Necesidades no cubiertas por los productos existentes
- Disposición a adoptar nuevas soluciones

#### **5. Análisis FODA**

Basándose en la información recopilada, se desarrolla un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de nuestra solución en relación con la competencia.

#### **6. Síntesis y Reporte**

Finalmente, se sintetiza toda la información recopilada en un informe detallado que incluya:

- Panorama competitivo actual
- Posicionamiento de nuestra solución en el mercado
- Ventajas competitivas identificadas
- Áreas de mejora y oportunidades de diferenciación
- Recomendaciones estratégicas basadas en el análisis

Este informe servirá como base para refinar la solución y desarrollar estrategias de entrada al mercado efectivas. Además, proporcionará insights valiosos para la presentación final del modelo de negocio a Parquesoft Nariño y otros potenciales clientes o inversores.