**1. Identificación de Competidores**

* **Competidores Directos:** Proyectos o plataformas que ya ofrecen mapas interactivos o información sobre biodiversidad en el Cauca o en regiones similares.
	+ Ejemplos:
		- Portal Autónoma Regional del Cauca – CRC
		- **Global Forest Watch** (mapas interactivos sobre la cobertura forestal y biodiversidad global).
		- **iNaturalist** (plataforma donde los usuarios pueden registrar observaciones de especies en diferentes áreas, incluidos mapas interactivos).
* **Competidores Indirectos:** Organizaciones o plataformas que no ofrecen exactamente lo mismo, pero que podrían competir por la atención o el interés del mismo público objetivo.
	+ Ejemplos:
		- **Google Earth** (con capas de biodiversidad y áreas protegidas).
		- **National Geographic Maps** (recursos de mapas que incluyen aspectos de biodiversidad en zonas de interés).

**2. Análisis de Productos y Servicios**

* **Funcionalidades del Producto:**
	+ **Competidores Directos:**
		- Portal Corporación Autónoma Regional del Cauca – CRC, Proporciona mapas interactivos, con capas de datos que incluyen cobertura forestal, biodiversidad, y amenazas como la deforestación. Está diseñado para un uso global, no específico del Cauca.
		- **Global Forest Watch:** Proporciona mapas interactivos globales, con capas de datos que incluyen cobertura forestal, biodiversidad, y amenazas como la deforestación. Está diseñado para un uso global, no específico del Cauca.
		- **iNaturalist:** Enfocado en la comunidad, permite a los usuarios cargar observaciones de especies, identificarlas y ver la distribución en mapas interactivos. Se centra en la colaboración ciudadana.
	+ **Competidores Indirectos:**
		- **Google Earth:** Ofrece mapas detallados con capas personalizables, pero carece de un enfoque específico en la biodiversidad del Cauca.
		- **National Geographic Maps:** Ofrece mapas detallados y educativos, con algunas capas sobre biodiversidad, pero no es interactivo a nivel local como tu proyecto.

**3. Análisis de Precios**

* **Competidores Directos:**
	+ **Global Forest Watch:** Gratuito; financiamiento a través de donaciones y apoyo de ONG.
	+ **iNaturalist:** Gratuito; sostenido por organizaciones de conservación y comunidades.
* **Competidores Indirectos:**
	+ **Google Earth:** Gratuito para usuarios regulares, pero puede requerir suscripciones o pagos para acceso a funciones avanzadas o profesionales.
	+ **National Geographic Maps:** Generalmente accesible con membresía o compra de mapas específicos.

**4. Estrategias de Marketing**

* **Competidores Directos:**
	+ **Global Forest Watch:** Marketing dirigido a ONG, gobiernos, investigadores, y el público interesado en la conservación global.
	+ **iNaturalist:** Fuerte enfoque en la comunidad, con marketing a través de redes sociales y colaboraciones con instituciones educativas y científicas.
* **Competidores Indirectos:**
	+ **Google Earth:** Publicidad y promociones a través de Google, con un enfoque en la versatilidad y la aplicabilidad global.
	+ **National Geographic Maps:** Comercialización a través de su marca establecida, con un enfoque en la educación y el turismo.

**5. Análisis de Fortalezas y Debilidades**

* **Fortalezas:**
	+ **Global Forest Watch:** Gran cantidad de datos globales, herramienta poderosa para investigadores.
	+ **iNaturalist:** Comunidad activa y colaborativa, fácil de usar, integración social.
	+ **Google Earth:** Plataforma robusta, integración con otros servicios de Google.
	+ **National Geographic Maps:** Marca fuerte y confiable, calidad en la cartografía y educación.
* **Debilidades:**
	+ **Global Forest Watch:** Enfoque global, falta de especificidad para el Cauca.
	+ **iNaturalist:** Depende de la participación de usuarios, lo que puede resultar en datos incompletos para ciertas áreas.
	+ **Google Earth:** Carece de un enfoque especializado en biodiversidad o áreas protegidas específicas.
	+ **National Geographic Maps:** No es interactivo a nivel local, limitado en el detalle que ofrece en regiones específicas como el Cauca.

**6. Oportunidades de Diferenciación**

* **Enfoque Localizado:** Tu proyecto se centra específicamente en la biodiversidad del Cauca, lo que te permite ofrecer una profundidad de información que otros no pueden igualar.
* **Actualización Continua:** Ofrecer datos actualizados en tiempo real o periódicamente puede ser un valor añadido frente a competidores con actualizaciones más esporádicas.
* **Integración Comunitaria:** Involucrar a las comunidades locales y ONG para que contribuyan con datos y utilicen la plataforma puede fortalecer el proyecto y diferenciarlo de competidores globales.
* **Educación y Conservación:** Enfocar el proyecto en la educación y la sensibilización sobre la conservación en el Cauca puede atraer a usuarios e **7. Conclusiones y Estrategias**
* **Posicionamiento:** Posicionar tu proyecto como la herramienta de referencia para la biodiversidad en el Cauca, con un enfoque local profundo y colaborativo.
* **Colaboraciones Estratégicas:** Buscar alianzas con universidades locales, ONG, y gobiernos para fortalecer la base de datos y la credibilidad del proyecto.
* **Diferenciación en Experiencia de Usuario:** Crear una interfaz intuitiva y atractiva, adaptada a dispositivos móviles, con funciones únicas como rutas ecológicas personalizadas o alertas de conservación.

Este análisis de la competencia te permitirá identificar las oportunidades y amenazas en el mercado, y ajustar tu propuesta de valor para destacar en el nicho de la biodiversidad del Cauca.