



## Documento para analizar la competencia

### 1. Introducción

- **Objetivo del análisis:** Define claramente el objetivo del análisis de la competencia. Por ejemplo, identificar oportunidades de mercado, desarrollar estrategias de diferenciación, mejorar la oferta de productos/servicios.
- **Alcance del análisis:** Especifica el alcance del análisis. ¿Se analizarán competidores directos, indirectos o ambos? ¿Se enfocará en un área geográfica específica?

### 2. Identificación de la competencia

- **Competidores directos:** Lista las empresas que ofrecen productos o servicios similares a los tuyos en el mismo mercado objetivo. En el caso del café especial, podrían ser otras empresas que ofrecen trazabilidad y análisis de datos para la producción y comercialización.
- **Competidores indirectos:** Lista las empresas que ofrecen productos o servicios que podrían sustituir a los tuyos o satisfacer las mismas necesidades de los clientes de forma diferente. Por ejemplo, empresas que ofrecen software de gestión agrícola general o plataformas de comercio electrónico para productos agrícolas.

### 3. Recopilación de información

- **Fuentes de información:** Describe las fuentes que se utilizarán para recopilar información sobre la competencia. Ejemplos:
  - Sitios web de la competencia
  - Redes sociales
  - Publicaciones de la industria
  - Informes de mercado
  - Entrevistas a expertos
  - Análisis de precios
  - Estudios de caso
- **Herramientas:** Menciona las herramientas que se utilizarán para la recopilación y análisis de datos. Ejemplos:
  - Herramientas de análisis de sitios web (SEMrush, SimilarWeb)
  - Herramientas de monitoreo de redes sociales (Brand24, Mention)
  - Bases de datos de mercado (Statista, Euromonitor)

### 4. Análisis de la competencia

- **Perfil de cada competidor:** Crea un perfil para cada competidor que incluya la siguiente información:
  - Descripción general de la empresa
  - Productos o servicios ofrecidos
  - Precios
  - Estrategias de marketing (publicidad, redes sociales, contenido)
  - Canales de distribución
  - Posicionamiento en el mercado
  - Fortalezas y debilidades
- **Análisis comparativo:** Crea una tabla o matriz para comparar a los competidores en función de criterios clave como:
  - Características de los productos/servicios
  - Precios



- Calidad
- Innovación
- Servicio al cliente
- Reputación de la marca

### 5. Análisis DAFO

- Realiza un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) para cada competidor y para tu propia empresa. Esto te ayudará a identificar:
  - **Debilidades:** Áreas en las que tu empresa es menos fuerte que la competencia.
  - **Amenazas:** Factores externos que podrían afectar negativamente a tu empresa.
  - **Fortalezas:** Áreas en las que tu empresa tiene una ventaja sobre la competencia.
  - **Oportunidades:** Factores externos que podrían beneficiar a tu empresa.

### 6. Conclusiones

- **Principales hallazgos:** Resume las principales conclusiones del análisis de la competencia.
- **Implicaciones para el negocio:** Describe cómo los hallazgos del análisis pueden influir en la estrategia de tu negocio.

### 7. Recomendaciones

- **Estrategias de diferenciación:** Propón estrategias para diferenciar tu oferta de la de la competencia.
- **Áreas de mejora:** Identifica áreas en las que tu empresa puede mejorar para ser más competitiva.
- **Oportunidades de mercado:** Describe oportunidades de mercado que tu empresa podría aprovechar.