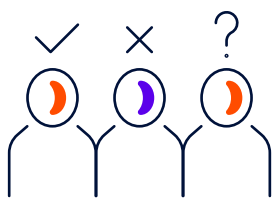
Un programa del:
Fideicomiso para Ciencia, Tecnología e Investigación de Puerto Rico

Análisis de Competidores

Se define como el proceso de evaluar las fortalezas y debilidades de los competidores o negocios que se encuentran en nuestro mismo sector del mercado.

Competidor

Un competidor es una opción que tiene tu cliente en vez de pagar por tu producto o servicio.



Tipos de competidores

Competidores Directos

Estos son con los que consideramos que compartimos nuestros clientes y les ofrecen un producto o servicio similar o igual al nuestro.

Competidores Indirectos

Estos son los productos o servicios adicionales que nuestro cliente puede utilizar para resolver su problema.

Competidores Sustitutos

Son aquellas empresas que trabajan productos o servicios que, aun satisfaciendo la necesidad principal del consumidor, difieren en sus atributos principales, pero compiten en el mismo mercado y sector.

Una vez que identifiques a tus competidores directos, indirectos o sustitutos puedes utilizar las preguntas guías para llevar a cabo tu análisis de competidores.

- ¿Qué propuesta de valor ofrecen mis competidores?
- ¿En qué región geográfica venden su producto o servicio?
- ¿Quién es el cliente de mi competidor?
- ¿Qué funcionalidades tiene el producto o servicio de mi competidor?
- ¿Qué debilidades tiene el producto de mi competidor?
- ¿Qué precios tienen mis competidores?
- ¿Qué modelo de negocio tiene mis competidores?

5 Beneficios de analizar a tu competidor

- Identificar áreas en donde nuestros competidores están fallando o necesidades que no se están cumpliendo.
  Al igual, podemos identificar áreas donde nosotros mismos no estamos cumpliendo, pero nuestros competidores sí.

- Desarrollar estrategias para competir. Con la información adquirida crearemos nuevas soluciones innovadoras para responder mejor al cliente y competir en el mercado.

- Desarrollar nuevos productos o servicios identificando las oportunidades y necesidades en el mercado.

- Vender de forma más eficiente: al estar más informados, podemos vender los productos o servicios correctos a los precios correctos.

- Descubrir las tendencias del mercado: al analizar a nuestros competidores, podemos ver claramente hacia donde se está dirigiendo el mercado a través de tendencias.

Aplica lo aprendido en el capítulo y haz tu propio análisis de competidores