

Monta tu Negocio

De la idea al plan concreto

Estudio de Mercado

Diseño y facilitación:
Juan Ernesto Giménez Á.
@JuanErnesto008

ESTUDIO DE MERCADO

El Plan de Negocios

- ✓ Instrumento para planificar etapa inicial del negocio.
- ✓ Ayuda a minimizar el riesgo asociado con el emprendimiento.
- ✓ Determina factibilidad desde los puntos de vista de mercado, operativo y financiero.
- ✓ Sirve para establecer metas, tomar decisiones, conseguir socios y/o financiamiento.



ESTUDIO DE MERCADO

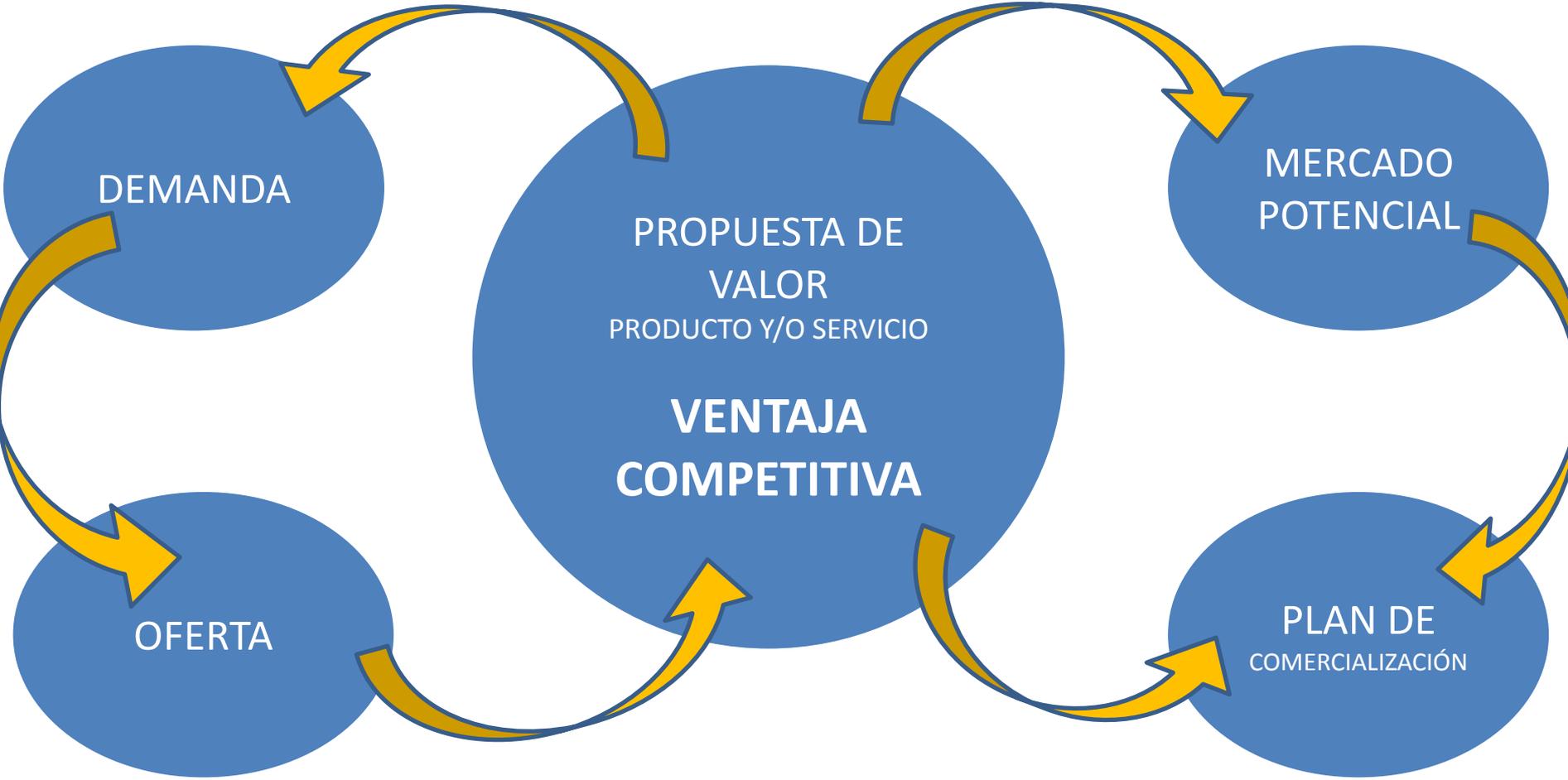
El Mercado

- ✓ Espacio donde confluyen productos, servicios, compradores y vendedores, generando una dinámica de sana competencia.
- ✓ Los compradores buscan productos que satisfagan sus necesidades, los emocionen, los hagan felices.
- ✓ Quienes los ofrecen deben adecuarse a las exigencias de los clientes y diferenciarse de la competencia.



ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de Mercado



ESTUDIO DE MERCADO

Propuesta de valor

- ✓ Concepto de producto y/o servicio a ofrecer al mercado.
- ✓ Con sencillez se debe dejar claro lo que se le ofrece a la clientela potencial.
- ✓ Es importante que cuente con características especiales para el mercado.
- ✓ Es recomendable incorporar elementos novedosos, atractivos para los clientes.



ESTUDIO DE MERCADO

Investigación de Mercado

- ✓ La clave de un buen estudio de mercado consiste en conocer las exigencias, demandas, quejas de los clientes potenciales, las debilidades de la competencia, a partir de allí diseñar el producto adecuado y la estrategia para venderlo.
- ✓ Existen varias maneras de investigar el mercado: entrevistas, encuestas, lluvia de ideas, estudio de grupos focales, observación directa, revisión de datos, documentos.
- ✓ El emprendedor debe ubicar la estrategia adecuada e investigar sobre el mercado en el que pretende incursionar.



ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de la demanda

- ✓ Se trata de profundizar sobre el segmento del mercado elegido.
- ✓ Es muy importante tener definido el grupo de personas a quienes se dirige el proyecto: Edad, sexo, nivel de ingresos, educativo, costumbres, cultura, religión, entre otros, de los posibles clientes.
- ✓ Conocer a los clientes y **sus preferencias** resulta fundamental para el desarrollo del resto del plan de negocios.



ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de la oferta

- ✓ Se debe conocer lo más posible el negocio del que formamos parte. Conocer a la competencia puede ser tan importante como conocer a los clientes.
- ✓ ¿Con quién competimos? ¿Dónde está ubicado? ¿Qué ventajas ofrece a los clientes? ¿Cuáles son sus precios?
¿Cuáles son sus debilidades?
- ✓ Con una buena estrategia de investigación puedo ubicar información relativa a la demanda y la oferta.



ESTUDIO DE MERCADO

Ventaja competitiva

- ✓ Elementos distintivos del producto o servicio que se ofrece. ¿Qué tiene de especial lo que ofreces al mercado?
- ✓ Por algo se debe destacar el producto o servicio que ofreces: Precio, calidad o eficiencia en la distribución. Es recomendable para los emprendedores enfocarse en un tipo de ventaja competitiva y trabajar hasta conseguirla.
- ✓ La ventaja competitiva debe ser el punto fuerte del producto, información para el plan de comercialización.



ESTUDIO DE MERCADO

Mercado potencial

- ✓ El estudio de la demanda debe generar información que permita estimar el número aproximado de clientes potenciales del proyecto. ¿Cuántas personas compran productos o servicios parecidos al que ofrece el plan de negocios?
- ✓ Estimar el mercado potencial requiere de investigación, lógica, análisis y creatividad. Existen trabajos que se realizan permanentemente en determinados rubros de productos, en otros hay que ubicar los datos desde cero.



ESTUDIO DE MERCADO

Plan de comercialización

- ✓ Se trata de la publicidad, estrategia de relacionamiento con el mercado potencial.
- ✓ El plan de comercialización es eficiente en la medida en la que esté identificado el segmento del mercado al cual va dirigido el producto o servicio y se tenga una clara ventaja competitiva.
- ✓ El plan de comercialización representa un gasto operativo, el cual es eficiente si el mensaje llega justamente a los clientes potenciales.



ESTUDIO DE MERCADO

Conclusiones

- ✓ El producto o servicio a ofrecer debe contar con características atractivas para el mercado (ventaja competitiva).
- ✓ Se debe trabajar de manera permanente en el conocimiento de la demanda y oferta del producto o servicio.
- ✓ Conociendo el mercado es posible estimar el número de clientes potenciales del proyecto.
- ✓ El plan de comercialización será efectivo en la medida que venda una ventaja competitiva y vaya dirigido al mercado potencial del proyecto.



ESTUDIO DE MERCADO

“Haz un cliente,
no una venta”

Katherine Barchetti

