

# Plan de Empresa PAG 36, 38 y 40

## Redacta tu plan de empresa (36)

A partir de la idea de tu negocio, reflexiona sobre los siguientes aspectos para tu plan de empresa:

### Cuotas de mercado:

- ¿Crees que existe alguna o algunas empresas que tienen mayor cuota de mercado que las demás? ¿Cuáles son?

No, creo que está repartido entre todas.

- ¿O crees que existen muchas pequeñas empresas que se reparten más o menos igual el mercado?

Existen muchas que se reparten el mercado equiparadamente.

- ¿A qué cuota de mercado aspirarías en tu primer año de proyecto empresarial?

Al menos un 5% al principio.

- Busca en la página del INE el tamaño de mercado o ventas totales del sector donde se ubica tu empresa.

100.000 millones de euros.

### Estructura del mercado:

- ¿Como es la estructura del mercado a donde se dirige tu plan de empresa?

Es una estructura basada en que la empresa es quien ofrece el servicio y el consumidor es a quien va dirigido.

- ¿Hay intermediarios: mayoristas, minoristas?

No.

- ¿Hay prescriptores que influyen en la decisión de la compra aunque lo consume y pague otra persona?

No.

### **Precio de equilibrio:**

- ¿Cuál crees que es el precio de equilibrio de mercado del producto de tu empresa donde la oferta se iguala a la demanda? Si tienes varios productos señala algunos.

El precio equilibrado sería entre 1900 y 2500 euros.

---

## **Redacta tu plan de empresa (38)**

Respecto al tipo de mercado al que te diriges:

Monopolio y oligopolio:

- ¿Existe alguna empresa claramente líder que llega a actuar casi como monopolio, por ejemplo marcando los precios a seguir?

No.

- ¿Existen algunas empresas líderes que hacen de oligopolio en el mercado?  
¿Pactan precios o no lo hacen?

No.

Competencia perfecta y monopolística:

- ¿Existen muchas pequeñas empresas y el producto es muy parecido? ¿Debes aceptar el precio que viene por el mercado?

No.

- ¿Tu mercado se distingue por marca y debes diferenciarte también por marca de la competencia?

Si.

---

## Redacta tu plan de empresa (40)

Es muy importante que a partir de tu idea de negocio concretes cuál es el segmento de mercado al que se dirige tu empresa y como son los "early adopters" que te comprarán en primer lugar:

### **¿Qué criterios son los que realmente te ayudan a segmentar o clasificar a los clientes?**

- ¿Geográficos? ¿Demográficos? ¿La renta? ¿Su profesión? ¿Los rasgos psicológicos? ¿Sus gustos? ¿Si es particular o empresa?  
Geográficos, gustos, empresa.
- ¿Existe otro criterio que sea importante para tu empresa?  
Que puedan costearse el servicio, la economía.

### **Define tu segmento de mercado**

- Redacta todas las características anteriores que te sean útiles para obtener cómo es ese cliente objetivo a quien te diriges.  
Empezaría por coger empresas por localidad, con los mismos gustos y necesidades similares.
- Describe a los Early Adopters o primeros "Adoptantes" a los que tu proyecto se dirige.  
Los primeros adoptantes, serían empresas que están empezando y quieren darse a conocer más allá de su localidad.
- ¿Existen varios segmentos o tipos de clientes en tu empresa?  
Sí, empresas que están empezando y empresas que ya llevan su tiempo.
- Si existen varios segmentos: ¿Vas a utilizar una estrategia segmentada, diferenciada o indiferenciada?

Diferenciada.