

Simulación Empresarial

Tema 4

Solución Actividad nº 2. Planteamiento de un Estudio de Mercado

1. SOLUCIÓN A LA ACTIVIDAD 2

A continuación, se detalla la solución a la actividad 2.

Vamos a desarrollar el diseño de las etapas para el Estudio de Mercado del lanzamiento de la línea de camisetas para running.

1. Definición de objetivos: Analizar las necesidades de los jóvenes que practican el running y el tipo de camisetas que actualmente fabrica la competencia.

2. Diseño del Plan de investigación: Se diseña un plan de para recoger la información que se necesita. Este plan contempla las fuentes tanto primarias como secundarias, el sistema que utilizaremos para recoger los datos y su análisis.

3. Fuentes de información:

a. **Primarias:** Entrevistas a jóvenes que practican el running, revisión de publicaciones y webs especializadas, acudir a ferias comerciales del sector...

b. **Secundarias:** Datos de población, estudios estadísticos, información de la federación de atletismo y otros estudios del sector.

4. Obtención de los datos:

a. Formulario encuesta para conocer la opinión de los jóvenes que practican el running.

b. Competencia: revisar sus catálogos, webs, empresas que fabrican este tipo de camisetas y cuota de mercado que tienen.

c. Estudios del INE, Federación de Atletismo, revistas especializadas...

5. Análisis de los datos. Podremos determinar cómo actuar, una vez analizados los datos obtenidos:

Tamaño del mercado objetivo, y el segmento al que nos debemos dirigir.

Características del mercado.

Necesidades y preferencias de los posibles clientes.