

## ANÁLISIS DE MERCADO

- Indica a qué mercado va destinado tu producto o servicio, cuáles son sus características y el ámbito geográfico en el que va a operar.

### **Descripción del mercado:**

- **Tamaño del Mercado:**

Indica cuál es el tamaño del mercado al que pertenece tu producto. Busca en la página del INE (Instituto Nacional de Estadística) el tamaño de mercado o ventas totales del sector donde se ubica tu empresa:  
[www.ine.es](http://www.ine.es)

- **Cuotas de Mercado:**

¿Crees que existe alguna o algunas empresas que tienen mayor cuota de mercado que las demás? ¿Cuáles son?  
¿O crees que existen muchas pequeñas empresas que se reparten más o menos igual el mercado?  
¿A qué cuota del mercado aspirarías en tu primer año de proyecto empresarial?

- **Estructura del mercado:**

¿Cómo es la estructura del mercado a donde se dirige tu Plan de empresa?  
¿Hay intermediarios: mayoristas, minoristas?  
¿Hay prescriptores que influyen en la decisión de compra aunque lo consume o pague otra persona?  
¿Cuál es el precio de mercado para ese producto?

- **Tipo de Mercado:**

Indica cómo es tu tipo de mercado según el número de empresas que ofrecen el producto.  
¿Existe alguna empresa claramente líder que llega a actuar casi como monopolio, por ejemplo marcando los precios a seguir?  
¿Existen algunas empresas líderes que hacen oligopolio en el mercado?  
¿Pactan precios o no lo hacen?  
¿Existen muchas pequeñas empresas y el producto es muy parecido?  
¿Debes aceptar el precio que viene por el mercado?  
¿Tu mercado se distingue por marca y debes diferenciarte también por marca de la competencia?

### **Segmentación del mercado:**

- Escoge qué criterios de segmentación del mercado son los que te ayudaran a clasificar a tus clientes.
- Pensad quienes son los clientes que os compraran en primer lugar o los EarlyAdopters.
- ¿Existen varios segmentos o tipos de clientes en tu empresa? Si existen varios segmentos indica que tipo de estrategia vas a utilizar: diferenciada, concentrada o indiferenciada y explica el porqué de esa elección.
- Describe a tu cliente objetivo o target.

A continuación pincha en el siguiente enlace y desarrolla un mapa de empatía de tus clientes para tu empresa.

<https://www.youtube.com/watch?v=UwaCuSIDs9A>