

2020.

Formación Empresarial - Laura Yannotti.



ESTUDIO DE MERCADO.

1.

Kevin Anadón • Mayza Ferreira • Ignacio Rodríguez • Yorel Acosta
Heart Bits - 3BB Diurno.

Mercado.

Para poder estudiar el mercado se necesita conocer qué es, tiene varias definiciones, nosotros lo tomaremos por el lado del marketing. Desde su punto de vista, el mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto, en este caso la venta de software. Además para analizar el mercado utilizaremos el proceso de medición que es un aspecto fundamental en la investigación de mercados. La medición de los fenómenos de mercado es esencial para el proceso de suministrar información significativa para la toma de decisiones a la cercanía y al futuro de la empresa. De ese modo, el estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica, en nuestro caso la actividad económica que practicamos es la venta de software.

Estudio del Mercado.

Aunque anteriormente mencionamos qué es, necesitaremos saber que su función primordial en el mundo de las ventas, es que permite “apuntar bien antes de disparar”. Con esto nos referimos a que antes de realizar el lanzamiento de un producto o servicio es necesario conocer los puntos claves de nuestro “target” para que sepamos cómo responder ante los gustos y expectativas de los clientes.

Al realizar este estudio de mercado podemos medir si el producto o servicio que planeamos lanzar es viable o no. Nuestro estudio de mercado contará con 5 etapas, las cuales están distribuidas por esta sección del documento y el plan de marketing.

Las etapas del estudio de mercado son:

1. Análisis del Mercado.
 - a. Planificación del desarrollo de la investigación
 - b. Relevamiento y análisis de los datos
2. Clasificación del mercado.
3. Previsiones de crecimiento.
4. Análisis del sector.
5. Mezcla Comercial o Acciones de Marketing.

De algunos de estos puntos se habla a detalle en el plan de marketing, por ejemplo, el análisis del sector y acciones de marketing.

ESTUDIO DE MERCADO.**2.**

Análisis del Mercado.

El análisis del mercado se lleva a cabo luego de la obtención de datos, esto puede hacerse mediante entrevistas, encuestas, observaciones directas o indirectas y experimentos, luego de obtener los datos, se analizan, y esto nos sirve para saber las necesidades del mercado y nos da una noción de cómo satisfacer las mismas.

Nosotros optamos por las observaciones (indirectas) porque al ser una nueva empresa de bajo renombre no tenemos la oportunidad de realizar entrevistas a los más experimentados en el mercado de software. Además por la pandemia mundial tampoco tenemos la capacidad de obtener de distintas formas los datos correspondientes o de una buena fuente, por eso decidimos a observar y asimilar el mercado actual.

Nuestras observaciones del mercado del software en Uruguay son:

La industria del software es el tercer sector de Uruguay que más exporta, convirtiendo al país en el principal exportador per cápita de América Latina. Los ingresos corresponden al 2,5% del producto interno bruto (PIB) del país, unos US\$ 1.500 millones, superando a los sectores ganaderos y de soja.

Actualmente hay en Uruguay aproximadamente 550 empresas en la industria TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), las que se encuentran mayoritariamente concentradas en Montevideo. De acuerdo a la clasificación por actividad principal que realiza la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI), 53% de sus empresas socias pertenecen al segmento de Servicios TI, 43% están orientadas a Productos TI mientras que el restante 4% se enfoca al segmento de Internet y Transmisión de Datos.

Se estima que las exportaciones del sector en 2012 rondaron los US\$ 300 millones, representando un crecimiento de alrededor del 10% respecto al año anterior. La tasa promedio de crecimiento anual de las exportaciones TIC uruguayas se situó en 11,6% durante el período 1998-2010.

Los principales rubros exportados vinculados a este sector son los servicios de TI, que incluyen desde el desarrollo de software, hasta los servicios de mantenimiento, soporte, capacitación, venta de licencias de software extranjero y los productos de software. En cuanto a los destinos de las exportaciones, la industria TIC uruguaya exporta a más de 50 mercados y Estados Unidos es el principal destino del sector TIC uruguayo, representando el 27% del total, seguido por Brasil (12,4%) y Chile (9,4%).

ESTUDIO DE MERCADO.**3.**

Exportaciones de TI, por tipo de producto (2011)

Tipo de Producto	US\$ miles	% Part.
Otros servicios TI	112.251	42,2%
Software	61.951	23,3%
Consultorías	44.967	16,9%
Outsourcing	46.381	17,4%
Servicios de Internet y Telecomunicaciones	226	0,1%
Total	265.713	100%

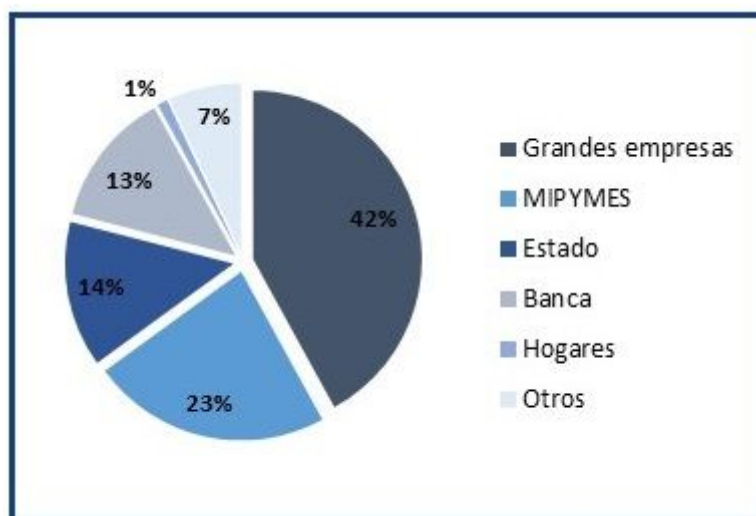
Exportaciones de TI, por destino (2011)

País	% Part.
Estados Unidos	26,4%
Brasil	12,4%
Chile	9,3%
Argentina	8,5%
México	8,3%
Colombia	6,4%
Perú	4,5%
España	3,8%
Paraguay	2,0%
Ecuador	1,9%
Subtotal	83,5%

2020.

Formación Empresarial - Laura Yannotti.

En cuanto al mercado local, de acuerdo a la última Encuesta de CUTI es posible estimar que la facturación en el año 2012 rondó los US\$ 580 millones. En el mercado local tiene un fuerte peso la empresa estatal ANTEL a través de la prestación de servicios de internet y telecomunicaciones. Considerando exclusivamente la facturación de las empresas privadas de la industria, los servicios TI de mantenimiento, soporte, capacitación y comercialización de licencias de software extranjero representan el 47% de la facturación a nivel local. Respecto al peso de los clientes, el sector empresarial y el Estado son los principales demandantes de soluciones TIC a nivel local:



Tipo de Cliente en el mercado local - Industria de Tecnologías de la información

Más información clic [aquí](#)

En conclusión, en Uruguay el mercado de software es bastante rentable con oportunidades financieras y económicas de alto nivel con altas oportunidades de crecimiento en el ámbito nacional e internacional, ya que cada año va en aumento. Sin embargo, gracias a eso, hay varios competidores de alto nivel que vamos a tener presentes para la producción de nuestro marketing.

Clasificación del Mercado.

La clasificación del mercado varía de acuerdo al punto de vista considerado. Se pueden clasificar por su punto de vista geográfico, esto lleva a una clasificación de mercado internacional, nacional, regional, de intercambio comercial al mayoreo, metropolitano y local.

ESTUDIO DE MERCADO.

5.

Kevin Anadón • Mayza Ferreira • Ignacio Rodríguez • Yorel Acosta
Heart Bits - 3BB Diurno.

El mercado internacional es el que se lleva a cabo en uno o más países en el extranjero, el mercado nacional abarca todo el territorio nacional, el mercado regional es una zona que no coincide con los límites políticos, el sistema generado por nuestra empresa para el Telediagnóstico Médico espera satisfacer primeramente el mercado nacional y luego el mercado regional, ya que el sistema cuenta con varios idiomas a los que se adapta sin ningún problema, está pensado tanto para Uruguay como para otros países, se espera abarcar el mercado hispano hablante al principio para luego ir extendiendo en inglés y portugués hasta llegar a más idiomas y poder lograr así una expansión internacional en un futuro lejano.

El mercado de intercambio comercial al mayoreo se desarrolla en áreas que trabajan con comercios mayoristas, el mercado metropolitano se genera alrededor de una ciudad grande y el mercado local es en una tienda establecida o en una dentro de centros comerciales.

Sin embargo, también se puede clasificar según el tipo de cliente, el mercado consumidor es el que adquiere el producto o servicio para el uso personal, el mercado del productor industrial que lo adquiere para la producción de otros bienes y servicios, el mercado revendedor es el que vende o renta los mismos productos y el mercado del gobierno o empresas privadas adquiere el producto o servicio para poder efectuar sus funciones principales.

Heart Bits con su primer proyecto está trabajando principalmente con el mercado del gobierno o empresas privadas porque el sistema beneficiaría a los prestadores de salud en su totalidad, nuestra empresa fuera del primer proyecto se mantendrá con la venta de software y servicios dentro del mercado consumidor. La competencia establecida puede ser considerada como clasificación, el mercado de competencia perfecta que es donde el mismo producto o servicio tiene el mismo precio y donde ningún vendedor puede influir en el precio del mercado, el mercado monopolista es el que es manejado por una única empresa en la industria, el mercado de oligopolio y el mercado monopsonio, de los cuales no nos encontramos en ninguno, ya que no podemos tener un mercado de competencia perfecto por el problema de la falta de financiación de los proyectos.

Según el tipo de producto es clasificable por mercado de productos o bienes, mercado de servicios, mercado de ideas y mercado de alquiler.

Debido a nuestro principal producto, nosotros dispondremos de un mercado de bienes y servicios donde buscan los productos tangibles y los servicios que requieran actividades. Además, podemos clasificar según el tipo de recurso, materia prima, fuerza de trabajo o dinero.

En nuestro caso, al ser una empresa vendedora de software y servicios necesitaremos dinero tentativo para los proyectos para luego con la rentabilidad devolverlo y generar ganancias.

ESTUDIO DE MERCADO.

6.

