

El mercado

4.1.

Características del mercado.

4.2.

¿Quiénes serán los clientes o consumidores?

4.3.

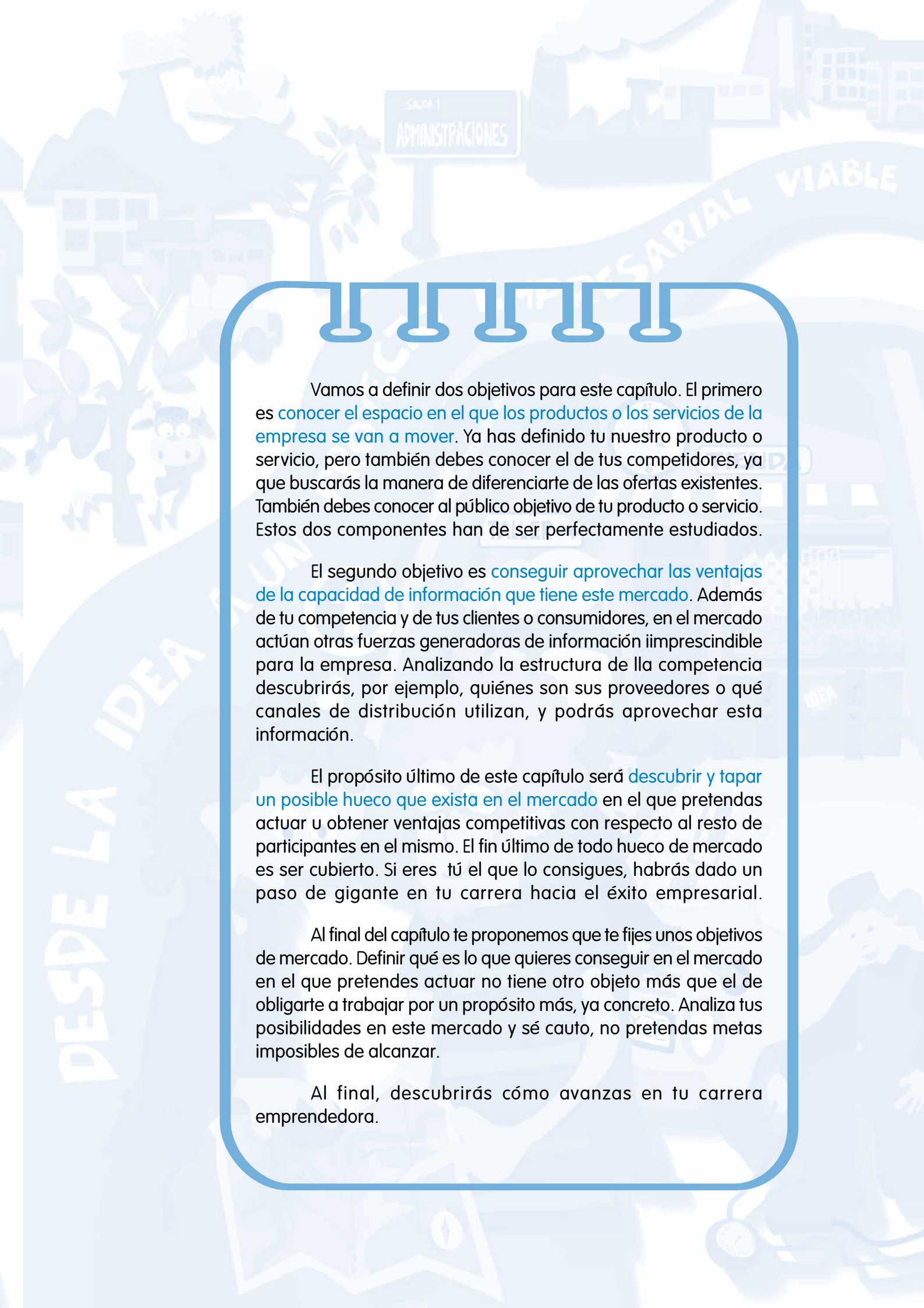
¿Sabes quiénes serán tus competidores?

4.4.

La comparación entre los distintos productos/servicios: calidad, precio, la relación calidad/precio, formato, acabado, presentación, envoltorio, imagen, etc.

4.5.

¿Conoces el volumen de mercado en el que quieres entrar con tu producto/s o servicio/s?
¿Cuáles son las principales características de este mercado?



Vamos a definir dos objetivos para este capítulo. El primero es **conocer el espacio en el que los productos o los servicios de la empresa se van a mover**. Ya has definido tu nuestro producto o servicio, pero también debes conocer el de tus competidores, ya que buscarás la manera de diferenciarte de las ofertas existentes. También debes conocer al público objetivo de tu producto o servicio. Estos dos componentes han de ser perfectamente estudiados.

El segundo objetivo es **conseguir aprovechar las ventajas de la capacidad de información que tiene este mercado**. Además de tu competencia y de tus clientes o consumidores, en el mercado actúan otras fuerzas generadoras de información imprescindible para la empresa. Analizando la estructura de la competencia descubrirás, por ejemplo, quiénes son sus proveedores o qué canales de distribución utilizan, y podrás aprovechar esta información.

El propósito último de este capítulo será **descubrir y tapar un posible hueco que exista en el mercado** en el que pretendas actuar u obtener ventajas competitivas con respecto al resto de participantes en el mismo. El fin último de todo hueco de mercado es ser cubierto. Si eres tú el que lo consigues, habrás dado un paso de gigante en tu carrera hacia el éxito empresarial.

Al final del capítulo te proponemos que te fijes unos objetivos de mercado. Definir qué es lo que quieres conseguir en el mercado en el que pretendes actuar no tiene otro objeto más que el de obligarte a trabajar por un propósito más, ya concreto. Analiza tus posibilidades en este mercado y sé cauto, no pretendas metas imposibles de alcanzar.

Al final, descubrirás cómo avanzas en tu carrera emprendedora.

El secreto del éxito de las empresas de hoy está en observar el mercado y adaptar sus producto/s servicio a las necesidades/exigencias del mismo.

Por tanto no sirve de nada tener un buen producto, si el mercado no se entera ... y le da la bendición.



MERCADO
MERCADO
MERCADO
MERCADO

4.1. Características del mercado. Local, regional, nacional. ¿Por qué?



¡Aquí sí que tienes que lanzarte a Internet ...!

4.2. ¿Quiénes serán los clientes o consumidores?



EDAD
SEXO
HÁBITOS
PODER
ADQUISITIVO

4.3. ¿Quiénes serán tus competidores?

competencia

competencia

competencia

competencia

competencia

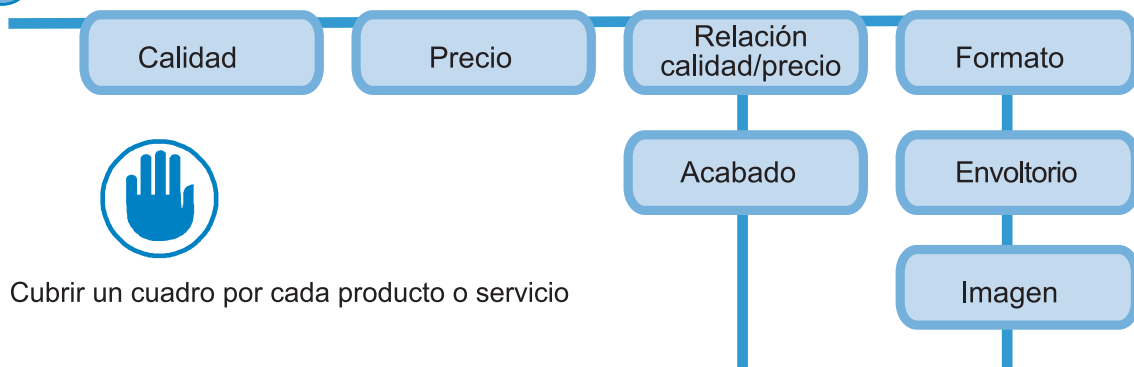
competencia

competencia

competencia

Desde la idea al proyecto empresarial viable

4.4. Comparación de productos/servicios.



Producto o servicio



	NUESTRA EMPRESA	LA COMPETENCIA				
		A	B	C	D	E
Calidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

El mercado

4.5. ¿Conoces el volumen de mercado en el que quieres entrar con tu producto /s o servicio/s?

¿Cuáles son las principales características de este mercado?

Desde la idea al proyecto empresarial viable