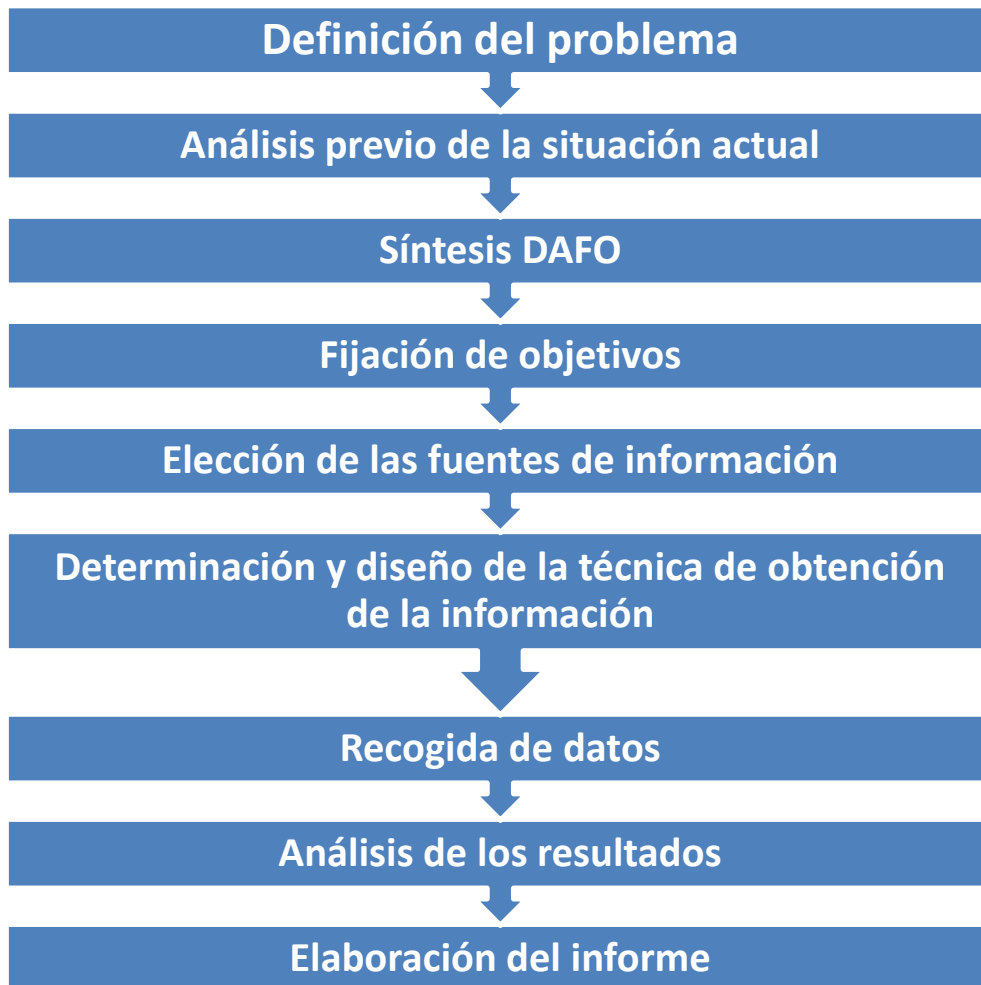


## Etapas del estudio de mercado



### **Definición del problema**

Como paso previo a la realización de un estudio de mercado, es preciso analizar en profundidad el problema que se plantea. Su identificación nos servirá para poder determinar tanto los objetivos que hemos de conseguir, como las fuentes de información o las técnicas a utilizar para la obtención de la información.

En este caso cobra especial importancia dar respuesta a las siguientes cuestiones:

- Qué queremos analizar
- Cuál es el objetivo del análisis
- Qué aspectos nos interesa conocer

## Análisis previo de la situación

Este ha de realizarse interna y externamente.

### 1. Análisis interno

Se estudiarán los factores que influyen en el proyecto a nivel interno y son controlables por la empresa. Así pues, una vez hemos decidido que productos vamos a vender o servicios queremos prestar, llega el momento de pensar en:

- La ubicación del negocio
  - ¿debemos buscar un local en el que ejercer la actividad?
  - ¿la mejor opción es acceder a la red de viveros o incubadoras de empresas?
  - ¿es posible realizarla desde nuestro domicilio? ¿es esta la mejor opción?
- Cómo financiaremos el proyecto
  - ¿Contamos con capacidad económica suficiente para poner en marcha el proyecto y consolidarlo?
  - ¿Conocemos las vías de financiación externa a nivel nacional y territorial?
  - ¿Tendremos que buscar financiación externa? ¿Existe posibilidad de conseguirla?
- Cuántas personas participarán en el proyecto
  - Composición del equipo promotor en caso de estar promovido por más de una persona
- Costes del proyecto
  - Cuáles son los gastos
  - Amortización (si procede)
- Marketing Mix. Aquí es preciso analizar:
  - El producto
  - El precio
  - La comunicación
  - La distribución
- Mercado potencial y real

## 2. Análisis Externo

Son las variables que están fuera de la empresa y que no contralamos pero sin duda alguna, podemos intervenir sobre ellas para mejorar las condiciones para nuestra empresa. Es importante analizar:

- Legislación aplicable a la actividad
- Características socioculturales
- Entorno económico -niveles de renta de nuestro público objetivo-
- Nivel tecnológico – cómo afectan los cambios en la tecnología a nuestros productos/servicios, influencia en el ciclo de vida, etc -

### Síntesis DAFO

#### Fuentes de información

- Fuentes primarias
- Fuentes secundarias

#### Procedimiento/s para obtener información y diseño

- Técnicas a utilizar para obtener información
- Diseño

#### Recogida de datos

#### Análisis de los resultados

- Tratamiento de la información
- Técnicas de análisis

#### Elaboración del informe

- Metodología
- Resultados
- Conclusiones
- Recomendaciones