



Plan de mercado

SUBTEMAS:

1. Principales competidores.
2. Perfil del consumidor
3. Condiciones del mercado.
4. Lista de productos/servicios a ofrecer.
5. Propuesta de valor del producto/servicio.
6. Variables de mercadeo.
7. Proceso de venta

Enfoque del tema:

En esta ocasión conoceremos acerca de las temáticas de creación de un plan de mercado, con las cuales haremos su implementación en el estudio de este, tomando en cuenta nuestra idea de negocio.

Subtema 1: Principales competidores.

Se realiza una evaluación de la competencia, sacando las fortalezas de la misma.

Nombre del competidor	Productos/servicios que ofrece	Principal fortaleza de mercado	Principal debilidad de mercado
McDonald's	Hamburguesas y papas fritas	Tiene muchas sucursales y aplica políticas de sanidad, además tiene excelentes estrategias de marketing, la comida tiene un sabor muy diferente al de los demás restaurantes de comida rápida.	Los precios son demasiados elevados para consumidores que vienen de áreas rurales.

Idea de negocio venta de comida rápida.

Fuente: maquinasde.com (caleb López)

Subtema 2: Perfil del consumidor

Son las características del cliente o persona que consume, dentro de las condiciones del mercado se debe conocer a cada uno, para poder ofrecer mejor los servicios.

- Formato para cada cliente en específico y hacer el estudio de mercado:

Perfil-Para personas	
Sexo:	
Edad:	
Ocupación:	
Vive en:	
Trabaja en:	
Estudia en:	
Situación sentimental:	
Su hobby es:	
Música favorita:	
Película favorita:	
Otro:	

Perfil-Para empresas

Nombre:	
Fecha de fundación:	
Productos/servicios que ofrece:	
Ubicación:	
Horario de servicio:	
Cantidad de sucursales:	
Otro:	

Subtema 3: Condiciones del mercado.

Mercado potencial
Mercado objetivo

Condiciones del mercado(cliente):

- **Tamaño y descripción del mercado.**
- **Debemos conocer el tipo de mercado al cual nos estamos inclinando, también valorar el tamaño de este.**

Subtema 4: Lista de productos/servicios a ofrecer

- **Debemos saber que productos o servicios les ofreceremos al cliente, la forma en que lo haremos, y además enlistarlos.**
- **¿Cómo listar productos? En la imagen muestra cómo organizar la lista de productos.**

Nombre del producto	Precio del producto	Descripción del producto

Subtema 5: Propuestas del valor del producto/servicio.

Ejemplo de una propuesta de valor:

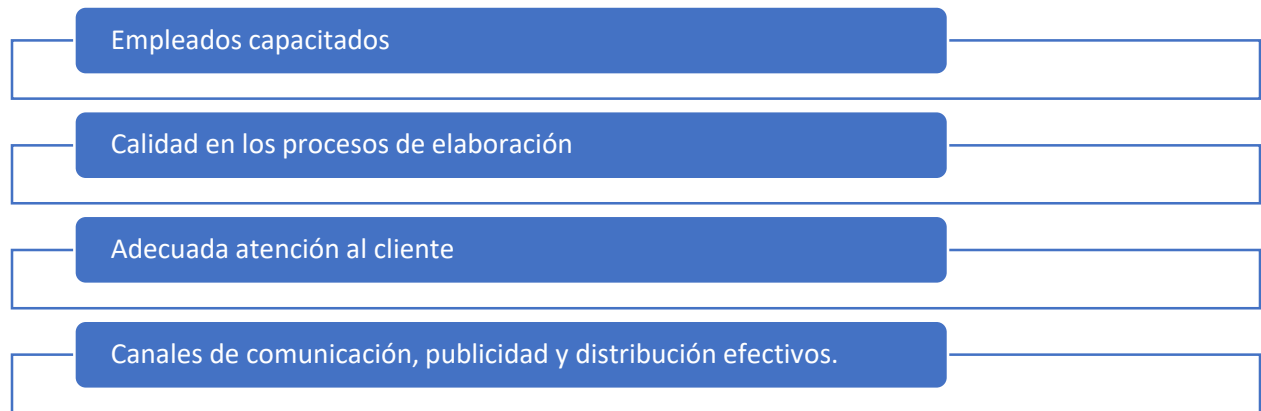
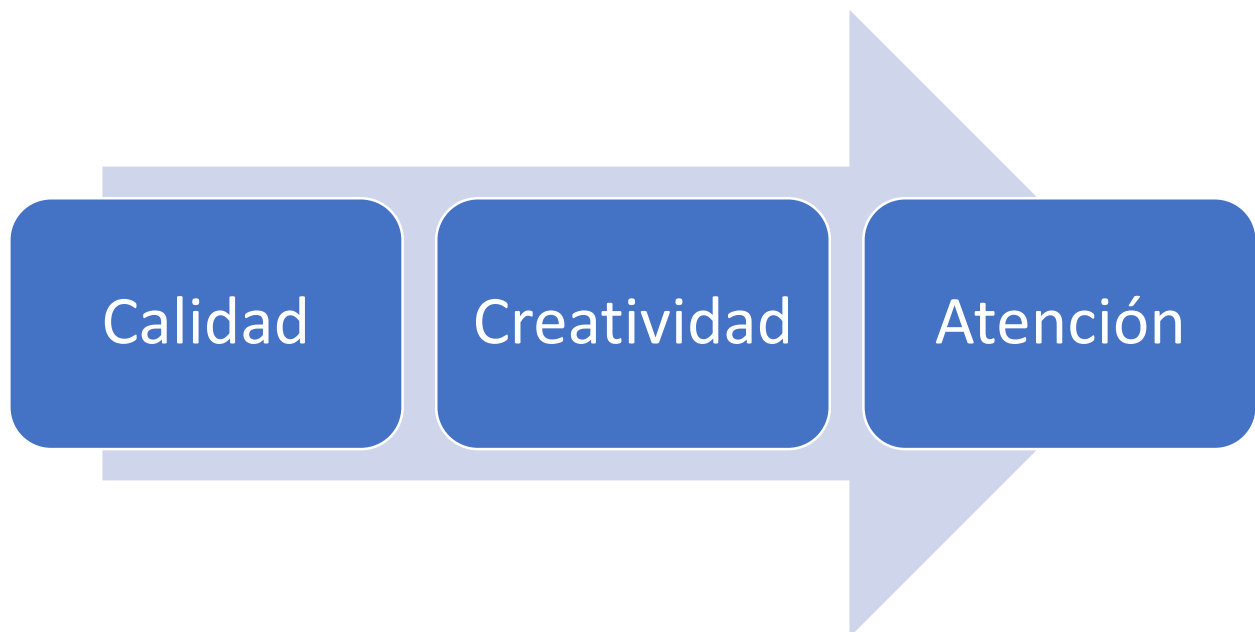


Imagen de propuesta de valor en una idea de negocio

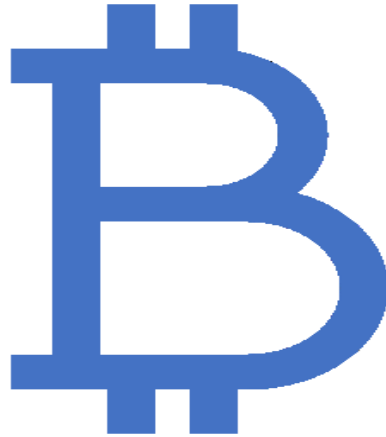
Fuente: maquinasde.com – Caleb López

Puntos importantes para generarla:



Subtemas 6: Variables de mercadeo

- SON AQUELLAS QUE SE USAN PARA EL CONOCIMIENTO DE LA MARCA



Nombre del producto	
Principal problema que resuelve al cliente	
Marca comercial del producto	
Tamaño/presentaciones	
Tipo de empaque	
Calidad en términos de desempeño (características técnicas)	
Calidad en términos de percepción	
Garantía	
Servicio postventa, instalación, domicilio, crédito	

Imagen comercial/logotipo

➤ Estrategia de precio:

Producto 1	
Precio al detalle---casi siempre se da al consumidor final	\$
Precio mayorista	\$
Precio de introducción	\$

➤ Estrategia de distribución:

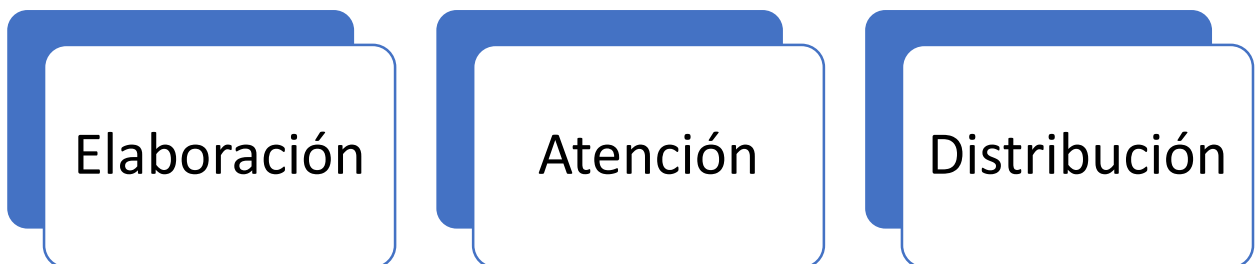
Tipo de canal	Descripción
En local propio	
A domicilio	
Distribuidores	
Otros	

➤ Estrategia de comunicación:

Tipo de acción de comunicación	Descripción	Periodo de implementación en el año 1	Costo estimado
Acciones de publicidad			
Acciones de promoción de venta			
Acciones de venta directa			
Acciones de promoción en internet (marketing directo)			

Subtema 7: Proceso de venta

➤ Son los pasos de entrega al cliente de nuestro producto.



Conclusión

Como competencia hemos obtenido la creación de un plan de estudio de mercado con el cual podremos desarrollar la idea y llevarla a nuestros clientes.