

¿Qué es un análisis de mercado?



Un análisis de mercado es una evaluación que te permite determinar el tamaño de un mercado particular en tu industria e identificar factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, identificar sus hábitos de compra, conocer a la competencia, el entorno económico, las tendencias actuales, las regulaciones legales y culturales y muchos factores más.

Al realizar un análisis de mercado puedes tener una visión completa de las industrias en las que te encuentres interesado en operar y anticipar cualquier factor de riesgo.

Factores que intervienen en un análisis de mercado

El análisis de mercado incluye diferentes factores. A continuación te explicamos cada uno de ellos:

- **Tamaño del mercado:** Mientras más grande es tu mercado, mayor será la probabilidad de éxito. Tu trabajo consiste en asegurar que tus productos y servicios destaquen y asignarles el precio adecuado según su extensión.

- **Tasa de crecimiento del mercado:** Identificar la duración del mercado, analizar si tiene crecimiento y el tiempo en el que lograrás percibirlo.
- **Tendencias del mercado:** Esto te permitirá decidir cuál es el producto y servicio que los clientes quieren o necesitan y cuánto están dispuestos a pagar por él.
- **Rentabilidad del mercado:** Analiza si el mercado tiene una buena rentabilidad. De lo contrario la inversión no vale la pena. Para esto debes considerar el poder del comprador, el poder del proveedor, las barreras de entrada, etc.
- **Factores clave del éxito:** Son los elementos que te ayudarán a lograr el éxito en el mercado y te hacen destacar de la competencia como el tipo de tecnología que usan, los recursos con los que cuentas y el uso eficiente de estos recursos.
- **Canales de distribución:** Necesitas evaluar si tus canales de distribución son buenos y son suficientes para dar a conocer tus productos y servicios y asegurar su éxito en el mercado.
- **Costos:** Consiste en saber cuánto requieres para poder llevar tus productos y servicios al mercado.

Cómo hacer un análisis de mercado

Como mencionamos anteriormente, un análisis de mercado te permite crear la estrategia adecuada para administrar tu negocio. Para lograrlo es necesario realizar un proceso completo que incluye los siguientes aspectos:

Demografía y segmentación

El primer paso en un análisis de mercado consiste en evaluar su tamaño. Tu enfoque dependerá del tipo de industria a la que te enfoques. Sin embargo, hay dos elementos en los que debes enfocarte: los clientes potenciales y el valor del mercado.

- **Clientes potenciales:** Como mencionamos anteriormente, tus clientes potenciales dependen de tu industria. Es importante conocer este factor para determinar el valor del mercado.
- **Valor del mercado:** Calcular el valor del mercado es complicado. Sin embargo es necesario para saber cuánto tiempo durará, si tiene oportunidad de crecimiento y en cuánto tiempo crecerá, antes de que realices una inversión.

Conoce la importancia de [identificar clientes para generar más ventas](#).

Mercado objetivo

El mercado objetivo incluye a los clientes a los que están dirigidos tus productos y servicios. Este elemento es de gran importancia cuando tu mercado cuenta con diferentes segmentos que impulsan la demanda de tus productos.

Descubre cómo puedes [encontrar tu nicho de mercado usando encuestas online](#).

Necesidad del mercado

En este paso del análisis del mercado debes conocer a tu público objetivo, es decir cuáles son las razones que impulsan a tus clientes a adquirir tus productos y servicios.

Además, este paso te servirá para saber cuál es tu ventaja competitiva, aunque no seas tan explícito al mencionarla.

Aquí te decimos cómo conocer el mercado y las [necesidades del cliente](#).

Competencia

El objetivo es identificar contra quiénes estás compitiendo, cuáles son las fortalezas y debilidades de estas organizaciones. Esto es con el objetivo de encontrar un elemento que puedas utilizar a tu favor en el mercado.

Puedes realizar un [análisis de la competencia](#) en cuanto al precio, la calidad de los productos, los servicios extras que ofrecen, etc.

Barreras de la industria

En esta sección de tu análisis de mercado es necesario responder dos preguntas:

1. ¿Qué impide que un negocio se establezca frente al tuyo y se lleve a la mitad de tus clientes?
2. ¿Qué te hace pensar que tendrás éxito al ingresar a este mercado?

Algunos elementos relacionados con las barreras de entrada son la inversión, el tipo de tecnología, la marca, la regulación, el acceso a recursos y a los canales de distribución y la ubicación.

Regulación

Consiste en identificar las regulaciones aplicables para tu negocio y los pasos que debes tomar para realizarlos.

Importancia de hacer un análisis de mercado

Cuando te encuentras en el punto de tomar una decisión comercial importante o implementar un plan estratégico, es necesario contar con las herramientas adecuadas para lograrlo exitosamente.

Si deseas aumentar tu participación en el mercado y liderar tu industria, un análisis de mercado es el método ideal para lograrlo, ya que incorpora información cualitativa y cuantitativa que te permite identificar las tendencias actuales e identificar las áreas en las que tendrás mayor crecimiento.

Una empresa que se toma la tarea de realizar un análisis de mercado, se encuentra preparada para tomar mejores decisiones relacionadas con sus inversiones, desarrollo y fabricación de nuevos productos, expansión y diversificación de su organización.

¿Qué es un análisis de mercado?
análisis de mercado

Un análisis de mercado es una evaluación que te permite determinar el tamaño de un mercado particular en tu industria e identificar factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, identificar sus hábitos de compra, conocer a la competencia, el entorno económico, las tendencias actuales, las regulaciones legales y culturales y muchos factores más.

Al realizar un análisis de mercado puedes tener una visión completa de las industrias en las que te encuentres interesado en operar y anticipar cualquier factor de riesgo.

Factores que intervienen en un análisis de mercado

El análisis de mercado incluye diferentes factores. A continuación te explicamos cada uno de ellos:

Tamaño del mercado: Mientras más grande es tu mercado, mayor será la probabilidad de éxito. Tu trabajo consiste en asegurar que tus productos y servicios destaquen y asignarles el precio adecuado según su extensión.

Tasa de crecimiento del mercado: Identificar la duración del mercado, analizar si tiene crecimiento y el tiempo en el que lograrás percibirlo.

Tendencias del mercado: Esto te permitirá decidir cuál es el producto y servicio que los clientes quieren o necesitan y cuánto están dispuestos a pagar por él.

Rentabilidad del mercado: Analiza si el mercado tiene una buena rentabilidad. De lo contrario la inversión no vale la pena. Para esto debes considerar el poder del comprador, el poder del proveedor, las barreras de entrada, etc.

Factores clave del éxito: Son los elementos que te ayudarán a lograr el éxito en el mercado y te hacen destacar de la competencia como el tipo de tecnología que usan, los recursos con los que cuentas y el uso eficiente de estos recursos.

Canales de distribución: Necesitas evaluar si tus canales de distribución son buenos y son suficientes para dar a conocer tus productos y servicios y asegurar su éxito en el mercado.

Costos: Consiste en saber cuánto requieres para poder llevar tus productos y servicios al mercado.

Cómo hacer un análisis de mercado

Como mencionamos anteriormente, un análisis de mercado te permite crear la estrategia adecuada para administrar tu negocio. Para lograrlo es necesario realizar un proceso completo que incluye los siguientes aspectos:

Demografía y segmentación

El primer paso en un análisis de mercado consiste en evaluar su tamaño. Tu enfoque dependerá del tipo de industria a la que te enfoques. Sin embargo, hay dos elementos en los que debes enfocarte: los clientes potenciales y el valor del mercado.

Clientes potenciales: Como mencionamos anteriormente, tus clientes potenciales dependen de tu industria. Es importante conocer este factor para determinar el valor del mercado.

Valor del mercado: Calcular el valor del mercado es complicado. Sin embargo es necesario para saber cuánto tiempo durará, si tiene oportunidad de crecimiento y en cuánto tiempo crecerá, antes de que realices una inversión.

Conoce la importancia de identificar clientes para generar más ventas.

Mercado objetivo

El mercado objetivo incluye a los clientes a los que están dirigidos tus productos y servicios. Este elemento es de gran importancia cuando tu mercado cuenta con diferentes segmentos que impulsan la demanda de tus productos.

Descubre cómo puedes encontrar tu nicho de mercado usando encuestas online.

Necesidad del mercado

En este paso del análisis del mercado debes conocer a tu público objetivo, es decir cuáles son las razones que impulsan a tus clientes a adquirir tus productos y servicios.

Además, este paso te servirá para saber cuál es tu ventaja competitiva, aunque no seas tan explícito al mencionarla.

Aquí te decimos cómo conocer el mercado y las necesidades del cliente.

Competencia

El objetivo es identificar contra quiénes estás compitiendo, cuáles son las fortalezas y debilidades de estas organizaciones. Esto es con el objetivo de encontrar un elemento que puedas utilizar a tu favor en el mercado.

Puedes realizar un análisis de la competencia en cuanto al precio, la calidad de los productos, los servicios extras que ofrecen, etc.

Barreras de la industria

En esta sección de tu análisis de mercado es necesario responder dos preguntas:

¿Qué impide que un negocio se establezca frente al tuyo y se lleve a la mitad de tus clientes?

¿Qué te hace pensar que tendrás éxito al ingresar a este mercado?

Algunos elementos relacionados con las barreras de entrada son la inversión, el tipo de tecnología, la marca, la regulación, el acceso a recursos y a los canales de distribución y la ubicación.

Regulación

Consiste en identificar las regulaciones aplicables para tu negocio y los pasos que debes tomar para realizarlos.

Importancia de hacer un análisis de mercado

Cuando te encuentras en el punto de tomar una decisión comercial importante o implementar un plan estratégico, es necesario contar con las herramientas adecuadas para lograrlo exitosamente.

Si deseas aumentar tu participación en el mercado y liderar tu industria, un análisis de mercado es el método ideal para lograrlo, ya que incorpora información cualitativa y cuantitativa que te permite identificar las tendencias actuales e identificar las áreas en las que tendrás mayor crecimiento.

Una empresa que se toma la tarea de realizar un análisis de mercado, se encuentra preparada para tomar mejores decisiones relacionadas con sus inversiones, desarrollo y fabricación de nuevos productos, expansión y diversificación de su organización.