**El termino analisis de mercado confunde mucho a los emprendedores, especialmente a aquellos que se enfocan en una nicho especifico de mercado o segmento de mercado.**

De hecho, muchos dueños de microempresas no entienden el proceso o se quejan de que el realizar un analisis de mercado es demasiado complicado o demasiado caro y se sorprenderian de que esto no es necesariamente cierto.  
  
**Que es un analisis de mercado?**  
  
En el termino mas basico, un analisis de mercado es un estudio de:

* Un problema en particular o una oportunidad de mercado
* Las necesidades de un mercado objetivo que requiere de solucionar un problema o una oportunidad
* Ideas para el mercadeo de un producto en particular o un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.

**Cuando se debe de realizar un analisis de mercado?**

* Cuando se esta iniciando un negocio
* Cuando se esta entrando a un mercado nuevo
* Cuendo este usted considerando agregar un producto nuevo o servicio

**Porque debe usted realizar un analisis de mercado?**

* Para minimizar el riesgo de su negocio
* Para entender los problemas y las oportunidades
* Para identificar las oportunidades de ventas
* Para planificar su mercadotecnia/o mensaje de venta

El proceso para realizar un analisis de mercado se puede dividir en tres partes:  
  
**Parte 1  Entendiendo las Condiciones del Mercado**  
  
Esto le dara a usted la informacion basica acerca del mercado completo  el tamaño, la competencia, los clientes.  
  
**Parte 2  Identificar las Oportunidades de Mercado**  
  
Esto le dara una informacion mas especifica acerca de sus problemas potenciales u oportunidades en un mercado objetivo, esto incluye informacion sobre crecimiento, tendencias actuales y futuras, factores externos y mas informacion sobre sus competidores.  
  
**Parte 3  Desarrollar Estrategias Dirigidas a un Mercado**  
  
Aquí es en donde la investigacion de mercado le marca el camino. Le ayudara a encontrar las oportunidades de crecimeiento para su negocio. Entendiendo el mercado y conociendo las oportunidades que se encuentran disponibles, usted podra crear una estrategia que lo separara de sus competidores.  
  
A continuacion veremos 10 preguntas que le pueden ayudar a iniciar:  
  
1. Cual es el mercado que quiero alcanzar?

* Quienes son? (Demografia Basica)
* Cual es su principal problema en relacion a su mercado?
* Cuales de sus necesidades pueden ser cubiertas por los productos o servicios en este mercado?

2. Quienes son mis competidores en este mercado?

* Ellos son exitosos en este mercado?
* Ellos proveen un producto o servicio similar?
* Cual es la participacion de mercado de mis tres mas grandes competidores en el mercado?

3. Existe capacidad para crecer en ese mercado?  
  
4. Cual es el tamaño de ese mercado?

* Hay espacion para crecer?
* La industria esta creciendo? Es estable? Saturada? Volatil? Declinando?

5. En que se diferencia mi producto o servicio al de la competencia?  
  
6. Como puedo alcanzar este mercado?

* Como esta mi competencia alcanzando ese mercado?
* Es la manera mas efectiva?
* Cuales son los modos alternos para alcanzar ese mercado?

7. Cuales son los modelos de negocios de mis competidores en este mercado?

* Son efectivos?
* Existe alguna manera de hacerlo de diferente forma o mejor?

9. Que es lo que los clientes esperan de este tipo de producto o servicio?  
  
10. Cual es su ventaja competitiva en este mercado?  
  
Conociendo las respuestas a estas preguntas, no solamente lo ayudaran a si su producto o servicio es requerido, sino que le ayudara a encontrar las mejores maneras para alcanzar a sus clientes, precio de sus productos o servicios y por ultimo a realizar mas ventas!