

# Estudios de mercado

ENET Consulting empresa especializada en la realización de estudios de mercado

Antes de invertir su dinero en un nuevo negocio conviene SIEMPRE realizar un estudio del mercado al que nos vamos a dirigir.

Los estudios de mercado son los servicios más demandados por nuestros clientes. Existe mucha literatura acerca de como realizar este tipo de investigación, sin embargo es frecuente encontrar mucho intrusismo en la realización de estudios de mercado.

Un estudio de mercado "completo", incluye las siguientes etapas:

- a) estudio de la oferta
- b) estudio de la demanda
- c) estudio de las características propias del mercado

Dentro de la oferta, se estudian los oferentes del producto o servicio, el grado de competencia dentro del sector, cuales son sus características. Si es necesario se investiga cual es la rentabilidad media de las empresas oferentes, su estructura de costes, número medio de empleados, etc. Con esta información, nuestro cliente se hará una idea precisa de la situación del mercado.

Por el lado de la demanda, hay que distinguir si nuestro cliente ofrece sus productos o servicios a otras empresas o bien al consumidor final.

En el caso de comercio entre empresas, el análisis de la demanda se asemeja a los análisis sectoriales. Normalmente interesa conocer el grado de atomización del sector, distribución geográfica de los clientes, opiniones de los directivos de las empresas clientes, etc.

Cuando el elemento principal de la demanda es el consumidor final, se suele recurrir a técnicas de muestreo para analizar:

- perfil de los consumidores
- comportamiento de los consumidores
- frecuencia de compra
- variables que influyen en la intención de compra
- aplicación de modelos de elección discreta
- aplicación de modelos de regresión múltiple
- segmentación del mercado por características de los consumidores, etc.

Además de la oferta y demanda, al realizar un estudio de mercado, también es necesario analizar las características propias del mercado. Nos interesa en este apartado, el grado de concentración, el reparto de cuotas de mercado, los líderes del mercado, los criterios para la determinación de los precios, el papel de los canales de distribución, el papel del marketing, las posibles barreras de entrada en el sector, el valor añadido real de los productos ofrecidos, etc.

Un estudio de mercado, no ofrece solamente una fotografía estática de la situación actual del mercado, sino que tiene que servir para poder realizar una interpretación dinámica del mismo. Nos interesa saber cuales son las tendencias del mercado. Cómo va a afectar al reparto de cuotas de mercado. Cuál es el grado de madurez del mercado. Cuáles son las posibles amenazas y como pueden afectar algunas de las variables del entorno macroeconómico.

A la mayoría de nuestros clientes, les interesa únicamente aspectos determinados dentro de un estudio de mercado. Nosotros nos adaptamos a las necesidades, estudiamos junto con el cliente la problemática a la que nos enfrentamos, la necesidad o disponibilidad de datos, entendemos las limitaciones económicas o presupuestarias e intentamos siempre obtener la información necesaria con los recursos disponibles.

En algunas ocasiones, nuestros clientes demandan estudios periódicos sobre determinados aspectos del mercado (competencia, seguimiento de precios, análisis de sensibilidad, etc).

Realizamos todo tipo de estudios de mercado. Utilizamos las técnicas mas avanzadas de análisis, depuración y explotación de datos.