

Diagrama del proceso en el desarrollo de “ESTUDIO DE MERCADO” por FORMARK Consultores

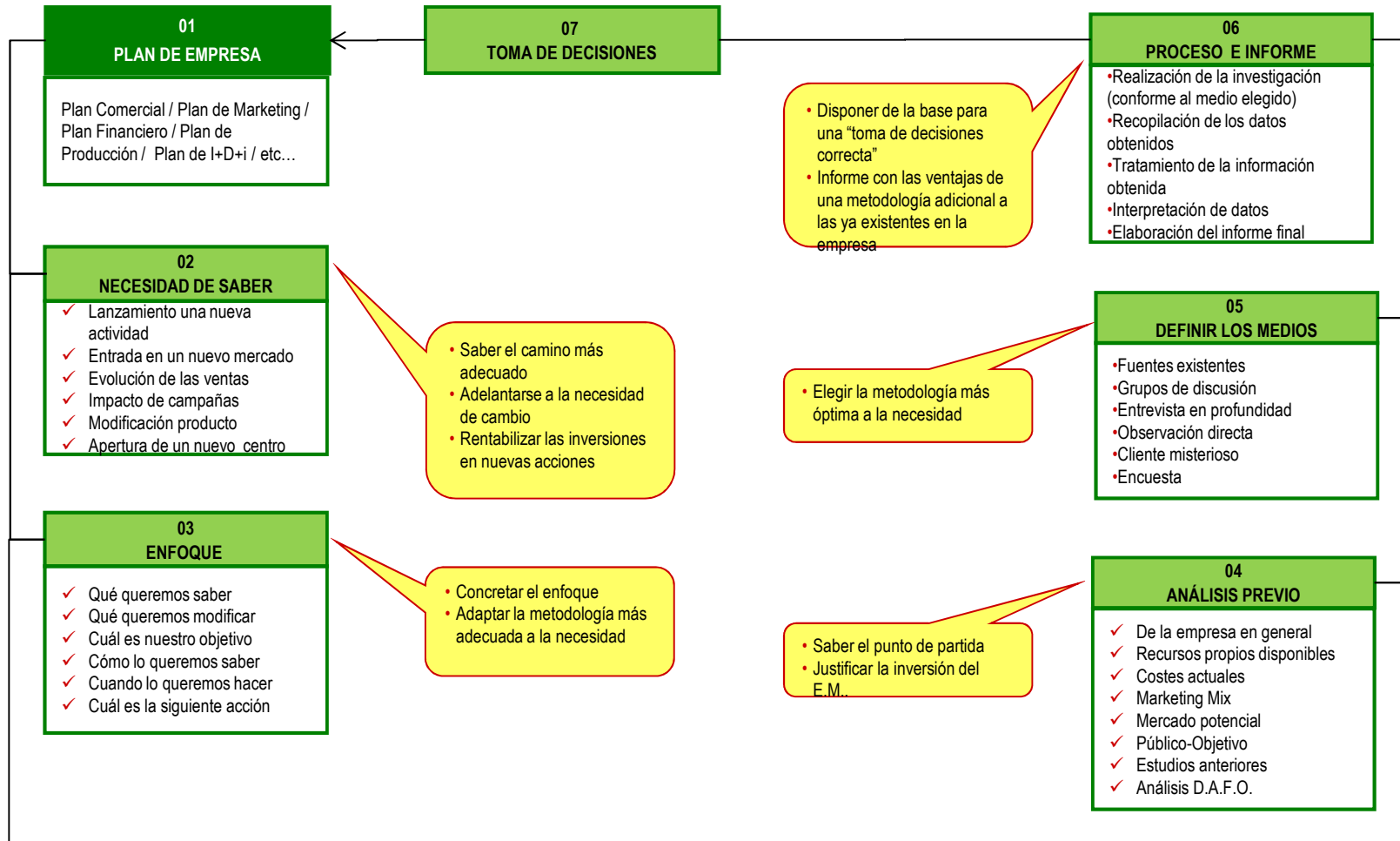


Diagrama del proceso en el desarrollo de “ESTUDIO DE MERCADO” por FORMARK Consultores

Es necesario antes de poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, realizar una investigación comercial, un estudio de mercado para comprender la situación y necesidades del mismo, para poder enfocar el negocio y tener, de esta manera, mayores probabilidades de éxito.

Los principales motivos para la realización de un estudio de mercado son los siguientes:

- ✓ Es una herramienta que proporciona un método que se traduce en generar valor a la empresa.
- ✓ El método ayuda al dirigente de la empresa a transmitir a sus colaboradores, el enfoque global del negocio que emana de dicho Estudio.
- ✓ Mediante el desarrollo y la integración de las diferentes políticas, contribuye a la consecución de los objetivos estratégicos.
- ✓ Es un recurso importante para el éxito un proyecto empresarial en la medida en que permitirá comprender el mercado en el que se va a localizar la actividad.
- ✓ Ofrece una visión actualizada de un sector de actividad, es decir, cuál ha sido su evolución en los últimos años, la situación actual y las perspectivas de futuro.
- ✓ Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o, por el contrario, identificar alternativas en caso de que un proyecto inicial no sea viable.
- ✓ Permite una evaluación y supervisión del funcionamiento de una empresa. La investigación de mercados ayuda también a evaluar los resultados de los esfuerzos. Indica si se debe continuar, cambiar o cancelar un plan de negocio, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que se planea comercializar tiene cabida en el mercado. También aporta información sobre la acogida de una nueva campaña de publicidad y sobre nuevas modificaciones que podrían ser exitosas.