

QUÈ CAL SABER PER A CREAR UNA EMPRESA?

Dra Eleni Papaoikonomou

Profesora de Marketing

Colaboradora de la

Cátedra de Emprendeduría y

Creación de Empresas



amb el suport de:



Una visión estratégica

¿ Como hacer un estudio de mercado?

- PASO 1:** Descripción del mercado en el que quieres introducirte:
- tamaño,
 - previsión de crecimiento,
 - factores que intervienen en su estructura,
 - grado de concentración etc.



Low cost



¿ Como hacer un estudio de mercado?

PASO 2: Clientela potencial:

- ¿ Quién compra?,
- ¿ Por qué compra?
- ¿ Quién influye en la compra?,
- ¿ Cuánto compra?,
- ¿ Cuándo compra? y ¿ Cada cuándo compra? etc.



¿ Como hacer un estudio de mercado?

PASO 3: Análisis de la competencia del mercado en el que quieres operar:

- ¿ Qué empresas son?,
- ¿ Dónde se ubican?
- ¿Cuál es su política comercial?
- ¿ Sus cuotas de mercado?,
- ¿ Sus ventas?
- ¿ Su publicidad? etc.



¿ Como hacer un estudio de mercado?

PASO 4: Barreras de entrada que dificultan la incorporación de nuevos competidores:

- Ventajas de empresas ya establecidas,
- Patentas y marcas,
- Distribución etc.,



¿ Como hacer un estudio de mercado?

PASO 5: Influencia de las administraciones públicas, recopilación de todas las normativas aplicables, tanto de ámbito estatal, como autonómico y local.



*"Kindly fill out this application
for the reduction of bureaucracy."*

¿ Como hacer un estudio de mercado?

<http://www.doingbusiness.org/rankings>

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Opiniones de expertos del sector en el que piensas emprender, pero con precaución...
- Observación directa de los clientes y de los competidores
- Censos empresariales: Encuentra información en las cámaras de comercio (www.camaras.org), las organizaciones empresariales, los departamentos de industria de algunas comunidades autónomas o a la Dirección General de la Política de la Pyme (www.ipyme.org)

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Registro mercantil: Encuentra las cuentas anuales de empresas del sector en el que piensas emprender. Por ejemplo, en el Colegio de Registradores (www.registradores.org).
- Estudios sectoriales: Encuétralos ya hechos en cámaras de comercio, ministerios, organismos públicos (p.ej. ICEX), organizaciones empresariales, revistas sectoriales, consultoras.

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Estadísticas oficiales y encuestas sobre el consumo de los clientes y de los competidores, como el Instituto Nacional de Estadística (www.ine.es) o el Centro de Investigaciones Sociológicas (www.cis.es)
- Pseudocompra: Compra algun producto/servicio similar al que piensas lanzar al mercado!

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Investigación del mercado mediante encuestas, entrevistas y grupos de discusión:
 - Las preguntas deben ser claras, inequívocas y con una sola interpretación! Preguntas sin jergas, ordenadas, sin sesgo y sobretodo precisas!
 - Debes testar tu cuestionario para comprobar que está bien hecho.

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Investigación del mercado mediante encuestas, entrevistas y grupos de discusión:
 - Tipos de preguntas:
 - Abiertas. Por ejemplo: ¿ Qué opinas de las compras online?
 - Dicotómicas (la respuesta es sí o no). Por ejemplo: ¿ Te gusta comprar online?

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Investigación del mercado mediante encuestas, entrevistas y grupos de discusión:
 - Tipos de preguntas:
 - Para ordenar : Por ejemplo:
Coloque por orden los términos que se indican según tus preferencias. Lo más importante cuando compro ropa es su: Precio, Calidad, Marca, Disponibilidad etc.

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Investigación del mercado mediante encuestas, entrevistas y grupos de discusión:
 - Tipos de preguntas:
 - Cerradas. Por ejemplo: ¿ Cuántas veces por semana compras pan?

1-2 veces

3-4 veces

Cada día

Nunca

¿ Como hacer un estudio de mercado?

Hazlo tú mismo!

- Investigación del mercado mediante encuestas, entrevistas y grupos de discusión:

Grupos de discusión- Sugerencias

1)Selecciona a los participantes

2)Evita las jerarquías

3)Impide que los participantes se desvien del tema

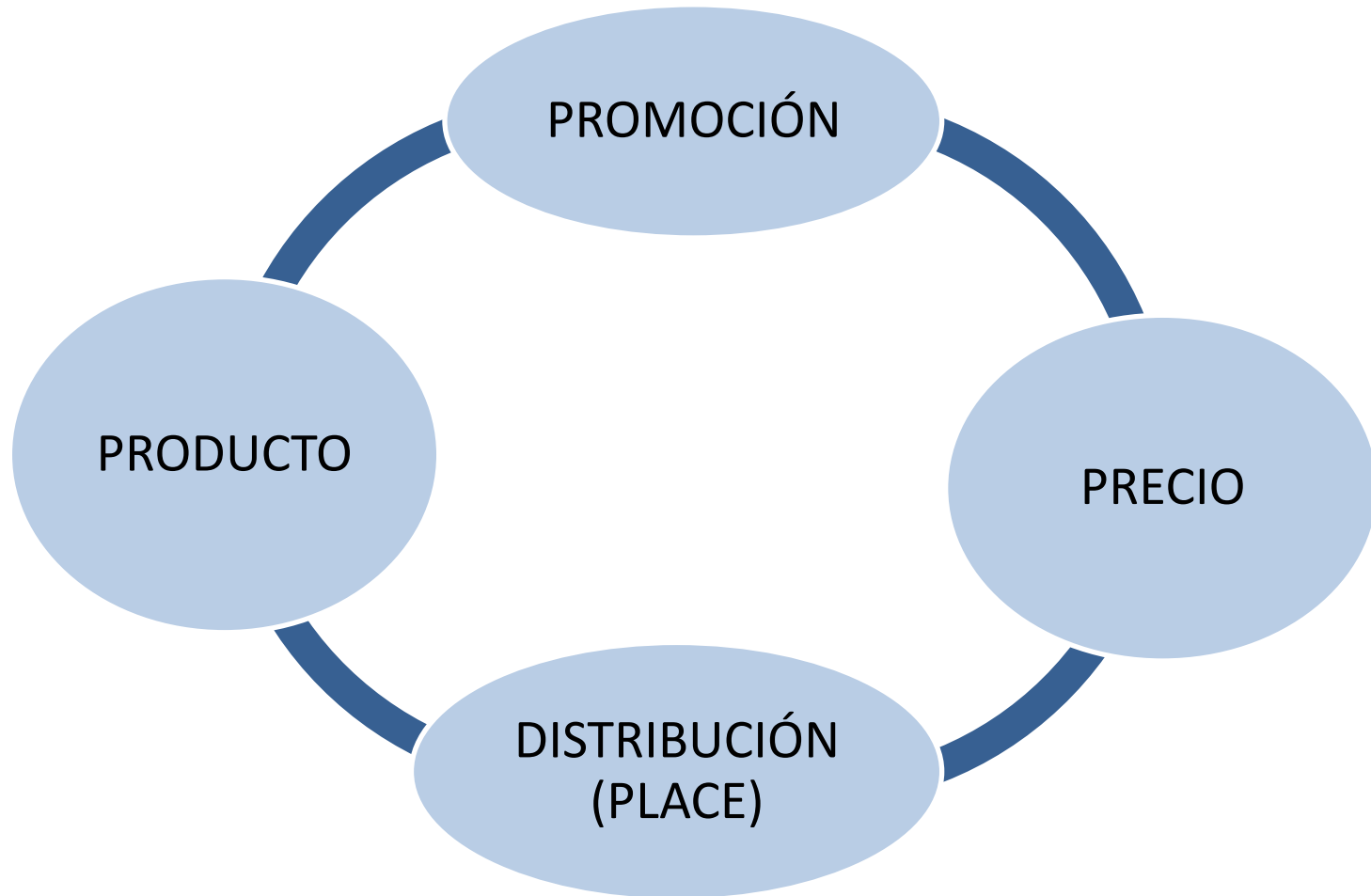
4)Registra la información

Posicionando tu empresa

- Tienes que encontrar cuál es el valor añadido de tu empresa!
- Analiza la competencia, el mercado objetivo y tu 'producto' y identifica como puedes diferenciarte.
Ideas para diferenciarte:
 - Precio
 - Segmento de consumidores inexplorado
 - La forma de distribución

El Plan de Marketing

Los 4 P de marketing



El concepto del producto



Eligiendo el precio de tu producto

Elementos a considerar:

Estructura de costes: ¿Cuánto me cuesta? Hay que tomar en cuenta no solamente el coste de producción, sino también otros factores como coste de comercialización, de promoción etc.

Valores añadidos o utilidades novedosas sin competencia: ¿Cuánto está dispuesto a pagar el cliente También, los tipos de clientes, las áreas geográficas etc.

Beneficios: ¿Cuánto quiero ganar?

Eligiendo el precio de tu producto

Es importante tener una estrategia coherente acerca del precio. Hay que justificar el sobreprecio y analizar los riesgos de una subida posterior del precio.

Estrategia de distribución

Para definirla hay que contestar a las siguientes preguntas:

¿ A quien quiero llegar? ¿ Qué segmento de consumidores me interesa?

¿ A quien puedo llegar? ¿ Cuáles son mis límites geográficos?

La elección depende de si he elegido una estrategia orientada a la calidad o al precio y también del crecimiento que quiero conseguir. Opciones: Puntos venta, Sitio Web, Equipo de comerciales, Máquinas vending, Tienda online y offline.

Estrategia de comunicación

Dar a conocer el producto: Incluye un plan de medios y acciones promocionales.

Campaña de lanzamiento:

- Personaliza tu oferta
- Mailing especializado
- Marketing viral
- Relación con tus proveedores
- Estrategia de prescriptores
- Reuniones promocionales

Estrategia de comunicación

Dar a conocer el producto: Incluye un plan de medios y acciones promocionales.

Campaña de lanzamiento:

- Regalos
- Ofertas y descuentos promocionales
- Jornada de puertas abiertas
- Internet y redes sociales

Otras opciones: bartering, alianzas con otras empresas

<http://adage.com/article/the-viral-video-chart/digital-marketing-top-10-viral-ads-time/145673/>

Paga lo que quieras

http://www.antena3.com/noticias/sociedad/oferta-vacaciones-paga-que-quieras-vuelta_2009072000124.html

http://www.antena3.com/noticias/cultura/bar-que-pagas-que-quieres_2011040601649.html

<http://www.youtube.com/watch?v=01RUFnkhBrs>

El proceso de 'naming'

Al poner un nombre a tu empresa das un paso a diferenciarte..

- Si quieres ser autónomo, puedes acudir a la Oficina Española de Patentes y Marcas (www.oepm.es) para consignar un nombre comercial a tu empresa que podrás utilizar en facturas, comunicaciones etc.
- Si has pensado constituirte como sociedad debes solicitar la denominación social en el Registro Mercantil. Mejor con varias alternativas por si están ya elegidas.

El proceso de 'naming'

Al poner un nombre a tu empresa das un paso a diferenciarte..

Consejos para encontrar un nombre adecuado:

- ¿ A qué se dedica tu empresa?
- Un nombre que te diferencia de los competidores
- Ten presente el uso que darás al nombre
- Busca en diccionarios españoles y extranjeros, revistas, internet
- ¿ Qué tipo de nombre te gusta?

Las empresas que se dedican al naming suelen partir de entre trescientos y mil nombres!