

**¿QUÉ ES UN PLAN DE
MERCADO?**

QUE ES UN PLAN DE MERCADO ?

También conocido como Plan de Negocios.

Es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los empresarios.

Por su complejidad, es clave para las organizaciones financieras (Bancos).

QUE DEBE CONTENER EL PLAN DE MERCADO

RESUMEN EJECUTIVO

- Captar el interés del potencial inversor.
- **Aspectos más relevantes** del plan de negocio o mercado resumidos de la forma más breve y concisa posible.
- En todo momento se debe conseguir motivar al empresario, a la institución crediticia a continuar leyendo el plan con un alto grado de entusiasmo y curiosidad.
- Ultimo que usted realizará, pero lo primero que debe aparecer.

1. Situación Actual del Mercado

Descripción del Mercado

Datos de la población, Sectores Económicos, Crecimiento del PIB, Clases Sociales, Religiosas, Edades, Estado Civil, Raza, Clima, Actividades Laborales, Culturales, Profesionales.

a. Revisión del Producto:

Generalidades del producto. Ej.: Si es nuevo o No., Envase, Variedad, Presentación, Información detallada, Ingredientes, etc.

1. Situación Actual del Mercado

b. Competencia

Directa e Indirecta.

% de Participación que abarca.

c. Distribución

Productor – Intermediario - Consumidor.

Nacional o Internacional

Local.

**ENCONTRAR AQUÍ LA VENTAJA
COMPETITIVA**

2. Amenazas y Oportunidades

- Época de fuertes y frecuentes cambios.
- El éxito o fracaso de la empresa, está condicionado a la habilidad utilicemos.
- Aprovechar todas las oportunidades.
- Enfrentemos las amenazas.

Realizaremos un análisis externo (Amenazas) e identificaremos los cambios que vienen (Oportunidades).

3. Objetivos y Problemas

Realizar un análisis interno para establecer qué capacidad tiene la empresa en hacerles frente a estas.

**Sobre esta base definiremos
Las Estrategias**

BIBLIOGRAFÍA

KOTLER, Philip. *Dirección de Marketing*. 10a. ed.,
Prentice Hall, México, 2001.

STANTON, William; Michael Etzel; Bruce Walter.
Fundamentos de Marketing. 13a. ed. McGraw-Hill,
México, 2004.