



# PROYECTO RETO DEMOGRÁFICO VALLE DE RICOTE

DESCRIBO MI  
PROYECTO.  
INVESTIGO, ANALIZO  
Y DESCRIBO MI  
MERCADO

# ÍNDICE

## Parte 1: Introducción.

- Presentación del taller y de los participantes.
- Objetivos del taller y expectativas de los participantes.
- Breve introducción al emprendimiento en el medio rural y la importancia de investigar el mercado.

## Parte 2: Definición de tu proyecto.

- Definición del proyecto: ¿qué es lo que quieres ofrecer?
- Identificación de las características de tu producto o servicio.
- Actividad práctica de definición de tu proyecto.

## Parte 3: Investigación de mercado.

- ¿Qué es la investigación de mercado y por qué es importante?
- Técnicas de investigación de mercado.
- Actividad práctica de investigación de mercado.

## Parte 4: Análisis de mercado.

- Análisis de la competencia.
- Análisis de la demanda y la oferta.
- Identificación de las oportunidades y amenazas.
- Actividad práctica de análisis de mercado.

## Parte 5: Segmentación de mercado.

- ¿Qué es la segmentación de mercado y por qué es importante?
- Cómo segmentar el mercado.
- Actividad práctica de segmentación de mercado.

## Parte 6: Descripción de tu mercado objetivo.

- Cómo describir tu objetivo de mercado.
- Identificación de las necesidades y preferencias de su mercado objetivo.
- Actividad práctica de descripción de tu mercado objetivo.

## Parte 7: Conclusiones.

- Resumen de lo aprendido y logros alcanzados.
- Evaluación del taller y retroalimentación.
- Próximos pasos y recomendaciones para seguir avanzando.

## Parte 1: Introducción.

- **Presentación del taller y de los participantes**

Bienvenidas a todas al taller “Describo mi proyecto. Investigo, analizo y defino mi mercado”. Mi nombre es Ana Luz Llobril Ayala, soy ing. zootecnista, diplomada en administración y dirección de empresas y profesora experta en desarrollo rural. Yo las voy a acompañar en este espacio que se ha diseñado para apoyar y empoderar a las mujeres emprendedoras que buscan explorar y aprovechar las oportunidades en el medio rural.

En el transcurso de este taller, nos centraremos en cómo describir tu proyecto, investigar, analizar, describir y definir tu mercado.

Este taller a su vez. Tiene como objetivo proporcionar las herramientas y habilidades necesarias para crear un proyecto sólido, así como comprender y analizar a fondo el mercado en el que deseas ingresar. A través de ejercicios prácticos y sesiones teóricas, aprenderás a desarrollar un plan de negocio efectivo, a investigar el mercado de forma estratégica, a analizar la competencia y a describir de forma clara y persuasiva tu propuesta de valor.

- **Objetivos del taller y expectativas de los participantes**

El objetivo primordial de este taller es fortalecer tu capacidad emprendedora y proporcionar los recursos y conocimientos necesarios para hacer realidad tu idea de negocio. Esperamos que, al final de este taller, estés preparada para:

- Describir de manera efectiva tu proyecto de negocio.
- Investigar y entender las dinámicas de tu mercado objetivo.
- Analizar tu competencia y encontrar formas de diferenciarse.
- Desarrollar una propuesta de valor atractiva y convincente.

Como objetivos específicos del taller, afrontamos los siguientes:

1. **Proporcionar una comprensión sólida del emprendimiento rural:** Este curso tiene como objetivo ofrecer una visión integral del emprendimiento en el medio rural. Conocerás los retos y oportunidades que este tipo de entorno ofrece y cómo estos pueden influir en el éxito de tu proyecto.
2. **Fomentar la identificación y descripción efectiva de tu proyecto de negocio:** Queremos que, al final de este curso, puedas describir claramente tu proyecto, su propósito, sus objetivos y cómo se alinea con las necesidades y deseos de tu mercado objetivo. Este es un aspecto crucial para cualquier plan de negocio y esencial para obtener apoyo y financiación.
3. **Desarrollar habilidades de investigación de mercado:** La investigación de mercado es fundamental para cualquier emprendimiento. En este curso, aprenderás a realizar una investigación de mercado eficaz que te permita comprender a fondo las características, necesidades y deseos de tus clientes potenciales. Además, aprenderás a identificar tendencias y cambios en el mercado que puedan afectar a tu proyecto.
4. **Potenciar habilidades de análisis competitivo:** Este curso te ayudará a comprender cómo analizar a tus competidores y a aprender de ellos. Serás capaz de

identificar sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades para diferenciarte y destacar en el mercado.

5. **Facilitar el desarrollo de una propuesta de valor convincente:** A través de este curso, aprenderás a desarrollar una propuesta de valor atractiva que destaque los beneficios únicos de tu producto o servicio, hable directamente a las necesidades de tus clientes y te distinga de la competencia.
6. **Proporcionar un entorno de aprendizaje flexible y accesible:** Dado que este es un curso online, uno de nuestros objetivos es ofrecer un entorno de aprendizaje flexible que puedas acceder a tu propio ritmo. Esto significa que puedes aprender cuando te sea más conveniente, sin la necesidad de desplazarte.
7. **Fomentar la colaboración y el networking virtual:** Aunque este curso se realiza online, nos esforzamos por crear oportunidades para la colaboración y la interacción entre los participantes. Esto te permitirá compartir ideas, obtener retroalimentación y crear una red de contactos con mujeres emprendedoras con ideas afines.
8. **Promover la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos:** Finalmente, uno de nuestros objetivos más importantes es que puedas aplicar lo que aprendes en este curso a tu proyecto. Esto no solo se refiere a la teoría, sino también a las habilidades prácticas que adquieras durante el curso. Por eso, te ofreceremos oportunidades para aplicar estos conocimientos y habilidades a través de ejercicios prácticos y proyectos.

A su vez, nos gustaría escuchar tus expectativas para este taller. Tus inquietudes y ambiciones nos ayudarán a ajustar el contenido del curso para que sea más relevante y beneficioso para ti.

- **Breve introducción al emprendimiento en el medio rural y la importancia de investigar el mercado**

El emprendimiento en el medio rural tiene un gran potencial que a menudo pasa desapercibido. En muchos casos, estos entornos rurales ofrecen oportunidades únicas que no están disponibles en las áreas urbanas: una estrecha relación con la naturaleza, una fuerte conexión comunitaria, una vida tranquila y una competencia reducida.

Sin embargo, al igual que en cualquier otro lugar, emprender en zonas rurales requiere un profundo conocimiento del mercado. Es esencial investigar y entender a tus clientes potenciales, tus competidores y las tendencias generales del mercado. ¿Quiénes son tus clientes y qué necesitan o desean? ¿Cómo puedes diferenciarte de la competencia? ¿Cómo puedes convertir las características únicas de la vida rural en ventajas competitivas? Todas estas son preguntas que necesitas explorar.

## Buscan negocios de turismo sostenible para el Valle de Ricote

La Comunidad apoya a los nuevos empresarios con el programa 'Zonas Francas de Emprendimiento'

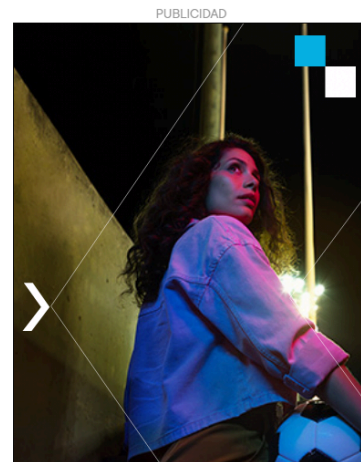
redacción

13·10·17 | 22:59



La Comunidad, a través del Instituto de Fomento, impulsará el desarrollo de nuevos proyectos emprendedores en el Valle de Ricote relacionados con el turismo sostenible. Esta iniciativa, enmarcada dentro del proyecto 'Zonas Francas de Emprendimiento', trata de identificar nuevos modelos de negocio e incentivar la creación de un ecosistema emprendedor en torno a sectores relacionados con la actividad turística, una de las principales fortalezas de esta zona.

El director del Info, Joaquín Gómez, explica que el objetivo es que este enclave se especialice en un ámbito con un elevado potencial, para lo que es fundamental contar con los ayuntamientos de la zona, según informaron fuentes del Gobierno regional.



*Noticia que anima a la creación de negocios en el entorno rural del Valle de Ricote : info de la noticia en el siguiente enlace*

<https://www.laopiniondemurcia.es/municipios/2017/10/13/buscan-negocios-turismo-sostenible-valle-31822529.html>

En este taller, te ayudaremos a responder a estas preguntas y a desarrollar una estrategia de negocio efectiva y personalizada. Juntas, exploraremos las oportunidades y desafíos del emprendimiento rural y te equiparemos con las habilidades y herramientas necesarias para tener éxito.

Adelante, el viaje del emprendimiento# Manual del Curso: "Describo mi proyecto. Investigo, analizo y describo mi mercado"

## Parte 2: Definición de tu proyecto.

- **Definición del proyecto: ¿qué es lo que quieres ofrecer?**

Cada emprendimiento comienza con una idea, un proyecto que soluciona un problema, llena un vacío en el mercado o ofrece una mejora en relación a lo que ya existe. Definir claramente tu proyecto es un paso crucial en el proceso de emprendimiento. Aquí es donde identificamos qué es lo que quieres ofrecer y cómo se conecta con las necesidades o deseos de tu público objetivo.

Para definir tu proyecto, debes responder a las siguientes preguntas:

- ❖ ¿Cuál es tu producto o servicio? Describe lo que ofreces de la manera más detallada posible.

- ❖ ¿Cuál es el problema o necesidad que tu producto o servicio soluciona? Identifica el "dolor" del cliente que estás abordando.
- ❖ ¿Qué hace a tu producto o servicio único? Piensa en lo que te diferencia de los competidores.
- **Identificación de las características de tu producto o servicio**

Una vez que hayas definido tu proyecto, es importante detallar las características de tu producto o servicio. Esto no sólo incluye las características físicas (en caso de un producto) o los detalles del servicio que ofreces, sino también las características que lo hacen único y valioso para tus clientes.

Aquí, se debe responder a las siguientes preguntas:

- ❖ ¿Cuáles son las características físicas de tu producto o los detalles del servicio que ofreces?
- ❖ ¿Qué beneficios ofrece tu producto o servicio a los clientes?
- ❖ ¿Cómo se diferencia tu producto o servicio de los competidores?
- ❖ ¿Cómo se tu producto o servicio con las necesidades o deseos de tu público objetivo?

**Ejercicio práctico:** Piensa en alguna iniciativa en la que hayas pensado para emprender un negocio y contesta a estas preguntas. Hazlo por escrito, y verás cómo se te ocurren cosas en las que ni siquiera habías pensado, como por ejemplo, reflexionarás en qué le pedirías tú a alguien que te ofreciera esos mismos productos o servicios, en algo distinto, que no haga tu competencia.

- **Actividad práctica de definición de tu proyecto**

Después de entender la teoría de definición del proyecto, es el momento de poner en práctica tus conocimientos. En esta actividad, te invitamos a escribir una descripción detallada de tu proyecto, que incluya:

1. Una descripción clara de tu producto o servicio.
2. El problema o necesidad que tu producto o servicio soluciona.
3. Las características y beneficios clave de tu producto o servicio.
4. La forma en que tu producto o servicio se diferencia de la competencia.

Recuerda que este no es un ejercicio de una sola vez. Tu definición de proyecto puede y debe evolucionar a medida que avanzas en tu viaje emprendedor y obtienes más información sobre tu mercado y clientes. Esta es una parte fundamental del proceso de iteración y mejora continua en el emprendimiento.

Veamos un ejemplo práctico de este proceso inicial, que ayudará a ilustrar estos conceptos de manera más concreta. Imaginemos que tu idea de negocio es iniciar una panadería artesanal en tu comunidad rural que utilice ingredientes locales.

## Definición del proyecto: ¿qué es lo que quieres ofrecer?

- **Producto o servicio:** Quieres ofrecer una variedad de productos de panadería artesanales hechos con ingredientes locales y frescos.
- **Problema o necesidad que resuelve:** Actualmente, en tu comunidad no hay una panadería local que ofrezca productos frescos y artesanales. Tu panadería solucionaría esta necesidad.
- **Diferenciador:** La singularidad de tu proyecto radica en que todos los productos se hacen a mano y se utilizan ingredientes locales, lo que apoya a otros negocios rurales y garantiza la frescura y calidad de tus productos.

## Identificación de las características de tu producto o servicio

- **Características físicas:** Ofreces una variedad de panes, pastas y repostería, todos hechos a mano y horneados diariamente. Los ingredientes son frescos, de origen local y no se utilizan conservantes ni aditivos artificiales.
- **Beneficios para los clientes:** Los clientes disfrutarán de productos de panadería de alta calidad y frescura, a la vez que apoyan a un negocio local que contribuye a la economía rural.
- **Diferenciación:** A diferencia de las cadenas de supermercados o panaderías comerciales, ofreces productos artesanales y frescos que utilizan ingredientes de origen local. Además, como parte de tu compromiso con la comunidad, estás planificando realizar eventos y talleres de panadería para los residentes locales.
- **Conexión con las necesidades o deseos del público objetivo:** Tu público objetivo son los residentes de tu comunidad que valoran los productos frescos, de alta calidad y locales, así como aquellos interesados en aprender sobre panadería artesanal.

## Actividad práctica de definición de tu proyecto

En base a lo anterior, la descripción de tu proyecto podría ser la siguiente:

"Mi proyecto es abrir una panadería artesanal en mi comunidad rural que ofrecerá una variedad de panes, pasteles y repostería, todos hechos a mano y horneados diariamente. Nuestros productos se destacarán por la utilización de ingredientes frescos y de origen local, apoyando a los productores locales y garantizando la máxima frescura y calidad.

El objetivo de mi panadería es satisfacer la necesidad actual de los residentes locales por productos de panadería frescos y de alta calidad, y a la vez, contribuir a la economía rural. Creemos que nuestra comunidad valorará y apoyará nuestro compromiso con la calidad, la artesanía y la economía local. Además, planeamos diferenciarnos de otros negocios ofreciendo eventos y talleres de panadería para fomentar la interacción con nuestra comunidad y el aprendizaje de la panadería artesanal."

Espero que estos ejemplos te ayuden a entender mejor cómo aplicar estos conceptos a tu propio proyecto.

## Parte 3: Investigación de mercado.

- **¿Qué es la investigación de mercado y por qué es importante?**

La investigación de mercado es un proceso sistemático de recopilación, análisis e interpretación de información sobre tu mercado objetivo, competencia, y factores ambientales que pueden influir en el desempeño de tu producto o servicio.

La investigación de mercado es esencial para cualquier emprendedor porque:

1. **Identifica oportunidades de mercado:** Te ayuda a identificar nuevas oportunidades en el mercado que puedes aprovechar para tu negocio.
2. **Reduce riesgos:** Al entender tu mercado y tus clientes, puedes tomar decisiones más informadas y reducir el riesgo de fallo.
3. **Informa la toma de decisiones:** La información recolectada puede guiar el desarrollo de tu producto, estrategias de marketing y planes de negocio.
4. **Ayuda a entender a tus clientes:** Te permite conocer las necesidades, preferencias, comportamientos y demografía de tus clientes.
5. **Identifica a tus competidores:** Te permite identificar quiénes son tus competidores, qué ofrecen y cómo puedes diferenciarte de ellos.

- **Técnicas de investigación de mercado**

Existen varias técnicas de investigación de mercado, cada una con sus propios beneficios y limitaciones. Aquí se describen algunas de las más comunes:

1. **Encuestas:** Son una de las formas más comunes de recolectar información de mercado. Puedes realizar encuestas en línea, por teléfono, en persona, por correo electrónico o en las redes sociales. Te recomendamos que veas el ejercicio práctico que sigue a este apartado, sobre “Cómo crear una encuesta de whatsapp”.
2. **Entrevistas:** Las entrevistas te permiten obtener una comprensión más profunda de las necesidades y deseos de tus clientes. Aunque son más costosas y requieren más tiempo que las encuestas, suelen ofrecer información más rica y detallada.
3. **Grupos de enfoque:** Consisten en reuniones de un pequeño grupo de personas que representan a tu público objetivo, y se utiliza para obtener retroalimentación sobre productos, empaquetado, conceptos de marketing, etc.
4. **Observación:** Observar a tus clientes potenciales en su entorno natural puede proporcionarte una valiosa información sobre cómo utilizan los productos o servicios y qué les importa.
5. **Análisis de la competencia:** Este tipo de investigación te ayuda a entender quiénes son tus competidores, cuáles son sus productos, cuál es su precio, cómo se posicionan en el mercado, etc.

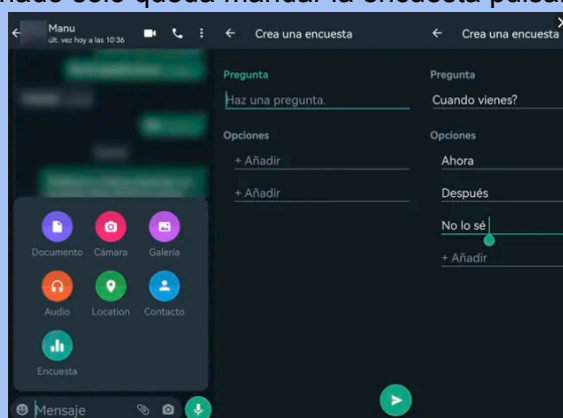
## Cómo crear una encuesta en WhatsApp

La verdad es que es sumamente sencilla la manera que tenemos para realizar una encuesta.

Hay una pequeña diferencia entre si utilizamos un Android o un iPhone, por lo que vamos a ver las dos opciones.

**Si tenemos un teléfono con el sistema operativo Android, debemos realizar lo siguiente:**

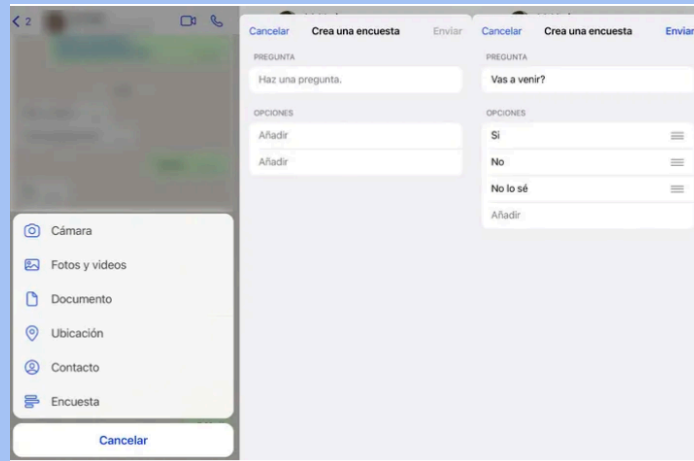
1. Entramos en el chat o grupo de WhatsApp en el que queramos enviar la encuesta.
2. Después de eso debemos pulsar el icono con forma de clip que hay en la parte de abajo, justo al lado del de la cámara.
3. Entonces, de todas las opciones que salen, debemos pulsar en Encuesta.
4. Ahora solo queda escribir una pregunta y todas las respuestas que quieras. Debemos saber que las respuestas las podemos colocar con solo pulsar las cuatro rayas verticales que salen al lado de cada una y moviéndolas sin soltar el dedo de la pantalla.
5. Cuando esté terminado solo queda mandar la encuesta pulsando Enviar.



**Si lo que tenemos es un teléfono iPhone, va a diferir muy ligeramente de Android, pero de forma mínima.**

Aun así, os vamos a contar como se tiene que hacer:

1. Entramos en chat o grupo en el que queramos que se vote la encuesta.
2. Después pulsamos en el icono + que esta abajo a la izquierda.
3. Seguidamente seleccionamos Encuesta, la última opción que se lanza.
4. Ahora es el momento de escribir la pregunta de la encuesta y las posibles respuestas que se van a poder votar. Debemos saber que las respuestas las podemos colocar con solo pulsar las cuatro rayas verticales que salen al lado de cada una y moviéndolas sin soltar el dedo de la pantalla.
5. Una vez terminado, únicamente queda pulsar en Enviar.



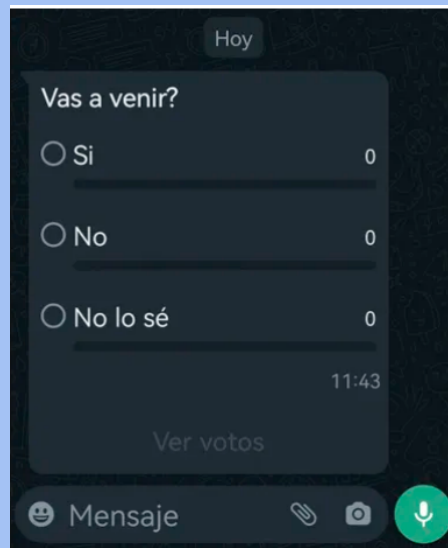
Si entramos en WhatsApp para escritorio, tanto de Windows como de Mac o si lo hacemos en WhatsApp Web, también vamos a poder crear encuestas de la misma manera que acabamos de ver.

Esto significa que nuestro ordenador también nos servirá como forma de mandar este tipo de opción.

### **Una vez mandada la encuesta**

En el momento en el que mandamos la encuesta a la persona o personas que queremos que respondan, bien en un chat en concreto dentro de un grupo, veremos una estadística con el número de votos que recibe cada respuesta.

Además, se podrá ver quien ha respondido cada una de las opciones si pulsamos en Ver votos.



- **Actividad práctica de investigación de mercado**

Para esta actividad, selecciona una o varias de las técnicas de investigación de mercado mencionadas anteriormente y diseña un plan para obtener información sobre tu mercado.

Por ejemplo, podrías:

1. Crear una encuesta en línea para entender mejor las necesidades y deseos de tus clientes potenciales (tal y como te hemos explicado en el apartado anterior).
2. Realizar entrevistas con algunas personas que representen a tu público objetivo para obtener una visión más profunda de lo que valoran en un producto como el tuyo. Piensa en el perfil, y que escoger a personas de tu entorno que te sean sinceras a la hora de contestar.
3. Observar a tus clientes potenciales en distintos entornos para entender mejor su comportamiento y necesidades. Por ejemplo en redes sociales.
4. Realizar un análisis de la competencia para identificar quiénes son tus principales competidores, qué ofrecen y cómo puedes diferenciarte.

### ¿Quiénes son tus competidores?

Una búsqueda en google, con una frase que nos lleve a un producto similar al tuyo, es una forma fácil de ver quienes son, en principio, algunos de tus competidores en el mercado online. Si te quieres remitir al mercado local o comarcal, puedes realizar la misma búsqueda en ese entorno, y aunque se trate de negocios que no tienen web, sí que aparecerán en algunos directorios de empresa.

Por último, preguntar a los vecinos por dónde comprar el producto, o contratar el servicio, te puede servir para indagar en el resto de competidores, de ámbito estrictamente local.

Recuerda documentar bien tus hallazgos ya que estos serán la base para las decisiones que tomarás en tu negocio.

## Parte 4: Análisis de mercado.

### ● Análisis de la Competencia

El análisis de la competencia implica la identificación y evaluación de tus competidores para entender sus fortalezas y debilidades en comparación con tus propias ofertas de productos o servicios. Este análisis te ayuda a comprender la dinámica del mercado y te permite identificar áreas en las que puedes diferenciarte.

Para realizar un análisis de competencia efectivo, debes considerar los siguientes aspectos:

1. Identifica a tus competidores: Pueden ser competidores directos (aquellos que ofrecen el mismo tipo de producto o servicio) o indirectos (aquellos que ofrecen productos o servicios sustitutos o alternativos).
2. Evalúa sus productos o servicios: ¿Qué ofrecen? ¿A qué precio? ¿Cómo se compara su calidad con la tuya? ¿Qué tipo de servicio al cliente ofrecen?
3. Investiga sus estrategias de marketing y ventas: ¿Cómo promocionan sus productos o servicios? ¿Qué canales de distribución utilizan? ¿Cómo fijan sus precios?

4. Analiza sus fortalezas y debilidades: ¿Qué hacen bien? ¿En qué áreas tienen dificultades?
  - **Análisis de la Demanda y la Oferta**

El análisis de la demanda y la oferta es fundamental para entender la dinámica de tu mercado.

El análisis de la demanda implica entender quiénes son tus clientes, cuánto están dispuestos a comprar y a qué precio. Por otro lado, el análisis de la oferta implica evaluar cuánto producto o servicio está disponible en el mercado y quién lo está proporcionando. Juntos, el análisis de la demanda y la oferta te permite identificar posibles brechas en el mercado que tu negocio podría llenar.

- **Identificación de las Oportunidades y Amenazas**

Como parte de tu análisis de mercado, también debes identificar las oportunidades y amenazas existentes en tu entorno. Las oportunidades pueden ser factores externos que podrían ayudar a tu negocio a crecer o ser más rentable. Las amenazas son factores externos que podrían impedir el crecimiento o la rentabilidad de tu negocio.

Las oportunidades podrían incluir una falta de competencia en tu área, una tendencia creciente que favorece tu producto o servicio, o un cambio en las políticas gubernamentales que podría beneficiar a tu industria. Las amenazas podrían ser la entrada de nuevos competidores en tu mercado, un cambio en las preferencias de los consumidores o nuevas regulaciones que podrían dificultar la operación de tu negocio.

- **Actividad Práctica de Análisis de Mercado**

Para esta actividad, te invitamos a poner en práctica lo que has aprendido sobre análisis de mercado.

- Análisis de la Competencia: Identifica a tus principales competidores y analiza sus productos, servicios y estrategias de marketing.
- Análisis de la Demanda y la Oferta: Investiga la demanda de tu producto o servicio y la oferta disponible en el mercado. Trata de identificar brechas que podrías llenar.
- Identificación de Oportunidades y Amenazas: Haz una lista de las oportunidades y amenazas externas que podrían impactar tu negocio.

Recuerda que el análisis de mercado es un proceso continuo. Deberías revisar y actualizar tu análisis regularmente para reflejar cualquier cambio en el mercado o en tu negocio.

Por ejemplo, en el caso de la panadería artesanal:

Análisis de la Competencia:

- Identifica las panaderías y tiendas de alimentos que venden productos de panadería en tu área.
- Evalúa la calidad de sus productos, precios, ubicación, y estrategias de marketing.
- Analiza sus fortalezas y debilidades. ¿Tienen una gran variedad de productos? ¿Su ubicación es conveniente? ¿Sus productos son frescos? ¿Ofrecen productos locales o artesanales?

Análisis de la Demanda y la Oferta:

- ¿Cuántas personas en tu área compran productos de panadería? ¿Con qué frecuencia? ¿Qué tipos de productos prefieren?

- ¿Cuántos y qué tipos de negocios ofrecen productos de panadería en tu área? ¿Hay suficiente oferta para satisfacer la demanda? ¿Hay algún producto o servicio que la gente desee y que no esté siendo atendido actualmente?

Identificación de Oportunidades y Amenazas:

- Las oportunidades podrían ser el creciente interés por los productos locales y artesanales, la falta de panaderías artesanales en tu área, y la posibilidad de asociarte con otros negocios locales.
- Las amenazas podrían ser la entrada de una gran cadena de panaderías en tu área, el cambio en los precios de los ingredientes debido a factores como el clima o las políticas comerciales, o las nuevas regulaciones de salud y seguridad que podrían aumentar tus costos operativos.

Para concluir esta actividad, puedes resumir tus hallazgos en un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), que te permitirá tener una visión clara del entorno en el que tu negocio está operando y de los factores internos y externos que pueden afectar su éxito.

## Parte 5: Segmentación de mercado.

- **¿Qué es la segmentación de mercado y por qué es importante?**

La segmentación de mercado es el proceso de dividir el mercado total disponible en grupos o segmentos más pequeños y homogéneos basándose en características específicas. Los segmentos de mercado pueden ser definidos por edad, género, comportamiento, nivel de ingresos, ubicación geográfica, estilo de vida, entre otros.

La segmentación de mercado es crucial para el éxito de tu negocio por varias razones:

1. **Aumenta la eficiencia de marketing:** Al segmentar el mercado, puedes dirigirte específicamente a los grupos que son más propensos a comprar tu producto o servicio, lo que puede resultar en un mayor retorno de la inversión en tus esfuerzos de marketing.
2. **Permite la personalización:** La segmentación de mercado te permite personalizar tus productos, servicios y estrategias de marketing para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes de cada segmento.
3. **Ayuda a la identificación de oportunidades:** La segmentación de mercado puede ayudarte a identificar nichos de mercado no atendidos que podrías explotar.

- **Cómo segmentar el mercado**

La segmentación de mercado puede hacerse de varias formas, dependiendo de tu tipo de negocio y tus objetivos. Aquí hay algunos enfoques comunes:

1. **Segmentación geográfica:** Dividir el mercado basándose en la ubicación, como país, región, ciudad o vecindario.
2. **Segmentación demográfica:** Dividir el mercado en base a factores demográficos, como edad, sexo, ingresos, educación o estado civil.

3. Segmentación psicográfica: Dividir el mercado según estilos de vida, actitudes, intereses y opiniones.
4. Segmentación de comportamiento: Dividir el mercado en función del conocimiento del producto, actitud hacia el producto, uso del producto o respuesta al producto.

- **Actividad práctica de segmentación de mercado**

Para esta actividad, te invitamos a segmentar el mercado para tu producto o servicio.

Por ejemplo, si estás abriendo una tienda de bicicletas de alta gama, podrías segmentar el mercado de la siguiente manera:

- Segmentación Geográfica: Tu ciudad o región, centrándote en las zonas donde residen los clientes con mayor poder adquisitivo.
- Segmentación Demográfica: Adultos de 30 a 50 años con un alto nivel de ingresos.
- Segmentación Psicográfica: Personas que valoran la actividad física, la vida al aire libre y están dispuestas a invertir en equipos de alta calidad para sus hobbies.
- Segmentación de Comportamiento: Clientes que ya son ciclistas entusiastas o aquellos que buscan un medio de transporte ecológico y están dispuestos a invertir en ello.

Una vez que hayas segmentado tu mercado, considera cuál será tu segmento objetivo, es decir, el grupo de clientes al que quieres dirigirte principalmente. Luego, utiliza esta información para afinar tu producto, precio, lugar y promoción (las 4 P's del marketing) para satisfacer mejor las necesidades y deseos de tu segmento objetivo.

## Parte 6: Descripción de tu mercado objetivo.

- **Cómo describir tu Objetivo de Mercado**

Una vez que hayas segmentado tu mercado, el siguiente paso es definir tu mercado objetivo, es decir, el segmento o segmentos específicos a los que planeas dirigir tus productos o servicios. Una descripción efectiva de tu mercado objetivo debe ser clara, específica y basada en datos cuantificables siempre que sea posible.

Aquí hay algunas consideraciones clave a la hora de describir tu mercado objetivo:

- **Demografía:** ¿Qué edad tiene tu cliente ideal? ¿Cuál es su nivel de ingresos, educación y ocupación? ¿Son principalmente hombres o mujeres? ¿Cuál es su estado civil y familiar?
- **Geografía:** ¿Dónde viven tus clientes ideales? ¿En qué tipo de comunidad (por ejemplo, urbana, suburbana, rural) viven?
- **Comportamiento:** ¿Cómo utilizan o consumen tu producto o servicio? ¿Son usuarios frecuentes o ocasionales? ¿Cómo toman las decisiones de compra?
- **Psicografía:** ¿Qué intereses, actitudes y opiniones tiene tu cliente ideal? ¿Qué valoran? ¿Cuál es su estilo de vida?
- **Identificación de las Necesidades y Preferencias de su Mercado Objetivo**

Es crucial comprender las necesidades y preferencias de tu mercado objetivo. Esto te permitirá diseñar productos o servicios que satisfacen esas

necesidades, desarrollar mensajes de marketing que resuenen con ellos y proporcionar una experiencia de cliente que supera sus expectativas. Puedes obtener esta información a través de investigación de mercado, que puede incluir encuestas, grupos focales, entrevistas, observación y análisis de datos de clientes existentes.

- **Actividad Práctica de Descripción de tu Mercado Objetivo**

Ahora te invitamos a describir tu propio mercado objetivo.

Siguiendo con el ejemplo de la tienda de bicicletas de alta gama:

- **Demografía:** Adultos de 30 a 50 años, principalmente hombres, con un alto nivel de ingresos y educación.
- **Geografía:** Residen principalmente en las zonas de mayor poder adquisitivo de la ciudad.
- **Comportamiento:** Son ciclistas entusiastas que utilizan las bicicletas frecuentemente, tanto para el ejercicio como para el transporte. Investigarán y compararán cuidadosamente las opciones antes de realizar una compra importante.
- **Psicografía:** Valoran la salud y la forma física, disfrutan de la vida al aire libre y están dispuestos a invertir en equipos de alta calidad para sus hobbies. Se preocupan por el medio ambiente y ven el ciclismo como una forma ecológica de transporte.

Una vez que hayas completado esta actividad, tendrás una imagen clara de quiénes son tus clientes ideales y podrás enfocarte en satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas.

## Parte 7: Conclusiones.

- **Resumen de lo Aprendido y Logros Alcanzados**

A lo largo de este taller, hemos recorrido el camino desde la definición de tu proyecto de emprendimiento hasta la descripción detallada de tu mercado objetivo. Hemos aprendido sobre la importancia de la investigación de mercado y cómo aplicar diferentes técnicas para obtener la información más relevante para tu negocio.

Hemos explorado el proceso de segmentación de mercado, aprendido a describir y comprender a nuestro mercado objetivo y sus necesidades. En resumen, hemos desarrollado una base sólida para entender y abordar el mercado en el que nuestro emprendimiento rural va a operar.

- **Evaluación del Taller y Retroalimentación**

La retroalimentación es un elemento esencial para mejorar y adaptar nuestros futuros talleres a las necesidades de las participantes. Te invitamos a que compartas tus impresiones, lo que te pareció más útil, y cualquier sugerencia que puedas tener para mejorar. Puedes hacerlo a través de una encuesta de evaluación del taller que te proporcionaremos.

- **Próximos Pasos y Recomendaciones para Seguir Avanzando**

Aunque este taller ha finalizado, el viaje de tu emprendimiento apenas comienza. A continuación, te damos algunos pasos y recomendaciones para seguir avanzando:

1. **Continúa Aprendiendo:** El mundo del emprendimiento y los negocios está en constante cambio. Mantente al día con las últimas tendencias y oportunidades en el mundo rural.
2. **Crea Tu Plan de Negocios:** Si aún no lo has hecho, el próximo paso lógico es usar la información que has recopilado para elaborar un plan de negocio detallado.
3. **Valida tu Idea:** Busca oportunidades para validar tu idea de negocio, ya sea a través de un producto mínimo viable, una encuesta a potenciales clientes, o un experimento de mercado.
4. **Construye Tu Red:** Busca y participa en redes de emprendedoras y de negocios rurales. Estas redes pueden ser un recurso valioso para el asesoramiento, la inspiración y el apoyo.
5. **Busca Financiación:** Investigar diferentes opciones para financiar tu emprendimiento, desde préstamos y subvenciones hasta inversionistas ángeles y crowdfunding.

Recuerda, el camino del emprendimiento puede ser un desafío, pero también es una oportunidad para aprender, crecer y hacer una contribución positiva a tu comunidad rural.

¡Te deseamos mucho éxito en tu viaje emprendedor!