



Centro de Estudios Estratégicos Magrebíes

ANÁLISIS RÁPIDO DE MERCADO (ARM)

Herramienta participativa para diagnósticos económicos comunitarios

Introducción

- Herramienta participativa de conocimiento básico del mercado local, de carácter complementario, diseñado para realizar exploraciones económicas preliminares.
- Recomendable como insumo técnico para la formulación de las primeras ideas de proyecto y el diseño de perfiles de proyecto.
- Requiere ser complementado, en el mediano plazo, por estudios a profundidad antes de tomar decisiones estratégicas y realizar los estudios de prefactibilidad de los proyectos de inversión.
- Genera mayores impactos si es aplicado dentro de una lógica programática, como parte de un análisis mayor de otras potenciales inversiones comunitarias.

Pasos a seguir

- Análisis DAFO comunitario
- Producto o Servicio
 - Definición del producto o servicio, de las materias primas e insumos, tecnología y localización de la producción.
- Demanda
 - Determinación de la demanda actual y potencial del producto o servicio.
- Oferta
 - Determinación de la oferta actual y potencial del producto o servicio. Identificación de los principales ofertantes, tecnología, localización y mecanismos de comercialización de dicha oferta.
- Balance entre demanda y oferta (actual y potencial)
- Mecanismos de comercialización de producto o servicio

Matriz DAFO

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTERNO	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	FO	FA
DEBILIDADES	DO	DA

- Es necesario realizar un análisis de entorno de la comunidad, en términos de amenazas y oportunidades, y de su ambiente interno, en términos de fortalezas y debilidades.
- Posteriormente, se definen prioridades a través de cruces de componentes: Desarrollar Fortalezas para aprovechar Oportunidades y combatir Amenazas, superar Debilidades que impiden aprovechar Oportunidades y potencian Amenazas.

Algunas preguntas guía

- ¿Cómo se conoce a la comunidad en el exterior, a través de qué características principales?
- ¿Cuáles son las actividades económicas más importantes en la comunidad?
- ¿Cuáles son los principales recursos de la comunidad?, ¿Cómo están siendo aprovechados?
- ¿Cuáles son los grupos de población más vulnerables de la comunidad?, ¿Por qué causas?
- ¿Cuáles han sido las principales oportunidades para desarrollar actividades económicas que se han presentado en los últimos cinco años?, ¿Cómo han sido aprovechadas?
- ¿Cuáles han sido los principales problemas económicos que ha tenido la comunidad en los últimos cinco años?, ¿Cuáles fueron sus causas?

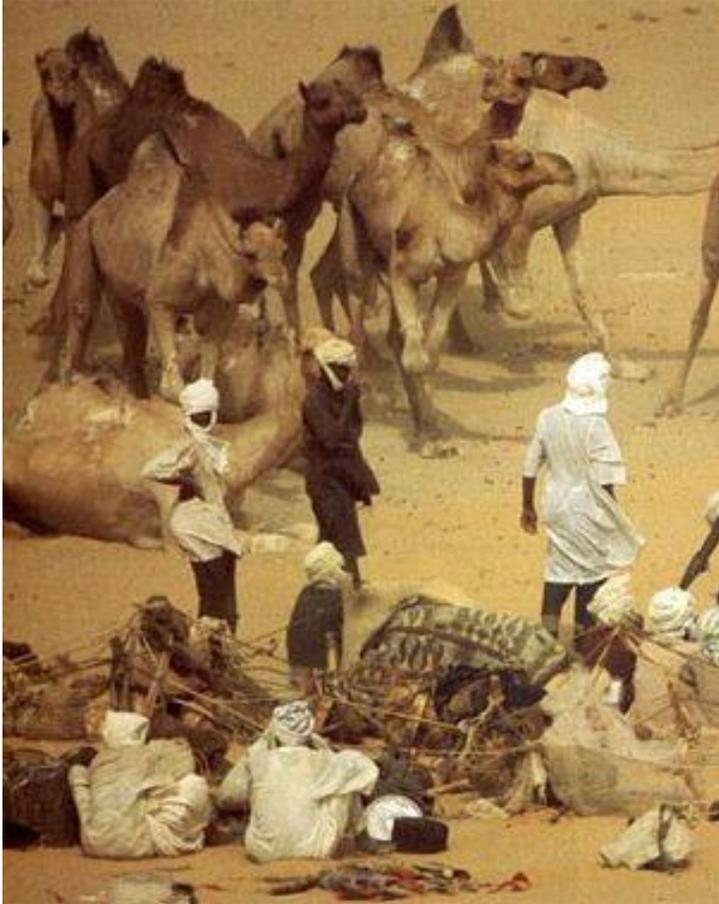
Definición del Producto o Servicio

- Como producto del análisis estratégico DAFO, se identifican productos y servicios, resultados de las fortalezas comunitarias, que responden a una necesidad o expectativa de un grupo de personas determinado.
- Se proponen a través de una ***cadena de valor***, la misma que identifica los requerimientos para su producción (materias primas, insumo, proceso tecnológico, localización).
- Los productos o servicios deben ser de fácil elaboración local y que, en la medida de lo posible, potencien al máximo las capacidades de innovación de las personas involucradas en su producción y comercialización, así como también su identidad y sentido de pertenencia comunitaria.

Algunas preguntas guía

- ¿Cuáles son los principales productos o servicios que ofrece o podría ofrecer la comunidad?
- ¿Cuáles son las principales características de estos productos o servicios que se podrían resaltar y/o promover?, ¿Qué limitaciones presenta?, ¿Cómo se pueden superar dichas limitaciones?
- ¿Cuáles son las principales fortalezas de los y las integrantes de la comunidad que pueden responder a problemas y/o amenazas detectadas en el Análisis DAFO?
- ¿Cuáles son los principales conocimientos, competencias y habilidades con las que cuentan los y las integrantes de la comunidad?
- ¿Cómo se podrían utilizar otros recursos locales (naturales, académicos, culturales, etc.)?
- ¿Cómo se podrían mejorar todos esos recursos existentes en la comunidad?
- ¿Qué recursos está descartando actualmente la comunidad?, ¿Cuáles se podrían reutilizar?, ¿Cómo?

Determinación de la Demanda



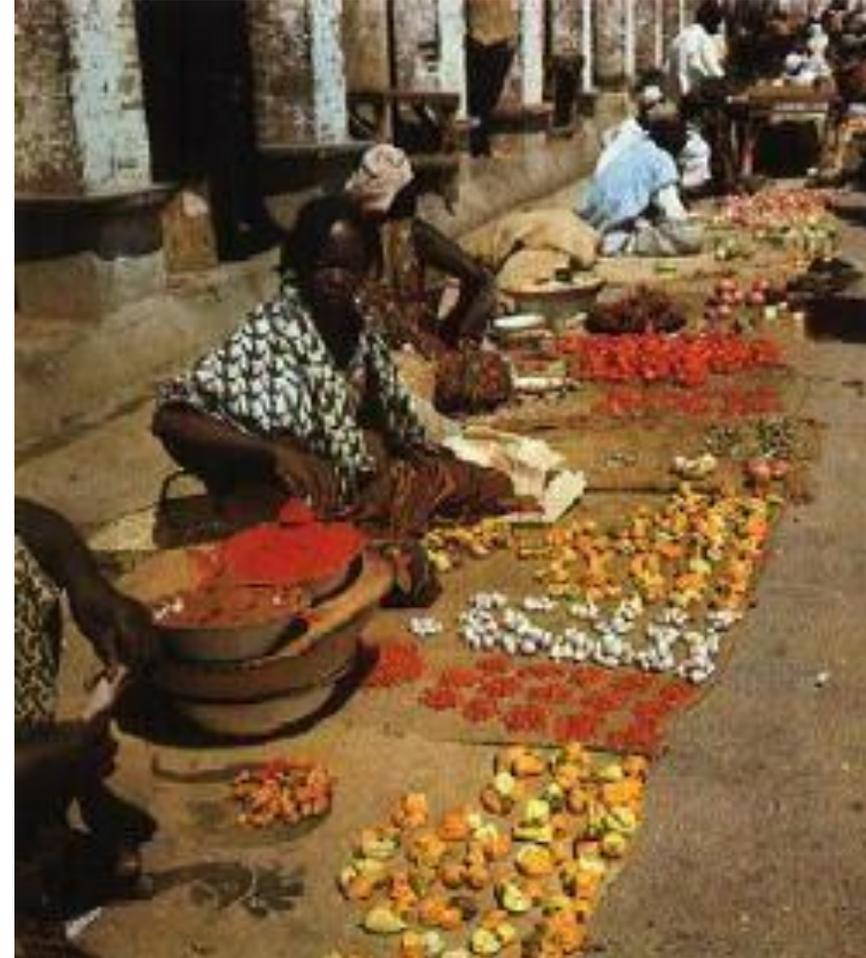
- Identificación de demanda actual y potencial
- Tipología de la demanda (personas, comunidades, grupos de edad, sexo, pertenencia étnica, estrato social, etc.)
- Localización geográfica de la demanda.
- Cuantificación de la demanda.
- Temporalidad de la demanda.
- Otras fuentes de información.

Algunas preguntas guía

- ¿Qué demanda existe del producto o servicio definido?, ¿Cuánto se demanda?
- ¿Existe información histórica de esa demanda?, ¿Cómo ha sido su comportamiento en el tiempo?, ¿Se trata de una demanda nueva o de una demanda histórica?
- ¿Quiénes son las personas o grupos de personas que demandan el producto o servicio identificado?, ¿Qué características principales tienen?
- ¿Se mantendrá la demanda de este producto o servicio en el tiempo?, ¿Por qué?, ¿Por cuánto tiempo?
- ¿Qué otros informantes clave nos pueden dar mayor información sobre la demanda de este producto o servicio?, ¿Cómo acceder a esa información adicional?

Determinación de la Oferta

- Identificación de oferta actual y potencial
- Tipología de la oferta (productos y servicios directos, productos y servicios indirectos, productos y servicios sustitutos, empresas ofertantes, modalidades de oferta, etc.)
- Localización geográfica de la oferta.
- Cuantificación de la oferta.
- Temporalidad de la oferta.
- Otras fuentes de información.



Algunas preguntas guía

- ¿Quiénes ofrecen el producto o servicio identificado?
- ¿En qué condiciones lo ofrecen?
- ¿Cuánto se ofrece?
- ¿Dónde se ofrece?
- ¿Cómo se ofrece?
- ¿A qué precios se ofrece?
- ¿Cuáles son las principales características del producto o servicio ofrecido por estos proveedores?
- ¿Esa oferta es estacional o permanente?
- ¿Cuáles son las principales limitaciones y/o problemas que tiene estos proveedores?

Balance entre Demanda y Oferta



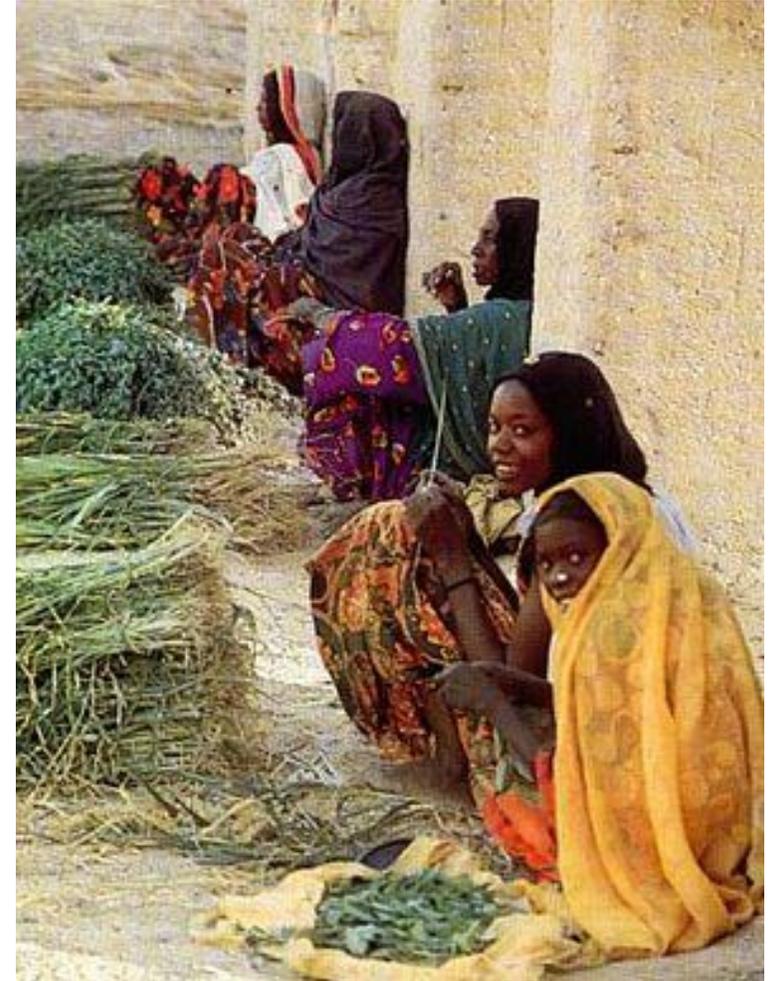
- Verificar si existe demanda insatisfecha, espacios en los que se pueda colocar una probable oferta adicional del producto o servicio identificado. Se trata de buscar nichos de mercado.
- Responder preguntas guía como: ¿A qué grupos de personas dirigir el producto o servicio identificado?, ¿Con qué características?, ¿Bajo qué condiciones?, ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de entrar en ese mercado?, ¿Cuáles son los riesgos?

Análisis síntesis de mercado

¿Qué está pasando ahora?	¿Qué se desea que pase en el futuro?
<ul style="list-style-type: none">¿Demanda decreciente?¿Productos similares?¿Alta competencia?¿Reducción de ingresos?¿Bajos niveles de empleo?	<ul style="list-style-type: none">¿Mayor información de mercado?¿Demanda creciente?¿Identificación de nuevo productos?¿Mayores utilidades e ingresos?¿Mejores niveles de empleo?

Mecanismos de Comercialización

- Una vez tomada la decisión de ingreso en el mercado, es muy importantes trabajar en las características de diferenciación que se haga de la oferta, resaltando los atributos que hacen particular, relevante o único el producto o servicio identificado frente a los otros ofertados.
- Por último, se analizarán las formas y condiciones de ingreso y permanencia en el mercado.



Algunas preguntas guía

- ¿A través de qué medios ingresaremos el producto o servicio identificado al mercado?
- ¿Quiénes nos puede apoyar en este trabajo?
- ¿Quiénes nos van a entorpecer este trabajo?
- ¿En qué condiciones debemos ingresar el producto o servicio identificado?
- ¿Cuánto debemos colocar?
- ¿Dónde debemos colocarlo?
- ¿Cómo debemos colocarlo?
- ¿A qué precio debemos colocarlo?
- ¿Durante qué tiempo debemos colocarlo?