

Herramienta 12. Herramientas on line para el análisis de mercado

Objetivo. ¿Por qué usar esta herramienta?

Las **herramientas on line** o herramientas en la nube son recursos disponibles en Internet que te permitirán hacer un análisis general del interés del mercado por los productos y servicios de tu proyecto de emprendimiento social. Son herramientas fáciles de usar y proporcionan una información muy valiosa para conocer el posicionamiento potencial de tu proyecto en el mercado.

La información que obtendrás será una información cualitativa, no cuantitativa; no obtendrás datos numéricos precisos, pero sí te permitirán descubrir de una forma rápida y sencilla las tendencias del mercado y el interés de tu segmento de clientes por tus productos y servicios.

Proponemos el uso de **Google Search**, **Google Trends** y **Google Keyword Planner Tool**, tres herramientas de Google que son gratuitas y perfectamente complementarias entre sí.

Además encontrarás mucha documentación en la red en el caso de que tengas alguna duda en su utilización.

Cómo se utiliza

A través de esta herramienta serán dos los recursos que te proponemos que utilices para desarrollar un análisis on-line que pueda ayudarte a valorar si tu producto o servicio tiene hueco en el mercado actual.

- 1. Google Search.** Esta herramienta consiste básicamente en desarrollar búsquedas en Google de términos relacionados con tu iniciativa de emprendimiento social y analizar los resultados obtenidos. Los pasos a seguir serán los siguientes:
 - » Define los términos o palabras clave que usarás en tus búsquedas. Intenta que sean términos concretos y que describan bien a tu iniciativa.
 - » Abre la página principal de búsquedas de Google (<https://www.google.es/>) e introduce alguno de los términos definidos en el paso anterior.
 - » Analiza los contenidos de las páginas de resultados sin tener en cuenta los primeros elementos, que coinciden con anuncios patrocinados. Revisa los enlaces mostrados e identifica las páginas que realmente muestran resultados que están relacionados con tu iniciativa. Anota el número de páginas que cumplen esa condición.

Si hay un número considerable (5-15 páginas), es que hay mercado para el término que buscas. Si encuentras más de 15 páginas de resultados, probablemente te encuentres ante un mercado saturado.

- » Identifica los 5 resultados que aparecen en los primeros lugares de la primera página y define sus puntos fuertes.
- » Analiza los resultados y extrae conclusiones del análisis, valorando si, a tu juicio, existe mercado para tu proyecto.

Si lo prefieres, puedes utilizar otros buscadores como Ecosia o DuckDuckGo o Bing; los pasos a seguir serán los mismos.

- 2. Google Trends.** Esta herramienta de Google nos permite conocer las tendencias de búsqueda y la popularidad a nivel global y local de un determinado término.

Si la aplicas sobre términos relacionados con tu iniciativa podrás ver el interés o no del mercado en base a las búsquedas que se hayan hecho al respecto en el marco geográfico que determines.

Dicho con otras palabras, si muchas personas han buscado información sobre esos términos a través de los buscadores, será porque hay un interés real en el mercado sobre ellos.

La forma de utilizar *Google Trends* es la siguiente:

- » Define el término o términos de búsqueda que usarás en Google Trends en relación con tu iniciativa.
- » Determina el ámbito geográfico en el que aplicarás tu búsqueda. Puede ser tu país, tu región o el mundo entero.
- » Accede a Google Trends (<https://trends.google.es/>) e introduce uno de los términos definidos y selecciona la ubicación geográfica del análisis.
- » Reproduce el diagrama de evolución del interés en función de los años que mostrará la aplicación.
En el eje X del diagrama se muestra el tiempo (meses y años) y en el eje Y el interés o popularidad del término que estamos buscando del 0 al 100 (100 es el mayor nivel).
- » Analiza la evolución del interés: ¿crece o decrece con el tiempo?
- » Analiza los resultados y extrae conclusiones del análisis, valorando si tu mercado objetivo está en expansión o en retroceso según la tendencia que has identificado. Identifica las conclusiones extraídas que puedas incorporar a tu proyecto.

Claves importantes para el uso de la herramienta

Sé consciente de que las herramientas mostradas no aportan resultados exactos sobre el mercado, pero sí muestran sus tendencias y pueden ayudarte a definir si existe o no un nicho para tu iniciativa de emprendimiento social.

Te recomendamos que no te restrinjas a una sola búsqueda; repite las actividades propuestas con tantos términos relacionados con tu iniciativa como puedas.

Puedes usar otros recursos web como **facebook** e **instagram** para lanzar campañas y testear el interés y el impacto de tu iniciativa antes de lanzar el proyecto.

Herramienta 12. Cloud tools para el análisis de mercado

Google Research

Define el término de búsqueda que usarás en Google o en otro buscador, relacionado con tu proyecto de emprendimiento social

¿Cuántas páginas de resultados muestran iniciativas similares a las tuyas?

¿Cuáles son los puntos fuertes de las iniciativas que aparecen en los 5 primeros lugares de la primera página, sin contar los anuncios?

Puntos fuerte iniciativa 1

Puntos fuerte iniciativa 2

Puntos fuerte iniciativa 3

Puntos fuerte iniciativa 4

Puntos fuerte iniciativa 5

¿Qué conclusiones extraes que puedas aplicar a tu proyecto?

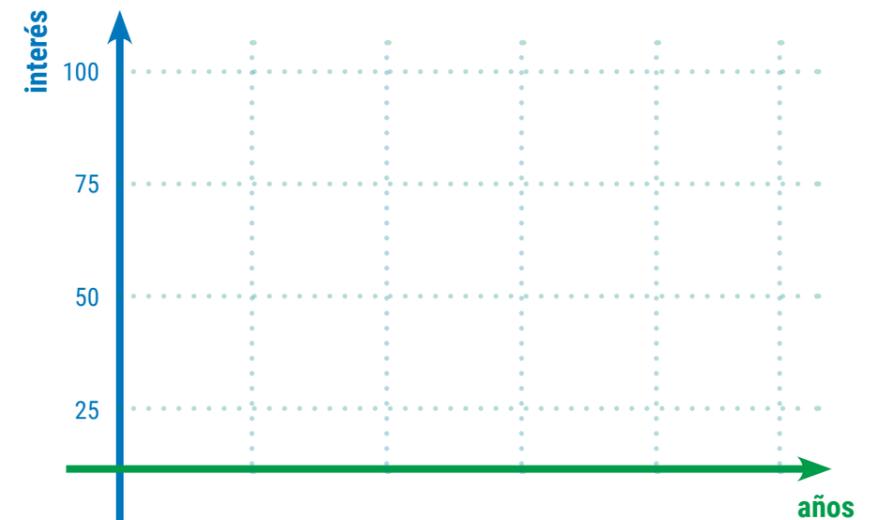
Atendiendo al análisis que has hecho, ¿consideras que puede existir un interés de mercado para tu iniciativa?

Google Trends

Define el término de búsqueda que usarás en Google Trends relacionado con tu proyecto de emprendimiento social

Define el ámbito geográfico (País, región, ciudad) al que aplicarás tu búsqueda

Representa gráficamente el grado de interés relacionado con la búsqueda a lo largo del tiempo



Analiza la evolución del interés.

¿Crece con el tiempo (mercado en expansión)? ¿Decrece con el tiempo (mercado en retroceso)?

¿Qué conclusiones extraes que puedas aplicar a tu proyecto?