

### Objetivo. ¿Por qué usar esta herramienta?

Antes de la implementación de cualquier proyecto de emprendimiento social, es imprescindible llevar a cabo un análisis del estado del arte en relación al ámbito de intervención en el que se desarrollará la iniciativa.

Debemos formarnos una imagen clara de la competencia que encontraremos en el mercado para valorar, a partir de este diagnóstico, si existe hueco para nuestra iniciativa.

A través de esta herramienta, investigarás sobre las soluciones globales y locales ya existentes en el mercado para dar respuesta a la necesidad a partir de la cual surge tu iniciativa emprendedora.

Posteriormente identificarás los **vectores fuerza** de tus competidores, entendiendo como vector fuerza aquel elemento o valor que haya propiciado el posicionamiento de la empresa u organización en el mercado. Este análisis te será muy útil para conocer la dinámica del mercado y aproximarte a las necesidades de tu segmento de clientes.

A partir de la identificación de los vectores fuerza de cada uno de tus competidores, podrás extraer los aprendizajes que permitan adaptar los valores y prácticas de éxito a tu propio proyecto de emprendimiento social.

Podemos comprobar como esta herramienta, además de ayudarnos a conocer las soluciones de mercado más exitosas en nuestro ámbito de interés, nos permite trabajar sobre ellas para incorporar a nuestra iniciativa, aquellos factores que pueden haber influido en su logro.

### Cómo se utiliza

Esta herramienta se concretará completando un **mapa de mercado**.

Comenzarás describiendo la necesidad principal que se cubre con tu proyecto de emprendimiento social.

Una vez hecho esto, identificarás las principales empresas u organizaciones que ya operan con éxito en el mercado destinado a dar respuesta a tu misma necesidad. Es decir, localizarás a los competidores con los que compartirá mercado tu proyecto de emprendimiento social.

Los identificarás con su nombre y dirección web.

El siguiente paso será identificar los **vectores fuerza** de cada una de las iniciativas competencia seleccionadas.

Hablamos de encontrar las singularidades que hayan permitido, a la empresa u organización competencia en análisis, diferenciarse del resto de competidores y encontrar su nicho en el mercado y en la mente del segmento objetivo de clientes.

Te proponemos que identifiques, al menos, 3 vectores fuerza de cada competidor.

El último paso en el desarrollo de la herramienta consiste en que extraigas, de cada uno de los vectores fuerza descritos para cada competidor, aquellos aprendizajes, prácticas y elementos de valor que, tras la correspondiente adaptación a tu realidad y características concretas, puedan incorporarse a la iniciativa de emprendimiento social sobre la que estás trabajando.

### Claves importantes para el uso de la herramienta

Será muy importante que lleves a cabo una prospección minuciosa de las empresas u organizaciones competencia.

Para ello te sugerimos que utilices Internet como fuente principal de datos pero que recurras también a la información que puedes extraer de los distintos medios de comunicación.

Las conversaciones con personas u organizaciones profesionales en el ámbito de desarrollo de tu proyecto pueden aportarte una información muy valiosa para ayudarte a completar de una forma muy efectiva esta herramienta.

Como práctica complementaria, te invitamos a que, una vez tengas claro el mapa de mercado de tu proyecto de emprendimiento social, busques aquellos elementos, productos o servicios que te puedan ayudar a diferenciarte de las soluciones existentes y que has descubierto durante el desarrollo de esta herramienta.

## Herramienta 4. Soluciones de mercado

### EMPRESA TIPO PARA LOS EJEMPLOS DE LAS HERRAMIENTAS DE LA FASE 2

Empresa de moda sostenible vinculada al movimiento slow fashion y la economía circular. Moda cercana, de diseño y producción local, respetuosa con el planeta y las personas.

### Mapa de mercado

