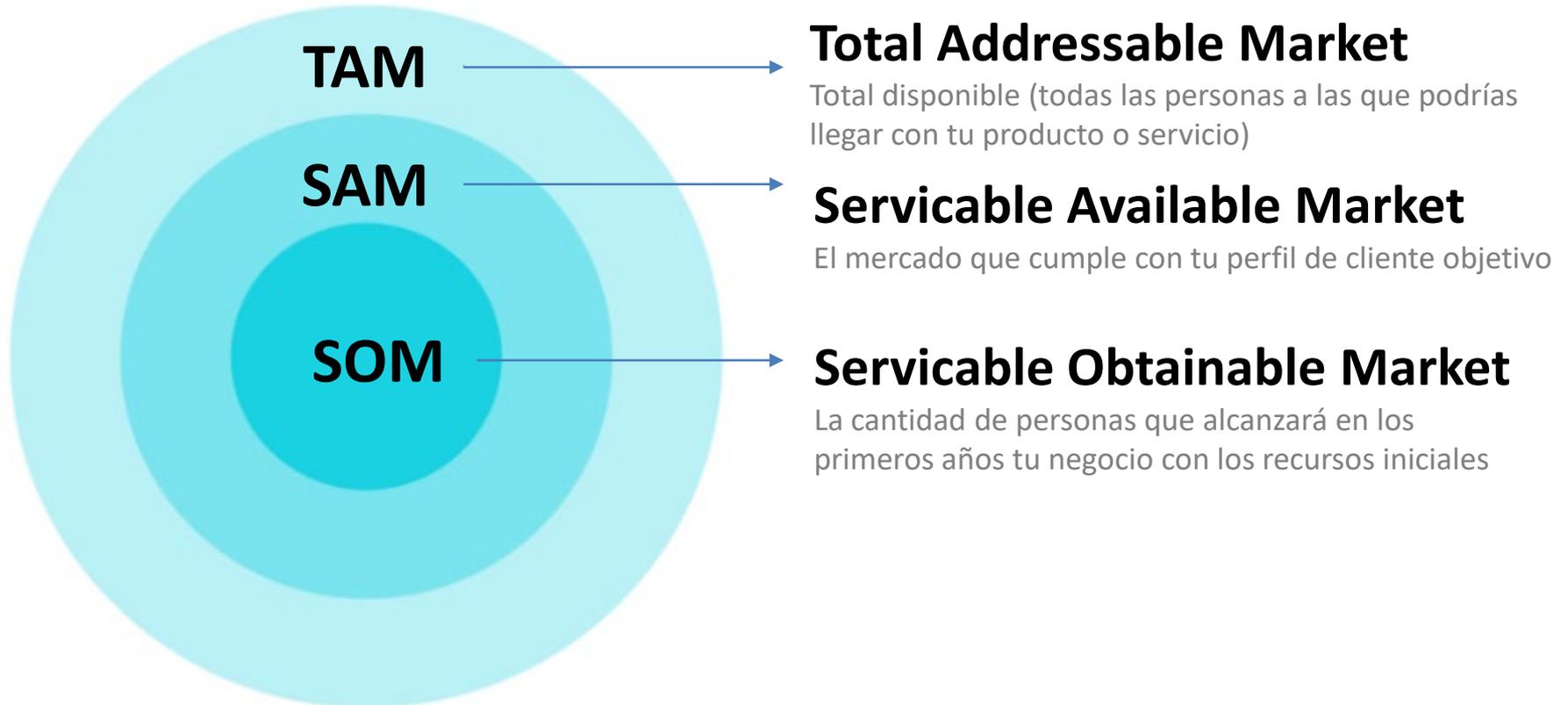




UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Departament d'Organització d'Empreses

Cómo estimar el tamaño de mercado





Ejemplo 1

“ALAORDEN” es un negocio que consiste en “hacer recados” (si alguien necesita algún tipo de encargo lo solicita, y “**ALAORDEN**” lo hace).

Su mercado está orientado para personas adultas ejecutivas muy ocupadas en su región que abarca México, Perú, Chile, Colombia (pensamiento internacional).

TAM (mercado total)

- La suma de la población de estos países es de 223 millones (Chile 18M, Colombia 49M, México 124M, Perú 32M)
- Usando fuentes confiables de investigación estadística, libros, registros nacionales de censo, investigación, suponemos que se encontró que la demanda total posible para este negocio es 18% (o 40 millones de personas).
- Quiere decir que de 223 millones, el 18% resulta 40 millones como TAM



Ejemplo 1

SAM (mercado disponible)

- El perfil de cliente es: personas que tienen entre 40 y 55 años, con al menos dos niños pequeños, con costumbres de comer fresco y saludable, que cuentan con ingresos de US\$ 2000 mensuales, enfocado en personas que viven o trabajan dentro de un radio de 10 kilómetros del centro de la ciudad.
- Usando fuentes confiables se encontró que todas las personas con ese segmento definido son el 12% de su TAM, esto quiere decir:
- El tamaño de mercado segmentado (SAM) es 12% del TAM es decir: 12% (40 millones) = 4.8 millones de personas.



Ejemplo 1

SOM (mercado accesible)

- Supongamos que esta startup puede proporcionar efectivamente servicios a 3000 personas al mes o 36,000 personas al año.
- Esto significa que su SOM es aproximadamente 36 mil entre 4.8 millones representa 0.75% de su SAM.

Otro ejemplo:

<https://www.emprendeaconciencia.com/analisis-mercado-tam-sam-som>