

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD · 1.º · LPS · UNIDAD 3

# Producto, mercado y oportunidades

Ficha y gama del producto, ventas y segmentos, análisis interno y externo, DAFO con evidencias y demanda de un nicho

3

PARA EMPEZAR

# En esta unidad aprenderás a...

- Describir un producto o una gama con sus características y beneficios comprobables.
- Analizar la actividad comercial: ventas, variaciones, cuotas por segmento y perfil de clientes.
- Separar el análisis interno del externo y reconocer sus factores.
- Construir un DAFO con evidencias y priorizado, y deducir de él oportunidades de mercado.
- Estimar la demanda de un nicho corrigiendo la intención declarada.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

# Una situación de partida



Martes 16 de febrero de 2027. El sábado 13/02 se hizo en la tienda una cata de «Primera Hora» con 60 personas: Olvido ofreció cucharillas y Adrián recogió una ficha de opinión de cada una. Nora quiere saber si hay mercado y para quién, antes de comprar los primeros tarros.

❓ ¿Es lo mismo decir «me gusta» que «la compraría»? ¿Qué dato necesitarías para distinguirlo?

❓ ¿Qué te diría el reparto de las ventas de desayuno por tipo de cliente que no te diga el total?

❓ ¿Qué factores de La Despensa controla Nora y cuáles no?

MAPA DE LA UNIDAD

# Lo que vamos a ver

- **3.1** Características y gama del producto
- **3.2** Actividad comercial y segmentos de clientes
- **3.3** Análisis interno y externo
- **3.4** DAFO y oportunidades de mercado
- **3.5** Estimar la demanda de un nicho

# Ficha de producto PH-01 (16/02/2027)

| ATRIBUTO | DATO |
|---|---|
| **Denominación** | Granola de avena con almendra y miel |
| **Alérgenos** | Gluten (avena) y frutos de cáscara (almendra) |
| **Formato** | Tarro de vidrio de 350 g; diez raciones de 35 g |
| **Duración** | Cuatro meses desde la elaboración (por validar) |
| **Precio** | 6,00 € sin IVA · 6,60 € con IVA · 18,86 €/kg |

**CLAVE**

Lo que no se prueba, no se afirma.

# Los tres niveles del producto



### Núcleo

Desayunar algo rápido y rico



### Producto real

Granola, tarro, etiqueta y marca



### Producto ampliado

Fecha de elaboración, suscripción, trato

**CLAVE**

La competencia copia el nivel real; el ampliado es más difícil de igualar.

# Ventas de desayuno por semana

De la semana 1 a la 6, +9,50 %; media semanal de 1.890,00 €.




Ventas sin IVA, 04/01 a 13/02/2027 (caso de La Despensa).

**CLAVE**

La semana de apertura de la cadena no cae: sube un 3,16 %.

# DAFO de «Primera Hora»

| | AYUDAN | PERJUDICAN |
|---|---|---|
| **Internos** | Fortaleza: obrador con tandas semanales | Debilidad: una sola tanda de horno |
| **Externos** | Oportunidad: interés por lo artesano | Amenaza: cadena abierta y avena más cara |

**CLAVE**

Cada factor, con su evidencia y priorizado.

# Elección del nicho

| SEGMENTO | TAMAÑO 30 % | AJUSTE 40 % | ACCESO 30 % | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| **Vecinos de diario** | 5 | 3 | 4 | 3,90 |
| **Familias del sábado** | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| **Jóvenes de la web** | 2 | 3 | 3 | 2,70 |
| **Hogares con poco tiempo** | 3 | 5 | 5 | 4,40 |

**CLAVE**

Son puntuaciones de juicio: se contrastan con datos.

# Demanda estimada sobre el fichero

| PASO | CÁLCULO | RESULTADO |
|---|---|---|
| **Intención declarada** | 42 ÷ 60 | 70,00 % |
| **Intención corregida** | 70,00 % × 50 % | 35,00 % |
| **Compradores** | 722 × 35,00 % | 253 |
| **Tarros al mes** | 253 × 1,2 | 304 |
| **Tres meses** | 303,6 × 3 | 911 |

**CLAVE**

El 50 % y el 1,2 son supuestos declarados: un orden de magnitud.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

# Caso · El 505 que no era



## Unai

722 contactos por el 70 % que dijo que sí: 505 compradores.

1. **Intención** 70 % no está corregida.
2. **Universo** 722 son todos los contactos, no el nicho.
3. **Corrección** 722 × 35 % = 253.
4. **Prudencia** Se pide la primera tanda con la cifra baja.

✔️ **Decir «sí» en una cata no cuesta nada: la compra real se mide con ventas.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

# ¿Cuántos compradores potenciales salen de 722 contactos con una intención corregida del 35,00 %?

A 505

B 253

C 722

✔️ 722 × 35,00 % = 252,7, es decir, 253.

REPASO

# Ideas clave

- **Características y gama del producto.** Un atributo sin prueba es una promesa. «Hecha cada semana» solo se escribe si hay una tanda con fecha; «artesana», solo si Olvido puede explicar cómo se elabora. Lo que no se prueba, no se afirma.
- **Actividad comercial y segmentos de clientes.** Sin denominador no hay porcentaje. Toda cuota o variación dice sobre qué base se calcula. «El 20 %» no significa nada hasta que se sabe del total de qué y de qué periodo.
- **Análisis interno y externo.** Análisis interno. Estudia lo que depende de la empresa: sus recursos (obrador, equipo, tienda, tienda en línea, fichero de clientes), su capacidad (cuántos tarros caben en una tanda semanal), sus costes, su imagen y su organización.
- **DAFO y oportunidades de mercado.** Qué es. El análisis DAFO cruza lo interno con lo externo en cuatro casillas: debilidades y fortalezas (internas) y amenazas y oportunidades (externas).
- **Estimar la demanda de un nicho.** Aplica la intención al universo correcto. 722 × 70 % = 505 sería un error doble: usa la intención sin corregir y la aplica a todos los contactos. Incluso 253 es un techo mientras no se sepa cuántos de los 722 son hogares con poco tiempo.

PARA TERMINAR

# Para pensar

1. ¿Qué atributo de tu producto no pasaría las tres pruebas de la ficha?
2. ¿Qué factor de tu DAFO es externo y cuál es su evidencia?
3. ¿Por qué una estimación basada en una cata es un escenario y no una previsión?



# ¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**