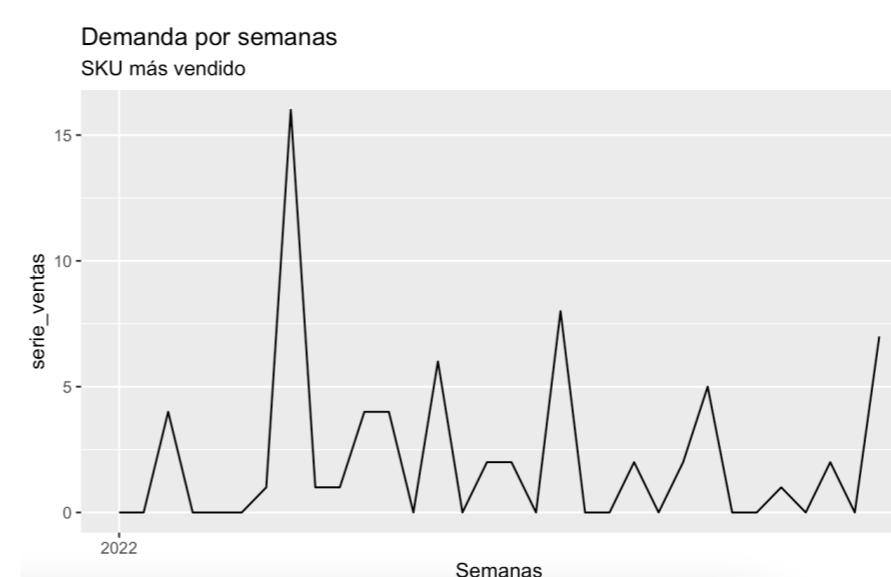


ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DE LA DEMANDA DE UN EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO EN UN MODELO MAYORISTA.

OBJETIVOS:

- Proporcionar una metodología para el entendimiento de la demanda de un emprendimiento corporativo en un modelo mayorista desde un punto cuantitativo y cualitativo.
- Entender la demanda de los clientes.
- Entender las características principales de los clientes del emprendimiento.
- Entender las necesidades, dolores y ganancias de los clientes.

Solución propuesta: Análisis cuantitativo de la demanda, análisis cuantitativo de los clientes, análisis cualitativo del entendimiento de los clientes.



Ubicación (este apartado debería de estar lleno antes de llegar al lugar):
Nombre del cliente (ferretería)
Municipio
Dirección
Fecha
Propietarios (familiar, cadena, etc.)
Tamaño del local m2

Clientes:
Tipo de cliente para emprendimiento (Ferretería, tapalería, tienda de pintura, etc.)
Tipo de clientes finales principales (carpinteros, plomeros, etc.)

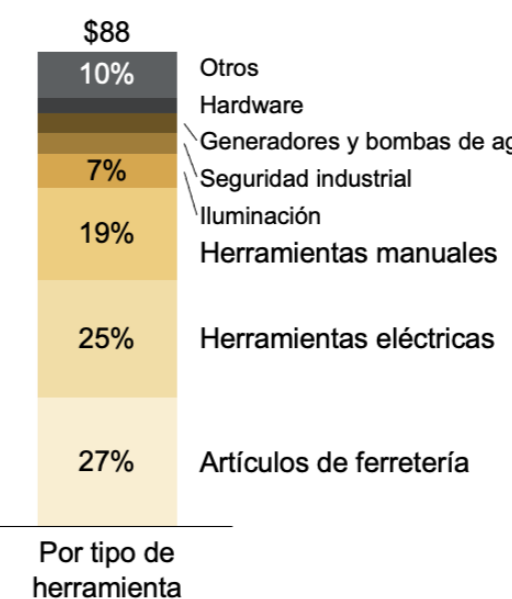
Productos:
Familias de productos
Marcas más visibles
Tipo de producto más vendido

Interacción con el cliente:
¿Canal de comunicación para realizar el pedido?
¿Qué necesita el cliente para comprar el emprendimiento (trade marketing)?
¿Cuáles son las principales tácticas de ventas utilizadas por vendedores de emprendimiento?
¿Cuál es la actitud del cliente ante el vendedor?
¿Cada cuánto se visita al cliente?

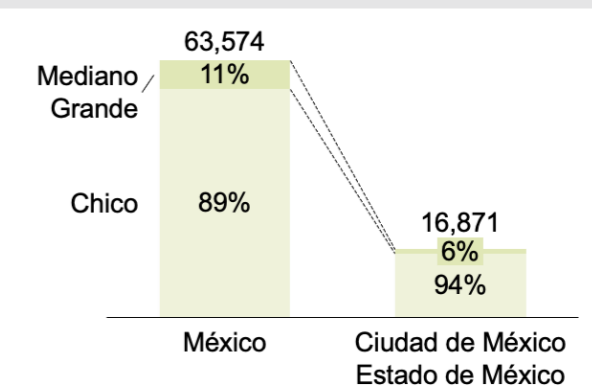
Competencia de otros Fabricantes:
Precios de los productos más vendidos de diferentes marcas
¿Cómo se contactan con otros proveedores?
¿Cómo se contactan con otros proveedores?
Tiempo de entrega de otros proveedores
Principal percepción y atributos clave de otras marcas (precio, términos comerciales, servicio a clientes y disponibilidad de productos)

Tamaño de mercado nacional (2019)

MX\$ miles de millones



Número de ferreterías por tamaño* (2019)



Se estima que por el número de ferreterías en el Estado de México y la CDMX, el tamaño de mercado en esta zona podría ser de ~MX\$20 mil millones

Potencial del mercado

Ferreterías / tapalerías		Casa pinturera	
Ecatepec de Morelos	1,353	Iztapalapa	201
Iztapalapa	1,225	Ecatepec de Morelos	190
Gustavo A. Madero	867	Toluca	189
Nezahualcoyotl	749	Gustavo A. Madero	153
Cuauhtémoc	724	Nezahualcoyotl	144
Toluca	695	Tlalnequiltla de Baz	110
Chimalhuacán	542	Naucalpan de Juárez	94
Naucalpan de Juárez	494	Tlalpan	76
Tlalnequiltla de Baz	443	Alvaro Obregón	74
Ixtapaluca	363	Miguel Hidalgo	68
Potencial		Potencial	
Subtotal	7,422		1,283
Otras delegaciones	9,377		1,425
Total	16,871	Total	2,756

No se incluyen a 900 tiendas Comex. Los comercios en este análisis tienen de 1 a 30 empleados.

Perfil de las ferreterías/tapalería

- Clientes finales: Profesionistas principalmente, aunque algunos también pueden atender clientes industriales y negocios ferreteros más pequeños. Durante el COVID se notó tendencias alistas de clientes caseros (DIY).
 - Principal canal: venta al mostrador
 - Principales proveedores competencia: Mayoristas ferreteros (Ferrecoescaminos, Cristal y Lantia, Komur, Ferretería El Ángel, Craviola, Estrecho, Ferramax)
 - Atributos más apreciados en proveedor: precio, calidad, servicio. Orden puede variar según nivel socio económico de la zona.
 - Utilidad promedio mencionada con sus proveedores: 10-30%
 - Exclusividad: Algunos con Truper (beneficio: descuentos)
 - Frecuencia de compra: semanal o quincenal
- Necesidades:**
- Productos de buena calidad a precio competitivo (80% de los entrevistados mencionaron este punto)
 - Entrega rápida (70%) al tener poco inventario y espacios reducidos
 - Garantías y excelente respuesta en servicio post venta (30%)
- Dolores:**
- Por el proveedor: falsas promesas de entregas, guerra de precios, procesos de garantías confusos y tardados. Del emprendimiento: poco apoyo para promover marca, portafolio reducido.
 - Internos: alta rotación de vendedores de mostrador, flujo de efectivo corto.
- Nice to have:**
- Descuentos: Por pronto pago, volumen, meta de venta
 - Ayuda en self out: Promotorías, publicidad, trade marketing
- Percepción / conocimiento del emprendimiento:**
- 80% consideran que el emprendimiento da un buen servicio
 - 85% sabían que el emprendimiento vende herramientas

Metodología y resultados:

- Crear un análisis cuantitativo de la demanda con un ejemplo aplicable con métodos de pronósticos para series de tiempo.
- Crear un análisis cuantitativo de los clientes de un mayorista que atiende el canal tradicional ferretero y el ambiente en el que existe este emprendimiento.
- Crear un análisis cualitativo del entendimiento del cliente. Enfocado en entender la necesidades, dolores y ganancias.

CONCLUSIONES:

- El nivel de importancia de un análisis cuantitativo de la demanda está en función de la etapa (exploración y explotación) del emprendimiento dentro de un corporativo y el tiempo que lleve operando.
- En medida que se obtengan más datos para correr el análisis cuantitativo de la demanda este tendrá mayor peso en la toma de decisiones.
- En la medida que el emprendimiento tenga menos datos y lleve operando menos tiempo y no tenga una definición de negocio clara y un modelo de negocios replicables y escalable bien definido los otros análisis enfocados a los clientes y al entorno deben de tener mayor peso en las decisiones del emprendimiento.