ÍNDICE DEL INFORME - ANÁLISIS DEL ENTORNO, DEL SECTOR Y DEL MERCADO:

1. Entorno económico.

a. Producto Interior Bruto.

b. IPC (general).

c. Salarios (general).

d. Afiliación trabajadores en la Seguridad Social.

e. Empresas inscritas en la Seguridad Social.

f. Concursos voluntarios de acreedores.

g. Otros datos económicos.

2. Entorno social y cultural.

a. Población total.

b. Población activa.

c. Población ocupada.

d. Población parada.

e. Tasa de paro.

f. Renta media por hogar.

g. Gasto medio por hogar.

h. Tamaño medio de cada hogar.

i. Otros datos socio-culturales.

3. Entorno tecnológico.

a. Equipamiento y uso de las tecnologías de la información y de la comunicación en las empresas.

b. Equipamiento y uso de las tecnologías de la información y de la comunicación en las viviendas.

c. I+D+i

d. Otros datos tecnológicos.

4. Entorno político, legal y medioambiental.

a. Presupuestos públicos.

b. Tipos de interés.

c. Cambios legislativos previstos.

d. Ayudas y subvenciones.

e. Legislación medioambiental.

5. Análisis del sector/subsector de actividad.

a. Identificación del sector/subsector.

b. Barreras de entrada y de salida.

c. Grado de concentración del sector.

d. Legislación y subvenciones específicas.

e. Crecimiento del sector.

f. IPC (sector).

g. Salarios (sector).

h. Otras características del sector.

6. Análisis del mercado (oferta).

a. Productos y servicios sustitutivos.

b. Identificación de los competidores actuales y potenciales.

c. Puntos fuertes y débiles respecto a los competidores.

7. Análisis del mercado (demanda).

a. La encuesta.

- Población.
- Objetivos de la encuesta.
- Cuestionario.
- Estructura del cuestionario.
- Muestreo.
- Realización de la encuesta.
- Revisión de los cuestionarios.
- Procesamiento y tabulación de los datos.

- Resumen de los resultados de la encuesta.

-

- b. Otras fuentes de información primarias.

- c. Fuentes de información secundarias.

8. Conclusiones del análisis del mercado.

- a. Viabilidad comercial.

- b. Perfil de nuestra clientela potencial.

c. Segmentación del mercado.

d. Productos y servicios ofrecidos.

e. Localización y ámbito territorial de actuación.

9. Análisis DAFO.

10. Ficha resumen.

[EL INFORME PASO A PASO](#)

[RECOMENDACIONES PARA REALIZAR EL INFORME](#)

[ALGO DE TEORÍA](#)

[ARTÍCULOS DE INTERÉS](#)

[ENLACES INTERESANTES](#)