HERRAMIENTA DE COMPARACIÓN DE ALTERNATIVAS	1 - Malo 2- Bajo potencial	3 - Excelente 4 - Alto potencial	
Demanda de Mercado	Oportunidad 1	Oportunidad 2	Oportunidad 3
1. ¿Demanda del mercado potencial?, El producto es consumido de forma muy regular (Semanal, quincenal, mensual, ocasionale)			
2. ¿Cuál es la participación de mercado?, se presentan muchos competidores con el mismo producto. Donde me encuentro hay muchos competidores			
3. ¿Cuál es el potencial de crecimiento del mercado?, hay posibilidad de crecer fuertemente cada año las ventas			
4. ¿Es mi cliente potencial, accesible?, Puedo ofrecerle mis productos de forma facil la gente que me rodea, amigos, conocidos, familiares.			
TOTAL			

Tamaño y estructura del Mercado	Oportunidad 1	Oportunidad 2	Oportunidad 3
1.¿Cuál es el tamaño segmento de clientes? Hay mucha gente que lo consume en el área donde yo vivo			
2.¿El mercado es emergente o está consolidado? Es un producto nuevo o ya existe en el mercado hace tiempo			
Nota: Emergente = Está naciendo = Oportunidades de crecimiento para todos los jugadores			
Nota: Consolidado = Habrá que diferenciarse y encontrar un nicho			
3.¿Existen barreras de entrada?. Se necesita gestionar muchos recursos o se puede montar el emprendimiento con los recursos que tengo al alcance			
TOTAL			

Análisis de Márgenes de Utilidad	Oportunidad 1	Oportunidad 2	Oportunidad 3
1.¿Se manejan márgenes altos? (40% margen bruto sería muy bueno) - con referencia a los precios de la competecia			
2.¿Bajo requerimiento de capital vs. la competencia? La competencia tiene algo demasiado organizado y de altos estandares de calidad			
3.¿Punto de equilibrio cercano en el tiempo?. Es facil alcanzar en el poco tiempo ventas e ingresos que me permitan tener punto de equilibrio			
TOTAL			

CAPACIDAD DE RECURSOS AL ALCANCE	Oportunidad 1	Oportunidad 2	Oportunidad 3
Se cuenta con la capacidad de calcular los costos y fijar precio			
Se cuenta con alguna experiencia previa en el giro del negocio			
Existe disponibilidad de mano de obra calificada para la iniciativa emprendedora			
Existen canales de comercialización establecidos para la iniciativa emprendedora			
Grado de dificultad en la elaboración de esta iniciativa emprendedora			
Se cuenta con las herramientas o equipos necesarios			
Se cuenta con recurso económico para llevarlo a cabo			
Se puede conseguir un crédito para iniciar la iniciativa emprendedora			
TOTAL			

RESUMEN	Oportunidad 1	Oportunidad 2	Oportunidad 3
Demanda de Mercado)			
Tamaño y estructura del Mercado			
Análisis de Márgenes DE UTILIDAD			
Recursos al alcance			
PROMEDIO TOTAL			