



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

OFICINA
ECONÓMICA
DE GALICIA

TAM, SAM e SOM: calcula o mercado do teu proxecto

OFICINA ECONÓMICA DE GALICIA

Unha xanela única de atención centralizada

#DESBUROCRATIZAR



Oficina Económica de Galicia

¿Qué? La Oficina Económica de Galicia es el punto de acogida centralizado y singular de la Xunta de Galicia para **facilitar y agilizar la implantación, puesta en marcha y desarrollo de las iniciativas empresariales en Galicia** a las empresas y a las personas autónomas o emprendedoras...

¿Cómo? mediante la prestación de servicios de información, atención, asesoramiento, acompañamiento y soporte individualizado, personalizado y especializado y mediante la coordinación con el resto de consellerías.

A tu lado para todo lo que necesitas. Sin trámites (Casi 😊). Sin esperas (esto sí 😊).

Escoge tu forma de contacto:

SOLICITA
ASESORAMIENTO

REÚNETE CON NOSOTROS

LLÁMANOS 900 815 151



WEBINAR / OBJETIVO

El objetivo principal es proporcionar a los y las asistentes algunos **conocimientos básicos** sobre como calcular el tamaño de su mercado





¿Por qué hablamos de mercado?

"¿Cuánto vale realmente tu oportunidad? ¿Y cuánto puede capturar tu proyecto?"

El mercado no es una cifra para decorar un pitch. Es una herramienta para decidir si hay una oportunidad real, dónde competir y qué objetivo comercial es alcanzable.

¿Existe oportunidad?

Validar si el problema tiene suficiente mercado antes de invertir recursos.

¿Dónde competir?

Identificar el segmento más accesible y con mayor probabilidad de éxito.

¿Qué objetivo es realista?

Fijar metas comerciales defendibles con datos, no con intuición.



Conceptos básicos de Mercado y Financieros

Mercado

- **Mercado potencial**
Universo total de posibles compradores de tu solución.
- **Segmento de clientes**
Grupo específico con características y necesidades comunes.
- **Necesidad / Problema**
El dolor real que tu solución resuelve.
- **Propuesta de valor**
Por qué tu solución es mejor que las alternativas existentes.

Finanzas

- **Modelo de ingresos**
Cómo y cuándo genera dinero tu proyecto.
- **Ticket medio**
Ingreso promedio por cliente o transacción.
- **Frecuencia de compra**
Con qué periodicidad repite el cliente su compra o contrato.
- **Capacidad de acceso**
Cuántos clientes puedes alcanzar con tus recursos actuales.

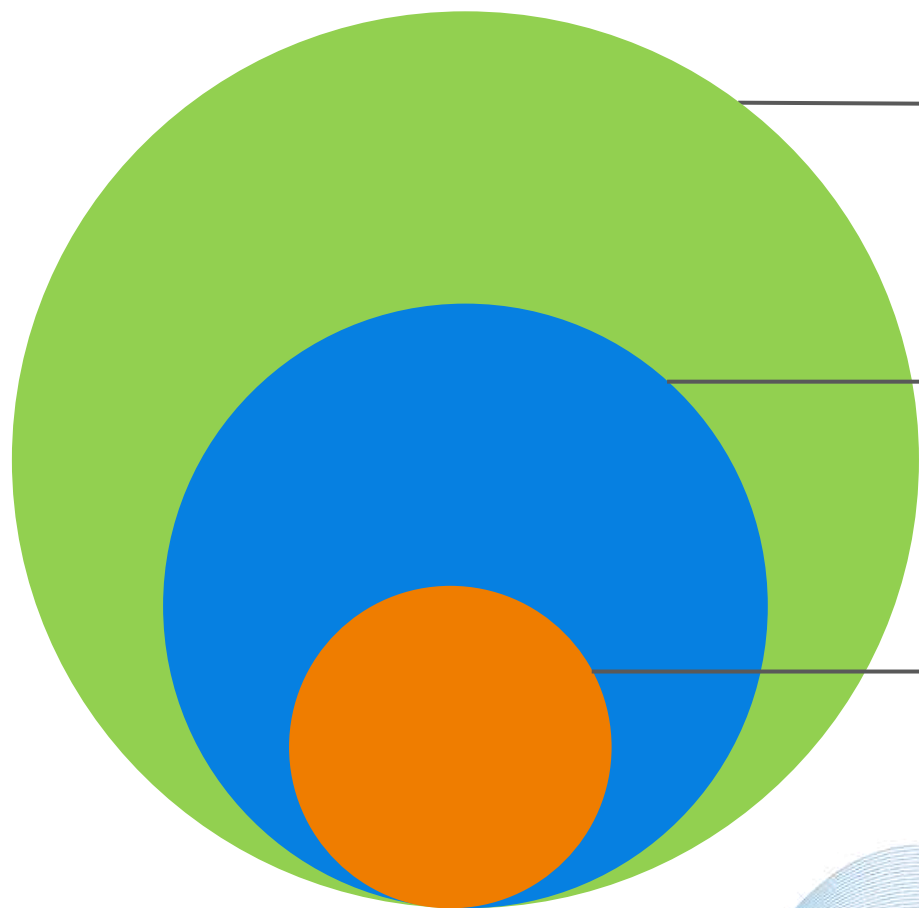


TAM, SAM, SOM

- 🔊 **Planificación estratégica:** el análisis TAM - SAM - SOM proporciona un método para la toma de decisiones estratégicas. Ayuda a crear objetivos realistas, definir mercados objetivo y asignar recursos de manera eficiente.
- 🔊 **Segmentación del mercado:** al dividir el mercado en TAM, SAM y SOM, la empresa puede adquirir información sobre distintos segmentos de clientes. Esta segmentación permite utilizar técnicas de marketing especializadas y posicionamiento de productos para atraer a audiencias específicas.
- 🔊 **Mitigación de riesgos:** comprender el tamaño y las características del mercado ayuda a reducir los riesgos en el lanzamiento de un producto y el crecimiento del mercado. Permite a las organizaciones detectar posibles problemas y diseñar estrategias de contingencia.
- 🔊 **Confianza del inversor:** La investigación de TAM - SAM - SOM muestra un elevado conocimiento de la oportunidad de mercado para las empresas que buscan inversión. Es más probable que los inversores financien iniciativas que tengan conocimientos sobre el potencial del mercado.



¿Qué es TAM, SAM y SOM?



TAM – Total Addressable Market

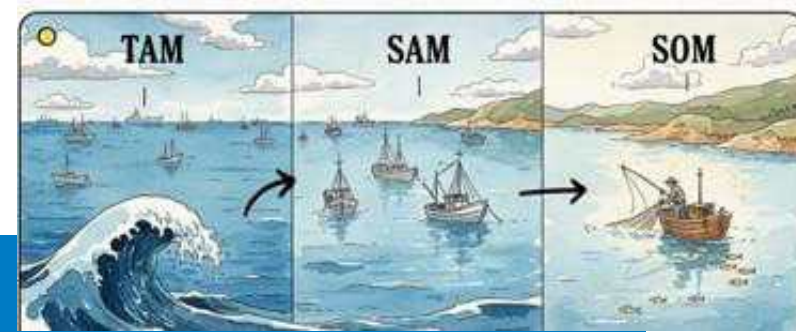
Mercado total posible. Todo el valor económico del problema que resuelves, sin restricciones.

SAM – Serviceable Addressable Market

Mercado que podemos servir: Parte del SAM que puedes atender con tu solución, geografía, tecnología y modelo actual.

SOM – Serviceable Obtainable Market

Mercado Objetivo Disponible: Parte del SAM que puedes capturar de forma realista en el corto y medio plazo (con tus recursos y capacidades actuales).



TAM — Total Addressable Market

Mercado total posible. Todo el valor económico del problema que resuelves, sin restricciones de ningún tipo.

Comprender el TAM es especialmente útil para explorar **tendencias** del mercado y descubrir **segmentos de alto potencial** en los que podrías centrar tus esfuerzos.

Ejemplo:

ACTIVIDAD: "Aplicación móvil de entrenamiento personalizado mediante suscripción mensual".

TAM: "Todas las personas en España que realizan actividad física y podrían utilizar una aplicación digital de entrenamiento."

Ejemplo de cuantificación:

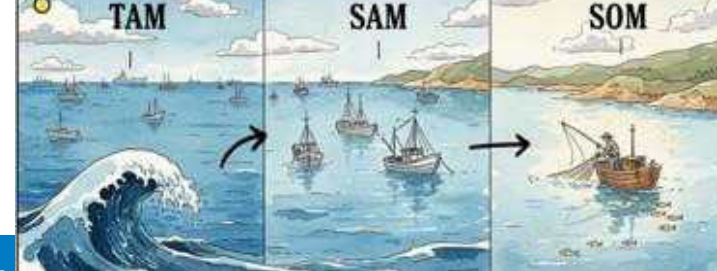
12 millones de personas realizan ejercicio de forma habitual (dato ilustrativo).

Precio medio de la suscripción: 10 €/mes = 120 €/año.

$TAM = 12.000.000 \times 120 \text{ €}$

$TAM \approx 1.440 \text{ M€ anuales}$

La idea es que el TAM incluye todo el mercado potencial, independientemente de que la empresa opere hoy solo en Galicia o tenga capacidad para atenderlo.



SAM – Serviceable Addressable Market

Mercado que podemos servir: Parte del SAM que puedes atender con tu solución, geografía, tecnología y modelo actual.

Es la parte de TAM a la que se puede acceder y que es relevante para tu negocio. Para calcular el SAM, tendrás que filtrar el TAM en función de factores como: la ubicación geográfica, el sector demográfico, tu modelo de negocio actual...

Es decir, el SAM descarta lo inalcanzable y se concentra solo en lo que realmente puedes alcanzar ahora. Quitas: países, Usuarios con limitaciones de idioma, Canales de venta realmente disponibles, Limitaciones geográficas, Leyes y regulaciones, Barreras de idiomas...

Ejemplo:

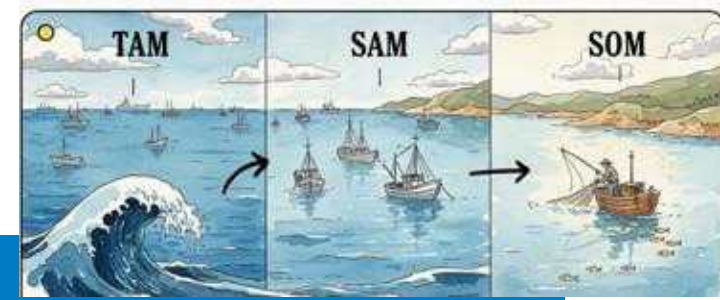
"Personas en España que realizan ejercicio de forma habitual, utilizan aplicaciones móviles y encajan con el perfil de cliente objetivo de la solución."

Ejemplo de cuantificación:

- TAM: **1.440 M€**
- De los 12 millones de personas activas, estimamos que:
 - un 60% utiliza habitualmente aplicaciones móviles de salud o deporte;
 - un 50% de ese grupo encaja con el segmento objetivo de la aplicación.
- Este segmento representa aproximadamente un **10% del TAM**.

$SAM \approx 12.000.000 \times 60\% \times 50\% \times 120 \text{ €} = 432 \text{ M€ anuales}$

La diferencia clave es que el **SAM ya tiene en cuenta la geografía, el tipo de cliente o la aplicación concreta de la solución**, no todo el mercado potencial.



SOM — Serviceable Obtainable Market

Mercado Objetivo Disponible: Parte del SAM que puedes capturar de forma realista en el corto y medio plazo (con tus recursos y capacidades actuales).

Ejemplo de cuantificación:

TAM $\approx$ 1.440 M€ anuales

SAM: 432 M€

La empresa estima que durante los próximos 3 años puede captar:

5.000 usuarios/as de pago.

Suscripción media de 10 €/mes = 120 €/año.

Facturación potencial anual:

5.000 usuarios $\times$ 120 € = 600.000 €

SOM $\approx$ 0,6 M€ anuales

La diferencia clave es que el SOM no depende del tamaño del mercado, sino de la capacidad real de la empresa para vender y ejecutar su actividad. Por eso suele ser la cifra más creíble para inversores o entidades financiadoras.



¿CÓMO LO CALCULAMOS?



Dos formas de calcular el mercado

↓ Top-Down

Partir de datos generales del sector y aplicar filtros sucesivos hasta llegar a tu mercado real.

01

Identificar mercado total

02

Aplicar filtros geográficos

03

Filtros sectoriales o regulatorios

04

Filtros de cliente objetivo

05

Estimar TAM, SAM y SOM

↑ Bottom-Up

Construir el mercado desde clientes reales, precios y capacidad comercial propia.

01

N.º de clientes potenciales

02

% realmente accesible

03

Ticket medio anual

04

Capacidad de captación

05

Conversión esperada

✓ **Fórmula base:**

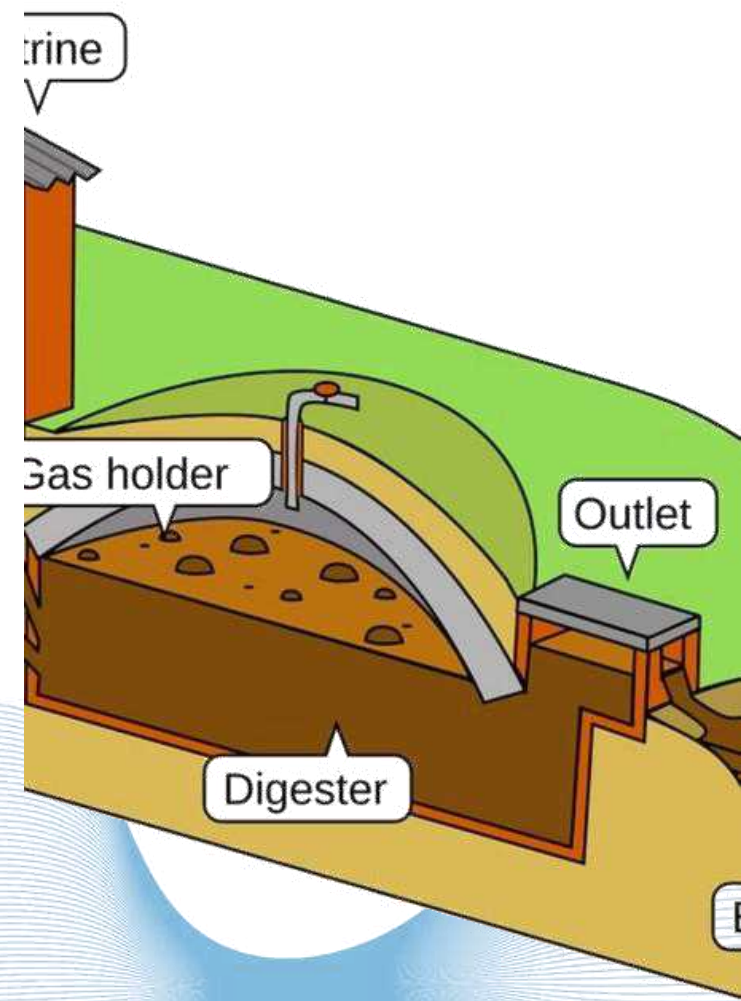
$\text{Mercado} = \text{N.º clientes potenciales} \times \text{ingreso medio anual por cliente}$



Recomendación: Usa ambos enfoques y compara resultados para mayor solidez.

Ejemplo adaptado: Valorización de residuos orgánicos

Solución para la valorización de residuos orgánicos en empresas agroalimentarias.





¿Qué datos necesito reunir?

Cliente

- Cliente objetivo / Buyer persona
- Problema / necesidad
- Área geográfica
- N° de clientes potenciales

Economía

- Gasto actual o coste del problema
- Ticket medio estimado
- Frecuencia de compra

Contexto

- Competidores o alternativas
- Regulación aplicable
- Canales de venta
- Capacidad comercial real

Fuentes recomendadas: Informes sectoriales, estadísticas públicas (IGE, INE, Eurostat), Estudios de mercado, Entrevistas con clientes, Análisis de competidores.



Errores frecuentes

✗ Errores a evitar

- ✗ Confundir mercado total con mercado accesible
- ✓ Distingue siempre TAM, SAM y SOM

- ✗ "Solo necesitamos captar el 1%" sin justificarlo
- ✓ Explica siempre el razonamiento detrás

- ✗ Usar datos sin fuente
- ✓ Cita siempre la fuente de cada dato

- ✗ Ignorar regulación, canal de venta o competencia
- ✓ Incluye estos filtros en tu cálculo

- ✗ Calcular SOM sin considerar recursos reales
- ✓ Ancla el SOM a tu capacidad actual

- ✗ No demostrar que existe mercado.
- ✓ Demostrar que existe demanda. Valídala.



Del cálculo al pitch: Cómo presentar tu mercado

Una buena slide de mercado incluye:

01

Una cifra TAM, SAM y SOM

02

La fuente de los datos

03

Los supuestos utilizados

04

Una explicación breve del método

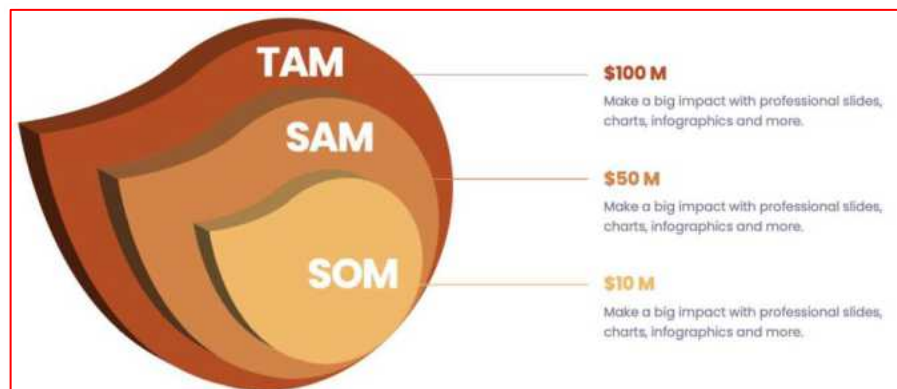
05

Una conclusión estratégica

El TAM, SAM y SOM **no sirve** para acertar una cifra exacta (no es para el pitch), sino para **pensar mejor el mercado**, validar hipótesis y convertir una oportunidad ambiental en un modelo de negocio defendible.



REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE TAM, SAM, SOM



¿Y LA OFICINA ECONÓMICA DE GALICIA (OEG)?

¿CÓMO ME PUEDE AYUDAR?



Posibilidades (casi) infinitas que ofrece la Oficina Económica de Galicia

👂 Pero puedo preguntar por muchas más cosas:

- 👂 Quiero digitalizar mi empresa o implementar un ERP-> [Voy a preguntar en la Oficina Económica de Galicia](#)
- 👂 Preguntar por financiación para un proyecto; quiero renegociar unas deudas financieras que tengo; necesito buscar avales para la empresa -> [Voy a preguntarle a la OEG](#)
- 👂 Quiero que me orienten sobre la elaboración de mi web; Quiero mejorar mi imagen corporativa; Quiero revisar mi plan de internacionalización -> [Voy a preguntarle a la OEG](#)
- 👂 Tengo una idea de negocio ¿con que apoyos cuento?; Tengo una idea innovadora y tengo dudas como desarrollarla -> [Voy a preguntarle a la OEG](#)
- 👂 Quiero mejorar la comunicación interna de mi empresa; Tengo dudas con cierto cumplimiento normativo o requisito legal -> [Voy a preguntarle a la OEG](#)
- 👂 Quiero saber qué subvenciones hay disponibles para un proyecto -> [Voy a preguntarle a la OEG](#)



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

OFICINA
ECONÓMICA
DE GALICIA

Calquera trámite transfórmase nun mero trámite: **#Desburocratizar**

www.oficinaeconomicagalicia.xunta.gal

 900 815 151

oficinaeconomicagalicia@xunta.gal