1. Volumen total del mercado: Es decir, facturación total del mercado en el que está inscrita la actividad empresarial. Es muy importante saber el tamaño del mismo, y así hacerse una ida de la dimensión del “trozo” que podemos llegar a conquistar.

2. Competidores: Número, tamaño, medios con los que cuentan. Ventajas que poseen frente a nosotros, en qué les superamos, años que llevan establecidos en el mercado, productos o servicios que ofrecen.

3. Barreras del mercado: Establecidas por los propios competidores o por las características el mismo, por ej. normativa legal que impide que podamos abrir una guardería en cualquier sitio que deseemos.

4. Precios medios del mercado para el mismo producto o servicio. Así sabremos que precios podemos ofertar a priori o cual es el punto de partida en este factor.

5. Canales de distribución y comercialización.

6. Sistemas de promoción y publicidad utilizados por la competencia.

7. Consumidores: número, distribución y motivos de compra.

8. Dónde falla la competencia o en qué podemos mejorar su oferta.