Guía Práctica de Investigación de Mercado para Emprendedores

Introducción:

No adivines lo que quieren tus clientes, ¡pregúntales! Esta guía te ayudará a recopilar la información necesaria para validar tu idea de negocio.

Sección 1: Descripción del Negocio

- Nombre del negocio o idea de producto/servicio:
- Breve descripción del negocio (en dos o tres frases)
- Objetivo principal del negocio:
- Público objetivo (describe al quién te diriges):
- ¿Qué problema resuelve tu producto o servicio?

Sección 2: Definición de tu Cliente Ideal (Buyer Persona)

- **Nombre simulado:** (Ej: "María, la mamá ocupada")
- **Edad aproximada:**
- **Ocupación:**
- **¿Cuál es su mayor problema o frustración relacionado con tu producto/servicio?** (Ej: "No tiene tiempo para cocinar sano para sus hijos")
- **¿Qué es lo que más valora al comprar?** (Precio, calidad, rapidez, servicio post-venta)

Sección 3: Análisis de Mercado:

- **Demanda:**
  - ¿Estima el tamaño del mercado para tu idea de negocio (por ejemplo, cantidad de potenciales clientes)?
  - ¿Cree que existe una demanda real y sostenida para su producto/servicio? ¿Por qué o por qué no?
- **Competencia:**
  - ¿Quiénes son tus principales competidores (si los hay)?
  - ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de tus competidores?

Sección 4: Instrumento de Entrevista / Encuesta (El Guion)

Proporciona estas preguntas para que el alumno las haga a al menos 5 personas:

1. *"¿Cuándo fue la última vez que tuviste el problema de [describir el problema que resuelve tu negocio]?"*
2. *"¿Cómo intentaste resolverlo en ese momento? ¿Qué utilizaste?"*
3. *"De esa solución que usaste, ¿qué fue lo que más te frustró o lo que menos te gustó?"*
4. *"Si existiera una solución que [describir tu propuesta de valor], ¿qué características serían 'obligatorias' para ti?"*
5. *"¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una solución así? ¿Por qué?"*

Sección 5: Análisis del Mercado Potencial

- **Precio:**

    - ¿Qué precio considerarías adecuado para tu producto o servicio?
    - ¿Cómo se compara el precio con la competencia?
- **Promoción:**
    - ¿Cuáles son las principales estrategias de marketing y publicidad que considerarías para promocionar tu negocio?
- **Distribución:**
    - ¿Dónde venderás tus productos o servicios (física, online)?
- **Análisis del Equipo:**
- ¿Quién compone el equipo detrás del negocio?
- ¿Qué experiencia y habilidades tienen los miembros del equipo?

Sección 6: Preguntas Abiertas:

- ¿Cuáles son las principales oportunidades que ves para tu negocio? ¿Y los principales riesgos?
- ¿Qué necesita hacer para asegurar el éxito del negocio?

Comentarios Adicionales:

- Puedes adaptar este esquema a tus necesidades específicas.
- Puedes agregar o eliminar secciones y preguntas según el tipo de información que necesites.
- Recuerda que la claridad es clave: haz las preguntas lo más concisas y fáciles de entender posible.

Sección 7: Guía de Observación de la Competencia

Instrucciones para analizar a 3 competidores directos:

- **Nombre del Competidor:**
- **¿Qué productos/servicios ofrece exactamente?**
- **¿Cuál es su rango de precios?** (Bajo, Medio, Alto)
- **¿Qué dicen sus clientes en las reseñas (Google, Redes Sociales)?** (Busca lo positivo y, sobre todo, las quejas).
- **¿Qué están haciendo mal o qué les falta ofrecer?** (Aquí es donde está tu oportunidad).

Conclusión / Próximos Pasos:

Una vez que tengas estas respuestas, analiza los patrones. Si 4 de 5 personas se quejan de lo mismo, ¡ahí tienes tu ventaja competitiva! Usa esta información para ajustar tu idea.