

Sistema para

INVESTIGAR

EL MERCADO

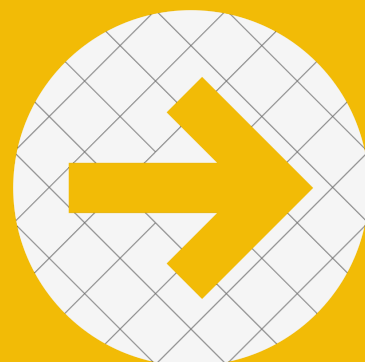
CON IA



Kit de
Inicio
Rápido
para lanzar
tu marca

PARTE 1

VALIDACIÓN DE MERCADO



SECCIÓN 1: INFORMACIÓN BÁSICA DE MI NEGOCIO

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

Mi nombre es: **[Tu nombre]**

Mi idea de negocio es: **[Describe en 2-3 oraciones qué quieres hacer.**
Ejemplo: "Quiero crear una marca de joyería artesanal hecha con materiales reciclados" o "Quiero ofrecer asesorías de fitness online para mamás ocupadas"]

Tipo de producto/servicio: **[¿Es un producto físico, servicio digital, consultoría, curso online, app, etc.?)**

Modelo de negocio: **[¿Cómo vas a vender? Ejemplo: "Venta directa por Instagram", "E-commerce", "Suscripción mensual", "Servicio por proyecto"]**

Ubicación geográfica donde operarás: **[Ciudad/País donde vas a vender.**
Ejemplo: "Barranquilla, Colombia" o "México y Latinoamérica" o "100% online, global"]

Rango de precio estimado: **[¿Cuánto costará tu producto/servicio?**
Ejemplo: "\$50,000 - \$200,000 COP" o "Desde \$29 USD/mes"]

Mi nombre es: [Catalina Arrieta Ramirez y tengo una marca que se llama Astrología Reconectiva]

Mi negocio es: [ofrecer un servicio a través de la carta natal para que las personas se conozcan internamente y puedan acceder a sus potenciales y liberar todas las programaciones impuestas por el sistema familiar enseñándoles a reprogramarse y transformar los traumas]

Tipo de producto/servicio: [consultoría en físico y virtual,]

Modelo de negocio: [vendes por redes, vendes por whatsapp, voz a voz,]

Ubicación geográfica donde operarás:
[internacional por lo que tienes el servicio digital pero de habla hispana]

Rango de precio estimado: [200 USD]

SECCIÓN 2: CONTEXTO DE MERCADO Y TENDENCIAS

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

¿En qué industria/nicho estás? [astrologia espiritualidad sanacion holistica]

¿Sabes si tu industria está creciendo o en tendencia actualmente?
[creciendo bastante (pienso yo tu corrige y revisa)]

¿Hay temporadas altas/bajas para tu negocio? [en vacaciones la gente no se hace terapias personales pero en general se mueve durante el año y se mueve mucho a final de año]

¿Tu mercado es B2C (vendes a personas) o B2B (vendes a empresas)? [Personas]

SECCIÓN 3: INFORMACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA (SI YA INVESTIGASTE ALGO)

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

¿Conoces competidores directos? [Ejemplo: "Sí, conozco a @marca1, @marca2, y la empresa XYZ"]

Si los conoces, lista 3-5 competidores principales:

1.[Nombre/Link]

2.[Nombre/Link]

3.[Nombre/Link]

¿Qué hacen bien tus competidores? [Ejemplo: "Tienen buenos diseños", "Son muy activos en redes", "Tienen buenos testimonios"]

¿Qué hacen MAL tus competidores (o qué oportunidad ves)? [Ejemplo: "Son muy caros", "Tardan mucho tiempo", "No son personalizados", "No tienen presencia en TikTok"]

¿Conoces competidores directos?

1.[Mia astral <https://miastral.com/>]

2.[pablo florez www.astroterapeutica.com]

3. <https://www.instagram.com/psicologiayastrologia/>

¿Qué hacen bien tus competidores? [la forma de explicar, que se van mucho mas a la psicología y la parte humanística conectado con lo humano]

¿Qué hacen MAL tus competidores (o qué oportunidad ves)? [ella los ve bien cada uno en lo que ofrece les funciona]

SECCIÓN 4: A QUIÉN QUIERES AYUDAR (CLIENTE IDEAL)

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

Ayudo a: [**Tipo de personas.** Ejemplo: "Emprendedoras digitales de 25-40 años" o "Estudiantes universitarios que quieren iniciar un negocio" o "Papás que buscan regalos únicos para sus hijos"]

Con el problema de: [**¿Qué problema específico resuelves?** Ejemplo: "No saben cómo crear una identidad visual profesional sin gastar miles de dólares" o "No tienen tiempo para ir al gym pero quieren ponerse en forma"]

Para lograr: [**¿Qué resultado quieren obtener?** Ejemplo: "Tener una marca que se vea profesional y atraiga clientes" o "Perder peso y sentirse con energía en 12 semanas"]

Datos demográficos de mi cliente ideal:

- Edad: [**Ejemplo: "25-35 años"**]
- Género: [**Ejemplo: "Principalmente mujeres" o "Ambos" o "No específico"**]
- Nivel de ingresos: [**Ejemplo: "Clase media", "Emprendedores que ganan \$500-\$2,000 USD/mes"**]
- Ocupación: [**Ejemplo: "Emprendedores digitales", "Estudiantes universitarios", "Profesionales independientes"**]
- Ubicación: [**Ejemplo: "Ciudades principales de Colombia", "Latinoamérica", "Estados Unidos"**]

SECCIÓN 4: A QUIÉN QUIERES AYUDAR (CLIENTE IDEAL)

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

Datos psicográficos (muy importante):

- **¿Qué les interesa?** [Ejemplo: "Desarrollo personal, emprendimiento, diseño, redes sociales"]
- **¿Qué valoran?** [Ejemplo: "Autenticidad, calidad, buen precio, rapidez"]
- **¿Qué redes sociales usan más?** [Ejemplo: "Instagram y TikTok" o "LinkedIn y YouTube"]
- **¿Qué tipo de contenido consumen?** [Ejemplo: "Tutoriales, motivación, casos de éxito"]
- **¿Cuál es su mayor frustración relacionada con lo que ofreces?** [Ejemplo: "Sienten que el branding profesional es muy caro e inalcanzable"]
- **¿Cuál es su mayor deseo/aspiración?** [Ejemplo: "Quieren lanzar su negocio y que se vea tan profesional como las grandes marcas"]

SECCIÓN 5: TU DIFERENCIAL Y PROPUESTA DE VALOR

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

Mi diferencial es: [**¿Qué te hace ÚNICO?** Ejemplo: "Soy diseñadora con 10 años de experiencia y ofrezco branding profesional a precio accesible en solo 4 semanas" o "Soy entrenador certificado que trabajó con atletas olímpicos y ahora ayudo a mamás ocupadas con rutinas de 15 minutos"]

¿Por qué alguien debería elegirte a TI y no a la competencia?: [Ejemplo: "Porque combino calidad profesional con precio accesible y rapidez. Además, mi proceso es 100% personalizado y colaborativo"]

¿Qué experiencia/credenciales/historia tienes que te da autoridad? [Ejemplo: "Tengo 10 años de experiencia, trabajé con más de 100 marcas, tengo certificación en X"]

Tu historia personal (opcional pero poderosa): [**¿Por qué haces esto?** Ejemplo: "Empecé mi negocio con \$0 y sé lo difícil que es al principio. Por eso quiero hacer el branding accesible para todos"]

SECCIÓN 6: TUS OBJETIVOS

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

¿Cuál es tu objetivo a corto plazo (3-6 meses)? [Ejemplo: "Conseguir mis primeros 10 clientes y validar mi oferta"]

¿Cuál es tu objetivo a mediano plazo (6-12 meses)? [Ejemplo: "Tener un ingreso mensual de \$2,000 USD y una comunidad de 5,000 seguidores"]

¿Qué necesitas saber AHORA para tomar decisiones? [Ejemplo: "Necesito saber si hay suficiente demanda", "Quiero saber cómo me diferencio de la competencia", "Necesito entender mejor a mi cliente ideal"]

EL PASO A SEGUIR

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

1. TENDENCIAS DE MERCADO:

- Investiga las tendencias actuales en mi industria/nicho
- Identifica si hay demanda creciente para lo que ofrezco
- Analiza comportamientos del consumidor en mi mercado
- Dame datos relevantes o estadísticas si es posible (puedes hacer búsquedas web)

2. ANÁLISIS DE COMPETENCIA:

- Identifica quiénes serían mis principales competidores (directos e indirectos)
- Analiza qué están haciendo bien y dónde están fallando
- Dame insights de cómo puedo diferenciarme
- Sugiere oportunidades que ellos no están aprovechando

3. DEFINICIÓN DE MI CLIENTE IDEAL (AVATAR):

- Ayúdame a crear un perfil detallado de mi cliente ideal
- Incluye: datos demográficos, psicográficos, motivaciones, frustraciones, deseos
- Dame insights sobre dónde encontrarlos online
- Sugiere qué tipo de contenido les atraería

EL PASO A SEGUIR

4. PROPUESTA DE VALOR CLARA:

- Ayúdame a clarificar mi propuesta de valor en una frase poderosa
- Dame 3 mensajes clave que debería comunicar a mi audiencia
- Sugiere cómo posicionarme en el mercado

5. PLAN DE ACCIÓN:

- Dame recomendaciones prácticas de qué hacer PRIMERO
- Sugiere canales de marketing ideales para mi negocio
- Dame ideas de contenido para conectar con mi cliente ideal

NOTA ADICIONAL: Si necesitas hacer búsquedas en internet para darme información más actualizada sobre tendencias o competencia, por favor hazlo. Quiero que este análisis sea lo más completo y útil posible.

FIN DEL PROMPT

INSTRUCCIONES FINALES

1. Llena **TODOS** los campos con la mayor cantidad de detalles posible
2. **Sé específico** - En vez de decir "jóvenes", di "jóvenes emprendedores de 25-35 años en Colombia"
3. **Sé honesto** - Si no sabes algo, di "No lo sé aún" en vez de dejarlo en blanco
4. Copia **TODO** el prompt incluyendo las secciones que llenaste
5. Pégalo en **Claude.ai o ChatGPT**
6. Espera el **análisis completo**
7. **Haz preguntas** de seguimiento si necesitas profundizar en algo

EJEMPLO DE PROMPT LLENADO:

Hola, necesito tu ayuda para hacer una investigación de mercado completa de mi idea de negocio. Voy a darte toda la información necesaria para que me ayudes con:

1. **Tendencias de mercado**
2. **Análisis de competencia**
3. **Definición de mi cliente ideal (avatar)**
4. **Propuesta de valor diferenciada**

SECCIÓN 1: INFORMACIÓN BÁSICA DE MI NEGOCIO

Mi nombre es: María González.

Mi idea de negocio es: Quiero crear una marca de joyería artesanal hecha con materiales reciclados y sostenibles, dirigida a mujeres conscientes del medio ambiente que buscan piezas únicas y con historia.

Tipo de producto/servicio: Producto físico - joyería artesanal (aretes, collares, pulseras).

Modelo de negocio: Venta directa por Instagram y TikTok, con tienda online en Shopify. También venta en mercados artesanales locales los fines de semana.

Ubicación geográfica donde operarás: Barranquilla, Colombia. Envíos a toda Colombia inicialmente, con planes de expandir a Latinoamérica.

Rango de precio estimado: \$50,000 - \$150,000 COP por pieza. Piezas premium hasta \$300,000 COP.

EJEMPLO DE PROMPT LLENADO:

SECCIÓN 2: CONTEXTO DE MERCADO Y TENDENCIAS

¿En qué industria/nicho estás?: Joyería artesanal sostenible + Moda consciente.

¿Sabes si tu industria está creciendo o en tendencia actualmente?: Sí, la moda sostenible está explotando. Cada vez más personas buscan marcas eco-friendly y éticas.

¿Hay temporadas altas/bajas para tu negocio?: Sí. Diciembre y febrero (San Valentín) son temporadas fuertes. También mayo (Día de la Madre) y agosto (regreso a clases/trabajo).

¿Tu mercado es B2C (vendes a personas) o B2B (vendes a empresas)?: B2C principalmente, pero tengo potencial B2B para regalos corporativos sostenibles.

SECCIÓN 6: TUS OBJETIVOS

¿Cuál es tu objetivo a corto plazo (3-6 meses)?: Lanzar mi marca oficialmente, conseguir mis primeros 50 clientes, y construir una comunidad de 2,000 seguidores en Instagram.

¿Cuál es tu objetivo a mediano plazo (6-12 meses)?: Generar \$3,000,000 COP/mes en ventas, tener 10,000 seguidores, y ser reconocida como una de las marcas de joyería sostenible top en la Costa Caribe.

EJEMPLO DE PROMPT LLENADO:

SECCIÓN 3: INFORMACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA (Si ya investigaste algo)

¿Conoces competidores directos?: Sí, conozco algunas marcas locales y otras en Latinoamérica.

Si los conoces, lista 3-5 competidores principales:

1. @joyeria.sostenible.co (Instagram).
2. @ecojoyas.medellin (Instagram).
3. Marca "Verde Joyería" (tienda en Bogotá).
4. @artemexicana (marca mexicana similar).

¿Qué hacen bien tus competidores?: Tienen buenos diseños, muestran el proceso, tienen testimonios de clientes, algunas tienen certificaciones de sostenibilidad.

¿Qué hacen MAL tus competidores (o qué oportunidad ves)?

- Son MUY caras (piezas desde \$300,000 COP).
- No son activas en TikTok (solo Instagram).
- Su contenido es muy "perfecto" y poco auténtico.
- No educan sobre sostenibilidad, solo venden.
- No cuentan historias personales, son marcas "frías".

EJEMPLO DE PROMPT LLENADO:

SECCIÓN 4: A QUIÉN QUIERES AYUDAR (Cliente Ideal)

Ayudo a: Mujeres de 25-40 años, conscientes del medio ambiente, que valoran la moda sostenible y quieren accesorios únicos que cuenten una historia.

Con el problema de: No encuentran joyería que sea bonita, de calidad, sostenible y a precio accesible. La joyería artesanal es muy cara, y la joyería comercial no es sostenible ni única.

Para lograr: Tener piezas únicas que complementen su estilo, que sean eco-friendly y que les permitan expresar sus valores sin gastar fortunas.

Datos demográficos de mi cliente ideal:

- **Edad:** 25-40 años.
- **Género:** Principalmente mujeres.
- **Nivel de ingresos:** Clase media-alta. Profesionales independientes o emprendedoras que ganan entre \$2,000,000 - \$6,000,000 COP/mes.
- **Ocupación:** Diseñadoras, emprendedoras digitales, profesionales del marketing, psicólogas, profesoras.
- **Ubicación:** Ciudades principales de Colombia (Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali).

EJEMPLO DE PROMPT LLENADO:

SECCIÓN 5: TU DIFERENCIAL Y PROPUESTA DE VALOR

Mi diferencial es: Soy diseñadora gráfica con 5 años de experiencia en branding y ahora aplico esa estética a joyería artesanal sostenible. Cada pieza tiene un diseño pensado, no es "artesanía típica". Además, documento todo el proceso en redes para mostrar transparencia.

¿Por qué alguien debería elegirte a TI y no a la competencia?: Porque combino diseño profesional + sostenibilidad + precio accesible + historia auténtica. No soy una marca corporativa; soy una emprendedora real que hace cada pieza con sus manos y comparte todo el proceso.

¿Qué experiencia/credenciales/historia tienes que te da autoridad?: Estudié Diseño Gráfico, trabajé en branding 5 años y siempre me apasionó la joyería. Aprendí técnicas artesanales con mi abuela. Llevo 1 año haciendo piezas para amigas y todas quieren más.

Tu historia personal (opcional pero poderosa): Crecí viendo a mi abuela hacer joyería artesanal, pero cuando empecé a investigar la industria de la moda, me di cuenta del impacto ambiental brutal. Decidí combinar mi amor por el diseño con la sostenibilidad y el legado de mi abuela. Cada pieza que hago tiene un pedacito de esa historia.

EJEMPLO DE PROMPT LLENADO:

SECCIÓN 6: TUS OBJETIVOS

Corto plazo (3–6 meses):

Lanzar oficialmente la marca, producir 20–30 piezas iniciales, lograr 50 clientas y construir comunidad: 2.000 seguidores en Instagram y 5.000 en TikTok publicando educación + proceso (“storytelling en video” y TikTok first).

Mediano plazo (6–12 meses):

Alcanzar \$3.000.000 COP/mes en ventas, superar 10.000 seguidores totales, posicionarme como marca referente de joyería sostenible accesible en la Costa Caribe, con colaboraciones y colección especial.

Qué necesito saber ahora para decidir:

- Validar demanda para joyería sostenible y accesible (\$50K–\$150K).
- Cómo diferenciarme (diseño profesional + transparencia + historia auténtica).
- Cuál es el contenido que más conecta en TikTok/IG para educar y vender.
- Qué canales priorizar y el orden de acciones para lanzar (pre-lanzamiento, contenido, descuentos de “founding members”, mercados artesanales).

RESPUESTA DE CLAUDE INVESTIGACIÓN DE MERCADO COMPLETA



JOYERÍA ARTESANAL SOSTENIBLE - MARÍA GONZÁLEZ

1. ANÁLISIS DE MERCADO Y TENDENCIAS 2025

1.1 Panorama General del Mercado Colombiano

Datos clave del sector:

- El mercado de joyería en Colombia creció significativamente en 2024 y se proyecta una CAGR del 4.90% para 2025-2034
- El sector de moda (donde se incluye joyería y accesorios) alcanzó \$33.3 billones COP en 2024, con crecimiento del 3.7%
- El gasto en moda y accesorios creció 2.19% en 2024, generando \$3.05 billones COP

Tu oportunidad: El mercado está en expansión constante, especialmente en el segmento artesanal y sostenible.

1.2 Tendencias Globales y Locales 2025

TENDENCIAS A TU FAVOR:

1. Joyería Artesanal y Sostenible - TENDENCIA #1 en 2025

- La sostenibilidad es prioridad para consumidores en 2025.
- 54% de consumidores colombianos consideran la sostenibilidad al comprar moda.
- La joyería artesanal está popularizándose por sus diseños únicos y significado cultural.
- Materiales reciclados y procesos responsables son el estándar esperado.
- Existe una brecha entre joyería sostenible cara (\$300K+) y consumidores conscientes.

2. Personalización y Piezas Únicas

- Las joyas personalizadas son más populares que nunca en 2025.
- Los consumidores buscan piezas con historia y valor emocional.
- El diseño personalizado genera conexión profunda con la marca.

3. Transparencia y Storytelling

- Los consumidores valoran marcas que muestran su proceso productivo.
- El "behind the scenes" genera confianza y autenticidad.
- Las historias personales conectan emocionalmente con el cliente.

4. E-commerce y Redes Sociales

- Instagram y TikTok son los canales principales para joyería artesanal.
- El comercio electrónico se consolidó como canal preferido.
- El 41% de consumidoras usaron plataformas digitales para moda en 2024 (vs 12% en 2023).

5. Precio Accesible como Ventaja Competitiva

- 67% de consumidores priorizan el ahorro económico.
- 57% buscan ofertas y promociones.
- Existe una brecha entre joyería sostenible cara (\$300K+) y consumidores conscientes.

1.3 Contexto Específico de Colombia

Problema de la industria:

- 65% de minas de oro en Colombia operan ilegalmente.
- La informalidad en la compra de oro/plata es masiva.
- Los consumidores buscan trazabilidad y origen ético.

Tu ventaja: Usar materiales reciclados te posiciona como alternativa ética sin los problemas de minería ilegal.

JOYERÍA ARTESANAL SOSTENIBLE - MARÍA GONZÁLEZ

Consumidor colombiano 2024-2025:

- Más consciente del impacto ambiental.
- Valora autenticidad y marcas con propósito.
- Busca relación calidad-precio-sostenibilidad.
- Prefiere apoyar emprendimientos locales y femeninos.

2. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

2.1 Marcas Colombianas de Joyería Sostenible

COMPETIDORES DIRECTOS IDENTIFICADOS:

A. Juliana Vergara Joyería (Medellín)

- Qué hacen bien: Usa plata reciclada + reforestación con O2 Reserve, diseño moderno y elegante.
- Precio: Premium (estimado \$200K-\$400K+ COP).
- Debilidad: Precio alto, menor presencia en TikTok.

B. Vivi Troya (Medellín)

- Qué hacen bien: Certificación Fairmined, trazabilidad total, diseños contemporáneos
- Precio: Premium/Lujo (\$300K+ COP)
- Debilidad: Precio inaccesible para segmento medio.

C. Filamental (@Filamental_col)

- Qué hacen bien: Innovación con PLA (bioplástico de maíz), producción bajo pedido, presencia en Colombiamoda
- Precio: Accesible (\$50K-\$150K COP estimado).
- Debilidad: Material específico (no metales), estética más moderna/tech.

D. ENIGMA Joyería (Medellín/Bogotá)

- **Qué hacen bien:** Presencia omnicanal (Instagram, TikTok, YouTube, tiendas físicas), artesanía tradicional.
- **Precio:** Medio-Alto.
- **Debilidad:** No enfocada específicamente en sostenibilidad.

E. Luisa Lopez Jewelry

- **Qué hacen bien:** Técnicas ancestrales, comercio justo, enfoque eco-friendly.
- **Precio:** Premium.
- **Debilidad:** Comunicación en inglés limita el alcance local.

2.2 Marcas que Mencionaste

@joyeria.sostenible.co y @ecojoyas.medellin: Tienen buen diseño pero precios altos (\$300K+) y contenido muy "perfecto" sin autenticidad.

Verde Joyería (Bogotá): Marca establecida pero con poca presencia digital activa.

@artemexicana (México): Competencia internacional, pero tu ventaja local (envíos rápidos, apoyo local) te diferencia.

2.3 MATRIZ COMPETITIVA

Marca	Diseño	Sostenibilidad	Precio	Storytelling	TikTok	OPORTUNIDAD
Juliana Vergara			Premium			Precio y TikTok
Vivi Troya			Lujo			Precio y cercanía
Filamental			Accesible			Materiales tradicionales
ENIGMA			Medio-Alto			Sostenibilidad
TÚ (María González)			Accesible			DIFERENCIACIÓN TOTAL

2.4 BRECHAS DE MERCADO (Tu Oportunidad de Oro)

Brecha #1: PRECIO ACCESIBLE + SOSTENIBILIDAD

- La joyería sostenible en Colombia cuesta \$300K-\$500K+.
- Tu rango de \$50K-\$150K es PERFECTO para clase media consciente.
- No existe competencia fuerte en este segmento.

Brecha #2: TikTok

- Tus competidores directos NO están activos en TikTok.
- Oportunidad de ser la primera marca de joyería sostenible viral en Colombia.

Brecha #3: STORYTELLING AUTÉNTICO

- Las marcas existentes son "frías" y corporativas.
- Tu historia con tu abuela + diseño + sostenibilidad es ÚNICA.

Brecha #4: EDUCACIÓN + VENTA

- Nadie está educando sobre sostenibilidad de forma entretenida.
- Oportunidad de posicionarte como referente educativo.

3. AVATAR DE CLIENTE IDEAL (DETALLADO)

3.1 Perfil Demográfico

Nombre del Avatar: "Camila Sostenible"

Datos básicos:

- **Edad:** 25-40 años (sweet spot: 28-35).
- **Género:** Mujer (95% de tu target).
- **Ubicación:** Bogotá (40%), Medellín (23%), Barranquilla (22%), Cali (15%).
- **Ingresos:** \$2M-\$6M COP/mes (clase media-alta).
 - Ocupación: Diseñadora gráfica/UX.
 - Emprendedora digital (coach, consultora, creadora de contenido).
 - Profesional de marketing/comunicaciones.
 - Psicóloga/trabajadora social.

- Profesora universitaria.
- Profesional independiente.
- **Estado civil:** Soltera (60%) o en relación sin hijos (30%), o madre moderna (10%)

3.2 Perfil Psicográfico (Lo MÁS Importante)

Valores:

- Sostenibilidad y conciencia ambiental (TOP PRIORITY).
- Autenticidad e individualidad.
- Apoyo a emprendimientos femeninos y locales.
- Consumo consciente y ético.
- Expresión personal a través de la moda.

Intereses:

- Moda sostenible y slow fashion.
- Arte, diseño y estética.
- Bienestar integral (yoga, meditación, alimentación consciente).
- Emprendimiento y desarrollo personal.
- Causas sociales y ambientales.

Comportamiento digital:

- Pasa 3-4 horas diarias en redes sociales.
- Instagram: Ver outfits, inspiración, comprar.
- TikTok: Entretenimiento, educación rápida, descubrir marcas.
- Pinterest: Guardar inspiración de estilo.
- Consume: behind the scenes, historias reales, educación sobre sostenibilidad.

Hábitos de compra:

- Investiga antes de comprar (lee reseñas, stalking en Instagram).
- Prefiere marcas con historia y propósito.
- Busca relación calidad-precio.

- Dispuesta a pagar más si la pieza tiene valor (historia + sostenibilidad)
- Compra 3-4 piezas de joyería al año (\$50K-\$150K c/u)

3.3 Puntos de Dolor (Problemas que Resuelves)

Frustración #1: "La joyería bonita y sostenible es carísima".

- **Solución:** Piezas de \$50K-\$150K con diseño profesional.

Frustración #2: "La joyería comercial es aburrida y no es eco-friendly"

- **Solución:** Diseños únicos con materiales reciclados

Frustración #3: "No sé si realmente es sostenible o es greenwashing"

- **Solución:** Transparencia total en proceso + historia auténtica

Frustración #4: "Todas tienen las mismas joyas de Zara/Forever21"

- **Solución:** Piezas únicas hechas a mano, no producción masiva

Frustración #5: "No encuentro joyería que cuente una historia".

- **Solución:** Cada pieza con historia de tu abuela + sostenibilidad.

3.4 Deseos y Aspiraciones

Deseo #1: Verse única y elegante sin verse "igual a todas".

Deseo #2: Que su consumo refleje sus valores (sostenibilidad, ética).

Deseo #3: Apoyar emprendedoras y causas que le importan.

Deseo #4: Encontrar piezas de calidad a precio justo.

Deseo #5: Sentirse parte de una comunidad con valores compartidos.

3.5 Un Día en la Vida de "Camila"

7:00 AM: Se despierta, revisa Instagram en la cama (15 min)

8:00-9:00 AM: Se arregla para el día, elige outfit + joyería que complementa su estilo

9:00 AM-6:00 PM: Trabaja (freelance desde casa o va a oficina creativa)

12:00 PM: Almuerza viendo TikTok (30 min) - descubre marcas nuevas

6:00 PM: Yoga o gym (o camina con amigas)

8:00 PM: Cena con pareja/amigas/familia, comparte en Stories de Instagram.

9:00-11:00 PM: Scroll en Instagram y TikTok, guarda posts inspiradores en Pinterest.

Fin de semana: Brunch, mercados artesanales, eventos culturales, cine.

Momentos de compra: Cuando está relajada en casa (noche/fin de semana), después de ver contenido inspirador.

4. PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA

4.1 Tu Propuesta de Valor Única (UVP)

"Joyería artesanal con alma: diseño profesional, sostenibilidad real y precio justo. Cada pieza cuenta la historia de mi abuela y tu compromiso con el planeta."

4.2 ¿Por Qué Elegirte a TI? (Argumentos de Venta)

DISEÑO PROFESIONAL (Tu diferenciador clave).

- No es "artesanía típica", es DISEÑO pensado.
- 5 años de experiencia en branding aplicados a joyería.
- Estética contemporánea que funciona con cualquier outfit.

SOSTENIBILIDAD REAL, NO GREENWASHING

- Materiales reciclados y sostenibles.
- Transparencia total: muestras TODO el proceso.
- Sin minería ilegal, sin impacto negativo.

PRECIO ACCESIBLE (\$50K-\$150K)

- 50-70% más barato que competencia sostenible.
- Calidad premium sin el markup de marcas grandes.

HISTORIA AUTÉNTICA

- Legado de tu abuela (conexión emocional).

- Cada pieza hecha con tus manos.

COMUNIDAD Y CONEXIÓN

- No solo vendes, educas sobre sostenibilidad.
- Contenido auténtico y cercano.
- Respuesta rápida, trato personalizado.

4.3 Tu Promesa de Marca

Promesa funcional: Joyería única, bien diseñada, sostenible y a precio justo.

Promesa emocional: Te hace sentir especial, auténtica y alineada con tus valores sin sacrificar estilo ni presupuesto.

Promesa social: Al comprar, apoyas emprendimiento femenino, sostenibilidad real y preservas tradición artesanal.

4.4 Diferenciadores vs. Competencia

Factor	Competencia Premium	Competencia Fast Fashion	TÚ (María González)
Precio	\$300K-\$500K	\$20K-\$40K	\$50K-\$150K
Sostenibilidad	Sí	No	Sí
Diseño	Alto nivel	Genérico	Profesional
Historia	Corporativo	Sin alma	Auténtica
TikTok	No activos	Poco	Estrategia fuerte
Transparencia	Poca	Nula	Total
Accesibilidad	Solo élite	Masivo	Clase media

5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

5.1 Posicionamiento de Marca

Statement de posicionamiento:

"Para mujeres conscientes de 25-40 años que quieren joyería única y sostenible sin pagar precios de lujo, [Tu Marca] es la marca de joyería artesanal que combina diseño profesional, materiales reciclados y precio accesible, porque cada pieza está hecha a mano con técnicas heredadas y transparencia total, no somos una marca corporativa fría."

5.2 Pilares de Comunicación

Pilar #1: SOSTENIBILIDAD ACCESIBLE

- **Mensaje:** "Sostenibilidad no tiene que ser cara".
- **Contenido:** Educación sobre impacto ambiental, proceso de reciclaje.

Pilar #2: DISEÑO CON PROPÓSITO

- **Mensaje:** "Belleza con conciencia"
- **Contenido:** Behind the scenes del proceso de diseño, inspiración.

Pilar #3: HISTORIA Y AUTENTICIDAD

- **Mensaje:** "Tradición reinventada"
- **Contenido:** Historia de tu abuela, tu aprendizaje, momentos personales

Pilar #4: COMUNIDAD

- **Mensaje:** "Somos un movimiento, no solo una marca"
- **Contenido:** Testimonios, historias de clientas, valores compartidos

6. PLAN DE ACCIÓN RECOMENDADO (OBJETIVOS)

FASE 1: PRE-LANZAMIENTO (Mes 1-2)

Objetivos:

- Crear identidad de marca completa
- Producir 20-30 piezas iniciales
- Crear contenido para 2 meses

Acciones:

1. Lanza con descuento especial para "founding members".
2. Publica 2-3 veces/día en TikTok.
3. 1 post + 3 stories diarias en Instagram.
4. Vende en mercado artesanal 1 fin de semana.
5. Pide feedback y testimonios en video.

FASE 3: CRECIMIENTO (Mes 4-6)

Objetivos:

- 50 clientes totales.
- 2,000 seguidores en Instagram.
- 5,000 seguidores en TikTok.

Acciones:

1. Colaboraciones con micro-influencers (5K-50K seguidores).
2. Contenido viral en TikTok (trends + educación).
3. Email marketing a base de clientes.
4. Participación en 2-3 mercados artesanales/mes.
5. Lanzamiento de colección especial.

FASE 4: CONSOLIDACIÓN (Mes 7-12)

Objetivos:

- \$3M COP/mes en ventas.
- 10,000 seguidores totales.
- Reconocimiento como top marca en Costa Caribe.

Acciones:

1. Colaboraciones con marcas complementarias.
2. Programa de embajadoras de marca.
3. Expansión a otras ciudades (pop-ups).
4. Lanzamiento de piezas premium (\$200K-\$300K).
5. Prensa local y nacional.

7. ANÁLISIS FINANCIERO PROYECTADO

Escenario Conservador (12 meses)

Mes 1-3: 5-8 ventas/mes × \$100K promedio = \$500K-\$800K/mes.

Mes 4-6: 15-20 ventas/mes × \$100K promedio = \$1.5M-\$2M/mes.

Mes 7-12: 25-35 ventas/mes × \$100K promedio = \$2.5M-\$3.5M/mes.

Proyección año 1: \$18M-\$25M COP en ventas

Cálculo de Margen

Costos estimados por pieza:

- Materiales reciclados: \$15K-\$25K
- Tiempo de producción (tu trabajo): \$10K-\$20K
- Embalaje eco-friendly: \$3K-\$5K
- Marketing/comisiones: \$5K-\$10K

Costo total: \$33K-\$60K por pieza

Precio de venta: \$50K-\$150K

Margen: 30%-60% (muy saludable para artesanal)

8. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS FINALES

HACES MUY BIEN:

1. Tu experiencia en diseño gráfico es un DIFERENCIADOR BRUTAL
2. Historia familiar auténtica genera conexión emocional
3. Precios accesibles en segmento sostenible = oportunidad clara
4. Identificaste la brecha de TikTok antes que competencia

PRIORIDADES ABSOLUTAS:

1. **STORYTELLING EN VIDEO:** Tu historia + proceso = contenido viral
2. **TIKTOK FIRST:** Publica 2-3 veces/día, aprovecha que no hay competencia
3. **EDUCAR + VENDER:** Haz contenido sobre el impacto ambiental de la joyería.
4. **COMUNIDAD:** No vendas piezas, crea un movimiento de moda consciente

RIESGOS A MITIGAR:

- 1. Producción limitada: Como haces todo a mano, podrías saturarte**
 - **Solución:** Empieza con piezas bajo pedido, considera capacitación a ayudante.

- 2. Precio bajo = percepción baja: Cuidado con parecer "barata"**
 - **Solución:** Fotografía profesional, packaging premium, comunicar valor.

- 3. Competencia bajará precios: Al ver tu éxito, otras copiarán**
 - **Solución:** Tu diferenciador es historia + diseño, difícil de copiar.

MÉTRICAS CLAVE A SEGUIR:

- Tasa de conversión Instagram → Ventas (meta: 2-3%).
- Costo de adquisición de cliente (meta: < \$30K).
- Lifetime Value de cliente (meta: 2-3 compras/año).
- Engagement rate en redes (meta: >5%).
- Tasa de repetición de compra (meta: >30%).

PARTE 2

ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA



VALIDA TU PRODUCTO/SERVICIO

Recomendación importante:

Asegúrate de hacer toda tu investigación y desarrollo de marca en un mismo chat dentro de la IA. De esta manera, la herramienta ya tendrá recopilada toda la información sobre tu negocio (cliente ideal, propuesta de valor, competencia, objetivos, etc.), lo que hará que el análisis de validación de tu producto sea mucho más preciso, coherente y estratégico.

Prompt:

Herramienta: Abre Claude o ChatGPT y escribe:

Analiza la demanda real de mi producto: si existe una necesidad activa, si el cliente realmente lo está buscando y si el mercado está creciendo o no, usando datos y tendencias actuales. Evalúa también la oferta: nivel de competencia, saturación y qué tan diferenciada es mi propuesta.

Determina de forma honesta si tiene potencial comercial y rentabilidad, incluyendo un escenario conservador y uno optimista. Si es viable, explica cómo diferenciarlo y posicionarlo mejor; si no, qué ajustes hacer o cómo pivotar.

Finaliza con un veredicto claro: lanzar, ajustar o replantear, basado en lógica de mercado y comportamiento del consumidor.