



Recuerda que puedes recibir una mentoría 1:1 con nosotros **sin ningún costo** para ayudarte a sacarle el máximo provecho a este recurso.

Conoce cómo obtener tu mentoría aquí:

<https://www.ecosistemahux.com/jota/mentoría-gratis>

FORMATO PARA REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO INTEGRAL

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Propósito: Establecer claramente qué información necesitas obtener y para qué la usarás. Esto te ayudará a enfocar tu investigación.

Preguntas Clave a Responder:

[] **¿Cuál es el problema o la decisión principal que este estudio busca resolver?** (Ej: "Decidir si lanzar un nuevo servicio de IA para pymes", "Entender la percepción de mi marca vs. la competencia", "Identificar oportunidades en un nuevo segmento de mercado").

[] **¿Qué información específica necesitamos recopilar?** (Ej: tamaño del mercado, hábitos de consumo, precios de la competencia, preferencias de producto, canales de distribución, perfil del cliente ideal).

[] **¿Qué acciones concretas tomaremos en base a los resultados de este estudio?**

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Propósito: Delinear cómo recopilarás la información, combinando fuentes primarias y secundarias.

- Investigación Secundaria (Desk Research)

[] **Fuentes a Consultar:** [Ej: Informes de la industria, estudios de mercado existentes (Statista, eMarketer), artículos académicos, estadísticas gubernamentales, publicaciones de asociaciones sectoriales, blogs de expertos, artículos de prensa, informes financieros de competidores públicos.]

[] **Datos a Buscar:** [Ej: Tamaño del mercado actual y proyectado, tasas de crecimiento, tendencias emergentes, datos demográficos macro, regulaciones, análisis económicos sectoriales.]



- Investigación Primaria (Campo)

[] **Métodos a Utilizar:** [Ej: Encuestas online (Google Forms, Typeform), entrevistas a profundidad (con clientes potenciales, expertos), grupos focales, observación participante, pruebas de concepto/MVP.]

[] **Público Objetivo para la Investigación Primaria:** [Ej: X número de dueños de pymes, Y número de consumidores finales de Z edad, Z número de expertos en tecnología.]

[] **Herramientas a Utilizar:** [Ej: Plataformas de encuestas (SurveyMonkey, Typeform), software de videoconferencia para entrevistas (Zoom, Google Meet), herramientas de análisis de redes sociales para escuchar conversaciones.]

RECOPIACIÓN DE DATOS (PREPARACIÓN Y EJECUCIÓN)

Propósito: Asegurar que los instrumentos de investigación estén listos y que el proceso de recolección sea eficiente.

-Diseño de Instrumentos

[] **Para Encuestas:** [Diseño de preguntas claras, concisas, sin sesgos; definición de escalas de respuesta; lógica de ramificación.]

[] **Para Entrevistas/Grupos Focales:** [Elaboración de una guía de preguntas semi-estructurada; preparación de casos de uso/estímulos visuales.]

- Proceso de Recopilación

[] **Logística:** [Definición de plazos de recopilación, gestión de invitaciones (emails, redes sociales), planificación de sesiones (entrevistas, grupos focales).]

[] **Garantía de Calidad:** [Establecimiento de medidas para asegurar la calidad y validez de los datos (ej: evitar duplicados, anonimato, transparencia).]

ANÁLISIS DE DATOS

Propósito: Procesar la información recopilada para identificar patrones, tendencias y insights significativos.

- Análisis Cuantitativo

[] **Herramientas:** [Ej: Google Sheets, Microsoft Excel, SPSS, R, Python.]



[] **Tipos de Análisis:** [Ej: Frecuencias, promedios, desviaciones, correlaciones, segmentación de clientes, análisis de regresión (si aplica).]

- Análisis Cualitativo

[] **Herramientas:** [Ej: Atlas.ti, NVivo (para codificación de transcripciones), o análisis manual de temas recurrentes.]

[] **Tipos de Análisis:** [Ej: Identificación de temas emergentes, sentimientos, motivaciones subyacentes, citas clave de entrevistas.]

- Benchmarking de la Competencia

[] **Criterios de Análisis:** [Ej: Precios, características de productos/servicios, estrategias de marketing, propuesta de valor, canales de distribución, fortaleza de marca, debilidades identificadas.]

CONCLUSIONES Y HALLAZGOS CLAVE

Propósito: Resumir los descubrimientos más importantes del estudio de manera clara y concisa.

- Hallazgos Clave:

[] **Tamaño y Tendencias del Mercado:** [Ej: El mercado de soluciones de IA para marketing crecerá un X% anual en los próximos 5 años.]

[] **Perfil Detallado del Cliente Ideal:** [Ej: El 70% de nuestro público objetivo busca soluciones 'listas para usar' y valora el soporte técnico.]

[] **Análisis de la Competencia:** [Ej: La competencia A tiene un precio más bajo, pero la nuestra se diferencia en la personalización y el servicio post-venta.]

[] **Oportunidades Identificadas:** [Ej: Existe una demanda insatisfecha por soluciones de automatización de contenidos con IA para nichos específicos.]

[] **Barreras o Riesgos:** [Ej: La principal barrera de adopción es la percepción de complejidad de la IA.]

RECOMENDACIONES ACCIONABLES

Propósito: Traducir los hallazgos en pasos concretos que tu proyecto digital puede tomar para alcanzar sus objetivos.



- Recomendaciones Específicas:

[] Producto/Servicio: [Ej: Desarrollar una versión freemium del software para reducir la barrera de entrada; añadir una funcionalidad de 'Generación de ideas con IA'.]

[] Marketing: [Ej: Enfocar los mensajes publicitarios en la facilidad de uso y el ahorro de tiempo; invertir en marketing de contenidos educativos sobre IA.]

[] Ventas: [Ej: Capacitar al equipo de ventas para manejar objeciones relacionadas con la complejidad de la IA; ofrecer demos personalizadas.]

[] Precio: [Ej: Considerar un modelo de precios por niveles que se adapte a diferentes tamaños de negocio.]

[] Estrategia General: [Ej: Explorar alianzas estratégicas con empresas de software complementarias.]

PRESENTACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Propósito: Comunicar los resultados del estudio a las partes interesadas y archivarlos para referencia futura.

- Elementos de la Presentación:

[] Resumen Ejecutivo: [Visión general de los hallazgos y recomendaciones clave.]

[] Contexto y Metodología: [Cómo se realizó el estudio.]

[] Resultados Detallados: [Gráficos, tablas, citas.]

[] Conclusiones y Recomendaciones: [Pasos a seguir.]

- Almacenamiento y Accesibilidad:

[] ¿Dónde se almacenará el informe final para que sea accesible al equipo?

[] ¿Se ha planificado una sesión para discutir los resultados y las acciones a tomar con los equipos relevantes?