



¿POR QUÉ QUIEBRAN LOS EMPRENDEDORES?

**PREGUNTAS CLAVES DE INVESTIGACION
QUE DEBES HACER ANTES DE INICIAR TU NEGOCIO**

**¡NO INVIERTAS NI UN SOLO DÓLAR EN SU IDEA DE NEGOCIO...
SIN ANTES CONTESTAR ESTAS PREGUNTAS!**

¿POR QUÉ QUIEBRAN LOS EMPRENDEDORES?

PREGUNTAS DE INVESTIGACION CLAVES

QUE DEBES HACER ANTES DE INICIAR TU NEGOCIO

¡NO INVIERTAS NI UN SOLO DÓLAR EN SU IDEA DE NEGOCIO...

SIN ANTES CONTESTAR ESTAS PREGUNTAS!

La emoción, alegría y fe en sus ideas de negocio hacen que los emprendedores se vuelvan ciegos ante la realidad de la vida de los negocios, la cual es: "PRIMERO EL MERCADO"

Muchos de ellos no se dan cuenta de esta sencilla verdad que les puede causar el cierre definitivo de sus negocios inclusive antes de crear la empresa.

Veamos algunas frases de gurús o sabios del marketing:

Kiyosaki decía en varios de sus libros que: "el negocio debe crearse antes de tener el negocio".

Un producto de calidad *regular* vendido a un mercado caliente SIEMPRE tendrá mejores resultados que un excelente producto que se venda un mercado "tibio"- Álvaro Mendoza (gurú de negocios en Internet).

"No conozco cual es la clave del éxito. Pero si se que la llave del fracaso es intentar complacer a todo el mundo". Bill Cosby, cómico estadounidense.

"El marketing no es el arte de vender lo que uno produce, sino de saber qué producir". Philip Kotler

Y algunas otras frases anónimas de los negocios:

"Si cuando hablas nadie se molesta, eso es que no has dicho absolutamente nada".

"No dispaes al mundo, apunta al pato".

"Los perdedores son aquellos que venden lo que saben hacer, los ganadores hacen lo que saben que pueden vender".

Como ves todas las frases apuntan al mercado y estamos totalmente de acuerdo con ellas, pero nosotros lo escribimos de una forma más resumida: "PRIMERO EL MERCADO"

Esta frase no se te debe olvidar nunca si quieres ser un empresario exitoso, “PRIMERO EL MERCADO”.

¿Pero por qué “PRIMERO EL MERCADO”?

Sencillo, ¿de qué te sirve tener el mejor producto del mundo si no hay nadie que te lo vaya a comprar? Entonces lo primero que debes tener en cuenta es a quién vas a venderle tu producto o servicio, y modificarlo hasta el punto de tener el producto o servicio exacto el cual esa persona necesita, de esta forma lograrás venderlo sin dificultad, sin grandes inversiones, ni costosas campañas en publicidad y mercadeo dirigidas a todo el mundo. “PRIMERO EL MERCADO”.

¡ALTO! Antes de seguir: ¿QUÉ ES “EL MERCADO”?

Hay que conocer de qué estamos hablando antes de poder seguir adelante. Hay muchas definiciones de mercado en el diccionario, en internet, etc. Nosotros lo definimos así:

- ***Lugar donde están los clientes que comprarán mi producto o servicio.***

Simple y al centro de la diana. Es ese lugar el cual debemos definir demasiado bien, casi perfectamente. Teniéndolo bien definido nuestro éxito como empresarios estará asegurado.

¿Cómo hacerlo?

Bueno este es un paso que muchos empresarios pasan por alto y desechan afirmando que:

“*Yo conozco el negocio*”. Esta es una frase muy común entre emprendedores que llevan años trabajando para una empresa y luego se independizan para formar su propia empresa, dejando de lado algo muy importante: “PRIMERO EL MERCADO”.

Ellos no entienden que la empresa para la que trabajaron ya llevaba tiempo creando marca, creando una base de clientes, y luchando contra otras empresas para posicionarse en el mercado. Todo eso tiene un costo bastante alto (tanto en tiempo como en dinero). Entonces estos nuevos empresarios necesitan conocer el mercado para atacar los puntos débiles de su nueva competencia y sacar una ventaja que los ayude a sobresalir en el mercado.

Para ello hay una simple respuesta: “Debes hacer una investigación de mercado”

Pero si eres como la mayoría de emprendedores... **¡no lo sabes hacer!**

No te preocupes, hay empresas dedicadas a esta tediosa y compleja labor. Las hay pequeñas, medianas y grandes; las puedes contratar por precios que rondan los US\$1500 a US\$5000 las pequeñas y medianas. Las grandes no, porque cobran tres veces esos valores con técnicas más complejas pero no son necesarias para empresas nacientes.

Si tienes el presupuesto es bueno que aproveches la experiencia de estas empresas ya que te puede ser muy benéfico. (Si no tienes el presupuesto has [clic aquí](#))

Pero bueno hay que empezar por algo. Y antes de contratar cualquier servicio de las empresas de investigación de mercados o si haces tú mismo la investigación, lo primero que debes hacer es responder estas preguntas:

PREGUNTAS DE INVESTIGACION CLAVES

QUE DEBES HACER ANTES DE INICIAR TU NEGOCIO

¿Qué investigación vas a realizar?

Definir si es cualitativa o cuantitativa.

¿Cuál es el problema que vas a resolver?

Define qué pregunta sobre tu idea de negocio quieres responder con la investigación.

Ejemplo: Quiero averiguar si las chaquetas de cuero verde se venden bien entre los jóvenes.

¿Qué buscas con la información (objetivos)?

Definir los objetivos de la investigación (generales y si puedes específicos). Por ejemplo:

- GRAL: Saber si las chaquetas de cuero verde se venden bien entre los jóvenes.
- ESP: Saber si los jóvenes entre 15-18 años compran chaquetas de cuero

¿Qué información requieres?

Que información necesitas saber para tener idea del mercado.

Como por ejemplo: Lugares de compra de los jóvenes de 15-18 años, cantidad de compra, capacidad de compra, tiempo de recompra, etc.

¿Qué vas a hacer con la información, una vez obtenida?

¿La vas a usar para hacer tus campañas de mercadeo? ¿Para ubicar tu negocio o tu grupo de ventas? ¿Para asegurar proveedores más cercanos? Debes definir el uso que le vas a dar a la información.

¿En cuánto tiempo vas a reunir la información?

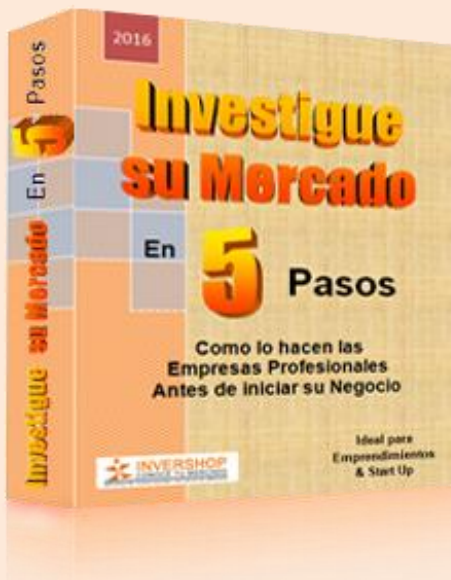
¿Vas a hacer reunir la información en quince días, un mes, dos meses? Entre más tiempo te lleve más demoras tu proyecto pero aseguras información a menor costo. Entre más rápido lo hagas más costoso es el trabajo de campo porque debes contratar más personal de campo para que te ayuden. En el caso que contrates una empresa ellos te cobrarán por el tiempo y personal invertido, entre menor el tiempo más costoso.

¿Quiénes van a estar a cargo de la investigación y con cuántas personas cuentas para realizarla?

Define el líder de la investigación, por lo general es el mismo emprendedor, pero lo ideal es que la persona de ventas y marketing del grupo emprendedor sea la que esté al frente de la investigación porque es la que realmente va a estar al frente del campo de batalla de las ventas y necesita saber a quién venderle y dónde conseguir a ese alguien. Si solo eres tú, lo ideal es que tan pronto puedas pases ese conocimiento a la persona que vas a contratar en ventas, porque tus tareas diarias de administración poco tiempo te dejarán para estar pendiente del tema, a menos que contrates un administrador y tú te encargues de las ventas.

También es importante definir con cuántas personas vas a realizar la investigación si la vas a hacer tu mismo (con una empresa contratada no hay lio en saber cuántas personas) porque todo se traduce en costos. El costo de los encuestadores varía de un país a otro y de una región a otra, pero puede costar aproximadamente entre US\$10 y US\$25 el día si son estudiantes de universidad. Hay que sumar el costo de las fotocopias de las encuestas (si es en papel).

Para aquellos que desean realizar una investigación de mercado ellos mismos, esta guía le será de utilidad:



Es una guía rápida y completa que te ayudará a entender y conocer tu mercado antes de invertir un solo dólar en la creación de tu empresa.

Esta guía te ayudará a conocer cuál es el cliente que comprará tu producto o servicio, dónde lo compra, por qué lo compra, cuántas veces lo compra y cuánto estaría dispuesto a pagar por tu producto o servicio.

No te arriesgues a perder tus ahorros, sin antes poner en práctica todos los pasos de esta guía. [Da Clic aquí](#)