



Plantilla de Investigación de Mercado

Esta hoja de trabajo le ayudará a identificar su mercado objetivo y sus competidores directos e indirectos.

I. Definir su mercado objetivo.

Es importante analizar su investigación sobre su mercado objetivo. Utilizar el siguiente espacio para describir las características de su mercado objetivo.

Características de los clientes	Notas sobre cada característica
Edad:	
Ubicación:	
Género:	
Estado Civil:	
Otro:	

II. Estimar el tamaño de su mercado objetivo:

¿Usando su investigación de mercado, cuántos clientes están en el área objetivo?

Competidores Indirectos

Nombre de Competidor	Fortalezas	Debilidades

IV. Resultados de la Investigación de Mercado:

Aquí es donde debe documentar los resultados de su investigación. Responda estas preguntas y divídalas en 2 secciones:

1. ¿Cuáles fueron los resultados?

2. ¿Cuál es el impacto de los resultados?

V. Recomendaciones:

Según la información que recolectó, ¿qué recomienda hacer y qué no?