

QGIS CLOUD PLATFORM

Programa de Investigación de Mercado

Encuestas · Guías de Conversación · Estructura de Pre-lanzamiento

Documento Público — WindowsTelecom C.A. · 2025

Sobre este Programa de Investigación

Antes de invertir en el desarrollo completo de QGIS Cloud Platform, WindowsTelecom C.A. lleva a cabo un proceso riguroso de investigación de mercado para entender las necesidades reales de los profesionales y organizaciones que serían sus usuarios. Este documento recoge los instrumentos de investigación utilizados en ese proceso.

El programa de investigación tiene tres objetivos concretos:

- Medir el interés real y la disposición de pago de distintos perfiles de usuario antes de comprometer recursos en el desarrollo
- Identificar los casos de uso de mayor valor en los primeros 2–3 nichos de mercado más prometedores
- Recoger feedback cualitativo profundo que permita priorizar el catálogo de funciones del producto

Este proceso de investigación es parte de la metodología de desarrollo de WindowsTelecom C.A.: construir con evidencia, no con suposiciones. Cada decisión de producto está respaldada por conversaciones reales con usuarios reales.

Sección 1 — Encuestas Estructuradas

Las encuestas están diseñadas para capturar datos cuantificables de una audiencia amplia. Existen tres versiones adaptadas a perfiles de usuario distintos. Cada versión puede distribuirse directamente a través de Google Forms o Typeform.

Encuesta A — Profesionales sin Background GIS

Perfil objetivo: urbanistas, ambientalistas, profesionales de salud pública, coordinadores logísticos, técnicos agropecuarios y otros profesionales que necesitan datos espaciales, pero no tienen formación en GIS.

Canales de distribución recomendados: LinkedIn (grupos sectoriales), asociaciones gremiales, eventos de urbanismo y medio ambiente.

Texto de introducción para el formulario: «Estamos investigando cómo los profesionales trabajan con datos geográficos. Tus respuestas (anónimas) nos ayudarán a construir una herramienta que resuelva problemas reales. Son 10 preguntas, menos de 7 minutos. Gracias.»

Bloque 1 — Perfil y contexto

P1. ¿Cuál es tu sector de trabajo principal?

- Urbanismo / Planificación territorial
- Medio ambiente / Recursos naturales
- Salud pública / Epidemiología
- Logística / Transporte / Movilidad
- Agroindustria / Agricultura
- Gestión de riesgos / Emergencias
- Sector inmobiliario / Catastro
- Consultoría / Ingeniería
- Gobierno / Administración pública
- Otro: _____

P2. ¿Con qué frecuencia necesitas analizar datos con componente geográfica (ubicaciones, zonas, rutas, mapas)?

- Varias veces a la semana
- Una o dos veces a la semana
- Varias veces al mes
- Raramente (menos de 1 vez al mes)
- Nunca lo necesito

P3. Cuando necesitas crear un mapa o hacer un análisis espacial, ¿qué haces hoy?

- Lo hago yo mismo con herramientas como QGIS, ArcGIS o Google Maps
- Contrato un consultor o especialista GIS externo
- Lo delego a alguien del equipo con ese conocimiento
- Uso Google My Maps u otras herramientas simples
- Lo evito o busco datos ya procesados por otra vía
- Otro: _____

Bloque 2 — Experiencia actual y dolor

P4. Del 1 al 5, ¿qué tan difícil o costoso resulta obtener análisis geoespaciales cuando los necesitas? (1 = muy fácil y barato, 5 = muy difícil y costoso)

- 1 — Muy fácil y barato, no tengo ningún problema
- 2
- 3 — A veces es un obstáculo
- 4
- 5 — Es un impedimento constante en mi trabajo

P5. ¿Cuánto tiempo sueles esperar para tener listo un análisis geoespacial desde que lo solicitas o comienzas a hacerlo?

- Menos de 1 hora
- Medio día
- 1 a 3 días
- 1 a 2 semanas
- Más de 2 semanas

P6. ¿Cuál de estos problemas has experimentado? (Puedes marcar más de uno)

- Tuve que esperar demasiado tiempo para recibir el análisis
- El costo del especialista GIS fue demasiado alto para el proyecto
- No pude hacer el análisis porque nadie en mi equipo sabe GIS
- El resultado no era exactamente lo que necesitaba
- Las herramientas disponibles eran demasiado complejas
- Nunca he tenido estos problemas

Bloque 3 — Evaluación de la solución propuesta

P7. Imagina una plataforma web donde entras, subes tus datos, eliges 'Analizar zonas de riesgo' o 'Generar área de influencia de 500 metros', y en 2 minutos descargas el mapa y los datos listos. Sin instalar nada, sin saber GIS. Del 1 al 5, ¿qué tan útil sería para ti? (1 = nada útil, 5 = extremadamente útil)

- 1 — No lo necesito
- 2
- 3 — Podría servirme en algunos casos
- 4
- 5 — Resolvería un problema real y frecuente para mí

P8. ¿Cuál de estos análisis harías con más frecuencia si tuvieras acceso fácil? (Elige hasta 3)

- Zonas de influencia alrededor de un punto o zona (ej: área de 500m alrededor de un hospital)
- Identificar zonas de riesgo territorial (inundación, deslizamiento, incendio)
- Cortar un mapa a mi área de estudio específica
- Estadísticas por zona administrativa (densidad, promedios, conteos)
- Rutas o tiempos de acceso entre puntos
- Preparar un mapa profesional para impresión o presentación
- Analizar imágenes satelitales (vegetación, cambio de uso del suelo)
- Ninguno de los anteriores

Bloque 4 — Intención

P9. Si esta plataforma existiera hoy y resolviera lo que describes, ¿cuánto estarías dispuesto a pagar mensualmente?

- Nada — solo si es completamente gratuito
- Entre USD 10 y 20 al mes
- Entre USD 20 y 50 al mes
- Entre USD 50 y 100 al mes

- Más de USD 100 al mes
- Dependería del uso (prefiero pagar por análisis puntual)

P10. (Pregunta abierta) ¿Qué tarea concreta relacionada con mapas o datos geográficos consume más tiempo o dinero en tu trabajo actual?

[Campo de texto libre]

Pregunta de cierre para segmentación: ¿Te gustaría probar una versión beta gratuita cuando esté disponible? Si es así, puedes dejar tu email aquí:

Encuesta B — Consultores GIS / Freelancers

Perfil objetivo: consultores GIS independientes, analistas espaciales, técnicos GIS en empresa, contribuidores de comunidades QGIS.

Canales de distribución recomendados: grupos de LinkedIn y Facebook de QGIS, comunidades OSGeo, grupos de Telegram GIS en LATAM.

Texto de introducción para el formulario: «Esta encuesta es para consultores y profesionales GIS. Estamos construyendo una plataforma que ejecuta QGIS en la nube como servicio web. Queremos saber si esto cambiaría tu forma de trabajar. Son 10 preguntas, menos de 8 minutos. Respuestas anónimas.»

Bloque 1 — Perfil profesional

P1. ¿Cómo describes mejor tu relación con QGIS?

- Usuario avanzado/experto — uso QGIS diariamente y conozco PyQGIS o automatización
- Usuario intermedio — uso QGIS regularmente pero no programo en él
- Usuario básico — lo uso esporádicamente para tareas simples
- No uso QGIS, uso ArcGIS u otro software GIS

P2. ¿Cuántos proyectos GIS llevas aproximadamente por mes?

- Menos de 2
- 2 a 5
- 6 a 10
- Más de 10

P3. ¿Cuánto tiempo dedicas a trabajo GIS por semana en promedio?

- Menos de 5 horas
- 5 a 15 horas
- 15 a 30 horas
- Más de 30 horas

Bloque 2 — Flujo de trabajo y fricciones

P4. ¿Qué parte de tu flujo de trabajo GIS consume más tiempo de forma innecesaria?

- Configurar el entorno QGIS para cada proyecto nuevo
- Repetir manualmente los mismos análisis para distintos clientes

- Generar los entregables finales en el formato que pide el cliente
- Explicar o capacitar al cliente sobre los resultados
- Ninguna — mi flujo actual es eficiente

P5. ¿Con qué frecuencia realizas análisis repetitivos que podrías automatizar si tuvieras la herramienta adecuada?

- Casi siempre — muchos de mis proyectos repiten los mismos pasos
- Con frecuencia
- A veces
- Casi nunca — cada proyecto es muy diferente

P6. Del 1 al 5, ¿qué tan cómodo te sientes con la automatización de procesos (scripts, Python, PyQGIS)?
(1 = no sé programar, 5 = es mi especialidad)

- 1 — No sé programar
- 2
- 3 — Sé lo básico
- 4
- 5 — Es mi especialidad

Bloque 3 — Valor percibido de la plataforma

P7. Si existiera una plataforma donde tus scripts QGIS más usados estuvieran disponibles como botones en una web, y pudieras usarlos sin tener QGIS instalado, ¿cómo la usarías?

- Como herramienta principal para ejecutar proyectos más rápido
- Para delegar análisis rutinarios a clientes sin conocimiento GIS
- Para ofrecer a mis clientes acceso directo como parte de mis servicios
- No la usaría, prefiero trabajar directamente con QGIS
- No estoy seguro

P8. ¿Estarías interesado en un programa donde puedas contribuir tus flujos de trabajo al catálogo de la plataforma y recibir una parte de los ingresos cuando otros usuarios los ejecuten?

- Sí, es una propuesta muy interesante
- Depende de los términos específicos
- No, prefiero mantener mis flujos de trabajo en privado
- No me interesa

P9. ¿Cuánto pagarías mensualmente por esta plataforma como herramienta de trabajo profesional?

- No pagaría
- Entre USD 29 y 49 al mes
- Entre USD 50 y 99 al mes
- Entre USD 100 y 199 al mes
- Más de USD 200 al mes
- Solo pagaría por análisis ejecutado (sin suscripción mensual)

P10. (Pregunta abierta) ¿Qué análisis GIS repetitivo en tu trabajo sería el primero que ofrecerías como función de la plataforma si pudieras hacerlo?

[Campo de texto libre]

Encuesta C — Organizaciones (Instituciones, Empresas, Gobiernos)

Perfil objetivo: directores de planificación municipal, coordinadores técnicos de ministerios, gerentes de operaciones, responsables de áreas ambientales o territoriales.

Canales recomendados: contacto directo por LinkedIn, asociaciones de municipios, cámaras de comercio, correo personalizado.

Bloque 1 — Perfil organizacional

P1. ¿Qué tipo de organización representa?

- Municipio o gobierno local
- Ministerio u organismo gubernamental nacional
- ONG u organización humanitaria
- Empresa de consultoría ambiental o ingeniería
- Empresa de agroindustria o agropecuaria
- Empresa inmobiliaria o constructora
- Empresa de logística o transporte
- Universidad o centro de investigación
- Otro: _____

P2. ¿Su organización actualmente tiene al menos un especialista GIS en el equipo?

- Sí, tenemos un especialista GIS dedicado
- Sí, tenemos un equipo GIS de dos o más personas
- No, contratamos consultores externos cuando lo necesitamos
- No, y generalmente evitamos análisis geoespaciales por su costo o complejidad
- Estamos en proceso de incorporar este perfil

P3. ¿Con qué frecuencia su organización necesita análisis o mapas con datos geoespaciales?

- Diariamente
- Varias veces a la semana
- Varias veces al mes
- Esporádicamente, en proyectos puntuales
- Nunca o casi nunca

Bloque 2 — Procesos y barreras actuales

P4. ¿Cuál es el mayor obstáculo para usar más análisis geoespaciales en su organización? (Elija hasta 2)

- Costo de contratar especialistas GIS o licencias de software
- El tiempo de espera para obtener los resultados
- Falta de personal capacitado internamente
- Dificultad para interpretar y comunicar los resultados a tomadores de decisión
- No sabemos exactamente qué análisis necesitamos o qué es posible hacer
- No tenemos datos georreferenciados organizados
- No tenemos obstáculos significativos

P5. ¿Cuánto tiempo tarda típicamente obtener un análisis geoespacial desde que se identifica la necesidad hasta tener el resultado?

- Menos de un día
- 2 a 5 días
- 1 a 3 semanas
- Más de un mes

Bloque 3 — Propuesta de valor

P6. Si su organización tuviera acceso a una plataforma donde cualquier técnico — sin conocimiento GIS — pudiera ejecutar análisis espaciales en minutos y descargar resultados listos, ¿qué impacto tendría?

- Muy alto — resolvería un problema que nos cuesta tiempo y recursos significativos
- Alto — mejoraría nuestra capacidad técnica de forma relevante
- Medio — sería útil pero no es una prioridad
- Bajo — ya contamos con soluciones adecuadas
- No aplicaría a nuestra organización

P7. ¿Qué casos de uso serían más valiosos para su organización? (Elija hasta 3)

- Análisis de riesgo territorial (inundaciones, deslizamientos, incendios)
- Planificación de cobertura de servicios (salud, educación, agua, saneamiento)
- Catastro y gestión del territorio
- Monitoreo ambiental (deforestación, calidad del suelo o agua)
- Logística y optimización de operaciones en campo
- Análisis para respuesta a emergencias y gestión humanitaria
- Otro: _____

P8. ¿Bajo qué modalidad preferiría contratar este tipo de servicio?

- Suscripción mensual por número de usuarios activos
- Suscripción anual con descuento sobre el precio mensual
- Pago por proyecto o análisis ejecutado
- Licencia institucional con soporte dedicado y personalización
- Integración con nuestros sistemas mediante API

P9. (Pregunta abierta) ¿Qué análisis geoespacial que hoy resulta complicado o costoso para su organización quisiera poder ejecutar de forma más ágil y accesible?

[Campo de texto libre]

Pregunta de cierre: ¿Le gustaría recibir acceso anticipado a la versión beta de la plataforma para evaluar su aplicación en su organización? Puede dejar sus datos de contacto aquí:

Sección 2 — Guías de Conversación para Entrevistas

Las entrevistas 1:1 permiten obtener información que las encuestas no capturan: contexto, emociones, flujos de trabajo reales y reacciones genuinas a la propuesta de valor. El objetivo de cada entrevista es entender el mundo del entrevistado, no presentar ni vender el producto.

Principio de las entrevistas de descubrimiento: el entrevistador habla el 20% del tiempo y escucha el 80%. Las preguntas están diseñadas para que el entrevistado describa su experiencia real, no para confirmar hipótesis.

| Tipo de entrevista | Duración | Perfil objetivo | Objetivo principal |
|---------------------------|---------------|---|--|
| 2.A — Profesional sin GIS | 30–40 minutos | Profesionales que necesitan análisis espacial pero no lo hacen directamente | Entender la frecuencia, costo y dolor del proceso actual |
| 2.B — Consultor GIS | 35–45 minutos | Consultores independientes o técnicos GIS en empresa | Explorar encaje con flujos de trabajo y modelo de contribuidores |
| 2.C — Organización | 40–45 minutos | Directores, coordinadores y tomadores de decisión | Entender proceso de compra, presupuesto y casos de uso institucionales |

2.A — Guía para Profesional sin Background GIS

Apertura (2 minutos)

«Hola [nombre], gracias por tu tiempo. Para contextualizarte: estoy investigando cómo los profesionales de [su sector] trabajan con datos geográficos. No vendo nada en esta conversación, solo quiero entender tu experiencia real. ¿Está bien si te hago algunas preguntas? Será una conversación informal.»

Bloque 1 — Calentamiento: quién es y qué hace (5–7 minutos)

1. Cuéntame sobre tu trabajo. ¿Qué tipo de proyectos llevas típicamente?
2. ¿Con qué datos trabajas? ¿Tienes datos que incluyan ubicaciones, zonas geográficas o mapas?
3. ¿Cómo describes tu relación con los mapas en tu trabajo diario — es algo que haces tú, que delegas, o que evitas?

Bloque 2 — El problema real (10–15 minutos)

4. Cuéntame la última vez que necesitaste un mapa o un análisis de una zona geográfica para un proyecto. ¿Qué pasó exactamente? ¿Cómo lo resolviste?
5. [Si contrató externo] ¿Cuánto tardó el proceso? ¿Quedaste satisfecho con el resultado?
6. [Si lo hizo él mismo] ¿Qué herramientas usaste? ¿Hubo fricción o fue fluido?
7. ¿Hay análisis geoespaciales que directamente evitas o que quedan sin hacer porque son muy complicados o costosos de obtener?
8. Si pudieras resolver esto perfectamente, ¿qué cambiaría en tu trabajo diario?

Bloque 3 — Exploración de solución (8–10 minutos)

9. Voy a describir algo hipotético y quiero tu reacción honesta. Imagina una página web donde entras, subes el archivo con tus datos o dibuja tu zona de interés en un mapa, haces clic en 'Analizar zonas de riesgo' o 'Crear área de influencia de 500 metros alrededor de estas instalaciones', y en 2 minutos descargas el mapa y los datos procesados. Sin instalar nada. Sin saber GIS. ¿Cuál es tu primera reacción genuina?
10. ¿Para qué caso concreto de tu trabajo lo usarías primero?
11. ¿Qué dudas o reservas tendría esta herramienta para ti? (Precisión, privacidad de datos, curva de aprendizaje...)

Bloque 4 — Prioridad y disposición (5 minutos)

12. Si esto existiera hoy, del 1 al 10, ¿qué tan prioritario sería para ti conseguirlo?
13. ¿Cuánto pagarías al mes por acceso a esta plataforma? (No hay respuesta mala)
14. ¿Quién en tu organización decidiría comprar algo así — tú mismo, tu jefe, un proceso de compras?

Cierre

«Esto ha sido muy valioso. Última pregunta: ¿conoces a otros profesionales de [sector] con quien debería hablar también? Y si avanzamos con el producto, ¿te gustaría ser beta tester con acceso anticipado?»

2.B — Guía para Consultor GIS / Freelancer

Apertura (2 minutos)

«Hola [nombre], gracias por conectarte. Eres exactamente el perfil con quien necesito hablar: alguien que conoce QGIS en profundidad y trabaja con clientes reales. Quiero entender cómo es tu trabajo cotidiano y si cierta idea tiene sentido desde tu perspectiva técnica. No hay trampa — si la idea es mala, necesito saberlo.»

Bloque 1 — Calentamiento (5 minutos)

15. Cuéntame: ¿cómo es un día típico como consultor GIS? ¿Qué tipos de proyectos llevas?
16. ¿Qué porcentaje de tu trabajo es QGIS versus otras herramientas o actividades?
17. ¿Tienes clientes que quisieran más análisis, pero no pueden hacerlos porque dependen completamente de ti?

Bloque 2 — Flujo de trabajo (12–15 minutos)

18. Descríbeme el análisis GIS que más repites en distintos proyectos. ¿Cuánto tiempo te toma cada vez?
19. ¿Cuánto de tu trabajo podría estar automatizado, pero no lo está? ¿Qué te ha frenado de automatizarlo?
20. ¿Cuál es la parte de tu trabajo GIS que más tiempo toma de forma innecesaria?
21. ¿Cuánto tiempo dedicas a preparar el entregable final — mapa, informe, datos — versus el análisis en sí?

Bloque 3 — Exploración de solución (10 minutos)

22. Imagina que existe una plataforma donde puedes hacer disponibles tus flujos de trabajo QGIS más usados como funciones accesibles para tus clientes desde un navegador web. Ellos pueden ejecutarlos solos sin pedirte que lo hagas tú. Tú recibes una parte de los ingresos cuando las usan. ¿Qué piensas honestamente de esa idea?
23. ¿Qué te preocuparía de ese modelo? (Calidad, control, propiedad intelectual, competencia...)
24. Además del modelo de contribuidor, ¿usarías la plataforma tú mismo para tus propios proyectos?

Cierre

«¿Podrías presentarme a algún colega GIS con perspectiva diferente a la tuya? Y si avanzamos, ¿te interesaría ser usuario beta?»

2.C — Guía para Organizaciones

Apertura (2 minutos)

«Buenos días [nombre], muchas gracias por su tiempo. Estoy realizando una investigación sobre cómo las organizaciones como la suya trabajan con datos territoriales y geoespaciales. Tengo un concepto de solución y quiero validar si resuelve problemas reales antes de construirlo. Les haré preguntas sobre su contexto actual y al final les cuento la idea para conocer su opinión.»

Bloque 1 — Contexto organizacional (5–7 minutos)

25. ¿Cuál es su rol en la organización y qué tipo de decisiones involucran datos geográficos?
26. ¿Su organización tiene capacidad GIS interna o depende de consultores externos?
27. ¿Con qué frecuencia necesitan análisis geoespaciales para informes, planificación o toma de decisiones?

Bloque 2 — Proceso actual y fricciones (10–12 minutos)

28. ¿Puede describir el proceso completo cuando necesitan un análisis geoespacial? ¿Quién lo solicita, quién lo ejecuta, cuánto tarda, qué implica?
29. ¿Ha habido casos donde una decisión o proyecto se retrasó por no poder obtener el análisis espacial a tiempo?
30. ¿Qué ocurre cuando el resultado entregado no es exactamente lo que necesitaban? ¿Con qué frecuencia sucede?
31. ¿Cuáles son los principales obstáculos para usar más y mejor el análisis geoespacial en su organización?

Bloque 3 — Propuesta de valor (8–10 minutos)

32. Imagine una plataforma web donde sus técnicos — sin necesidad de saber GIS — pueden cargar sus datos, seleccionar el análisis que necesitan y en minutos tener el mapa y los datos descargables para sus informes. Sin depender de consultores para tareas repetitivas. ¿Qué impacto tendría eso en su organización?
33. ¿Qué parte de ese escenario les parece más valiosa? ¿Y cuál les genera más dudas?
34. ¿Sus técnicos tienen la capacidad de adoptar una nueva herramienta web si es lo suficientemente simple?

Bloque 4 — Proceso de decisión (5 minutos)

35. Si esto existiera hoy, ¿qué pasos seguiría su organización para evaluar y eventualmente adoptar la plataforma?
36. ¿Cuál sería el caso de uso que justificaría la decisión de contratarlo?
37. ¿Estarían interesados en participar como organización piloto durante la fase beta?

Sección 3 — Estructura de Landing Page de Pre-lanzamiento

La landing page de pre-lanzamiento cumple una función estratégica específica: medir el interés real del mercado antes de que el producto exista, capturar emails de usuarios potenciales y segmentarlos según perfil y necesidad.

Herramientas recomendadas para montar la landing: Carrd (minimalista, sin código), Webflow (más control visual), Notion + super.so (rápido de editar). Formulario: Tally.so (gratuito y flexible) o Typeform.

| Sección | Contenido | Objetivo específico |
|----------------------------------|---|---|
| 1. Héroe (primera pantalla) | Headline principal con la promesa central. Subheadline explicativo. Botón de CTA principal hacia el formulario. | Comunicar el valor en 5 segundos y motivar el scroll o el clic. |
| 2. El problema | 3–4 bloques visuales describiendo los dolores actuales que la plataforma resuelve. | Generar identificación: que el visitante piense 'esto me pasa a mí'. |
| 3. Cómo funciona | 3 pasos simples con ícono, título y descripción breve. | Demostrar que la solución es accesible y no requiere conocimiento técnico. |
| 4. Para quién es | 5–6 perfiles de usuario con descripción de cómo la plataforma los ayuda específicamente. | Que cada visitante se identifique con al menos un perfil. |
| 5. Ejemplos de funciones | 8–10 tarjetas de funciones del catálogo en lenguaje del usuario (no técnico). | Hacer tangible el valor. El visitante debe pensar 'eso lo necesito'. |
| 6. Formulario de lista de espera | Campos: email, sector, tipo de análisis más necesario, perfil (individual/equipo/organización). | Capturar emails y segmentar para priorizar el acceso beta. |
| 7. Contacto | Email y redes del fundador para quienes quieran conversar directamente. | Abrir canal de comunicación directa con inversores, desarrolladores y partners. |

Métricas de Éxito de la Landing

| Métrica | Qué mide | Señal de validación positiva |
|---|--|--|
| Tasa de conversión visita → email | Porcentaje de visitantes que dejan su email | 15% o más indica propuesta de valor resonante |
| Distribución de perfiles | Qué tipo de usuarios se registran más | Permite identificar el nicho de mayor interés orgánico |
| Análisis más seleccionados en el formulario | Qué funciones del catálogo generan más demanda declarada | Prioriza el orden de desarrollo del catálogo |
| Proporción individual vs. organización | Si el interés viene de individuos o de equipos | Define si el mercado inicial es B2C o B2B |
| Solicitudes de conversación directa | Cuántos visitantes contactan por email o WhatsApp | Indicador de alta intención, especialmente valioso en el segmento enterprise |

Sección 4 — Plan de Validación de Mercado (6 Semanas)

El plan de validación está diseñado para obtener evidencia suficiente para tomar una decisión fundamentada sobre la dirección del producto en un máximo de seis semanas, con inversión mínima de recursos.

| Semana | Actividad principal | Objetivo de la semana |
|----------|--|---|
| Semana 1 | Setup: landing page + formularios + lista de 50 contactos objetivo + mensajes de reclutamiento | Todo listo para salir a medir al inicio de la semana 2 |
| Semana 2 | Lanzamiento activo: post en LinkedIn, grupos GIS, contacto directo a 20 profesionales del sector | Primeros 30 emails capturados + 15 encuestas respondidas |
| Semana 3 | Primera ronda de entrevistas 1:1: 5 entrevistas con perfiles A y B | Validación cualitativa profunda de los dolores identificados en encuestas |
| Semana 4 | Segunda oleada: grupos Telegram, asociaciones sectoriales, contacto a organizaciones | 50+ respuestas de encuesta adicionales + 5 entrevistas más |
| Semana 5 | Profundización en nichos más calientes detectados. Entrevistas con organizaciones (perfil C). | Entender el proceso de decisión y compra en el segmento institucional |
| Semana 6 | Ánálisis consolidado, documento de decisión, respuesta a todos los contactos | Decisión fundamentada: seguimos, ajustamos o replanteamos |

Criterios de Decisión al Final del Plan

| Escenario | Señales | Decisión recomendada |
|--|--|---|
| Validación fuerte | Más del 50% de encuestados da utilidad 4–5. Múltiples personas preguntan cuándo estará listo. Al menos un nicho con señal muy clara. | Continuar con el desarrollo del PoC inmediatamente. |
| Validación moderada con nicho claro | 30–50% da utilidad 4–5. 1–2 nichos con señal clara. Resto con señal débil. | Continuar enfocando el MVP en el nicho de mayor señal. Descartar los demás por ahora. |
| Interés alto, baja disposición de pago | Alta utilidad declarada, pero nadie pagaría o los precios mencionados no son viables. | Subir en la cadena de valor hacia organizaciones con presupuesto. Ajustar propuesta antes de invertir en desarrollo. |
| Preferencia por consultor vs. autoservicio | Los profesionales prefieren pagar a alguien que hacer el análisis solos, incluso si es simple. | Explorar modelo híbrido (plataforma + servicio gestionado). Reconsiderar si el cliente real es el consultor, no el usuario final. |
| Señal débil generalizada | Menos del 25% da utilidad 4–5. Nadie pregunta cuándo estará listo. Sin nicho definido. | Hacer 10 entrevistas adicionales para entender por qué. Si se confirma, replantear la propuesta de valor antes de invertir. |

Para participar en el proceso de investigación:

windowstelecom@gmail.com | +58 412-406-0610 | +58 414-437-2163

— Fin del Documento —