**1. Pain Points - Tendencias Modernas**

Agrega herramientas actuales que ayudan a identificar *pain points*:

* **Social Listening**: Plataformas como *Brandwatch*, *Hootsuite Insights* o *Talkwalker* para analizar lo que se dice de una marca/producto en redes sociales.
* **Review Mining**: Analizar reseñas en Google, Amazon, TripAdvisor, Yelp, etc. para encontrar puntos de dolor comunes.
* **AI y Chatbots**: Usar datos de interacciones con chatbots para identificar dudas recurrentes de los clientes.

**Dato interesante**: Según Gartner, para 2025 el 80% de las empresas que usen social listening superarán a sus competidores en métricas clave de CX.

**2. Buyer Persona - Herramientas y Ejemplos**

* **Herramientas Digitales** para crear Buyer Personas:
  + *HubSpot Make My Persona* (gratis)
  + *Xtensio Persona Creator*
  + *Userforge*

**Ejemplo actual**: Una empresa D2C (Direct-to-Consumer) puede tener buyer personas basadas en datos de suscripciones a newsletters, interacciones en Instagram y análisis de comportamiento en su sitio web.

Podrías incluir un mini caso: **Lush Cosmetics** crea buyer personas usando datos de encuestas, social listening y comentarios en TikTok.

**3. Investigación de Mercados - Herramientas Digitales**

Introduce algunas herramientas que usan muchas startups y empresas ahora:

* **Google Trends**: Identificar tendencias de búsqueda y comportamientos emergentes.
* **SurveyMonkey / Typeform**: Para encuestas rápidas y efectivas.
* **Hotjar / Crazy Egg**: Analizar el comportamiento de los usuarios en páginas web (mapas de calor).
* **Qualtrics**: Investigación avanzada y experiencia del cliente.

**Tendencia**: El uso de *big data* y *machine learning* en investigación predictiva (por ejemplo, Netflix predice preferencias de usuarios basándose en patrones anteriores).

**4. Casos Reales y Ejemplos Post-pandemia**

* **Amazon**: Utiliza datos de compra y navegación para ajustar sus categorías y recomendaciones. Ejemplo de *behavioral segmentation*.
* **Coca-Cola**: Usó investigación de mercados para lanzar productos como Coca-Cola Zero Azúcar, respondiendo al aumento de consumidores conscientes de la salud.

**5. Enriquecer la parte de ejercicios**

Podrías complementar con un ejercicio más digital:

* Simular que analizan reseñas de Google de una marca local.
* Usar Google Trends en clase para ver tendencias de búsqueda de una categoría (ej. alimentos saludables en Perú 2024).

**6. Contenido Visual y Dinámico**

* Agrega algún **video breve** de cómo funciona una herramienta de investigación de mercados.
* Puedes hacer una **nube de palabras** con los principales pain points de una categoría (ejemplo: delivery en Lima).

**1. Google Trends –** [**https://trends.google.com**](https://trends.google.com)

**¿Qué es?**

Una herramienta gratis de Google que te muestra qué están buscando las personas en internet, por país, por categoría, y con qué frecuencia.

**¿Cómo usarla?**

1. Entra a [Google Trends](https://trends.google.com).
2. Escribe un término, por ejemplo: “comida saludable Perú”.
3. Cambia el país a Perú (o el que prefieras).
4. Puedes comparar términos, ver cómo ha evolucionado la búsqueda.
5. Te muestra picos de interés, regiones, temas relacionados.

**¿Para qué sirve?**

* Ver tendencias emergentes.
* Saber cuándo una categoría tiene más demanda.
* Identificar qué temas interesan según la región.

**Ejemplo para clase**: Pide a los alumnos buscar “delivery de comida” y “restaurantes” y comparar tendencias durante y después del COVID-19.

**2. SurveyMonkey (o Typeform) – Encuestas Online**

* **SurveyMonkey**: https://es.surveymonkey.com
* **Typeform**: <https://www.typeform.com>

**¿Qué son?**

Plataformas para crear encuestas rápidas y elegantes, muy fáciles de usar.

**¿Cómo usarla? (SurveyMonkey ejemplo)**

1. Regístrate gratis.
2. Crea una nueva encuesta.
3. Usa preguntas tipo opción múltiple, escalas de 1 a 5, abiertas.
4. Comparte el link por WhatsApp o correo.
5. Analiza las respuestas en gráficos.

**Idea para tus alumnos:**

* Que creen una mini encuesta de satisfacción del cliente para un producto.
* Analicen los resultados y presenten sugerencias.

**3. Hotjar (Gratis para webs pequeñas) –** [**https://www.hotjar.com**](https://www.hotjar.com)

**¿Qué es?**

Muestra cómo los visitantes se comportan en una web. Hace mapas de calor: ¿dónde hacen clic? ¿qué secciones ignoran?

**¿Cómo usarla?**

1. Solo necesitas tener una página web (o puedes mostrarles un video de cómo funciona).
2. Instalan un código en la web y ven el comportamiento.
3. Alternativa: Mira este video de cómo funciona → [Video Hotjar Demo](https://www.youtube.com/watch?v=bB5KpDSnc2Q)

**¿Para qué sirve?**

* Optimizar webs.
* Saber qué le interesa al visitante.
* Mejorar la experiencia de usuario (UX).

**4. HubSpot Make My Persona –** [**https://www.hubspot.com/make-my-persona**](https://www.hubspot.com/make-my-persona)

**¿Qué es?**

Una herramienta **GRATIS** para crear *Buyer Personas* paso a paso.

**¿Cómo usarla?**

1. Entra al link y haz clic en "Create my persona".
2. Responde preguntas como edad, trabajo, retos, metas.
3. Al final puedes descargar la ficha de tu buyer persona.

**Idea para clase:**

* Que cada grupo cree un buyer persona para un producto ficticio.
* Luego discutan estrategias para ese perfil.

**5. AnswerThePublic –** [**https://answerthepublic.com**](https://answerthepublic.com)

**¿Qué es?**

Te muestra todas las preguntas que la gente hace en Google sobre un tema.

**¿Cómo usarla?**

1. Entra y escribe un tema: “alimentos orgánicos”.
2. Te da una nube de preguntas: ¿dónde comprar alimentos orgánicos?, ¿son saludables?, etc.
3. ¡Ideal para saber qué le interesa al consumidor!

**Modernización investigación de mercados**

**3. Investigación de Mercados (Modernización con herramientas)**

**Diapositiva Nueva:**

**Título:** Herramientas modernas para investigar tu mercado

**Contenido:**

* **Google Trends:** Analiza lo que la gente busca.
* **SurveyMonkey / Typeform:** Haz encuestas visuales online.
* **Hotjar:** Analiza cómo navegan los usuarios en tu web.
* **AnswerThePublic:** ¿Qué preguntas hace tu mercado?

**4. Ejercicio en clase: Google Trends**

**Diapositiva Nueva:**

**Título:** Ejercicio Práctico - Explorando Tendencias

**Contenido:**

1. Entrar a [Google Trends](https://trends.google.com)
2. Buscar un tema de tu sector: *Alimentos saludables, tecnología, moda, etc.*
3. ¿Qué descubres?
   * Picos de búsqueda.
   * Comparar con otro tema.
   * Discusión rápida: ¿qué insights te da esto?