

Generación de segmentos

Habilidad: Identificar múltiples segmentos de mercado potenciales antes de elegir en cuál entrar primero.

¿Por qué importa esta habilidad?

Las startups que saltan directo a un segmento sin explorar el espacio completo suelen entrar en el mercado equivocado. La generación de segmentos es el ejercicio que abre el abanico antes de cerrarlo.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene una lista de al menos cinco a diez segmentos potenciales, organizados con criterios consistentes, que les permite comparar y priorizar antes de elegir el Beachhead.

Errores comunes

- Generar solo los segmentos obvios sin explorar los periféricos.
- Confundir industria con segmento.
- Hacer la lista solo con criterios del equipo, sin input de conversaciones de cliente.
- Generar segmentos demasiado amplios para ser accionables.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Qué industrias o tipos de empresa podrían tener el problema que resolvemos?
- ¿Hay variaciones geográficas relevantes que crean segmentos distintos?
- ¿Existen diferencias de tamaño de empresa que crean comportamientos de compra distintos?
- ¿Qué segmentos suelen ignorar otras startups en este espacio?

Artifact requerido

? Mapa de segmentos

Propósito: Documentar todos los segmentos potenciales identificados antes de la priorización.

Card vinculada: Generación de segmentos

Instrucciones de desarrollo

1. Lista al menos 8 segmentos potenciales usando el formato: [Tipo de empresa/cliente] + [contexto específico].
2. Para cada segmento, anota: ¿qué sabemos de él? ¿qué suponemos?
3. Agrupa los segmentos en categorías si aparecen patrones naturales.
4. Marca cuáles ya tienen datos de discovery y cuáles son solo hipótesis.

Estado esperado: Lista de 8 a 12 segmentos con descripción básica y estado de evidencia.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos 8 segmentos identificados.
- Cada segmento tiene una descripción específica (no solo el nombre de una industria).
- Está marcado si es hipótesis o tiene evidencia.
- El equipo puede distinguir por qué cada segmento es distinto al anterior.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El mapa tiene al menos 8 segmentos identificados.
- Los segmentos están diferenciados entre sí.
- El equipo puede usar el mapa para comenzar la priorización.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ningún ejercicio de segmentación.
En progreso	Hay 2 o 3 segmentos identificados informalmente.
Completo	El mapa tiene 8 o más segmentos con descripción básica.
Revisado	Los segmentos tienen estado de evidencia marcado.

Cumple estándar	El mapa se basa en evidencia de discovery y no solo en hipótesis del equipo.
Fuerte/Sobresaliente	El mapa se actualiza con cada ciclo de aprendizaje y refleja el estado real del mercado.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Lógica de agrupación
- Tipos de comprador
- Selección del mercado Beachhead

Revisión #2

Creado 2026-04-12 17:02:55 UTC por Gideon Blaauw

Actualizado 2026-04-13 15:46:46 UTC por Gideon Blaauw