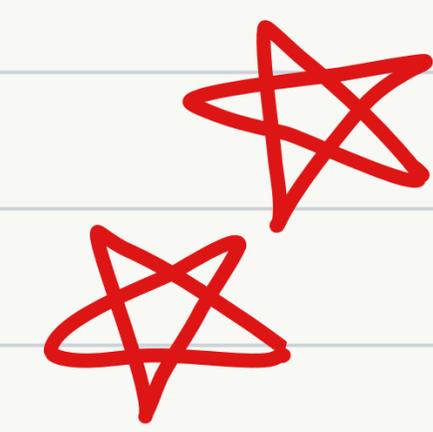
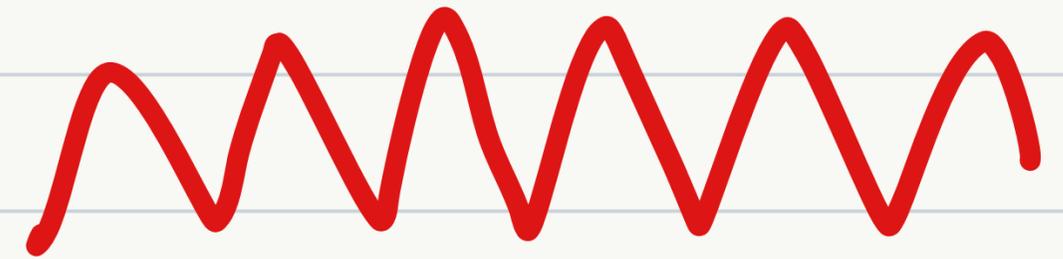
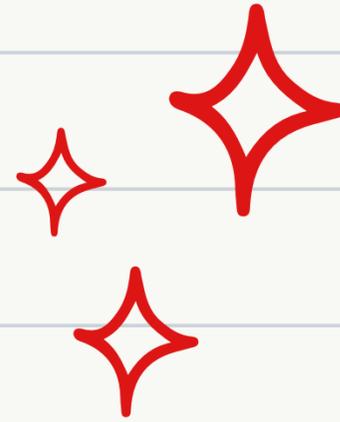
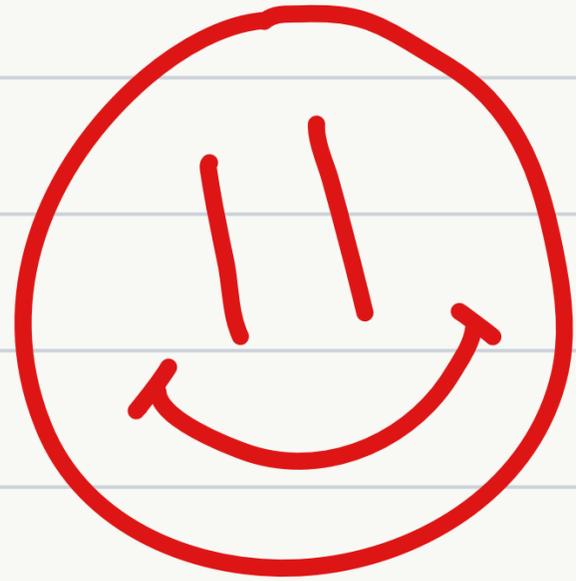




# Fundamentos Teóricos: Estudio de Mercado

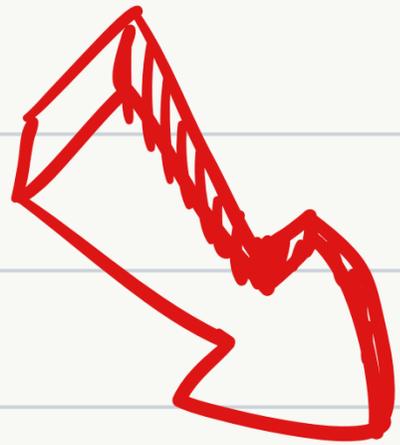
Tecnología e informática, Grado Once





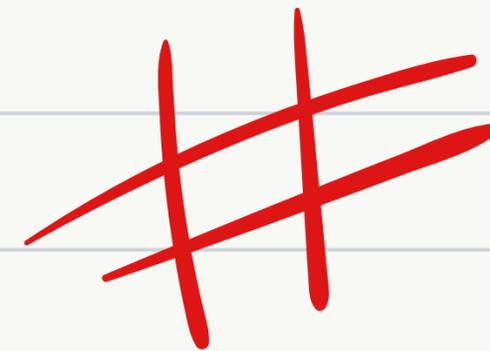
# ¿Qué lograremos hoy?

Comprender los conceptos básicos de estudio de mercado y aplicarlos a tu proyecto para identificar públicos objetivos, necesidades y estrategias de validación.



# AGENDA DE CLASE

- 01. 🚀 Activación
- 02. 📖 Teoría
- 03. 👤 Práctica  
Grupal
- 04. 💬 Socialización
- 05. 🎯 Cierre



# Dinámica: ¿Qué Comprarías?

Imagina que tienes \$200.000 para gastar. ¿Cuál de estos productos elegirías y por qué?

Producto A: TWS (Audífonos inalámbricos) con luces LED – \$120.000

Producto B: Power Bank (Cargador portátil) de 20.000 mAh – \$80.000

Producto C: Smartband (Pulsera inteligente) con monitor de sueño – \$150.000

Producto D: Funda personalizada para celular (con diseño de anime/memes) – \$50.000

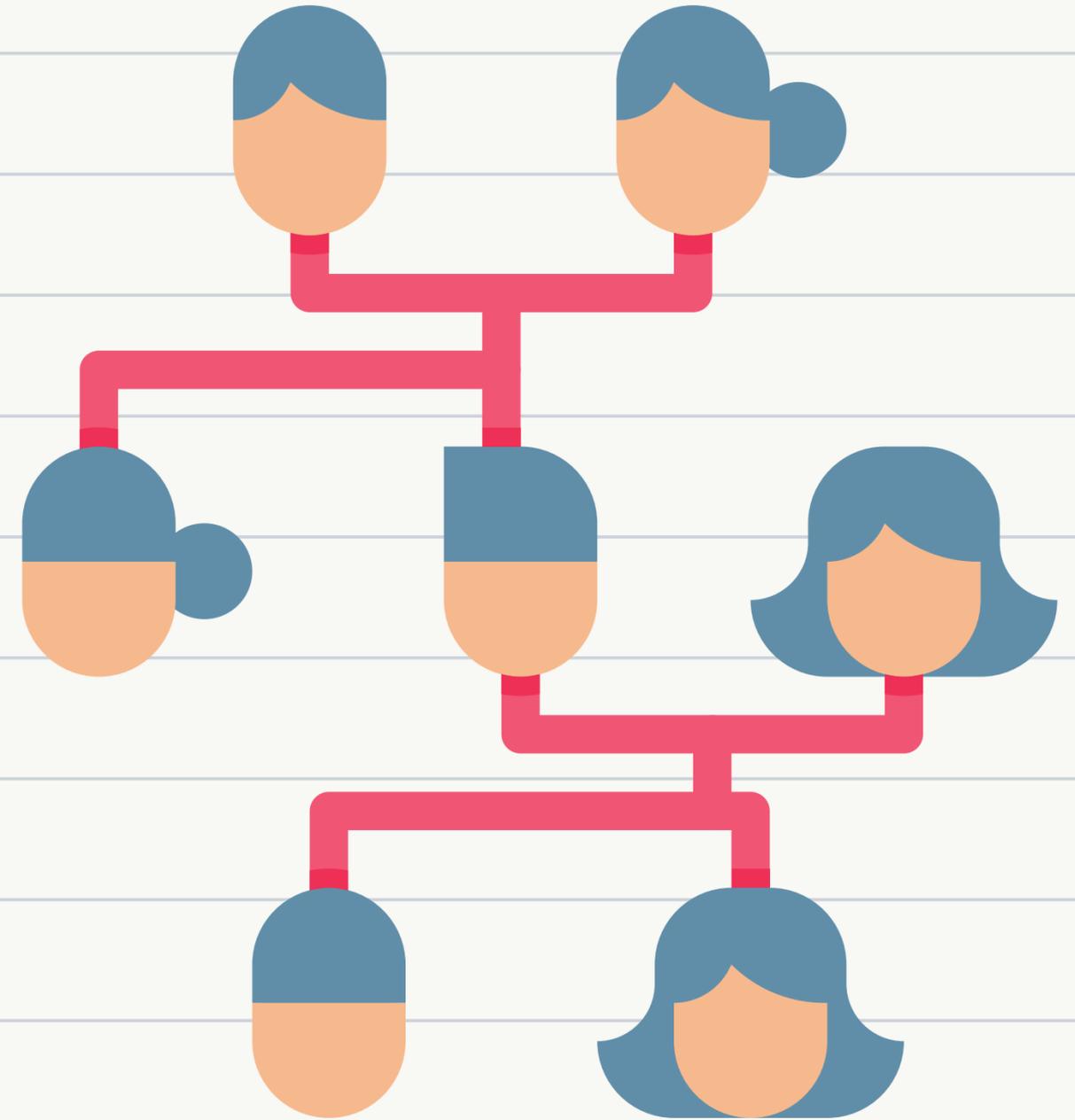


# Tus Respuestas Revelan Algo Importante

Cada elección refleja:

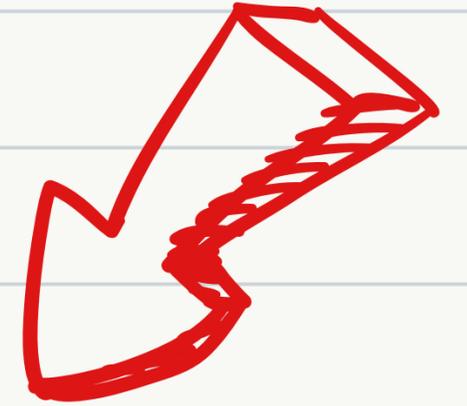
- Tus necesidades específicas
- Tu perfil como consumidor
- Tu segmento de mercado

Esto es exactamente lo que estudiaremos hoy





# Definición Clave



**Un estudio de mercado es...**

La recolección y análisis de información para entender las necesidades del usuario y tomar decisiones informadas sobre el producto.

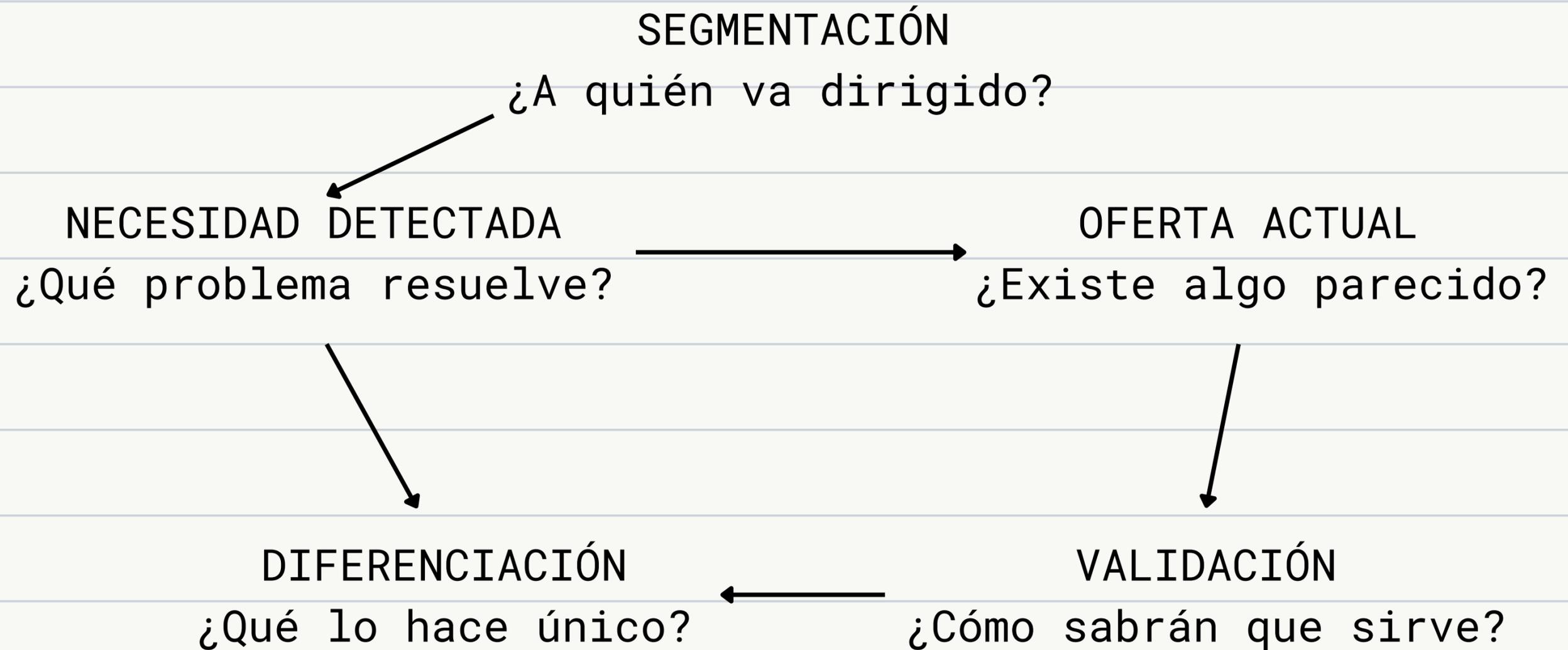
¿Para qué sirve?

- Reducir riesgos
- Identificar oportunidades
- Conocer a tu cliente
- Validar ideas





# Componentes Esenciales

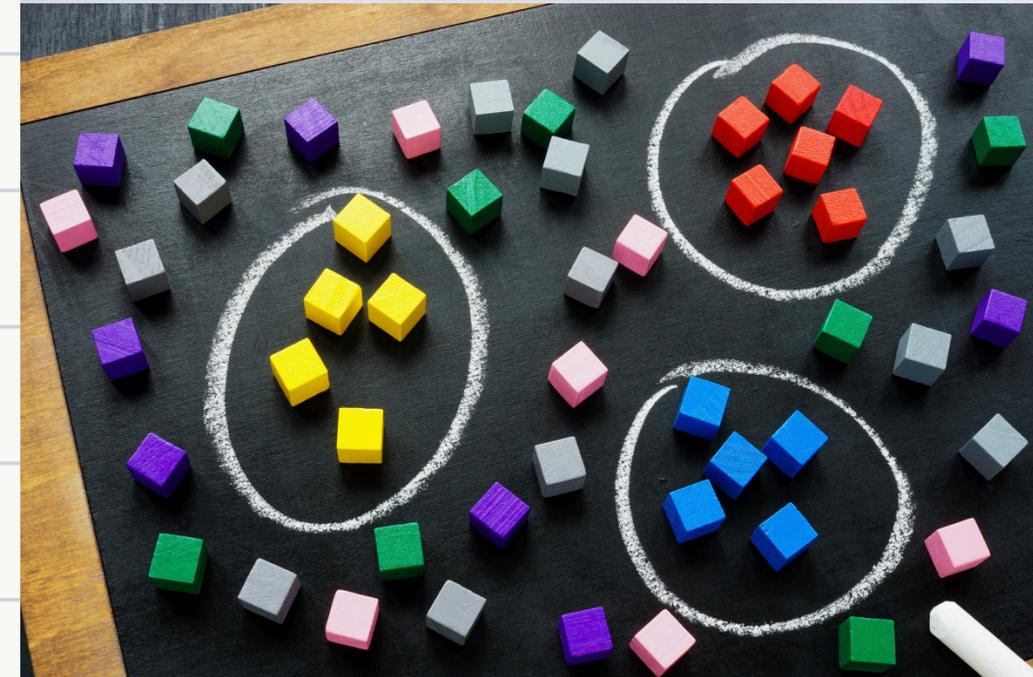


# Segmentación: ¿A Quién Va Dirigido?

Divide tu mercado por:

- Edad y género
- Intereses y hobbies
- Nivel socioeconómico
- Ubicación geográfica
- Comportamiento de compra

Ejemplo: Estudiantes de 15-18 años, interesados en tecnología, que viven en Itaguí.



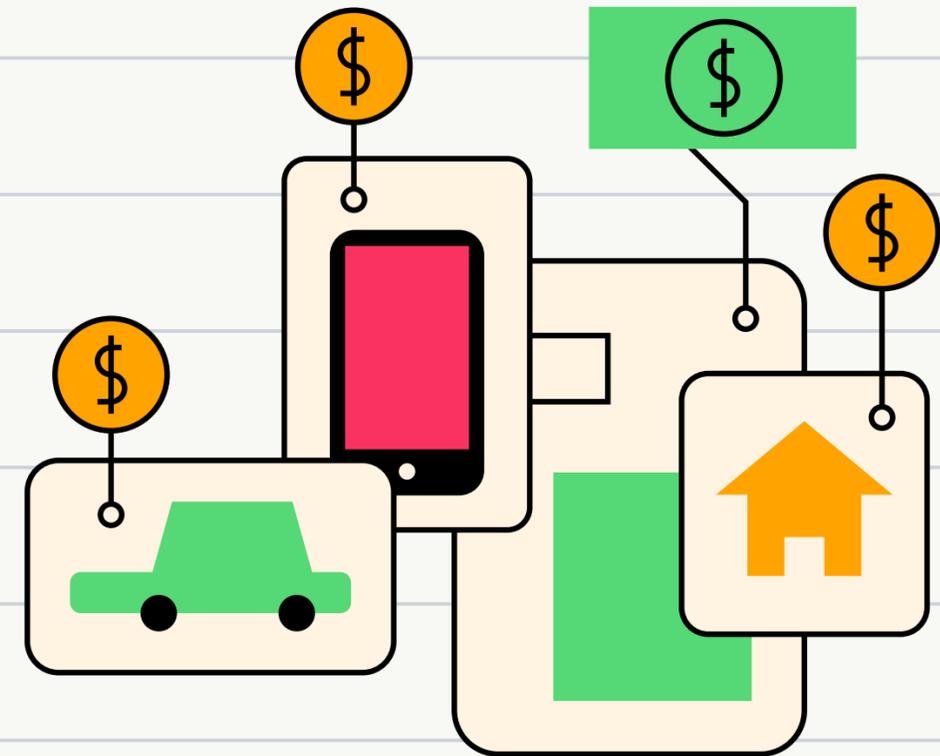


# Necesidad: ¿Qué Problema Resuelve?

Identifica:

- Dolor específico del usuario
- Frecuencia del problema
- Impacto en su vida diaria
- Motivación para solucionarlo

Ejemplo: Estudiantes pierden libros prestados y no tienen sistema para intercambiarlos fácilmente





# Oferta Actual: ¿Existe Algo Parecido?

Analiza:

- Competidores directos
- Alternativas existentes
- Precios del mercado
- Fortalezas y debilidades

Ejemplo: Apps como Wallapop, grupos de Facebook, intercambios físicos en el colegio



# ★ Diferenciación: ¿Qué Lo Hace Único?

Tu ventaja competitiva:

- Característica exclusiva
- Mejor experiencia
- Precio más competitivo
- Mayor conveniencia

Ejemplo: Sistema de reputación escolar + geolocalización + intercambio seguro



# ✓ Validación: ¿Cómo Sabrán Que Sirve?

Métodos de validación:

- Encuestas a usuarios potenciales
- Entrevistas en profundidad
- Prototipos y pruebas
- Métricas de uso
- 

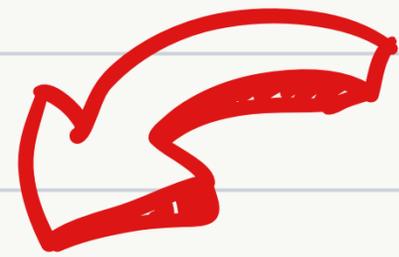
Ejemplo: Encuesta a 50 estudiantes + prototipo con 10 usuarios beta





# Caso de Estudio: App de Música para Universitarios

Componente	Análisis
Segmentación	Estudiantes 18-24 años, amantes de la música indie y local
Necesidad	Descubrir artistas nuevos cerca de su universidad
Oferta actual	Spotify, SoundCloud, eventos presenciales
Diferenciación	Geolocalización + playlist colaborativas por carrera
Validación	Encuestas en 5 universidades + prueba beta con 500 usuarios

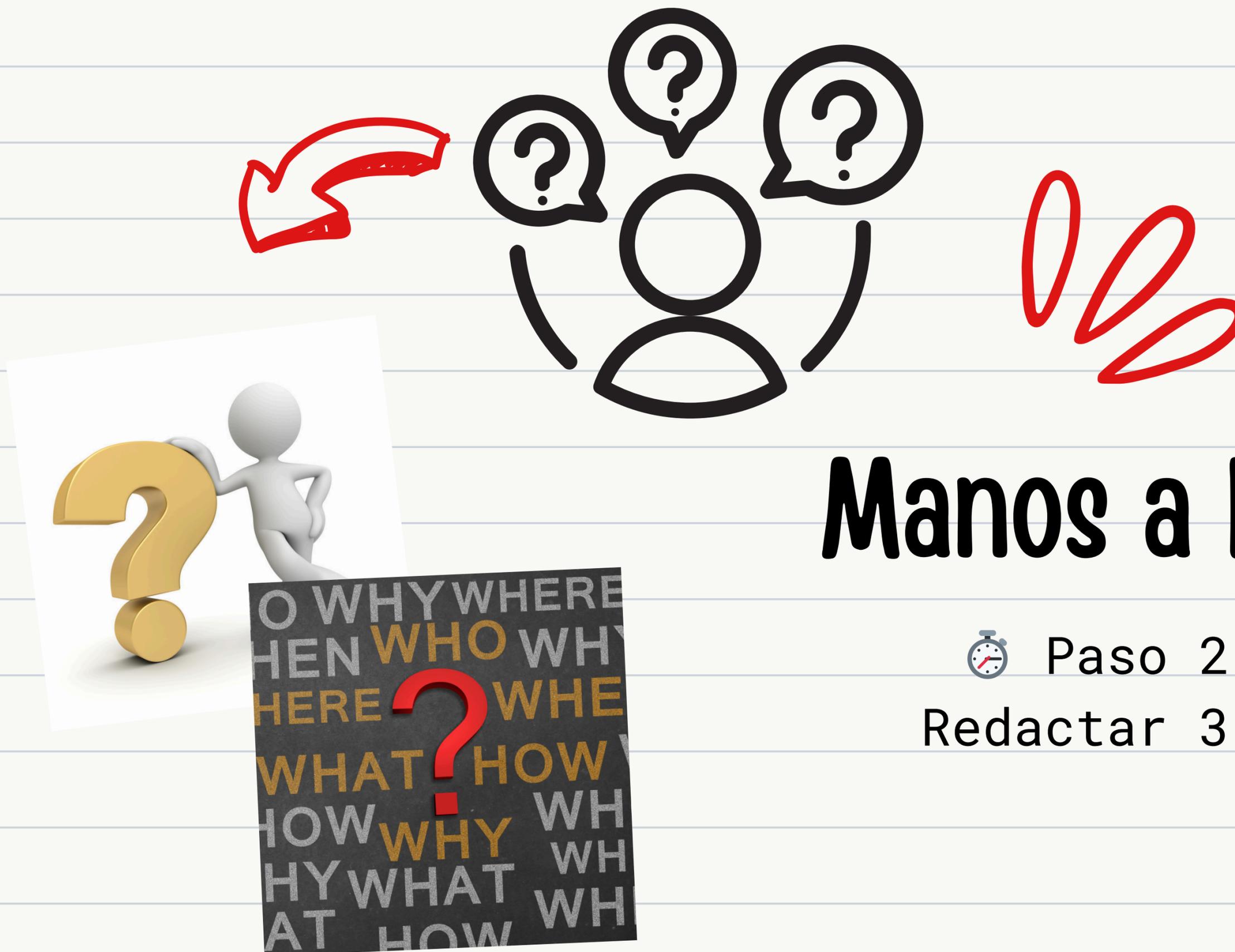


LET'S  
DO  
this!



# Manos a la obra

🕒 Paso 1 (10 min):  
Definir público objetivo



# Manos a la obra

 Paso 2 (10 min):  
Redactar 3 preguntas  
clave



# Manos a la obra

🕒 Paso 3 (10 min):  
Buscar producto similar

# Manos a la obra

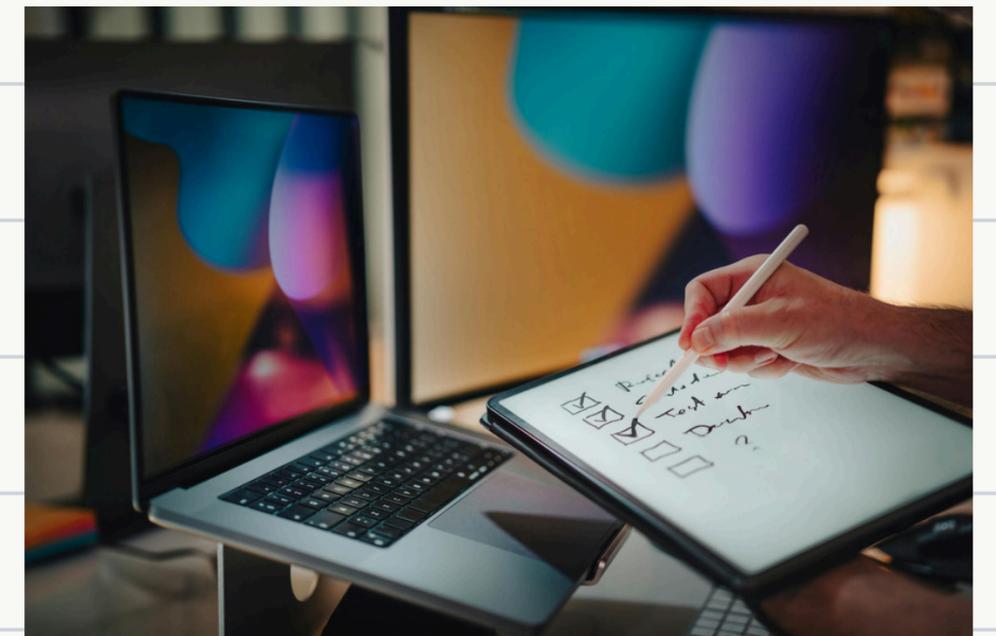
 Paso 4 (10 min): Completar tabla de análisis

Pregunta	Tu respuesta
¿Qué problema resuelve mi proyecto?	
¿A quién ayuda específicamente?	
¿Cómo lo mejora frente a otras opciones?	
¿Qué preguntas haría en una encuesta?	
¿Qué producto similar encontré?	

# 🤔 Pregúntate Antes de Continuar

Check-list para tu proyecto:

- ¿Conoces realmente a tu usuario?
- ¿Validaste que el problema existe?
- ¿Investigaste la competencia?
- ¿Tienes una ventaja clara?
- ¿Planificaste cómo validar tu solución?





# Lo Que Se Aprendió y lo que viene

Hoy aprendiste:

- Los 5 componentes del estudio de mercado
- Cómo aplicarlos a tu proyecto
- La importancia de conocer a tu usuario

Para el proyecto, identificar el público objetivo

Característica	Mi Usuario Ideal
Edad	De ___ a ___ años
Género	Masculino/Femenino/Ambos
Ubicación	Ciudad/Barrio específico
Nivel educativo	Primaria/Secundaria/Universidad
Intereses principales	(3-5 intereses)
Nivel socioeconómico	Alto/Medio/Bajo
Dispositivos que usa	Smartphone/Tablet/PC
Redes sociales favoritas	Instagram/TikTok/WhatsApp/etc

**iMuchas  
gracias!**

