**HOJA DE TRABAJO**

**ESTUDIO DE MERCADO**

|  |  |
| --- | --- |
| **OBJETIVO DE** **LA ACTIVIDAD** | (Este módulo, en su diseño inicial, no está asociado a Objetivos de Aprendizaje de la Especialidad, sino a Genéricos. no obstante, para su desarrollo, puede asociarse a un Objetivo de la Especialidad como estrategia didáctica). |
| **APRENDIZAJE ESPERADO** | **1** Diseña y ejecuta un proyecto para concretar iniciativas de emprendimiento, identificando las acciones a realizar, el cronograma de su ejecución y los presupuestos, definiendo alternativas de financiamiento y evaluando y controlando su avance. |
| **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **1.1** Recolecta, organiza y analiza información para identificar oportunidades de emprendimiento en su propia comunidad y región, considerando diferentes ámbitos de aplicación (deporte, tecnología, medioambiente y energía, entre otros).**1.6** Ejecuta las acciones para alcanzar los objetivos planteados según la planificación realizada, perseverando pese a circunstancias adversas, evaluando los resultados y las amenazas, ajustando sus acciones para asegurar el éxito y compartiendo su experiencia con otros. |
| **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE GENÉRICOS** | **B.** Leer y utilizar distintos tipos de textos relacionados con el trabajo, tales como especificaciones técnicas, normativas diversas, legislación laboral, así como noticias y artículos que enriquezcan su experiencia laboral.**C.** Realizar las tareas de manera prolija, cumpliendo plazos establecidos y estándares de calidad, y buscando alternativas y soluciones cuando se presentan problemas pertinentes a las funciones desempeñadas.**D.** Trabajar eficazmente en equipo, coordinando acciones con otros in situ o a distancia, solicitando y prestando cooperación para el buen cumplimiento de sus tareas habituales o emergentes.**E.** Tratar con respeto a subordinados, superiores, colegas, clientes, personas con discapacidades, sin hacer distinciones de género, de clase social, de etnias u otras.**H.** Manejar tecnologías de la información y comunicación para obtener y procesar información pertinente al trabajo, así como para comunicar resultados, instrucciones e ideas.**J.** Emprender iniciativas útiles en los lugares de trabajo y/o proyectos propios, aplicando principios básicos de gestión financiera y administración para generarles viabilidad. |

**ACTIVIDAD 1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO**

Describan al Mercado objetivo.

|  |
| --- |
| *Ejemplo: Nuestra solución tiene un mercado objetivo comprendido entre 14-18 años que les gusta los juegos de rol y que están preocupados por el medio ambiente y el efecto que está causando en el planeta...*  |

**ACTIVIDAD 2 INVESTIGACIÓN DE USUARIOS**

**Entrevistas a los Usuarios**

**Paso 1:** Desarrollen las preguntas que consideren necesarias para poder entender a los posibles usuarios y luego entrevistarlos aplicando dichas preguntas.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **EJEMPLOS DE PREGUNTAS (pueden cambiarlas)** | **USUARIO 1** | **USUARIO 2** | **USUARIO 3** |
| ¿Qué piensas de este Problema? |  |  |  |
| ¿Has tenido este problema? |  |  |  |
| ¿Si una aplicación solucionara el problema, la usarías? |  |  |  |
| ¿Qué debería tener la aplicación? |  |  |  |
| ¿Pagarías por la aplicación? |  |  |  |
| ¡Agreguen otras preguntas! |  |  |  |

Luego de realizada la entrevista deben preguntarse: ¿Cambia la solución de acuerdo a las respuestas de los posibles usuarios? ¿Deben agregar o quitar preguntas en la encuesta? Posteriormente describan los posibles cambios y realicen las correcciones necesarias para la encuesta masiva.

|  |
| --- |
| Ejemplo: “Debemos cambiar esta parte de la solución porque….” “Debemos agregar esta pregunta para indagar más de…” |

**Paso 2: Encuesta a Usuarios**

Una vez realizada la primera etapa de entrevistas, deben realizar un estudio más acabado respecto a los usuarios, desarrollando una encuesta dirigida a un grupo más amplio de personas. Esto les permitirá tener un mejor acercamiento de lo que necesitan sus usuarios. A continuación se presenta una guía para desarrollar esta actividad.

|  |  |
| --- | --- |
| **PASO 1****Piensa en tu encuesta** | 1. Investiguen a los potenciales usuarios. Utilicen como guía las siguientes preguntas:
* ¿Cómo seleccionarán a los usuarios a encuestar?
* ¿A cuántas personas se aplicará la encuesta? Piensen en un mínimo de 20 personas.
* ¿Cómo le harán llegar la encuesta a los usuarios? ¿vía email, redes sociales u otra?
 |
| **PASO 2****Crea tu Encuesta** | Google Drive posee un sistema para crear encuestas online llamada **Google Forms**.Revisen el siguiente tutorial para aprender cómo se usa: <https://youtu.be/_9doB2YAsgw> |
| **PASO 3****Analiza tu resultado** | El tutorial de Google Forms muestra cómo se pueden visualizar los resultados a través de un reporte automático que crea la herramienta. También permite descargar hojas de cálculo con los datos, para a partir de ahí generar los resultados.Una vez ordenados los datos, realicen su lectura y análisis para generar conclusiones. Pueden orientarse según las siguientes preguntas:* ¿Cómo se distribuyen las respuestas? ¿Se presenta alguna tendencia en los datos?
* ¿Qué es lo que más le importa a los usuarios? ¿Qué es lo que menos les importa?
* ¿Qué conclusiones se pueden extraer de las respuestas?
 |

1. **Una vez realizado el paso 1 y 2, copien aquí el link de la encuesta:**
2. **Finalmente, deben presentar aquí las principales conclusiones con el reporte:**

**ACTIVIDAD 3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Usen Internet para investigar respecto a su competencia y completen la tabla.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **COMPETENCIA 1** | **COMPETENCIA 2** | **COMPETENCIA 3** |
| **¿Cómo funciona?** |  |  |  |
| **¿Qué problema resuelve?** |  |  |  |
| **¿Qué lo distingue?** |  |  |  |
| **¿Cuál es el mercado objetivo?** |  |  |  |
| **¿Cuánto cuesta?** |  |  |  |
| **Agrega otra** |  |  |  |
| **Agrega otra** |  |  |  |

Habiendo realizado el ejercicio anterior, respondan: **¿Cambian sus ideas de acuerdo a la información descubierta respecto a la competencia?** Describa los posibles cambios.