

DEFINIR ESTRATEGIAS DE DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS PARA EL ÉXITO EN EL MERCADO

OER: FORECASTING AND MARKET ANALYSIS TECHNIQUES

Objetivo y alcance

El objetivo de la actividad de aprendizaje es identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una empresa que trabaja en el sector textil desde diferentes perspectivas, estimulando el pensamiento crítico de los estudiantes para descubrir nuevas posibilidades de diseño de productos. Los estudiantes deberán aplicar algunas de las técnicas de análisis de mercado presentadas en el Recurso Educativo de Libre Acceso (OER) para encontrar estrategias con el fin de minimizar las debilidades empresariales analizadas y aprovechar las oportunidades para desarrollar estrategias exitosas para adoptar en el mercado.

Preguntas de la actividad

¿Qué características debe tener un nuevo producto / diseño para permitir que la empresa analizada obtenga una ventaja estratégica en el mercado?

Objetivos del aprendizaje

- Conocer el proceso y los diferentes pasos necesarios para realizar un análisis de mercado;
- Aplicar el análisis DAFO para evaluar variables internas y externas que impactan en el lanzamiento de un nuevo producto;
- Utilizar un Mapa de Empatía para analizar las preferencias y tendencias de los consumidores;
- Utilizar los datos resultantes del análisis de mercado realizado para tomar decisiones sobre el nuevo producto / diseño innovador a lanzar.

Categorías



Negocios y marketing



Proceso de diseño



Diseño de producto

Referencias

- Tools and resources. (n.d.). Regional Business Centre. Retrieved 2021, from <https://regionalbusiness.ca/tools-and-resources/>
- Sammut-Bonnici, T. and Galea, D. (2015). SWOT Analysis. In Wiley Encyclopedia of Management (eds. C.L. Cooper, J. McGee and T. Sammut-Bonnici). <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120103>
- Campbell, C. (2021, April 8). SWOT Analysis: A Simple Way to Find Your Competitive Edge. Shopify. Retrieved 2021, from <https://www.shopify.com/blog/swot-analysis>
- Brown, J. L. (n.d.). Empathy Mapping: A Guide to Getting Inside a User's Head. UXbooth. Retrieved 2021, from <https://www.uxbooth.com/articles/empathy-mapping-a-guide-to-getting-inside-a-users-head/>

Material de soporte

- Tabla de preguntas estándar para facilitar el proceso de Tormenta de Ideas (primera subactividad)
- Plantillas de Mapa de Empatía (segunda subactividad)
- [OER](#)
- [Summary presentation](#)

Equipamiento

Ordenador

A.

Análisis de las debilidades y fortalezas de una empresa mediante el modelo de análisis DAFO

- 1.** Recordar los principales propósitos de un análisis DAFO y los procedimientos a implementar (Pequeña presentación para recapitular los contenidos relacionados con el Recurso Educativo de Libre Acceso (OER)).
- 2.** Proponer un caso de estudio real de una empresa textil para analizar
- 3.** Dividir los estudiantes en grupos pequeños (3-4 personas) y pedir que obtengan información relevante sobre el entorno interno y externo de la empresa en sitios web, estudios, blogs, artículos, bases de datos estadísticas, revistas, etc.
- 4.** En caso de que sea posible, pedir que cada grupo realice una entrevista con la empresa.
- 5.** Realiza sesiones de brainstorming con cada grupo para la creación de 4 listas diferentes, una para cada área del modelo DAFO. Durante las sesiones de tormenta de ideas, propone a los estudiantes que utilicen preguntas estándar para facilitar el proceso (consulte la diapositiva 12 del OER).
- 6.** Pida a los equipos que prioricen los diferentes elementos surgidos, por ejemplo pidiendo a cada miembro del equipo que indique los 3 elementos más importantes de las 4 listas desarrolladas.



Alrededor de medio día



Individual
Grupo pequeño



Desarrollar &
Entregar

B.

Cartel conceptual de un nuevo producto / diseño

- 1.** A partir de las listas desarrolladas en el análisis DAFO, pide a los equipos (los estudiantes continúan trabajando en los grupos definidos para la subactividad anterior) que establezcan una estrategia para cada uno de los elementos para que la empresa destaque las oportunidades, explote las fortalezas y haga frente a las amenazas y debilidades
- 2.** Pensando en el principal público objetivo de la empresa analizada, los equipos desarrollarán un Mapa de Empatía para adentrarse en la mente del cliente (utilizar las plantillas reportadas en los OER)
- 3.** Cada grupo reunirá las estrategias establecidas con las conclusiones del Mapa de Empatía y desarrollará un cartel de concepto en formato digital con las principales características del nuevo producto / diseño.
- 4.** Cada grupo presentará su trabajo a los demás.



Menos de una hora
Alrededor de medio día



Grupo pequeño
Discusión



Desarrollar &
Entregar