

# SEGMENTO DE MERCADO DE PRACTIFY

## Segmento principal (Estudiantes)

Practify se dirige principalmente a **estudiantes de grado universitario, grado medio y grado superior** que necesitan realizar prácticas profesionales como parte de su formación académica. Este grupo de estudiantes busca experiencias prácticas que les permitan **aplicar los conocimientos adquiridos en clase**, desarrollar competencias profesionales y mejorar su futuro laboral. Muchos estudiantes se enfrentan a problemas comunes al buscar prácticas: los procesos suelen ser poco claros, desorganizados y carecen de acompañamiento, lo que genera inseguridad y frustración.

Practify responde a estas necesidades ofreciendo un **servicio integral** que no solo conecta al estudiante con empresas, sino que también **acompaña, orienta y supervisa** toda la experiencia de prácticas. De esta manera, las prácticas dejan de ser un mero requisito académico para convertirse en una experiencia enriquecedora y útil para el desarrollo profesional del estudiante.



## Buyer Persona (Estudiante arquetípico)

Para entender mejor a nuestros usuarios, hemos definido un **Buyer Persona** que representa al estudiante típico de Practify:

- **Nombre:** Laura Martínez
- **Edad:** 21 años
- **Situación académica:** Estudiante de grado medio
- **Objetivo principal:** Encontrar prácticas alineadas con su formación que le permitan aprender y desarrollar habilidades profesionales, como los negocios y el marketing.
- **Necesidades:** orientación y acompañamiento durante todo el proceso, acceso a prácticas de calidad, reconocimiento profesional, encontrar prácticas alineadas a sus metas como los negocios y el marketing y disfrutar de esta experiencia.
- **Frustraciones:** dificultad para encontrar prácticas útiles, falta de información clara, miedo a perder tiempo en experiencias poco formativas y miedo a no encontrar una formación real, que le aporte beneficio, conocimiento y experiencia.

Laura representa a los estudiantes que necesitan apoyo en su transición entre la formación académica y el mundo laboral. Su perfil permite a Practify diseñar estrategias de comunicación, servicios y herramientas que realmente respondan a sus necesidades.

**Se adjunta una imagen de buyer persona como ejemplo.**

**BUYER PERSONA**

Nombre:  
**Luna**

Insertar la imagen de nuestro cliente



17 años  
femenino  
estudio de grado medio en actividades comerciales  
paga de 10 euros a la semana

Edad/Sexo/Estudios/Profesión/Nivel de ingresos

estilo de vida :deportista ,habilidades en marketing ,lleva las redes sociales de su padre , persona con idiomas como inglés y francés ,en su tiempo libre le gusta salir con sus amigas y leer

Estilo de vida/Aficiones/Ocio/Tiempo libre

Deseos/Necesidades

Esta cursando 2do de actividades comerciales y desea encontrar unas prácticas acorde con sus estudios y capacidades ,donde le proporcionen formación de calidad

Obstáculos/Frustraciones

Siente frustración por no encontrar unas prácticas dignas y acordes con lo que ha estudiado, donde realmente pueda demostrar su potencial. Le gustaría acceder a oportunidades más justas y profesionales, pero debe conformarse con las que ofrece el colegio. Aunque no son malas opciones, está convencida de que existen alternativas mucho mejores.

Metas/Motivaciones/Objetivos

Su meta es conseguir unas prácticas dignas y acordes a sus estudios, donde pueda aprender, crecer profesionalmente y demostrar todo su potencial en un entorno que valore su esfuerzo y capacidades.

Nuestra plataforma conecta a empresas, estudiantes y profesores en un solo espacio, facilitando la búsqueda de prácticas formativas y el seguimiento del aprendizaje. De esta forma, los alumnos acceden a experiencias reales y certificadas, las empresas descubren talento motivado y los centros gestionan todo de manera sencilla y eficiente.

¿Qué problema resuelve nuestro producto o servicio?

## Mapa de Empatía

El **Mapa de Empatía** del estudiante arquetípico permite profundizar en su comportamiento, motivaciones y problemas:

- **Piensa y siente:** preocupación por su futuro, deseo de aprender, necesidad de sentirse acompañada.
- **Ve:** ofertas de prácticas poco claras, compañeros con las mismas dudas, plataformas impersonales sin orientación.
- **Oye:** consejos contradictorios de profesores y experiencias negativas de otros estudiantes.
- **Dice y hace:** expresa interés por aprender, busca información en distintas fuentes, se postula con inseguridad.
- **Dolores:** falta de acompañamiento, desconfianza en las empresas, sensación de desorganización.
- **Ganancias :** adquirir experiencia real, sentirse segura y acompañada, mejorar el currículum y acercarse a sus metas profesionales.

El mapa de empatía muestra que los estudiantes no solo necesitan acceso a ofertas de prácticas, sino también **orientación, seguridad y apoyo continuo**, aspectos fundamentales que Practify incorpora en su propuesta de valor.



## Segmento secundario (Empresas)

El segundo segmento de mercado de Practify está compuesto por **empresas de distintos tamaños y sectores** que buscan incorporar estudiantes en prácticas de manera estructurada, responsable y eficiente. Estas organizaciones valoran contar con estudiantes previamente evaluados y acompañados durante su experiencia,

reduciendo riesgos y optimizando los recursos dedicados a la gestión de prácticas. Practify ofrece a las empresas intermediación, seguimiento y evaluación de los estudiantes, asegurando que la experiencia de ambos lados sea satisfactoria y productiva.

## Oportunidades detectadas

El análisis del segmento de mercado y del mapa de empatía revela varias oportunidades para Practify:

1. Proporcionar un **servicio de acompañamiento integral**, desde la selección de la práctica hasta la evaluación final.
2. Ofrecer **orientación profesional personalizada**, adaptada a las necesidades y expectativas de cada estudiante.
3. Generar **confianza en los estudiantes y en las empresas**, asegurando prácticas de calidad y seguimiento constante.
4. Mejorar la **transición entre la educación y el mundo laboral**, aumentando la empleabilidad y la preparación profesional de los estudiantes.
5. Facilitar a las empresas la incorporación de talento joven con **mínimo riesgo y máximo valor añadido**.