

ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

Mercado objetivo

Son todas las personas residentes en Medellín que tengan algún interés por clases de música y técnica vocal.

- **Población Total de Medellín:** total de personas que residen en la ciudad de Medellín. Esta cifra incluye a todos los residentes, independientemente de su edad, género o estatus socioeconómico.

Proyecciones de Población – Año 2024		
Subdirección de Prospectiva, Información y Evaluación Estratégica		
Departamento Administrativo de Planeación		
Población total	Hombres	Mujeres
2.700.443	1.275.229	1.425.214

Tabla 1. Proyección poblacional – Medellín
Elaboración propia (2024), con base a datos de la Alcaldía de Medellín

- **Segmentación Demográfica:** datos demográficos para estimar el porcentaje de la población que podría estar interesada en clases de técnica vocal (6 – 65 años). El 86,93% de la población de Medellín se encuentra en el rango de edad mencionado.

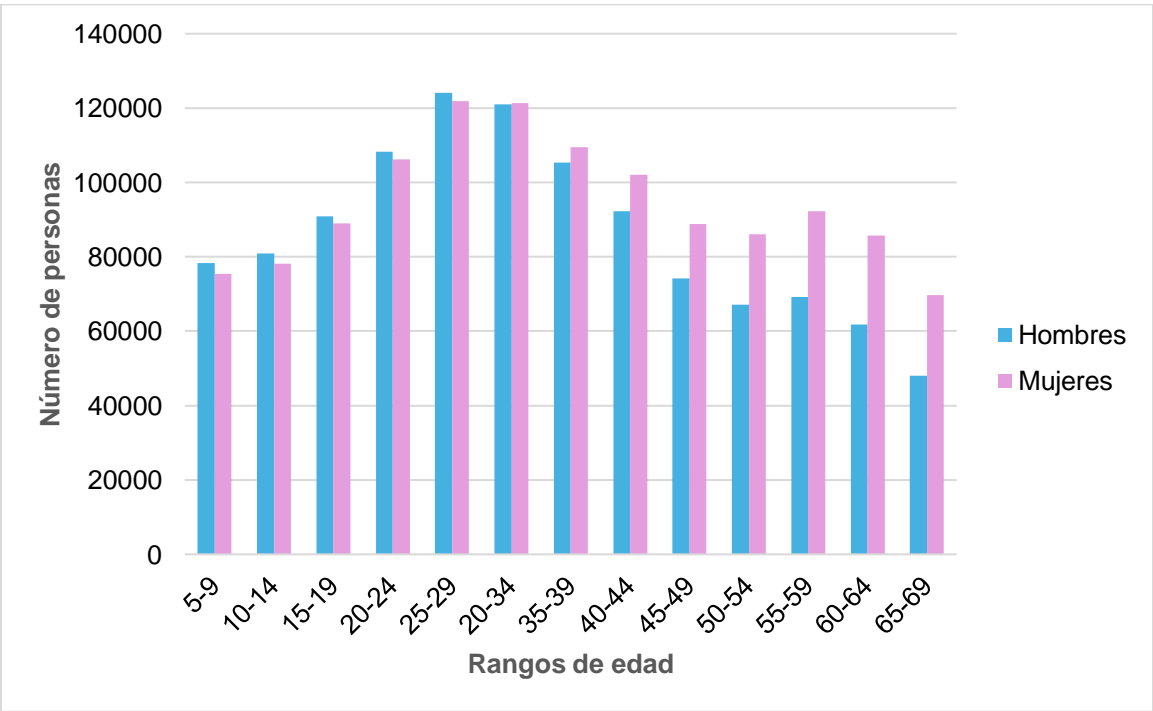
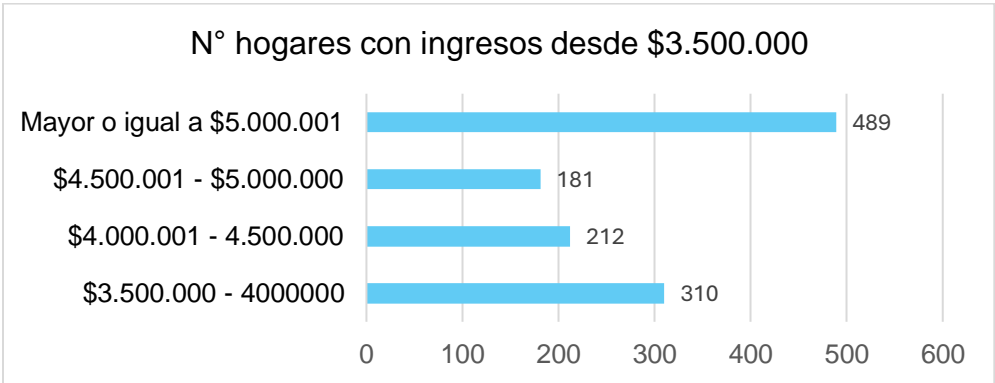


Ilustración 1. Segmentación por edad de los residentes de Medellín
Elaboración propia (2024), con base a datos de la Alcaldía de Medellín

Mercado potencial

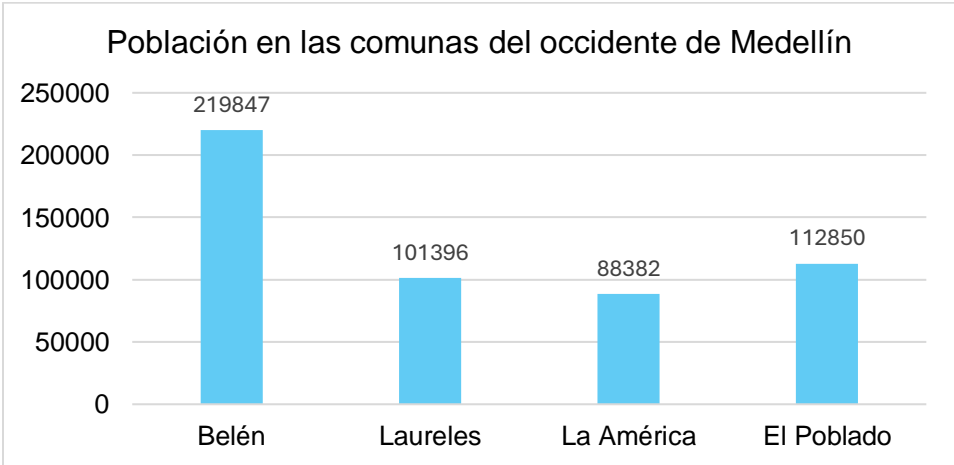
Son niños y jóvenes entre 6 y 16 años de Medellín, donde sus padres vean la posibilidad y el deseo de ofrecer educación cultural y creativa a sus hijos, 3576 personas cuentan con los recursos para pagar un curso de técnica vocal.

- **Intereses y capacidad de gasto:** qué porcentaje del segmento demográfico tiene capacidad económica para pagar por clases. Se consideraron únicamente los hogares con ingresos iguales o superiores a \$3.500.000, es decir, 1192 hogares (3576 personas) cuentan con los recursos para acceder a las clases de técnica vocal.



*Ilustración 2. Promedio de ingresos en los hogares de Medellín
Elaboración propia (2024), con base a datos de la Alcaldía de Medellín*

En las comunas de la zona occidental de la ciudad de Medellín habitan 522.475 personas, lo que podría indicar una gran demanda potencial.



*Ilustración 3. Población en las comunas del occidente de Medellín
Elaboración propia (2024), con base a datos de la Alcaldía de Medellín*

Análisis – 5 fuerzas de Porter

Rivalidad entre competidores existentes

Aunque la zona de influencia tiene una oferta de servicios similares, los competidores más influyentes en el sector son: ATEMPO, Escuela de música BENJAMIN HERRERA, Academia Rock Music y la Red de Escuelas de Música Sobre la Academia. Si bien los servicios son similares, existen algunos factores de diferenciación en la industria que varían de acuerdo con lo que cada uno de ellos reflejan, su identidad como formadores, estos son la disponibilidad, la imagen de marca, y la calidad. Todo ello de la mano, con un manejo de la experiencia del cliente, la cobertura según necesidades y la absorción e integración tecnológica.

Amenaza de nuevos competidores

El ingreso de nuevos competidores en el mercado siempre estará latente, esto debido a las bajas barreras de entrada, y una relativa facilidad económica para el inicio de una academia, desde los precios asequibles por parte de las empresas comercializadoras de instrumentos musicales y accesorios, hasta el personal idóneo para la ejecución. Sin embargo, las academias de mayor trayectoria y gran número de estudiantes podrían operar con menores costos, dificultando el ingreso de nuevos competidores al mercado (Academia Alegro Musical, 2022).

Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es medio/bajo, debido a que el principal requerimiento integrador es la mano de obra, es decir, el conjunto de docentes, tutores, colaboradores y facilitadores de espacios con una posible demanda concentrada en sectores específicos. Si hay una gran disponibilidad de instructores, el poder de negociación disminuye. Sin embargo, instructores con reconocimiento pueden exigir condiciones o salarios más altos (Academia Alegro Musical, 2022).

Poder de negociación con los clientes

Los clientes son todos aquellos que quieren recibir tutorías y formarse en ámbito musical de una forma académica sin olvidar el componente de disfrute y proyección artística para el que lo desee, generalmente son individuos de estrato socioeconómico medio/alto de una edad media o temprana, aunque se pretende impulsar el factor diferenciador de la inclusión (Academia Alegro Musical, 2022).

Entre más joven sea el integrante o interesado mayor es la influencia de sus padres en la actividad a realizar dentro de la academia, pasando este a ser el comprador del servicio y el alumno el usuario final del servicio. Se define que los clientes tienen un poder de negociación medio/bajo (Academia Alegro Musical, 2022).

Amenaza de Sustitutos

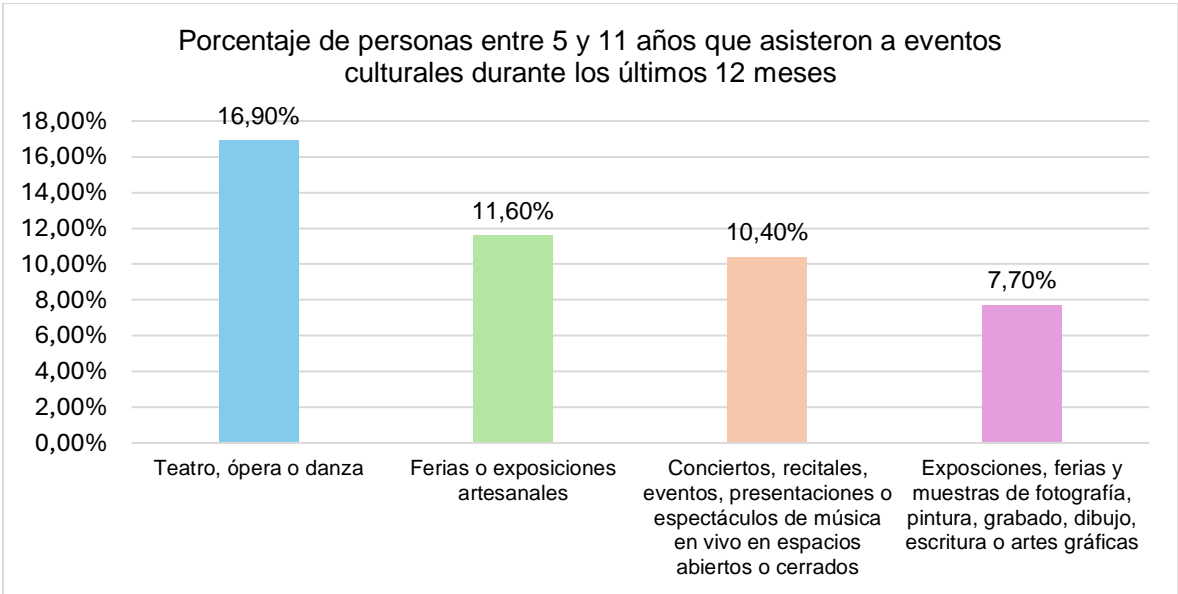
El sector de educación musical y arte podría verse afectado por gimnasios, artes marciales, scout, y otras actividades de esparcimiento, el grado de sustitución es

medio/alta debido a la facilidad de cambio de actividades, enfocados más a la entretención y consumo del tiempo que al tema de la capacitación y formación artística humana y cultural. Por otro lado, posterior a la pandemia, existe una creciente popularidad y accesibilidad de las clases en línea pueden representar una amenaza significativa. También, existen recursos gratuitos en internet que pueden ser considerados por potenciales estudiantes como mejores alternativas (Academia Alegro Musical, 2022).

Cifras que respaldan el análisis de la oferta y la demanda

<i>Razones de no Asistencia a espacios culturales</i>	Bibliotecas		Centros Culturales	
	Porcentaje	IC+/-	Porcentaje	IC+/-
Desinterés	61	1,3	55,3	1,5
Falta de tiempo	21,7	1,1	22,5	1,1
Están lejos	8,2	0,9	8,3	0,9
Falda de dinero	6,4	0,7	13,6	1,2
Desconocimiento	2,9	0,4	12,7	0,9
Ausencia de estos espacios	2,1	0,4	4,2	0,8

*Tabla 2. Razones de no asistencia a espacios culturales
Elaboración propia (2024), con base a datos del DANE*



*Ilustración 4. Porcentaje de personas que asistieron a eventos, presentaciones y espectáculos culturales
Elaboración propia (2024), con base a datos del DANE*

Comparando los datos anteriores, puede considerarse que la demanda sería alta, ya que 1192 hogares (3576 personas) tienen los ingresos para acceder a los servicios sin dificultades. Sin embargo, también se debe considerar que las

preferencias o el interés que tienen las personas en estas actividades es poco, o no se les ha divulgado lo suficiente.

Los eventos que tienen más asistencia son el teatro, el cine y las exposiciones artísticas, lo que sugiere un interés en las artes en general. Esto podría ser un indicativo de un mercado para la educación musical, considerando un interés transversal en otras formas de arte.

Es importante notar que algunos no asisten por falta de dinero o disponibilidad. Para la academia, es importante abordar estos puntos, se cuenta con flexibilidad en horarios y programas de becas (Academia Alegre Musical, 2022).