

1.º BACHILLERATO · CEE · UNIDAD 6

Mirar alrededor: necesidades y oportunidades

Entorno PESTEL, necesidades, investigación de mercados, ética de la encuesta y análisis de datos

6

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a...

- Describir el entorno general y el específico de un proyecto con un análisis PESTEL.
- Distinguir necesidad, deseo y demanda y detectar necesidades con la observación y el mapa de empatía.
- Elegir fuentes y técnicas de investigación de mercados y redactar preguntas de encuesta sin sesgos.
- Aplicar criterios éticos y de protección de datos al investigar con personas, en especial con menores.
- Analizar resultados con porcentajes y medias y extraer conclusiones señalando sus límites.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Es diciembre en 1.º de Bachillerato del IES Joan Robinson, en Sevilla. El grupo ya ha clasificado buena parte de los libros de las cajas de la AMPA, pero Ruth hace una pregunta incómoda: ¿cuántas familias tienen dificultades para conseguir libros y en qué condiciones usarían un banco? Nadie lo sabe. Carlos Alberto propone preguntarlo el viernes de las notas, a la salida del instituto. Alex avisa de que todo depende de cómo se pregunte.

❓ ¿Cómo averiguarías si a tu barrio le hace falta una heladería, un gimnasio o un taller de reparación de bicicletas sin abrirlos todavía?

❓ ¿Qué diferencia hay entre lo que alguien necesita, lo que desea y lo que acaba comprando?

❓ Si preguntas a diez amigos si les gusta tu idea, ¿qué fallo tiene esa «encuesta»?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

- **6.1** El entorno del proyecto
- **6.2** Detectar necesidades
- **6.3** Investigación de mercados
- **6.4** Investigación social
- **6.5** De los datos a la oportunidad

Los seis factores del PESTEL



Político

Gobiernos y ayudas.



Económico

Precios, empleo, turismo.



Social

Hábitos y población.



Tecnológico

Canales y herramientas.



Ecológico

Clima y recursos.



Legal

Normas y obligaciones.

CLAVE

Un factor bueno es **concreto y local**, como una ordenanza municipal o la temporada de lluvias.

PESTEL de una heladería



Heladería de Écija

Cada factor vale impacto × certeza, con signo de oportunidad (+) o amenaza (–).

1. **Puntos.** Paseo de tarde-noche: 3 × 3 = +9; energía: −(3 × 2) = −6.
2. **Saldo.** Oportunidades 28 − amenazas 21 = +7.
3. **Prioridades.** Terrazas, energía y alérgenos empatan en −6.

✔ **Entorno favorable, pero no prueba que el negocio sea viable: son juicios del equipo.**

Necesidad, deseo y demanda

CONCEPTO	QUÉ ES	EJEMPLO
Necesidad	Una carencia o problema	Moverse
Deseo	La forma concreta de cubrirla	Una bicicleta o un patinete
Demanda	Lo que se adquiere con ganas y capacidad de pagar	Quien compra la bici

CLAVE

Se redacta el **problema sin nombrar la solución**: de él nacen las soluciones, no al revés.

Fuentes y técnicas de investigación

1 → 2 → 3 → 4 → 5

1 Fuentes secundarias

INE, IECA: datos que ya existen.

2 Observación

Mirar sin intervenir y anotar.

3 Entrevista

Razones y matices, pocas personas.

4 Encuesta

Muchas respuestas y porcentajes.

5 Prueba piloto

Con 3 o 4 personas antes de empezar.

CLAVE

Preguntas **cortas, neutras, de una sola idea** y con opciones que cubran todo.

Pregunta sesgada o neutra

🚫

Sesgada

- «¿No cree que sería estupendo ahorrar en libros?»
- Palabras que empujan
- Dos ideas en una

VS

✅

Neutra

- «¿Cuánto gastó su familia este curso en libros?»
- Opciones que cubren todo
- Incluye «prefiero no responder»

CLAVE

Una encuesta equilibrada combina muchas cerradas y **una o dos abiertas al final**.

Investigar con respeto



Voluntaria e informada

Quién eres, para qué y qué harás con los datos.



Anónima

Sin fotos ni audio; resultados en conjunto.



Datos mínimos

Solo los necesarios; se destruyen al terminar.



Menores

Consentimiento propio desde los 14 años (LO 3/2018, art. 7.1).

CLAVE

Se dice «el 40 % no usa la aplicación», **no** «no saben usarla».

Encuesta en la puerta



Banco de libros

78 sí, 24 quizá y 18 no; cuota de 0, 5, 10 o 15 €.

1. **Porcentajes.** Sí: 78 / 120 = 65,0 %; donaría: 65 / 120 = 54,2 %.
2. **Media.** 690 / 120 = 5,75 € por familia; entre quienes pagarían, 7,67 €.
3. **Hacia las 600.** Unas 325 familias donarían: solo orientación.

✔️ **Son intenciones declaradas, de una muestra no aleatoria: conviene decir sus límites.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

«El 80 % dice que sí.» ¿Qué falta para poder interpretarlo?

A Nada, el porcentaje basta

B El total de respuestas: puede ser 4 personas de 5

C Un gráfico más bonito

✔️ Un porcentaje sin el total engaña; hay que decir cuántas personas contestaron.

REPASO

Ideas clave

- **Entorno.** General: PESTEL con seis factores, específico: clientes, competencia y proveedores del sector, oportunidades y amenazas con su valoración, andalucía como entorno.
- **Necesidades.** Necesidad, deseo y demanda, problemas que nadie resuelve, observación, mapa de empatía.
- **Mercados.** Fuentes secundarias y primarias, encuesta, entrevista, observación, preguntas neutras y muestra, sesgo.
- **Investigación social.** Participación voluntaria y anonimato, datos personales y menores, respeto a las personas encuestadas.
- **Oportunidad.** Porcentajes, medias y gráficos, conclusiones y límites, decidir qué se comprueba después.

PARA TERMINAR

Para pensar

1 ¿Qué necesidad de tu entorno has observado y a quién le «duele»?

2 Carlos Alberto se pregunta por qué treinta familias ponen cero euros. ¿No pueden o no quieren? ¿Cómo lo averiguarías?

3 ¿Qué dato de una encuesta no te fiarías sin conocer el total?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**