Unidad 6 · Nuestro proyecto de empresa

Resumen · Libro del alumno, págs. 89–104

La **investigación de mercado** sirve para averiguar quién compraría tu producto y cuánto pagaría. Se hace **observando**, **preguntando** con una **encuesta** de pocas preguntas y **contando**. Cuantas más personas contestan, y más distintas son, más fiable es el resultado, y los datos publicados hay que comprobarlos: quién los dice, cuándo y con qué pruebas. Al leer **porcentajes** conviene decidir con prudencia: querer algo no es lo mismo que pagarlo. Un **proyecto de empresa** reúne la idea y el valor, los clientes, los recursos, el equipo, el dinero y el calendario, y se actualiza con los datos nuevos. Para **planificar** se usa un calendario con **hitos** y un **plan B**. El **marketing** se organiza con las cuatro P: producto, precio, punto de venta y promoción. Una **publicidad honrada** no promete lo que no puede cumplir, y una IA puede escribir eslóganes falsos que hay que revisar. El precio que da más beneficio suele estar en el medio, pero depende de las ventas y de los costes. Al **presentar**, se cuentan el problema, la solución, las cifras y la petición en tres minutos. Después se recogen opiniones y se **evalúa** para mejorar la próxima vez. En la ficha E6 de vuestra miniempresa juntaréis el proyecto y el plan de marketing para presentarlos. Una miniempresa de clase es una actividad escolar: no es una empresa dada de alta, pero sirve para aprender cómo se piensa, se calcula y se trabaja en equipo antes de emprender de verdad.

Investigar el mercado

- Observar, preguntar y contar
- Encuesta de cinco preguntas claras y cortas
- Clientes y competencia
- Fuentes fiables: quién lo dice y cuándo
- Cuántas personas preguntar

El proyecto de empresa

- Idea, clientes, recursos, equipo, dinero y calendario
- Valor para el cliente
- Costes y precio
- Actualizar con datos nuevos

Planificar

- Calendario, hitos y plan B
- Quién hace cada tarea
- Revisar el plan cada semana
- Tiempo y materiales

Marketing

- Producto, precio, punto de venta y promoción
- Publicidad honrada
- Elegir el precio con cifras
- Eslóganes que no engañan

Presentar y evaluar

- Problema, solución, cifras y petición
- Opiniones y mejora
- Tres minutos bien repartidos
- Ficha E6: plan de marketing

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **6.1** Investigación · 91–92
- **6.2** Proyecto · 93–94
- **6.3** Planificar · 95–96
- **6.4** Marketing · 97
- **6.5** Presentar · 98

Material complementario del libro del alumno. Las personas, empresas y situaciones de los casos son ficticias, salvo que se indique otra cosa.