

## Proyecto Tecnológico - Guía Nº 4

Alumna: Daniela Malberti

Curso: 6to B

### Actividades

1) ¿Qué es el plan de viabilidad?

Es un documento que analiza si un proyecto o microemprendimiento es posible de realizar, teniendo en cuenta factores económicos, técnicos, comerciales y organizativos.

2) ¿Qué permite el plan de viabilidad?

Permite conocer si la idea de negocio es rentable, sostenible y realista antes de ponerla en marcha. Ayuda a prever problemas y a tomar decisiones informadas.

3) ¿Cómo se elabora el plan de viabilidad?

Se elabora investigando el mercado, definiendo los recursos necesarios, calculando costos, ingresos y beneficios esperados, evaluando riesgos y proyectando la organización del trabajo.

4) ¿Qué es el estudio de mercado?

Es una investigación sistemática que analiza las características, necesidades y comportamientos de los consumidores, así como la competencia y el entorno en el que se desarrollará el emprendimiento.

5) ¿Para qué se hace el estudio de mercado y qué permite?

Se hace para conocer la demanda, los gustos del cliente y la competencia. Permite reducir riesgos, diseñar estrategias adecuadas y asegurar que el producto o servicio tenga aceptación.

6) ¿Cuál es el objetivo del estudio de mercado?

Su objetivo es recopilar información confiable que sirva para tomar decisiones sobre el producto, el precio, la distribución y la promoción.

7) ¿Cuáles son las características del estudio de mercado?

- Es sistemático (sigue pasos ordenados).- Es objetivo (se basa en datos reales, no en suposiciones).- Es específico (apunta a un público o sector determinado).- Es útil para la toma de decisiones.

8) ¿Qué es una encuesta y qué tipos de encuesta hay? Explicar

La encuesta es una técnica de investigación que recoge información de un grupo de personas mediante preguntas. Tipos:- Presencial o personal: se realiza cara a cara.- Telefónica: se hace mediante llamadas.- Online: a través de formularios digitales.- Por correo o escrita: se entrega en papel.

9) ¿Cuál es el procedimiento para confeccionar una encuesta?

1. Definir el objetivo de la encuesta. 2. Elegir la población o muestra a la que se aplicará. 3. Redactar preguntas claras y concretas. 4. Seleccionar el tipo de encuesta. 5. Aplicarla y recolectar datos.

10) ¿Cómo se presentan los resultados de una encuesta y analizan sus resultados?

Se presentan mediante gráficos, tablas o porcentajes que muestran las respuestas obtenidas. Luego se analizan comparando tendencias, preferencias y opiniones de los encuestados para tomar decisiones.

11) ¿A qué se llama segmentar el mercado?

Es dividir el mercado total en grupos más pequeños y homogéneos de consumidores que comparten características o necesidades similares.

12) ¿Cuáles son los criterios de segmentación del mercado? Explicarlos

- Geográfica: por región, país, ciudad, clima.- Demográfica: por edad, género, nivel de ingresos, educación.- Psicográfica: por estilo de vida, intereses, valores.- Conductual: por hábitos de consumo, frecuencia de compra, fidelidad.

13) Segmentar los siguientes mercados:

a) Ropa → Por edad (niños, jóvenes, adultos), por género, por nivel económico.b) Comidas → Por gustos (vegetariana, rápida, gourmet), por región, por nivel económico.c) Calzado → Por uso (deportivo, formal, escolar), por edad, por género.d) Autos → Por precio (económicos, de lujo), por tamaño (compactos, camionetas), por uso (familiar, trabajo, deportivo).e) Música → Por edad (infantil, juvenil, adultos), por género musical (rock, pop, folclore, trap), por estilo de vida.

## Conclusión

El plan de viabilidad y el estudio de mercado son herramientas fundamentales para garantizar el éxito de un emprendimiento, ya que permiten conocer si la idea es rentable y qué necesidades tiene el público. La encuesta es una técnica clave para obtener información directa de los consumidores.

## Proceso de Metacognición

1) ¿Qué le pareció más interesante?

Me pareció interesante aprender cómo el estudio de mercado ayuda a reducir riesgos y aumentar las posibilidades de éxito de un negocio.

2) ¿Qué logros has alcanzado?

Logré comprender la importancia de segmentar el mercado y elaborar encuestas útiles para la investigación.

3) ¿Qué dificultades tuvo para aprender?

Tuve algunas dificultades al diferenciar los criterios de segmentación, pero al repasarlos quedó más claro.