

CURSO PRESENCIAL:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANÁLISIS EFECTIVO



GESTIÓN EMPRESARIAL

INFORMACIÓN IMPORTANTE

Fechas: Del 01 al 15 de agosto de 2025

Sesiones: lunes, miércoles y viernes

Horario: De 19:00 a 22:00 hrs.

Modalidad: Presencial

Inversión: Bs. 1100 bs

Contacto: 62077638 Nekane Talavera

ANTECEDENTES DEL CURSO

En el dinámico entorno empresarial actual, la información precisa y oportuna es un activo crucial. Las empresas a menudo enfrentan limitaciones de recursos, lo que hace que la toma de decisiones basada en la intuición sea riesgosa. Este curso surge de la necesidad de proporcionar las herramientas y el conocimiento práctico para llevar a cabo investigaciones de mercado efectivas y analizar datos relevantes, permitiéndoles comprender mejor a sus clientes, la competencia y las tendencias del mercado, y así, optimizar sus estrategias y minimizar riesgos.

OBJETIVOS

Capacitar a los participantes para diseñar, implementar y analizar estudios de mercado utilizando herramientas accesibles y metodologías efectivas, con el fin de obtener información valiosa para la toma de decisiones estratégicas en sus negocios.

- Identificar y definir claramente los objetivos de una investigación de mercado.
- Seleccionar y aplicar diversas metodologías de investigación, tanto cuantitativas como cualitativas.
- Diseñar y crear encuestas efectivas utilizando herramientas como QuestionPro y Google Forms.

CURSO PRESENCIAL:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANÁLISIS EFECTIVO



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Determinar el tipo de preguntas y escalas de medición adecuadas para cada objetivo de investigación.
- Recolectar y organizar datos de manera eficiente.
- Seleccionar y utilizar los tipos de gráficos apropiados para visualizar los datos.
- Analizar datos utilizando técnicas de cruces de variables y análisis descriptivo.
- Interpretar los resultados del análisis de datos para generar conclusiones y recomendaciones accionables.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a casos prácticos y proyectos relacionados con sus propios negocios.

PÚBLICO OBJETIVO

Profesionales de marketing y ventas, Consultores y asesores de negocios. Emprendedores. Cualquier persona interesada en adquirir habilidades en investigación de mercado y análisis de datos para la toma de decisiones empresariales.

HABILIDADES QUE DESARROLLARÁ EL PARTICIPANTE

- Capacidad para definir objetivos de investigación de mercado claros y relevantes.
- Diseñar y crear encuestas efectivas utilizando herramientas digitales.
- Selección y aplicación de diferentes tipos de preguntas y escalas de medición.
- Recolección y organizar datos y gráficos de manera eficiente.
- Analisis de datos utilizando cruces de variables y análisis descriptivo.
- interpretación de resultados y generar conclusiones accionables.
- Tomar de decisiones estratégicas informadas.

CURSO PRESENCIAL:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANÁLISIS EFECTIVO



GESTIÓN EMPRESARIAL

DURACIÓN

18 horas reloj.

METODOLOGÍA

El curso se desarrollará bajo una metodología teórico-práctica, combinando la exposición de conceptos clave con la aplicación práctica de las herramientas y técnicas. Se fomentará la participación de los asistentes a través de: Discusiones grupales y debates. Análisis de casos reales. Ejercicios prácticos individuales y en equipo. Trabajos prácticos a aplicar en sus emprendimientos o empresas.

Medios que se utilizarán durante la capacitación:

Presentaciones en diapositivas. Herramientas de encuestas online (QuestionPro, Google Forms). Software de hojas de cálculo (Excel o Google Sheets) para el análisis de datos. Material de lectura complementario. Videos y otros recursos multimedia.

CERTIFICACIÓN

En respuesta a la era de la Transformación Digital, integramos las credenciales digitales con tecnología Blockchain en el reconocimiento de logros adquiridos por los participantes de nuestras capacitaciones de Educación Continua, destacándonos como pioneros en Bolivia.

Este curso ofrece un certificado digital de asistencia con tecnología Blockchain que reconoce las habilidades y conocimientos adquiridos; para obtenerlo, es necesario completar el curso cumpliendo con el requisito de una asistencia mínima del 80%.

Este tiene las siguientes características:

Metadatos Integrados: Cada credencial digital contiene datos que describen la información clave sobre la certificación, incluyendo los criterios de otorgamiento.

CURSO PRESENCIAL:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANÁLISIS EFECTIVO



GESTIÓN EMPRESARIAL

Tecnología Blockchain: Esta tecnología proporciona un registro inmutable y seguro de cada credencial emitida, lo que impide su falsificación o alteración.

Verificación en tiempo real: Pueden ser verificadas en tiempo real a través de un enlace web o un código QR.

Sociabilización: El titular puede compartir sus credenciales directamente en plataformas profesionales como LinkedIn, en redes sociales, o incluirlas en sus firmas de correo electrónico.

CONTENIDO

Módulo 1: Fundamentos de la Investigación de Mercado

- Introducción a la investigación de mercado: Conceptos clave, importancia y aplicaciones.
- El proceso de la investigación de mercado: Etapas y consideraciones.
- Definición del problema y los objetivos de la investigación.
- Tipos de investigación de mercado: Exploratoria, descriptiva y causal.
- Fuentes de información: Primarias y secundarias.
- Visión general de las aplicaciones de la IA en la investigación de mercado.

Módulo 2: Metodologías de Investigación

- Investigación cuantitativa: Encuestas, experimentos y observación.
- Investigación cualitativa: Entrevistas, grupos focales y observación participante.
- Diseño de la investigación: Muestreo, selección de participantes y consideraciones éticas.
- Combinación de metodologías: Métodos mixtos.

Módulo 3: Diseño y Creación de Encuestas

- Introducción a las herramientas de encuestas online: QuestionPro y Google Forms.
- Tipos de preguntas: Abiertas, cerradas, de opción múltiple, de escala de Likert, etc.

CURSO PRESENCIAL:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANÁLISIS EFECTIVO



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Escalas de medición: Nominal, ordinal, de intervalo y de razón.
- Redacción de preguntas claras y no sesgadas.
- Estructura y flujo de la encuesta.
- Prueba piloto y ajustes.
- Herramientas de IA para la optimización de la redacción de preguntas.
- IA para la predicción de la tasa de finalización de encuestas.
- IA para la personalización dinámica de encuestas.
- IA para la selección de encuestados.

Módulo 4: Recolección y Organización de Datos

- Métodos de recolección de datos: Online, telefónico, personal, etc.
- Gestión de la información: Creación de bases de datos y hojas de cálculo.
- Limpieza y preparación de datos.
- Consideraciones éticas en la recolección de datos.

Módulo 5: Análisis y Visualización de Datos

- Introducción al análisis de datos: Tipos de análisis (descriptivo, inferencial).
- Análisis descriptivo: Medidas de tendencia central (media, mediana, moda) y de dispersión (desviación estándar, varianza).
- Cruces de variables: Tablas de contingencia.
- Tipos de gráficos: Barras, columnas, líneas, circulares, etc.
- Selección del gráfico adecuado para cada tipo de dato y objetivo de visualización.
- Herramientas de IA para la limpieza de datos.
- Herramientas de IA para generar insights automáticos.

Módulo 6: Interpretación de Resultados y Conclusiones

- Interpretación de los resultados del análisis de datos.
- Identificación de patrones, tendencias y relaciones.
- Generación de conclusiones y recomendaciones accionables.

CURSO PRESENCIAL:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANÁLISIS EFECTIVO



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Elaboración de informes de investigación de mercado.
- Presentación de los resultados a la toma de decisiones.
- Aplicación de la investigación de mercado para la planificación estratégica.
- IA para el análisis de sentimiento.

INSTRUCTOR

Antonio De La Vía González

Profesional con una sólida formación académica y experiencia práctica en el ámbito comercial y de análisis de datos, lo cual lo convierte en un instructor idóneo para este curso. Es Ingeniero Comercial por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA) y posee un Diplomado en Educación Superior, lo que avala sus competencias pedagógicas. Actualmente, está cursando una Maestría en Ciencia de Datos aplicada a la Inteligencia de Negocios.

Su experiencia laboral incluye roles como Jefe de Proyectos y Gerente de Proyectos, donde desarrolló habilidades en la gestión y análisis de información. Además, tiene experiencia docente como Profesor de Comercial y Marketing en la UPSA, y actualmente se desempeña como jefe de Carrera de Ingeniería Comercial, demostrando su capacidad para transmitir conocimientos de manera efectiva.

En cuanto a sus habilidades técnicas, posee un manejo intermedio de Power BI y un amplio dominio de diversas herramientas de software para el análisis de datos, como SPSS, Qualtrics, Question Pro, Survey to Go, Tableau, GFK, VIACIENCIA y Web.CHKDATA. Esta experiencia en el manejo de herramientas es fundamental para guiar a los estudiantes en el uso de software relevante para la investigación de mercados.

Su experiencia en la realización de estudios de mercado y la elaboración de estrategias de marketing en la UPSA, para empresas locales e internacionales con estudiantes de Pregrado aporta un valor práctico y aplicado, actualizado a nuestra realidad.