



**22** de Abril.



Modalidad Virtual

Disponible para toda Bolivia

Curso:

# Investigación de Mercado para la Toma de Decisiones



4 encuentros  
19:00 a 21:30 hrs.

**Docente:**

**Ing. MBA. Jessica Benaventes**

Maestría en Administración de empresas con especialidad en finanzas

Curso avalado por:



# Investigación de Mercado para la Toma de Decisiones



**Fecha de Inicio y Fin**  
del 22 al 25 de Abril



**Contenido y Horario**  
Martes a viernes  
19:00 a 21:30 Hrs.



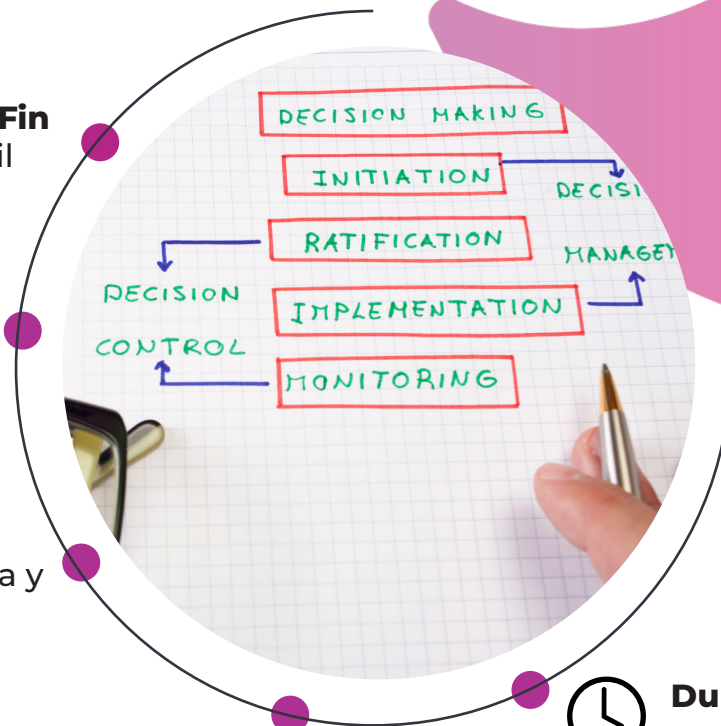
**Modalidad**  
Virtual Para Bolivia y  
Latam.



**Docente**  
Ing. MBA Jessica Benaventes



**Duración**  
10 hrs.



## Contenido del Curso

### Contenido Teórico

1. Necesidad e importancia de la investigación de mercados.
2. Investigación de mercados como instrumento de la Mercadotecnia.
3. Función y objetivos de la IDM.
4. Tipos de estudio de mercado.
5. Planeación de la Investigación de Mercados.
6. Definición del problema, hipótesis y objetivos.

7. Definición del problema, hipótesis y objetivos.
8. Diseño de la metodología de investigación.
9. Muestreo.
10. Trabajo de campo.
11. Preparación y análisis de datos.
12. Preparación y presentación del informe.

### Contenido Práctico

- 2.1. Métodos Cualitativos.
  - 2.1.1. Grupos Focales.
- 2.2. Métodos Cuantitativos.
  - 2.2.1. Técnica de encuesta.
  - 2.2.2. Diseño de cuestionarios.

## Objetivo

Brindar a los estudiantes los conocimientos y herramientas fundamentales para comprender, planear y ejecutar una investigación de mercados de manera efectiva. A través del estudio de su importancia, funciones y tipos, así como el desarrollo práctico de metodologías cualitativas y cuantitativas, los participantes aprenderán a definir problemas, formular hipótesis, diseñar investigaciones, recolectar y analizar datos, y presentar informes que apoyen la toma de decisiones en mercadotecnia.

## Dirigido a:

Dirigido a emprendedores, pequeños empresarios y profesionales encargados de marketing y publicidad que buscan desarrollar habilidades en investigación de mercados para mejorar la toma de decisiones estratégicas. Ideal para aquellos que trabajan en mercados de bienes y servicios de consumo y requieren herramientas prácticas para definir problemas, formular hipótesis, diseñar cuestionarios, realizar análisis de datos y presentar informes que respalden sus estrategias comerciales.

## Duración

### ABRIL

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

## Inversión:

PRECIO NORMAL:	710 Bs.
<b>PREVENTA (HASTA EL 15 DE ABRIL):</b>	<b>660 Bs.</b>
PRECIO CORPORATIVO (3 O MÁS PERSONAS):	610 Bs.
DESCUENTO DEL 20% PARA AFILIADOS DE LA S.I.B. SANTA CRUZ	

## Alcance:

Este curso proporciona una formación integral en investigación de mercados, abarcando desde los fundamentos teóricos hasta la aplicación práctica de metodologías cualitativas y cuantitativas. Los participantes aprenderán a identificar problemas de mercado, formular hipótesis, definir objetivos y diseñar estudios adecuados para la recolección y análisis de datos. Además, se explorarán técnicas como encuestas, cuestionarios y grupos focales, facilitando la toma de decisiones estratégicas en entornos de bienes y servicios de consumo.

## Docente:

**Ing. MBA. Jessica M. Benavente Sánchez**

Profesional en Ingeniería Comercial con mención en Economía, con una sólida formación académica complementada por una Maestría en Administración de Empresas con especialización en Finanzas.

Posee amplios conocimientos en investigación y análisis de mercados, incluyendo metodologías cualitativas y cuantitativas para la toma de decisiones estratégicas. Su experiencia en estudios de mercado le permite orientar a sus estudiantes en la aplicación de herramientas para comprender el comportamiento del consumidor y optimizar estrategias comerciales.

## ¿Qué Incluye tu Inscripción?:

Clases virtuales en vivo por ZOOM junto a docente y tus compañeros, oportunidad de networking.

Material digital de apoyo disponible de manera indefinida en la nube, desde donde podrás ver y/o descargar tus clases grabadas y documentos como ser:

Certificado con valor curricular con **13 horas académicas**, avalado por Wibel, marca oficial registrada de GRUPO BELCAS con matrícula de comercio e identificación tributaria: 375983023 y por el Colegio de Ingenieros Industriales de Santa Cruz.

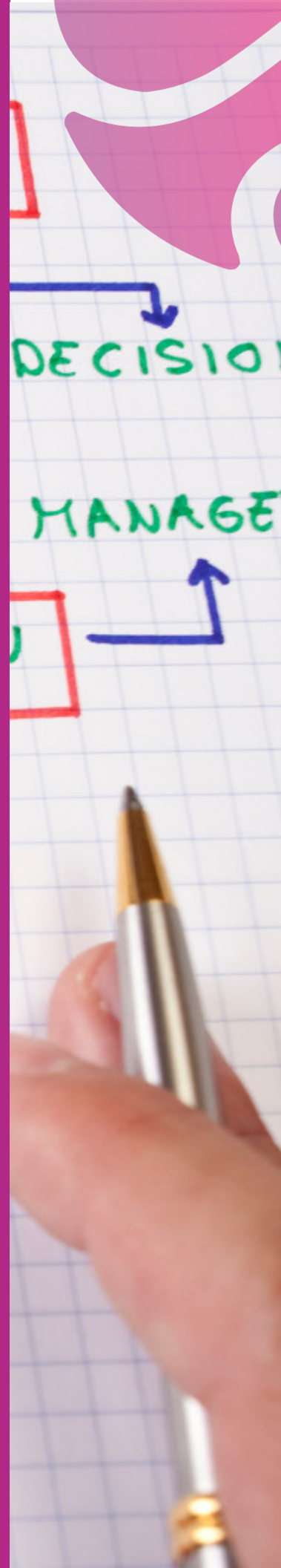
Factura.



Colegio de Ingenieros Industriales  
SANTA CRUZ



**BELCAS**





# ¿Cómo Inscribirte?

Ingresa a :

[www.wibel.net](http://www.wibel.net)



Inscripciones habilitadas 24/7

Comparte tu comprobante digital de pago donde indique el monto, fecha y hora del pago efectuado; a uno de los siguientes contactos de WhatsApp:



+591 78492505

+591 78164943



Visítanos a la Calle Jaurú #2410 , Entre 2 y 3 Anillo, Entre Av Paragua y Av. Guapay, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

HORARIO DE ATENCIÓN: De 08:30 a 12:30 y de 14:30 a 18:30 de lunes a viernes y los sábados de 08:30 a 12:30.

## Métodos de Pago:



Tigo Money: 76070714

Titular: BELCAS S.R.L.



Nº Cuenta: 2000182683

Cuenta Corriente

Nit: 375983023



Titular: BELCAS S.R.L.

Cuenta de Ahorro:

10000055213800

NIT: 375983023



Titular: de BELCAS S.R.L.

Nº Cuenta: 2000182683 / Cuenta Corriente

NIT: 375983023