



## COLEGIO "SAN BERNARDO"

NIVEL SECUNDARIO BASICO Y ORIENTADO

<b>GUIA PEDAGÓGICA Nº 8 DE Administración y Emprendedurismo</b>  Alumno:..... Curso: 6º Año de Secundario Orientado en Economía Fecha: 1/07/2021 PROF.: Ana Valeria MARTIN Trimestre: Primero EJE Nº 2 <b>CONTENIDO:</b> Investigación de mercado <b>CALIFICACIÓN:</b> .....	<b>CAPACIDAD GENERAL: COMUNICACIÓN</b> <b>CAPACIDADES ESPECÍFICAS:</b> · Interpretación de consignas, cuadros comparativos, mapas, Conceptuales. · Dominio de lenguaje técnico. <b>CRITERIOS DE EVALUACION:</b> 1) Utilización correcta del lenguaje técnico. 2) Interpretación correcta de consignas. 3) Revisión de ortografía sin disminución de puntaje. 4) Control de Ortografía 5) <b>Honestidad Intelectual</b>
--	---

### Hoy Veremos: "Cómo se hace un estudio de mercado paso a paso"

#### ►Cuál es la estructura del estudio de mercado

Antes de la realización del estudio de mercado, deberás hacerlo siguiendo una estructura bien definida. Este es un ejemplo de la misma.

Ten en cuenta que podrá sufrir modificaciones en función de tus objetivos, los cuales te explicaremos en el siguiente apartado:

- A) - **Definir para qué queremos realizar el estudio.** Anota los problemas a resolver y ten en cuenta que es posible encontrar más de una solución.
- B) - **Fuentes de información.** *Hablamos de dos tipos:* las primarias (encuestas, entrevistas, grupos de discusión, etc., es decir, las que llevas tú mismo a cabo) o las *fuentes secundarias* (artículos, informes, páginas webs, [estadísticas](#) de empresa, fuentes gubernamentales, etc., es decir, fuentes de terceros).
- C) - **Diseño y tratamiento de los datos.** Deberás decidir cómo vas a recopilar los datos que necesitas, qué herramientas o técnicas vas a utilizar.
- D) - **Procesamiento y análisis de los datos.** Cuando ya sepas cómo lo vas a hacer, ¡manos a la obra!
- E) - **Informe final.** Por supuesto que después el trabajo, tendrás que tener un reporte que analice los datos obtenidos y aclare las conclusiones finales.

### ¿Cómo se obtiene la información?

- 1- **Entrevistas en profundidad:** puedes acudir a un experto en el sector o a uno de tus clientes potenciales para realizarle una entrevista. Es importante trabajar un buen guion de la misma. En función de tu público objetivo, deberás hacer más o menos. Sin embargo, si decides hacérsela a clientes, el mínimo para tenerlo en cuenta será de cinco entrevistas.
- 2- **Encuestas:** tal vez opines que es más rápido realizar encuestas a tus posibles clientes. Internet nos beneficia una vez más, ya que ofrece



**COLEGIO "SAN BERNARDO"**

NIVEL SECUNDARIO BASICO Y ORIENTADO

<p><b>GUIA PEDAGÓGICA Nº 8 DE Administración y Emprendedurismo</b></p> <p>Alumno:.....</p> <p>Curso: 6º Año de Secundario Orientado en Economía</p> <p>Fecha: 1/07/2021 PROF.: Ana Valeria MARTIN</p> <p>Trimestre: Primero</p> <p>EJE Nº 2</p> <p><b>CONTENIDO:</b> Investigación de mercado</p> <p><b>CALIFICACIÓN:</b>.....</p>	<p><b>CAPACIDAD GENERAL: COMUNICACIÓN</b></p> <p><b>CAPACIDADES ESPECÍFICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Interpretación de consignas, cuadros comparativos, mapas, Conceptuales.</li> <li>· Dominio de lenguaje técnico.</li> </ul> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACION:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Utilización correcta del lenguaje técnico.</li> <li>2) Interpretación correcta de consignas.</li> <li>3) Revisión de ortografía sin disminución de puntaje.</li> <li>4) Control de Ortografía</li> <li>5) <b>Honestidad Intelectual</b></li> </ol>
--	--

diferentes herramientas que te ayudarán. Sin embargo, también piensa en el precio de estas: deberás hacer un mínimo de 40 o 50 encuestas.

**3- Grupo de discusión:** se trata de convocar presencialmente a cinco u ocho clientes potenciales para que valoren la presentación de tu idea o tu producto. No será representativo, pero sí que te permitirá identificar sus motivaciones y opiniones.

**4- Análisis de la competencia.**

Así es, todo estudio de mercado tiene un parte centrada en descubrir cómo están trabajando empresas similares a la tuya, **la competencia**. Con esta parte descubrirás qué les está funcionando y qué no, identificarás oportunidades de negocio, tendencias de mercado y claves de éxito/fracaso.

**5- Definir tu público objetivo**

Gracias al estudio de mercado tendrás un perfil exacto de tu potencial cliente y de sus características, tanto sociodemográficas como edad, género, ubicación, etc., como de las más personales como sus gustos, sus aficiones, sus aspiraciones, etc.

<p>Vicerrectoría Académica Dirección de Formación General Programa de Emprendimiento</p>		
<p><b>PREGUNTAS ABIERTAS Y CERRADAS</b></p>		
TIPO DE PREGUNTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
ABIERTA	Obtener conclusiones importantes.	Toman un mayor tiempo en contabilizarse y codificarse. Difíciles de analizar.
CERRADA	Rápidas de contabilizar y codificar. Fáciles de analizar.	No se obtienen conclusiones importantes.



## COLEGIO "SAN BERNARDO"

NIVEL SECUNDARIO BASICO Y ORIENTADO

### GUIA PEDAGÓGICA Nº 8 DE Administración y Emprendedurismo

Alumno:.....  
Curso: 6º Año de Secundario Orientado en Economía  
Fecha: 1/07/2021 PROF.: Ana Valeria MARTIN  
Trimestre: Primero  
EJE Nº 2

**CONTENIDO:** Investigación de mercado

**CALIFICACIÓN:**.....

### CAPACIDAD GENERAL: COMUNICACIÓN

#### CAPACIDADES ESPECÍFICAS:

- Interpretación de consignas, cuadros comparativos, mapas, Conceptuales.
- Dominio de lenguaje técnico.

#### CRITERIOS DE EVALUACION:

- 1) Utilización correcta del lenguaje técnico.
- 2) Interpretación correcta de consignas.
- 3) Revisión de ortografía sin disminución de puntaje.
- 4) Control de Ortografía
- 5) **Honestidad Intelectual**

### Abiertas

La respuesta es libre:

- ¿Por qué te gusta el teatro?
- ¿Qué te motiva a viajar?
- ¿Qué opinas del presidente?

### Cerradas

La respuesta es específica.

- ¿Escuchas la radio?  
a) Si b) No
- ¿Ves televisión?  
a) Si b) No



### Consejos Básicos para hacer una encuesta:

- ✓ Colocar las preguntas en orden lógico
  - ✓ Hacer que la primera pregunta sea fácil de responder.
  - ✓ Las preguntas deben ser cortas.
  - ✓ Las preguntas deben tratar de obtener datos relacionados con los hechos, más que con las opiniones.
  - ✓ Evitar las respuestas ambiguas
  - ✓ Encuesta primero a un pequeño grupo de personas (grupo piloto) en calidad de prueba, antes de generalizarlo. Después de este paso, probablemente haya que cambiar algunas cosas.
  - ✓ Hacer un trabajo "puerta a puerta" o persona a persona
- [Video Tutorial de cómo se hacen encuestas por Google Drive y mandarlas por Whatsapp](#)



**COLEGIO "SAN BERNARDO"**  
NIVEL SECUNDARIO BASICO Y ORIENTADO

<b>GUIA PEDAGÓGICA Nº 8 DE Administración y Emprendedurismo</b>  Alumno:..... Curso: 6º Año de Secundario Orientado en Economía Fecha: 1/07/2021 PROF.: Ana Valeria MARTIN Trimestre: Primero EJE Nº 2 <b>CONTENIDO:</b> Investigación de mercado <b>CALIFICACIÓN:</b> .....	<b>CAPACIDAD GENERAL: COMUNICACIÓN</b> <b>CAPACIDADES ESPECÍFICAS:</b> · Interpretación de consignas, cuadros comparativos, mapas, Conceptuales. · Dominio de lenguaje técnico. <b>CRITERIOS DE EVALUACION:</b> 1) Utilización correcta del lenguaje técnico. 2) Interpretación correcta de consignas. 3) Revisión de ortografía sin disminución de puntaje. 4) Control de Ortografía 5) <b>Honestidad Intelectual</b>
--	---



**Actividades de Integración**

- 1- Ordena los pasos para hacer una investigación de mercado porque están desordenados
  - A) - Fuentes de información.
  - B) - Procesamiento y análisis de los datos.
  - C) - Definir para qué queremos realizar el estudio.
  - D) - Informe final.
  - E) - Diseño y tratamiento de los datos.
- 2- Ahora que los ordenaste explica cada paso para hacer una investigación de mercado.
- 3- Elabora un esquema explicando cómo se puede obtener información en un estudio de mercado



**COLEGIO "SAN BERNARDO"**

NIVEL SECUNDARIO BASICO Y ORIENTADO

<p><b>GUIA PEDAGÓGICA Nº 8 DE Administración y Emprendedurismo</b></p> <p>Alumno:.....</p> <p>Curso: 6º Año de Secundario Orientado en Economía</p> <p>Fecha: 1/07/2021 PROF.: Ana Valeria MARTIN</p> <p>Trimestre: Primero</p> <p>EJE Nº 2</p> <p><b>CONTENIDO:</b> Investigación de mercado</p> <p><b>CALIFICACIÓN:</b>.....</p>	<p><b>CAPACIDAD GENERAL: COMUNICACIÓN</b></p> <p><b>CAPACIDADES ESPECÍFICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Interpretación de consignas, cuadros comparativos, mapas, Conceptuales.</li> <li>· Dominio de lenguaje técnico.</li> </ul> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACION:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Utilización correcta del lenguaje técnico.</li> <li>2) Interpretación correcta de consignas.</li> <li>3) Revisión de ortografía sin disminución de puntaje.</li> <li>4) Control de Ortografía</li> <li>5) <b>Honestidad Intelectual</b></li> </ol>
--	--

4- De los siguientes ejemplos que se muestran a continuación, clasifica si es una encuesta cerrada, abierta o mixta

**Caso N° 1**

Prefiere las aperturas de su casa: De madera  De aluminio

❖ ¿Qué tipo de encuesta es-----

**Caso N° 2**

¿De qué material prefiere las aperturas de su casa?-----

❖ ¿Qué tipo de encuesta es-----

**Caso N° 3**

Prefiere las aperturas de su casa: De madera  De aluminio

En caso de ser de madera: ¿De qué color las prefiere?-----

En caso de ser de aluminio: ¿De qué color las prefiere?-----

5- Mencione 5 consejos para elaborar una encuesta

6- Elaborar una encuesta teniendo en cuenta los consejos dados en la teoría con el producto que elegiste comercializar en la guía anterior.

(Para iniciar un estudio de mercado de un producto o servicio, debes realizar una encuesta a los clientes potenciales.)

**¡ Recuerden que la encuesta puede ser cerrada, abierta o mixta!)**

**Sitios Web consultados:**

<https://blog.mailrelay.com/es/2018/09/06/estudio-de-mercado>

<https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/>



## COLEGIO "SAN BERNARDO"

NIVEL SECUNDARIO BASICO Y ORIENTADO

<p><b>GUIA PEDAGÓGICA Nº 8 DE Administración y Emprendedurismo</b></p> <p>Alumno:.....</p> <p>Curso: 6º Año de Secundario Orientado en Economía</p> <p>Fecha: 1/07/2021 PROF.: Ana Valeria MARTIN</p> <p>Trimestre: Primero</p> <p>EJE Nº 2</p> <p><b>CONTENIDO:</b> Investigación de mercado</p> <p><b>CALIFICACIÓN:</b>.....</p>	<p><b>CAPACIDAD GENERAL: COMUNICACIÓN</b></p> <p><b>CAPACIDADES ESPECÍFICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Interpretación de consignas, cuadros comparativos, mapas, Conceptuales.</li><li>· Dominio de lenguaje técnico.</li></ul> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACION:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Utilización correcta del lenguaje técnico.</li><li>2) Interpretación correcta de consignas.</li><li>3) Revisión de ortografía sin disminución de puntaje.</li><li>4) Control de Ortografía</li><li>5) Honestidad Intelectual</li></ol>
--	--