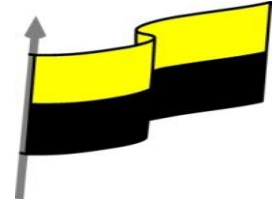




MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL
INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
 (antes colegio nacionalizado mixto nuestra señora de la candelaria)
 Creado por decreto municipal # 004 de 1965 y aprobado mediante Resolución 9086
 de diciembre 1 del /93 y las resoluciones departamentales 0179 de 1° de abril de 2005
 y 002810 del 05 de julio 2013
 Con reconocimiento Oficial Autorizado para Ofrecer los Niveles de Pre-escolar,
 Educación Básica Primaria y Educación Media.
 Registro DANE: 127073000041 y NIT: 900069490
 Departamento del choco: Municipio de Bagadó



GUÍA DE APRENDIZAJE PARA ESTUDIANTE

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

Nombre del EE:	INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA				
Nombre del Docente:	ABEL ALIDO RENTERIA MACHADO				
Número telefónico del Docente:	3104439601	Correo electrónico del docente	Abelalidorenteria58@gmail.com		
Nombre del Estudiante:					
Área	EMPRENDIMIENTO	Grado:	ONCE	Período	TERCER
Duración	15 DÍAS	Fecha Inicio	06/07/2020	Fecha Finalización	17/07/2020

DESARROLLO DE LOS APRENDIZAJES

TEMATICA PARA EL DESARROLLO DE LOS APRENDIZAJES	ESTUDIO DE MERCADO
COMPETENCIA(S) A DESARROLLAR	PERSISTENCIA Y EXIGENCIA DE CALIDAD Y EFICIENCIA
OBJETIVO (S)	✚ Obtener informaciones que le permite a los estudiantes tener conocimiento claro sobre el estudio de mercado
DESEMPEÑOS	✚ Interpretación del estudio de mercado.
CONTENIDOS	<p style="text-align: center;">ESTUDIO DE MERCADO</p> <p>Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.</p> <p>Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio.</p> <p>Muchas empresas o dueños de pequeños negocios aún no son conscientes de</p>



MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL
INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
(antes colegio nacionalizado mixto nuestra señora de la candelaria)
Creado por decreto municipal # 004 de 1965 y aprobado mediante Resolución 9086 de diciembre 1 del /93 y las resoluciones departamentales 0179 de 1° de abril de 2005 y 002810 del 05 de julio 2013
Con reconocimiento Oficial Autorizado para Ofrecer los Niveles de Pre-escolar, Educación Básica Primaria y Educación Media.
Registro DANE: 127073000041 y NIT: 900069490
Departamento del choco: Municipio de Bagadó



la utilidad de un estudio de mercado. Este artículo te ayudará a comprender de mejor forma su utilidad y las ventajas que tiene de reducir al máximo los riesgos, permitiéndote comprender mejor el entorno de tu futura empresa y, de este modo, tomar decisiones adecuadas.

¿PARA QUÉ HACER UN ESTUDIO DE MERCADO?

Un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona. Este proceso es vital para mantenerse al día con las tendencias, las expectativas y necesidades de los clientes, los cambios en la dinámica de la industria, etc.

La importancia de hacer un estudio de mercado radica en la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada.

IMPORTANCIA DE REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

El éxito de un negocio depende de la actualización de las expectativas de los clientes mediante la realización de un auténtico estudio de mercado. Aquí hay 3 razones principales por las que debes realizar un estudio de mercado:

- **Comprender el potencial del mercado:** Es vital para poder predecir los riesgos potenciales del negocio. Confiar en un estudio de mercado permitirá comprender mejor el alcance de las pérdidas, y búsqueda de soluciones anticipadas.
- **Análisis de la competencia:** Un estudio de mercado puede ser una fuente confiable para obtener información y realizar un análisis de competencia. Así podrás implementar mejores estrategias de tecnología, ventas y otros factores.
- **Iniciar actividades de marketing organizadas:** Con ello las empresas pueden lanzar campañas de marketing diseñadas específicamente para el público objetivo e impulsar las ventas.

VENTAJAS DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- Conocer las contribuciones de los empleados a la organización.
- Recibir retroalimentación de las personas que laboran en la empresa, referente a los desafíos que enfrentan para realizar su trabajo.
- Reforzar el buen desempeño en la empresa.



- Promover el reconocimiento a empleados y la buena comunicación en el trabajo.
- Motivar y crear un sentido de compromiso de los trabajadores con la compañía.

Tipos de estudios de mercado

Escuchar a tu mercado y anticiparse a las expectativas de los consumidores son dos factores clave de éxito. Para ello necesita información fiable sobre los consumidores para tomar las mejores decisiones estratégicas u operativas. Llevar a cabo un estudio de mercado significa escuchar al consumidor, pero también es necesario llevar a cabo los estudios adecuados.

Existen 3 tipos de estudios de mercado que debes conocer:

1.- Estudios de medición

El objetivo es disponer de datos sobre tu mercado. Por ejemplo:

- El número de compradores de un producto determinado.
- Las frecuencias de compra de tu marca y de tus competidores.
- El perfil de las diferentes categorías de clientes.
- El grado de notoriedad que tiene tu marca.

Para ser exactos, se requiere la medición más exacta posible, de ahí la necesidad de un estudio con una muestra representativa de toda la población y el mayor tamaño de muestra posible para estimar de forma fiable.

2 .- Estudios para entender al consumidor

El punto aquí es realizar un estudio de mercado para analizar:

1. Comportamientos
2. Las motivaciones del cliente
3. Opiniones: valoración de la marca, diagnóstico de imagen y posicionamiento, segmentación y tipología, usos y actitudes del consumidor, priorización de criterios de elección, exploración de expectativas, estudio de satisfacción....

Existen dos enfoques metodológicos para comprender al consumidor: El estudio cualitativo y cuantitativo.



A) El estudio cualitativo

Puedes organizar reuniones con consumidores o hacer entrevistas individuales con el objetivo de recolectar información espontánea de los entrevistados para descubrir las razones de sus acciones y opiniones.

De este modo, se permite que las personas se expresen libremente, incluso si son "impulsadas" según la guía de la entrevista. Se pueden utilizar técnicas exploratorias como los juegos de rol y otros métodos psicológicamente relacionados para obtener todas las respuestas a las preguntas.

Puedes hacer uso también de herramientas en línea como las comunidades online y tener en un solo espacio virtual la posibilidad de hacer encuestas, moderar foros de discusión, sondeos, tableros de ideas, todo de manera online.

B) El estudio cuantitativo

El segundo enfoque es realizar un estudio de mercado cuantitativo para responder a las otras preguntas: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cuánto?, ¿Cómo?...

No necesitas un tamaño de muestra tan grande, aquí de lo que se trata es de explicar los fenómenos clave de tu mercado. Basta con una encuesta de 300 a 400 personas de tu grupo objetivo principal. ¿Pero quién es tu objetivo principal?

Simplemente las personas que coinciden con el perfil del grupo objetivo que consideras prioritario para el tema que deseas analizar. Las encuestas online son sin duda una gran herramienta para llevar a cabo una investigación cuantitativa.

3.- Estudios para la toma de decisiones

Aquí la problemática ya no es la misma, de lo que se trata es de elegir entre varias hipótesis la que tendrá el mejor rendimiento, por ejemplo:

- Seleccionar el mejor empaque
- Elegir entre varios anuncios o imágenes para una campaña publicitaria
- Determinar la mejor promoción entre varios mecanismos
- Definir el precio óptimo de un producto, etc.
- Para llevar a cabo estos diferentes tipos de estudio de mercado, son posibles varios enfoques metodológicos:
 1. Encuesta telefónica
 2. Entrevista cara a cara
 3. Encuestas por internet, de manera online o encuestas offline



MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL
INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
 (antes colegio nacionalizado mixto nuestra señora de la candelaria)
 Creado por decreto municipal # 004 de 1965 y aprobado mediante Resolución 9086
 de diciembre 1 del /93 y las resoluciones departamentales 0179 de 1° de abril de 2005
 y 002810 del 05 de julio 2013
 Con reconocimiento Oficial Autorizado para Ofrecer los Niveles de Pre-escolar,
 Educación Básica Primaria y Educación Media.
 Registro DANE: 127073000041 y NIT: 900069490
 Departamento del choco: Municipio de Bagadó



Actividad # 1: Buscar las siguientes palabras en la sopa de letras.

N	B	P	A	S	E	C	Ó	O	F	E	R	T	A	M	A	T	Y	S
A	I	M	R	T	Ó	N	O	I	A	O	A	E	C	O	E	A	E	O
D	E	O	Y	O	G	O	R	M	A	O	P	R	R	E	I	P	I	C
T	N	S	O	D	M	E	A	I	O	I	R	I	O	D	T	C	E	I
S	R	A	T	O	I	O	P	E	O	S	O	E	O	A	E	A	I	O
E	R	T	M	U	E	N	C	I	M	N	D	E	E	R	D	E	R	T
I	S	I	E	T	D	O	V	I	C	I	U	T	P	A	R	A	S	N
D	O	T	T	C	Ó	I	E	E	Ó	E	C	E	I	O	Q	I	Ó	N
S	S	M	R	T	A	M	O	M	S	N	T	A	I	P	R	I	A	O
O	A	N	N	A	S	T	A	D	A	T	O	S	E	A	C	S	D	O
S	R	O	H	E	T	I	E	C	E	N	I	S	D	A	E	T	E	A
S	E	E	C	A	U	E	D	O	A	M	N	G	T	E	R	S	M	E
N	E	T	L	M	P	S	G	F	I	I	E	N	A	I	E	M	A	D
V	E	R	N	Ó	E	L	A	I	N	O	E	R	S	C	R	N	N	M
B	N	G	V	L	A	I	A	M	A	M	N	R	C	E	I	T	D	M
O	A	T	D	I	S	U	O	Z	G	S	S	S	U	A	C	Ó	A	I
N	D	O	E	U	C	U	E	E	A	V	R	A	A	R	D	M	N	R
A	I	M	S	C	I	I	S	U	N	O	O	A	C	G	U	O	N	A
E	T	A	D	A	N	G	O	E	I	N	O	I	M	T	S	S	T	N

**ACTIVIDADES
 DIDÁCTICAS,
 TALLERES O
 ESTRATEGIAS DE
 AFIANCIAMIENTO**

**ESTUDIODE MERCADO
 SEGMENTACIO
 INVESTIGACION
 SERVICIO**

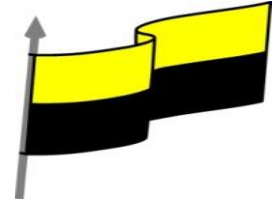
**OFERTA
 DEMANDA
 ESTRATEGIAS
 PRODUCTO**

**PRECIO
 PROMOCION
 PLAZA
 BIEN**

Actividad # 2 : Realizar el siguiente cuadro comparativo:



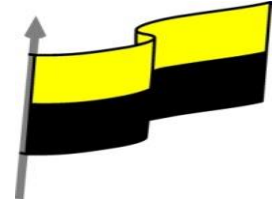
MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL
INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
(antes colegio nacionalizado mixto nuestra señora de la candelaria)
Creado por decreto municipal # 004 de 1965 y aprobado mediante Resolución 9086
de diciembre 1 del /93 y las resoluciones departamentales 0179 de 1° de abril de 2005
y 002810 del 05 de julio 2013
Con reconocimiento Oficial Autorizado para Ofrecer los Niveles de Pre-escolar,
Educación Básica Primaria y Educación Media.
Registro DANE: 127073000041 y NIT: 900069490
Departamento del choco: Municipio de Bagadó



CUADRO COMPARATIVO		
	ESTUDIO CUALITATIVO	ESTUDIO CUANTITATIVO
SEMEJANZA		
DIFERENCIA		



MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL
INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
(antes colegio nacionalizado mixto nuestra señora de la candelaria)
Creado por decreto municipal # 004 de 1965 y aprobado mediante Resolución 9086
de diciembre 1 del /93 y las resoluciones departamentales 0179 de 1° de abril de 2005
y 002810 del 05 de julio 2013
Con reconocimiento Oficial Autorizado para Ofrecer los Niveles de Pre-escolar,
Educación Básica Primaria y Educación Media.
Registro DANE: 127073000041 y NIT: 900069490
Departamento del choco: Municipio de Bagadó

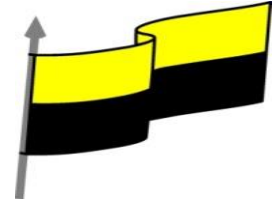


Actividad # 3: Buscar el significado de las siguientes palabras:

SEGMENTACION	
INVESTIGACION	
SERVICIO	
OFERTA	
DEMANDA	
ESTRATEGIAS	
PRODUCTO	
PRECIO	



MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL
INSTITUCIÓN EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
 (antes colegio nacionalizado mixto nuestra señora de la candelaria)
 Creado por decreto municipal # 004 de 1965 y aprobado mediante Resolución 9086
 de diciembre 1 del /93 y las resoluciones departamentales 0179 de 1° de abril de 2005
 y 002810 del 05 de julio 2013
 Con reconocimiento Oficial Autorizado para Ofrecer los Niveles de Pre-escolar,
 Educación Básica Primaria y Educación Media.
 Registro DANE: 127073000041 y NIT: 900069490
 Departamento del choco: Municipio de Bagadó



	PROMOCION	
	PLAZA	
	BIEN	
<p>PROCESO DE EVALUACIÓN</p>	<p>Responda las siguientes palabras:</p> <p>1-¿Por qué el estudio de mercado es útil?</p> <p>2-¿Defina en que consiste el estudio de mercado?</p> <p>3-¿En qué radica la importancia de hacer un estudio de mercado?</p> <p>4-¿De qué pende el éxito de un negocio?</p> <p>5-¿Cuáles son las tres razones principales la que debe realizar un estudio de mercado?</p> <p>6-¿Cuáles son los aspectos que se deben analizar para realizar el estudio y entender al consumidor?</p> <p>7-¿Por qué crees que estudio de mercado es de gran importancia a la hora de tener un negocio o una empresa?</p> <p>8-¿Cuál es la meta o propósito del estudio de mercado?</p>	