GESTIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL		
TALLER DE APRENDIZAJE		
Denominación del programa o módulo de formación:	Técnico en Asistencia para la Inteligencia Empresarial	
Actividad técnica de aprendizaje	Seleccionar fuentes para la aplicación de instrumentos de recolección de información, teniendo en cuenta las necesidades de la organización y estrategia de inteligencia empresarial Determinar la muestra según diseño metodológico establecido, tamaño y características de la población estudiada	
Nombre del taller	Recopilar información interna y externa necesaria para la elaboración del diagnóstico empresarial, según instrumentos a aplicar, objetivos y direccionamiento estratégico de la organización	N°´ 01
Objetivo de aprendizaje del taller:	Alista la información recolectada de acuerdo a las necesidades de la empresa, parámetros técnicos y metodología estadística.	
Descripción del taller:	Cuestionario con preguntas relacionadas con el proceso de la investigación mercados y la tipología de la investigación, mapa conceptual, Observación en las socializaciones de los mapas y los casos de estudio, Informe de la actividad de consulta de las bases de datos	

Preparación (Recursos y medios):	Materiales de Formación; Marcadores acrílicos colores negro, azul y rojo Marcadores permanentes colores variados Lápices Lapiceros, Equipos de formación; 35 computadores con herramientas ofimáticas (procesador de textos, hoja de cálculo, presentaciones) instaladas, con conexión a internet 1 televisor o video beam 1 sistema de audio Recursos Tecnológicos; Conectividad a internet y acceso a redes sociales, plataforma LMS disponible, biblioteca y bases de datos SENA, bases de datos de acceso libre, herramientas ofimáticas.
Tiempo de ejecución	12 Horas
DESARROLLO DEL TALLER	

¡Estimado Aprendiz!
Con el desarrollo estos talleres usted estará en la capacidad de comprender la importancia de realizar investigaciones la elaboración de diagnostico empresarial que le permita conocer cómo actúan las diferentes fuerzas en la toma de decisiones empresariales.
“Existe una gran diferencia entre saber y entender: puedes saber mucho sobre algo y no entenderlo realmente.”
Charles F. Kettering

Estimado aprendiz SENA. Este primer momento de su aprendizaje esta creado para que usted explore el entorno y reflexione sobre los conceptos que se van a apropiar taller. Para esta actividad, es preciso tomar conciencia sobre el proceso de búsqueda información relevante para la toma de decisiones.

3.1.1. La Historia del Agricultor.
Para el desarrollo de la presente actividad el grupo en pleno seleccionará cinco voluntarios. Cuatro de ellos deberán salir del ambiente. El instructor procederá a leer el documento denominado La Historia del Agricultor.
El voluntario que ha quedado dentro del ambiente, será el encargado de contar la historia leída al primer compañero. Este de la deberá contar al siguiente compañero y así sucesivamente.
Al finalizar, se volverá a leer la historia para comparar lo que inicialmente se ha leído con lo que se ha llegado con el último voluntario.
Importancia y uso de la investigación.
La Investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna (digna de fe y crédito), para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. La investigación es fundamental para el aprendiz y para el profesional, esta forma parte del camino profesional antes, durante y después de lograr la profesión; ella nos acompaña desde el principio de los estudios y la vida misma.
Mediante el análisis del video “Importancia y uso de la investigación” y sus conocimientos previos sobre la temática de la

actividad, en los equipos ya conformados y utilizando el material entregado por su instructor, elabore un organizador gráfico donde de respuesta al siguiente interrogante:
¿Qué importancia tiene la investigación en el contexto empresarial, laboral y de la vida?
Link de video: https://www.youtube.com/watch?v=r3yUtoujboU

Tome como referencia el enunciado que se relaciona a continuación y luego prepárese a desarrollar las siguientes actividades.
“La Investigación de mercados se puede definir como la obtención, el registro y el análisis de datos relativos a los entornos, mercados y operaciones de marketing que tiene como objetivo proporcionar información útil para la toma de decisiones relativas a cómo solucionar los problemas identificados y qué oportunidades de mercado aprovechar.” (Aznar Santiago, Gallego Roji, Medianero Sanchez, Soto Bueno, & Vegas López, 2015)
Mapa conceptual
Realice lectura activa del capítulo 2 “El proceso de investigación de mercados” del libro Investigación de mercados. Manual universitario (Dos Santos, 2017), elabore un mapa conceptual donde de respuesta a los siguientes interrogantes:

a. Mencione los pasos a seguir en el proceso de investigación de mercados:
b. ¿Qué es el problema de investigación?
c. ¿Por qué es importante la definición del problema?
d. ¿Qué recursos deben medirse y valorarse antes de emprender un proyecto de investigación de mercados?
e. ¿Cuáles son los principales métodos de recolección de datos? Defínalos brevemente.
f. ¿Qué es una muestra?
g. ¿Cuáles son los tipos básicos de muestra?
h. ¿Qué es el trabajo de campo?
i. ¿En qué consiste la fase de análisis de datos?
j. ¿Qué factores se deben tomar en cuenta al preparar un reporte de resultados?

3.3.1.1 Caso de estudio.
En conjunto con su GAES, lea detenidamente el siguiente caso y como investigador de mercados responda las siguientes preguntas:
Caso: El dueño de una pequeña cadena de panaderías está considerando introducir una línea de productos “libres de gluten” como parte de su surtido, después de haber leído en una revista un artículo sobre una tendencia emergente hacia el consumo

de este tipo de productos. La elaboración de estos productos requerirá una inversión considerable (nuevo equipo, instrumentos, insumos y capacitación para sus panaderos y personal de mostrador). El empresario piensa que podría beneficiarse de la investigación de mercados para decidir qué hacer. (Dos Santos, 2017)

a. ¿Qué preguntas de investigación plantearías? Menciona y justifica tres de ellas.
b. ¿Qué método de recolección de datos propondrías para esta investigación y por qué?
c. Llevaste a cabo una encuesta entre una muestra seleccionada de habitantes del pueblo que se encuentran dentro del perfil de consumidor objetivo. Los resultados son los siguientes:

Tamaño de la muestra	Dispuesto a comprar productos libres de gluten	Pagaría hasta 20% más por productos libres de gluten
Hombre	250	22%	20%
Mujeres	250	44%	15%
Total	500	33%	18%

d. Proporciona un análisis de datos básico basado en la información obtenida.

Una vez finalizada la actividad elaboren una presentación creativa donde muestren el mapa conceptual realizado y las respuestas al caso de estudio. Seguido resuelva el cuestionario entregado por su instructor el cual será tomado en cuenta como evidencia de conocimiento.

Del libro base de estudio, deberán realizar lectura del capítulo tres “Enfoque y diseño del estudio: las fuentes de información”. Reúnase con su GAES y proceda a realizar las siguientes actividades.

Cuadro comparativo.

Teniendo en cuenta que la investigación de mercados se clasifica en tres tipos de acuerdo a su objetivo o la técnica, diligencie de manera individual el siguiente cuadro donde pueda compararlos y establecer las características diferenciadoras entre sí, teniendo en cuenta significados y subdivisiones. No olvide citar ejemplos claros de cada una de ellas.

EXPLORATORIA	DESCRIPTIVA	CAUSAL

Realice consulta en la bibliografía propuesta y en la internet sobre el significado de Fuente de Información teniendo en cuenta la siguiente clasificación y elabore un cuadro en su libreta de apuntes en donde con sus propias palabras explique qué significa cada una de ellas. Proponga algunos ejemplos.

- Fuentes directas e indirectas.
- Fuentes primarias y secundarias.
- Fuentes cuantitativas y cualitativas.
- Fuentes personales o impersonales.

A continuación, y con base en la investigación hecha, realice el siguiente ejercicio de búsqueda de información utilizando las herramientas web IndexMundi, la cual contiene estadísticas detalladas de países, gráficos y mapas compilados de múltiples fuentes, y The World Factbook, el cual es el Libro de Datos de la CIA (Agencia Central de Información de los EEUU) una excelente fuente de información básica sobre los países del mundo.

Visite los sitios:

https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/docs/rankorderguide.html

Control de documento:	Brenda W. Medina Castro_Articulacion con la Media_Centro de Comercio y Servicios_Regional Cauca.	2/07/2026