

CCL

CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA

Educación ejecutiva



DIPLOMADO EN

Investigación de Mercado y Data Insights

+30
AÑOS
CAPACITANDO



Certifica: Cámara de Comercio de Lima

INTRODUCCIÓN

En un mundo donde los datos son clave para el éxito, la investigación de mercado permite tomar decisiones estratégicas basadas en información real. Este diplomado te brindará las **herramientas más avanzadas para analizar tendencias, segmentar audiencias y comprender el comportamiento del consumidor**. Aprenderás a utilizar metodologías modernas, minería de datos y automatización para transformar la información en ventaja competitiva.

A través de un enfoque práctico, **desarrollarás habilidades para diseñar estudios de mercado, interpretar patrones de consumo y presentar hallazgos con storytelling impactante**. Si buscas potenciar tus estrategias con datos precisos y tecnología innovadora, este diplomado es para ti.



VALOR AGREGADO

A través de talleres en cada módulo, desarrollarás habilidades esenciales como segmentación de clientes, análisis de datos, minería de patrones de consumo y automatización de procesos. Además, aprenderás a transformar la información en decisiones estratégicas, utilizando herramientas avanzadas como Big Data, modelos de predicción y storytelling basado en datos. Al finalizar, contarás con la capacidad de diseñar, ejecutar y presentar proyectos de investigación de mercado con un enfoque innovador y orientado a resultados.

DIRIGIDO A

- Emprendedores, analistas de mercado, profesionales en marketing, negocios y data science, así como a cualquier persona que desee tomar decisiones estratégicas basadas en datos y tendencias de consumo.



OBJETIVOS

- Dominar herramientas avanzadas de investigación de mercado para identificar tendencias, segmentar audiencias y optimizar la toma de decisiones estratégicas con base en datos reales y metodologías innovadoras.
- Aplicar técnicas de análisis de datos y minería de patrones de consumo para interpretar el comportamiento del cliente, evaluar la competencia y desarrollar estrategias comerciales efectivas respaldadas por inteligencia de mercado.
- Implementar tecnologías emergentes y automatización en la investigación de mercado para optimizar procesos, mejorar la recopilación de información y generar reportes de alto impacto con storytelling basado en datos.

TEMARIO

MÓDULO 1: FUNDAMENTOS PRÁCTICOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Enfoques Modernos en Investigación de Mercado
- Técnicas de Segmentación y Perfiles de Consumidor
- Diseño de Encuestas y Formatos de Recopilación de Datos
- Fuentes de Información y Análisis de Datos Secundarios
- Introducción a Métodos Estadísticos para Investigación de Mercado
- Taller: Elaboración de un Primer Estudio de Mercado

MÓDULO 2: ANÁLISIS DE DATOS Y EXPLORACIÓN DE PATRONES DE CONSUMO

- Introducción a la Minería de Datos en Investigación de Mercado
- Análisis de Tendencias y Comportamiento del Consumidor
- Psicología del Consumidor y Neurociencia Aplicada
- Evaluación de Satisfacción y Experiencia del Cliente
- Creación de Perfiles de Audiencia Basados en Datos
- Taller: Construcción de Reportes de Análisis de Datos

MÓDULO 3: INVESTIGACIÓN APLICADA PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS

- Big Data en la Investigación de Mercado
- Modelos de Predicción y Forecasting de Tendencias
- Testing de Producto y Experiencia del Cliente
- Simulación de Escenarios de Mercado
- Análisis de Competencia y Benchmarking
- Taller: Presentación de Hallazgos con Storytelling Basado en Datos

MÓDULO 4: AUTOMATIZACIÓN Y TECNOLOGÍA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Automatización de Procesos en Análisis de Datos
- Diseño de Encuestas con Inteligencia Adaptativa
- Pricing Dinámico y Estrategias de Valor
- Comportamiento del Consumidor con Tecnologías Inmersivas
- Integración de Datos Abiertos y Privados en Investigación de Mercado
- Taller: Construcción de un Ecosistema de Inteligencia Comercial

MÓDULO 5: GESTIÓN DE PROYECTOS Y TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS

- Diseño de Proyectos Ágiles con Métodos Lean
- Data-Driven Decision Making: Cómo Convencer con Datos
- Ética en la Investigación de Mercado y Protección de Datos
- Estrategias de Monetización de Datos y Business Intelligence
- Presentación Impactante de Resultados con Storytelling

PLANA DOCENTE

Ricardo Delgado

Investigador de mercados en Datum y Arellano Marketing

Psicólogo con sólida formación académica y una trayectoria destacada en el ámbito organizacional y académico. Licenciado en Psicología por la Universidad Peruana Cayetano Heredia, con especialización en Psicología Social y Organizacional. Magíster en Docencia e Investigación Universitaria, complementado con estudios avanzados en Investigación Social, Gestión Empresarial e Investigación Aplicada de Públicos y Mercados.

Posee amplia experiencia en consultoría y gestión de proyectos de investigación en sectores clave como educación, salud, comercio y producción. Ha trabajado con reconocidas firmas como Arellano Consultoría y Datum Internacional, desarrollando estudios estratégicos y análisis de mercado. Actualmente, es Director Gerente en DMC Consulting SAC, donde diseña y ejecuta estrategias para el desarrollo empresarial. Además, desempeña un rol activo en la educación superior como docente y expositor en cátedras de Gestión Humana, Investigación y Psicología, contribuyendo a la formación de nuevos profesionales.

Hugo Cornejo

Ex Director de estudios en IPSOS

Especialista en Marketing, Investigación de Mercados y Educación Superior, con una sólida trayectoria en consultoría y docencia universitaria. Actualmente, cursa un Doctorado en Administración de Empresas en ESEADE y es Doctor en Psicología por la Universidad Peruana Cayetano Heredia.

Cuenta con más de 14 años de experiencia en educación superior, desempeñándose como docente en reconocidas instituciones como ESAN, UDEP y USIL. Su labor académica se centra en áreas clave como Investigación de Mercados, Segmentación, Posicionamiento y Estadística Aplicada, contribuyendo a la formación de profesionales altamente capacitados.

César Oshiro

Doctor en Gestión de Proyectos y Máster en Big Data

con una sólida formación en análisis de datos, procesamiento de información, estadística avanzada y arquitecturas de computación en la nube. Especialista en Business Analytics y diseño de investigación, enfocado en la aplicación de tecnologías de vanguardia para la optimización empresarial y la innovación estratégica.

Chief Information Officer con más de 8 años liderando áreas de Tecnologías, Procesos e Innovación en empresas logísticas. Experto en la implementación de soluciones tecnológicas avanzadas, como Cubiscan, IoT y PKI, gestionando proyectos internacionales de gran escala para clientes como Caterpillar. Además, ha sido docente en programación, innovación y tecnologías digitales, y evaluador en programas de emprendimiento e innovación.

CRONOGRAMA

Módulo 1	Módulo 2	Módulo 3	Módulo 4	Módulo 5
Fundamentos prácticos de investigación de mercado	Análisis de datos y exploración de patrones de consumo	Investigación aplicada para la toma de decisiones estratégicas	Automatización y tecnología en investigación de mercado	Gestión de proyectos y toma de decisiones basada en datos
RICARDO DELGADO	HUGO CORNEJO	RICARDO DELGADO	CÉSAR OSHIRO	CÉSAR OSHIRO
Sesión 1 martes, 22 abril	Sesión 7 jueves, 15 mayo	Sesión 13 jueves, 05 junio	Sesión 19 jueves, 26 junio	Sesión 25 jueves, 17 julio
Sesión 2 jueves, 24 abril	Sesión 8 martes, 20 mayo	Sesión 14 martes, 10 junio	Sesión 20 martes, 01 julio	Sesión 26 martes, 22 julio
Sesión 3 martes, 29 abril	Sesión 9 jueves, 22 mayo	Sesión 15 jueves, 12 junio	Sesión 21 jueves, 03 julio	Sesión 27 jueves, 24 julio
Sesión 4 martes, 06 mayo	Sesión 10 martes, 27 mayo	Sesión 16 martes, 17 junio	Sesión 22 martes, 08 julio	Sesión 28 jueves, 31 julio
Sesión 5 jueves, 08 mayo	Sesión 11 jueves, 29 mayo	Sesión 17 jueves, 19 junio	Sesión 23 jueves, 10 julio	Sesión 29 martes, 05 agosto
Sesión 6 martes, 13 mayo	Sesión 12 martes, 03 junio	Sesión 18 martes, 24 junio	Sesión 24 martes, 15 julio	Sesión 30 jueves, 07 agosto

*Jueves, 01 de mayo no hay clases por ser feriado

*Martes, 29 de julio no hay clases por ser feriado

**INICIO:**

Martes, 22 de abril

FIN:

Jueves, 07 de agosto

**FRECUENCIA:**

Martes y jueves, de
08:00 p.m. a 11:00 p.m.

**DURACIÓN:**

120h académicas (de 45min. cada una)

**MODALIDAD:**

Online, en vivo – Plataforma TEAMS

**INVERSIÓN:**

Tarifa regular: S/ 3100

Socio CCL: S/ 2300

**CERTIFICACIÓN DIGITAL:**

A nombre de la Cámara de Comercio de Lima

MÉTODOS DE PAGO

• Depósitos o transferencia Cuenta corriente en soles banco



Banco o agente BCP
193-1943271-0-99



Banco o agente Interbank
005-0000007180



Banco BBVA
0011-0130-0100003020



Banco Scotiabank
000-2019361

Todas nuestras cuentas están a nombre de **CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA - Ruc: 20101266819**

• Tarjeta de crédito Podrá realizar sus pagos con rapidez y total seguridad.



1. Ingresar a nuestra página web: www.camaralima.org.pe
2. Buscar: **Pagos online**, parte superior derecha.
3. Ingresar **datos de la empresa y/o persona** que solicito el servicio.
4. Ingresar **datos de la tarjeta de crédito y detalle del servicio**.
5. Procesar pago.

Luego de realizar el pago, enviar el voucher de pago indicando el RUC y/o DNI del depositante al **asesor educativo**.



Exclusivo para VISA

Hasta 6 cuotas sin intereses con tus tarjetas de crédito BBVA y 12 cuotas con BCP.

Preguntar por términos y condiciones.

• Billetera electrónica Escanea y paga



Considerar

Los horarios que están en la programación de todos los eventos que se realice están sometidos a cualquier cambio por cualquier inconveniente que se presente. ***Los cambios de los horarios serán notificados con anticipación.**



| CONTACTANOS

Lima ✉ programasccl@camaralima.org.pe ☎ 994 250 942

Provincias ✉ cclprovincias@camaralima.org.pe ☎ 981 237 156