



DIPLOMADO

Investigación de mercado y data insight

CERTIFICA: CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA



Índice

> ¿Por qué elegir este diplomado?

> Beneficios exclusivos

> ¿A quién está dirigido?

> ¿Qué lograrás al finalizar el diplomado?

> Estructura curricular

> Expositores

> Datos del diplomado

> Métodos de pago

↘ ¿Por qué elegir este diplomado?

En el entorno empresarial hiperconectado y de alta competencia del año actual, la intuición ya no es una variable válida para diseñar estrategias comerciales. Las marcas que no logran interpretar el comportamiento del consumidor digital ni predecir las tendencias del mercado sufren pérdidas críticas debido a inversiones ineficientes en pauta y desarrollo de productos. El verdadero crecimiento de un negocio radica en transformar los masivos volúmenes de datos dispersos en ventajas estratégicas predecibles.



Este diplomado de la Cámara de Comercio de Lima ha sido diseñado bajo un enfoque de alto rendimiento para **convertirte en el estratega analítico que las organizaciones demandan con urgencia.**

A través de un entrenamiento práctico y avanzado, asimilarás desde las metodologías ágiles de investigación hasta la minería de datos, modelos de predicción y el uso corporativo del Big Data. Blinda el retorno de inversión (ROI) de tus proyectos, optimiza las decisiones comerciales basadas en evidencia real y eleva de inmediato tu estatus ejecutivo en la mesa de directorio.

REGRESAR



Beneficios Exclusivos

Certificación digital a nombre de la Cámara de Comercio de Lima

La red de empresas más influyente
del país que eleva el valor percibido
de tu perfil en el mercado.



Plana Docente de Nivel Postgrado e Internacional: Clases guiadas por doctores, maestros e ingenieros con sólida trayectoria liderando proyectos estratégicos de transformación digital en organismos multilaterales como el BID, ministerios y multinacionales en Latinoamérica, Europa y Asia.



Enfoque Avanzado en Data & Tecnología: Formación especializada en el uso de metodologías modernas de Agile Research, Big Data, modelos de predicción, minería de datos y automatización de reportes comerciales.



Desarrollo de Habilidades de Alta Dirección: Entrenamiento integral para consolidar un perfil ejecutivo bilingüe en datos, integrando la precisión de la inteligencia de mercados con técnicas de storytelling de alto impacto para persuadir e influir en decisiones de inversión.



¿A quién está dirigido?

Este diplomado de alta especialización en analítica comercial está diseñado meticulosamente para:



Emprendedores y dueños de negocios que necesitan entender con precisión las tendencias de consumo y el comportamiento del cliente para expandir sus empresas de manera sostenible y rentable.



Analistas de mercado, investigadores y profesionales en Marketing, Ventas y Publicidad que busquen dar un salto cualitativo hacia la toma de decisiones estratégicas basadas en evidencia.



Profesionales y técnicos en Data Science y Negocios que requieran complementar sus habilidades analíticas con una visión comercial, dominio metodológico y presentación estratégica de hallazgos ante la gerencia.



REGRESAR



¿Qué **lograrás** al finalizar el **diplomado?**



- ✓ Dominar herramientas avanzadas de investigación de mercado para identificar tendencias latentes, segmentar audiencias con precisión y optimizar recursos comerciales.
 - ✓ Aplicar minería de patrones de consumo y analítica digital para evaluar la competitividad del entorno y predecir comportamientos de compra.
 - ✓ Implementar tecnologías emergentes y automatización de procesos, optimizando los tiempos de recolección de información de tu organización.
 - ✓ Construir tableros de control y dashboards interactivos para supervisar los indicadores clave de lealtad y satisfacción del cliente (NPS, CSAT, CES).
 - ✓ Sustentar proyectos de inversión ante directivos utilizando técnicas de storytelling narrativo y visual impactante respaldado en datos reales.
-

REGRESAR



Estructura curricular

MÓDULO 1

Fundamentos y Nuevas Tendencias en Investigación de Mercado

- Metodologías tradicionales vs. digitales y enfoques modernos de Agile Research.
- Técnicas avanzadas de segmentación, construcción de buyer persona y diseño de instrumentos de recolección.
- Fuentes de información primaria y secundaria bajo criterios de estadística aplicada al marketing.
- **Taller Práctico M1:** Diseño y validación de un mini estudio de mercado real bajo metodologías ágiles.

MÓDULO 2

Análisis de Datos y Comportamiento del Consumidor

- Principios de minería de datos (Data Mining) para la identificación de patrones de consumo.
- Psicología del consumidor, fundamentos de neuromarketing y evaluación de lealtad (NPS, CES, CSAT).
- Creación de perfiles de audiencias accionables basados en datos reales.
- **Taller Práctico M2:** Construcción estructurada de dashboards de análisis con herramientas digitales (Excel, Power BI o Google Data Studio).



MÓDULO 3

Investigación Aplicada para la Estrategia de Negocio

- Oportunidades del Big Data y modelos de predicción (forecasting) para anticipar ventas.
- Pruebas técnicas (testing) de productos, conceptos y simulación de escenarios competitivos de mercado.
- **Taller Práctico M3:** Presentación ejecutiva de hallazgos comerciales de alta complejidad usando storytelling visual y narrativo.

MÓDULO 4

Innovación, Automatización y Herramientas Tecnológicas

- Automatización de procesos de análisis, visualización de datos y diseño de encuestas inteligentes adaptativas.
- Estrategias de pricing dinámico y análisis del consumidor mediante tecnologías inmersivas e integración de datos.
- **Taller Práctico M4:** Diseño técnico de un ecosistema corporativo de inteligencia comercial integrando APIs de datos.

MÓDULO 5

Gestión de Proyectos y Toma de Decisiones Basada en Datos

- Diseño de proyectos ágiles con métodos Lean y cultura Data-Driven Decision Making.
- Ética en la investigación, monetización de datos y Business Intelligence corporativo.
- **Taller Final Integrador:** Simulación de un proyecto de investigación completo frente a un comité evaluador experto.

REGRESAR



Expositores



Cinthya Olivera

Doctora en Humanidades, Magíster en Marketing y Máster en Marketing Science, con sólida formación como Ingeniera Industrial. Cuenta con más de 16 años de experiencia en áreas comerciales, de marketing, innovación y operaciones, liderando proyectos estratégicos en organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y en el sector público, impactando a millones de ciudadanos con soluciones digitales innovadoras.

Especialista en innovación centrada en el usuario, design thinking, metodologías ágiles y análisis de datos para la toma de decisiones, ha diseñado e implementado estrategias que han multiplicado la participación en programas de capacitación y optimizado procesos en organizaciones de alto impacto. Es conferencista internacional, docente de postgrado y facilitadora certificada en Lego® Serious Play®, con formación en el MIT en Mastering in Design Thinking.



Katherine Bragagnini

MBA en Marketing Estratégico por la UNMSM, profesional en Administración y Negocios Internacionales con más de 15 años de experiencia liderando estrategias comerciales y de marketing en los sectores minero, salud, educación e industrial. Cuenta con 10 años de experiencia en docencia superior. Especialista en investigación de mercados, análisis de datos (Data Insights), marketing 360°, experiencia del cliente (UX), inteligencia comercial y desarrollo de estrategias basadas en evidencia para la toma de decisiones y el crecimiento de negocios B2B y B2C.

[REGRESAR](#)

Expositores



Jhomar Herrera

Magíster en Administración de Negocios por Centrum PUCP, con sólida formación ejecutiva complementada con el Programa de Especialización en el Programa de Especialización en Gestión Comercial y Dirección de Personas en ESAN. Actualmente, es candidato a Doctor en Gestión de la Educación Universitaria.

Su formación académica se une a una trayectoria de más de 10 años en gestión estratégica, abarcando áreas como operaciones, marketing, planeamiento, proyectos y gestión de proveedores. Ha liderado procesos de licitación, optimización de indicadores (KPIs), manejo de stakeholders y desarrollo de estrategias comerciales con impacto medible en rentabilidad, eficiencia y satisfacción del cliente.



Cronograma

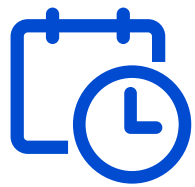
MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3	MÓDULO 4	MÓDULO 5
KATHERINE BRAGAGNINI	KATHERINE BRAGAGNINI	JHOMAR HERRERA	JHOMAR HERRERA	CINTHYA OLIVERA
Fundamentos y nuevas tendencias en investigación de mercado	Análisis de datos y comportamiento del consumidor	Investigación aplicada para la estrategia de negocio	Innovación, automatización y herramientas tecnológicas	Gestión de proyectos y toma de decisiones basada en datos
Sesión 1 Viernes, 11 set	Sesión 7 Viernes, 02 oct	Sesión 13 Viernes, 23 oct	Sesión 19 Viernes, 13 nov	Sesión 25 Viernes, 04 dic
Sesión 2 Miércoles, 16 set	Sesión 8 Miércoles, 07 oct	Sesión 14 Miércoles, 28 oct	Sesión 20 Miércoles, 18 nov	Sesión 26 Viernes, 11 dic
Sesión 3 Viernes, 18 set	Sesión 9 Viernes, 09 oct	Sesión 15 Viernes, 30 oct	Sesión 21 Viernes, 20 nov	Sesión 27 Miércoles, 16 dic
Sesión 4 Miércoles, 23 set	Sesión 10 Miércoles, 14 oct	Sesión 16 Miércoles, 04 nov	Sesión 22 Miércoles, 25 nov	Sesión 28 Viernes, 18 dic
Sesión 5 Viernes, 25 set	Sesión 11 Viernes, 16 oct	Sesión 17 Viernes, 06 nov	Sesión 23 Viernes, 27 nov	Sesión 29 Miércoles, 23 dic
Sesión 6 Miércoles, 30 set	Sesión 12 Miércoles, 21 oct	Sesión 18 Miércoles, 11 nov	Sesión 24 Miércoles, 02 dic	Sesión 30 Miércoles, 30 dic

**Miércoles 09 de diciembre no hay clases por ser feriado*

REGRESAR



Datos del curso

**INICIO:**

Viernes 11 de setiembre

FIN:

Miércoles 30 de diciembre

**FRECUENCIA:**

Miércoles y viernes, de 07:00 p.m. a 10:00 p.m.

**DURACIÓN:**

240h académicas (de 45min. cada una) – 120 horas online en vivo + 80 horas asincrónicas + 40 horas en foros

**PÚBLICO EN GENERAL:**

S/ 3100

SOCIO CCL:

S/ 2300

**MODALIDAD:**

Online en vivo – Plataforma TEAMS

**CERTIFICACIÓN DIGITAL:**

A nombre de la Cámara de Comercio de Lima

REGRESAR

↘ 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.**



| CONTÁCTANOS

Ejecutivo de ventas

✉ jromero@camaralima.org.pe

☎ 994 250 942