



Consultoría – Capacitación - Coaching



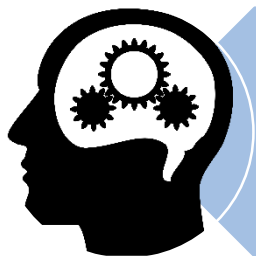
QUIENES SOMOS



Nuestro negocio:
Consultoría, Capacitación y
Coaching Organizacional



Contamos con presencia en:
Costa Rica, México y Nicaragua



Nuestra experticia:
Estrategia empresarial
Habilidades gerenciales
Habilidades blandas

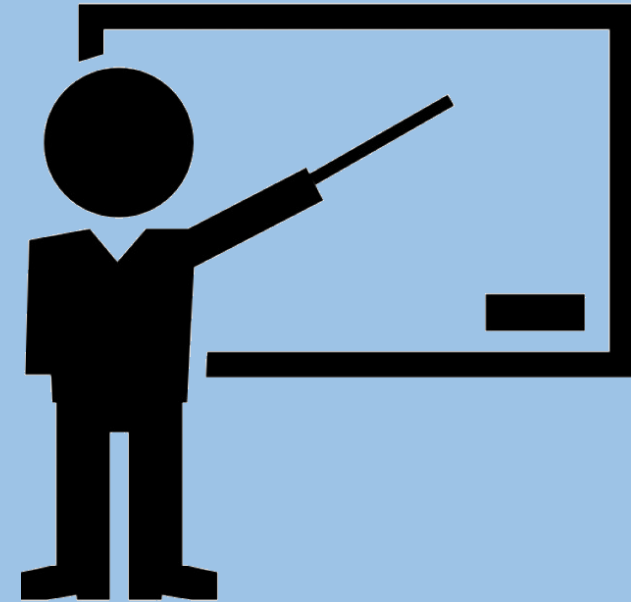


A QUIEN SERVIMOS



EMPRESAS

Somos **consultores** en mejora y estandarización de procesos local y regionalmente, brindamos **coaching** de equipos y a nivel ejecutivo y contribuimos en el **desarrollo del talento humano**.



INDIVIDUALES

A través de nuestro centro de formación y especialización brindamos **cursos, talleres, seminarios, certificaciones y técnicos** en temáticas de alta demanda en el sector corporativo.

ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES

Instituciones y Fundaciones



Locales



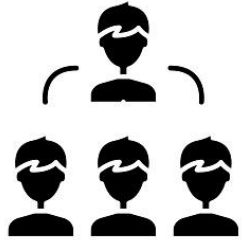
Multinacionales



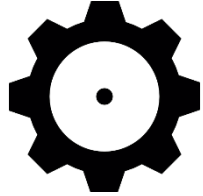
Internacionales



SERVICIOS DE CONSULTORÍA



Desarrollo de
liderazgo y equipos
de trabajo



Mejoramiento de
procesos internos
para diversas áreas



Estrategia de Negocio
(Marketing, ventas,
servicio al cliente)



SERVICIOS DE COACHING



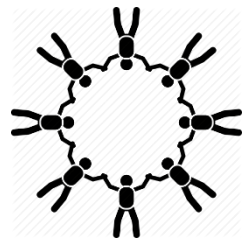
Coaching y Mentoring
Ejecutivo



Crecimiento
Personal



Coaching
Organizacional



Team Building
Outdoor
Indoor



SERVICIOS DE CAPACITACIÓN



**Habilidades
blandas**



**Habilidades
Gerenciales**



**Habilidades
Comerciales**
(Marketing, ventas,
servicio al cliente)



TI y procesos



CERTIFICACIONES 3-6 MESES



Líder Coach Profesional



Coach Corporativo con
Enfoque en Agile



Coach Organizacional con
Enfoque Sistémico



Asesor en Procesos de
Sucesión Patrimonial
Empresarial



Especialista en Feedback de
Alto Nivel



Investigación de
Mercados



Programación
Neurolingüística



Coaching Ontológico
profesional



CERTIFICACIÓN PROFESIONAL

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICADA A LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS



¿Qué es la Investigación de Mercados?

Una investigación de mercado es el proceso profesional orientado a recopilar información sobre un mercado objetivo, por ejemplo, necesidades, perfil del consumidor, tamaño de la demanda, percepción de marca.

Las investigaciones de mercado pueden ayudarte a entender mejor el tamaño de tu mercado, sus necesidades actuales y cómo puedes conectar con tu audiencia.

Hay muchas formas de llevar a cabo una investigación de mercado. Las empresas pueden elegir entre una variedad de técnicas de tipo cualitativas o cuantitativas.

En esta formación aprenderás como diseñar los distintos tipos de investigación de mercado desde cero. Podrás desarrollar a lo largo del curso proyectos reales de investigación supervisados por un experto.

Rubro	Detalle
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Aprender la metodología para diseñar investigaciones de mercado cualitativas y cuantitativas con diversos objetivos de mercadotecnia • Aprender la metodología para aplicar investigaciones de mercado cualitativas y cuantitativas (trabajo de campo) • Aprender las técnicas más efectivas de análisis de la información obtenida mediante la Investigación de Mercado
Alcance	Desarrollarán proyectos reales que funcionen como insumos de investigación para la organización a la que perteneces
Duración	48 Horas sincrónicas, divididas en sesiones de 4 horas semanales Inicio: 28 de agosto del 2023 Culmina: el 13 de noviembre del 2023
Q de personas	Se habilita el cupo para 15 personas
Metodología	Virtual en vivo estilo “Capacitación Consultiva” Exposición de temas de forma magistral Desarrollo de proyectos reales para la organización a la que perteneces con supervisión y acompañamiento del experto en mercadotecnia para aplicar todos los contenidos del curso de forma práctica
Facilitador	<p>Johnny Rodolfo Fernández García</p> <p>Experiencia acumulada de 38 años como experto en mercadotecnia Experiencia de 30 años como docente, capacitador empresarial y consultor Se graduó en Alcance de los objetivos por medio del esfuerzo grupal en la National University. Certificado en International Business and Advanced Marketing in the Age of Globalization en Pace University of New York. Máster en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia en Mercadeo y Ventas, de la Universidad Fidélitas. Licenciado en Administración de Negocios con énfasis en Mercadeo en la Universidad Fidélitas. Bachiller en Administración de Negocios en la Universidad Autónoma de Centro América.</p>
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en vivo con un <u>facilitador experto</u> en la materia con más de 38 años de experiencia en mercadotecnia. • Quedarán <u>insumos reales</u> de investigación de mercados para la organización a la que pertenecen una vez culminado el proceso. • Supervisión y asesoría de un experto en todos los proyectos institucionales que se desarrollen (capacitación consultiva).
Inversión en la certificación	420. 240 colones IVA incluido por persona

TEMARIO A ABORDAR

1. Introducción a la investigación de mercados: conceptos básicos y objetivos.
2. Diseño de investigación: formulación de problemas, definición de objetivos, selección de muestras y metodología.
3. Fuentes de información primarias y secundarias: recolección de datos y análisis de fuentes.
4. Investigación cualitativa: técnicas de entrevistas en profundidad, grupos focales y observación participante.
5. Investigación cuantitativa: encuestas, cuestionarios y análisis estadístico.
6. Investigación de mercados en línea: análisis de datos web, minería de textos y redes sociales.
7. Análisis de datos en investigación de mercados: técnicas descriptivas y análisis inferencial.
8. Segmentación de mercado: identificación y análisis de segmentos de mercado.
9. Posicionamiento de marca: técnicas de posicionamiento y percepción del consumidor.
10. Investigación de mercado internacional: consideraciones y desafíos.
11. Estudios de satisfacción del cliente: medición y análisis de la satisfacción y lealtad del cliente.
12. Análisis de la competencia: investigación de la competencia y benchmarking.
13. Investigación de productos y desarrollo de conceptos: pruebas de concepto, evaluación de productos y pruebas de mercado.
14. Investigación de precios: métodos de fijación de precios, elasticidad y análisis de demanda.
16. Investigación de marketing estratégico: análisis de mercado, análisis de brechas y oportunidades.
17. Investigación de tendencias: identificación de tendencias emergentes y pronósticos de mercado.
18. Ética en la investigación de mercados: consideraciones éticas y manejo de datos personales.



DATOS DE PAGO

La forma de pago es del 100% una semana antes de iniciar el curso.

KABEK CONSULTING S.A

Cédula Jurídica: 3 101 74129903

Banco Lafise Colones

IBAN CR79011400007911596175

MUCHAS GRACIAS



www.kabekconsulting.com



+506 88845163



<https://www.facebook.com/kabekconsulting/>



+506 40817136