

SAiMO

SOCIEDAD ARGENTINA
DE INVESTIGADORES
DE MARKETING Y OPINIÓN

The logo for SAiMO, featuring the letters 'SAiMO' in a bold, white, sans-serif font. A small orange dot is positioned above the 'i'. The logo is set against a dark blue background that transitions into a lighter blue gradient.

SOCIEDAD ARGENTINA
DE INVESTIGADORES
DE MARKETING Y OPINIÓN

Curso: Primeros pasos en la Investigación de Mercados Programa

Lic. Valeria Dubinowski

Nov- Dic 2025



OBJETIVO GENERAL



Brindar a los participantes los **conocimientos y herramientas fundamentales** de la investigación de mercados para que puedan comprender su lógica, metodologías y aplicaciones, y sean capaces de **acercarse de manera introductoria al diseño, ejecución y análisis** de investigaciones que permitan interpretar fenómenos sociales y de consumo, generando información útil para la toma de decisiones en ámbitos públicos, privados y del tercer sector.

Se trabajará con **contenidos teóricos**, abordando **instancias prácticas** y ejemplos de **casos de la vida profesional**.

CONTENIDOS

¿Qué y qué no es la Investigación de Mercados?
Datos primarios & Datos secundarios
Confidencialidad & Legales
Proceso de trabajo en una investigación

Del Brief a la Propuesta
Metodologías & abordajes
Diseño de muestra Cuanti

Diseño de muestra Cualitativa
Formas de recolección de datos



Diseño de cuestionario
Diseño de Guía de Pautas

Recolección de datos propiamente dicha
Codificación & Procesamiento
Desgrabación & Grillado
Análisis de datos
Elaboración de Informe

DESTINATARIOS

- Colaboradores juniors de agencias de Investigación de Mercado y/o áreas de research en empresas
- Estudiantes o jóvenes profesionales que quieran conocer de qué se trata la Investigación de mercado
- Público en general

BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA DE CONSULTA

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. ENFOQUE PARA AMÉRICA LATINA.
SEGUNDA

EDICIÓN. Benassini, Marcela. Pearson/ Prentice Hall. México. 2009

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Zigmund, William & Babin, Barry. Cengage Learning. Novena edición.
México. 2009

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. UN ENFOQUE APLICADO. Kinnear, Thomas & Taylor, James. Mc
Graw Hill. 1993.

MINI BIO



Valeria Dubinowski

FORMACIÓN

- Licenciada y Profesora en Sociología, UBA.
- Management Executive Program, UADE Senior.

RECORRIDO LABORAL

Más de 25 años en la industria de investigación de Mercado:

- Asesoría, Capacitación y Dirección de Proyectos de Investigación de Mercados.
- Ex Secretaria y Actual ProSecretaria Junta Directiva. SAIMO.
- Fue Docente en Diplomatura Investigación de Mercado. *UCEMA*.
- Docente Metodología de la Investigación. *UCA*
- Docente Investigación de Mercado. Carrera de Posgrado. *FADU*
- Docente Taller III (Investigación cuanti). *UFLO*
- Fue Directora de Proyectos. Directora de Operaciones. *IPSOS ARGENTINA*.



SAiMO

SOCIEDAD ARGENTINA
DE INVESTIGADORES
DE MARKETING Y OPINIÓN

Franklin D. Roosevelt 2445 10º D (C1428BOK)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Argentina
www.saimo.org.ar

