



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
BIOECONOMÍA CIRCULAR Y  
SOSTENIBILIDAD**

CURSO 2024/25

**LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS  
COMO INSTRUMENTO ESTRATÉGICO  
PARA LA BIOECONOMÍA****Datos de la asignatura**

---

**Denominación:** LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS COMO INSTRUMENTO ESTRATÉGICO PARA LA BIOECONOMÍA**Código:** 632013**Plan de estudios:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN BIOECONOMÍA CIRCULAR Y SOSTENIBILIDAD**Curso:** 1**Créditos ECTS:** 4.0**Horas de trabajo presencial:** 30**Porcentaje de presencialidad:** 30.0%**Horas de trabajo no presencial:** 70**Plataforma virtual:** <https://moodle.uco.es/>**Profesor coordinador**

---

**Nombre:** RODRÍGUEZ ENTRENA, MACARIO**Departamento:** ECONOMÍA AGRARIA, FINANZAS Y CONTABILIDAD**Ubicación del despacho:** CAMPUS RABANALES, C5, 3ª PLANTA**E-Mail:** [mrentrena@uco.es](mailto:mrentrena@uco.es)**Teléfono:** 957218442**Breve descripción de los contenidos**

---

*Esta materia se presenta como un componente esencial dentro del plan de estudios del Máster en Bioeconomía Circular y Sostenibilidad, con el propósito de proporcionar a los estudiantes una base sólida en los aspectos estratégicos de la dirección comercial y las metodologías de investigación aplicadas para el análisis del entorno comercial de la empresa en el contexto de la bioeconomía circular. Particularmente, aborda de manera integral los principios fundamentales de la dirección comercial y la investigación de mercados, enfatizando su importancia en la toma de decisiones del marketing estratégico empresarial en un entorno globalizado donde la bioeconomía se encuentra en un proceso de expansión pujante.*

**Conocimientos previos necesarios**

---

**Requisitos previos establecidos en el plan de estudios**

Ninguno

**Recomendaciones**

Sería recomendable que los alumnos hubiesen cursado Estadística.

## Programa de la asignatura

---

### 1. Contenidos teóricos

#### **BLOQUE 1: OBTENCIÓN DE DATOS EN UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Tema 1. ¿Qué es la Investigación de Mercados? Conceptos y objetivos. Fases en el proceso de investigación de mercados. Medición de la información: escalas. Fuentes de información primarias y secundarias.

Tema 2. Recogida de información primaria mediante encuesta. El método de encuesta. El cuestionario y las preguntas. Tipos de encuestas. Los paneles y sus tipos. El muestreo. Muestreo probabilístico y no probabilístico.

Tema 3. Tamaño y selección de la muestra. Muestreo aleatorio simple: magnitudes continuas y proporciones. Casos de poblaciones finitas e infinitas. Procedimientos para seleccionar la muestra.

#### **BLOQUE 2: DESCRIPCIÓN Y BÚSQUEDA DE RELACIONES ENTRE VARIABLES**

Tema 4. Análisis bivariante de datos. Análisis de medias y la varianza. Análisis de frecuencias y de correlación.

Tema 5. Modelos multivariantes. Introducción a los modelos lineales y de elección discreta: la regresión lineal y logística.

Tema 6. Segmentación de mercados. Introducción al análisis clúster - Procedimiento general. Métodos jerárquicos y no jerárquicos.

### 2. Contenidos prácticos

A partir del tema 3 se propondrán casos prácticos que se resolverán con el paquete de análisis SPSS para el cual la Universidad de Córdoba dispone de una licencia campus o software libre como R, JASP o JAMOVI. Asimismo, tras los ejemplos que se resolverá en clase se facilitará al alumnado una base de datos donde tendrán que emplear los conocimientos adquiridos para llevar a cabo los casos prácticos puntuables para la evaluación continua.

En particular, el alumnado trabajará con el Flash Eurobarómetro 441 sobre las PYME europeas y la economía circular (European Commission, 2016). A partir de esta base de datos se conocen las características a nivel de empresa que capturan la heterogeneidad de la empresa corresponden a (i) si una empresa ha adoptado algunas de las actividades que promueven la CE,<sup>3</sup> (ii) la disponibilidad de información sobre cómo acceder a la financiación, (iii) el conocimiento de los incentivos financieros a través de programas gubernamentales que apoyan la circularidad, (iv) el tamaño de la empresa (en categorías de empleados equivalentes a tiempo completo), (v) la fuente de financiación de la empresa (las variables binarias de resultados reflejan si la empresa recibe financiación europea, financiación privada a través de préstamos verdes o autofinanciación) para desarrollar actividades que promuevan la circularidad y el crecimiento verde, (vi) el sector industrial al que pertenece cada empresa, (vii) los cambios en la facturación, (viii) la estrategia de inversión en actividades de investigación y desarrollo, (ix) las barreras encontradas en el proceso de emprender actividades relacionadas con la circularidad que inhiben el crecimiento verde.

A partir de dicha información secundaria, los alumnos emplearán:

Modulo 1. Análisis descriptivo y bivariante de datos.

Modulo 2. Modelos multivariantes de análisis de datos.

Modulo 3. Técnicas de segmentación de mercados.

Referencias:

European Commission, Brussels (2016). Flash Eurobarometer 441 (European SMEs and the Circular Economy). *GESIS Data Archive, Cologne. ZA6779 Data file Version 1.0.0*, <https://doi.org/10.4232/1>.

12668.

## Bibliografía

---

### 1. Bibliografía básica

AAKER, D. A., KUMAR, V. y DAY, G. 2001.- Investigación de mercados. Ed. Limusa Wiley. México D. F.

ARRIAZA BALMÓN, M. 2006.- Guía práctica de análisis de datos. IFAPA. Consejería de Innovación, Ciencia y

Empresa. Junta de Andalucía. Sevilla.

ESTEBAN TALAYA, A. y MOLINA COLLADO, A. 2014.- Investigación de mercados. ESIC Editorial. Madrid.

HAIR, J.F., BUSH, R.P. y ORTINAU, D.J. 2010.- Investigación de mercados: en un ambiente de información digital.

McGraw-Hill.

LUQUE MARTÍNEZ, T. (2017). Investigación de marketing 3.0. Pirámide.

MALHOTRA, N.K. 2008.- Investigación de mercados. Prentice Hall. México.

JANSSEN, W., DE PELSMACKER, P., WIJNEN, K., & VAN KENHOVE, P. (2008). Marketing research with SPSS.

Pearson Education.

MERINO SANZ, M.J.; PINTADO BLANCO, T.; SÁNCHEZ HERRERA, J.; GRANDE ESTEBAN, I.; ESTÉVEZ MUÑOZ,

M. (2010). Introducción a la investigación de mercados. ESIC Editorial. Madrid.

MOOI, E., & SARSTEDT, M. (2011). A concise guide to market research: The process, data, and methods using

IBM SPSS statistics. Berlin: Springer.

### 2. Bibliografía complementaria

FIELD, A. (2009). Discovering statistics using SPSS (third edition). SAGE. Londres.

GARCÍA PÉREZ, A. (2009). Estadística aplicada: conceptos básicos. Universidad Nacional de Educación a

Distancia. Madrid

LÓPEZ-ROLDÁN, P.; FACHELLI, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona:

Universidad Autónoma de Barcelona.

OSBORNE, J.W.; COSTELLO, A.B.; KELLOW, J.T. (2008). Best practices in exploratory factor analysis. En: J.W.

Osborne (editor) Best practices in quantitative methods. SAGE Publications. Londres.

VALLEJOS IZQUIERDO, A.F. (coord.) (2011). Investigación social mediante encuestas. Editorial Universitaria

Ramón Areces. Madrid.

VALLEJOS IZQUIERDO, A.F.; ORTÍ MATA, M.; AGUDO ARROYO, Y. (2007). Métodos y Técnicas de Investigación

Social. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.

## Metodología

---

### Aclaraciones

Para los alumnos con necesidades educativas especiales se emplearán los mismos criterios de evaluación, con las adaptaciones necesarias y ajustes razonables indicados por la Unidad de Educación Inclusiva de la UCO.

La disponibilidad del material teórico y práctico a través de la plataforma Moodle permitirá al alumno seguir el desarrollo de la asignatura. Concretamente, proporcionará a los alumnos, como material de apoyo, las presentaciones proyectadas en las clases magistrales, así como los textos de los casos prácticos para las prácticas sobre técnicas de investigación de mercados con las bases de datos para su análisis. En algunos temas específicos se pueden emplear videos autoexplicativos creados por el profesor, y por otros docentes de otras universidades, con el fin de destinar la clase a la resolución de dudas y la aplicación práctica del conocimiento. Todo ello es suficiente para seguir el curso con aprovechamiento, aunque no menoscaba la consulta de la bibliografía citada para ampliar y profundizar conocimientos. Los documentos señalados en la bibliografía son prolíficos y representan una fuente de información muy valiosa para el alumnado.

Para los estudiantes a tiempo parcial se tendrá en cuenta su condición y disponibilidad en la asignatura, tanto en el desarrollo de la misma como en su evaluación. La adaptación del estudiante a tiempo parcial a la asignatura se llevará a cabo de mutuo acuerdo entre el profesor responsable y los alumnos implicados al inicio del cuatrimestre.

Los criterios de evaluación siempre garantizarán la igualdad de derechos y oportunidades entre todos los compañeros.

### Actividades presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de evaluación</i>	2
<i>Actividades de experimentacion práctica</i>	9
<i>Actividades de exposición de contenidos elaborados</i>	12
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	7
<b>Total horas:</b>	<b>30</b>

### Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	28
<i>Actividades de resolución de ejercicios y problemas</i>	42
<b>Total horas:</b>	<b>70</b>

## Resultados del proceso de aprendizaje

---

### Conocimientos, competencias y habilidades

- CG1 Ser capaz de comprender y aplicar los modelos y métodos avanzados de análisis cualitativo y cuantitativo en el área de la materia correspondiente
- CG3 Saber identificar problemas reales y darles respuesta
- CG7 Poseer una base formativa sólida para iniciar una carrera profesional y/o investigadora ya sea mediante la incorporación a la empresa o bien a través de la realización del Doctorado en el ámbito de la bioeconomía
- CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- CT2 Adquirir la capacidad de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento
- CT3 Poseer las siguientes capacidades y habilidades: análisis y síntesis, organización y planificación, comunicación oral y escrita, resolución de problemas, toma de decisiones, trabajo en equipo, razonamiento crítico, aprendizaje autónomo, creatividad, capacidad de aplicar los conocimientos teóricos en la práctica, uso de Internet como medio de comunicación y como fuente de información
- CE2 Dominar las habilidades, métodos de investigación y técnicas relacionados con la Bioeconomía y economía circular
- CE4 Saber utilizar y valorar las fuentes de información, herramientas informáticas y recursos electrónicos para la elección y uso de las diferentes aproximaciones metodológicas en Bioeconomía y economía circular
- CE5 Poseer formación científica avanzada, multidisciplinar e integradora en el área de la Bioeconomía y economía circular, orientada a la investigación básica y aplicada y al desarrollo de productos, bienes y servicios
- CE9 Integrar conocimientos básicos, técnicos, económicos y biotecnológicos, aplicaciones, servicios y sistemas con carácter generalista
- CE11 Conocimiento de herramientas e instrumentos económicos para el funcionamiento de la economía circular y la bioeconomía
- CE3 Adquirir la capacidad de interpretar y comprender textos científicos y técnicos especializados en el área de la Bioeconomía y economía circular

## Métodos e instrumentos de evaluación

---

Instrumentos	Porcentaje
Lista de control de asistencia	10%
Medios de ejecución práctica	45%
Producciones elaboradas por el estudiantado	45%

### Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Las calificaciones parciales correspondientes a la evaluación continua serán tenidas en la convocatoria ordinaria y extraordinaria.

### Aclaraciones:

Todos los alumnos dispondrán del material académico a través de la plataforma Moodle (presentaciones PowerPoint, manual de prácticas, lecturas complementarias, resolución de problemas y recursos didácticos digitales para la comprensión de distintos conceptos estadísticos).

Los trabajos y proyectos se realizarán con hojas de cálculo como Excel, así como software estadístico como SPSS (software licenciado por la UCO o en su defecto software libre como R, JASP, JAMOVI, PSPP...). En este sentido, se recomienda poner especial atención a la asistencia a este tipo de sesiones prácticas, así como la realización de las tareas grupales basadas en la metodología del aprendizaje basado en proyectos. Respecto al instrumento de evaluación e-portfolio se proveerá al estudiante con distintas plataformas gratuitas (Google Sites o Mahara) para que puedan realizarlo.

El portafolio contará con una portada de presentación, de los alumnos que conforma los grupos de trabajo colaborativo, y consistirá en la subida de una entrada semanal. El portafolio contendrá una estructura obligatoria de secciones:

Presentación del grupo de trabajo colaborativo y de la asignatura en la que desarrollan el e-portfolio.

Actividades, trabajos y tareas.

Reflexiones sobre el aprendizaje.

Recursos extra.

Conclusiones finales.

Autoevaluación.

Evaluación final de la asignatura y propuestas de mejora.

La nota final será la media ponderada de cada uno de los instrumentos de evaluación reflejados en la presente guía docente. En el caso de que algún alumno tenga dificultades específicas para el seguimiento de la asignatura, que requieran de alguna adaptación por parte del docente, el interesado deberá contactar con el profesorado para consensuar las adaptaciones necesarias.

## Objetivos de desarrollo sostenible

---

Educación de calidad  
Producción y consumo responsables

## Otro profesorado

---

**Nombre:** ARRIAZA BALMON, MANUEL

**Departamento:** ECONOMÍA AGRARIA, FINANZAS Y CONTABILIDAD

**Ubicación del despacho:** CAMPUS RABANALES, C5, 3ª PLANTA

**E-Mail:** es1arbam@uco.es

**Teléfono:** 957218465

---

*Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente responderán a los principios de igualdad y no discriminación y deberán ser adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.  
El estudiantado deberá ser informado de los riesgos y las medidas que les afectan, en especial las que puedan tener consecuencias graves o muy graves (artículo 6 de la Política de Seguridad, Salud y Bienestar; BOUCO 23-02-23).*

---