

RESUMEN

La educación inicial es una etapa muy importante para los niños de entre cero y cinco años de edad; en esta asimilan conocimientos y desarrollan habilidades y destrezas. El uso de material didáctico brinda el apoyo necesario para que tanto los educadores en el centro de desarrollo infantil como padres en el hogar puedan guiar a los niños en el aprendizaje y les permita desenvolverse en el medio. Esta necesidad exige que las empresas comercializadoras de material didáctico orienten sus esfuerzos a atender este nicho. Un estudio de mercado, permite determinar los hábitos y beneficios buscados por los clientes actuales y potenciales del sector de la educación. La investigación se realizó en dos fases; la fase exploratoria en la que se utilizaron las técnicas de entrevista a profesionales de la educación inicial y la aplicación de un grupo de enfoque a padres con hijos de hasta cinco años de edad y en la fase descriptiva se utilizó la técnica de encuesta, misma que fue aplicada a las dos poblaciones objetivo de investigación. Una vez procesada la data, se identificaron los hábitos y beneficios buscados tanto por los hogares como por los Centros de Desarrollo Infantil - CDIs; encontrando así no solo el nivel de conocimiento, importancia y uso del material didáctico, sino también el tipo de material preferido al momento de comprar, los lugares habituales de compra, las cantidades de producto adquirido, los precios, quien influencia y quien toma la decisión de compra. Estos datos permitieron determinar importante información para consolidar diversas estrategias que se enfoquen en incrementar las ventas, al ofrecer a sus clientes material didáctico de calidad, atractivo, con una amplia diversidad de productos a precios competitivos y facilitando el asesoramiento de productos que complementen la educación y desarrollo de los niños en etapa de educación inicial.

PALABRAS CLAVE:

- **EDUCACIÓN INFANTIL**
- **MATERIAL DIDÁCTICO**
- **CENTROS DE EDUCACIÓN INFANTIL**
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

ABSTRACT

The early education is a very important stage for children between zero and five years old; in this time they assimilate knowledge and also develop abilities and skills. The usage of teaching material offers the necessary support as much the educators in schools as parents at home so they can guide their children in the learning and allow them to develop in means. This necessity demands that companies that sell didactic material orient their efforts to take care of this niche. A market study, allows to determine habits and benefits looked for by the present and potential clients of the education sector. The investigation was made in two phases; the exploratory phase in that the techniques of interview to professionals of the initial education and the application of a group of approach to parents with children up to five years old were used and in the descriptive phase used the technique of survey, same that was applied to the two populations reconnaissance target. Once processed the data, was identified the looked for habits and benefits so much by the homes as by the Centers of Infantile Development - CDIs; thus finding not only the level of knowledge, importance and use of the didactic material, but also the type of material preferred at the time of buying, the habitual places of purchase, the amounts of acquired product, prices, who influences it and that make the decision from purchase. These data allowed determining important information to consolidate diverse strategies that focus in increasing the sales, when offering to their clients didactic material with quality, with an ample diversity of products at competitive prices and facilitating the product with the correct advice that complements the education and children development in the initial education stage.

KEY WORDS:

- **CHILDREN EDUCATION**
- **TEACHING MATERIAL**
- **EARLY EDUCATION CENTER**
- **MARKET RESEARCH**
- **CHILDREN UNDER FIVE YEARS OLD**