

# Investigación de Mercados: UNA INTENSA CARRERA DE RESISTENCIA

La Investigación de Mercados es el proceso de recolección de datos para determinar si un determinado producto o servicio será capaz de satisfacer las necesidades del cliente. Por eso, con un estudio de este tipo eficaz, se podría obtener información muy valiosa acerca de los competidores de un negocio, los cambios económicos, datos demográficos, tendencias de compra y datos demográficos. Esta información, te daría la oportunidad de elaborar una buena estrategia para lograr las metas de tu negocio.

Sin embargo, aunque podemos encontrar muchos datos sobre esta materia, casi no existe información sobre los profesionales que se dedican a ésta. Por eso, platicamos con Vicente Guerrero para que nos hable un poco sobre la importancia de la Investigación de Mercados, así como de la aventura que representa dedicarse a esta carrera.

## ¿PODRÍAN HABLAR DE SU EXPERIENCIA Y TRAYECTORIA?

Inicié mi vida profesional en Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma en el área de Investigación de Mercados. Actualmente estoy por cumplir 23 años como director general en Integración Total, empresa que fundé en 1994. He tenido la oportunidad de apoyar a empresas en una gran variedad de industrias que me han permitido desarrollar e implementar metodologías tanto cuantitativas como cualitativas.

## ¿QUÉ ES LO QUE MÁS LES LLAMÓ LA ATENCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS?

La capacidad de desarrollar conocimiento de los consumidores que permitan la implementación de mejores estrategias de mercadotecnia. Es el "principio" y el "fin" de todo proceso de merca-



### CINCO COSAS QUE TODO INVESTIGADOR DE MERCADOS DEBE DE LLEVAR CONSIGO SIEMPRE

Un libro de estadística.  
Un calendario.  
Un buen libro.  
Un disco de Jazz.  
Un outfit deportivo para hacer ejercicio.

### EL VIAJE QUE MÁS HA DISFRUTADO

Llevar a mis hijos a Disneylandia. Te conviertes en niño otra vez.

### UN LUGAR AL QUE TODOS DEBAMOS IR EN LA VIDA

A la Patagonia. Sumamente disfrutable tanto solo como acompañado.

### CUÁLES SON SUS PASATIEMPOS

Escuchar música y ser el bicho raro en conciertos y festivales; así como el gusto de sentarme con mis hijos y convencerlos que vean un partido de fútbol soccer completo conmigo, si es de los Rayados de Monterrey o del Barcelona, mejor aún.

dotecnia, ya que todo debe partir de entender al consumidor y de poder medir el resultado de la estrategia implementada.

## ¿CUÁLES SON LAS DIFICULTADES MÁS COMUNES CON LAS QUE SE ENCUENTRA UN INVESTIGADOR?

Vienen en dos caminos principalmente, el primero en la dificultad de poder generar la información de los consumidores y el segundo, el reto de poder lograr que los resultados de una investigación sean captados de manera sencilla por los clientes o usuarios de la investigación.

## ¿CUÁL CREE QUE SEA LA PRINCIPAL CONTRIBUCIÓN QUE HA HECHO LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA SOCIEDAD?

El desarrollo de mejores productos y servicios que cumplan las expectativas de los clientes.

## CON SU EXPERIENCIA, ¿HA NOTADO SI HA CAMBIADO O EVOLUCIONADO LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN?

La evolución parte básicamente de lograr metodologías más efectivas para obtener la información, así como en el desarrollo de herramientas que permitan entender mejor al consumidor de manera clara y objetiva en un ambiente en constante cambio.

## ¿HACIA DÓNDE CREEN QUE VA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE ACUERDO CON SU EXPERIENCIA?

Hacia el desarrollo de nuevos caminos o metodologías que permitan entender mejor a los consumidores que en un ambiente tan cambiante y tan veloz como la tecnología, se debe volver una pieza primordial en el marketing de cualquier empresa.



Vicente Guerrero

### ¿CUÁLES SON LOS VICIOS QUE AÚN PERSISTEN EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y QUE HABRÍA QUE ELIMINAR? SI ES QUE LOS HAY.

Lo más importante en investigación de mercados es la confianza que se tiene en los resultados, y es en este punto donde está la principal falla que se suele tener. Existen proveedores que no cuentan con los controles de supervisión suficientes al momento de recopilar la información y esto da como resultado que las empresas clientes duden no sólo de la información, sino también de lo que la investigación de mercados puede ofrecer. Esta confianza es lo más difícil de recuperar, y afecta a toda nuestra industria.

### CON LAS NUEVAS PLATAFORMAS DIGITALES, ¿QUÉ RETOS TIENE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO?

El sensibilizar que las plataformas digitales son sólo otro método de recopilación de información y que como otros métodos tiene sus alcances y limitaciones, por lo que el reto es identificar cuando se deben utilizar y cuando no.

### DE ACUERDO CON SU PERCEPCIÓN ¿EL BOOM DE LAS REDES SOCIALES HA HECHO MÁS FÁCIL O DIFÍCIL LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA?

Al principio del boom más fácil, ya que se perfilaba para ser la solución mágica a muchos temas, pero ahora creo que resulta difícil dado dos factores principalmente: la cantidad de información que se puede generar y lo complicado que se puede volver el poder analizarla y poder determinar cuales son opiniones o comportamientos objetivos.

### CÓMO VE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN CUANTO A LA POLÍTICA Y A LOS CANDIDATOS, ¿CREE QUE SE UTILIZAN LOS MÉTODOS CORRECTOS O PODRÍA HACERSE MEJOR? LOS RETOS QUE TIENE EL SECTOR PARA LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2018.

Como comúnmente se dice, todo es mejorable, pero el reto principal reto es recuperar la confianza en los resultados que se obtengan.

### CÓMO VE A MÉXICO EN LOS PRÓXIMOS DIEZ AÑOS

Es difícil proyectar una imagen sobre todo cuando estamos sujetos a tantos factores tanto internos como externos, pero lo que sí estoy seguro es que veo a un México de pie y luchando por ser un mejor país y que seguramente tendrá una posición más estratégica a nivel global.

### SI UNA PERSONA QUIERE DEDICARSE A LO MISMO QUE USTEDES, ¿QUÉ CONSEJOS LE DARÍAN?

Serían dos básicamente, el primero asegurarse de cumplir lo que promete y el segundo estar dispuesto a entregarse con gusto y pasión a sus clientes. #"