

# Investigación de Mercados



Entender la situación de mercado es uno de los pre-requisitos más importantes de las decisiones estratégicas. A menudo, la clave para competir y superar a los competidores radica en un mejor entendimiento de las principales áreas de crecimiento y las tendencias en el mercado.

## ¿Por qué realizar una investigación de mercados?

Una investigación de mercados brinda información relevante a las empresas respecto a la situación del mercado, en relación a la competencia, consumidor, demanda y oferta, que ayuda a apoyar la estrategia de desarrollo y a obtener una mejor visión sobre segmentos, demanda, escenario competitivo y oportunidades de diferenciación.

### Nuestro enfoque

- Apoyar a la empresa a conocer el mercado, su comportamiento y su tendencia, permitiéndole identificar oportunidades.
- Mitigar el riesgo en la toma de decisiones.
- Identificar estrategias para el crecimiento de la empresa.
- Identificar los cambios de los principales factores macroeconómicos.

### Beneficios

- Conocer el tamaño del mercado.
- Contar con información más sólida para la toma de decisiones.
- Identificar quiénes son los competidores y qué están haciendo.
- Identificar aspectos a mejorar del producto y/o servicio ofrecido.
- Reducir la incertidumbre al momento de realizar una inversión en un nuevo producto y/o servicio.

### Tipo de Investigaciones

- Percepción de cliente/proveedor (externo o interno).
- Oferta y Demanda.
- Posicionamiento de Marca.
- Cliente Incógnito.
- De opinión.
- Satisfacción de cliente.
- Deserción de clientes.
- Diagnóstico y prevención de estrés laboral.
- Reputación institucional.
- Ranking institucionales.
- Análisis de brechas, entre otros.

### Técnicas (cuali – cuanti)

- Encuestas cara a cara.
- Encuestas telefónicas.
- Encuestas electrónicas.
- Encuestas en punto de venta.
- Grupos focales.
- Entrevistas en profundidad, entre otros.

### Metodología aplicada



- Diseño de la herramienta de la investigación.
- Segmentación y zonificación.
- Entrenamiento/prueba piloto..

#### Diseño



Elaboración del informe final y presentación de resultados.

#### Reporte

#### Planificación

Definición de las actividades y plan de proyecto



#### Ejecución

- Recopilación de datos y control de la información.
- Tabulación de datos y control de la información.
- Análisis e interpretación de resultados.



#### Administración del proyecto

### Para mayor información sobre este servicio:

**Sergio Fischer**  
Socio Líder

sergio.fischer@pwc.com  
Tel: (591-3) 344-4311  
Calle I, Equipetrol Norte Esq. Viador Pinto, Edif. Omnia Dei piso 1

**Erlan Ibañez**  
Director Consultoría

erlan.ibanez@pwc.com  
Tel: (591-3) 344-4311  
Calle I, Equipetrol Norte Esq. Viador Pinto, Edif. Omnia Dei piso 1