



## Presentación

Sin lugar a duda, todas las decisiones de mercadotecnia de las empresas deben estar basadas en buena información acerca de su clientela. La introducción de un nuevo producto o servicio al mercado, la elección del precio más adecuado, el mejor lugar en el que podemos ubicar nuestro negocio para obtener mayores ventas y la medición de los resultados de la publicidad, son ejemplos de decisiones cruciales para las empresas, que deben estar basadas en buena información acerca de los mercados.

Sin embargo, a pesar de la gran utilidad que representa la información oportuna para las buenas decisiones de las empresas:

- No siempre tenemos esa información.
- No siempre sabemos buscarla.
- No siempre sabemos qué hacer con ella.

Necesitamos romper la barrera que representa la falta de datos de mercado para las empresas: el empresario que no conoce a fondo su mercado y su clientela es como el hombre que pretende llegar al centro de la jungla buscando un lago, sin tener una visión amplia y profunda de hacia dónde debe caminar al iniciar su trayectoria. Quizá tarde años en alcanzar su objetivo. Quizá nunca lo alcance.

## Introducción

La investigación de mercados tiene aplicaciones múltiples. Sin embargo, no es importante que todas ellas sean conocidas en este momento, ya que algunas no se encuentran dentro del campo de acción de las empresas mexicanas.

Las principales aplicaciones que tiene la investigación de mercados para las empresas pequeñas en México se refieren a los productos o servicios, a los precios, a la distribución y a la publicidad.

## El caso de la selección de un nuevo local

Pedro Martínez está muy contento. Su tortería es un éxito, y la horrible pesadilla de la competencia que le hacía la hamburguesería ha pasado. Pedro mantiene su negocio sumamente limpio, ofrece a sus clientes unas tortas de inmejorable calidad y ha comenzado a hacerse publicidad. Todo esto le ha ayudado a recuperar su clientela anterior y le ha traído una nueva. En una palabra, el negocio se ha convertido en una empresa exitosa.

Sin embargo, Pedro Martínez no está del todo satisfecho. Como no es un hombre conformista, está pensando que posiblemente una sola tortería será poco patrimonio para dejarle a sus hijos. Piensa además que él tiene capacidad para trabajar más y para ganar más, y que con un empujoncito y aprovechando su buena fama, podría abrir otra tortería en alguna zona de la ciudad donde existiera demanda para sus ricas tortas.

Pedro comenta que su compadre Rodrigo Benítez ya le había hablado acerca de un pequeño local que se encuentra ubicado en la colonia donde vive Rodrigo, que - al igual que la actual tortería - está cerca del centro, y donde el alquiler no es muy caro.

Pedro y Chelo están tan entusiasmados con la nueva tortería, que el primer pensamiento que les viene a la cabeza es: "Hay que abrir el local en donde sea, con tal de abrirlo. De todos modos nos va a ir bien".

**Fundamentos de negocio**  
**Mercadotecnia > Caras vemos, clientes no conocemos**  
**> Cómo conocer a tus clientes**



"¡No!" pensó Pedro un instante después. Y recordó el trabajo que le había costado recuperar a su clientela y ganarse a otros clientes que ya frecuentaban la hamburguesería de la competencia. "No" - pensó - "¿Qué será lo mejor por hacer?"

Pedro se da cuenta de que necesita analizar una serie de datos para tomar la mejor decisión acerca de cuál es el mejor lugar para ubicar su local

**Seleccionar cuando menos dos opciones**

Es recomendable que antes de seleccionar un lugar determinado para nuestro negocio, tengamos cuando menos dos opciones, para escoger la mejor.

En el caso de Pedro Martínez, se le presentan tres caminos diferentes:

- Rentar el local que sugiere Rodrigo.
- Rentar el local de la tía Alfonsina.
- Rentar el local del anuncio del periódico.

**Estudiar las ventajas y desventajas de cada posible lugar**

De esta manera, Pedro enlista las siguientes como ventajas y desventajas de cada local:

	Ventajas	Desventajas
1 Rentar el local que sugiere Rodrigo	Está cerca del centro Renta barata	Pedro no sabe si hay clientela
2 Rentar el local de la tía Alfonsina	Renta muy barata	Demasiado lejos No saben si hay clientes
3 Rentar el local del anuncio del periódico	Cerca del negocio actual	No saben si se harán su propia competencia

**Determinar aquellos factores que resultan más importantes para tomar la decisión**

¿Qué es entonces lo que hay que analizar con más detenimiento?

Parece ser que los factores que más se repiten, y que Pedro tiene que estudiar con más detalle antes de tomar la decisión acerca de donde abrir el local, son:

1. Lo más importante es, desde luego, que en el nuevo sitio haya suficientes clientes que quieran comprar el producto.
2. El segundo factor, que el local seleccionado se encuentre a una distancia tal que le permita controlarlo sin problemas.
3. El tercer factor de importancia para el nuevo negocio es que el nuevo local no le haga competencia al actual, o bien que no existan competidores importantes cerca.
4. Finalmente, el cuarto factor será que se encuentre un local a buen precio.

Te preguntarás por qué razón no seleccionar como el factor más importante el hecho de que un local sea barato. La razón es muy sencilla: ¿de qué le serviría a Pedro tener un local

**Fundamentos de negocio**  
**Mercadotecnia > Caras vemos, clientes no conocemos**  
**> Cómo conocer a tus clientes**



muy barato, si no tiene clientes? Por ese motivo, él ha decidido que aunque la nueva tortería pague más renta, el precio lo vale si hay muchos clientes que quieran ir a la tortería.

¿Y ahora qué hago? ¿Cómo le hago para saber cuál de los tres es el mejor local? Se necesita hacer investigación de mercados.

**Realizar una investigación de mercados para cada uno de los posibles locales**

La investigación de mercados es el conjunto de acciones que una persona o una empresa deben realizar para encontrar la información que les permita tomar buenas decisiones en sus negocios.

En otras palabras, Pedro tiene que llevar a cabo una serie de acciones para encontrar la información que le permita decidir cuál de los tres locales es el mejor para abrir una sucursal de "Acá las nuevas tortas de Pedro".