



Las investigaciones de mercado en Ecuador.

Jaime Reinaldo Lazo Jaramillo ¹, Annabelle Sally Lizarzaburu Mora ², Patricio

Edgar Buendía Noroña ³

1 Investigador, jrlj78@outlook.com

2 Universidad de Guayaquil, annabelle.lizarzaburum@ug.edu.ec

3 Universidad de Guayaquil, patricio.buendiano@ug.edu.ec

RESUMEN

La investigación desarrollada se propuso un diagnóstico del posible desarrollo de las investigaciones de mercado en las condiciones de Ecuador. Se realizó un estudio bibliográfico previo y para el desarrollo del diagnóstico propuesto se tomaron las posibilidades existentes reportadas en la Base de Datos de los resultados del Censo Económico de Ecuador.

Se pudo determinar que sólo el 1.7 % de las Empresas encuestadas realizó investigaciones de mercado (8544 Empresas). El 75.7 % de las Empresas que realizaron estudios de mercado se encontraron en la categoría de Empresas pertenecientes a personas naturales.

Los sectores de la Economía en los cuales se realizan mayoritariamente las investigaciones de mercado fueron:

- a) Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- b) Industrias manufactureras
- c) Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.

Al analizar la actividad principal de forma mas detallada (cuatro dígitos de la clasificación CIUU) se puede determinar que hay sectores en los que no se reportaron la realización de estudios de mercado, como: Silvicultura y extracción de madera, extracción de minerales metalíferos, fabricación de coque y de productos de la refinación del petróleo, .fabricación de otros tipos de equipos de transporte (excluye la fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques), actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de desechos y transporte por vía acuática.

Palabras claves: investigaciones mercado, análisis mercado, estudios mercados



Market research in Ecuador

ABSTRACT

The developed research proposed a diagnosis of the possible development of market research under the conditions of Ecuador. A previous bibliographic study was carried out and for the development of the proposed diagnosis, the existing possibilities of the the Ecuadorian Economic Census Database were taken into account.

It was possible to determine that only 1.7% of the Companies surveyed carried out market research (8544 Companies). 75.7% of the Companies that carried out market studies were found in the category of Companies belonging to natural persons.

The sectors of the Economy in which the market research is carried out mainly were:

- A) Wholesale and retail trade; Repair of motor vehicles and motorcycles
- B) Manufacturing
- C) Accommodation and meal service activities.

By analyzing the main activity in a more detailed way (four digits of the IUU classification), it can be determined that there are sectors in which market research was not reported, such as: Forestry and wood extraction, extraction of metalliferous minerals, manufacturing Coke and petroleum refining products, .fabrication of other types of transport equipment (excludes the manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers), decontamination activities and other services of waste management and water transport

Keywords: Market research, market analysis, market studies



1. INTRODUCCIÓN

La realización de estudios de mercado se ha convertido en un referente de importancia para la Economía (J Alós, 2003) y en muchos países la realización de los mismos es una industria que mueve millones de dólares (JS Alós, 2003; Castellanos, 2008; Mercado, 2012). Los estudios de mercado se inscriben dentro de la estrategia empresarial y como bien señala (Morejón-Bravo, 2016) son: “un instrumento de recolección de información oportuna, analizada y resumida, que aporta los conocimientos necesarios para realizar grandes acciones con bajas probabilidades de cometer errores” (Morejón-Bravo, 2016, p. 144).

Los estudios de mercado lejos de perder importancia han ganado cada día más espacio en la era digital (Gutiérrez, Casielles, &.... 2016) y se han reportado en las más diversas ramas de la economía y empleando las más variadas técnicas (Huertas-García, Gázquez-Abad, &.... 2014; Martínez, 2014; Peñas, 2012; Proyecto, 2014). Las investigaciones de mercado han pasado así diferentes etapas a lo largo de su consolidación como disciplina hasta llegar en la etapa actual a integrarse dentro de los procesos de planificación estratégica (Merino & María, 2010).

En el caso de las economías en desarrollo, es incuestionable que estas experimentan transformaciones tanto estructurales como políticas que crean oportunidades y retos para que las empresas puedan crecer y establecerse en un ambiente de cambios (Boso, Story, & Cadogan, 2013). Todo ello hace imprescindible la realización de estudios de mercado.

Los estudios de mercado y las investigaciones al respecto pueden abarcar por tanto diferentes productos, mercados y países, por ejemplo para Ecuador (ProChile, 2011; Ruano, 2013) México (Diputados, 2004; Stabridis, 2014) o Brasil (Hahn, Casarin, dos Santos, de Miranda, & Ortiz, 2017) para sólo mencionar algunos ejemplos. Una de las dificultades en las investigaciones sobre los estudios de mercado radica en la diversidad de enfoques empleados y a la vez en que cada producto y mercado tiene sus características e igualmente se desarrolla en un contexto globalizado (Ha & Bae, 2014) con un creciente nivel de desarrollo tecnológico y nuevos enfoques en relación con la utilización de las distintas posibilidades de Internet y en particular del desarrollo de las redes sociales.



Dentro de toda esta problemática general esta investigación se propuso un diagnóstico particular del posible desarrollo de las investigaciones de mercado en las condiciones de Ecuador

2. METODOS

La investigación se desarrollaron dos etapas, primeramente se realizó un estudio bibliográfico previo empelando las posibilidades tanto de Google Académico, como de Scopus, para intentar ubicar las tendencias actuales reportadas en la temática planteada Para el desarrollo del diagnóstico propuesto se tomaron las posibilidades existentes reportadas en la Base de Datos de los resultados del Censo Económico de Ecuador (<http://redatam.inec.gob.ec/>) y en el Archivo Nacional de datos y Metadatos Estadísticos (ANDA) (<http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog>). Los datos se procesaron empleando el paquete estadístico SPSS

3. RESULTADOS

El Censo Nacional Económico de Ecuador (INEC, 2010) recopiló la variable: Establecimiento realizó investigaciones de mercado (s6p6), definiéndola como:

Indica si el establecimiento, con respecto al año de referencia, contrató o realizó por cuenta propia estudios o investigaciones de mercado tales como: encuestas, grupos focales, entrevistas a profundidad, entre otras formas de investigación o estudio, que permiten tener un conocimiento del mercado del establecimiento. No se contempla las actividades de investigación encaminadas a desarrollar nuevos productos o rediseñar procesos de la empresa.(INEC, 2010, p. Ref: <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/526/vargrp/VG525>)

Esta variable tomó las categorías No (Valor 2) y Si (Valor 1). La fuente de información fue: “Directo (Gerente o propietario/a del establecimiento, el contador/a o la persona que tenga el conocimiento cabal de lo que acontece con la actividad que desarrolla el establecimiento)”. (INEC, 2010, p. Ref:

<http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/526/vargrp/VG525>)

Los datos resumen se presentan en la Tabla 1. A continuación:



Tabla 1.

Establecimiento realizo investigaciones de mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	8544	1,7	1,8	1,8
	No	458758	89,8	98,2	100,0
	Total	467302	91,4	100,0	
Perdidos	Sistema	43828	8,6		
Total		511130	100,0		

Fuente (INEC, 2010)

Es decir, sólo el 1.7 % de las Empresas encuestadas realizó investigaciones de mercado (8544 Empresas).

La Tabla 2 a continuación precisa la relación entre la forma del establecimiento y la realización o no de investigaciones de mercado

Tabla 2. Forma del establecimiento matriz*Establecimiento realizo investigaciones de mercado

			Establecimiento realizo investigaciones de mercado		Total
			Sí	No	
Forma del establecimiento o matriz	Institución sin fines de lucro que sirve a los hogares	% dentro de Forma del establecimiento matriz	3,3%	96,7%	100,0%
		% dentro de Establecimiento o realizo investigaciones de mercado	1,9%	1,0%	1,1%
	% del total		,0%	1,0%	1,1%



Las investigaciones de mercado en Ecuador

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 474-492. ISSN 1390-9304

	Empresa de persona natural	% dentro de Forma del establecimiento matriz	1,5%	98,5%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	75,7%	93,2%	92,9%
		% del total	1,4%	91,5%	92,9%
	Institución o empresa privada no financiera	% dentro de Forma del establecimiento matriz	10,1%	89,9%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	17,8%	2,9%	3,2%
		% del total	,3%	2,9%	3,2%
	Empresa de control extranjero	% dentro de Forma del establecimiento matriz	7,8%	92,2%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	,1%	,0%	,0%
		% del total	,0%	,0%	,0%



Las investigaciones de mercado en Ecuador

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 474-492. ISSN 1390-9304

	Empresa pública	% dentro de Forma del establecimiento matriz	1,8%	98,2%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	,7%	,7%	,7%
		% del total	,0%	,7%	,7%
	Instituciones financieras y de seguros regulados por la SBS	% dentro de Forma del establecimiento matriz	23,1%	76,9%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	,5%	,0%	,0%
		% del total	,0%	,0%	,0%
	Gobierno (central, seccional, ministerios, etc.)	% dentro de Forma del establecimiento matriz	1,7%	98,3%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	1,4%	1,5%	1,5%
		% del total	,0%	1,5%	1,5%
		% dentro de Forma del	17,6%	82,4%	100,0%



Las investigaciones de mercado en Ecuador

Revista Publicando, 4 No 10. (2). 2017, 474-492. ISSN 1390-9304

	Cooperativa de ahorro y crédito	establecimiento matriz			
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	,8%	,1%	,1%
		% del total	,0%	,1%	,1%
	Cooperativa (producción, consumo y servicios)	% dentro de Forma del establecimiento matriz	5,7%	94,3%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	,3%	,1%	,1%
		% del total	,0%	,1%	,1%
	Asociación	% dentro de Forma del establecimiento matriz	4,0%	96,0%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	,8%	,4%	,4%
		% del total	,0%	,3%	,4%



Total	% dentro de Forma del establecimiento matriz	1,8%	98,2%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	1,8%	98,2%	100,0%

Esta Tabla demuestra que el 75.7 % de las Empresas que realizaron estudios de mercado se encuentran en la categoría de Empresas pertenecientes a personas naturales.

El análisis de la distribución de Empresas que realizan investigaciones de mercado por sectores de la Economía se presentan en la próxima Tabla:

Tabla 3. Clasificación CIIU 4.0 Actividad Principal*Establecimiento realizo investigaciones de mercado

			Establecimiento realizo investigaciones de mercado		Total
			Sí	No	
Clasificac ión CIIU 4.0 Actividad Principal	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	% dentro de Clasificació n CIIU 4.0 Actividad Principal	4,6%	95,4%	100,0%
		% dentro de Establecimie nto realizo investigacio nes de mercado	0,5% _a	0,2% _b	,2%
		% del total	,0%	,2%	,2%



	Explotación de minas y canteras.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	6,9%	93,1%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	0,1% ^a	0,0% ^b	,0%
		% del total	,0%	,0%	,0%
	Industrias manufactureras.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	2,4%	97,6%	100,0%
		% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	13,1% ^a	9,8% ^b	9,8%
		% del total	,2%	9,6%	9,8%



Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	4,1%	95,9%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	0,1% ^a	0,0% ^b	,0%
	% del total	,0%	,0%	,0%
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	5,0%	95,0%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	0,2% ^a	0,1% ^b	,1%
	% del total	,0%	,1%	,1%
Construcción.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	4,7%	95,3%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	0,8% ^a	0,3% ^b	,3%
	% del total	,0%	,3%	,3%



Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	1,4%	98,6%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	40,7% ^a	54,7% ^b	54,4%
	% del total	,7%	53,7%	54,4%
Transporte y almacenamiento.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	3,7%	96,3%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	1,5% ^a	0,7% ^b	,7%
	% del total	,0%	,7%	,7%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	1,4%	98,6%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	8,1% ^a	10,7% ^b	10,7%
	% del total	,1%	10,5%	10,7%



Información y comunicación.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	2,6%	97,4%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	5,8% ^a	4,0% ^b	4,0%
	% del total	,1%	3,9%	4,0%
Actividades financieras y de seguros.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	12,7%	87,3%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	1,9% ^a	0,2% ^b	,3%
	% del total	,0%	,2%	,3%
Actividades inmobiliarias.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	4,0%	96,0%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	0,7% ^a	0,3% ^b	,3%
	% del total	,0%	,3%	,3%



Actividades profesionales, científicas y técnicas.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	3,2%	96,8%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	4,8% _a	2,7% _b	2,7%
	% del total	,1%	2,6%	2,7%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	3,9%	96,1%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	2,4% _a	1,1% _b	1,1%
	% del total	,0%	1,1%	1,1%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	2,7%	97,3%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	1,0% _a	0,7% _b	,7%
	% del total	,0%	,7%	,7%



Enseñanza.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	5,0%	95,0%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	6,7% _a	2,4% _b	2,5%
	% del total	,1%	2,3%	2,5%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	2,6%	97,4%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	4,4% _a	3,1% _b	3,1%
	% del total	,1%	3,0%	3,1%
Artes, entretenimiento y recreación.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	1,9%	98,1%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	1,2% _a	1,1% _a	1,1%
	% del total	,0%	1,1%	1,1%



Otras actividades de servicios.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	1,4%	98,6%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	6,1% _a	7,9% _b	7,9%
	% del total	,1%	7,8%	7,9%
Actividades de Organizaciones y Órganos Extraterritoriales.	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	11,1%	88,9%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	0,0% _a	0,0% _b	,0%
	% del total	,0%	,0%	,0%
Total	% dentro de Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	1,8%	98,2%	100,0%
	% dentro de Establecimiento realizo investigaciones de mercado	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	1,8%	98,2%	100,0%



Cada letra del subíndice denota un subconjunto de Establecimiento realizo investigaciones de mercado categorías cuyas proporciones de columna no difieren de forma significativa entre sí en el nivel ,05.

Esta Tabla permite concluir que los sectores de la Economía en los cuales se realizan mayoritariamente las investigaciones de mercado son:

- a) Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- b) Industrias manufactureras
- c) Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.

Este mismo análisis colocando la Actividad Principal a cuatro dígitos revela que hay sectores en los que no se reportaron la realización de estudios de mercado, como:

Silvicultura y extracción de madera.

Extracción de minerales metalíferos

Fabricación de coque y de productos de la refinación del petróleo.

Fabricación de otros tipos de equipos de transporte. Excluye la fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques.

Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de desechos.

Transporte por vía acuática.

4. CONCLUSIONES

De acuerdo con los datos disponibles en el Archivo Nacional de datos y Metadatos Estadísticos se pudo tener un diagnóstico de la situación en relación con la realización de estudios de mercado por las empresas ecuatorianas. Se pudo determinar:

Sólo el 1.7 % de las Empresas encuestadas realizó investigaciones de mercado (8544 Empresas).

El 75.7 % de las Empresas que realizaron estudios de mercado se encontraron en la categoría de Empresas pertenecientes a personas naturales.

Los sectores de la Economía en los cuales se realizan mayoritariamente las investigaciones de mercado son:

- d) Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- e) Industrias manufactureras
- f) Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.



Al analizar la actividad principal de forma más detallada (cuatro dígitos de la clasificación CIUU) se puede determinar que hay sectores en los que no se reportaron la realización de estudios de mercado, como:

- a) Silvicultura y extracción de madera.
- b) Extracción de minerales metalíferos
- c) Fabricación de coque y de productos de la refinación del petróleo.
- d) Fabricación de otros tipos de equipos de transporte. Excluye la fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques.
- e) Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de desechos.
- f) Transporte por vía acuática.

Como limitaciones fundamentales del estudio se puede señalar que este se realizó con los datos disponibles del último Censo Económico reportado en Ecuador. Una posible línea de investigación de interés fuera el poder determinar los factores que condicionan el que una empresa realice estudios de mercado. La investigación sugiere a la vez la importancia de poder desarrollar medidas de capacitación efectivas que puedan ayudar a los microempresarios a realizar estudios de mercado efectivos para su situación de mercado.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alós, J. (2003). *Industria de los estudios de mercado en España 2002. Crecimos un 9% en este año. La facturación neta alcanza ya los 306 millones de euros*: Aedemo.
- Alós, J. (2003). *Investigación de mercados. Un referente para la economía. La industria de los estudios de mercado en España 2002*: europa.sim.ucm.es.
- Boso, N., Story, V. M., et al. Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708-727.
- Castellanos, V. (2008). *Industria de los estudios de mercado en España 2007*.
- Diputados, C. d. (2004). *Impacto de las importaciones de maíz blanco y de frijol originarias de E.U.A. en el mercado interno de México, centro de estudios de las finanzas públicas. ...*: CEFP/054/2004, México DF.
- Gutiérrez, J. T., Casielles, R. V., et al.... (2016). *Investigación de mercados: El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital*: digibuo.uniovi.es.
- Ha, K. S., et al. Bae, J. E. (2014). Global smart contents market analysis: Market growth and key issues. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 20(3), 57-64.



- Hahn, C. L., Casarin, V. A., dos Santos, A. V., de Miranda, R. L., et al. Ortiz, L. C. V. (2017). Market analysis of the products of the family agroindustry: Case study of the profile of the consumer and the producer santo-angelense - rio grande do sul - brazil. *Espacios*, 38(21).
- Huertas-García, R., Gázquez-Abad, J., et al.... (2014). *Propuesta metodológica mediante diseños box-behnken para mejorar el rendimiento del análisis conjunto en estudios experimentales de mercado*: Elsevier.
- INEC. (2010). Ecuador - censo nacional económico 2010.
<http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/526>
- Martínez, T. L. (2014). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*: Ediciones Pirámide.
- Mercado, A. d. (2012). *Marketing y opinión (aedemo)(2012): Estudio de la industria de los estudios de mercado, edición 2010 (en línea)*.
- Merino, S., et al. María, J. (2010). Introducción a la investigación de mercados.
- Morejón-Bravo, Y. (2016). Los estudios de mercado y perfiles de sector como herramientas útiles para la toma de decisiones. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 6(1), 143-151.
- Peñas, J. (2012). *Diseño de encuestas para los estudios de mercado*: Sevilla: Universitaria Ramón Areces.
- ProChile, O. (2011). *Estudios de mercado vinos en Ecuador*: Guayaquil.
- Proyecto, S. (2014). *Estudios de mercado en tiempo real con adwords*: refi.upnorte.edu.pe.
- Ruano, J. (2013). *Estudios de mercado: La distribución alimentaria en Ecuador: ... de la embajada de España en Quito*.
- Stabridis, A. (2014). *La economía de los hogares: Estudios sobre los efectos en la salud del uso de leña y sobre el mercado de trabajo rural en México*: Tesis de doctorado). El Colegio de