





ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS

"ANALYSIS OF MARKET RESEARCH DEMAND IN THE CITY OF ESMERALDAS"

Bautista-Ordoñez, Juana Daira
Instituto Superior Tecnológico Luis Tello
dailendaira@gmail.com
 <https://orcid.org/0000-0001-7982-0017>

Romero-Barberán, Gabriela Monserrat
Instituto Superior Tecnológico Luis Tello
romerogaby2021@gmail.com
 <https://orcid.org/0000-0002-1850-3752>

Fecha de recibido: 2023-12-10
Fecha de aceptado: 2024-02-22
Fecha de publicación: 2025-03-1

Resumen

La investigación de mercados constituye una herramienta clave para comprender negocios, clientes y necesidades insatisfechas, aumentando las posibilidades de éxito empresarial. En el sector sur de Esmeraldas se realizó un análisis con metodología mixta, utilizando encuestas e indagación documental. Los resultados muestran que el 57,5% de los negocios encuestados conocen e implementan la investigación de mercados, evidenciando conciencia de su importancia. Además, un 60% manifestó interés en aplicarla para obtener información técnica que reduzca riesgos estratégicos y potencie la competitividad de sus actividades comerciales.

Palabras clave: Investigación de mercados, toma de decisiones, tendencia de crecimiento empresarial

Abstract

Market research is a key tool for understanding businesses, customers, and unmet needs, increasing the chances of business success. In the southern sector of Esmeraldas, an analysis was conducted using a mixed methodology, combining surveys and documentary inquiry. Results show that 57.5% of surveyed businesses know and implement market research, demonstrating awareness of its importance. Furthermore, 60% expressed interest in applying it to obtain technical information that reduces strategic risks and enhances the competitiveness of their business activities.

Keywords: Market research, Decision-making, Business growth trend ¹

¹ Este artículo es un documento de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la Licencia Creative Commons, Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.



Cómo citar

Bautista Ordoñez, J. D., & Romero Barberán, G. M. (2025). ANALISIS DE LA DEMANDA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS. *PesagoraMD*, 3(3). <https://pensagoramd.com/index.php/md/article/view/3>

1.- Introducción

Esta investigación está direccionada a identificar los factores y las tendencias que se avizoran en el ámbito de la investigación de mercados de la ciudad de Esmeraldas. Dada la importancia de la aplicación de esta herramienta, se torna válido indagar si los negocios del sector sur conocen las necesidades del mercado, si al momento de la toma de decisiones lo hacen basado en este conocimiento técnico.

En un contexto más amplio como es en América Latina (Mizrahi, 2020), habla de los cambios y nuevos retos que tiene la investigación de mercados, no solo por las consecutivas crisis, sino por los cambios adheridos al despertar tecnológico y digital; por tal, propone cambiar la visión de hacer investigación de mercados más allá de los datos, ser partícipes en el análisis y dar respuestas que permitan solucionar problemas en escenarios tan adversos.

La dinámica de la investigación de mercados en las empresas ecuatorianas no es muy alentadora, ya que según (Reinaldo et al., 2017). De acuerdo con los datos disponibles en el Archivo Nacional de Datos y Metadatos Estadísticos, se obtuvo un diagnóstico de la situación en relación con estudios de mercado por las empresas ecuatorianas. Se pudo determinar: Solo el 1.7 % de las empresas encuestadas realizó investigaciones de mercado de un número de 8.544.

En contraste con la información que antecede, según el estudio de El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023-2024, evidencia que el Ecuador cuenta con una tasa de emprendimiento temprano del 32,7 %; no obstante, los emprendimientos o negocios son deficientes en procesos de innovación, dado que solo un 0,15 % presenta nuevos productos al mundo y un 1,17 % presenta nuevos productos y servicios en el Ecuador.

En cualquier actividad comercial, ya sea que estas cuenten con la formalidad empresarial o, en su defecto, sean pequeños emprendimientos, previos a iniciar con la puesta en marcha de los negocios, deben realizar un proceso minucioso que les permita tener un amplio conocimiento de los dolores y requerimientos que tiene el mercado, cuáles son sus expectativas y cómo se los puede satisfacer, para que con ello puedan ganar la

aceptación de un mercado determinado. A dicho proceso se lo conoce con el nombre de investigación de mercados (Carrillo et al. 2023).

En consecuencia, a la premisa anterior, se evidencia la importancia de que las empresas sigan el paso a paso e implementen la investigación de mercados, la misma que les permitirá ser más asertivos en la toma de decisiones, ya que en la medida de su aplicación los coloca en una zona favorable, llamada conocimiento, en cualquier ámbito de negocio en el que se quiera incursionar. La toma de decisiones se da cuando la empresa tiene o se plantea un problema o se busca la solución de este. El tomar una buena decisión es determinante para alcanzar el éxito de las empresas (Soledispa, 2021). En este sentido se propone: Analizar los factores y las tendencias actuales de la demanda en el sector de investigación de mercados en la ciudad de Esmeraldas, para la identificación de oportunidades de crecimiento, como la mejora en la toma de decisiones estratégicas en empresas locales, a través de la utilización de herramientas de análisis de datos.

Consecuentemente, se plantea la hipótesis de que, con la aplicación de la investigación de mercados, los negocios que se encuentran en el sur de la ciudad de Esmeraldas mejorarían significativamente la toma de decisiones y la satisfacción de las necesidades de los clientes.

2.- Metodología

El método escogido para la investigación fue de naturaleza mixta, para obtener datos estadísticos como datos cualitativos. Un enfoque mixto es perfecto para alcanzar una vasta comprensión sobre la demanda y tendencias de los negocios del sector sur de la ciudad de Esmeraldas, específicamente en el ámbito de investigación de mercados.

En concordancia con el método, el tipo de investigación fue exploratorio y descriptivo en primera instancia; se exploraron las características generales de la investigación de mercados en la ciudad de Esmeraldas. Seguido de esto, se analizó, de manera minuciosa, la demanda actual y potencial de investigación de mercados. Esto con el fin de obtener una idea clara de las oportunidades de crecimiento del mercado y sus necesidades.

En la primera fase, en concordancia con la metodología cuantitativa, la técnica utilizada fue la encuesta estructurada, la cual se diseñó en un formulario de Google Form y posteriormente fue validada por un profesional en el área de marketing. Otra de las herramientas utilizadas fue Google Trends, a través del cual se realizó la indagación de palabras claves, y por la versatilidad de esta también se revisaron las tendencias contrastadas con las necesidades de los negocios.

En concordancia a la metodología cualitativa, se seleccionaron mediante la técnica del muestreo no probabilístico por conveniencia, a 40 emprendimientos como dueños de negocios que mostraron la disponibilidad y predisposición para participar y responder la encuesta. Además de la recolección de datos secundarios. Con las técnicas empleadas se complementó la información, enriqueciendo el análisis de la investigación de mercados en los negocios del sur de la ciudad de Esmeraldas.

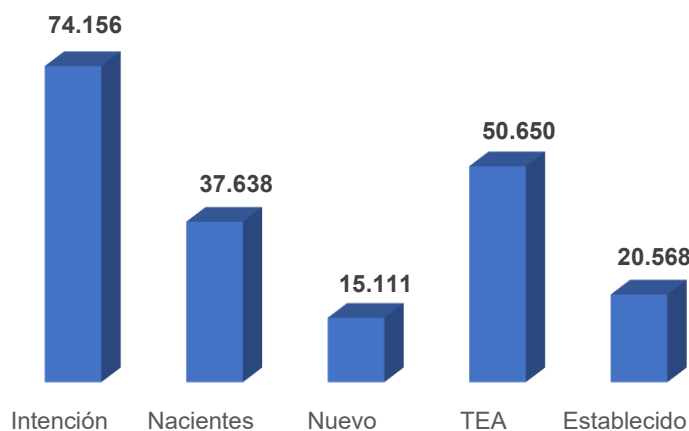
Es importante resaltar que la ciudad ha experimentado en un promedio de 10 años un significativo crecimiento hacia la zona sur, partiendo de la expansión del supermercado El Tía (Comercio, 2018). En este contexto se determina la población a la que se direccionó la investigación, siendo que los negocios ubicados en el sector del sur se dedican a diferentes actividades comerciales, desde panaderías, restaurantes, almacenes de repuestos, entre otros.

Tabla 1 Variable y conceptualización

Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores
Investigación de mercados aplicado en el ámbito de negocios del sector sur de la ciudad de Esmeraldas.	Utilización de la herramienta de investigación de mercados en los negocios de Esmeraldas ubicados en el sector sur de la ciudad.	Segmentación del mercado en las empresas.	Realizan segmentación de mercados, basados en datos verificados.
		Incidencia de la investigación de mercados en la toma de decisiones	Toma de decisiones basadas en resultados investigativos.
		Análisis de oportunidades de nuevos nichos de mercados.	Identificación de oportunidades, de nuevos nichos de mercados.

Fuente: Investigación de campo 2024

Figura 1 Proyección del crecimiento de los emprendimientos en la ciudad de Esmeraldas



Fuente: INEC,2023

Hipótesis

Con la aplicación de la investigación de mercados mejoraría significativamente la toma de decisiones en los negocios que se encuentran en el sur de la ciudad de Esmeraldas,

ya que identificarían de forma más efectiva las necesidades y preferencias de los clientes y mercado potencial.

3.- Resultados

En cuanto a la utilización de la herramienta Google Trends, se realizó el análisis de la palabra clave investigación de mercados, para obtener conocimiento de cuál es el interés de los esmeraldeños al respecto de dicha herramienta, la cual se aplica para obtener conocimiento de las necesidades de los clientes y comportamiento del mercado, es decir, qué es lo que buscan en la web. Esto permite tener una percepción de las tendencias y posibilidades de diversificar los negocios en otros ámbitos.

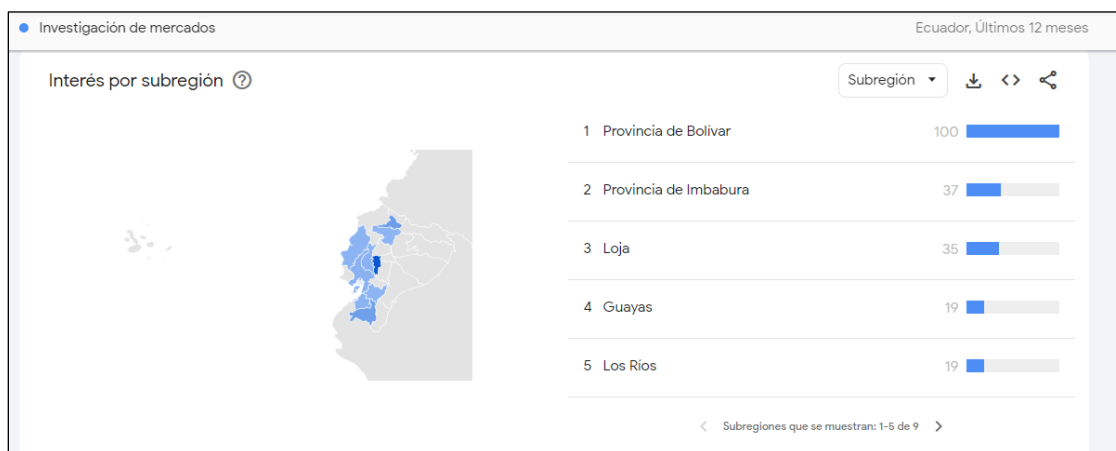
Una vez que se utilizó la herramienta, los resultados se los puede verificar en la figura 2. Los esmeraldeños en su generalidad no muestran interés por el término investigación de mercado, dado que en la frecuencia de búsqueda la ciudad de Esmeraldas no aparece en el recuadro de los resultados. Es importante puntualizar que, indagando las tendencias en la ciudad de Esmeraldas, tiene alto interés en los temas deportivos y, entre las búsquedas más generadas, está la del término restaurante.

Por consiguiente, para la obtención de información más específica, del ámbito de la investigación de mercados y su interacción con los negocios del sector del sur de la ciudad de Esmeraldas, se realizó la encuesta a 40 negocios y los resultados obtenidos revelan que el comercio es la primera actividad económica con un porcentaje del 47%, como se visualiza en la tabla 2, seguida por los negocios que se dedican alimentos, principalmente a restaurantes. También se evidenció negocios de agricultura y ganadería, la producción de moda y zapatería; esta última presentó el porcentaje más bajo de 2,5% de actividades de negocios en ese sector.

Por último, es importante resaltar que los negocios del sur tienen una permanencia de 3 años; esto se observa con los resultados de un 42,5%, como se refleja en la tabla 3. Otro dato relevante es que el 27,5% de los negocios tiene una vigencia de más de 4 años. Los negocios del sur de la ciudad de Esmeraldas tienen conocimiento de la investigación de mercados, ya que el 57,5 % manifestó haberlo implementado en sus negocios y el 75 %, haber escuchado hablar sobre ese término. Estos datos tienen concordancia con la

respuesta del 57,5% que declaró tener conocimiento vasto de las necesidades de sus clientes.

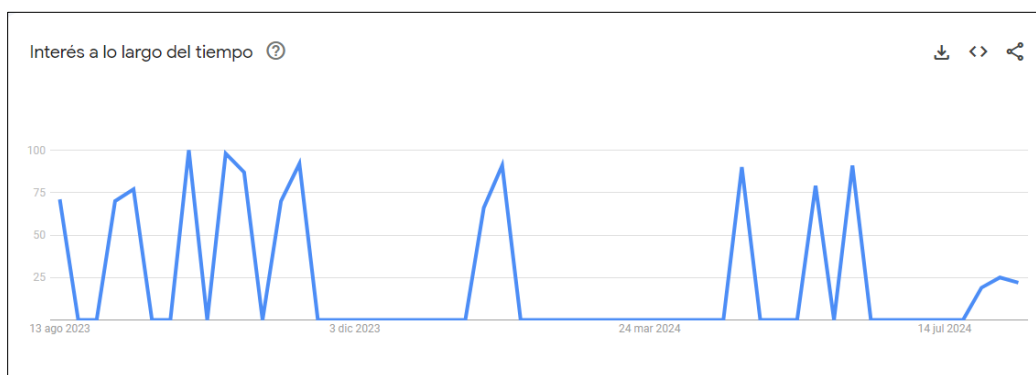
Figura 2 *Interés en la búsqueda de investigación de mercados*



Fuente: Google trends, 2024

En la figura 2 se refleja la búsqueda de la palabra clave investigación de mercados; según la información en la ciudad de Esmeraldas, dicha búsqueda no tiene resultados. Lo que pone en evidencia el bajo interés de lo que implica la investigación de mercados en el contexto de los negocios de la ciudad.

Figura 3 *Interés de búsqueda palabra clave deporte*



Fuente: Google trends, 2024

Dado el alcance de la herramienta, se realizó la revisión de cuál era la tendencia de búsqueda en la ciudad de Esmeraldas, y los resultados obtenidos arrojaron resultados desde el 2023 hasta la fecha de julio del 2024 direccionados al deporte, lo cual tiene concordancia con la característica futbolizada de la ciudad.

Figura 4 Interés de búsqueda palabra clave restaurantes



Fuente: Google trends, 2024

Tabla 2 Actividades de negocios en el sur de Esmeraldas

40 empresas		1. ¿Su emprendimiento o negocio se dedica al?
Comercio	47,50%	
Moda/diseño/ zapatería	2,5%	
Alimentación	15%	
Educación / cursos	10%	
Agricultura / Ganadería	12,5%	
Otros	12,5%	
Total	100%	

Fuente: Investigación de campo 2024

Al respecto de las actividades de negocios que se desarrollan en el sur de la ciudad de Esmeraldas, el comercio lidera como una de las primeras actividades que se ejecutan; esto se refleja con un porcentaje del 47%, seguido por negocios que se dedican a actividades relacionadas con la agricultura y ganadería.

Tabla 3 El tiempo que llevan los negocios o emprendimientos

40 empresas		2. ¿Cuál es el tiempo, que lleva con su emprendimiento?
Menos de un año	12,5%	
1 año a 3 años	42,5%	
De 4 a 5 años	27,5%	
Más de 5 años	17,5%	
Total	100%	

Fuente: Investigación de campo 2024

Los negocios y emprendimientos del sur de la ciudad de Esmeraldas llevan en su mayoría un promedio de una vigencia de 3 años en el mercado, realizando sus actividades en los diferentes ámbitos de negocios que atienden.

Tabla 4 *Gestión de negocios*

40 empresas	3. ¿Sabes cómo promover tu negocio?
Tengo algunos conocimientos, pero no son suficientes	13,5
No tengo la menor idea	7,5
Sí, conozco los productos y servicios que voy a ofrecer, así como las necesidades de mi mercado	60%
Total	100%

Fuente: Investigación de campo 2024

Tabla 5 *Implementación de la investigación de mercados*

40 empresas	4. ¿Has implementado la técnica de investigación de mercados en tu negocio?
SI	57,5
NO	42,5
Total	100%

Fuente: Investigación de campo 2024

La implementación de investigación de mercados, según respuestas de los encargados de los negocios ubicados en el sur de la ciudad de Esmeraldas, pone de manifiesto que es una herramienta activa; esto se evidencia con el 57,5% de respuestas positivas en la implementación de investigación de mercados.

Tabla 6 *Factores relevantes*

40 empresas	¿Qué factores consideras te han resultado para gestionar tu negocio?
Conocer las necesidades de los clientes	57,5%
Satisfacer a los clientes con los productos y servicios que requieren	32,5%
Contar con la inversión económica para ejecutar las actividades comerciales	10%
Total	100%

Fuente: Investigación de campo 2024

La respuesta evidencia, en un porcentaje de 57,5%, que el factor que les ha dado resultado, en el ejercicio de sus actividades comerciales indistintamente del ámbito del negocio, es el conocimiento de las necesidades de los clientes.

Tabla 7 *Termino investigación de mercados*

40 empresas	¿Conoces el termino investigación de mercados?
SI	75%
NO	25%
Total	100%

Fuente: Investigación de campo 2024

El término investigación de mercados es bien conocido por la mayoría de los responsables de las empresas encuestadas. Esto se evidencia con una respuesta positiva del 75%.

Tabla 8 *Interés por implementar la investigación de mercados*

40 empresas	¿Qué tanto le interesaría implementar la técnica de investigación de mercados en su negocio o emprendimiento?				
	1	2	3	4	5
	1,27%	3,82%	19,11%	15,29%	60,51%

Fuente: Investigación de campo 2024

Al respecto del interés de implementar las técnicas de investigación de mercados, más del 50% de las empresas manifestaron su interés.

4.- Discusión

Basado en los resultados obtenidos a través de la aplicación de la técnica de la encuesta con un cuestionario direccionado a 40 negocios ubicados en el sector del sur de la ciudad de Esmeraldas, se comprueba la hipótesis de que, con la aplicación de la investigación de mercados, los negocios del sur de la ciudad de Esmeraldas mejoraron significativamente la toma de decisiones, dado el conocimiento de las necesidades y preferencias de los clientes y el mercado potencial. No obstante, se advierte un dato que contrarresta dicho resultado en la referencia de (Reinaldo et al. 2017). De acuerdo

con los datos disponibles en el Archivo Nacional de Datos y Metadatos Estadísticos, se obtuvo un análisis de 8.544 empresas, de las cuales solo el 1,7% aplicaron investigación de mercados a nivel del Ecuador.

Es importante puntualizar que, al contrastar la información de los resultados, no tienen concordancia con la información que antecede; sin embargo, la coincidencia con (Camuñas, 2020) es consecuente. Por un lado, se habla del abanico de oportunidades con la aplicación de las herramientas de investigación; por consiguiente, en los resultados de la investigación de campo, se verifica la premisa.

En definitiva, la investigación de mercados es una herramienta valiosa en el quehacer de los negocios del sector sur de la ciudad de Esmeraldas, los cuales manejan información importante de los requerimientos de sus clientes a través de la aplicación de la herramienta. Los resultados obtenidos coinciden con lo manifestado por Carrillo et al. (2023). En el cual se refiere a la importancia de conocer los dolores que les aquejan a los clientes y con ello pueden ganar la aceptación del mercado.

5.- Conclusiones

En la ciudad de Esmeraldas, se habla de diversidad, una población donde la mayoría de sus habitantes se consideran mestizos y afrodescendientes; la mayoría de los esmeraldeños pone énfasis en su preparación profesional a través de estudios superiores. El ámbito empresarial desde tiempos de pandemia no se ha recuperado en su totalidad; el desempleo se ha incrementado en un 4,8%.

Las tendencias que se advierten en el análisis de la herramienta Google Trends son las relacionadas con el deporte y temas de alimentos. Es importante puntualizar que la investigación de mercados no es un término que se refleja como interés de los esmeraldeños; no obstante, en el levantamiento de información se obtiene una perspectiva diferente sobre el tema.

Las empresas ubicadas en el sur de la ciudad de Esmeraldas evidenciaron, mediante las respuestas de la encuesta realizada, que sí conocen y han implementado las técnicas de

investigación de mercados, además de que les interesa poder seguir accediendo a las diferentes herramientas que les permitan conocer las necesidades de sus clientes. Los ámbitos de negocios que se desarrollan en el sur de la ciudad van desde el comercio, agricultura y alimentación como los principales; no obstante, también se pudo identificar actividades direccionadas a la moda, diseño y educación.

Los hallazgos confirman la hipótesis planteada sobre la implementación de la investigación de mercados en los negocios del sur de la ciudad de Esmeraldas; se confirma el gran conocimiento que tienen los negocios encuestados de las necesidades de los diferentes ámbitos.

6.- Referencias

- Carrillo Baldeón, M. D., Parra Vaca, D. F., Paguay Guacho, E. P., & Esparza Paz, F. F. (2023). La investigación de mercados: herramienta gerencial para el lanzamiento de un producto. *Código Científico Revista de Investigación*, 4(E1), 319–337. <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v4/ne1/102>
- Herminia Moran-Chilan, J. I. (2021a). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones Market research impact generated in decision-making Impacto da pesquisa de mercado gerado na tomada de decisões. 7(1), 79–94. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1692>
- Horizonte Empresarial. Compensaciones. HEC, (2024). Ecuador 2024 un nuevo horizonte empresarial Retos y Oportunidades. https://www.andeanecuador.com.ec/content/dam/assets/dc/Documents/human-capital/HCAS_2023_Compensaciones.pdf
- Enrique Soledispa-Rodríguez, X. I., Herminia Moran-Chilan, J. I. (2021a). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones Market research impact generated in decision-making Impacto da pesquisa de mercado gerado na tomada de decisões. 7(1), 79–94. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1692>
- Enrique Soledispa-Rodríguez, X. I., & Herminia Moran-Chilan, J. I. (2021b). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones Market research impact generated in decision-making Impacto da pesquisa de mercado gerado na tomada de decisões. 7(1), 79–94. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1692>.
- Feijoó, G. S. (2018). Análisis del microentorno de un sistema de inteligencia de mercado en la empresa "DEPRODEMAR" de la provincia de Esmeraldas. PONTIFICA UNIVERSIDAD DEL ECUADOR. <https://catalogobiblioteca.puce.edu.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=258394>
- Mercado, G. E. Gotes, R. M. (2016). Investigación de mercados. Cengage Learning.
- Malhotra, N. K., Ortiz Salinas, M. E., & Benassini, M. (2008). Investigación de mercados. Pearson Educación.
- Mendoza García, J., & Véliz Valencia, M. (2018). THE EFFECT OF MARKET RESEARCH ON THE DECISION-MAKING BY MANAGEMENT. In Junio-Diciembre (Vol. 9). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726419>
- Naranjo Bert, I., Moscoso Merchán, M., & Andrade Sarmiento, B. (2022). Importancia de las plataformas virtuales para la investigación de marketing en tiempos de COVID-19. *Revista Enfoques*, 6(23), 264–274. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i23.140>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC, (2018) Panorama Laboral y empresarial del Ecuador. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama_2018.pdf
- Reinaldo, J., Jaramillo, L., Sally, A., Mora, L., & Buendía Noroña, P. E. (2017). Las investigaciones de mercado en Ecuador. In Revista (Issue 10). https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/509/pdf_333
- Vargas, A. (2017). Investigación de Mercados. Revista Publicando Vol. 4 Núm. 10 <http://www.areandina.edu.co>
- Vargas, A. (2017). Investigación de mercados. Fundación Universitaria del Área Andina. PROECUADOR. (2022, 29 de junio). Introducción al Comercio Exterior - Módulo 4: Técnicas y herramientas de investigación de mercados. YouTube. <https://youtu.be/SJA63sIPJn4?si=6Qa0l-eRFkSjwSLK>.
- Vallejo Ron, R. C. (2022). El estrés laboral y su relación con la satisfacción laboral: un estudio de caso en una empresa privada de investigación de mercados (Master's thesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). <http://hdl.handle.net/10644/8608>
- Rodríguez, D., Erazo, J., & Narváez, C. (2019). Técnicas cuantitativas de investigación de mercados aplicadas al consumo de carne en la generación millennial de la ciudad de Cuenca (Ecuador). Revista Espacios, 40(32), 20. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n32/a19v40n32p20.pdf>
- Moreira Basurto, G. E., & Solórzano Bazurto, E. J. (2022). Estudio de mercado para conocer el interés de la demanda nacional sobre turismo rural en el cantón Chone (Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM MFL). <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1953>
- López-Cadavid, D. A., Vanegas-López, J. G., & Baena-Rojas, J. J. (2020). Aplicación de un método multicriterio en la enseñanza de la investigación de mercados internacionales. Información tecnológica, 31(1), 113-122 <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100113>