

# Transición de lo Físico a lo Virtual

La investigación de mercados al igual que otras áreas está siempre en un proceso de evolución, donde durante décadas los cambios fueron mínimos hasta la llegada de internet a nuestras vidas y el acceso a esta desde nuestros dispositivos móviles; a partir de entonces los cambios han sido vertiginosos. La investigación de mercados online fue ganando terreno ante la forma tradicional de hacerlo, pero para algunos países en vías de desarrollo como los de América Latina el adoptar estos cambios no ha sido tan rápido; los factores son muchos, entre los que podemos mencionar el acceso de la población a la tecnología, pobreza, poca inversión, innovación, poco apoyo por parte de gobiernos, etc.

Ha sido a partir de los últimos 10 años donde hemos visto que hemos avanzando en este sentido, donde también han sido varios factores los que han influido, entre ellos la accesibilidad a la tecnología al irse abaratando los costos.

Es un proceso que se percibe lento en empresas pequeñas desde la perspectiva de investigación de mercados. Pero también en las medianas y grandes empresas la adopción sigue siendo un proceso conservador, que, aunque existe la disposición en adoptar, va lento el crecimiento; lo que da confianza en este sentido es contar con casos de éxito que den certeza y garanticen resultados a los clientes.

Si comparamos la industria de investigación de mercados de América Latina con la industria de países como Estados Unidos, Europa y Asia, vemos que aún hay mucho camino por recorrer. Si bien, las empresas ya han iniciado un proceso de introducción de tecnologías, estar al nivel de estos países tomará tiempo adicional en la implementación y adopción.

En México como en otros países, aparte de la incertidumbre y la falta de tecnología para hacer investigación de mercados, se teme a la poca aceptación que pueda tener esta modalidad de la investigación.

# Transición de lo Físico a lo Virtual

Entre los muchos beneficios de la investigación de mercados online están:

- Acortamiento en los tiempos. Hacer una investigación de mercados tradicional llevaba semanas o meses; al día de hoy lo podemos hacer en días.
- Disminución de costos. Al prescindir de mano de obra para aplicación de encuestas los costos disminuyen considerablemente; por otra parte los softwares han ayudado mucho en el tema de automatizar los procesos y ocupar menos personas en cada proyecto.
- Mejor calidad. La automatización y los softwares han mejorado la precisión de obtención de datos, el manejo de estos y el servicio que brinda la empresa.
- Ayuda de redes sociales. Las redes sociales con mayor número de cuentahabientes cuentan en sus plataformas con herramientas para realizar una investigación.

Estos son solo algunos de los beneficios que ha traído consigo la investigación de mercados online.

Como lo podemos comprobar, la investigación de mercados online llegó para permanecer hasta que la desplace una nueva tecnología; la metodología y fases se acoplan a este nuevo uso.

No está de más señalar que uno de los cambios que más se ha sentido es la recolección de datos, puesto que es mediante una encuesta que no manipula un encuestador, que no está impresa y que automáticamente se obtienen estadísticas de ella; también los dispositivos móviles se encuentran entre los principales factores generadores del cambio.

## Referencia:

Bates, A. (2018). Estudios de mercado 3.0: Un vistazo a la evolución a la industria de los insights. Recuperado el día 22 de febrero de 2020, a partir de:  
<https://www.puromarketing.com/44/29938/estudios-mercado-vistazo-evolucion-industria-insights.html>