

La Investigación de Mercedes

con Mirada de Investigadora



1

Manifiesto

Investigar es mirar con propósito.
Es observar con curiosidad insaciable, detenerse en lo que otros quizás pasan por alto, buscar lo no evidente...
Es cuestionar, cambiar de perspectiva y reformular hipótesis si es necesario...
Es escuchar lo que las personas o los datos no dicen en voz alta...

Todo ello para después contarlo de una manera clara y sencilla.

Así entiendo yo este oficio. Así lo he hecho desde mis inicios y así quiero seguir haciéndolo desde mi proyecto personal.



2

Sobre mí

Soy Mercedes Fernández, Researcher con más de 25 años de experiencia en investigación de mercados y social.

He trabajado para grandes marcas, organizaciones e instituciones públicas, siempre con la convicción de que los datos, bien interpretados, ayudan a tomar decisiones más sabias.

En mi etapa en ING tuve el privilegio de construir y liderar el área de Research. En sus orígenes, este área de Investigación de Mercados era un departamento unipersonal y mis compañeros, en un simpático juego de siglas, comenzaron a llamarlo "*La Investigación de Mercedes*". Este guiño se ha convertido hoy en el nombre de mi proyecto personal.

Desde *La Investigación de Mercedes*, me mantengo fiel a ese espíritu del comienzo: curiosidad insaciable, empatía, rigor metodológico y compromiso con la calidad.



3

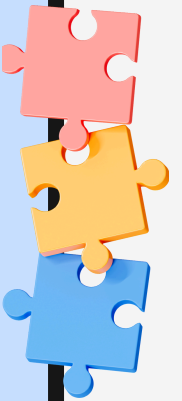
¿Cómo trabajo?

Sin recetas predefinidas: Empiezo por dedicar tiempo al briefing para entender tu contexto y objetivos y definir juntos las preguntas clave que el estudio debe responder.

Metodologías a medida: Combino técnicas cualitativas y cuantitativas en función de los objetivos: encuestas, entrevistas en profundidad, focus groups, comunidades online, etnografías, workshops y sesiones de co-creación, segmentaciones sencillas, técnicas de análisis multivariante ...

Cuidando cada detalle: Desde el diseño de guías o cuestionarios hasta la elección de un gráfico o la redacción de las conclusiones. El rigor y el cariño están en todas las fases del trabajo.

Enfoque estratégico: No hago investigación *nice-to-know*. Mi objetivo es generar conocimiento útil.



4

Proyectos

Investigación de Mercados: Estudios para fortalecer tu estrategia, incluyendo imagen y salud de marca, satisfacción del cliente, customer journey, pricing, pretest de campañas, tracking continuo, clima laboral...

Investigación Social: Para comprender comportamientos, percepciones y dinámicas sociales, abordando temas como salud, medioambiente, cultura, igualdad y diversidad...

Consultoría: Acompaño desde mi conocimiento del consumidor, la sociedad y las marcas para convertir datos e insights en estrategias accionables que generen impacto real.



¿Tienes un estudio en mente? ¿No sabes por dónde empezar?... Hablemos

mfernandez@laimdemercedes.com

Tel: 654 643 603