



Nuestra firma se especializa en proyectos de investigación de Mercado *full-service* en el Caribe y los Estados Unidos. Nos enorgullecemos de nuestro principio más valioso: "Conocimiento Local con una Perspectiva Global", dominando la investigación de mercados multi-países o global al tomar en cuenta las diferentes culturas, generaciones e idiomas y proporcionando recomendaciones útiles para las marcas.

La diversidad está arraigada en nuestra cultura, desde nuestro proceso de reclutamiento hasta nuestras políticas de entrenamientos para todos los niveles: ejecutivos, entrevistadores, reclutadores, programadores y analistas. Nuestro portafolio de productos incluye una variedad de estudios de Mercado que van desde servicios cualitativos a servicios cuantitativos, ambos con servicio completo y soporte de campo.

Actualmente operamos tres unidades regionales: América del Norte, América Central y el Caribe, América del Sur, alcanzando una cobertura regional por encima del 95% de la población del continente americano.

ASISA Research ha conducido más de 700,000 encuestas y más de 5,000 grupos focales, 2,000 entrevistas a profundidad (IDIs) y 1,000 etnografías. Nuestra firma tiene vasta experiencia con metodologías híbridas (entrevistas cara a cara, encuestas telefónicas, encuestas online, *intercepts*) y poblaciones de difícil acceso (segmentos B2B, profesionales de alto nivel, segmentos de clase alta y líderes de opinión).

ESPECIALIDADES

- Seguimiento de anuncios publicitarios
- Panel de Evaluación de anuncios publicitarios (Perception Analyzer)
- Evaluación de campañas publicitarias (pre o post lanzamiento)
- Estudio de mercado base.
- Estudios de equidad de marca
- Estudios de asociación de marca

- Estudios de atributos de marca
- Pruebas de nombre de marca.
- Pruebas de concepto.
- Estudio de proceso de decisión de compra.
- Prueba de conceptos
- Estudios de satisfacción del consumidor
- Estimación de demandas
- Auditorías de canales de distribución.
- Encuestas de boca de urna (el día de las elecciones)
- Eficacia de marketing
- Mystery shopping o cliente misterioso
- Pruebas de empaque y etiqueta
- Estudios de posicionamiento
- Pruebas de elasticidad de precios
- Sondeos de opinión pública
- Sondeos políticos
- Pronóstico de ventas
- Estudios de segmentación
- Estudios sociales
- Análisis de discursos políticos
- Panel online (usuarios de redes sociales)
- Auditoría de tienda o *store audit*
- Prueba de mercado
- Estudios sociales de blogs/virales (Viral/Blog/Social Research)

ESTUDIOS

Mezclando una amplia gama de técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, Asisa ha desarrollado diversos productos y metodologías para investigaciones en el Mercado empresarial (B2B), en el Mercado de los consumidores (B2C) y estudios internos (empleados).

Sea que requiera un servicio completo o simplemente un servicio de trabajo de campo o servicios de instalaciones en cualquier país del continente americano, contacte alguno de nuestros especialistas en investigación y logre conocer su cliente de la manera más asequible y con alta calidad.

1. Cuantitativo

Encuestas telefónicas (CATI)
Encuestas cara a cara
Encuestas online
Encuestas telefónicas automáticas (IVR)
Auditorías e Intercepts
Entrevistas CLT
Encuestas en redes sociales

2. Cualitativo

Grupos Focales
Grupos Focales y Paneles Online
Entrevistas a profundidad
Mini Grupos Focales
Etnografías
Observación no participante
Sistema Perception Analyzer

MEMBRESÍA

Asisa Research Group y su Red de Investigación LATNET son miembros de las siguientes organizaciones:

- ESOMAR: European Society for Marketing Research (Sociedad Europea para la Investigación de Mercado).
 - QRCA: Qualitative Research Consultants Association (Asociación de Consultores de Investigación Cualitativa).
 - MRA: Marketing Research Association (Asociación de Investigación de Mercados)
 - APSA: American Political Science Association (Asociación Americana de Ciencias Políticas)
 - AMA: American Marketing Association (Asociación Americana de Mercadeo)
 - ADEIMO: Asociación Dominicana de Empresas Investigación de Mercado y Opinión.
-

IMPORTANTE

- 1) LAS CONSIDERACIONES, ARGUMENTOS Y DATOS ANOTADOS PREVIAMENTE PROVIENEN DEL PORTAL WEB DE LA PROPIA ENCUESTADORA.**
- 2) EL USO DE LA PRIMERA PERSONA EN EL CONTENIDO RESPONDE A LA FORMA DE ESCRITURA EN EL PORTAL WEB DE LA PROPIA ENCUESTADORA.**
- 3) LOS DATOS HAN SIDO ANOTADOS DE FORMA EXACTA A LO ESTABLECIDO EN EL PORTAL WEB DE LA PROPIA ENCUESTADORA.**