

ISSN 1851 - 1228

# DIMM<sup>®</sup>



LA PUBLICACIÓN DE LA INDUSTRIA

Año 13 | Número 51 | Diciembre 2019

**Global  
Market  
Research  
2019**

*Siempre  
en tu escritorio*

**Primeros  
Pasos**  
Susana  
Marquis

**Agenda  
Eventos**  
2020

 [www.dimension.net](http://www.dimension.net)

# OBSERVATORIO1987

## › Innovation Hub

Ayudamos a empresas, gobiernos y tercer sector a maximizar resultados de estrategia a través de un mix de métodos ágiles, creativos y nuevos.



### Qualitative Research

- Café Online (Grupos online)
- Café Presencial (Grupos tradicionales)
- Whatsapp Meetings (Etnográfico digital)
- Social Listening (Tracking social)
- Social Exploring (Digital cualitativo)
- UX Workshop (Taller de usabilidad)



### Growth Strategies

- Brand ID (Identidad)
- Brand Map (Arquitectura)
- Portfolio Strategy (Gestión)
- Stretchability (Extensiones)
- Road to Market (Innovación)
- Motivational GPS (Segmentación)

#### Contáctanos:

+54 9 11 5003 7454 | [hola@observatorio1987.com](mailto:hola@observatorio1987.com) | [observatorio1987.com](http://observatorio1987.com)



**“Agradecemos y despedimos al 2019, y esperamos que el 2020 sea un lindo año para todos, con salud, trabajo, paz y felicidad.”**

## DIMM

Desde el 2007 junto a la industria



## EDITORIAL

Compartimos con nuestros lectores la última edición del año, una edición con información relevante y reveladora sobre la industria del research y el papel de analytics en una nota de Xavier Palacio –de ESOMAR–, que gentilmente escribió para DIMM a partir de los resultados del estudio que realizan cada año.

Nuestra tradicional sección **Primeros Pasos** invitó a Susana Marquis a ser parte; resulta muy interesante su recorrido para compartir. Tenemos por otra parte una sorpresa para la edición de marzo; la invitada a esta sección es una de las pioneras en investigación de mercado en la Argentina... ¿Adivinan?

Cubrimos el evento **#crossplanning** –organizado por SAIMO–, creando puentes entre cámaras y asociaciones, y los Premios Mercurio, tradicionales de la AAM.


La apertura de nuestro sitio y buscador, que es gratuito para publicar y libre para buscar (sin login) desde mediados de este año, está logrando que cada vez se sumen más anunciantes de toda la región. Recuerden que todos pueden estar con una participación básica gratuita, así que ¡los esperamos! Para los que quieren destacarse, tenemos propuestas interesantes, anuales y de costo accesible para ofrecerles también.

Feliz Fin de Año y mejor comienzo de 2020...

## STAFF

Directoras: **Marcela Rubins y Carolina Rocha**  
Correctora: **Pepa Urrea**  
Colaborador: **Mario Appel**  
Diseño gráfico y diagramación  
Tapa y avisos: **Jonatan Cateletti**  
Interior: **Adrián Rementería**

54 11 4779-0307  
54 11 4790-7535

 [dimension.net](http://dimension.net)

 [dimension](https://www.linkedin.com/company/dimension)

La información contenida en la presente edición corresponde a DIMM, Directorio de Investigación de Mercado y Marketing, que también posee la propiedad de diagramación de los avisos, con excepción de los que han sido provistos por los clientes. Prohibida la reproducción total o parcial de la información contenida en la presente edición. Hecho el depósito que marca la Ley 11723. Número de resolución marca DIMM 2 199 851. Obra registrada en la Dirección Nacional de Derecho de Autor, expediente 525648 ISSN 1851-1228. Las notas firmadas expresan las opiniones de los autores y no reflejan necesariamente la opinión de las editoras. DIMM es una publicación trimestral. Oficina: 11 de septiembre 2140 Piso 12 "E" (C1428AIH) C.A.B.A.

## NOTAS Y SECCIONES

## SUMARIO

4. **Editorial / Staff**
6. **Primeros Pasos.** Susana Marquis
8. **ConDIMMentos**
9. **Eventos futuros**
10. **Construyendo puentes entre cámaras / asociaciones.** SAIMO
11. **Premios Mercurio.** AAM
12. **Cinco Reflexiones y pensamientos sobre la industria.** Ezequiel Fritz
14. **Encuestas Online.** Gabriela Fainstein
16. **Global Market Research 2019.** Xavier Palacio
20. **Cumplimos 25 años.** Rocío Tejada
29. **Indice de Anunciantes**

10

12

16



## DIRECTORIO

Agencias de Investigación de Mercado ..22	Coordinación de Campo INTERIOR . . . . .25
Agencias de Investigación de Mercado LATAM. . . . .23	Encuestas online . . . . .27
Analistas Cualitativos . . . . .23	Informática para la Investigación de Mercado . . . . .27
Analistas Cuantitativos . . . . .24	Reclutamiento AMBA . . . . .27
CATI. . . . .24	Reclutamiento INTERIOR . . . . .28
Central Location. . . . .24	Salas Gesell AMBA . . . . .28
Codificación . . . . .24	Salas Gesell INTERIOR . . . . .28
Coordinación de Campo AMBA . . . . .24	Traducciones . . . . .28

# PRIMEROS

## Pasos

Susana Marquis



Psicóloga

Treinta y dos años en la profesión  
La investigación que inspira@

**¿Sabías desde que estudiabas que querías orientar tu profesión hacia la investigación de mercado, o cómo fue que se dio?**

**No pensaba ser investigadora de mercado, al menos conscientemente, aunque desde el inicio sumé formación para hacer lo que hago hoy.** Soy psicóloga recibida en la UNAM (México), también estudié Economía (UBA) y concurrí a la Escuela de Psicología Social de Pichon-Rivière.

**¿Cuál fue tu primer trabajo vinculado con el tema?**

Luego de trabajar cinco años como psicoanalista en el Borda, **aprovechando un ofrecimiento de Luis Melnik, fui convirtiéndome en consultora de marcas.** Allí realicé quince **entrevistas en profundidad sobre la imagen de un grupo petrolero, ésa fue mi primera tarea.** Simultáneamente daba clases sobre Motivaciones del Consumidor y Psicología Social en las carreras de Comercialización y Publicidad de la FAECC (UCES). En 1992 conocí al francés G. Chetochine y me especialicé en Retail.

**Y ¿cómo fue que llegaste a tener tu propia agencia?**

Siempre valoré aprender de otros, pero también amo la libertad. **Desde 1997 tengo mi consultora y hago lo que me gusta.**

**¿Alguna vez te tomaste un año sabático?**

**No he necesitado. Viajo mucho** por trabajo y por conferencias y congresos, viajes en los que siempre me agrego unos días sin obligaciones para conocer la cultura de los lugares y desconectar un poco. Vaya donde vaya siempre visito puntos de ventas.

**¿Qué es lo que más te divierte de tu trabajo?**

**Me gusta entender por qué la gente hace lo que hace.** Me divierte cuando en grupos de trabajo desarrollamos ideas para trabajar sobre ese entendimiento. Me divierte cuando se producen tormentas de ideas, cuando se crea.

**¿Qué consejo le darías a los jóvenes profesionales de hoy?**

Que mantengan su mente fresca, abierta, que

sean curiosos y también metódicos, que sean responsables con la información que manejan y que sean generosos y compartan aprendizajes de aciertos y errores.

**¿Cómo ves hoy la industria de la investigación de OP y de mercado?**

**La veo como una industria muy activa,** en algunos casos participando en forma decidida para ayudar a garantizar la protección de los datos que generamos los consumidores.

**¿Qué pensás de la investigación online en estudios de opinión pública y estudios de mercado?**

Me considero pionera en la incorporación de estudios online en nuestro país; muchos de quienes lideran paneles conocen de mi compromiso con esta nueva modalidad cuando llegó para quedarse y había que dar el salto. Organizamos el primer desayuno de SAIMO sobre el tema.

**Algo absurdo que te haya pasado en el ambiente laboral que nos puedas contar... alguna anécdota...**

Recuerdo con particular cariño cuando con el equipo de Chetochine llevamos nuestro primer planograma caminando por la 9 de Julio. Unos telgopores enormes, que debíamos llevar entre dos personas, donde habíamos pegado los dibujos de lo que pensábamos que era la mejor organización de góndola. Lo lindo de ser pioneros... pero llegamos a hacer cosas absurdas.

**¿Qué libro tenés en tu mesa de luz?**

Kentukis, de S. Schwebelin; En defensa de la conversación, de S. Turkle, y El cerebro vendedor, de D. Lewis.

**Usás redes sociales: LinkedIn, Facebook, Twitter...**

Las estudio, pero intervengo poco ■



**3 trespuntozero**  
Investigación + Comunicación

4393-1126 | 156-694-5730 | 156-608-2021  
[www.trespuntozeroconsultora.com.ar](http://www.trespuntozeroconsultora.com.ar)

## PUNCTUM

Coordinó el Laboratorio de Aceleración del #ODS (objetivos de desarrollo sostenible) 16+ junto a PNUD Argentina y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Con un desarrollo metodológico innovador y experimental, **se exploró la movilidad y seguridad de las mujeres del Barrio Rodrigo Bueno.**

## trendcity

Mariela Mociulsky, CEO de la consultora, fue miembro del Panel en el evento **Negocios del Futuro** organizado por La Nación en octubre pasado. "Uno de los grandes desafíos es lograr un mentoreo recíproco entre generaciones" enfatizó Mariela.



**Se rebautizó.** Cambió su nombre de mori-mn a "miro research". MIRO nace de la idea del poder mirar más allá de lo que vemos, enfocarnos a una nueva mirada del research. En plena era digital, MIRO continúa apostando al F2F, convencidos que **de modo presencial pueden indagar** al entrevistado logrando tomar mejores insights. Natalia Mori, Jefa de Campo.

## trespuntozero

Investigación + Comunicación

Es la consultora argentina que **mejor pronosticó el resultado** de la contienda entre Alberto Fernández y Mauricio Macri.  
Más información: <https://lnkd.in/epHeQ4X>



Un nuevo año termina y **en SMR desean que durante 2020 sigan como hasta ahora, trabajando codo a codo con quienes confiaron, confían y seguirán confiando en ellos.** Quienes aún no lo hayan hecho, los esperan el año que viene. ¡¡¡Felices Fiestas!!!



Una empresa dinámica y versátil, adaptada a la urgencia de información y tiempos de respuesta que el mercado exige, que **cumplió su primer año en agosto pasado.** Ofrece servicios para Investigación de Mercado, Call Center, Campañas IVR y SMS. Redes Sociales. **Un equipo con más de 10 años de experiencia brindando servicios a clientes nacionales y de Latinoamérica.**

## DIMMbates 2020

**En mayo** realizaremos el próximo DIMMbates. Próximamente les contaremos el tema, quiénes serán los DIMMbatientes, el motivador, el lugar y la fecha del encuentro.



Continúa creciendo y expandiendo sus horizontes. **Hoy emprende una nueva etapa en alianza estratégica con una agencia líder en opinión pública.** Verónica Rodríguez Celín dejará su cargo de directora y en su lugar seguirá **Santiago Caputo.** Coordinada continuará con su marca de rigurosidad metodológica que imprimieron sus 14 años en estudios de opinión pública y mercado.



Lanzará el 9 de **Marzo de 2020 la actualización de los datos Socio-Demográficos a nivel de Radio Censal,** de acuerdo a los resultados de la última Encuesta Permanente de Hogares que realiza el INDEC. Los datos se entregarán como layer de información geográfica en formato KML, que puede ser abierto en Google Maps.



Ya están funcionando a nivel Latam los equipos **expertos en estudios sensoriales y product test.** Formados y capacitados en altos estándares y con el sello propio de calidad. Aplicando rigurosas metodologías como **Central location Testing** (realidad virtual) y **Home use Testing** (aplicación en la vida real).

## EVENTOS FUTUROS

22-24 ABRIL

**MAIN FEST LATAM - LIMA / PERÚ**

**ESOMAR**

Más información: [www.esomar.org](http://www.esomar.org)

28-29 MAYO

**IleX LATAM**  
IleX LATAM - Miami  
Miami Marriott Biscayne Bay



Más información: [www.iiex-la.insightinnovation.org](http://www.iiex-la.insightinnovation.org)

MAYO

**DIMMbates 2020**

**DIMMbates 2020**

Más información próximamente en:  
[www.dimension.net](http://www.dimension.net)

MAYO

**MARKETING DAY**



Más información: [www.aam-ar.org.ar](http://www.aam-ar.org.ar)

13-16 SEPTIEMBRE

**CONGRESO ESOMAR - TORONTO**  
The Global Data & Insights Summit

**ESOMAR**

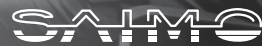
Más información: [www.esomar.org](http://www.esomar.org)



13 de Noviembre

# Construyendo PUENTES

entre cámaras / asociaciones



Es la primera vez que se realiza un evento de esta envergadura con cinco instituciones afines para pensar el Branding siglo XXI. Participaron de este encuentro liderado por Mariela Mociulsky, presidenta de SAIMO y por Havas, Ernest Riba, directivos y socios de: IAB Argentina, Interact, Cámara Argentina de Anunciantes (CAA), SAIMO y APG desarrollando así el primer #CrossPlanning de Argentina que se dio cita en Digital House

La dinámica grupal, en mesas de trabajo por sectores, fueron lideradas por Bernardo Geoghegan (servicios digitales), Sabrina Scolnic de Coca-Cola (consumo masivo), Constanza Sierra (punta de la pirámide), Fernando Cabarcos (automotriz) y Vanina Andlovec (base de la pirámide).

Partiendo de preguntas como cuáles son los desafíos, el rol de las agencias y a qué se llama propuesta de valor para las empresas en este contexto, Mariela Mociulsky y Ernest Riva propusieron ejes de debate para reflexionar y conocer de qué manera trabajar colaborativamente con propuestas para ayudar a las marcas en sus estrategias. La empatía, la observación y la creatividad, habilidades básicas que merecen rescatarse y revalorarse poniendo al consumidor y al planeta en el centro.

Una audiencia senior de clientes, planners, investigadores, profesionales de la publicidad digital y analytics participaron y aportaron desde su experiencia y profesionalismo a la riqueza de este primer encuentro ■



Gonzalo Roqué, Juan Carlos Tejada, Mariela Mociulsky, Esteban Foulkes y Vanina Gruart



Charlie Shaw, Mariela Mociulsky, Milagros Tidone, Gustavo Buchbinder, Ernest Riba y Philip Pérez

2 de Diciembre

# PREMIOS Mercurio



La Asociación Argentina de Marketing llevó a cabo la ceremonia de entrega de los Premios Mercurio 2019, que reconoce a las mejores estrategias de marketing. Fue en el Salón de Fiestas Eventos Costanera y se entregaron los Premios en las categorías Grandes Empresas Anunciantes, PyMEs y Emprendedores.

El Gran Premio Mercurio de Oro en Grandes Empresas fue para SC Johnson y Off! por el desarrollo de "Deffense línea Exclusiva para Farmacias". El Plata fue para YPF Agro por "La transformación del Campo Argentino". Y hubo 3 Bronces: para Molinos Río de la Plata por "Fran... te estabamos Esperando", para Nuevo Banco del Chaco por "La Etica de un Banco", y para SC Johnson por "Edición Limitada: Disney Collection".

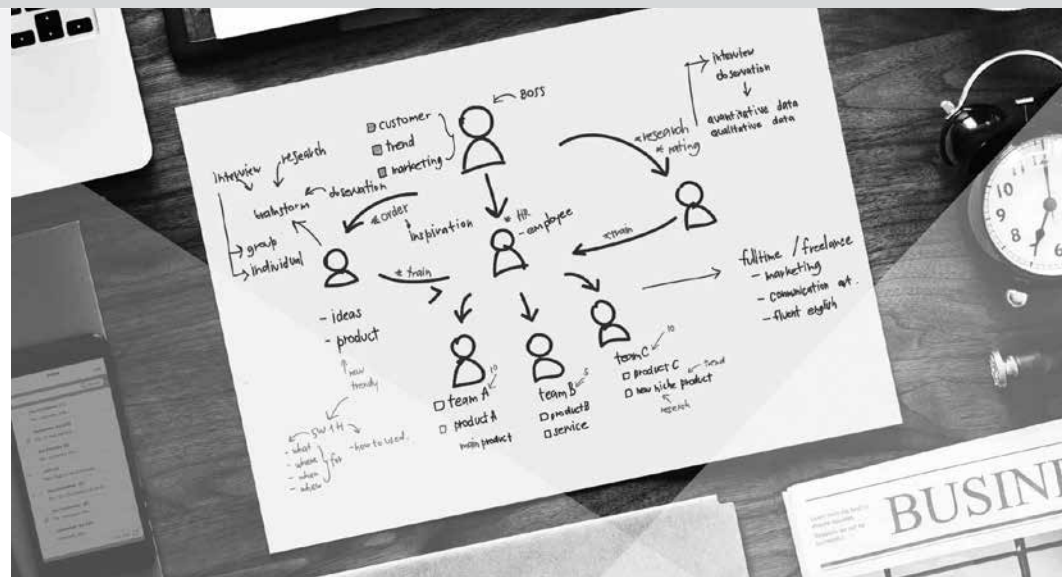
En PYMES el Oro fue para Grupo Edisur por "Manantiales: una Ciudad en la Ciudad". El Plata para Helados Daniel por "Solo Producto o Producto con Marketing?", y el Bronce para Wiltel Next por "La Cura a la Impaciencia".

En Emprendedores ganó el Oro Argentina Polo Day por "A todo polo", el Plata GoFix por "Clínicas tecnológicas reparando a la vista", y el Bronce Grupo Detall por "Valor del trabajo" ■



# 5 Reflexiones Y PENSAMIENTOS sobre la industria

Por Ezequiel Fritz



## 1. Planning y research

Un planner es un estratega que tiene un ojo puesto en la investigación y otro en el resultado. La obsesión por conocer cada stakeholder ayuda a que los procesos de investigación sean mejores. Un planner o una persona que haya tenido oportunidad de estar en posiciones de negocio y creativas sabe que la investigación es un insumo y no todos los nutrientes nutren igual. Para que un trabajo de investigación no sea un PPT o un lindo video, **el usuario final tiene que inspirarse y ser capaz de accionarlo.**

## 2. Vectores de crecimiento

Hay dos vectores que están transformando la investigación: **tecnología e internet.** La primera avanza rapidísimo. Hoy se experimenta mucho con social listening y con sistemas de clasificación de imágenes. También desde la forma que podemos operar en todo el mundo con oficinas virtuales. **Tecnología está a full.** El segundo vector viene más lento. **Todavía no se le ha sacado todo el partido que tiene a nivel información.** Para una conocida mar-

ca boliviana utilizamos videos de youtubers para conocer sus costumbres, creencias, gustos, intereses, sueños y anhelos y lo presentamos como una videografía. También utilizamos el registro documental, las bases de datos con data global, las investigaciones open source hacen que nuestro trabajo salga mejor. Creo que hay mucho para hacer antes de ir a campo.

## 3. Métodos ágiles

Son muchas las industrias que los vienen incorporando. Los métodos ágiles son procesos que te permiten adaptar el formato de trabajo a las necesidades de cada proyecto sin estrés. En nuestro caso armamos equipos tomando parámetros del método SCRUM y los procesos los seguimos en base al modelo KANBAN. **Hay muchos métodos pero además de practicarlos es importante ir hacia una organización ágil.** Esto abarca desde los recursos que contratás, el sistema contable que usás, la forma en que hacés un pedido, hasta cómo operás un campo online.

## 4. Insights

¿Bajamos la vara? ¿La velocidad y el vértigo de lo digital nos volvieron más superficiales? Creo que hay que volver a reivindicarlos. Un insight es un vibrante conocimiento que proviene de diversas fuentes de inspiración - es decir más que confirmado - capaz de inspirar ideas y generar acción. A veces vemos una frase que suena bien y parece un insight pero si no es capaz de generar algo no sirve. Hay tantas definiciones como empresas, estrategias e investigadores pero seguro todos coincidimos en que tiene que servir para algo y producir resultados.

## 5. Modelos de trabajo

La consultora Observatorio 1987 se construye capitalizando la radicalización de los valores de internet: descentralizada, abierta, global, interoperable y centrada en el usuario. En ese contexto formamos **Latam Hub**, un espacio para aprender con colaboradores de la región. Este año se trabajó Gen Z y Alpha. El tema 2020 aún no está definido pero nos inclinamos por contexto LATAM, crisis alimentaria y nuevas formas de deportividad. Estos espacios de aprendizaje ayudan a conocer las personas ideales para cada proyecto. **Es un modelo que exige agilidad, práctica y más empresas que se animen a probarlo ■**



**EZEQUIEL FRITZ**  
CEO y Strategic Planning Director  
kelo@observatorio1987.com  
www.observatorio1987.com



# ENCUESTAS ONLINE

Por Gabriela Fainstein

**Feedback nació hace un año** en un encuentro casual entre los ahora socios que tenía como objetivo darle un impulso en comunicación digital a la marca Cuesti de Damián Borenstein, especialista en encuestas por IVR, CATI y presenciales.

En ese encuentro y esa charla comenzamos a hablar del mundo del delivery de encuestas, mientras compartíamos experiencias de trabajo: Damián con más de 20 años de experiencia en trabajo de campo; Chantal y yo trabajando en Comunicación y Marketing digital, especialistas en el manejo de publicidad en Redes Sociales.

**Entonces decidimos unirnos y potenciar nuestro conocimiento para capitalizar el poder inmenso que tienen las Redes Sociales, en cuanto a penetración, usuarios y posibilidad de segmentación para anunciantes, y convertirlo en un negocio de captación de respondientes de encuestas.**

Al principio comenzamos desarrollando y financiando encuestas de prueba con muestras nacionales, provinciales, locales y distintos segmentos de edad y género. Entendimos mejor comportamientos de algoritmos y cómo canalizarlos a nuestro favor, en el cumplimiento de los objetivos.

Una vez seguros salimos a venderlo.

**Empezamos a realizar trabajos de opinión pública** (¡plena época electoral!) primero en zonas más acotadas con muestras simples hasta que llegamos a nuestro primer desafío. Un trabajo de 1500 encuestas a nivel nacional con celdas divididas por regiones, subregiones, grupos de edad y género.

Estábamos entusiasmados y confiados y resultó un éxito.

**Luego comenzamos a trabajar con encuestas de mercado** y a utilizar segmentaciones más avanzadas, relacionadas con gustos, intereses, comportamientos.

Pasada la primer barrera de conocernos, las consultoras nos confiaron trabajos de campo más amplios y complejos.

**Nos dimos cuenta que nuestra metodología podía cubrir segmentos que ninguna otra podía alcanzar, ya sea por un tema de costos o de penetración.**

Nuestro crecimiento fue muy veloz, recién estamos cumpliendo nuestro primer año. Vamos por mucho más.

**Ya desembarcamos en el Mercado Latinoamericano y España** contratados por filiales

**argentinas.** Estamos realizando encuestas en México, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Costa Rica, Panamá, Paraguay y Chile. Y también en España y EE.UU. para población latina.

**Nuestro objetivo 2020 es seguir creciendo y fortaleciendo nuestra presencia en todo el continente.**

Trabajamos día a día para que Feedback pueda convertirse en la mejor herramienta de campo y que nuestros clientes puedan alcanzar a las audiencias que necesitan obteniendo información confiable.

Y hacia allí vamos ■

**feèdbáck**  
encuestas online



**CHANTAL LEMONNIER**  
Diseño & Comunicación  
**GABRIELA FAINSTEIN**  
Co-Founder & CMO  
**DAMIÁN BORENSTEIN**  
Sales Director

- MANEJO DE CUOTAS > TARGET ESPECÍFICOS
- ALCANCE > RAPIDEZ

**Captamos  
respondientes  
por redes  
sociales**

- > Opinión pública
- > Investigación de mercado
- > Mailings a base de datos

**feèdbáck**  
encuestas online

www.feedbackencuestasonline.com

TU ALTERNATIVA A LOS PANELES



# Global Market Research 2019

## Se acerca un punto de inflexión

### Dos caras de una misma moneda

El último informe anual de ESOMAR sobre el estado de nuestra industria – el Global Market Research 2019 ([esomar.org/gmr](http://esomar.org/gmr)) – muestra el que probablemente sea el último año de hegemonía global de la industria de la investigación de mercados según se ha conocido tradicionalmente sobre el que se solía considerar la 'incipiente' industria de la analítica de datos.

Tras años consecutivos reportando crecimientos modestos, **el sector tradicional de la investigación de mercados saldó 2018 con un crecimiento negativo** (ajustado por inflación) de un **-0.3 %**, situando el gasto global en torno a los **40.740 millones de dólares** – excepto allí donde se mencione, las cifras de crecimiento del artículo están ajustadas por inflación. Esta imagen contrasta con los boyantes resultados presentados consistentemente por el sector de la analítica de datos, recopilados por ESOMAR desde 2010. Con un crecimiento en 2018 de un 10.3%, esta 'otra mitad' de la industria ha pasado en tan sólo 10 años de representar apenas un 30% hasta lograr un **49 % en 2018**, con un gasto de **39.090**

**millones de dólares.** 2019 probablemente sea el año en que, finalmente, el 'hermano menor' supere al 'hermano mayor'.

A nivel global, el gasto de la industria de insights se sitúa en **casi 80.000 millones de dólares.**

### Resultados regionales y una mirada a Latinoamérica

Un vistazo al comportamiento de la industria tradicional en las diferentes regiones del mundo muestra la difícil realidad que vive esta mitad de la profesión en el mundo. La única región que logró declarar un resultado positivo en 2018 (tras ajustar por inflación) fue Asia Pacífico, con un notable **3.7%**, dejando atrás a Norteamérica (**0.1%**), África (**-1.2%**), Europa (**-2.1%**), Latinoamérica (**-2.7%**) y Oriente Medio (**-9.2%**). Es preciso mencionar, en cualquier caso, que el crecimiento en Asia Pacífico se debió al resultado registrado en China, en donde al crecimiento orgánico se le sumó un gran gasto realizado por el gobierno – sin este resultado, la región habría registrado un crecimiento plano de tan sólo 0.1%.



En el caso de Latinoamérica, a pesar de haber mostrado niveles muy controlados de inflación para todos sus países menos Argentina y Uruguay (alrededor de un 5%), su efecto logró tornar un crecimiento relativamente notable en **términos absolutos (2.5%)** en uno negativo **tras ajustar por inflación (-2.7%)**.

**Perú** fue el país que registró un mayor crecimiento, con un **13.7%**, gracias al comportamiento positivo de una economía saludable, al trabajo realizado con el fin de incrementar constantemente la profesionalidad de las empresas, y la necesidad de los clientes de incluir la investigación de mercados en sus planes de expansión.

**Brasil** reportó un buen nivel de crecimiento absoluto, si bien este se tornó plano tras ajustar por inflación (**-0.4%**). La industria del país se vio fortalecida por la investigación online y las nuevas tecnologías – hoy por hoy, Brasil es el país de la región con mayor proporción de estudios relacionados con la analítica de datos.

Las empresas mexicanas, por su parte, se adaptaron a las previsiones pesimistas del año anterior y redujeron como consecuencia su gasto en investigación. Esto provocó una caída en el gasto de **-5.5%**, un nivel que se acentuó hasta **-9.9%** tras ajustar por inflación.

# PUNCTUM.

→ GÉNEROS • CONSUMOS • ESTÉTICAS  
→ estudios, talleres, seminarios y micro-investigaciones.

[www.punctum.com.ar](http://www.punctum.com.ar)

## FACTURACIÓN

Puesto en el mundo 2018 (dif. 2017)	País	Facturación	Crecimiento neto* (%)
10 (-1)	Brasil	527M \$	-0,4
13 (-)	México	382M \$	-9,9
26 (-3)	Colombia	151M \$	-2,6
32 (+1)	Chile	117M \$	1,4
37 (-8)	Argentina	102M \$	-3,9
45 (+3)	Perú	88M \$	13,7
55 (-)	Ecuador	35M \$	1,1

(\*) Crecimiento Neto: ajustado por inflación.

Por último, y debido a la alta inflación vivida durante 2018, Argentina vio el aparentemente positivo resultado de la industria en términos nominales transformarse en un crecimiento negativo ajustado por inflación de -3.9%." El principal desafío de la industria del país, según informó Gastón Raffo, Gerente Ejecutivo de CEIM, fue la necesidad de adaptación a las necesidades digitales de los clientes, dificultades que afectan a una buena parte de países del mundo.

### Una nueva mirada a los mercados – el IMDI

Por primera vez, el Global Market Research de 2019 ha tratado de reflejar la complejidad inherente a la industria de cada país de forma sucinta. Como resultado, ESOMAR ha pu-

blicado el 'Índice de Desarrollo del Mercado de los Insights' – IMDI por sus siglas en inglés – para capturar en un único índice (de 0 a 1) tres variables independientes: i) precios, ii) tamaño y evolución de la industria y iii) representatividad del código de conducta y ratio entre proveedores y clientes que se acogen al código ético.

El IMDI permite comprender de un vistazo la posición de los países en el mundo para cada una de estas áreas, así como el estado de su industria según varios criterios. Los 3 países latinoamericanos que se hallan alrededor de la **media mundial (0.560)** son **Chile (0.522)**, **Brasil (0.478)** y **México (0.453)** – la tabla adjunta ofrece información más detallada para otros países ■

Esta y mucha otra información tanto global como local se halla disponible en el último informe Global Market Research de ESOMAR: [esomar.org/gmr](http://esomar.org/gmr)

## IMDI

Puesto	País	IP	II	IR	IMDI
1	Singapur	0,725	0,859	0,876	0,817
3	EE.UU.	0,613	0,912	0,847	0,78
24	<b>Mundo</b>	<b>0,41</b>	<b>0,527</b>	<b>0,811</b>	<b>0,56</b>
28	Chile	0,447	0,513	0,621	0,522
34	Brasil	0,529	0,328	0,632	0,478
35	México	0,373	0,358	0,698	0,453
42	Argentina	0,418	0,302	0,556	0,412
45	Perú	0,27	0,389	0,578	0,393
48	Ecuador	0,332	0,287	0,525	0,369
53	Colombia	0,373	0,36	0,3	0,343
59	Uruguay	0,45	0,388	0,147	0,295

IP – Índice de Precios / II – Índice de la Industria / IR – Índice de Representatividad / IMDI – Índice de Desarrollo del Mercado de los Insights

## ESOMAR



**XABIER PALACIO**  
Analista Senior de la Industria  
ESOMAR

ESOMAR

GMR: el Reporte Global de la Investigación de Mercados

Adquiera su copia (en inglés):  
[esomar.org/gmr](http://esomar.org/gmr)

Descubre las futuras tendencias,  
oportunidades y avances de la  
industria de los Insights.

# CUMPLIMOS 25 años

Por Soledad Tejada

Y seguimos cumpliendo sueños, que comenzaron nuestros padres quienes emprendieron un desafío allá por los años 90 de independizarse y formar una empresa propia. Con pocos recursos pero con el empuje de los emprendedores.

Este aniversario, no puede desligarse de un hecho profundamente humano. Por eso el balance tiene esta impronta dulce... al final, el cuadro de ganancias y pérdidas, se nutre de buenos recuerdos, emociones y afectos.

Desde los inicios, se forjaron nuestros valores: la honestidad, la atención personalizada y disponibilidad, la pasión por acompañar al cliente en sus desafíos, el interés por brindar un valor agregado a la información.

Agradecemos todo lo aprendido, hemos sido parte como hijos de la "escuela Sondeo", al igual que otros compañeros de aquellos inicios, que hoy son colegas de esta profesión y que se formaron, al igual que nosotros, de

los valores transmitidos por nuestros padres y el equipo que formamos en esta gran familia.

Agradecemos a todos los que han confiado en nosotros y que, en la experiencia de trabajo, se ha gestado una relación sincera y perdurable.

Agradecemos también a nuestra gran familia de la oficina con quienes compartimos el día a día, los encuestadores y los proveedores sin los cuales nada habría sido posible.

Agradecemos la fructífera interrelación con SAIMO, que oportunamente han confiado a Juan Carlos la Presidencia. SAIMO nos acerca a colegas y nos brinda asesoramiento y capacitación continua.

Agradecemos a Joe Gross, el Jefferson Davis de Sondeo, ese norteamericano tan latino con el que venimos trabajando hace tantos años.

Estamos en una etapa de transición, renován-



donos. Las distintas habilidades aportadas, a partir de la formación profesional de cada integrante, ha significado un gran aporte constructivo para el crecimiento de la empresa. Continuamos con nuevos sueños y nuevas metas manteniendo la esencia y los valores que nos dieron vida pues constituyen parte de la cultura.

Hemos crecido, mucho más de lo esperado, mucho más de lo soñado. 25 años no es poco tiempo para una empresa en Argentina. Hemos atravesado varias crisis: las del país y las de afuera. Descubrimos que

la empresa familiar es una poderosa herramienta para surcar aguas turbulentas. Cultura familiar que se extiende a todo el equipo. Comprometido, buenas personas, buenos profesionales.

Hermosa actividad que nos permite ser testigos privilegiados de los cambios en la sociedad, descubrir nuevos paisajes, culturas diversas, talentos, desafíos profesionales y amistades que perduran.

Entonces.. ¡Felices 25 años! ¡Por otros 25 con la misma fuerza y pasión que los primeros! ■



**SOLEDAD TEJADA**  
Directora  
Sondeo & Jefferson Davis



AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

**DEL FOS**  
Opinión Pública e investigación de Mercado  
Córdoba - Rivadavia 85 4º Piso Of. 11 - Tel.: 0351 423 8506 / 4241564 / 4281364 - luis.dallaglio@delfoscba.com.ar  
[www.delfoscba.com.ar](http://www.delfoscba.com.ar)

**INTELIGEO** market research  
(54 11) 4825 1148 - (54 11) 44787094  
[www.inteligeoresearch.com.ar](http://www.inteligeoresearch.com.ar)  
lila.guerrero@inteli-geo.com.ar  
*ver aviso Pág. 31*

**FINE RESEARCH** - El especialista en Salud Cuanti- Panel de Médicos y Pacientes  
Cuali - Entrevista en Prof./ FG /Comunidades Online  
[info@fine-research.com](mailto:info@fine-research.com) - Tel. (+54) 11 4896-4180

**MARKETING Y ESTADISTICA**  
Inv. de mercado, Tendencias, Opinión Pública, Big Data, Site Selection, Encuestas on line | Macias 421, Adrogué - CP1846  
**+54114214.3194 | [comercial@marketingyestadistica.com](mailto:comercial@marketingyestadistica.com)**

**KEY MARKET**  
Investigar, Analizar, Decidir  
➤ Investigación Estratégica de Mercado  
➤ Sarmiento 983 piso 11 C.A.B.A.  
➤ Tel: 5411-5238-9834 | [keymarket.com.ar](http://keymarket.com.ar)

**Opinión pública, investigación social y de mercado**  
Grandes estudios nacionales, participación en estudios regionales, estudios de evaluación de impacto, expertise en estudios ad-hoc de alta complejidad.  
**mbc mori** CONSULTORES  
Av. Pueyrredón 1746 6° A (C1119ACN) | Buenos Aires  
Tel +54 (11) 4829 8800 | [www.mbc-mori.com.ar](http://www.mbc-mori.com.ar)

**OBSERVATORIO1987**  
Innovation Hub  
Qualitative Research | Growth Strategies  
Contactanos:  
+54 9 11 5003 7454 | [hola@observatorio1987.com](mailto:hola@observatorio1987.com) | [observatorio1987.com](http://observatorio1987.com)  
*Ver aviso pág. 2*

**PUNCTUM**  
[www.punctum.com.ar](http://www.punctum.com.ar)  
*ver aviso Pág. 17*

**Quality** latinoamérica  
**Investigación de Mercado y Opinión Pública**  
Fieldwork Argentina-Bolivia-Uruguay Colombia-Chile-Costa Rica-Paraguay  
Nueva apertura oficina en España  
[www.qualitylatam.com.ar](http://www.qualitylatam.com.ar)

**SEEKMENT**  
In any town around the world, all segments, the best samples. Digital Surveys & Panels.  
[ariel@seekment.com](mailto:ariel@seekment.com) | Tel. 54911 6621 1101 | [www.seekment.com](http://www.seekment.com)

**Sociología y Mercado Grupo Consultor**  
Opinión Pública e Investigación de Mercado en el NOA.  
[www.sociologiaymercado.com.ar](http://www.sociologiaymercado.com.ar)  
email: [laksroxana@gmail.com](mailto:laksroxana@gmail.com) | Tel. 3814975012

AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO (cont.)

**SJD** SONDEO JEFFERSON DAVIS Research & Marketing  
**CUMPLIMOS 25 AÑOS INVESTIGANDO**  
Tel. (005411) 4788 8510/08 | [www.sondeo.com.ar](http://www.sondeo.com.ar) *ver aviso Pág. 31*

**trendcity**  
INVESTIGACIÓN PARA BUSCAR  
INNOVACIÓN PARA ENCONTRAR  
ver aviso en Pág. 32  
Oficinas en: Argentina - Chile México - Brasil  
[www.trendcity.com](http://www.trendcity.com)  
[info@trendcity.com](mailto:info@trendcity.com)

**Susana Marquis.** La Investigación que Inspira  
Consultoría e Invest. Cuali-Cuanti. Shopper Understanding (on y off line) **Suipacha 705 4to 13 CABA**  
[susana@susanamarquis.com](mailto:susana@susanamarquis.com) | **+54 911 4533 6588**

**trespuntozero**  
Investigación + Comunicación  
4393-1126 | 156-694-5730 | 156-608-2021  
[www.trespuntozeroconsultora.com.ar](http://www.trespuntozeroconsultora.com.ar)  
*ver aviso Pág. 7*

**wonder**  
Investigación Online  
Wonderpanel  
48059374 | [info@wonderconsultora.com.ar](mailto:info@wonderconsultora.com.ar)  
[www.wonderconsultora.com.ar](http://www.wonderconsultora.com.ar)

AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO LATAM

**VISUAL RESEARCH**  
Campos en Paraguay  
Dos salas de Grupos  
Equipo propio de encuestadores  
Pedidos de presupuestos a [info@visual.com.py](mailto:info@visual.com.py)  
Gral. Bruguez 559 / Asunción - Paraguay / Tel 595 21 232 - 440  
[www.visual.com.py](http://www.visual.com.py)

Gracias por mencionar  
**DIMM**  
cuando contacte a los anunciantes.

ANALISTAS CUALITATIVOS

**COORDENADA**  
Investigación de Mercado y Opinión Pública  
Moderación y análisis de grupos, entrevistas etnográficas  
Verónica Rodríguez Celín  
[veronica@coordenada.com.ar](mailto:veronica@coordenada.com.ar)  
[www.coordenada.com.ar](http://www.coordenada.com.ar)  
Tel: + 54 11 4523 0413 Cel: 549 1136170171

**LIC. SILVINA MOHNEN**  
Moderación y Análisis de grupos y Entrevistas en Profundidad  
[silvina1982@hotmail.com](mailto:silvina1982@hotmail.com) / 15-5494-0206

**ANALISTAS CUANTITATIVOS**

**Laura Marcela Fernández**  
 Análisis profundos y business oriented. 20 años de expertise en empresas líderes.  
 Modalidad de trabajo Integral (incluyendo campo / proceso) o Modular (sólo análisis o cuestionario)  
 laumarfernandez@ciudad.com.ar 011-15-5-369-6148  
 laumarfernandez@fibertel.com.ar

**CATI**

**PULL MARKET**  
 CONSULTORA DE CAMPO & CALL CENTER  
 ENCUESTAS TELEFONICAS-CATI  
 Call center 30 posiciones  
 100% audio backup  
 ENCUESTAS PRESENCIALES  
 Equipo F2F todas las metodologías en tablets.  
 COBERTURA NACIONAL-15 años en el mercado  
 15 6965 7972  
 lorena@pull-market.com.ar  
 www.pull-market.com.ar

**ENTELEQUIA**  
 SOLUCIONES INTEGRALES  
 INVESTIGACION DE MERCADO  
 CALL CENTER  
 Contacto (54 11) 6091 9030 - info@entelequia-ar.com.ar

**CENTRAL LOCATION**

**IMPERIO**  
 PIZZERIA Y COCINA PORTENA  
 DESDE 1946  
 Nº1 CALIDAD  
 CORRIENTES 5206 4854-4864/2637

**AHOR**  
 Alquiler por Horas  
 Salas y Oficinas equipadas  
 para: Centrals, Maxi Focus Groups, Capacitación, Selec. de Personal Reuniones  
 Tel. 43711442/3406  
 alquilerporhoras@gmail.com | www.alquilerporhoras.com.ar  
 2 cuadras del Obelisco fte. Tribunales, todos los subtes llegan

**CODIFICACION**

**Vanesa Halperin Lic. Diego Segovia**  
 Edición / Codificación  
 Carga de encuestas en distintos programas (SPSS, Excel, Epi, QPSMR)  
 Supervisión / Mystery  
 Corrección de cuestionarios  
 Armado de planillas, etiquetado  
 Te.: 2104-3600  
 Cel.: 15 3660 4253  
 vjhalperin@gmail.com

**COORDINACIÓN DE CAMPO AMBA**

**Ahondar**  
 Coordinación de campo  
 EQUIPO | EXPERIENCIA | COBERTURA NACIONAL  
 TODAS LAS METODOLOGÍAS  
 Claudia Calvo Cel. (011) 5661 4460 | claudiadelacalvo@gmail.com  
 Roxana Cueto Cel. (011) 3010 8001 | roxi.cueto@hotmail.com

Gracias por mencionar **DIMM®** cuando contacte a los anunciantes.

**COORDINACIÓN DE CAMPO AMBA (cont.)**

**COORDENADA**  
 Investigación de Mercado y Opinión Pública  
 Desarrollo en Investigación Cualitativa y Cuantitativa. Consultoría.  
 Servicios en Coordinación de Campo, soporte y logística para todo tipo de Estudios Cualitativos y Cuantitativos.  
 Mystery Shopper.  
 Moderación de grupos.  
 Cobertura en todo el país y Latinoamérica.  
 Más de 10 años de experiencia.  
 Verónica Rodríguez Celín  
 veronica@coordenada.com.ar  
 www.coordenada.com.ar  
 Tel: + 54 11 4523 0413  
 Cel: 54 9 11 1536170171

**CAMPO DE ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINIÓN PÚBLICA**  
**miro**  
 NEW LOOKS AT RESEARCH  
 Metodologías cuali y cuantitativas.  
 Cobertura nacional.  
 Natalia Mori  
 www.miroresearch.com.ar | natalia@miroresearch.com.ar  
 Fijo: (+54) 11 2062 - 6364 - Móvil (+54) 11 3172 - 3349

**BACKUP**  
 FIELD WORK & RESEARCH  
 Coordinación de campo  
 Especialistas en técnicas cuantitativas  
 Equipo de profesionales con Cobertura Nacional  
 TE: (54 11) 3530-3266 CE: 15-5406-3997  
 WWW.BUPO.COM.AR/INFO@BUPO.COM.AR

**Jimena Bustos**  
 Coordinación de campo • Amba e Interior • Chile • Uruguay  
 Cel: 1161320705  
 mjimenabustos@gmail.com

**PROYECTIVA**  
 Todas las metodologías  
 F2F, TABLETS, POR CONTACTO, COINCIDENTAL, CENTRAL, CYBER. Amba e interior.  
 de Virginia Llanos  
 vmllanospozzi@hotmail.com  
 (011) 15-6505-2386 (011) 15-3654-1479

**COORDINACIÓN DE CAMPO INTERIOR**

**eurek**  
 Research  
 Coordinación de campo Cualitativo y Cuantitativo  
 Auditorías - Mystery Shopper - Focus group  
 Reclutamiento - Moderación - Data Entry  
 Cobertura Córdoba, NOA, NEA, Cuyo  
 Contamos con sala propia para focus, ambiente climatizado, excelente ubicación.  
 Tel 0351- 473 2883 | eurekresearch@gmail.com  
 Cel 0351- 153 078 469 | www.eurekresearch.com

**NVA CLIENTS**  
 SERVICIOS EMPRESARIALES  
 Posicionamiento de productos en mercado  
 Asesoría de imagen  
 Encuestas políticas  
 Coordinación de campo NEA  
 Fijo: 0362 4761157 / Cel: 0362 154618675  
 nvaandclients@hotmail.com f NVAANDCLIENTS

**Metodo SUR**  
 Market Research  
 Rolando Huilinao.  
 Basavilvaso 1129  
 Nequén Capital | CP. 8300  
 Tel/ Cel. 0299-154 099 500  
 metodosur@hotmail.com

**InData Research**  
 Estudios sociales y de mercado  
 Coordinación de Campo Cualitativo y Cuantitativo  
 Reclutamiento  
 Moderación de grupos  
 Mystery Shopper  
 Cobertura en provincias de Santa Fe y Entre Ríos  
 www.indataresearch.com.ar (0341) - 153119777- ROSARIO  
 info@indataresearch.com.ar (0342) - 154771578- SANTA FE

**COORDINACIÓN DE CAMPO INTERIOR (cont.)**

# Numerat#

Home & Research

Campos cualitativos y cuantitativos.  
Mercado y Opinión Pública.  
Todas las técnicas y metodologías.  
Diseño de muestras.  
Cobertura: Cuyo, NOA, Córdoba,  
Rosario y Litoral.

**Alquiler y provisión de equipos electrónicos:**  
(tablets, notebooks, pc, celulares en systems android  
y Windows, cañon proyector, pantalla electrónica  
interactiva, lectores de códigos de barra)

Lic. Lucas Ruatta  
Tel.: (0261) 429 9957 | Tel/Fax: (0261) 420-1643  
Cel: (0261) 15 502 7238 | Nextel radio: 640 \* 493

**Constancio Vigil 875**  
**(5500) Ciudad de Mendoza**  
lucasnum@uolsinectis.com.ar

**CONSULTORA PATAGÓNICA**  
**Lic. Silvina Tellez**

Buenos Aires Interior Sur | Costa Atlántica  
La Pampa | Río Negro | Neuquén  
Chubut | Santa Cruz | Tierra del Fuego

Móvil/WS: (0291) 154.435.076  
silvina.tellez@hotmail.com  
consultorapatagonica2@gmail.com

Trayectoria en el mercado. Responsabilidad y experiencia. Equipos locales sólidos y eficientes. Técnicas cuanti y cualitativas. Mysterys, Moderación FG

Servicios de Campo en Investigación de Mercado y Opinión Pública

**GCS GRUPO CONSULTORES DEL SUR**

Consultoría e Investigación de Mercado, Opinión Pública.  
Coordinación de Campo Interior. Región Centro y Sur Pcia. Bs. As.,  
Pampeana, Patagónica y Mar del Plata. Cuantitativo y Cualitativo.  
Mysterys Shopper. Entrevistas en Profundidad.

OFICINA CENTRAL Bahía Blanca MOVIL: 54 9 291 4372920  
Coordinación General Omar E Schualter MAIL: gcsconsultoresdelsur@gmail.com

[www.gcsconsultores.com.ar](http://www.gcsconsultores.com.ar)

Coordinación de campo,  
en todos los destinos del País

1165392767 / 351-2839289  
newmktresearch@gmail.com

**NEW MARKETING RESEARCH**

**AACTRA. Área Investigación**

Elaboración de proyectos y Coord. Campos Cuali-Cuanti. Método y Enfoque Socio-Antropológico.  
Sala, Coord. y análisis FG. | Áreas: Córdoba-NOA-NEA- Cuyo  
Jujuy 388. C. de Córdoba. +54 9 3517665540  
aactrainvestigaciones@gmail.com | aactra.aactra@gmail.com  
www.aactraaactra.blogspot.com/p/investigacion.html

**RESEARCH BARILOCHE -Cuali/ Cuanti**

**Lic Daniel Cichowolski**

- 15 años: CATI y coordinación de campo.
- AMBA - Sur Bs. As - Patagonia - Cuyo

Cel +54 9 294 495-7715  
www.dconconsultor.com / dcicho@dconconsultor.com

**Rodrigo Agüero**

Coordinación de Campo | Todo el País  
rodrigoaguero22@gmail.com | Cel. 383 4998653

**SYLVIA JUSUÉ & ASOCIADOS**

Más de 30 años de campo en Cuyo | Cuali- Cuanti - Moderación

Tel. 0261-4214550 | 0261-15-3843147  
sylviajusueyasoc@gmail.com

**INDICUS**

SERVICIOS EMPRESARIALES  
YOELIA ÁLVAREZ - CYNTHIA MEZA

CONSULTORÍA POLÍTICA - MARKETING ESTRATÉGICO  
INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y OPINIÓN PÚBLICA  
COORDINACIÓN DE CAMPO  
(TODAS LAS METODOLOGÍAS)  
011 22447217 - 3624618675  
business@indicus.biz

**PRANA**  
MARKETING & RESEARCH

Coordinación de campo cuanti y cuali  
reclutamiento - focus groups - mystery shopper  
SALTA- JUJUY- TUCUMÁN  
(0387) 155747049  
pranaconsultora@gmail.com

Estudios cuali / cuantitativos  
Reclutamiento / Moderación /  
Mysterys / Focus groups  
Amplia experiencia

Maipú 1566 - Rosario  
Tel. + 54 9 341 421 1949 / + 54 9 341 667 7840  
info@empirica.com.ar / www.empirica.com.ar

**ENCUESTAS ONLINE**

**feedback**  
encuestas online

www.feedbackencuestasonline.com

ver aviso Pág. 15

**INFORMÁTICA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

**SMR** SMR  
Informática para la  
Investigación de Mercado

Servicios de informática para:

- \* Campo online
- \* Encuestas telefónicas (CATI - CAWI)
- \* Encuestas en tablet y celulares (CAPI) (stock de tablets para alquiler)

Procesamiento de datos:

- \* Hosting y navegación de tablas
- \* Cálculos multivariados
- \* Quantum

Sarmiento 3968 - CABA - Argentina - (+54 11) 4867-3773  
smr@sipered.com | www.smrweb.com.ar

**RECLUTAMIENTO AMBA**

**Grupos LC**

Luciana Casaula

RECLUTAMIENTOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS | ARGENTINA Y BRASIL  
COORDINACIÓN Y MANEJO DE CAMPO  
MYSTERY SHOPPER

www.gruposlc.com.ar | Tel (5411) 1551021165  
Linkedin: Luciana Casaula | luciana.gruposlc@gmail.com

**Juliet@**

Servicios y soluciones integrales  
en Investigación de Mercado

15-6369-7555 | Julietaencuestas@gmail.com  
belucina@hotmail.com

**Natalia Dorsoli Tessier**

Reclutamiento Cualitativo

11. 6588.6881 | 4522.5740  
nataliadorsoli@gmail.com

**VERÓNICA PISMAN**

RECLUTAMIENTOS CUANTITATIVOS, CUALITATIVOS Y ETNOGRÁFICOS | EQUIPO PROPIO DE RECLUTADORES | ENCUESTAS ONLINE | MYSTERY SHOPPER | AMPLIA BASE DE DATOS, RENOVACIÓN PERMANENTE

(011) 4624-3423 (011) 1566450952 veronicapisman@yahoo.com.ar

**ÁNGELA OCCHIUZZI**

Lic. en psicología

Experiencia en el mercado desde 1997  
Amplia base de datos. Todos los niveles

Tel: 4981-3249 | Cel: 155808-5935 | aocchuzzi@fibertel.com.ar

**Mariana Peón**

Prov. de Bs. As, región del NEA y Prov. de Neuquén

Tel: 2236039809  
Mail: merypeonlonso@gmail.com



## RECLUTAMIENTO INTERIOR

Reclutamiento nacional,  
moderación y carga de datos



1165392767 / 351-2839289  
newmktresearch@gmail.com

## SALAS GESELL AMBA

### SALA GESELL CENTRO

Espacio moderno y cómodo • Videostreaming •  
Fácil acceso en microcentro

San Martín 543 piso 2 Izquierda | CABA  
156-604-0094 156-694-5730  
salasanmartinstreaming@gmail.com

### Centro de vivencias del consumidor

- Sala Gesell con amplias y modernas instalaciones
- Web streaming, traducción simultánea, WIFI
- Certificados bajo la norma ISO 9001:2000
- Focus Vision • Confidencialidad garantizada



+ (54 11 ) 4704 6399 ext. 106. 3 de Febrero 3028 C.A.B.A. Argentina

### SALA GESELL QualiBaires

Instalaciones cómodas y de categoría en la mejor zona de Palermo  
Amplia sala Gesell para clientes con entrada independiente  
Múltiples medios de transporte  
Cabello 3767 3° piso "B" • Tel: 54 114806 6050 - qualibaires@gmail.com

Gracias por mencionar

**DIMM**<sup>®</sup>

cuando contacte a los anunciantes.

## SALAS GESELL INTERIOR



Reclutamiento / Moderación /  
Coordinación / Desgrabaciones /  
Audio y vídeo /Amplia experiencia /  
Excelente ubicación

Maipú 1566 - Rosario  
Tel.+ 54 9 341 421 1949 / + 54 9 341 667 7840  
info@empirica.com.ar / www.empirica.com.ar

## TRADUCCIONES

### Graciela Escudé

Traducción/Interpretación Inglés-Español con foco  
en Investigación de Mercado.  
Tel. 011 15 62900285 | giescude@gmail.com

### CABINET LINGUISTIQUE / (54 11) 4322-0820

Cursos, traducciones, interpretaciones (francés)  
Consultar otros idiomas  
asocbis@uolsinectis.com.ar

## INDICE DE ANUNCIANTES

Anunciante	Pág.	Anunciante	Pág.	Anunciante	Pág.
AACTRA.....	26	InData Research.....	25	Punctum.....	17
Ahondar.....	24	Indicus.....	26	Qualibaires.....	28
Alquiler por horas.....	24	inteligeo.....	31	Quality Latinoamérica.....	22
Angela Occhiuzzi.....	27	Jimena Bustos.....	25	Research Bariloche.....	26
Backup.....	25	Juliet@ Reclutamiento.....	27	Rodrigo Agüero.....	26
Cabinet Linguistique.....	28	Key Market.....	22	Sala Gesell Centro.....	28
Cons. Patagónica / S. Tellez.....	26	Laura Fernández.....	24	Seekment.....	22
Coordinada Cualit.....	23	Mariana Peón.....	27	Silvina Mohnen.....	23
Coordinada Campo.....	25	Marketing y Estadística.....	22	SMR Inf. Inv. Mercado.....	27
Criba Sala Gesell.....	28	mbc Consultores Mori.....	22	Sociología y Mercado.....	22
Delfos.....	22	Método Sur.....	25	Sondeo.....	31
Empírica Campo.....	26	Miro research.....	31	Susana Marquis.....	23
Empírica SALA GESELL.....	28	Natalia Dorsoli Tessier.....	27	Sylvia Jusué & Asoc.....	26
Entelequia.....	24	New Marketing Research campo... 26		Trendcity.....	32
Eure-k research.....	25	New Marketing Research reclut. .... 28		trespuntozero.....	7
Feedback Encuestas Online.....	15	Numeras#.....	26	Vanessa Halperin.....	24
Fine Research.....	22	NVA & Clients.....	25	Verónica Pisman.....	27
GCS- Grupo Cons. Sur.....	26	Observatorio1987.....	2	Visual research.....	23
Graciela Escudé.....	28	Prana.....	26	Wonder.....	23
Grupos LC Luciana Casaula.....	27	Proyectiva.....	25		
Imperio.....	24	Pull Market.....	24		

## DATOS ÚTILES



Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión [www.saimo.org.ar](http://www.saimo.org.ar)



**AAM** Asociación Argentina de Marketing  
[www.aam-ar.org.ar](http://www.aam-ar.org.ar)



**CEIM** Cámara de Empresas de Inv. Social y de Mercado  
Linkedin: CEIM Argentina



**ABEP** Associação Brasileira de Empresas  
de Pesquisa - [www.abep.org](http://www.abep.org)



**AVAI** Asociación Venezolana de Agencias de  
Investigación - [www.avai.com.ve](http://www.avai.com.ve)



**APEIM** Asociación Peruana de Empresas de  
Investigación de Mercados - [www.apeim.com.pe](http://www.apeim.com.pe)



**CEISMU** Cámara de Emp. de Inv. Social y de  
Mercado en el Uruguay - [www.ceismu.org](http://www.ceismu.org)



**AIM** Asoc. Chilena de Empresas de  
Investigación de Mercado - [www.aimchile.cl](http://www.aimchile.cl)



**ESOMAR**  
[www.esomar.org](http://www.esomar.org)



**ACEI** Asoc. Colombiana de Empresas de  
Investigación de Mercado y Opinión Pública  
[www.acei.co](http://www.acei.co)



**AMAI** Asoc. Mexicana de Agencias de  
Investigación de Mercado y Opinión Pública  
[www.amai.org](http://www.amai.org)

# DIMMenSION

COMUNIDAD REGIONAL DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

SUMA TU EMPRESA A LA PRIMERA  
COMUNIDAD REGIONAL DE LA INDUSTRIA

LIBRE para buscar - GRATIS para publicar

DIRECTORIO + CONTENIDOS + AGENDA

[dimmension.net](http://dimmension.net)



# DIMMlaboral

BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA INDUSTRIA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Ahora pueden cargar su CV y postularse a  
las búsquedas vigentes desde [www.dimmension.net](http://www.dimmension.net)

Cargá el tuyo para formar parte de nuestra base

Cientes



SONDEO JEFFERSON DAVIS  
Research & Marketing

## CUMPLIMOS 25 AÑOS INVESTIGANDO

→ **DESCUBRIR**  
**CONOCER**  
**COMPRENDER**

E.D Roosevelt 2445, 2° piso  
C1428BOK. Bs As, Argentina.  
Tel. (005411) 4788 8510/08  
[sjda@sondeo.com.ar](mailto:sjda@sondeo.com.ar)  
[www.sondeo.com.ar](http://www.sondeo.com.ar)

**INTELIGEO**  
market research

- Investigación de mercado
- Georreferenciación
- Distribución de fuerzas de venta
- Balanceo de territorios
- Mapas temáticos
- Locación de nuevas sucursales

(54 11 ) 4825 1148 - (54 11) 44787094  
[lila.guerrero@inteli-geo.com.ar](mailto:lila.guerrero@inteli-geo.com.ar)  
[www.inteligeresearch.com.ar](http://www.inteligeresearch.com.ar)

**miro**  
NEW LOOKS AT RESEARCH

**CAMPO DE ESTUDIOS  
DE MERCADO Y OPINIÓN PÚBLICA.**  
Metodologías cuali y cuantitativas.  
Cobertura nacional.

**Mercado  
Investigación  
Rastreo  
Opinión**

Natalia Mori  
[www.miroresearch.com.ar](http://www.miroresearch.com.ar)  
[natalia@miroresearch.com.ar](mailto:natalia@miroresearch.com.ar)  
Fijo: (+54) 11 2062-6364  
Móvil (+54) 11 3172-3349





Investigación para buscar  
Innovación para encontrar  
Estrategia para transformar  
Acción para evolucionar

**trendcity** 

[www.trendcity.com](http://www.trendcity.com)  
[info@trendcity.com](mailto:info@trendcity.com)

Trabajamos en todos los países de la región.  
Oficinas en Argentina - Chile - México - Brasil