

# ¿Quiénes somos?

A partir de 2004 se consolida Merkaintelica, dirigida por un grupo de profesionales con gran experiencia en la investigación de mercados y en el análisis estratégico de la información, proponiendo soluciones que contribuyen a elevar la competitividad de sus clientes.

Transformamos datos en información,  
información en conocimiento y  
conocimiento en  
**estrategia.**

Somos especialistas en investigación de mercados en segmentos complejos en diferentes campos como el de salud animal, insumos industriales, transporte, comunicaciones y tecnología.



## Merkaintelica

Estamos a sus órdenes para atenderlo en cualquiera de sus necesidades de investigación de mercados.

*merkaintelica@merkaintelica.com*

### TELÉFONOS

(+52) 55 56 78 54 88

(+52) 55 56 78 54 89

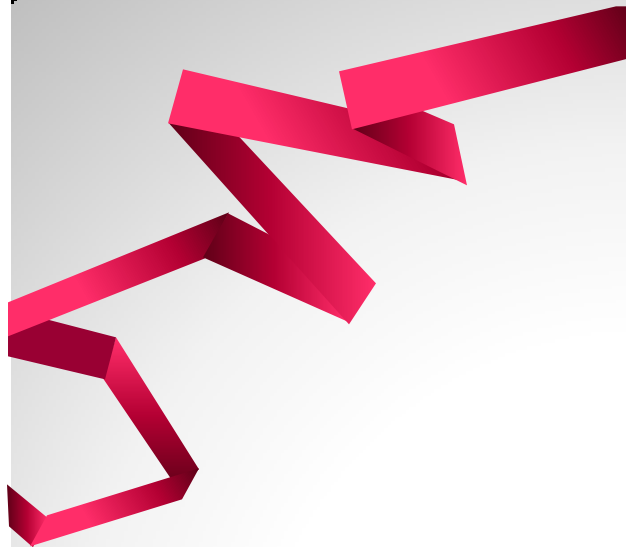
### HORARIO

Lunes a viernes de 9:00 a 8:00 pm

[www.merkaintelica.com](http://www.merkaintelica.com)

## Merkaintelica

Especialistas en investigación de mercados



1

- Prueba de concepto y de productos.
- Evaluación publicitaria y definición de imagen corporativa.
- Elasticidad y *pricing* de productos de salud animal.
- Estudios de satisfacción de productores del sector primario.
- Evaluación del impacto de programas gubernamentales en las actividades productivas.
- Evaluación económica-financiera de actividades pecuarias.

1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS AGROPECUARIOS

2 EVALUACIÓN PUBLICITARIA

3 ESTUDIOS DEL CONSUMIDOR

4 PRUEBAS DE PRODUCTO

5 ESTUDIOS AD-HOC

# SOLUCIONES DE NEGOCIO

5

- Metodologías exclusivas.
- Soluciones específicas.
- Herramientas y métodos de análisis generales y exclusivos.
- Diseño de indicadores de desempeño únicos del cliente.
- Apoyo y asesoría de especialistas en el sector de estudio.
- Cobertura de cualquier sector económico.

2

- Evaluación exploratoria al desarrollo estratégico y creativo.
- Imagen de marca.
- Prueba de concepto y comunicación.
- Pre-test.
- Post-test.
- Tracking publicitario.

3

- Usos y actitudes.
- Perfil I y segmentación .
- Estilo de vida y psicográficos.
- Lealtad.
- Satisfacción.
- Percepción.

4

- Desarrollo y pruebas de concepto.
- Pruebas de productos (ciegas e identificadas).
- Evaluación y selección de ideas.
- Estudios de marca (equidad, lealtad y valor).
- Estudios de innovación y transferencia tecnológica de nuevos productos.
- Desarrollo diseño y prototipo de productos de uso común servicios y conceptos.

*“En esencia, cada proyecto es un estudio Ad-hoc, cada cliente es diferente”*