

"LA UNIÓN HACE LA FUERZA"

Una nueva era en la investigación
de mercados en Bolivia.

© Ipsos CIESMORI

GAME CHANGERS



ASÍ INICIÓ TODO

Ipsos CIESMORI se constituye como empresa líder en Bolivia al reunir el liderazgo y la experiencia mundial de Ipsos con la posición de autoridad de CIESMORI en Bolivia. La compañía se centra en servir mejor a sus clientes con un conjunto más fuerte de capacidades y una cartera ampliada de servicios.

Ipsos ha estado proporcionando soluciones de investigación en Bolivia desde 2007 con la adquisición de Apoyo Opinión y Mercado.

CIESMORI se creó en 2017 con la fusión de las empresas de investigación más destacadas, CIES Internacional y Equipos MORI, que habían estado operando en Bolivia durante más de 25 años.



ciesmori



Y AHORA...

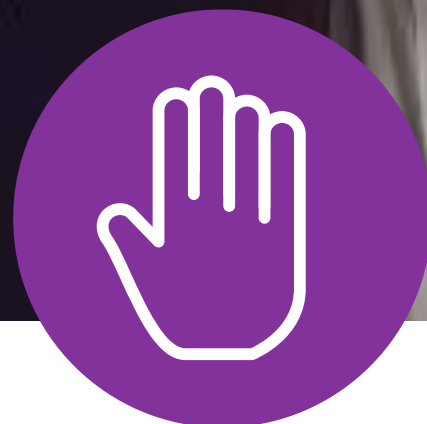


Somos la empresa de investigación de opinión pública y de mercado más grande del país; que entiende la dimensión real y complejidad de las personas, mercados y sociedad.



En Ipsos CIESMORI creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa, relevante para convertirla en verdad procesable.

NUESTROS VALORES



Integridad



Curiosidad



Colaboración



Cliente primero



**Espíritu
emprendedor**

NUESTRO EQUIPO ES EL MEJOR...

01

Porque somos expertos, apasionados, objetivos y brindamos información confiable a nuestros clientes siguiendo los más altos estándares y principios éticos.

02

Siempre ponemos a nuestros clientes primero. Nos enfocamos en relaciones de largo plazo y entendemos sus negocios como si fueran los nuestros. Les entregamos las mejores soluciones de nuestra gama de capacidades.

03

Somos curiosos del mundo que nos rodea y hacemos las preguntas correctas buscando lo nuevo e inesperado.

04

Trabajamos en equipo con la mente abierta hacia objetivos comunes.

05

Probamos ideas diferentes e innovadoras y trabajamos duro e inteligentemente.

UNA PROPUESTA DE VALOR



En un mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones seguras nunca ha sido mayor.



**PARA QUE NUESTROS
CLIENTES PUEDAN
ACTUAR DE FORMA MÁS
RÁPIDA, INTELIGENTE Y
AUDAZ.**



En Ipsos CIESMORI utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y el conocimiento y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, rapidez y sustancia en todo lo que hacemos.

MARKETING RESEARCH

Brindamos un conjunto integrado de soluciones de negocio a partir de un enfoque completo que incorpora más y mejores innovaciones.



SHOPPER

Entregamos información relacionada con el crecimiento de ventas, basados en dos pilares: el primero en crear el deseo en la mente y el segundo activando o motivando a las personas a comprar.



MEDIOS, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

Nuestra nueva división de negocio dedicada exclusivamente a la investigación de comunicación de marca, publicidad y medios de comunicación.

DESARROLLO DE MARCA Y/O ESTRATEGIA

D

- Pre Test publicitario QT (cuantitativo)
- Pre Test publicitario QL (cualitativo)
- Evaluación de publicidad gráfica

DESARROLLO DE CAMPAÑAS

D

- Next Idea
- Next AdLab
- Next TV
- Next TV Express
- Pre – test publicitario
- Next cuali

DESEMPEÑO EN EL MERCADO

D

- Post – test publicitario /
- Tracking de Impacto Publicitario
- Brand graph
- Ad graph

ESTUDIOS DE MEDIOS

E

- Medición de audiencia de TV (Rating)
- Estudios de mercado / factibilidad de medios y/o programas
- Estudio de imagen corporativa



PUBLIC AFFAIRS

El análisis de la situación de la población permite a nuestros clientes estar actualizados en el contexto actual.



CLIENT EXPERIENCE

Ayudamos a conocer las experiencias, satisfacción y lealtad de los clientes o usuarios de un producto o servicio. La investigación y consultoría permiten obtener resultados enfocados en las acciones de mejora.



DESARROLLO SOCIAL

Gestionamos estudios e investigaciones que contribuyan a la construcción de una sociedad más equitativa, justa, participativa, democrática e inclusiva.

DIAGNÓSTICO DE HOGARES

- Estudios de línea de base y evaluación de impacto
- Evaluaciones ad hoc intermedias de proyectos sociales

DIAGNÓSTICO DE SECTORES

- Estudios ad hoc de desarrollo local social o sectorial



INFORMES ESPECIALES



MONITOR DE OPINIÓN PÚBLICA

Es un estudio sistemático realizado mensualmente en Bolivia. Sus resultados son contrastados con datos recopilados a nivel mundial por Ipsos Global; lo cual permite tener una mirada amplia sobre la realidad del país y su relación con la coyuntura mundial.

El MOP es el resultado de un estudio longitudinal con recolección de información “mix mode” (combinación equilibrada entre encuestas online y “cara a cara”).

Informa continuamente sobre las actitudes, creencias y sentimientos del público en general en el Eje Troncal de Bolivia. En él puede encontrar diversos temas sociales, políticos, económicos o culturales; que pueden ser utilizados por gobiernos, organizaciones, medios de comunicación e investigadores para diversos fines.

T **TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

- Encuestas online autoadministradas.
- Encuestas "cara a cara".

U **UNIVERSO**

- Hombres y mujeres mayores de 18 años y que viven en las ciudades capitales del eje troncal (La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz).

T **TAMAÑO DE LA MUESTRA**

- Más de 2000 encuestas por trimestre.

E **ENTREGABLES**

- Informe central en PowerPoint / PDF para el público.
- Aperturas por ciudad, NSE y edad a solicitud del cliente.
- Informe en PowerPoint, exclusivo para las preguntas del cliente.

MONITOR DE MEDIOS – MDS

El Monitor de Medios nace de, la necesidad de conocer qué está mirando, leyendo y escuchando el boliviano. El MDS consulta la exposición a medios y de compras de grandes categorías a la población mayor de edad en las ciudades del eje central de Bolivia.

Es un producto “multicliente”, en otras palabras, está a disposición de todos los interesados en conocer el consumo de medios de los bolivianos tanto a nivel total, de una ciudad y/o de un medio en específico.

Los medios que monitoreamos: TV abierta/local, TV por suscripción, TV Streaming, radio, prensa impresa, Internet, redes sociales, mensajería instantánea y en el mundo digital tenemos información sobre e-commerce, publicidad online, portales de noticia y un perfil del consumidor digital.

En cuanto a las compras, se monitorea: alimentos (perecederos, no perecederos y alimentos listos para consumo), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas), productos (limpieza, cuidado personal, farmacéuticos, tecnológicos, para bebés, moda/vestuarios y autos) y bienes o servicios (préstamos de entidades financieras, lotes y viviendas y seguros privados).

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

T

- Encuestas online autoadministradas (70%).
- Encuestas "cara a cara" (30%).

UNIVERSO

U

- Hombres y mujeres de 18 años en adelante, de todos los niveles socioeconómicos residentes en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

T

- 8000 casos (4000 por ola).

ENTREGABLES

E

- Resultados cargados en una plataforma de Inteligencia de Negocios (Microsoft Power BI) que permite una visualización dinámica de la información que se genera para el cliente y que puede ser consultada desde la nube mediante credenciales que le otorgan seguridad para realizar su minería de datos.



RADIOGRAFÍA DE LAS MUJERES EN BOLIVIA

El rol de la mujer ha cambiado en las últimas décadas, si bien aún hay mujeres que se dedican de manera exclusiva al hogar, el número de mujeres que se desenvuelven en el mercado laboral es cada vez mayor.

Pese a la incorporación de las nuevas generaciones de mujeres a la fuerza laboral, ellas aún deben hacerse cargo del hogar, la familia y todo lo que ello implica, como ser la decisión de compra de los productos necesarios en el día a día.

Por este motivo en este estudio se incluye a todas las mujeres que son decisoras de compra o comparten esta tarea con alguna otra persona (25 años a más), para conocer sobre temas de su vida cotidiana.

T TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- Encuestas online autoadministradas.

U UNIVERSO

- Mujeres de 25 años en adelante, de todos los niveles socioeconómicos residentes en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz.

T TAMAÑO DE LA MUESTRA

- 900 casos.

E ENTREGABLES

- Informe de resultados en PowerPoint en formato PDF
- Aperturas por ciudad, NSE y edad.
- Presentación de una hora de resultados vía remota (Skype, Zoom, Teams), sin costos adicionales (Opcional).

INFRAESTRUCTURA Y OPERACIONES

INFRAESTRUCTURA

- Todas nuestras oficinas en el Eje troncal (La Paz, Santa Cruz), se encuentran equipadas para realizar trabajo de campo y edición, cuentan con salas Gesell, circuito cerrado para llevar a cabo grupos focales (focus groups) y video streaming.
- Una parte importante de nuestra infraestructura se encuentra en nuestro call-center especializado en la aplicación de encuestas telefónicas.
- Contamos con corresponsalías a lo largo de todo el país.
- Es importante destacar que realizamos estudios no sólo en las ciudades capitales y otras ciudades menores, sino también en el área rural a lo largo de todo el país, para lo cual disponemos de todas las facilidades y recursos necesarios.



OPERACIONES

Ipsos CIESMORI Operaciones es una unidad especializada en la captura de datos de fuentes primarias que cuenta con un equipo altamente calificado. Con presencia en las ciudades de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba, contamos con un equipo altamente capacitado con experiencia en investigaciones de mercados, políticas, sociales y económicas de tipo cualitativo y cuantitativo.

- Encuestas en dispositivos móviles
- Encuestas telefónicas
- Encuestas on-line



MUCHAS GRACIAS