

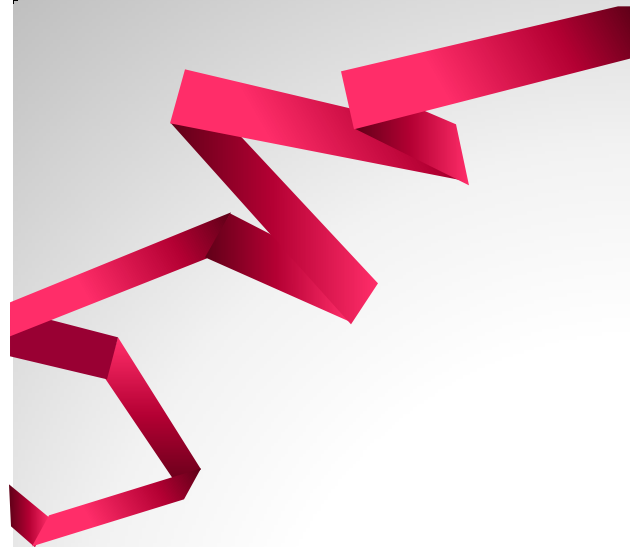
¿Quiénes somos?

Asesores con gran experiencia en la investigación de mercados y análisis de información, proponiendo soluciones que contribuyen a elevar su competitividad y su cartera de clientes.

Transformamos datos en información,
información en conocimiento y
conocimiento en
estrategias y ventas.

Especializados en investigación de mercados en segmentos complejos: minería, construcción, pesca, agricultura, alimentación y salud animal, insumos industriales, transporte, comunicaciones y tecnología.

Capacidad para estudios globales.



Merkaintelica®

Estamos a sus órdenes para atenderlo con estudios de alta calidad y a precios competitivos.

Correo: merkaintelica@merkaintelica.com

TELÉFONOS

(+52) 55 56 78 54 89
(+52) 55 56 77 79 35

HORARIO

Lunes a viernes de 9:00 a 6:00 pm

www.merkaintelica.com



Merkaintelica® S.A. de C.V.

Agencia de investigación de mercados
industriales y de consumo.

1

- Usos y actitudes.
- Perfil y segmentación.
- Pruebas de concepto y producto.
- Evaluación publicitaria.
- Definición de imagen corporativa.
- Elasticidad y precios.
- Estudios de satisfacción.
- Imagen y lealtad de marca.
- Pre-test y post-test.

1

Investigación de mercados de consumo.

2

Investigación de mercados complejos.

3

Estudios Ad-hoc.

4

Ampliación de mercados.

5

Alianzas de servicio.

SOLUCIONES DE NEGOCIO

2

- Alimentación y salud animal: ganado bovino carne, bovino leche, porcino, aves, piscicultura y acuicultura.
- Mercados de insumos agropecuarios e industriales.
- Análisis de mercados, evaluación y valuación de tecnologías agrícolas, pecuarias, industriales y de la información.
- Volumen y valor de mercado.

3

- Análisis de tarifas.
- Localización de plantas y centros de distribución.
- Análisis de flujo vehicular y de peatones.
- Evaluación económico-financiera.
- Cadena de proveedores.
- Perfiles sectoriales e industriales.

4

- Identificación y medición de mercado meta.
- Depuración de mercado meta: potencial ⇨ disponible ⇨ calificado.
- Directorio y ubicación de clientes potenciales.
- Prospección y jerarquización de clientes.
- Identificación de factores críticos, áreas de oportunidad y elementos del pipeline de ventas.

5

- Apoyo a través de *outsourcing* de servicios:
 - Diseño y planeación de estudios.
 - Diseño de instrumentos y metodologías.
 - Levantamiento de información.
 - Análisis y Reportes.
 - Capacitación especializada.

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