



## “Lo que considero más destacable es que la ‘localización’ de nuestros servicios haya venido acompañada de una creciente proyección internacional”

Joan Fradera, director Research International Barcelona.

**Research Internacional celebra este año su 40 aniversario en España, y el quinto de su delegación en Barcelona como oficina de servicios completos.** RI Barcelona tiene como principal objetivo acercar sus servicios a los clientes del área, tanto desde el punto de vista geográfico como cultural. Su director en la Ciudad Condal, Joan Fradera, nos aproxima las claves de la empresa.

### ¿Cuáles son las principales características de los servicios que ofrecéis?

En RI **ofrecemos servicios de investigación de mercados ad hoc y continuos de valor, tanto en el ámbito cualitativo como cuantitativo.** Somos una agencia global e integrada, capaz de hacer investigación con agilidad en prácticamente cualquier lugar del mundo. Nuestras principales áreas de especialización internacional son innovación, conocimiento del consumidor y gestión de marcas.

### ¿Qué aporta al mundo del marketing? ¿Cuáles son sus rasgos distintivos?

Por lo que se refiere a nuestras capacidades, destacaría el profundo conocimiento desarrollado sobre el consumidor, por encima de su relación con categorías y marcas concretas. Un conocimiento más integral que aplicamos sobre la forma en que planteamos y analizamos la investigación. **En este sentido, actuamos como un puente directo entre el consumidor y nuestros clientes cuando se trata de tomar decisiones de marketing a cualquier nivel: estratégico, táctico u operativo.**

Desde el ámbito de la actitud, somos una empresa de servicios profesionales en la que nuestra gente transmite una clara y distinti-

va vocación de servicio. En esencia, queremos ser útiles a nuestros clientes y sin, valga la expresión, “pretender tener la razón”. **Me gusta ver nuestro papel como el de aquel compañero de viaje que ayuda respetuosa y positivamente.**

### Cuándo dice “ayuda respetuosa y positiva”, ¿a qué se refiere?

**Tomar decisiones no es siempre fácil ni está exento de riesgos, aunque se disponga de buena información.** Cuando digo “ayuda respetuosa”, me refiero a que tratamos de entender las decisiones a tomar desde los “zapatos” y contexto de nuestros clientes, no desde la seguridad del ajeno. Y por “ayuda positiva”, el que tratamos de pensar en el futuro del cliente y ver el “vaso medio lleno”, es decir, las oportunidades o alternativas que puede aprovechar.

“Me gusta ver nuestro papel como el de aquel compañero de viaje que ayuda respetuosa y positivamente”

### ¿A qué tipo de clientes y sectores dirigen sus servicios?

Disponemos de especialistas a nivel local y mundial en todos los sectores. **En la oficina de Barcelona, trabajamos particularmente los sectores Consumo** (alimentación, higiene personal, limpieza del hogar, bebidas, etc.) **y Farmacéutico** (muy centrado en EFPs).

### ¿Algún servicio o innovación a destacar?

En la oficina de Barcelona hemos potenciando y estamos consolidando tres áreas de servicio. Por un lado, aquella vinculada con las **primeras etapas del proceso de innovación**, es decir, la generación, desarrollo, evaluación y criba de ideas y conceptos, para la que disponemos de

interesantes soluciones como **SuperGroup™, ConceptClinic™, ScreenLab™ o eValueate™.** Muy vinculada con esta, se encuentra el área de **estimación de volúmenes de venta y optimización del marketing mix para el lanzamiento, relanzamiento y extensión de las marcas**, con potentes referentes en el mercado como la herramienta **MicroTest™.** Por otra parte, consideramos que los **niños, preadolescentes y adolescentes** son un “target” con mucho futuro en el marketing por su creciente poder de compra y prescripción (no solo en productos dirigidos a ellos, sino también al resto de la familia), y que requieren formas de investigar y herramientas diferenciadas, por lo que, en base a nuestra experiencia acumulada, hemos formalizado una **atractiva oferta de servicios específica para este colectivo.**

### ¿Qué otros aspectos destacaría de la oficina Research International Barcelona?

La oficina de Barcelona se creó para aproximar nuestros servicios de investigación a los clientes del área, tanto desde el punto de vista geográfico (disponibilidad y flexibilidad) como cultural. **Lo que considero más destacable es que la “localización” de nuestros servicios haya venido acompañada de una creciente proyección internacional de la oficina.** Me refiero a que nos estamos consolidando como una plataforma para estudios internacionales, liderando y coordinando cada vez más proyectos multi-país para empresas locales y extranjeras.

M.B.



RESEARCH  
INTERNATIONAL

Diputació, 256 3ª 2ª

08007 Barcelona

Tel. 93 301 71 83

Fax 93 412 11 76

www.research-int.com