



Currículum Corporativo

El Grupo MUND

OPINIÓN MUND, S.C.

1

Visión Corporativa, Group MUND como un punto de referencia

Estamos trabajando para consolidar nuestra posición como un punto necesario de referencia para el desarrollo de la política pública y los mercados en México y Latinoamérica. Les proporcionamos a nuestros clientes un servicio en las áreas de la evaluación de políticas públicas, los medios masivos, los nuevos medios, las telecomunicaciones e informática. El Grupo MUND ofrece métodos y análisis basados en los datos para cubrir todos los requerimientos de nuestros clientes en cuanto a consulta, asesoría y apoyo. El Grupo MUND es el nombre utilizado en los estudios de opinión pública realizados por **OPINIÓN MUND, S.C.**

2

Competencia, investigación Integral

Tenemos la habilidad de integrar información estratégica en la opinión pública, la opinión de sectores elites y el mercado de los medios, desde todas las perspectivas relevantes:

- la perspectiva del ciudadano/consumidor en la región
- las perspectivas sociales, políticas y culturales de la zona
- las perspectivas emergentes de la tecnología de información

La integración de todas estas perspectivas realizada por el Grupo MUND asegura que nuestra investigación es relevante para cada proyecto o mercado local en el cual nuestros clientes están interesados.

La perspectiva del ciudadano/consumidor

El Grupo MUND, a través de los enfoques cualitativos y cuantitativos, obtiene percepciones útiles de valores, hábitos, preferencias y prejuicios de las culturas cívicas emergentes y de los patrones de consumo.

Tomamos en cuenta las variaciones que existen a lo largo de las fronteras nacionales y regionales de una manera que nos permite identificar los patrones de consumo específicos en cada localidad.

Las perspectivas sociales, políticas y culturales

El Grupo MUND tiene una amplia experiencia de investigación en México y en una gama de países de Latinoamérica, lo cual nos brinda ventajas sin paralelo en la tarea de comprender las políticas gubernamentales, la opinión de las élites en alguna región específica, y la comprensión de la cultura local. De esta manera, podemos integrar e interpretar datos de diferentes países para proveer a nuestros clientes con la información que puedan utilizar para optimizar sus estrategias de mercado.

Las perspectivas de la tecnología industrial y de los medios

En el Grupo MUND hemos desarrollado un conocimiento profundo de los medios globales, de las industrias que los componen y de la tecnología que los sostiene. Analizamos las tendencias globales y su impacto sobre el desarrollo de los medios en Latinoamérica, incluyendo el monitoreo del crecimiento de los servicios de medios locales y de la información en televisión, radio, prensa, cine y audiencias musicales. Como resultado, tenemos un conocimiento exhaustivo de los vínculos entre los productos y los servicios de medios.

3

Métodos de Investigación

Para poder comprender las nuevas dinámicas sociales y los medios más actualizados, es esencial tener un ensamblaje ágil de los diferentes métodos de investigación. Muchas veces los cálculos simplistas y las proyecciones apresuradas no sirven para comprender las nuevas realidades. En Grupo MUND nos mantenemos en constante contacto con los avances tecnológicos para continuar nuestra posición de vanguardia en los mercados.



Las estrategias de Grupo MUND son altamente eficaces para unir los tres puntos de nuestro triángulo metodológico; **investigación documental** (electrónica e impresa), **investigación cuantitativa** y los **estudios cualitativos**. La habilidad para integrar los resultados de estos tres elementos conforma la base del valor agregado que obtienen nuestros clientes

Investigación Documental

Nuestras oficinas están equipadas con los mejores sistemas de acceso a la información en línea, así como a material impreso. Estamos interesados en comprender el medio ambiente en donde se desarrollan las tecnologías de la información, en todos los niveles de la cultura corporativa, incluyendo el nivel micro, así como en la sociedad, la política y la economía.

Investigación Cuantitativa

El equipo de Grupo MUND da seguimiento a todas las publicaciones y estudios no publicados en el campo de la investigación cuantitativa. Nuestros estudios son una combinación exhaustiva de muestras de amplio alcance nacionales y regionales, con estudios enfocados en sectores específicos. Nuestro trabajo de campo, ya sea por vía telefónica (tenemos capacidad CATI de 12 estaciones) o cara a cara, es realizado por la propia compañía. Para este propósito, contamos con personal profesional estrictamente supervisado, evitando por completo la subcontratación. La culminación de estos procesos está en la aplicación de controles de calidad basados en los estándares internacionales.

Además de la investigación realizada para los clientes, el equipo de Grupo MUND produce una amplia variedad de estudios especializados en México y en otras partes de Latinoamérica. Para nosotros es de gran importancia alcanzar la excelencia en el proceso de investigación de campo, así como generar información clara. Sin embargo, sabemos que los números no hablan por sí solos y por lo tanto trabajamos junto con nuestros clientes para entender todos los aspectos del trabajo y sus resultados.

Estudios Cualitativos

La única manera de alcanzar la profundidad necesaria en muchos estudios, es utilizar la investigación cualitativa cuidadosamente diseñada, la cual ahonda en el trabajo de investigación cuantitativa realizado por Grupo MUND. Somos artesanos pacientes en el difícil oficio de escuchar lo que la gente quiere decir en el lenguaje que hablan. Para este propósito nuestras herramientas de trabajo son los grupos focales, las entrevistas abiertas, la observación en sitio de patrones de comportamiento, hábitos, prácticas y costumbres.

Buscamos la textura y el detalle cuando los números por sí solos son incapaces de decirnos más sobre nuestros universos en estudio. La presentación de un producto requiere de una profunda comprensión de la forma, el color y la imagen. La publicidad y el mercado son un tipo de arte-ciencia que funciona bien cuando se coordinan los matices de gustos, valores y modas. Tomamos en cuenta los requerimientos para cada nivel de producción, ventas y servicios en los últimos medios, telecomunicaciones y tecnologías de la información.

4**Productos y Servicios****Estudios Cualitativos Ad hoc de la Política Pública**

Estudios confidenciales y propietarios para clientes, con temas de Educación Pública, Salud Pública, Transporte Público, y Seguridad Pública.

Estudios Cualitativos y Cuantitativos Ad hoc de Mercados

Estudios confidenciales y propietarios para clientes, con relación a nuevos mercados, nuevos productos y servicios, evaluación de marcas.

Estudios Ad hoc de Cultura política y Política Pública

Estudios confidenciales y propietarios para clientes.

Estudios sobre Problemas Globales, Responsabilidad Social Corporativa y Medio Ambiente

Estudio anual en coordinación con GlobeScan (Canadá) a la población general en México sobre temas de la globalización y política pública.

Estudios de Medios en Español y Consumidores

Estudios nacionales y locales con hispano parlantes en EUA sobre el uso de medios y hábitos de consumo.

Estudios de Medios en Inglés y Consumidores

Estudios nacionales y locales con anglo-parlantes en México sobre el uso de medios locales y hábitos de consumo.

Servicios Ómnibus Ciudad de México

MUNDOS-DF, encuesta bimestral aplicada a 2,000 personas en las 16 delegaciones y municipios colindantes.

Servicios Omnibus Nacional

MUNDOS, encuesta nacional bimestral de problemas políticos, sociales y económicos, aplicada a 2,000 personas.

5

Estudios recientes en política pública

Exposición Japonesa “Jardin de Invierno”, Museo del Chopo, DF. Estudio de entrevistas Panel y público en general, a la salida del evento. DF, México. Enero y Febrero 2011.

Consumo y Bienestar, Flacso. Estudio efectuado en los Estados de Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Estado de México, Chiapas, Sonora, Jalisco y Nuevo León. 2010-2011.

Pobreza de Género. Flacso/UPAEP (Universidad Popular del Estado de Puebla. Estudio efectuado en el Estado de Puebla y Estado de México. 2010.

Estudio Mercury. Globescan. Estudio efectuado con Líderes de Opinión en cuatro instancias: Gobierno, ONG's, Medios y población en general. México.2010.

Estudio Radio y Televisión DW, Alemania. Estudio Telefónico Nacional en Argentina y México. 2010.

Estudios sobre condiciones de encarcelados en el Distrito Federal y el Estado de México
Con Ciesas (UNAM) y el CIDE (Centro de Investigación y Docencia Económica) como parte de un secuencia de estudios cada tres años en los temas, publicado como Delincuencia, Marginalidad y Desempeño Institucional CIDE, 2009).

Estudio Cualitativo y Cuantitativo Educación Básica “Violencia de género”, Nacional
Con el UNICEF y la SEP 27,000 entrevistas con estudiantes, maestros y directores de 400 escuelas públicas de educación básica, 2008-9, con publicación del Informe Nacional sobre la violencia de género en la educación básica, México (UNICEF, SEP, 2009).

Estudio Cualitativo “Vacunas contra la influenza y el neumococo en infantes y adultos mayores”
Estudio, grupos focales, sobre la evaluación de anuncios para la televisión, para promover la vacunación contra la influenza y el neumococo., 2006

Estudio Cualitativo y Cuantitativo “Deserción” Escuelas Secundarias DF
Estudio amplio de estudiantes del nivel secundaria sobre deserción para UNICEF, CDHDF, y la SEP, DF, 2006.



Estudio Cuantitativo “Problemas de Adicciones en la Juventud”

Estudio amplio de jóvenes sobre problemas de adicción en Guanajuato para Banco Mundial y La Secretaría de Seguridad Pública en Guanajuato, 2005.

Entrevistas Cualitativas “Todos los Niños a la Escuela”

Estudio de padres de familia con niños de la edad escolar, pero sin asistencia, en Chiapas para UNICEF, 2004.

Certificados Nacionales e Internacionales de Calidad del Servicio

México

- Consejo de Investigadores de Opinión Pública -- (miembro fundador)
- Consejo de la Revista Mexicana de Opinión Pública (CIOP y Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM) -- (miembro fundador)

Internacional

- World Association of Public Opinion (WAPOR) -- (miembro)
- European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR) -- (miembro)
- IPSOS Global Network -- (miembro)
- International Research Institutes (IriS) -- (miembro)

Carta de Certificación

Grupo MUND ha optado por recibir y mantener certificación internacional a través de nuestra membresía y participación en dos redes internacionales. El estándar de cada una de estas redes tiene base en los requisitos de ISO 9001 como parte de cada proyecto contratado y el trabajo cotidiano de OPINIÓN MUND, S.C.

Somos los representantes de México en IriS, Internacional Research Institutes, desde 2003.

Somos participantes para México, América Central y el Caribe en Ipsos Global Studies, desde la integración de MORI de Londres por parte de Ipsos Internacional. (anexo el código operativo de ESOMAR, con base en ISO.)

Somos miembros de WAPOR, Asociación Mundial de Opinión Pública, también integrado en el Código de Ética de ESOMAR.

6

Cientes*

* (No mencionamos o indicamos a todos los clientes, excepto aquellos con quienes hemos publicado reportes y estudios en los medios)



NOKIA
CONNECTING PEOPLE

NOKIA



CROP



DATA

DATA España



Dove



unicef

UNICEF



General Electric



Bombardier



Agriculture and
Agri-Food Canada

Agriculture et
Agroalimentaire Canada

**AgCanada (la Secretaría
Canadiense de Agricultura)**



Michelin



Mobil



St. Ives
SWISS FORMULA

St. Ives



TransCanada
In business to deliver

TransCanada

7

Socios Estratégicos

		Inside México
		FLACSO México (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México)
		CIESAS (Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social)
		CIDE (Centro de Investigación y Docencia Económica)
		Grupo Environics (Toronto, San Francisco)
		
		Globe Scan (Toronto, London)
		El Grupo Advantage (Toronto)
		D3 Systems, Inc.