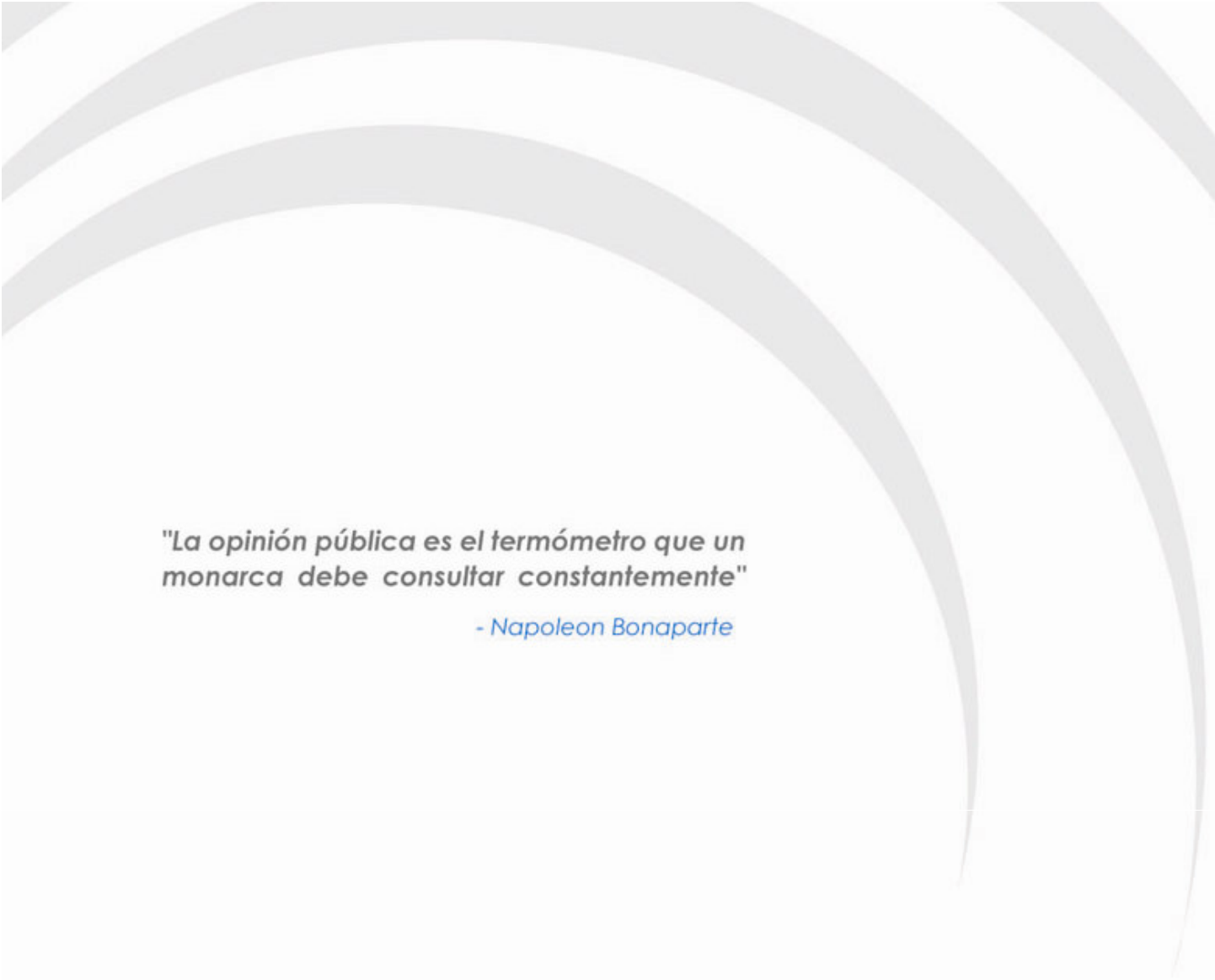


Una historia de excelencia en Investigación de Opinión





*"La opinión pública es el termómetro que un monarca debe consultar constantemente"*

*- Napoleon Bonaparte*





**A finales de la década de los 80' una psicóloga de profesión decide asociarse con otro psicólogo para formar una pequeña empresa de asesoría y desarrollo de proyectos de investigación de mercado.**

El nombre de esta empresa era Asesoría e Investigaciones S.A. (ASISA). En esta primera etapa la empresa realizó proyectos de investigación financiados por el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, el **Banco Mundial**, el **UNICEF** y otras instituciones como EDUCA y USAID, para el proyecto PIPE, para el cual ASISA diseñó, examinó y administró unas **87,450 pruebas de aprovechamiento**

Fue a principios de la década de los 90' cuando la investigación de mercado comenzaba a despertar interés entre las empresas del país. De igual manera se iniciaba el auge de las encuestas de opinión sociopolítica, tanto para la publicación de los resultados, como para el desarrollo de las estrategias de campaña de los candidatos en elecciones presidenciales, congresuales y municipales; que en aquél entonces se celebraban simultáneamente.

Para este momento la empresa contaba con un pequeño local en el sector de La Esperilla en Santo Domingo. Durante los años siguientes, ASISA realizó múltiples trabajos de investigación con las principales empresas locales y multinacionales que operaban en el país.

Para las **elecciones presidenciales** de 1994, ASISA trabajó como contraparte local para el consultor en comunicación estratégica Alexander Jutkowitz, desarrollando un plan de investigación estratégica y de opinión para el **candidato presidencial José F. Peña Gómez del PRD**.

Posteriormente, y para las **elecciones presidenciales de 1996**, ASISA realizó las encuestas de opinión para la firma Neo-yorkina **Global Strategy Group**, contratada por el equipo de campaña del entonces **candidato presidencial del PLD, Leonel Fernández**. ASISA realizó encuestas de opinión a nivel nacional tanto en la primera como en la segunda vuelta, ofreciendo resultados dentro del 2% de los resultados finales electorales en ambas vueltas.

En las **elecciones congresuales de 1998**, ASISA realizó varios levantamientos a nivel nacional; primer torneo en que se celebraban separadas de las presidenciales. Para esas elecciones, **ASISA vaticinó la obtención de 23 plazas por el PRD, obteniendo este partido 24 asientos** en la cámara alta en dichas elecciones.

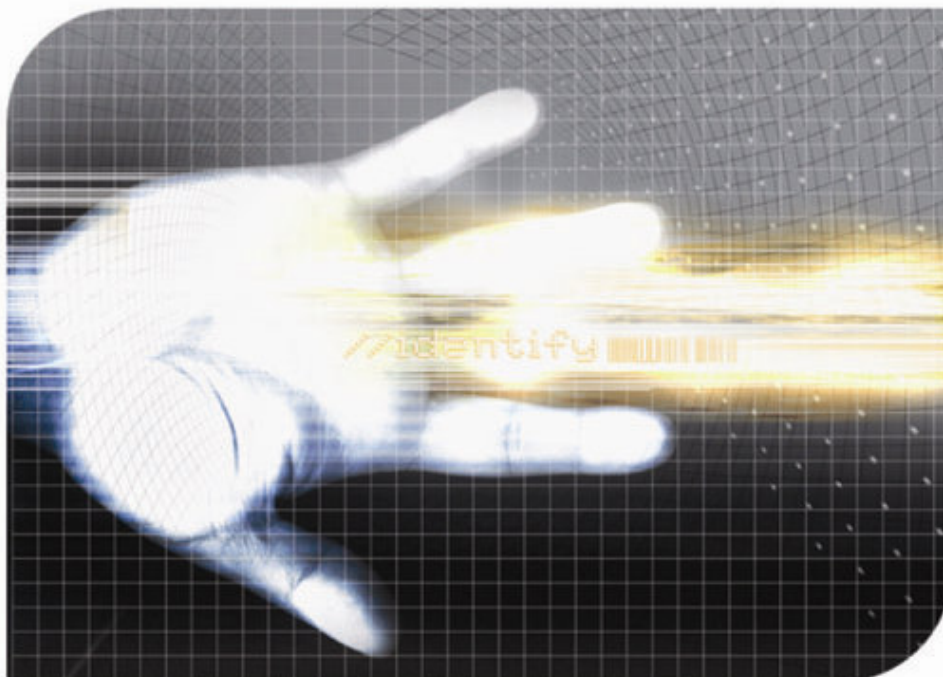
**"ARG se convierte en la primera empresa en la republica Dominicana en implementar un sistema de recogida de información completamente digital, adquiriendo computadoras de mano (PDAs) para todo su equipo de trabajo de campo."**

Para las elecciones presidenciales del año 2000, ASISA realizó todos los levantamientos para la firma Global Strategy Group que trabajó para el candidato Danilo Medina en dichas elecciones.

Para las mismas elecciones la empresa estableció sólidas relaciones con varias firmas internacionales; para las cuales ha realizado todo el trabajo de campo de los estudios que han sido publicados en diarios de circulación nacional.

Los resultados ofrecidos por los estudios publicados por esas firmasson reconocidos en la Republica Dominicana por la exactitud con la que han vaticinado los resultados de las elecciones presidenciales del año 2000 y 2004 en el país.

Para el 2001, la empresa recibe capital de otros inversionistas y pasa a llamarse ASISA RESEARCH GROUP (ARG) o Grupo de Investigación ASISA; manteniendo el nombre ASISA, ya no como acrónimo, sino como sustantivo propio, nombre con el que a lo largo de tres décadas logró establecerse, desarrollarse y mantenerse como una de las principales instituciones de investigación en el país. En ese mismo año, ARG se convierte en la primera empresa en la republica Dominicana en implementar un sistema de recogida de información completamente digital, adquiriendo computadoras de mano (PDAs) para todo su equipo de trabajo de campo, aumentando los controles de calidad en campo y eliminando el tiempo de procesamiento y digitación con el que trabajan la mayoría de las empresas aun en la actualidad.



En el año 2002, ASISA proyectó la obtención de un (1) senador a nivel nacional para este partido, como posteriormente ocurrió en las elecciones congresuales de mayo del 2002.

De igual manera, para las elecciones presidenciales del 2004, contratada por una firma internacional, ARG fue la primera empresa en República Dominicana en llevar a cabo exitosamente una encuesta a boca de urna y en ofrecer resultados preliminares antes de las 2:00pm del mismo 16 de Mayo, que fueron presentados en la cadena CNN en español a esa misma hora.

Entre los meses de Septiembre 2003 y Mayo 2004, ASISA realizó un total de 47,800 entrevistas de opinión sociopolítica, y más de 100 grupos focales a nivel nacional.

De acuerdo al último estudio realizado por ARG para esas elecciones presidenciales (2004), el error promedio con respecto a los resultados de las elecciones alcanzó solo el 1.79%.

Ese mismo año (2004) ARG coordinó y ejecutó su primer levantamiento en el exterior, realizando encuestas "intercept" en lugares públicos de la ciudad de New York para un diario latino de circulación en la costa noreste de EEUU.

El más grande reto y período de mayor volumen de trabajo fue el de las elecciones congresuales del 2006. ARG realizó un total de 155,000 (ciento cincuenta y cinco mil) encuestas efectivas entre los meses de Agosto 2005 y Mayo 2006; siendo la única empresa en la historia de la investigación de opinión de la República Dominicana que ha realizado esa cantidad de encuestas efectivas en un lapso de 10 meses, a razón de 15,550 encuestas mensuales.

Para este torneo electoral del 2006, los estudios realizados por ARG vaticinaron la obtención de entre 20 y 24 Senadores y entre 85 y 95 Diputados para el Partido de la Liberación Dominicana; muestra clara de la calidad de nuestros resultados fueron los resultados electorales de ese mismo año.

No obstante haber realizado más de ciento cincuenta mil encuestas efectivas, se nos planteó un nuevo reto: llevar a cabo el primer estudio a boca de urna para elecciones congresionales en nuestro país; diseñando una muestra representativa de todos los colegios electorales de todas y cada una de las 32 provincias de la República Dominicana.

**...ARG realizó un total de 155,000 (ciento cincuenta y cinco mil) encuestas efectivas entre los meses de Agosto 2005 y Mayo 2006...**

**- Memorias ARG 2006**

Ha sido este el estudio de mayor magnitud que hayamos realizado en toda la historia de nuestra empresa, y posiblemente uno de los de mayor magnitud en la historia de la investigación de opinión en el país, con un total de 250 puntos de muestreo y más de 300 personas trabajando simultáneamente a lo largo y ancho de toda la geografía nacional. Nuestra empresa vaticinó exactamente los resultados de dichas elecciones antes de las tres de la tarde del mismo 16 de Mayo del 2006.

Hoy en día, ARG es la empresa con la mejor, más eficiente y eficaz estructura operativa y mejor infraestructura a nivel nacional, con un excelente equipo de trabajo de campo experimentado en todo tipo de proyectos de investigación. A casi 20 años de haber iniciado relaciones comerciales con nuestra empresa, muchos de los clientes de aquella joven ASISA aun confían sus proyectos de investigación en nosotros.

Somos lo que somos hoy por la dedicación, pasión y sacrificio incondicional a nuestro trabajo, inspirados en una historia de excelencia, confianza y seriedad con la que trabajando arduamente nos hemos ganado el puesto que ocupamos hoy en nuestro sector.

Muchos planes de expansión nos esperan a mediano y largo plazo, y continuaremos siendo excelentes como desde sus inicios, a finales de la década de los 80' lo visualizo una de sus fundadoras, que al día de hoy sigue siendo líder de nuestro equipo de trabajo, Lilian M. Pagan, al igual que los pasados socios de la empresa.



***Nuestro equipo multidisciplinario cuenta con más de cuarenta años de experiencia combinada en estudios de investigación de todo tipo, tanto a nivel local como internacional.***

***Lillian M. Pagan – DIRECTORA GENERAL***

30 años dedicada a la investigación de opinión, social y comercial. Licenciada en Psicología, técnico en Psicometría y MA en Investigación Social de la Universidad de New York. Es consultora de investigación para varias empresas multinacionales y locales así como para candidatos y partidos políticos en varios países de America

***Tecnología***

Ya sea por nuestro equipo de levantamiento completamente computarizado, desde el encuestado hasta la generación de tablas estadísticas, nuestro call center o nuestros salones de focus groups ultramodernos, ARG se encuentra a la vanguardia de la tecnología aplicada a la investigación a nivel de las principales empresas del sector a nivel global.

***Experiencia***

Mas de medio millón de encuestas y miles de focus groups realizados desde nuestros inicios son una muestra de la confianza que han depositado nuestros clientes para sus proyectos a gran escala y para la toma de decisiones importantes.

***Control de Calidad***

Controles computarizados en las PDAs, supervisores medios, regionales y zonales. Una estructura de control de calidad probada que nos garantiza datos de calidad en cualquier escenario, como lo demuestran nuestros resultados históricos.

***Visión Avanzada***

Pioneros en implementación de nuevas tecnologías aplicadas a la investigación, luego de lograr la completa digitalización de nuestros levantamientos, iniciamos con un moderno call center con Voz sobre IP y en nuestros salones de focus groups equipados con facilidad de transmisión en vivo vía Internet hacia cualquier lugar del mundo.



*La firma líder en investigación de mercado y opinión en República Dominicana.*

## **Asisa Research Group S,A.**

Doctores Mallen #236 • Arroyo Hondo,  
DN • Republica Dominicana  
T: +1 809.683.8038 • F: +1 809.683.6557  
[www.asisard.com](http://www.asisard.com) • [info@asisard.com](mailto:info@asisard.com)