

**SALAMANCA
EMPRENDE****Iter SL** Innovación Social, Tecnológica e Investigación Aplicada

Ofrecen claves en el ámbito social y de mercado

El equipo de trabajo que integra esta empresa está especializado en áreas como el marketing y la sociología

:: JORGE HOLGUERA / WORD

SALAMANCA. Emprender les ha servido a Juan Carlos Hernández y Arturo Ferrer para dirigir su propio futuro. Esta es una de las ventajas que ambos han exprimido al máximo desde el año 2006, momento en que se iniciaron en el mundo de la empresa con Iter Investigación.

Hoy se puede decir que esta empresa, cuya principal actividad es la de proveer de servicios de consultoría, 'call center' e investigación aplicada, es veterana en su área de actuación.

Juan Carlos Hernández considera que la aventura de emprender tiene sus ventajas y sus desventajas, aunque para él ha sido la mejor elección. Esta forma de enfocar la vida profesional facilita el tener, «la libertad de realizar los trabajos que quieres, abordar las temáticas de trabajo que quieres», considera. Estas son las virtudes que conllevan «sus responsabilidades, porque cuando trabajas por tu propia cuenta eres el que tienes que buscarte tu trabajo», opina. Esta responsabilidad, también es una «motivación», anota Hernández.

Esas ganas de trabajar y de hacer que su proyecto eche a andar y crezca son las que ponen estos dos emprendedores en cada uno de los encargos que tienen por parte de sus clientes, que son tanto entidades como empresas particulares.

Juan Carlos Hernández es el jefe de proyectos y Arturo Ferrer es el director técnico. Ambos forman parte del equipo de cuatro profesionales especializados sobre todo en el ámbito de la sociología y el comercial. Estas son sus dos especializaciones, aunque abarcan un amplio abanico de servicios que emergen del núcleo de estas dos especializaciones. Su trabajo no se basa simplemente en la investigación, que es la base que fundamenta su actividad, sino que van más allá, pues ofrecen respuestas y soluciones.

El éxito acumulado en su trayectoria les ha hecho hacerse con una

El punto diferenciador de su actividad es que además de estudiar casos aportan soluciones

Prestan servicios en toda la Península Ibérica y planean su expansión por América y Europa

cartera de clientes fieles en toda la Península Ibérica y en breve, en todo el globo, pues ya planean una inminente expansión por diferentes países de Iberoamérica y Europa preferentemente.

Iter investigación tiene dos localizaciones esenciales para su despegue profesional. Una de ellas es su sede física, en el Parque Científico de la Universidad de Salamanca en la oficina 7 de la primera planta, del edificio M3, y la otra es su página web, www.iterinvestigacion.com.

Universidad

Cada cual, de estas ubicaciones, tanto la física como la electrónica son claves en su conocimiento e impulso de su actividad. La primera de ellas, su ubicación en un lugar de la Universidad de Salamanca hace volver a los orígenes de esta empresa, que nació como una 'spin off' de dicha entidad educativa. La segunda es, como en la mayoría de las compañías españolas y mundiales, plataforma para llegar de la manera más rápida posible a clientes de lugares lejanos.

Su área de servicios se expande desde el ámbito de los estudios de mercado y los estudios sociales a otra serie de ofertas. Que requieren, por un lado, clientes con necesidades puntuales.

Estos demandantes no tienen por que ser empresas de grandes dimensiones, sino que pueden ser peque-



LA EMPRESA

Proveen a empresas y entidades de todos los sectores de los siguientes servicios especializados.

- ▶ **Investigación Social Aplicada.** Estudios sociales empíricos sobre cualquier ámbito de la realidad social y sobre nuevas tendencias sociales.
- ▶ **Diseño y dinamización de planes y proyectos sociales, económicos y laborales.** Por ejemplo, planes de juventud, igualdad, personas con discapacidad, salud, inmigración o tecnológicos
- ▶ **Investigación sobre opinión pública.** Estudios estratégicos sobre medios de comunicación y partidos políticos.
- ▶ **Investigación de mercados.** Estudios de mercado estratégicos con diferentes objetivos. sistema de imágenes de marca, preferencias consumidores, tipología de consumidores, segmentación del mercado, pre-test y post-test publicitario de campañas, etcétera.
- ▶ **Asesoría telefónica vinculada a la investigación social y comercial.** Atención al cliente, telemarketing, prospección de mercados, gestión de agendas comerciales y realización de encuestas a través de sistema 'CATI'.
- ▶ **Realización de análisis de prospectiva territorial en diversos entornos geográficos.**
- ▶ **Promoción y gestión de consorcios de investigación especializados en cooperación transfronteriza e internacional, tecnología, innovación y desarrollo social y económico.**

Juan Carlos Hernández García, jefe de proyectos y cofundador de la empresa Iter. :: ALMEIDA

soluciones tanto en temas económicos como orientados a empresas tecnológicas. Muchos de sus clientes les conocen por su habilidad para desarrollar oportunidades de negocio, localizar sinergias y otra serie de estrategias propias de estos ámbitos.

Entidades Sociales

De cara a entidades sociales han realizado estudios y trabajos enfocados a afrontar cualquier problema social, conociendo dicha realidad en el ámbito específico en que se desarrolla. Pero además aportan soluciones a los problemas que se localicen, ofreciendo respuestas a cualquiera de estas cuestiones.

Por otro lado, ofrecen la realización de estudios, en los que sea necesario el uso del teléfono tanto para la prestación de servicios como para la realización de investigación, cuentan con medios para ello.

ñas o medianas empresas, Pymes, que antes de lanzarse a gastarse dinero en, por ejemplo una campaña publicitaria, quieren definir su público, y ver si dicha campaña va a ser efectiva antes de llevarse a efecto.

Por otro lado, sus clientes también son entidades públicas, o entidades sociales. En este caso suele ser mediante concursos a los que ellos optan presentado sus proyectos. Sus servicios están planteados para dar