

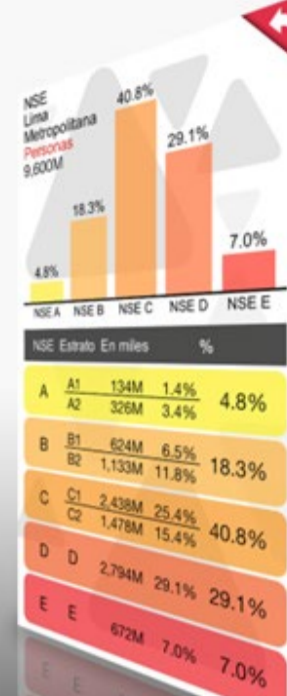
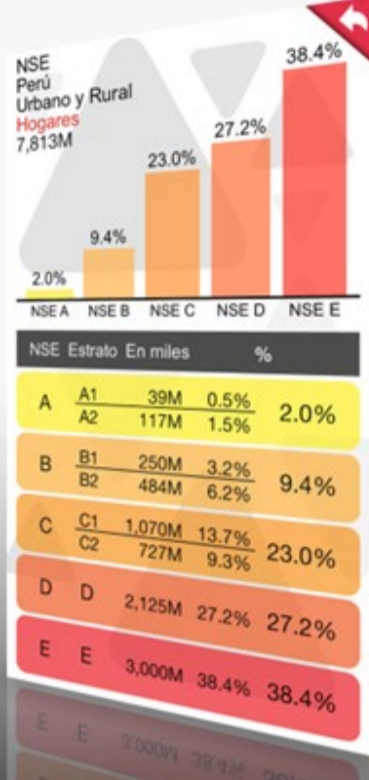
“Investigación 2015: Social Media, Innovación y NSE”

La Asociación Peruana de Empresas Investigadoras de Mercados (Apeim), ha lanzado una aplicación sobre los Niveles Socioeconómicos (NSE) del Perú. La aplicación, permite conocer la distribución de los NSE en Lima, Perú urbano y población total (urbano y rural). Es una de las primeras acciones de la asociación para difundir, de una forma práctica, sencilla y masiva, información relevante para la toma de decisiones en marketing, temas sociales y políticos.

Será de gran utilidad para altos ejecutivos de empresas que producen diversos productos y servicios, en particular para sus áreas de marketing; para ejecutivos de agencias de publicidad, medios; estudiantes de las carreras de publicidad, antropología, marketing y psicología social, entre otros.

Hoy, cuando profesores y estudiantes o profesionales del marketing y la comunicación hablen sobre los Niveles Socioeconómicos del país, podrán acceder rápidamente a ésta aplicación que les permitirá ver los datos mencionados. En una segunda etapa se incluirá mayor información de las regiones y perfilamiento de los niveles socioeconómicos.

Atentamente,
El Comité de NSE APEIM



Próximo evento

2 al 4 de abril del 2014



Del 2 al 4 de Abril se realizará el Congreso ESOMAR, LATIN AMERICA 2014 - ACCELERATING GROWTH

El crecimiento de los negocios en América Latina ha demostrado ser resistente a la incertidumbre económica mundial y el papel de la región en la economía global está favoreciendo la aparición de nuevos motores de crecimiento. América Latina ya no es un mero espectador, sino un actor en la escena internacional.

¿Cómo puede contribuir la investigación de mercado para continuar el crecimiento acelerado de la región? ¿Y cuál es el papel del investigador en este nuevo panorama de negocios?

Únase a nosotros en Buenos Aires para descubrir las últimas novedades y enfoques innovadores en la investigación de mercado para la región. Aprenda de los fracasos y los éxitos del pasado y explore cómo la creatividad y la innovación en América Latina pueden impulsar su negocio!

Nota preparada por ESOMAR, editada y traducida del inglés por APEIM

Próximo evento

8 y 9 de abril del 2014



Congreso de Insights del Consumidor – Santiago de Chile

El InsightInnovationExchange Latinoamérica 2014 reunirá a cerca de 350 profesionales de investigación de mercados e insights del consumidor que quieren conocer lo último que está sucediendo en el mundo de los insights, tanto en Latinoamérica como en el mundo. El programa de charlas intensivas permite que puedas conocer las innovaciones de vanguardia más disruptivas que se están generando en la industria, tan sólo en dos días.

Únete a un tipo de conferencia diferente que te permitirá realizar contactos que propicien el crecimiento de tu organización, seas una gran marca, o bien una agencia de investigación

Nota preparada por Futuro Labs, editada por APEIM



NOTICIAS



GfK Perú cumple 11 años

Este 2014 GfK Perú celebra su onceavo año como investigadora de mercados. Once años de brindar soluciones grandes a sus clientes y de crecer los años, renovamos nuestro local a votos por seguir brindando soluciones estratégicas de alto valor a nuestros clientes, soluciones que contribuyen en el desarrollo de sus productos y servicios. Así mismo agradecemos la preferencia de nuestros clientes y agradecemos el esfuerzo de todo nuestro equipo humano.

¡Felicidades GfK Perú!

Nota preparada por GfK Perú



Ya somos 1.79 millones de usuarios de LinkedIn en el Perú

Si bien LinkedIn no llega a alcanzar el número de usuarios con los que cuentan redes con más alcance como Facebook y Twitter, día a día el número de usuarios crece a ritmo acelerado. La red de usuarios de LinkedIn en Perú ha crecido en un 47% respecto al año anterior alcanzando la cifra de 1,790,905 usuarios al 31 de Enero del 2014. Ello representa una penetración de 5.9% de la red en Perú, una cifra bastante importante para una red social especializada.

En este año podemos ver que el porcentaje de hombres y mujeres se sigue manteniendo similar al año anterior, predominando los usuarios varones, quienes representan el 59% de la red de usuarios peruanos de LinkedIn, mientras que las mujeres forman el 41%. El grupo de edades con mayor número de usuarios sigue siendo el de jóvenes de 18-24 años con 189,483 usuarios que representan el 44% de la población en LinkedIn. Rango de edad que en otras redes sociales también tienen una participación mayoritaria.

Respecto a los sectores con mayor presencia de usuarios siguen siendo el de Manufactura con 127,554 usuarios, seguido por el Sector Educativo (112,212 usuarios) y Finanzas (92,842 usuarios). El Sector de Manufactura ha sido el que ha ganado más usuarios para un crecimiento con respecto al año anterior. Cada vez más entonces las empresas tienen oportunidades para captar y ser atractivas para los talentos que buscan.

Nota preparada por Victor Lozano - Futuro Labs.



Usuarios de Facebook en el Perú crecen en 25% en el último año

Con más de 12.4 millones de usuarios de Facebook en Perú, la red social sigue liderando y creciendo en 25% por dos años consecutivos. El mayor número de usuarios sigue concentrado en los rangos de edad entre los 18 y 24 años, se puede apreciar que las variaciones anuales con respecto al año anterior han sido bastante uniformes, principalmente en las personas mayores de 24 años.

Por otro lado, la mayor de estas variaciones anuales se encuentra en el rango de las personas mayores de 63 años, las cuales crecieron en un 36% más con respecto a Enero del 2013; generando así una población en Facebook que tiende a ser mucho más y proporcionalmente. Sin embargo en las edades entre 16 a 17 años el crecimiento ha sido menor, solo del 16%, esto llama especialmente la atención pues es una generación que nació en la era digital y probablemente apunte a otros comportamientos que veremos reflejados en los próximos años, sobre todo en el impacto sobre las marcas.

El crecimiento del total de usuarios en Facebook durante el 2013 fue mayor al del año anterior con 2,450,480 nuevos usuarios. Sin embargo, en términos relativos, la variación porcentual de 25% se mantiene constante con respecto al año 2012.

El crecimiento de usuarios en Facebook trae nuevas oportunidades de alcance para las marcas, desde luego estar en la red social no basta, hay que preguntarse de que manera realmente la presencia en esta red social está aportando al negocio. Hoy, diferenciarse para agregar valor real a la vida de las personas es uno de los retos que deben tener las marcas.

Nota preparada por Victor Lozano - Futuro Labs.