

Próximo evento



Próximo congreso ANDA - APEIM

Jueves 14 de agosto del 2014

La Asociación Nacional de Anunciantes- ANDA PERU y la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados – APEIM, están organizando el 2do CIIM Congreso Internacional de Investigación de Mercados “La nueva investigación de mercados para un marketing innovador”, a realizarse el día jueves 14 de agosto de este año. El objetivo del evento es congregar alrededor de 250 ejecutivos de principales empresas del sector, y contará con la participación de expositores locales e internacionales.

Comité Consultivo: Matilde Schwalb (Universidad del Pacífico), María del Pilar Zegarra (Alicorp) y Alberto Goachet (Fahrenheit)

Comité Organizador: Gonzalo Guerra García (Presidente), Rodolfo León, Ursula Márquez, Peggy Comitre, Iván Alvarez, Urpi Torrado y Karen Ludowieg (secretaria)

Expositores Internacionales: Esteban Socorro, VP Strategic Planning & Insights latin America, Coca Cola USA; Constanza Cilley, Representante de ESOMAR Y Executive Director, Voices! Argentina y Alex Garnica, Director ejecutivo, Aria y Co-Director, GRBN (Global Research Business Network).



fecha: jueves 14 d agosto

Horario: 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

Lugar: Universidad del Pacifico

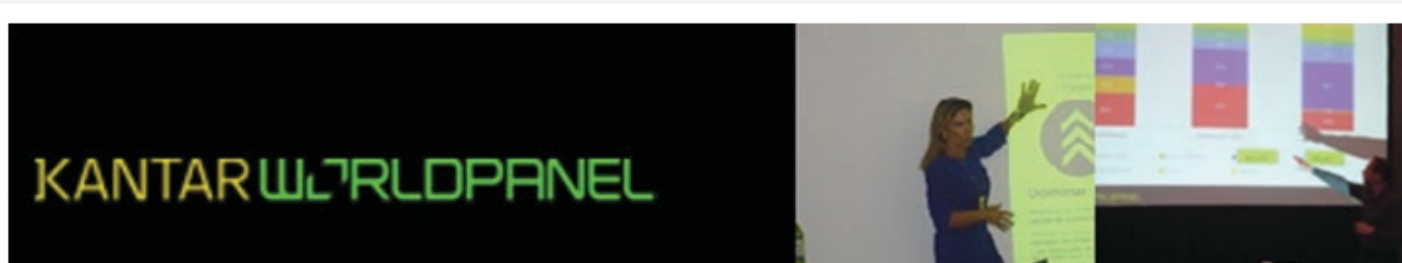
Actualmente se están revisando y seleccionando los papers presentados, por lo que pronto tendremos más novedades sobre el programa y contenido del evento.

NOTICIAS



En la ciudad de Buenos Aires el 2 de abril del 2014 se llevó a cabo la reunión de ARIA (Americas Research Industry Alliance) donde se conversaron varios temas de interés para la industria de investigación de mercados. Uno de los principales acuerdos, que aprovechamos en compartir con todos, es la creación de un speakers bureau donde aquellos profesionales de nuestros gremios que tengan intereses en participar como ponentes en eventos de ARIA puedan inscribirse (**Adjuntamos formato a ser llenado por los interesados**). Adicionalmente pronto les estaremos alcanzando mayores detalles sobre un interesante proyecto de investigación a realizarse en las Américas, para ver quiénes están interesados en participar. Luego queremos informarles que ARIA estará presente en los congresos a realizarse en Perú (agosto), Colombia (septiembre) y México (septiembre u octubre). Finalmente les recordamos que en la web de ARIA están disponibles los resultados de la encuesta sobre el Futuro de la Industria.

(Nota preparada por Urpi Torrado y editada por APEIM)



Kantar Worldpanel recibe visita de Sonia Bueno y Karl Jenkins

En el mes de marzo (26 y 27) Kantar Worldpanel contó con la visita de **Sonia Bueno**, CEO Latam de KWP, quién aprovecho su estadía para visitar algunos clientes, dándoles a conocer el benchmark que existe con otros países de la región, así como las oportunidades de desarrollo a nivel consumo del mercado peruano.

Además, el pasado 8 de abril, se realizó el 1° **LinkQ Meeting** a cargo del Director Global **Karl Jenkins**, quién explicó cómo a través del servicio LinkQse puede conocer qué está detrás de las decisiones de compra de los consumidores. El evento se llevó a cabo en las instalaciones del Hotel Westin contando con la participación de clientes y de medios.

(Nota preparada por Kantar Worldpanel y editada por APEIM)



Nuevo Gerente General en CCR

Desde el 01 de Abril del 2014, se hizo cargo de la Gerencia General de CCR S.A., **Francisco Galdós Anduaga** en reemplazo del Sr. Solon King. Francisco es graduado de la Universidad de Lima y MBA de la Universidad Adolfo Ibañez de Chile. Tiene 20 años de experiencia en Consumo Masivo, habiendo desempeñado posiciones importantes en BAT, The Coca Cola Company y en la Gerencia General en Brasil de ISM.

Solon King tras su salida, y con la intención de asumir nuevos retos, se encuentra liderando TMS (Consultora de Negocios y Marketing Estratégico) como Presidente Ejecutivo. APEIM le desea la mejor de las suertes al Sr. King en sus futuros emprendimientos, al mismo tiempo de agradecer su aporte a nuestra Asociación.

(Nota preparada por CCR y editada por APEIM)



ANDA reconoce labor de Arellano Marketing

El lunes 14 de abril se realizó la décimo segunda entrega de los Premios Anda 2014. Durante la velada, Arellano Marketing fue galardonada por sexta vez. En esta edición recibimos el premio en la categoría “Mejor Agencia de Investigación de Mercados”, en reconocimiento a su aporte a un mejor entendimiento del mercado peruano en base al estudio “La Nueva Clase Media”.

(Nota enviada por Arellano Marketing y editada APEIM)

Artículos de interés



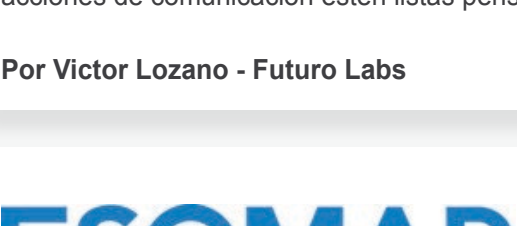
La omnipresencia del Smartphone en el Millennial

La tecnología ha ayudado a evolucionar a la humanidad en toda su historia. Nuestra vida está impregnada de ésta, casi de manera invisible en todos los frentes en los que nos desenvolvemos.

A la generación Millennial de Lima, conformada por 1.7 millones de personas les ha tocado vivir en un país en transformación constante, tanto a nivel social, cultural, político, como económico. Esta generación es la más influenciada globalmente por el acceso a las nuevas tecnologías, internet y en los últimos años por el acceso y uso de los móviles inteligentes.

¿Pero qué significado tiene el Smartphone en la vida de estos Millennials de Lima? Ellos consideran en más de un 60% que su Smartphone es principalmente una manera de estar conectados entre familiares, amigos y conocidos y que este dispositivo les trae libertad y control en los diversos momentos de su vida. Además el smartphone es omnipresente en su vida, más del 80% accede a redes sociales, un 69% lo utiliza para chatear con sus distintos círculos de amistades y contactos, más del 25% se conecta a sus Smartphones en restaurantes, centros comerciales y discotecas para compartir sus experiencias. Un dato resaltante es que el 70% de los Millennials limeños afirman que les gusta que las búsquedas que realizan desde sus Smartphones sean filtradas según el lugar donde se ubican. Entonces los Millennials de Lima han integrado la tecnología móvil para hacer social sus experiencias desde todos los ámbitos de sus vidas, abriendo así diversas oportunidades para las marcas en agregar valor en los distintos puntos de contacto, digitales y físicos que tienen con esta generación. El reto para las empresas será prepararse para esta generación, esencialmente social y móvil, que espera que el canal físico compartir prepare lo hace sentirse bien y pertenecer a su grupo, y que espera que las acciones de comunicación estén listas pensando en el formato móvil.

Por Victor Lozano - Futuro Labs



(Mahmoud, Omar (2014), **Debunking myths through statistics**. ESOMAR Research World N°44 January/February 2014. P. 18-20)

Debunking myths through statistics

Football is a science – and so is marketing.

Despite the strong emotions and passion surrounding the game, it seems that we are entering a new phase of not only the datafication of football but also its scientification. Marketers and researchers have much to learn, not only from Messi and Ronaldo but also from football scientists, analysts and econometricians.

The world of football, like that of marketing, is full of myths, factoids and things that “everybody knows.”

(ver artículo adjunto en pdf)

