

BROCHURE CORPORATIVO



Inteligencia de mercados.

Claridad para tu próxima decisión.

INVESTIGACIÓN · CONSUMER INSIGHTS · ESTRATEGIA

imdperu.org.pe

ORIGEN EN PIURA. VISIÓN NACIONAL.

Entiende tu mercado. Decide con claridad.

Investigamos consumidores, mercados y competidores para convertir información en mejores decisiones comerciales.

15 años

de experiencia

B2B + B2C

empresas y consumidores

A medida

según tu decisión

Somos una firma peruana de investigación de mercados y estrategia comercial. Desde Piura, conectamos el conocimiento del consumidor, el estudio del sector y la lectura del negocio para ayudarte a reconocer oportunidades y priorizar acciones.

POR QUÉ TRABAJAR CON IMD

● Rigor metodológico

Diseñamos cada estudio alrededor de la decisión que necesitas tomar.

● Participación senior

Consultores experimentados acompañan la dirección y lectura del proyecto.

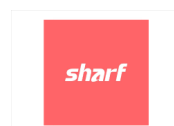
● Visión de negocio

Unimos investigación, analytics y conocimiento comercial.

● Flexibilidad y cercanía

Adaptamos alcance, recursos y plazos, desde una exploración hasta un tracking.

EMPRESAS QUE HAN CONFIADO EN IMD PERÚ



Conoce el mercado. Encuentra tu lugar.

01 Mercado y oportunidades

Dimensiona tu mercado, entiende a la competencia y encuentra espacios para crecer.

CÓMO INVESTIGAMOS

Market sizing · Demanda · Competencia · Estudios sectoriales · Forecasting

QUÉ OBTIENES

Una lectura del mercado, segmentos prioritarios y escenarios de demanda para orientar tu inversión.

02 Consumidor e insights

Conoce las motivaciones, hábitos y barreras que hay detrás de cada elección.

CÓMO INVESTIGAMOS

Hábitos y actitudes · Segmentación · Customer journey · Drivers y barreras · U&A

QUÉ OBTIENES

Perfiles de consumidores, barreras de compra e insights para fortalecer tu propuesta de valor.

03 Marca y posicionamiento

Mide la salud de tu marca y construye un posicionamiento que te diferencie.

CÓMO INVESTIGAMOS

Brand tracking · Awareness · Imagen y posicionamiento · Consideración · Brand equity · Mapas perceptuales

QUÉ OBTIENES

Indicadores de salud de marca, territorios de posicionamiento y prioridades de comunicación.

DEL DATO A LA DECISIÓN

Comprende.
Conecta.
Crece.

Valida tus ideas. Activa tu crecimiento.

04 Producto e innovación

Valida conceptos, productos y precios antes de dar el siguiente paso.

CÓMO INVESTIGAMOS

Concept test · Product test · Pricing · Van Westendorp · Conjoint · Elasticidad

QUÉ OBTIENES

Evaluación de atributos, oportunidades de mejora y criterios de precio antes del lanzamiento.

05 Experiencia del cliente

Identifica los momentos que impactan en la satisfacción y la relación con tu cliente.

CÓMO INVESTIGAMOS

Satisfacción · NPS · Customer experience · Mystery shopper · Puntos de contacto

QUÉ OBTIENES

Identificación de momentos críticos y prioridades para mejorar el servicio y la relación con tus clientes.

06 Estrategia comercial

Conecta el conocimiento del mercado con tu estrategia de ventas y canales.

CÓMO INVESTIGAMOS

Go-to-market · Benchmarking · Canales · Estrategia de precios · Planeamiento comercial

QUÉ OBTIENES

Alternativas estratégicas y prioridades de segmentos, canales y acciones para el planeamiento comercial.

DEL DATO A LA DECISIÓN

Evalúa.
Prioriza.
Avanza.



RIGOR + CRITERIO

Distintas formas de investigar. Un mismo foco: tu negocio.



Cuantitativa

Encuestas estructuradas, diseño muestral y medición de indicadores para dimensionar hábitos, percepciones y demanda.



Cualitativa

Entrevistas en profundidad y focus groups para descubrir motivaciones, lenguaje y experiencias.



Analytics

Segmentación, mapas perceptuales y tendencias para conectar datos con decisiones comerciales.



Desk research

Fuentes secundarias, análisis sectorial e inteligencia competitiva para enfocar la oportunidad.

UN PROCESO CLARO, DE PRINCIPIO A DECISIÓN

1

Entendemos la decisión

Partimos del reto de negocio y de lo que necesitas decidir.

2

Diseñamos la investigación

Definimos qué información se necesita y cómo obtenerla.

3

Generamos evidencia

Integramos investigación cualitativa, cuantitativa, desk research y analytics.

4

Encontramos los insights

Interpretamos los datos en el contexto de tu mercado.

5

Recomendamos acciones

Traducimos los hallazgos en alternativas para avanzar.

ESPECIALIZACIÓN PARA TU RETO

Pricing

Valor percibido y sensibilidad al precio.

B2B

Necesidades y criterios de los decisores.

Forecasting

Escenarios de demanda para planificar.

EXPERIENCIA QUE IMPULSA TU NEGOCIO

Dos miradas expertas. Un compromiso contigo.



IMD PERÚ

Mgtr. Javier Salazar

Consultor Principal

Magíster en Gestión Pública e Ingeniero Industrial y de Sistemas de la Universidad de Piura. Como consultor principal de IMD Perú, articula la investigación de mercados con la lectura estratégica del negocio. Su enfoque pone la información al servicio de las decisiones del cliente, desde la definición del reto hasta la interpretación de los hallazgos.



IMD PERÚ

Fernando Barranzuela, PhD

Senior Consultant – Market Research & Strategy

Doctor (PhD), profesor universitario y consultor con más de 20 años de experiencia en investigación de mercados, marketing, formación ejecutiva y consultoría empresarial. Especialista en consumer analytics, estrategia comercial y forecasting. Combina rigor analítico, experiencia académica y comprensión del negocio para interpretar mercados, identificar oportunidades y orientar decisiones de crecimiento sustentadas en evidencia.

Investigación con profundidad.
Recomendaciones con visión comercial.

PERSONAS, ORGANIZACIONES Y PROYECTOS

Experiencia que se refleja en cada investigación.



GRUPO JLB

Grupo JLB

Angie Yparraguirre

Estudio de servicios de tercerización de procesos de negocio (BPO u outsourcing) en empresas medianas y grandes.


Mariela García

Instituto Ciencia y Familia · UDEP

Aplicación de encuestas sobre la relación entre rendimiento académico y situación familiar en alumnos de la Universidad de Piura.


Gastón Cruz

Universidad de Piura

Estudio sobre el uso de panela orgánica.


Karen Dawson

Scharf

Estudio de caracterización de consumidores de última milla.


Rolando Castro

Crosland Automotriz

Estudio de hábitos, usos y actitudes hacia los aceites para motos y los repuestos Bajaj.


Germán Vega

Universidad de Piura

Asesoría de estudio de mercado para un proyecto dirigido a pobladores del sector Los Polvorines.


Fernando Barranzuela

Universidad de Piura

Estudios de marca del colegio Santa Rosa en Sullana, Piura, y del colegio San José en la provincia del Callao, Lima.



CONVERSEMOS

Tu próximo reto empieza con una buena pregunta.

Cuéntanos qué necesitas decidir. Diseñemos juntos la investigación que te ayude a avanzar.

● Diferenciar tu marca

Reconoce atributos y oportunidades para construir un posicionamiento relevante.

● Lanzar o mejorar un producto

Valida la propuesta, sus atributos y el precio antes de salir al mercado.

● Expandir tu oferta

Dimensiona la demanda y evalúa escenarios de crecimiento.

CERCA DE LAS PERSONAS.

Más comprensión. Mejores decisiones.

Conectamos la voz de tus clientes con el siguiente paso de tu negocio.

Hablemos de tu proyecto.

informes@imdperu.org.pe

+51 981 821 232

Jr. Paita 127, int. 3, Cercado de Castilla,
Piura, Perú



Solicitar una propuesta

imdperu.org.pe / IMD Insights