

Equipo Data & Investigación

Asociación Misionera de Marketing
Posadas Misiones
Año 2024



Expectativas y proyecciones de crecimiento profesional de los miembros de AMMK

Informe 2 del Relevamiento Anual de Socios

Objetivo del relevamiento

Satisfacer las necesidades de información de la Comisión Directiva, Equipo Socios y Equipo Eventos.

Resumen

Como Asociación Misionera de Marketing (AMMK) buscamos generar un diferencial y contribuir con información tanto a la disciplina, como a los miembros de la asociación y a la comunidad. Es por ello que, en el marco de la creación de una nueva línea de beneficios destinada inicialmente a los socios, se crea en Abril de 2023 el Equipo de trabajo de AMMK "Data & Investigación". Las actividades del Equipo buscan enriquecer el conocimiento y las habilidades de los profesionales de AMMK, fortalecer la asociación al proporcionar datos valiosos que respaldan la mejora continua y la consecución de su visión en el ámbito del Marketing.

En este sentido, se realiza el primer proyecto denominado Relevamiento Anual de Socios AMMK donde, por medio de una encuesta diseñada a tal fin, se procede a la captación de datos para su posterior análisis y presentación de resultados. Los mismos se obtienen de 3 secciones: Datos Generales, Información del Sector y Socio de AMMK. En este informe se presentan datos sobre los Aspectos Técnicos y los Aspectos Generales que corresponden a la última sección. Se presentan estadísticas sobre la residencia y la participación en las distintas categorías de socios, como así también los principales objetivos y expectativas de los socios cumpliendo con el objetivo 'Evaluar las expectativas y proyecciones de crecimiento profesional de los miembros de AMMK, identificando sus aspiraciones y necesidades para el desarrollo de habilidades y conocimientos en Marketing.

Objetivos del proyecto

Objetivo General

Satisfacer las necesidades de información de la Comisión Directiva, el Equipo Socios y el Equipo Eventos de la Asociación Misionera de Marketing, contribuyendo al desarrollo del Marketing y generando un diferencial para los miembros de la asociación y su comunidad a través de la creación de una nueva línea de beneficios, respaldada por el equipo "Data & Investigación".

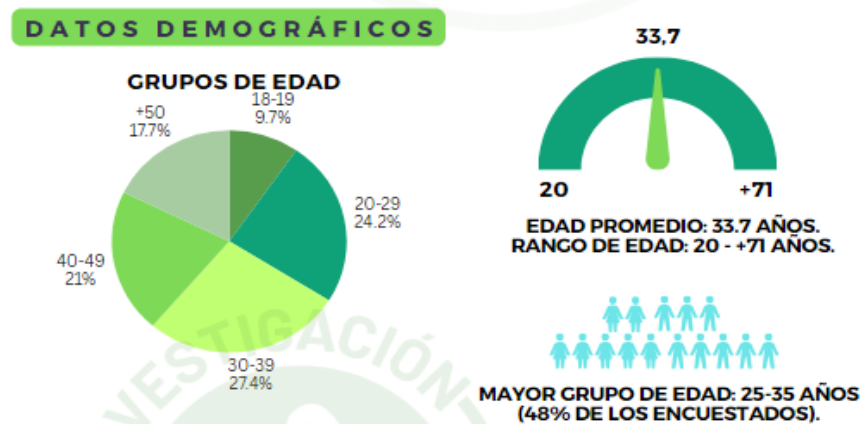
Objetivo específico del informe

Evaluar las expectativas y proyecciones de crecimiento profesional de los miembros de AMMK, identificando sus aspiraciones y necesidades para el desarrollo de habilidades y conocimientos en Marketing.

Aspectos técnicos



El total de socios registrados en la asociación son 152, lo que implica es que estos resultados reflejan al 47.32% y puede extrapolarse a la población dado su alta participación.



La distribución demográfica indica una representación equitativa en diferentes grupos de edad, lo que enriquece la diversidad de la asociación.

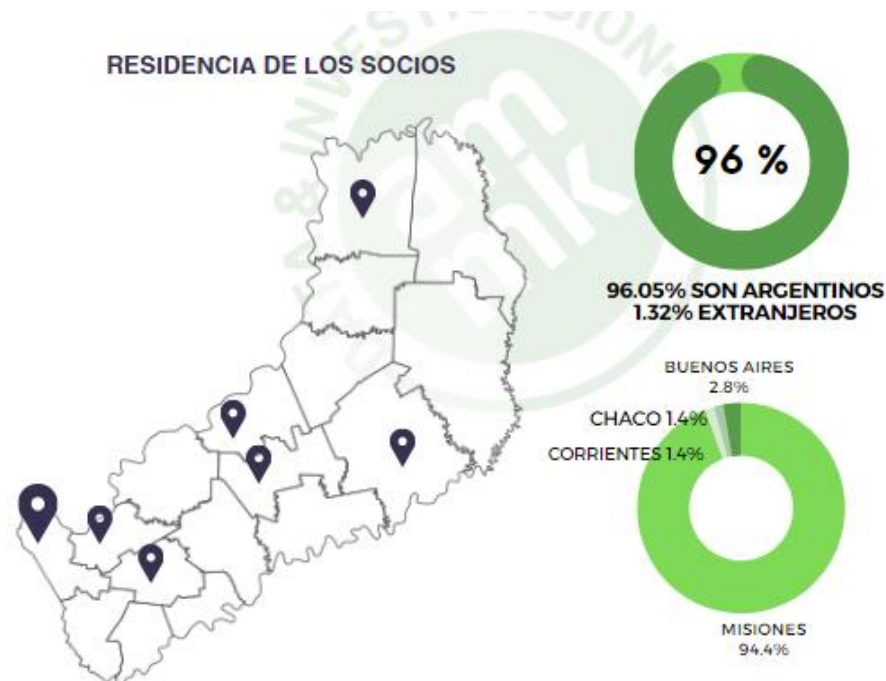


La distribución de las encuestas se realizó entre el: 09/08/23 - 31/08/23.

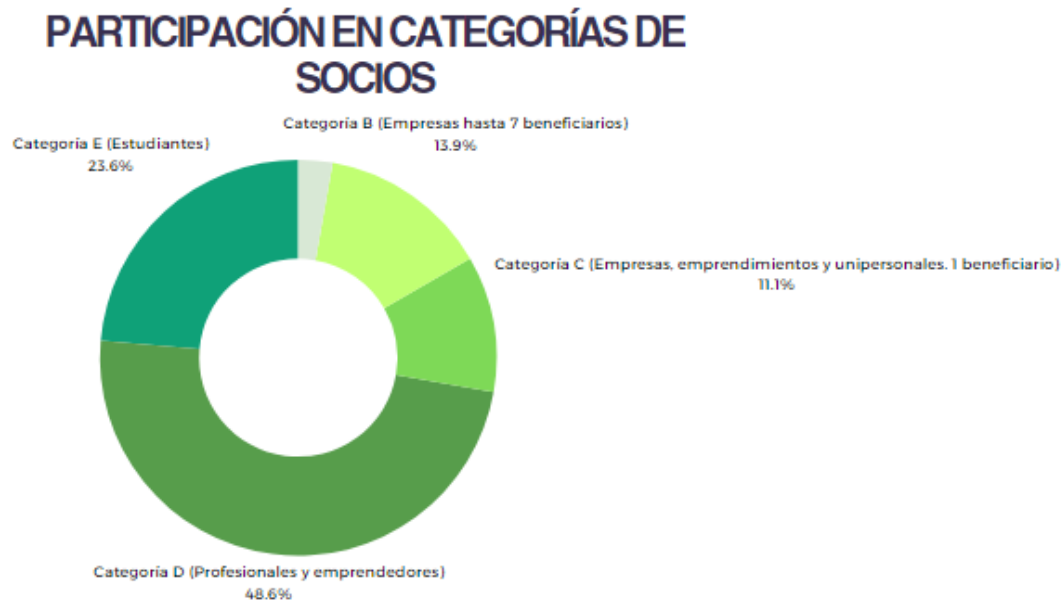
Aspectos Generales

Lugar de Residencia

Del total de socios residentes de la provincia de Misiones el 75% corresponde a Posadas. El fuerte vínculo con la ciudad de Posadas sugiere la posibilidad de eventos y actividades específicas para fortalecer la presencia local.



Participación por Categorías de Socios



La mayoría de los socios se encuentran en las categorías D y E, lo que sugiere una fuerte representación de profesionales y estudiantes. La presencia de estudiantes en la asociación (23,61%) destaca el interés y la participación temprana en la comunidad de marketing.

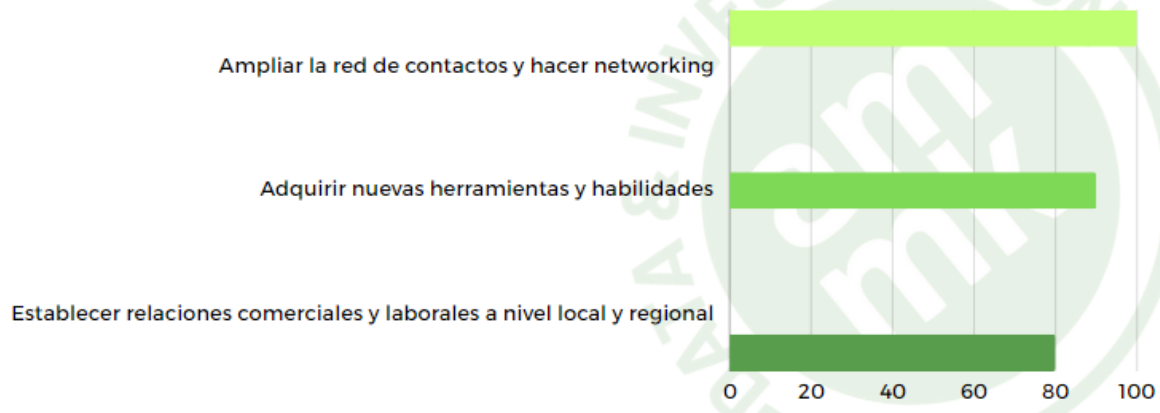
Expectativas y Objetivos de los Socios de AMMK

En cuanto a los objetivos y expectativas de los socios, se presentan los resultados y algunas estadísticas clave:

Principales Objetivos de los Socios

1. Ampliar la red de contactos y hacer networking: 100% de los encuestados mencionaron este objetivo.
2. Adquirir nuevas herramientas y habilidades: 90% de los encuestados destacaron la importancia de este objetivo.
3. Establecer relaciones comerciales y laborales a nivel local y regional: 80% de los encuestados consideran este objetivo fundamental.

PRINCIPALES OBJETIVOS DE LOS SOCIOS



Expectativas de los Socios de AMMK

1. Contar con información y/o actualizaciones sobre marketing: 85% de los encuestados expresaron esta expectativa.
2. Acceso exclusivo a contenido educativo: 70% de los encuestados desean este beneficio.
3. Obtener asesoramiento de otros profesionales que forman parte de la asociación: 75% de los encuestados buscan orientación y consejo de sus colegas en la asociación.

EXPECTATIVAS DE LOS SOCIOS DE AMMK

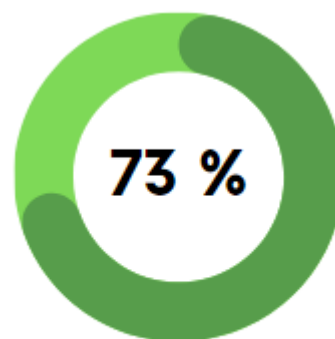


Estadísticas Adicionales

- El 65% de los encuestados espera que la Asociación Misionera de Marketing continúe creciendo y se consolide de manera sólida.
- El 50% de los encuestados mencionó que las capacitaciones de diferentes profesiones relacionadas al Marketing mejorarían sus expectativas.
- El 40% de los encuestados busca fortalecer sus talentos en la Asociación a través del networking.
- Un 30% de los encuestados espera que la asociación se convierta en un punto de encuentro para profesionales y empresas en búsqueda mutua de beneficios y crecimiento.
- Un 25% de los encuestados está interesado en actividades y eventos en el interior de la provincia para facilitar la participación de los socios del interior.

Los resultados de la encuesta sugieren un fuerte enfoque en el networking y la formación continua, así como un deseo de contribuir al crecimiento y desarrollo de la profesión de marketing en la provincia. Las expectativas incluyen acceso a información actualizada, oportunidades educativas exclusivas y asesoramiento entre colegas. Además, hay interés en que la asociación se convierta en un espacio de colaboración y crecimiento tanto a nivel personal como profesional. Considerando estos resultados, se pueden diseñar futuras iniciativas y actividades que satisfagan las necesidades y expectativas de los socios de AMMK.

Participación como Disertante



**DESEO DE PARTICIPAR
COMO DISERTANTE**

Temas de Expertise Propuestos por los Socios:

- Ventas/ Precios/ Marketing mix
- Comunicación interna y externa, el valor de las relaciones y los vínculos, relación con la Prensa para difundir productos y servicios.
- Diseño gráfico y publicitario / Diseño Ux- Ui

- Contenidos. Gestión Cultural. Gastronomía
- E-commerce
- Marketing, Marca Personal, Liderazgo, Negociación
- Producción de Eventos / BTL
- Branding, marketing digital
- Generación de textos comunicativos para redes y publicidad. Edición de audio.
- Marketing digital
- Comunicación social ▪ Fotografía ▪ Producción y Realización audiovisual
- Herramientas de Marketing en Pymes familiares
- Marketing Profesional - Elaboración de CV - Entrevistas Laborales
- Diseño Gráfico / Comunicación digital / Radio
- Posicionamiento de Marca / Fidelización de Clientes
- Publicidad marketing management emprendedurismo
- Naming
- Marketing deportivo, comercial moda y perfumería, naming, branding
- Comercio Electrónico / Marketing Digital
- Estrategias digitales de marketing
- Marketing de influencers / Marketing en consumo masivo / Trade marketing
- Branding - Identidad - Packaging - Estrategia - Naming
- Comercio Electrónico / SEO / SEM
- Elaboración de CV - Entrevistas Laborales - Búsqueda de Trabajo
- Estrategia de redes sociales, creación de contenido, copywriting, planificación y programación de contenido
- Plan de Negocio. Costos. Análisis del entorno Socioeconómico
- Estrategias de Negocios, Innovación & Creatividad, Modelos de Negocio, Estrategias Comerciales y Financieras, Generación de Valor, Negocios Escalables
- Comunicación Institucional, Branding
- Marketing Digital, Redes Sociales. Además, me siento capacitada para hablar sobre Comunicación Institucional, Branding y, además, brindar asesoramiento a emprendedores.
- Branding; Diseño publicitario, Valor de Marca
- Competitividad empresarial - prestadores de servicios profesionales

La mayoría de los socios expresan interés en participar como disertantes, cubriendo una amplia gama de temas relacionados con el marketing y áreas afines.

Se sugiere la creación de eventos regulares donde los socios puedan compartir sus conocimientos y experiencias, promoviendo así un intercambio constante de ideas y colaboración dentro de la asociación.

Recomendaciones y Acciones Futuras basadas en los hallazgos

Diversificación de Actividades:

Considerar la diversificación de eventos y actividades para abordar los diferentes intereses y necesidades profesionales de los socios.

Fortalecimiento de la Categoría de Estudiantes:

Desarrollar programas específicos para estudiantes, como mentorías y eventos orientados a su crecimiento profesional.

Enfoque en Marketing Digital:

Debido al interés en marketing digital, explorar oportunidades para talleres y eventos específicos sobre esta temática.

Conclusión

La encuesta realizada a los socios de la Asociación Misionera de Marketing ha proporcionado información valiosa sobre los objetivos, expectativas y necesidades de sus miembros. Los resultados destacan un fuerte énfasis en la creación de redes de contacto y el networking, con el 100% de los encuestados mencionando este objetivo. Asimismo, el 90% de los socios considera esencial la adquisición de nuevas herramientas y habilidades, y el 80% busca establecer relaciones comerciales y laborales a nivel local y regional.

En cuanto a las expectativas, el 85% de los encuestados desea recibir información y actualizaciones sobre marketing, mientras que el 70% busca acceso exclusivo a contenido educativo. Además, el 75% de los socios valora el asesoramiento de otros profesionales de la asociación, subrayando la importancia de la colaboración y el intercambio de conocimientos.

Las estadísticas adicionales revelan que el 65% de los encuestados espera que AMMK continúe creciendo y consolidándose. Un 50% considera que capacitaciones en diversas profesiones relacionadas con el marketing mejorarían sus expectativas. También se destaca que el 40% de los socios busca fortalecer sus talentos en la Asociación mediante el networking, y el 30% espera que AMMK se convierta en un punto de encuentro para profesionales y empresas en búsqueda mutua de beneficios y crecimiento. El 25% de los encuestados muestra interés en actividades y eventos en el interior de la provincia para facilitar la participación de los socios del interior.

Estos resultados indican una clara demanda de formación continua, acceso a información actualizada y oportunidades de networking. Además, hay un deseo significativo de que la asociación contribuya al crecimiento y desarrollo de la profesión de Marketing en la provincia. Considerando estos hallazgos, AMMK puede diseñar futuras iniciativas y actividades que satisfagan las necesidades y expectativas de sus socios, como la diversificación de eventos y actividades, el desarrollo de programas específicos para estudiantes, y la exploración de oportunidades en Marketing Digital.

Por último, la mayoría de los socios expresan interés en participar como disertantes, cubriendo una amplia gama de temas relacionados con el Marketing y áreas afines. Esto sugiere la creación de eventos regulares donde los socios puedan compartir sus conocimientos y experiencias, promoviendo así un intercambio constante de ideas y colaboración dentro de la asociación. Las recomendaciones y acciones futuras basadas en estos hallazgos incluyen la diversificación de actividades, el fortalecimiento de la categoría de estudiantes, y un enfoque especial en Marketing Digital, alineándose con las demandas y expectativas de los miembros de AMMK.