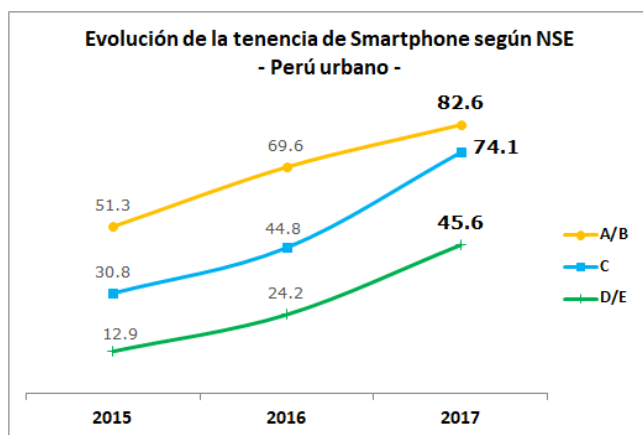
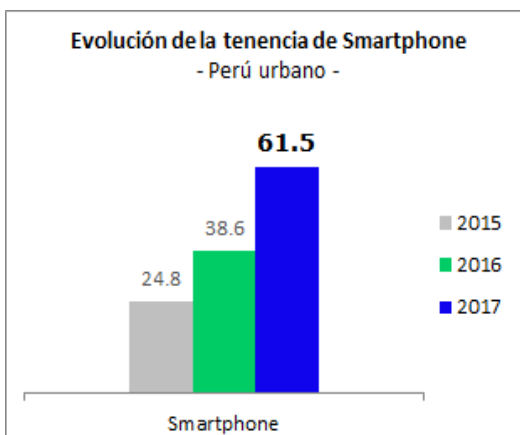


EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE SMARTPHONE Y SMART TV EN EL PERÚ

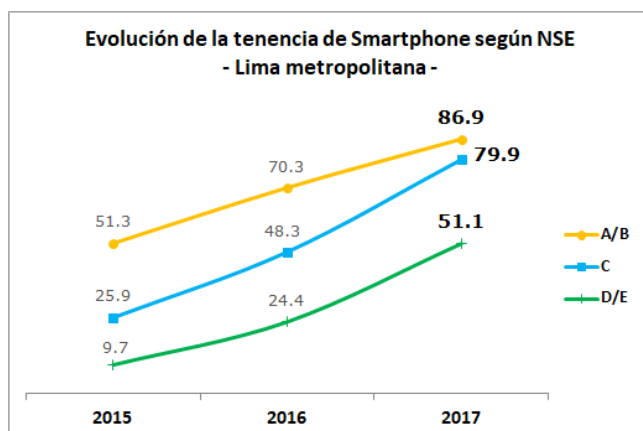
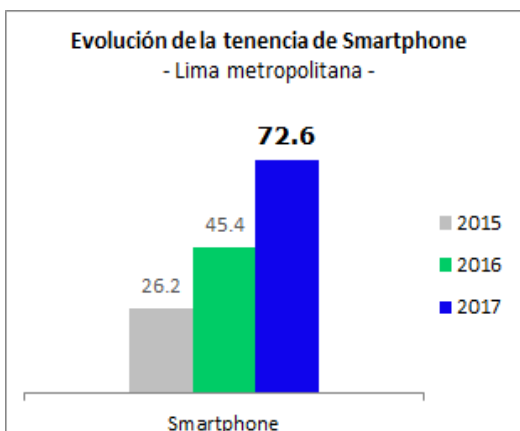
SMARTPHONE

Considerando los tres últimos años, 2015-2017, observamos que el crecimiento en la tenencia de *Smartphone* en hogares ha sido de tipo exponencial a nivel Perú. Así tenemos que este tipo de celulares han crecido a nivel nacional 148% en estos últimos tres años, según nuestra encuesta anual realizada a nivel nacional en 4251 hogares.

El crecimiento es alto a nivel nacional: para el AB con un 61%, en el C con 140%, y en el DE con 253% en los últimos tres años.

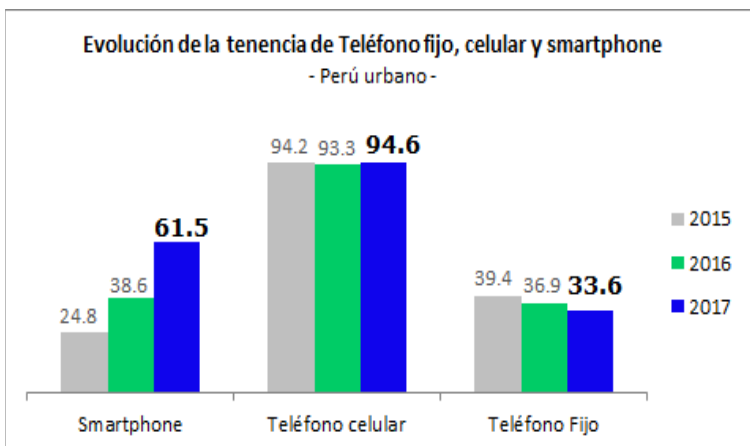


Paradójicamente los *Smartphone* tienen un mayor crecimiento en los hogares DE: en Lima 427% y en el interior 216%. La principal razón de este alto aumento es el interés de las personas por contar con internet en sus celulares y, por otro lado, el abaratamiento de los equipos por el ingreso de nuevas empresas al mercado.

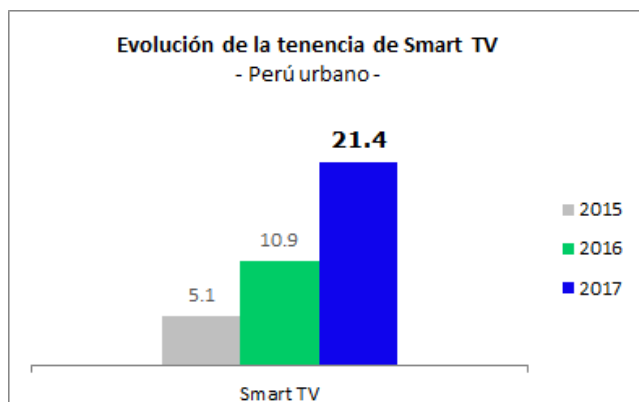


El efecto más notorio causado por el uso de celulares y del *Smartphone* es la caída en la tenencia de la telefonía fija. Esta ha disminuido en 15% su presencia en los hogares a nivel nacional urbano.

Efecto similar está causando el *smartphone* con el estancamiento de la tenencia de cable, computadoras, Tablet, MP3/MP4 y DVD. La tenencia de servicios como Netflix es otro factor que ocasiona el estancamiento.

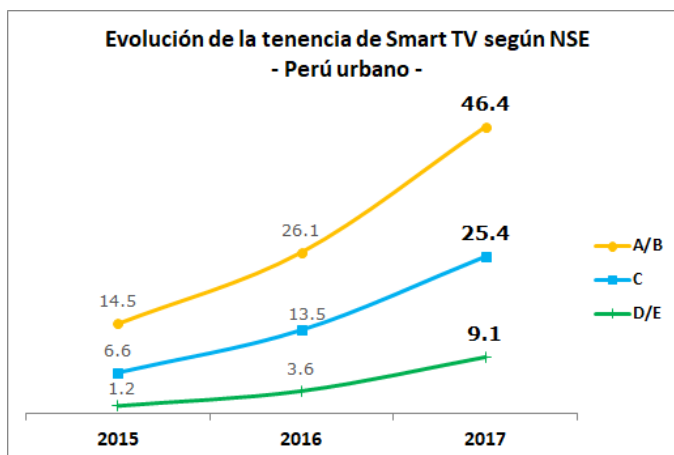


SMART TV



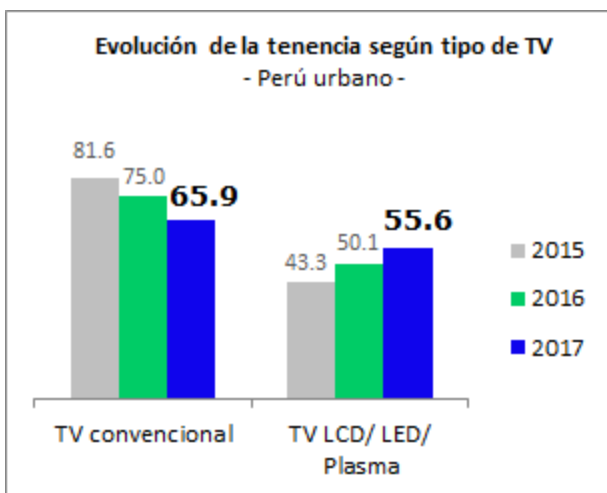
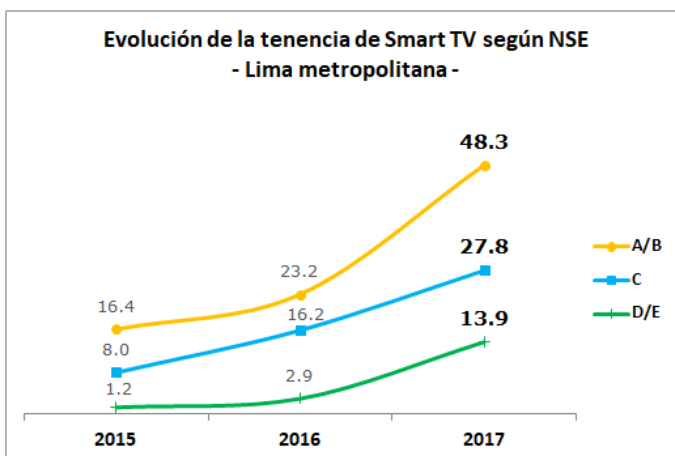
Considerando los tres últimos años, 2015-2017, observamos que el crecimiento en la tenencia de *Smart TV* en hogares ha sido también de tipo exponencial a nivel Perú. De 5.1% de tenencia en el 2015 pasa a 21.4% en el 2017; es decir, un incremento de casi cuatro veces más.

Este incremento aunque parezca paradójico se da con mucho más fuerza en nivel DE, donde la tenencia crece ocho veces más a nivel nacional, aunque en promedio la tenencia para el 2017 es de 9.1% de hogares. Mientras que en los niveles AB y C, la tenencia aumentó tres veces y cuatro veces más, respectivamente.



En Lima, en tres años ha crecido cuatro veces más, mientras que en el interior urbano fue de cinco veces más. En los niveles AB y C los crecimientos fueron de tres y cuatro veces más respectivamente.

Estos televisores tienen como principal atributo su conexión a internet que aparte de un mayor uso tecnológico genera el efecto novedad.



Cabe destacar también que la participación de la selección peruana de fútbol en las Clasificatorias Rusia 2018, ha contribuido a este desarrollo del mercado de los *Smart TV* en nuestro país.

Por otro lado, la tenencia de equipos de TV convencional está disminuyendo rápidamente, mientras los tipos LCD/LED/Plasma presentan un alto crecimiento a nivel nacional.

(*) Hogares donde por lo menos hay una persona con *smartphone*.

FUENTE: CPI - Estudios de tenencia de artefactos y servicios de telecomunicación Junio-Julio 2017.
Muestra estadística: 4251 hogares entrevistados a nivel nacional.