

Tenencia de artefactos y servicios de telecomunicación a nivel nacional urbano

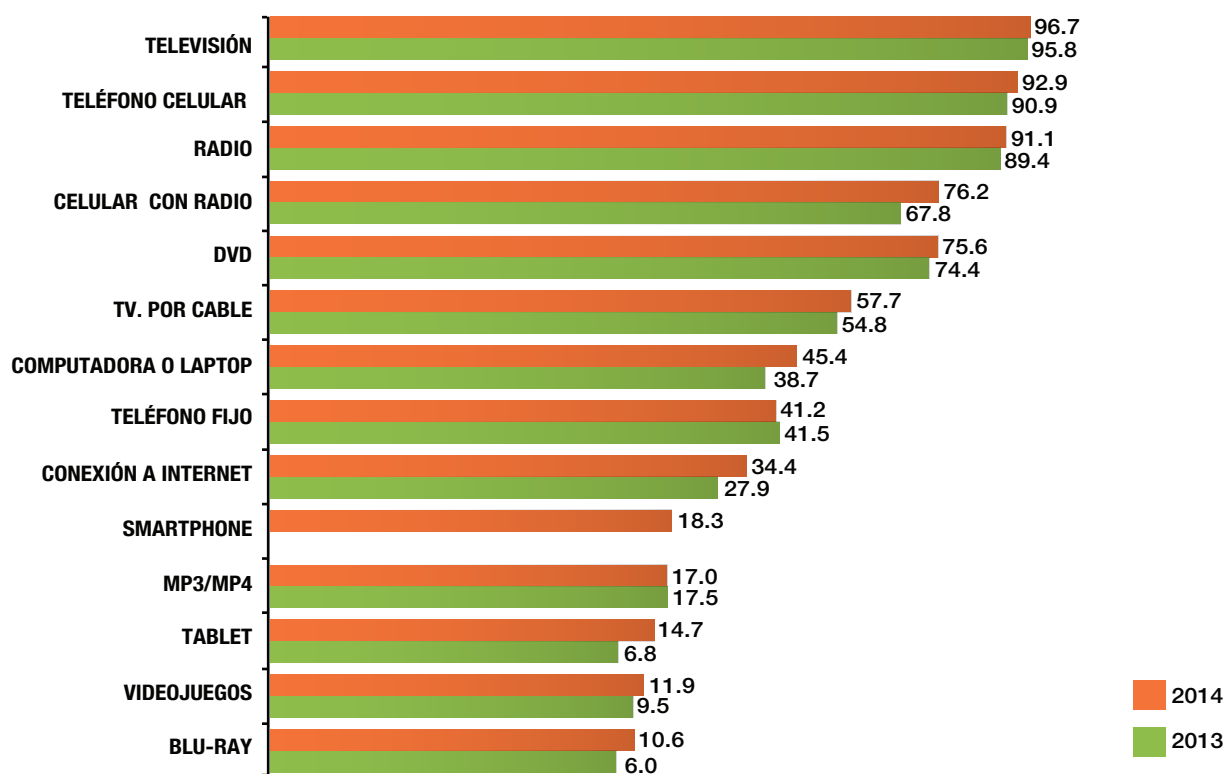
La información que presentamos es el resultado de nuestra encuesta sistemática realizada a nivel nacional urbano a mediados del año 2014.

Durante el 2014 la televisión llega al 96,7%, incrementándose, prácticamente, en un punto la tenencia, y manteniéndose como el medio de mayor tenencia en los hogares a nivel nacional.

La radio también ha incrementado en 1,7 puntos, llegando a 91,1% su tenencia, convirtiéndose como el segundo medio de mayor presencia en los hogares.

Cable es el tercer medio con más presencia en el hogar a nivel nacional con un 57,7%, ha incrementado su presencia en 3 puntos respecto al 2013, pero es en Lima donde se encuentra la mayor concentración de este servicio.

Tenencia de Artefactos a nivel Nacional Urbano 2014 vs. 2013



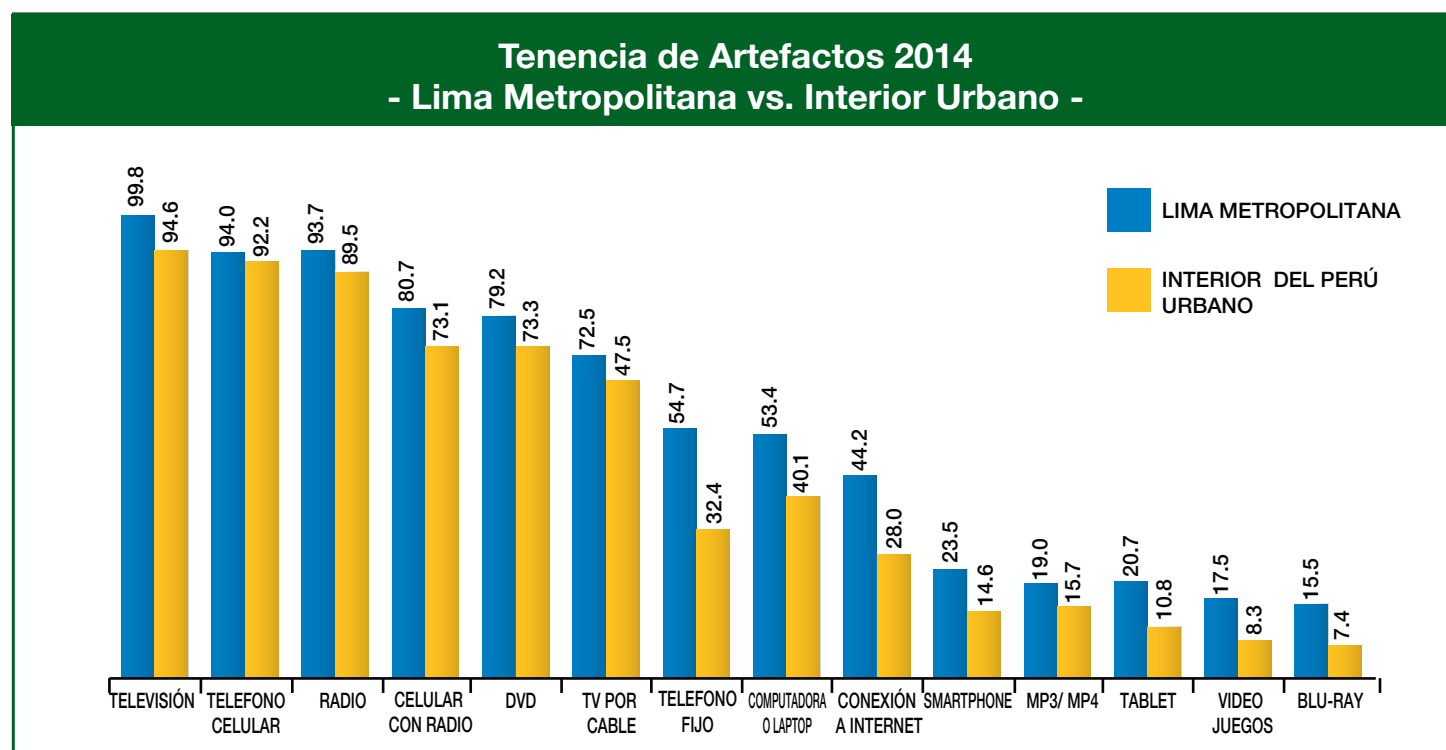
También es importante resaltar que los equipos de video como DVD, videojuegos y Blu-Ray tienen una presencia de 75,6%, 11,9% y 10,6%, respectivamente, destacando este último que ha incrementado casi cinco puntos respecto al año pasado. En Lima el porcentaje de presencia de los videojuegos y el Blu-Ray duplican la tenencia promedio del interior urbano.

Respecto a los equipos de telefonía, el teléfono celular se ha convertido en un elemento indispensable en el diario quehacer de las personas a nivel nacional, por lo menos hay un equipo celular en el 94% de los hogares de Lima e igualmente en el 92,2% en el interior urbano, con lo cual podemos afirmar que, prácticamente, todo el Perú urbano está comunicado a través de la telefonía móvil. Importante resaltar que el 76,2% de los celulares tiene radio. Por otro lado, la tenencia de teléfonos fijos (41,2%) sigue presentando una tendencia negativa, respecto al 2012 ha disminuido su participación en los hogares en 7% a nivel nacional.

Por el contrario, todo lo referente a internet presenta fuertes incrementos, la tenencia de computadores/laptop se ha incrementado en 17% respecto al 2013, asimismo los hogares conectados a internet se han incrementado en 23% en este mismo lapso de tiempo. También, dentro de este rubro el 18,3% de hogares tiene al menos un Smartphone.

Los gadgets como MP3/MP4 han mantenido su presencia en los hogares (17%), pero las tablets si han crecido notoriamente en 116%, con una presencia en hogares a nivel nacional de 14,7%.

En conclusión, se observa un importante crecimiento a todo nivel, incluso en los medios masivos como la televisión y la radio, que parecía que ya habían llegado a un techo, la principal razón es el mantenimiento del crecimiento económico del país y el avance de la tecnología que ha abaratado el precio de estos equipos en estos últimos años. Sin embargo hay mucho por crecer especialmente en el interior del país en lo que se refiere a la comunicación vía internet, en donde Lima le lleva una gran ventaja.





ESTUDIOS ESPECIALES

Cuantitativos

- ✦ Imagen y Posicionamiento Perfiles del Consumidor
- ✦ Test de Producto
- ✦ Calidad de Servicio
- ✦ Estudios de Línea de Base
- ✦ Cuantificación y Segmentación de Mercados
- ✦ Evaluación Publicitaria (Pre y Post Test)
- ✦ Estudios en el Punto de Venta

Cualitativos

- ✦ Focus Group
- ✦ Entrevista en Profundidad
- ✦ Pruebas de Producto
- ✦ Análisis Etnográficos
- ✦ Estudios de Hábitos y Usos

Brand Tracking

- ✦ Recordación Publicitaria de Marcas (Top of Mind)
- ✦ Consumo y Uso de Marcas
- ✦ Intención de Compra

ESTUDIOS SOCIALES

- ✦ Diagnóstico socio económico, condiciones de vida y pobreza
- ✦ Evaluación de salud y medidas antropométricas
- ✦ Mapeo de stakeholders
- ✦ Evaluación de impacto de campañas de sensibilización
- ✦ Evaluación de impacto de proyectos sociales

OPINION PUBLICA

- ✦ Encuestas Políticas
- ✦ Evaluación de Gestión
- ✦ Imagen y Nivel de Aprobación de Autoridades
- ✦ Seguimiento de Campañas Electorales
- ✦ Expectativas en Obras y Gestiones

MEDIOS DE COMUNICACION

- ✦ Audiencia Radial
- ✦ Lectoría de Diarios
- ✦ Cobertura y Calidad de imagen y sonido de TV y Radio

ASESORIA

- ✦ Consultoría en marketing y en el área política