

Tenencia de servicios de telecomunicación y artefactos audiovisuales a nivel nacional urbano: 2016

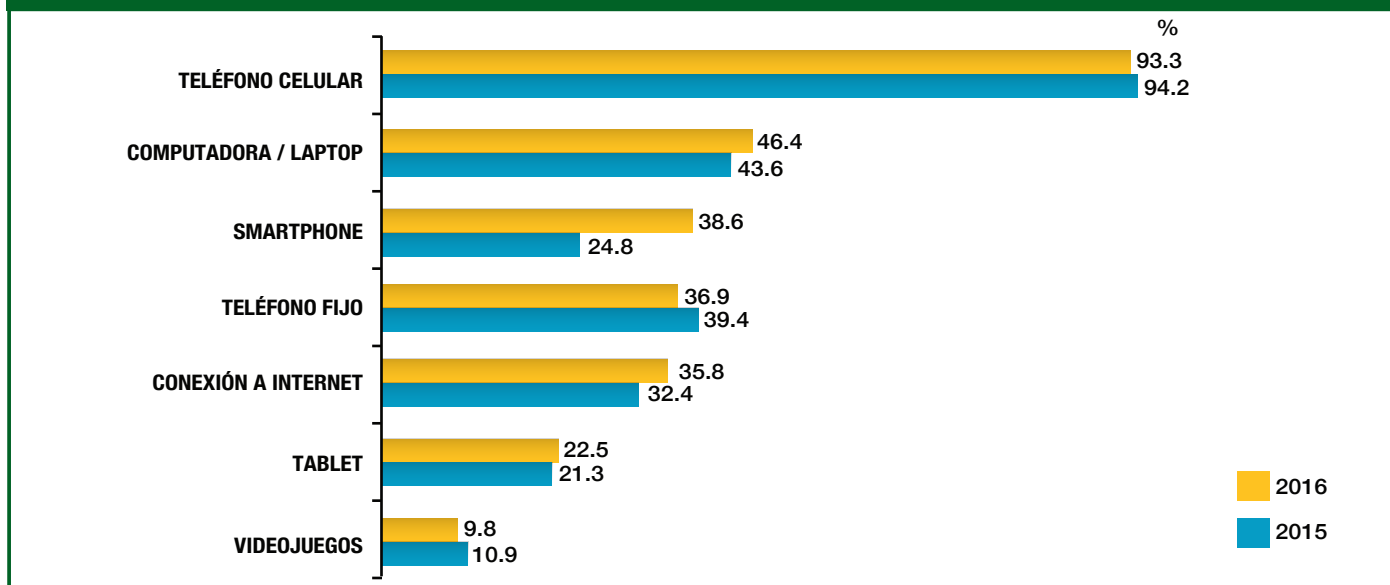
Tenencia de servicios de telecomunicación

La tenencia de telefonía vía celular se mantiene a nivel nacional urbano. Considerando al menos un celular en el hogar se llega aproximadamente al 94% de los hogares. El salto vertiginoso se presenta en la tenencia de *smartphone*, que en el 2015 fue de 24.8% y de 38.6% en el 2016: estos son hogares que a nivel nacional tienen al menos uno de estos equipos. La alta tenencia de este tipo de celulares afecta de manera directa el uso de teléfonos fijos en el hogar, que presenta una disminución de 6% en el 2016.

La presencia de computadora/laptop así como la conexión a internet en los hogares ha crecido en promedio 6% y 10% respectivamente respecto al 2015.

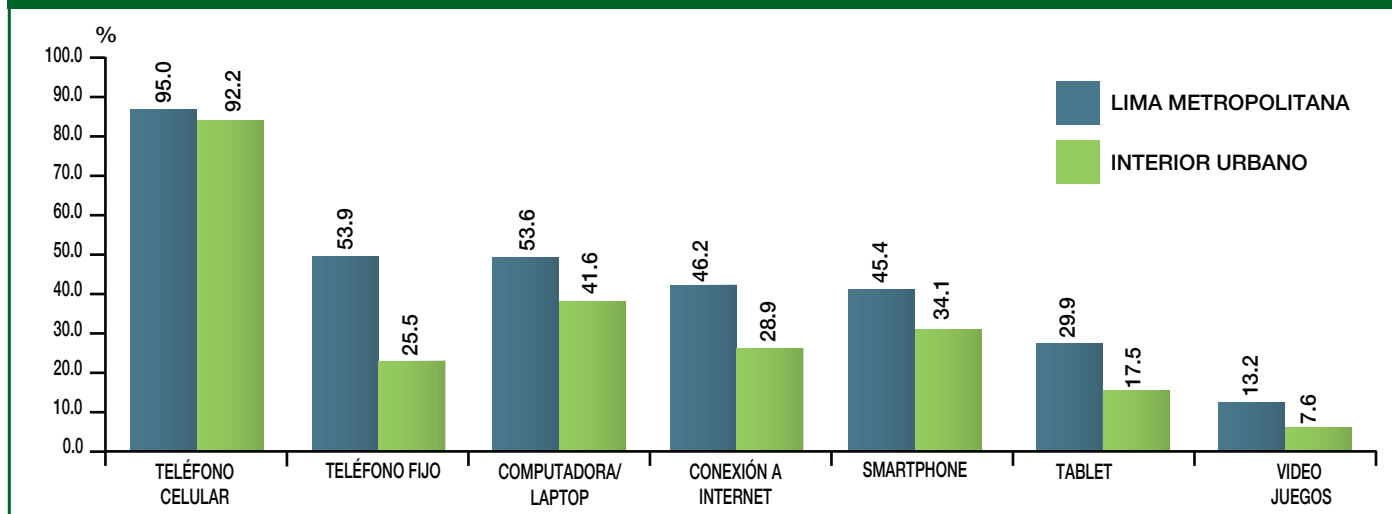
Por último, la presencia de equipos tipo las tablets y los videojuegos crece poco en el primer caso y decrece en el segundo. Ambos son afectados por el fuerte crecimiento del *smartphone*.

Tenencia de servicios de Telecomunicación a nivel Nacional Urbano 2016 vs. 2015



Fuente: CPI - Estudios de Cobertura de Radio y Televisión: Mayo/ Julio 2016

Tenencia de Servicios de Telecomunicación a nivel Nacional Urbano Lima Metropolitana vs. Interior del país



Fuente: CPI - Estudios de Cobertura de Radio y Televisión: Mayo/ Julio 2016

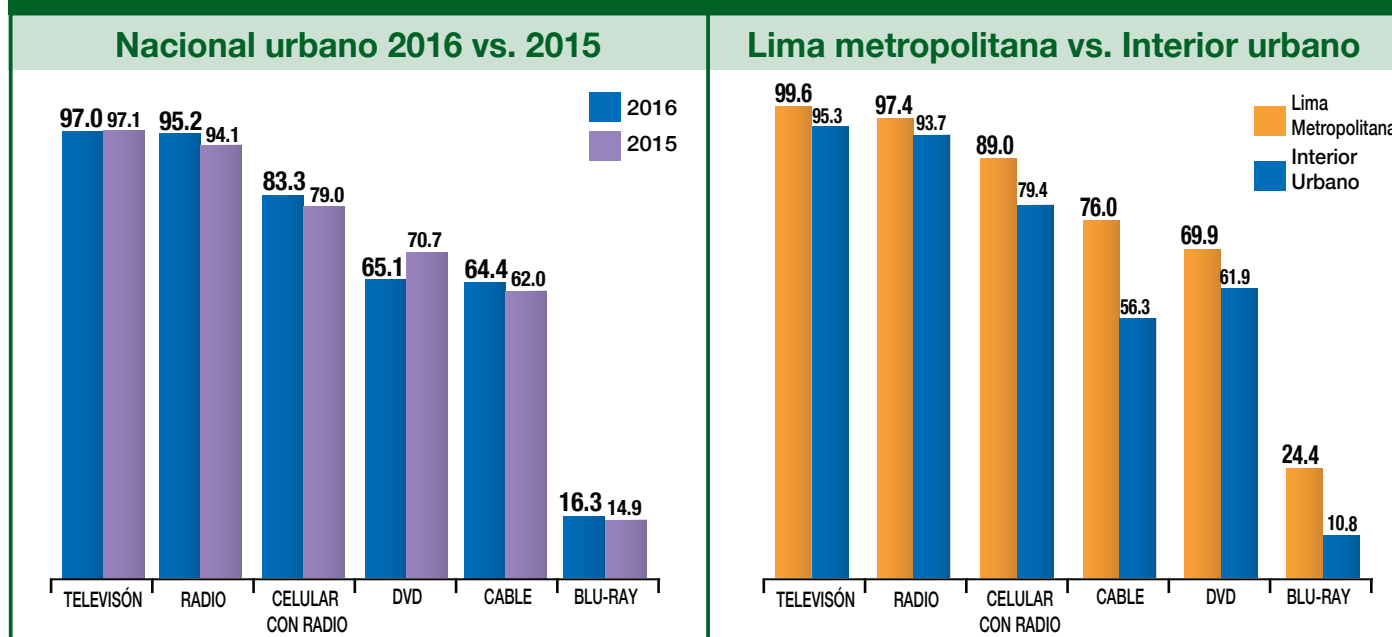
Tenencia de artefactos audiovisuales

Prácticamente la tenencia de TV y radio en los hogares a nivel nacional se mantiene respecto al 2015. Por el contrario, la presencia de los medios masivos en los celulares se incrementa considerablemente, específicamente el celular con radio que ha pasado de 79% a 83,3% a nivel nacional.

DVD mantiene su tendencia decreciente (-7%), principalmente por su reemplazo con el Blu-Ray y también por la aparición de servicios con contenidos de películas tipo Netflix.

Los hogares con tenencia de Cable mantienen su crecimiento a nivel nacional, sin embargo haciendo el análisis entre Lima y el interior, aparentemente Lima ha llegado a su tope, mientras en provincias presenta un incremento de 10%.

Tenencia de Artefactos audiovisuales



Fuente: CPI - Estudios de Cobertura de Radio y Televisión: Mayo/ Julio 2016



**compañía peruana
de estudios de mercados
y opinión pública s.a.c.**



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

compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c.

Calle Río de Janeiro 150 Miraflores, Lima - Perú Telefax: 422 4666 422 3815 421 6271 221 2880 www.cpi.pe