

NEGOCIOS

ESTUDIO DE IPSOS PERÚ

Smartphoneros adultos prefieren ofertas de llamadas; y los jóvenes, bonos con más Internet

Los más jóvenes prefieren Internet para chatear y navegar en redes y web. Batería con mayor duración es el principal atributo en un equipo. Mayoría los compra en la tienda del operador.

JOSIMAR CÓNDOR JIMÉNEZ
josimar.condor@diariogestion.com.pe

Si bien el smartphone ha conquistado a las diferentes generaciones, no todas reaccionan igual a las ofertas para esos dispositivos. Así, el estudio Perfil del Smartphone de Ipsos Perú señala que el público de 25 años a más prefiere el beneficio de más minutos a cualquier operador.

En contraste, el segmento de 12 a 24 años considera que el beneficio de más megas de Internet es más importante.

Javier Álvarez, gerente de Cuentas y Estudios Multiclientes de Ipsos Perú, señaló que la elección del adulto es determinada por su costumbre de llamar, mientras que los más jóvenes prefieren Internet para chatear y navegar en redes y páginas web.

“Ellos valoran mucho más los megas, ya que usan redes y WhatsApp, principalmente. El joven tiene una actitud de cada vez llamar y conversar menos por teléfono. En todo caso, lo mínimo indispensable”, comentó a **Gestión**.

Asimismo, existen diferencias por edades en la finalidad laboral atribuida al referido dispositivo. En detalle, se observa que solo 18% del

segmento de 18 a 24 años considera que el smartphone es una herramienta de trabajo y para cerrar negocios. En el grupo de 55 años a más, la tasa se eleva a 27%.

“Tiene que ver con el ciclo de vida y ocupación. Los jóvenes mayormente son estudiantes o trabajadores dependientes en los primeros años. Los adultos, en cambio, trabajan y muchos de forma independiente”, anotó.

Equipo y tienda idónea

En la compra de un nuevo teléfono inteligente, el 44% de smartphoneros pide sugerencias a familiares y conocidos, y 41% al vendedor. Sin embargo, la última decisión recae en ellos mismos.

Así, en su opinión, una batería con mayor duración y memoria con más gigabytes son características determinantes, mientras que la alta velocidad de conexión también ha cobrado relevancia.

“Muchas veces se matan los tiempos de espera con el uso del smartphone y eso consume batería. Por otro lado, hay una tendencia a ver cada vez más videos en línea, descargas y uso de algunas apps que demandan mayor velocidad”, sostuvo.

Respecto a los lugares de compra, el 79% prefiere acudir a la tienda del mismo operador móvil.

“Los usuarios perciben que en las tiendas les darán mejor información y encontrarán mayor variedad”, finalizó.



Demanda. Los jóvenes valoran los megas porque usan redes y WhatsApp; los adultos tienen al smartphone como herramienta de trabajo.

EN CORTO

Migración. En un entorno de alta competencia en telecomunicaciones, el 49% de smartphoneros peruanos migraría a otro operador, según Ipsos Perú. Por su parte, 23% no tendría problema en afiliarse a cualquiera de los jugadores del mercado.

FICHA TÉCNICA

Muestra. 885 personas con smartphones.

Edades. De 12 a 70 años, de todos los NSE.

Ámbito. Ciudades del Perú urbano.

Técnica. Entrevistas cara a cara en hogares.

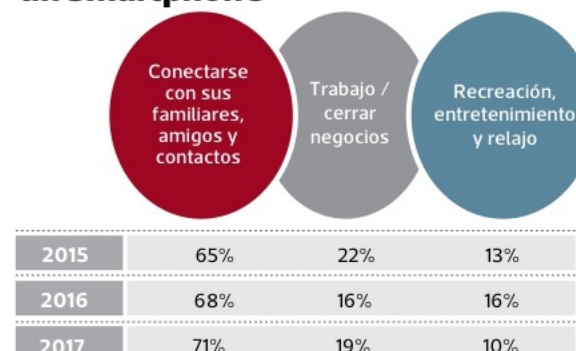
Uso de aplicaciones

(Durante la mañana de 9 a.m. - 12 p.m.)

	35%		35%		14%
Facebook		WhatsApp		Facebook Messenger	
	12%		9%		4%
YouTube		Correo		Gmail	
	3%		2%		27%
Instagram		Spotify		Ninguna	

FUENTE: Ipsos Perú

Objetivo principal de contar con un smartphone



FUENTE: Ipsos Perú

Características del smartphone deseado

	2017	2016
Mayor duración de batería	68%	62%
Memoria con más GB	63%	66%
Velocidad de conexión	61%	55%
Buena calidad de sonido	58%	58%
Cámara exterior con más megapíxeles	57%	65%
Cámara frontal con más megapíxeles	54%	57%
Buen diseño	50%	48%
Pantalla grande	48%	48%
Procesador rápido	48%	50%

FUENTE: Ipsos Perú

Beneficio más importante

Más minutos a cualquier operador	40%
Más megas de Internet	29%
Facebook ilimitado	7%
WhatsApp ilimitado	6%
YouTube ilimitado	4%
Equipos desde 9 soles	3%
Instagram ilimitado	2%
Más minutos al mismo operador	2%
Datos para usar en otros países	2%

FUENTE: Ipsos Perú