

Liderazgo en bienes durables 2009

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Liderazgo en bienes durables 2009 que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

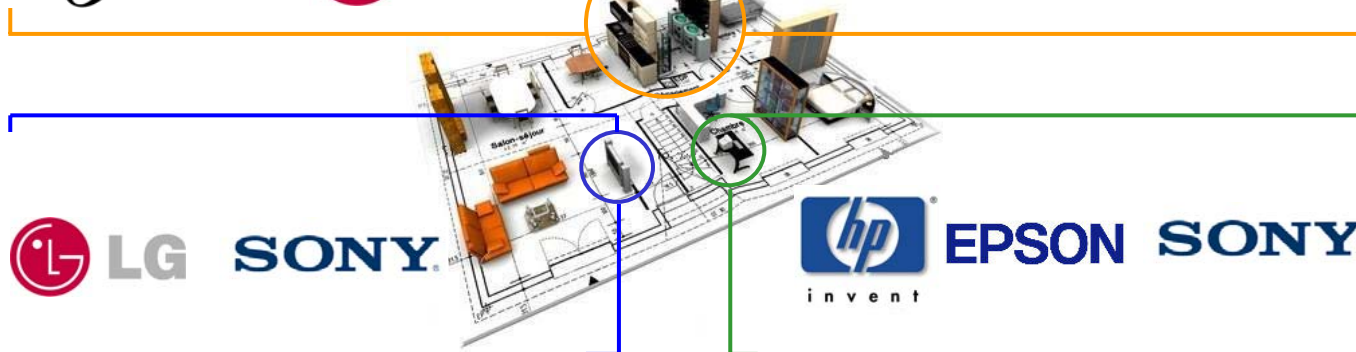
Oster, LG, Mabe, Electrolux, Sony, HP y Epson son las marcas líderes en el hogar. Al dividir al hogar en tres partes, observamos que en la cocina las marcas predominantes son Oster, LG y Mabe. Oster es percibida como la mejor marca para la mayoría de electrodomésticos menores de la cocina (los dos electrodomésticos estrella son la plancha y la licuadora, ambos alrededor del 80% de penetración en hogares). Y para los otros electrodomésticos evaluados como refrigeradora, campana extractora y horno microondas, sobresale LG (sólo la refrigeradora tiene una alta presencia en la gran mayoría de hogares, 71%). En cocina a gas, Mabe es percibida como la mejor y este artefacto es el más indispensable en los hogares. En el segundo lugar de la casa, está la sala de estar o dormitorio, aquel lugar donde se prefiere descansar o entretenerse. En este rincón impera Sony como la mejor marca para equipos de audio y video –a excepción del DVD, donde LG también prevalece. Según los hallazgos, en un hogar promedio no puede faltar un televisor (93%), DVD (70%) o un equipo de sonido (69%). Por otra parte, nos ubicamos en el escritorio o sala de estudio y hallaremos equipos de las marcas HP, Sony y Epson, y es que, HP y Sony son consideradas las mejores marcas en computadoras, ya sea portátiles o de escritorio. Incluso HP se muestra a la par con Epson en impresoras. Estos equipos de cómputo, por el contrario, tienen una baja tenencia en los hogares limeños. Por último pero no menos importante; en lo que respecta a limpieza de pisos, alfombras e esquinas; Electrolux sería la mejor marca para la lustradora y aspiradora. Cabe resaltar, que a mayor nivel socio-económico es mayor la tenencia de artefactos o equipos en general.

Oster

LG

mabe

Electrolux



Metodología

Encuestas realizadas entre el 6 al 24 de junio de 2009 a una muestra aleatoria conformada por 300 amas de casa y 312 personas -hombres y mujeres- residentes en la Gran Lima (Provincia de Lima y Provincia del Callao) de todos los niveles socioeconómicos.

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos.com)
Elaboración del estudio : Jessica Ibarra (jessica.ibarra@ipsos.com)
Asistente de ventas : Johana Tang (johana.tang@ipsos.com)

Marketing Data

Marketing Data es un servicio de información que brinda los principales hallazgos de los estudios multiclientes que realiza Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A. El contenido detallado y los resultados desagregados de las investigaciones se encuentran en los informes que publica Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

Av. República de Panamá 6380. Miraflores. Lima. Perú

610-0100 / 241-8141

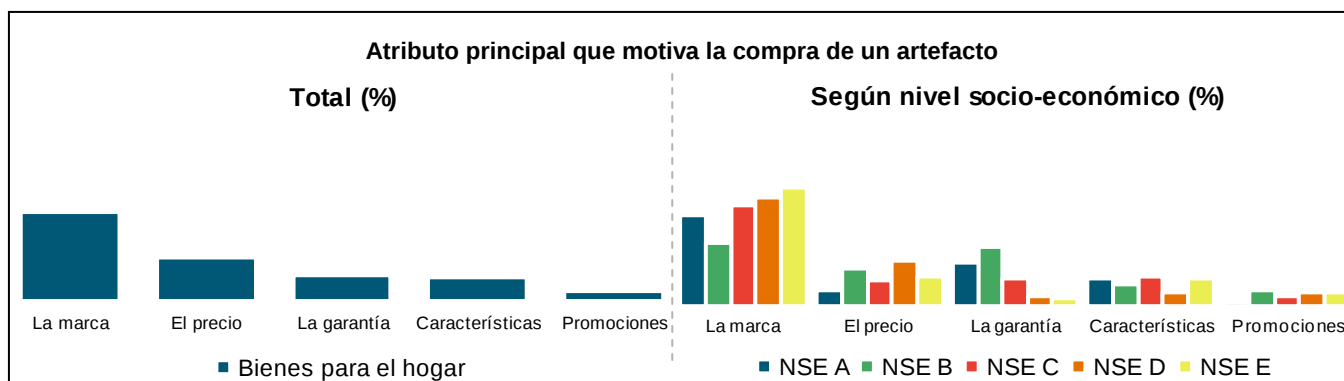
www.ipsos-apoyo.com.pe

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

La mayoría de amas de casa e individuos considera varias marcas a la hora de comprar algún artefacto. Sin embargo, en los hogares se observa una ligera disminución respecto al año pasado en cuanto a electrodomésticos y equipos de audio se refiere, más no en equipos tecnológicos o informáticos. Por lo que se podría decir, que han reducido la diversidad de marcas para ciertos bienes y para otros aún no.

Por otro lado, la mitad de entrevistados compra un artefacto si este requiere reemplazo (sobre todo los NSE A y B) y en segundo lugar, si está de oferta (especialmente los NSE D y E). Asimismo, no depende de ninguna fecha en especial para realizar dicha compra, pero si nos referimos a ocasiones, la Navidad y diciembre serían los momentos que generalmente comprarían algún artefacto.

La marca y luego el precio son los atributos que más influyen en la decisión de compra. Cabe resaltar que para amas de casa del NSE C ambos importan por igual.

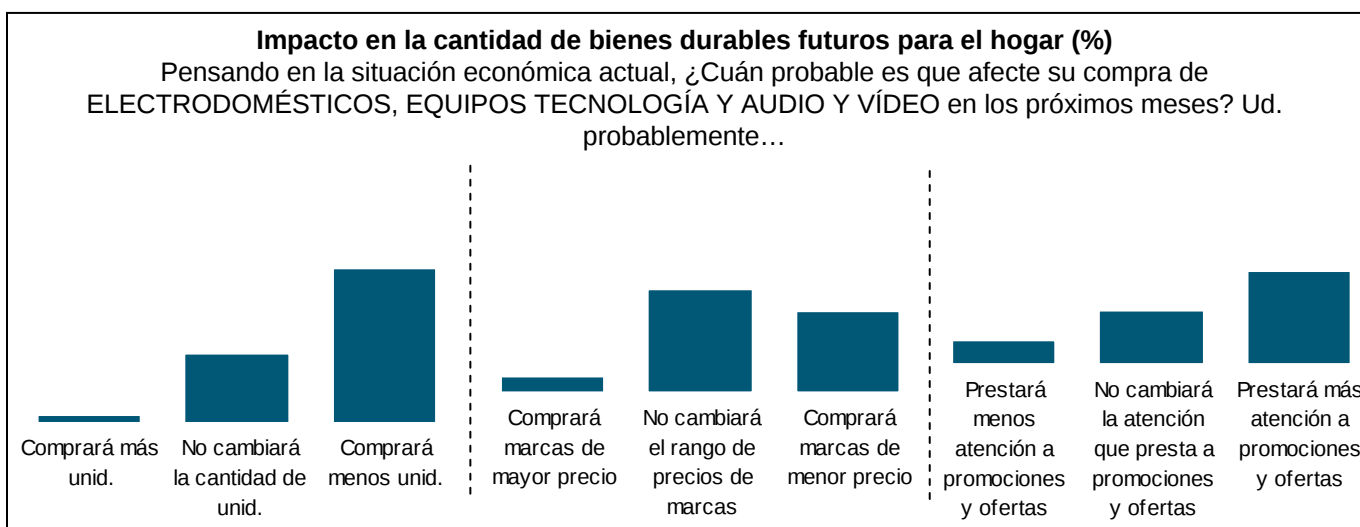


Un tercio de hogares señala que no recibe catálogos o encartes para su casa. De las que sí, afirman haber recibido de Elektra (principalmente NSE D), Metro (NSE B y C), Ripley (NSE B y C), Saga Falabella e Hiraoka (NSE A). Menos del 10% de entrevistadas han comprado algún artefacto luego de ver dicho catálogo.

A diferencia del año pasado donde Ripley y Saga prevalece, ahora lo hace Metro y Elektra.



Las amas de casa e individuos manifiestan de forma similar que ante la situación actual probablemente comprarán menos bienes para el hogar, no cambiarán el rango de precios (amas de casa) o se cambiarán a marcas de menor precio (individuos), y que prestarán más atención a las promociones de los bienes durables.



Liderazgo en bienes durables 2009

El informe se presenta en versión impresa. También se podrá consultar vía web toda la información del informe a través de nuestro **Marketing Data Plus**, banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes, el cual le permite acceder a los resultados por medio de un buscador.



CONTENIDO DEL INFORME

Resumen ejecutivo

Bienes durables en el hogar

Bienes durables individuales

Hábitos de compra

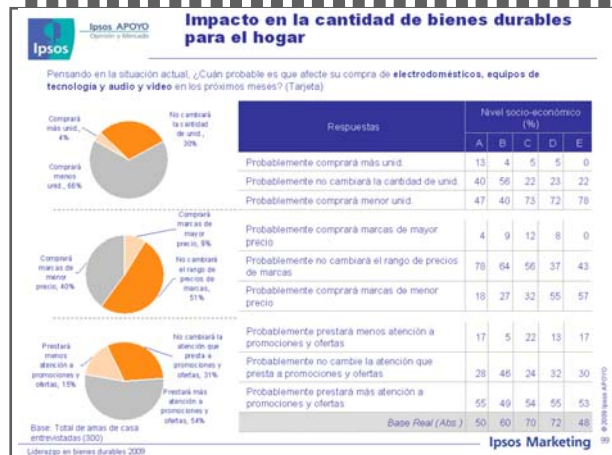
Tenencia actual

Lealtad a la marca

La mejor marca

Liderazgo de marcas

Actitudes hacia el futuro



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
Av. República de Panamá 6380 - Miraflores
Telf: 610-0100, 241-8141 Fax: 447-1831, 445-2982

Deseamos adquirir el estudio **Liderazgo en bienes durables 2009**

Sírvanse remitir el informe con los resultados del estudio a:

Nombre: _____ Cargo: _____ E-mail: _____

Empresa: _____ Dirección: _____

RUC: _____ Teléfono: _____ Fax: _____

Enviar factura a nombre de: _____ Firma: _____

Nota: Fotocopiar este formato para ser enviado por fax. Si tuviese interés en adquirir este estudio o algún otro de nuestros estudios le agradeceríamos comunicarse con **Johana Tang Lévano** (Asistente de Ventas) a los teléfonos 610-0100 ó 610-0121 o vía mail a johana.tang@ipsos.com

Atención:

Javier Álvarez
Gerente de Ipsos Observer

Precio: S/. 2,900 (Incluye IGV)