

IGM – PERFIL DEL ADOLESCENTE Y EL JOVEN 2010

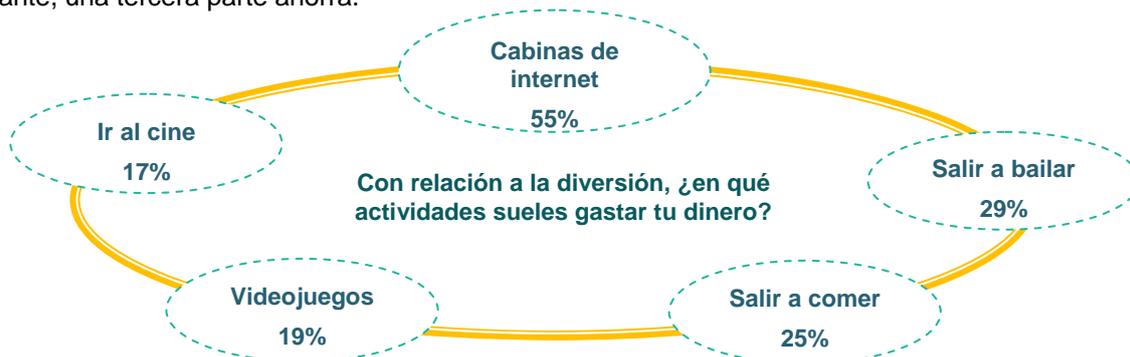
Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Perfil del adolescente y el joven que realiza como parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

El universo de adolescentes y jóvenes (13 y 20 años) en Lima Metropolitana es alrededor de 1'392 mil personas, lo cual representa al 15.7% de la población.

La cuarta parte entiende y habla el idioma inglés, sobre todo los que pertenecen a los NSE altos. Por otro lado, cuando se cuestionan las expectativas al salir del colegio, el 69% afirma que planea seguir estudiando, el 27% planea seguir estudiando además de trabajar y tan sólo el 3% trabajar. El 22% actualmente labora y casi la mitad de ellos, lo consiguieron por familiares y amigos.



El rubro en el que más destinan sus ingresos es entretenimiento, especialmente los que tienen de 13 a 16 años. No obstante, una tercera parte ahorra.



Metodología

Encuestas realizadas entre el 22 de febrero y el 19 de marzo de 2010 a una muestra aleatoria conformada por 632 hombres y mujeres de 13 a 20 años de edad residentes de Lima Metropolitana de todos los niveles socioeconómicos.

Responsables

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos.com)
Elaboración del estudio : Leidy Ramos (leidy.ramos@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

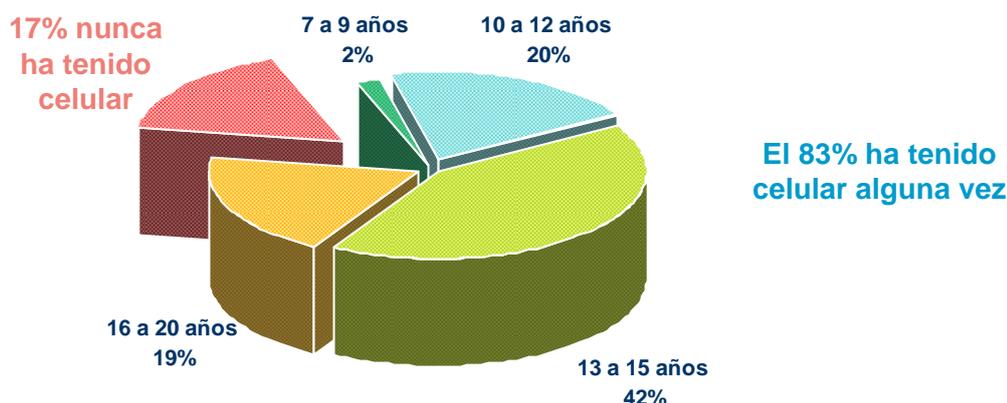
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL
 SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

La medición de medios de comunicación habituales es liderada por la TV de señal abierta, seguido muy de cerca por la radio e Internet. Estos son seguidos por los diarios, que están algo rezagados. Por otra parte, tres de cada cinco entrevistados pertenecen a alguna red social como Facebook o Hi5 y el 77% de estos jóvenes utiliza más Hi5, pero este liderazgo se muestra en los NSE B, C, D y E. Mientras que Facebook tiene como usuarios al 21%, mostrando una mayor presencia en el NSE A.

En cuanto a la tenencia de celular, el 77% posee actualmente uno, la mayoría (casi total) es en modalidad prepago.

¿A qué edad tuvo su primer celular o aún no ha tenido?

Total 2010 (%)



Si se trata de publicidad, el 70% cree que el principal medio de comunicación para informarse acerca de un producto es la televisión y el 90% considera que incluir una canción en los comerciales de TV ayuda a obtener una mejor recordación. Y si nos referimos a los aspectos que considera más importantes antes de elegir un producto resaltan la marca, seguido del precio y de las características del producto en sí.

Aspecto que considera principalmente antes de elegir el producto

Total 2010 (%)

	GOLOSINAS / SNACKS	BEBIDAS	APARATOS TECNOLÓGICOS	ROPA / CALZADO
LA MARCA	33%	51%	58%	38%
EL PRECIO	22%	21%	21%	27%
LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO EN SÍ	17%	13%	11%	24%

Dentro de las actividades que los jóvenes realizan durante su tiempo libre, resalta el escuchar música; en segundo lugar, se encuentra salir con amigos; seguido de ver televisión. Al 33% de los jóvenes le gustaría recibir como regalo de cumpleaños una *laptop*, mientras que sólo un 16% quisiera recibir un celular, característica observada mayormente en los NSE más bajos (D y E).



Tres de cada cuatro jóvenes practican deporte, indicador que no ha cambiado respecto del 2007. En cuanto el Índice de Masa Corporal (IMC), existe un 14% que está en "Infrapeso", condición que se observa más en los NSE B, C, D y E.



Perfil del adolescente y joven 2010

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.

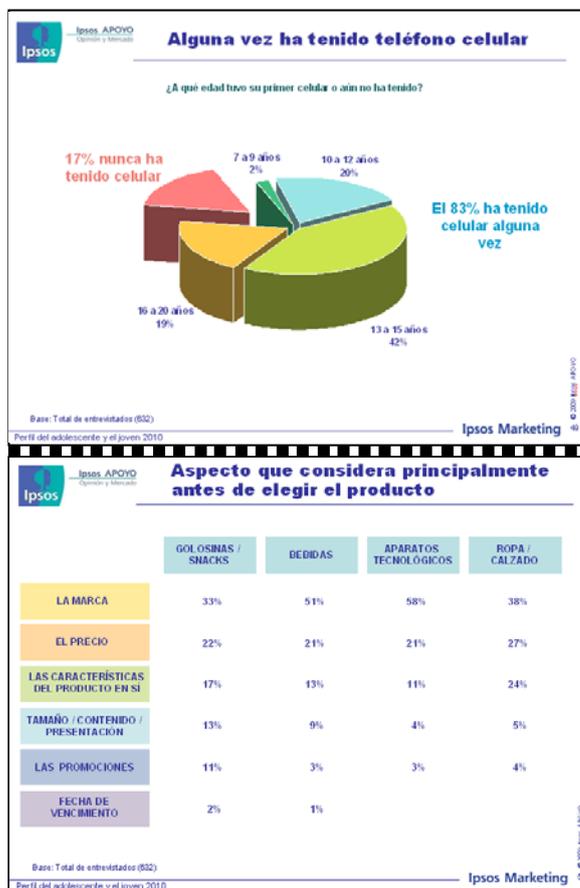
Marketing Data Plus



CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo*
- Perfil demográfico*
- Situación educativa y laboral*
- Ingresos y gastos*
- Medios de comunicación*
- Internet y tecnología*
- Preferencias del consumidor*
- Publicidad*
- Entretenimiento*
- Habilidades y actitudes*
- Salud y deporte*

Informe impreso



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

Atención:
 Javier Álvarez
 Gerente de Ipsos Observer
 Precio: S/. 2,900 (Incluye IGV)

Deseamos adquirir el estudio **Perfil del adolescente y joven 2010**

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 e-mail a johana.tang@ipsos.com