

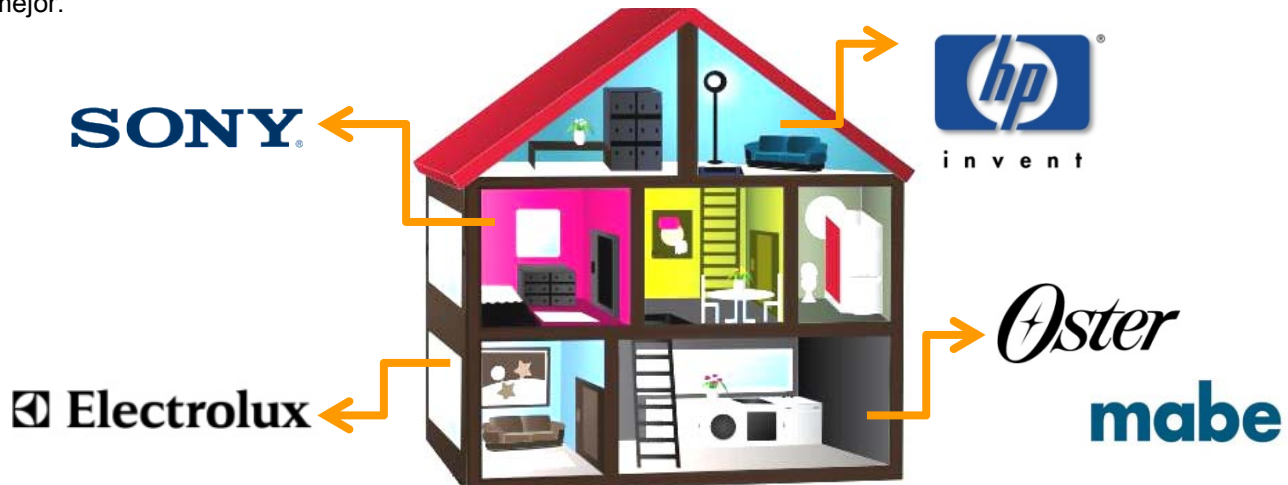
## Liderazgo en bienes durables 2010

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Liderazgo en bienes durables 2010 que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

En promedio 4 de cada 5 cocinas limeñas cuentan con cocina a gas, licuadora y plancha eléctrica, electrodomésticos para los que las marcas favoritas son Mabe, en el caso de cocinas, y Oster para los de menor tamaño, entre los que figuran los antes mencionados además de batidora, cafetera, olla arrocera, entre otros. Más de la cuarta parte de hogares tiene también refrigeradora; cabe destacar al horno microondas pues, aunque sólo está presente en casi la mitad de hogares, cada año más limeños deciden adquirir uno. Entre los electrodomésticos para limpieza como lustradora y aspiradora, la marca favorita es Electrolux.

En lo referente a los equipos electrónicos, 4 de cada 5 hogares cuentan con televisor y DVD, estas cifras se han incrementado respecto al año pasado; un porcentaje importante también declara tener equipo de sonido. Entre todas estos equipos de audio y video, la mejor marca es Sony. El equipo informático más común en el hogar es la computadora de escritorio, presente en poco menos de la tercera parte de ellos, en este rubro la marca líder es HP.

En cuanto a los bienes de uso personal, un gran porcentaje de las amas de casa señaló que cuenta con celular para su uso personal, en este caso Nokia no sólo es la marca más común sino que también es considerada la mejor.



### Metodología

Encuestas realizadas entre el 10 de junio y el 5 de julio de 2010 a una muestra aleatoria conformada por 600 amas de casa 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](mailto:javier.alvarez@ipsos.com))  
 Elaboración del estudio : María del Pilar Negrillo ([maria.negrillo@ipsos.com](mailto:maria.negrillo@ipsos.com))  
 Asistente de ventas : Johana Tang ([johana.tang@ipsos.com](mailto: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](http://www.ipsos-apoyo.com.pe)

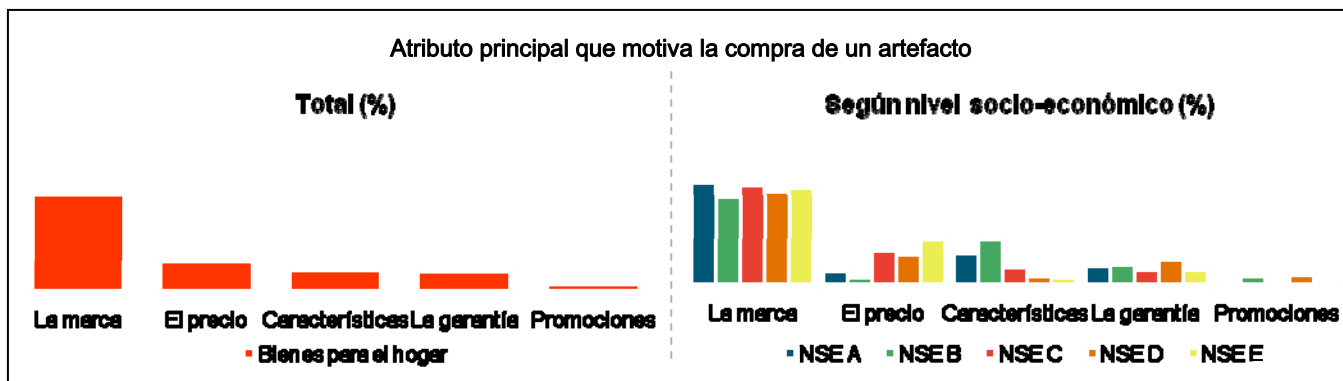
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL  
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

Si bien la mayoría de amas de casa considera un espectro amplio marcas a la hora de comprar algún artefacto, año a año vemos que cada vez son más quienes sólo toman en cuenta dos marcas.

Por otro lado, más de la mitad de entrevistadas compra artefactos para el hogar si este requiere reemplazo y, poco más de la tercera parte lo hace si hay ofertas o promociones. Asimismo, la compra no esta condicionada por ninguna fecha en especial pero, si así fuera, la Navidad y el Día de la Madre serían las principales.

Los atributos que se toman en cuenta para elegir un artefacto son la marca y el precio, principalmente; siendo el precio valorado, con mayor incidencia, en los NSE C, D y E.

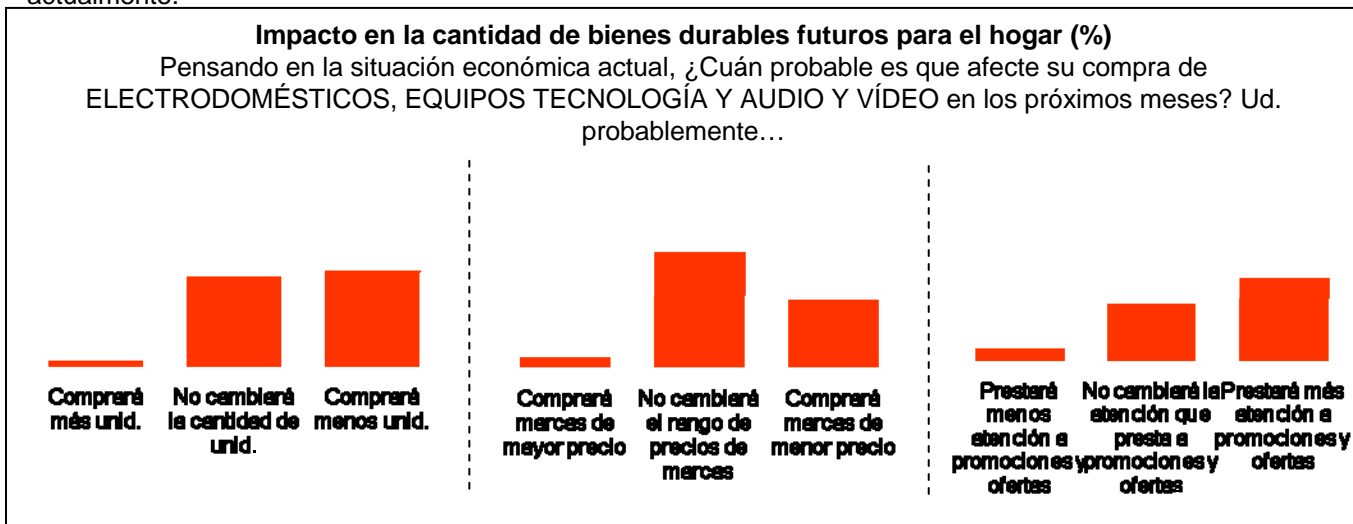
Los hogares prefieren comprar los artefactos al contado (sobre todo en el NSE C), además en los NSE A y D el dinero suele aportarlo una sola persona y, en los NSE B y C suele hacerlo más de un miembro del hogar.



Poco más de la mitad de hogares recibe encartes o catálogos, entre ellos, la publicidad recibida pertenece principalmente a Ripley, Saga Falabella, Metro, Elektra y Plaza Vea. Poco más de la tercera parte compraron algún equipo motivados por el catálogo, quienes lo hicieron compraron, sobre todo, en Elektra, Saga Falabella e Hiraoka.



Cerca de la mitad de las amas de casa manifiestan que en los próximos meses probablemente no cambiarán la cantidad de artefactos que compran y 5% comprará más unidades. Además, la mayoría dice que prestará más atención a las ofertas y promociones pero mantendrán el rango de precios de las marcas que compran actualmente.



# Liderazgo en bienes durables 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

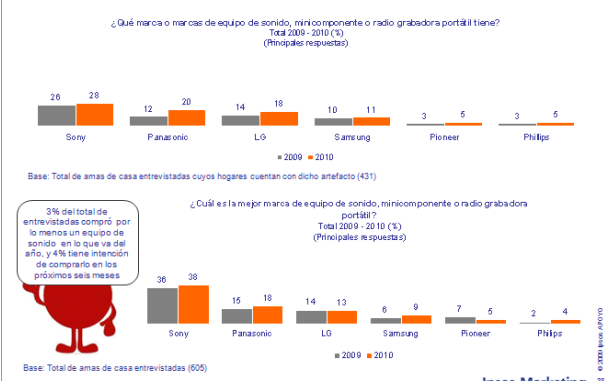


### CONTENIDO DEL INFORME

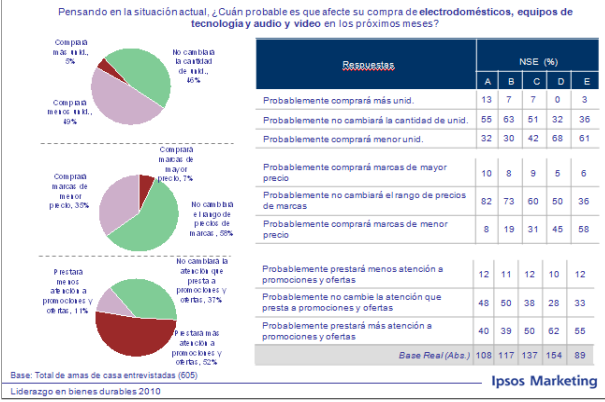
- Resumen ejecutivo*
- Bienes durables en el hogar*
- Bienes durables de uso personal*
- Tenencia actual*
- La mejor marca*
- Liderazgo de marcas*
- Lealtad a la marca*
- Hábitos de compra*
- Compra actual*
- Lugar de compra*
- Perspectivas de compra*

## Informe impreso

### Equipo de sonido, minicomponente y radio grabadora portátil



### Impacto en la cantidad de bienes durables para el hogar



## 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

Deseamos adquirir el estudio **Liderazgo en bienes durables 2010**

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

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](mailto:johana.tang@ipsos.com)