

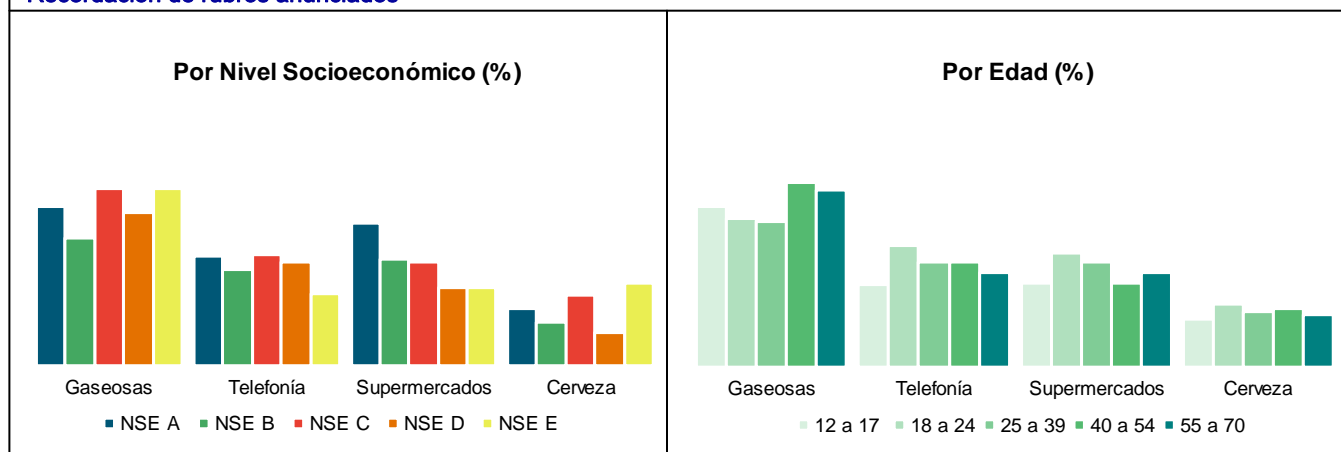
## IGM – Hábitos y actitudes hacia los medios de comunicación alternativa 2010

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Hábitos y actitudes hacia los medios de comunicación alternativa, que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

Los afiches en el exterior del punto de venta, los paneles y los folletos mantienen su liderazgo como los materiales publicitarios más recordados por los encuestados; sin embargo, cuando nos referimos a los más agradables la pantalla electrónica, las vallas y los paraderos se encuentran a la cabeza. Al igual que en años anteriores, los elementos más desagradables son los que afectan la limpieza y ornato de la ciudad como las paredes pintadas, los afiches en postes o paredes y los folletos o volantes. Cabe resaltar que los encuestados prefieren a la pantalla electrónica o a los afiches para la publicidad de diversas categorías como bancos, golosinas, bebidas y electrodomésticos, entre otros.

Por año consecutivo, los atributos más atractivos de la publicidad exterior son la originalidad, las letras grandes, la presencia de fotografías y los colores llamativos, otro atributo que viene creciendo es el movimiento.

### Recordación de rubros anunciados



Nuevamente, las marcas más recordadas son las del rubro gaseosas, telefonía y supermercados, asimismo vemos que los rubros cervezas y alimentos muestran un descenso respecto al año pasado.

### Metodología

Encuestas realizadas entre el 23 de setiembre y el 25 de octubre de 2010 a una muestra aleatoria conformada por 502 hombres y mujeres entre 12 y 70 años, residentes de Lima Metropolitana.

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

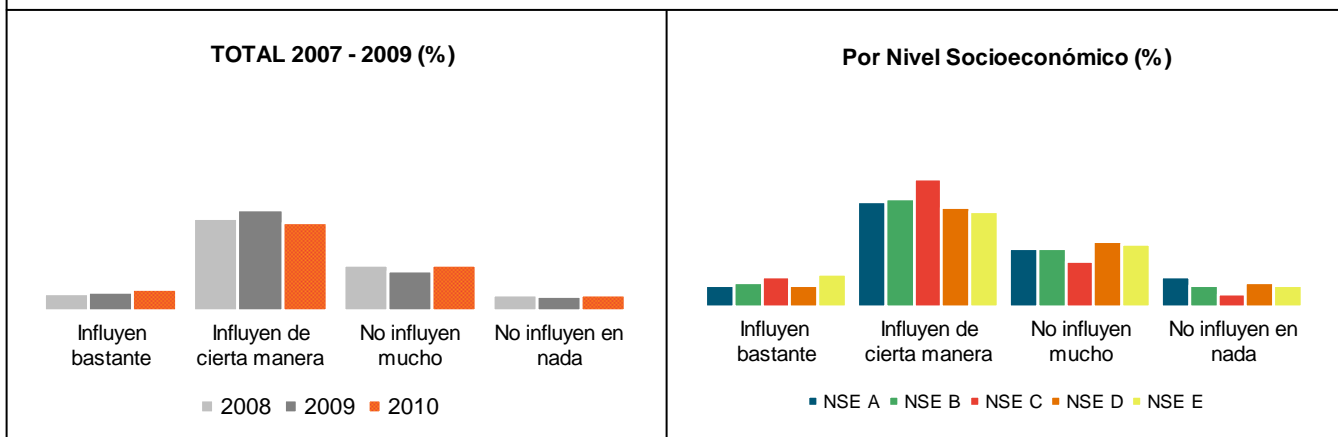
[www.ipsos-apoyo.com.pe](http://www.ipsos-apoyo.com.pe)

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

La mayoría afirma que la publicidad en el punto de venta influye de cierta manera en su decisión de compra, los materiales más recordado son los afiches, seguidos por los colgantes y calendarios. Los materiales de mayor agrado son los colgantes, letreros luminosos y los afiches.

Por año consecutivo vemos que menos personas reciben muestras gratis de productos, este año sólo la tercera parte señaló que recibió alguna, sin embargo, las muestras gratis tienen gran influencia en la decisión de compra.

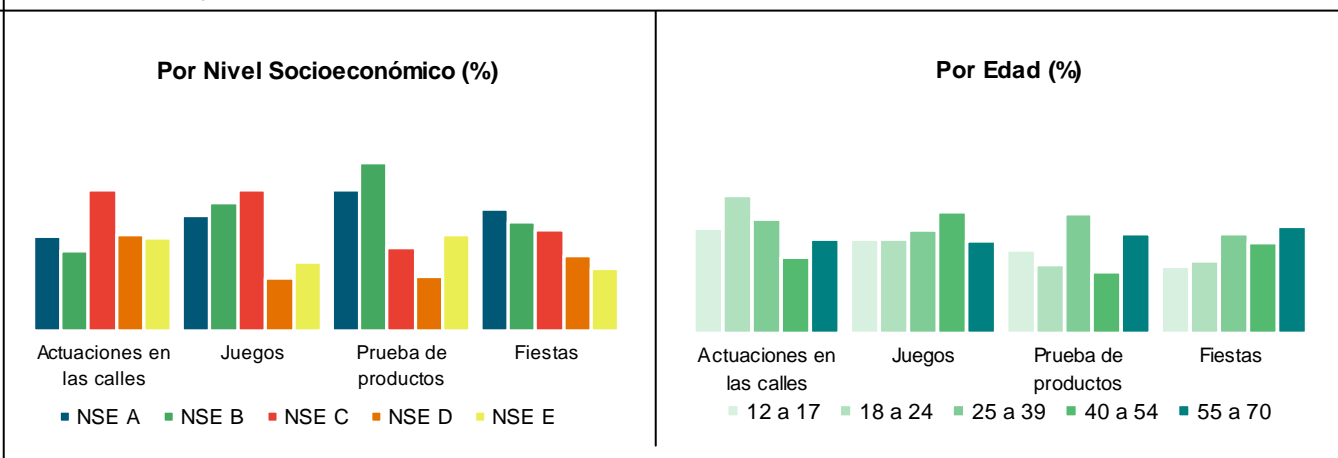
#### Influencia de los materiales publicitarios en el punto de venta



Los elementos publicitarios en Internet con mayor recordación son los correos electrónicos no deseados o spam, seguidos por los banners y las ventanas emergentes. En cuanto a la actitud frente a los correos electrónicos no deseados, la mayoría los elimina luego de leerlos.

La publicidad BTL tiene gran influencia en la compra del producto anunciado, asimismo los rubros a los que pertenecían dichos productos eran, en mayor medida, alimentos, telecomunicaciones y bebidas alcohólicas. Las actividades BTL más recordadas son las actuaciones en las calles, los juegos en la calle o en tiendas, las pruebas de producto, y las fiestas por el lanzamiento de un producto. Igualmente, las actividades de BTL que más gustaron fueron las actuaciones en las calles, los juegos en calle o tiendas, y las fiestas por lanzamiento de productos.

#### Recordación de publicidad BTL



## IGM – Hábitos y actitudes hacia los medios de comunicación alternativa 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.

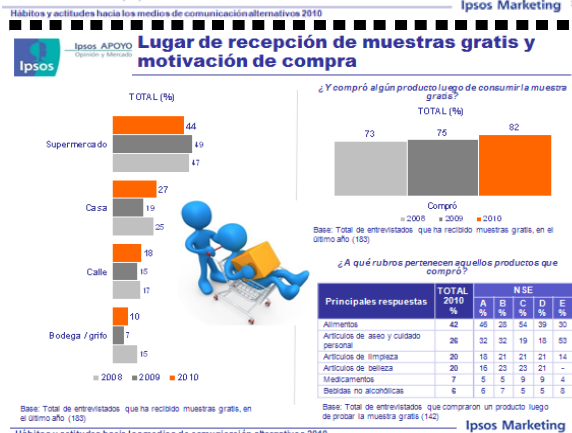
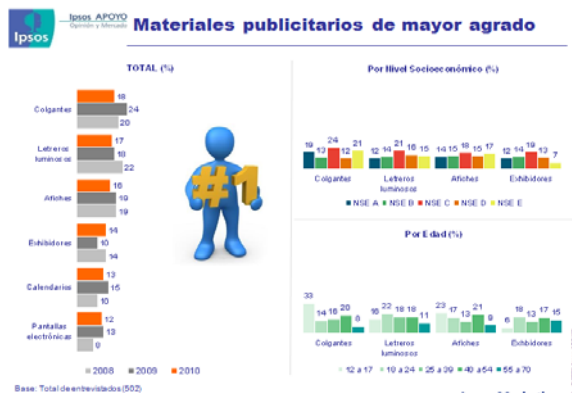
### Marketing Data Plus



### CONTENIDO DEL INFORME

Resumen ejecutivo  
Recordación de medios publicitarios y marcas  
Preferencias y actitudes  
Paneles y carteles  
Material publicitario en el punto de venta  
Páginas Amarillas  
Folletos y volantes  
Catálogos  
Encartes incluidos en diarios o revistas  
Artículos promocionales  
Muestras gratis y degustación  
Publicidad en Internet y telefonía móvil  
Publicidad BTL  
Ficha técnica

### 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

Deseamos adquirir el estudio

**Hábitos y actitudes hacia los medios de comunicación alternativa 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: \_\_\_\_\_

**Atención:**  
Javier Álvarez  
Gerente de Ipsos Observer

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

**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)