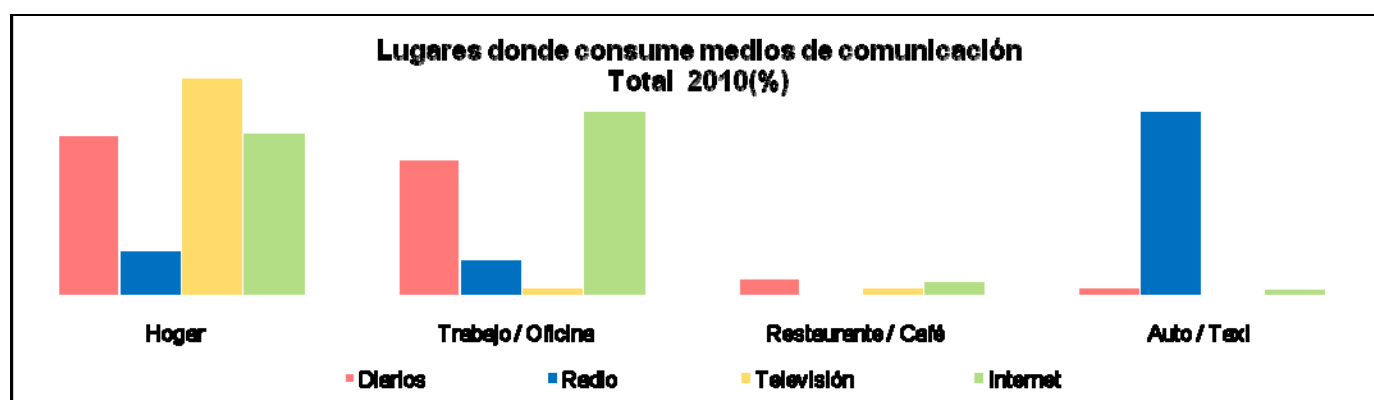


Hábitos y actitudes del ejecutivo hacia los medios de comunicación 2010

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio “Hábitos y actitudes del ejecutivo hacia los medios de comunicación 2010”. A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

Aproximadamente 9 de cada 10 ejecutivos consumen habitualmente diarios, radio e Internet, mientras que casi el todos declaran que consumen televisión. Sin embargo, si observamos cuántos entrevistados consumen todos los medios de comunicación habitualmente vemos que este porcentaje alcanza un poco más de la mitad. En cuanto a los lugares donde se consumen los medios, los diarios se suelen leer en el hogar y en la oficina, la radio se consume mayormente en el auto, aunque algunos lo hacen también en el hogar y el trabajo.



Los ejecutivos prefieren informarse, principalmente, mediante diarios en edición impresa, en segundo lugar lo hacen realizando búsquedas por internet, seguido por los diarios por internet, la televisión por cable y las radios, que alcanzan los mismos porcentajes, y finalmente, utilizan los canales de señal abierta.

Metodología

Encuestas realizadas entre el 9 de julio y el 6 de setiembre de 2010 a una muestra conformada por 278 ejecutivos de empresas privadas que facturan más de \$1 millón de dólares.

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos.com)
Elaboración del estudio : María del Pilar Negrillo (jmaria.negrillo@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

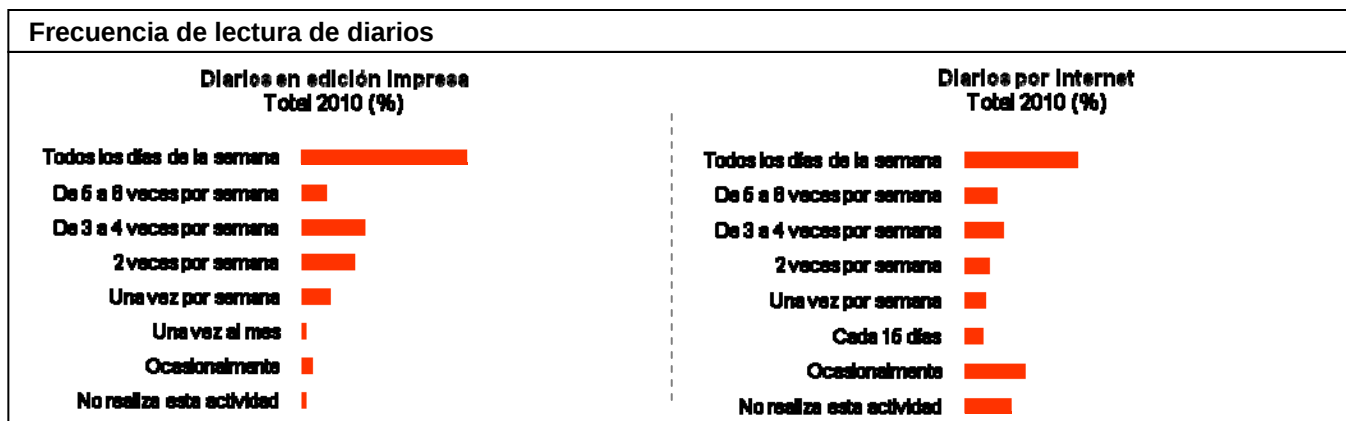
610-0100 / 241-8141

www.ipsos-apoyo.com.pe

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

En cada una de las categorías o medios antes mencionados, existe un líder: entre los diarios encontramos a El Comercio, Canal N en la televisión por cable, RPP entre las radios y América TV para la televisión de señal abierta.

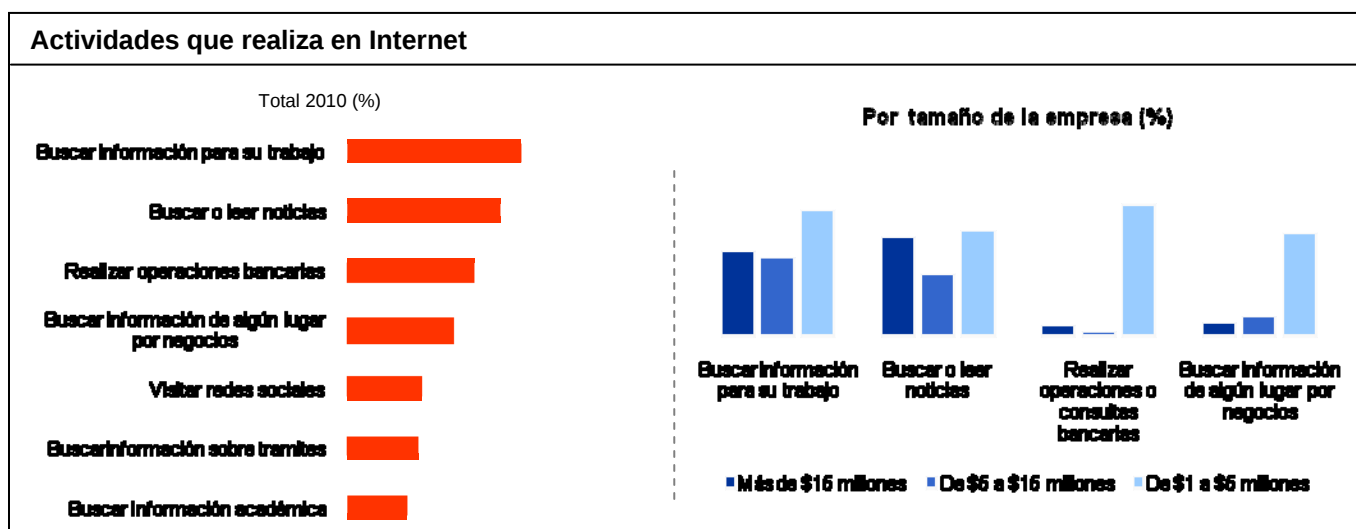
En cuanto a la frecuencia de lectura de diarios en edición impresa, la mayoría lo hace todos los días de la semana, seguido por aquellos que leen diarios de 3 a 4 veces por semana. Mientras tanto, si preguntamos por los diarios por Internet un porcentaje alto señala que no realizar dicha actividad.



Al preguntar por las actividades que realizan los ejecutivos al conectarse a Internet, estas consisten básicamente en la búsqueda de información y noticias, así como en realizar operaciones bancarias. En un menor porcentaje, encontramos visitas a redes sociales.

Un gran porcentaje de ejecutivos se encuentra suscrito a boletines electrónicos, principalmente a Semana Económica.

En cuanto a los auspicios en programas de radio o tv, gran parte de los ejecutivos consideran importante que las marcas interactúen con los consumidores en esta forma. Asimismo, indicaron que han notado una fuerte presencia de las marcas en ambos medios.



Hábitos y actitudes del ejecutivo hacia los medios de comunicación 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



Informe impreso

Horarios en que consume medios de comunicación

Horarios	Diarios	Radio	Televisión	Internet
6:00 am – 9:00 am	51%	79%	24%	14%
9:00 am – 12:00 am	35%	22%	2%	48%
12:00 am – 3:00 pm	13%	17%	1%	36%
3:00 pm – 6:00 pm	5%	19%	1%	38%
6:00 pm – 8:00 pm	7%	33%	7%	24%
8:00 pm – 10:00 pm	16%	12%	70%	32%
10:00 pm – 12:00 pm	4%	3%	57%	15%
12:00 pm – 2:00 am	-	1%	4%	1%
2:00 am – 6:00 am	1%	-	-	1%

Base: Total de entrevistados (278)

Trabajo en asociación con Métrica Consultoría Gerencial

Hábitos y actitudes del ejecutivo hacia los medios de comunicación 2010 Ipsos Marketing

CONTENIDO DEL INFORME

Perfil del ejecutivo

Consumo de medios de comunicación

Medios escritos

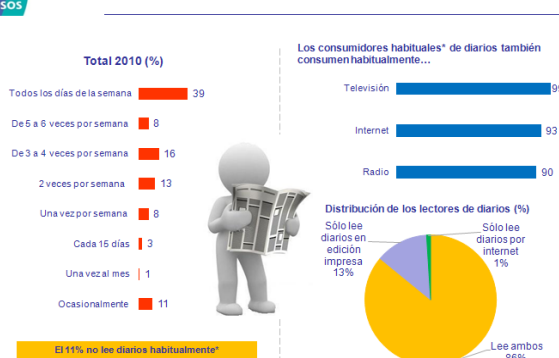
Medios radiales

Medios televisivos

Internet

Publicidad

Frecuencia de lectura de diarios



(*) Consumo habitual: Por lo menos una vez al mes

Base: Total de entrevistados (278)

Trabajo en asociación con Métrica Consultoría Gerencial

Hábitos y actitudes del ejecutivo hacia los medios de comunicación 2010 Ipsos Marketing

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 del ejecutivo hacia los medios de comunicación 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: _____

Atención:

Javier Álvarez
Gerente de Ipsos Observer
Precio: S/. 10,700 (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