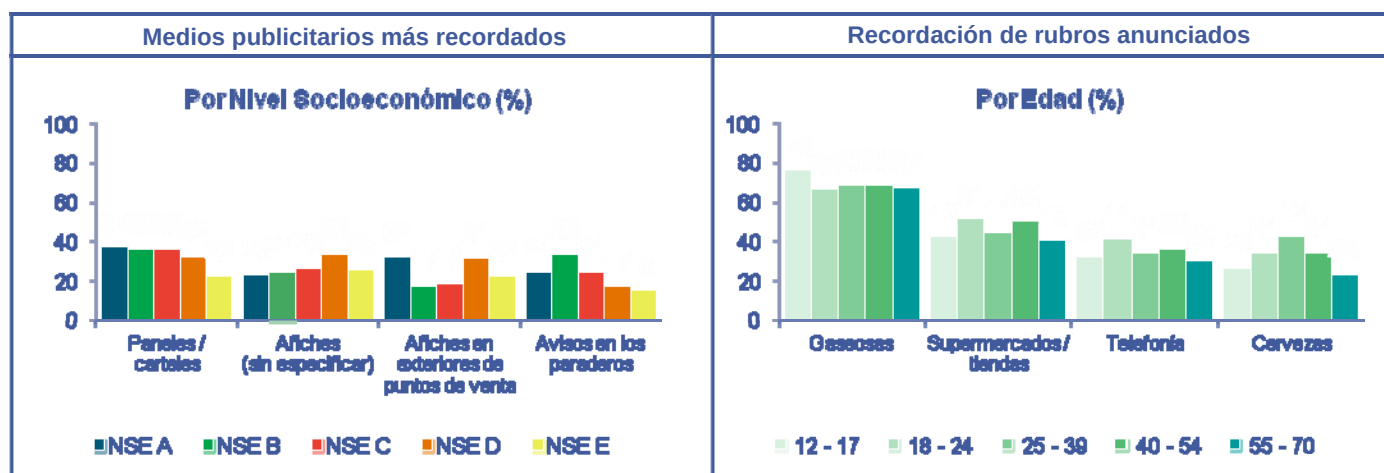


IGM – Hábitos y Actitudes hacia los Medios de Comunicación Alternativos 2011

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Hábitos y Actitudes hacia los Medios de Comunicación Alternativos, 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 exteriores del punto de venta continúan siendo los materiales publicitarios más recordados, sin embargo los paneles, muestran un descenso paulatino durante los últimos tres años.
- ✓ Las pantallas electrónicas se consolidan como los medios publicitarios más agradables, seguidas de los prismas o las persianas que cambian de publicidad, las vallas y los avisos en los paraderos.
- ✓ Los elementos publicitarios más desagradables siguen siendo los que afectan la limpieza y el ornato de la ciudad, como las paredes pintadas, los afiches en postes o paredes y los folletos o volantes.
- ✓ Lima Sur y Lima Este son las zonas donde más desagrado se muestra frente a los afiches en los postes o las paredes.
- ✓ La motivación de compra de productos anunciados en la vía pública ha aumentado respecto al año pasado.
- ✓ El movimiento en los avisos publicitarios es un atributo valorado que ha crecido sostenidamente durante los últimos años.



- ✓ Las gaseosas, los supermercados, la telefonía y las bebidas alcohólicas son los rubros más recordados en la vía pública.
- ✓ Los bancos presentan un ascenso importante en recordación de publicidad en la vía pública.

Metodología

Encuestas realizadas entre el 1 y 20 de octubre del 2011 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)
 Elaboración del estudio : Christian Rojas (christian.rojas@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.

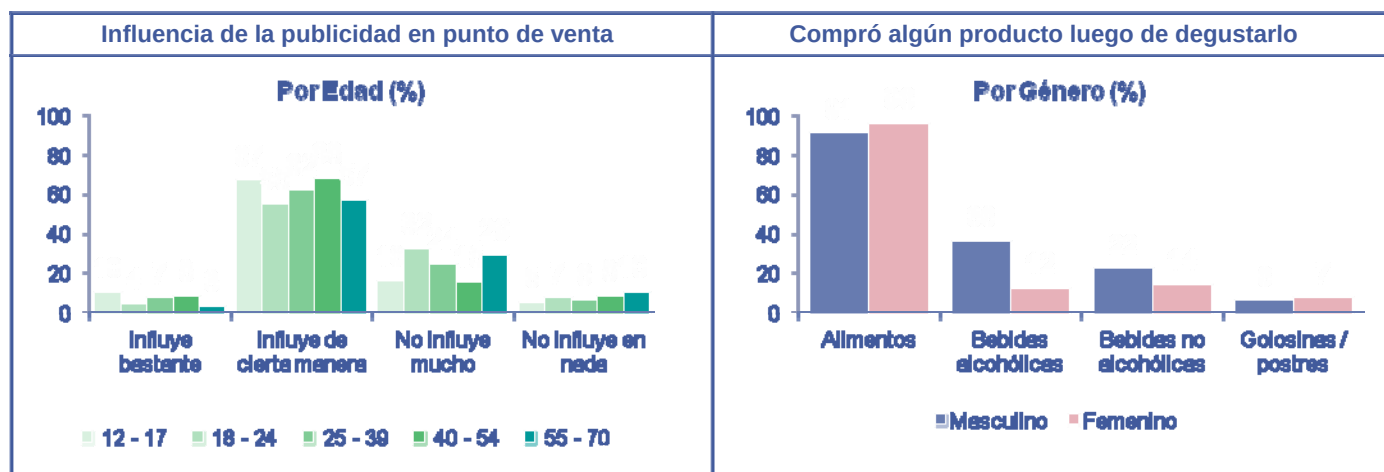
Av. Reducto 1363, Miraflores, Lima, Perú

610-0121

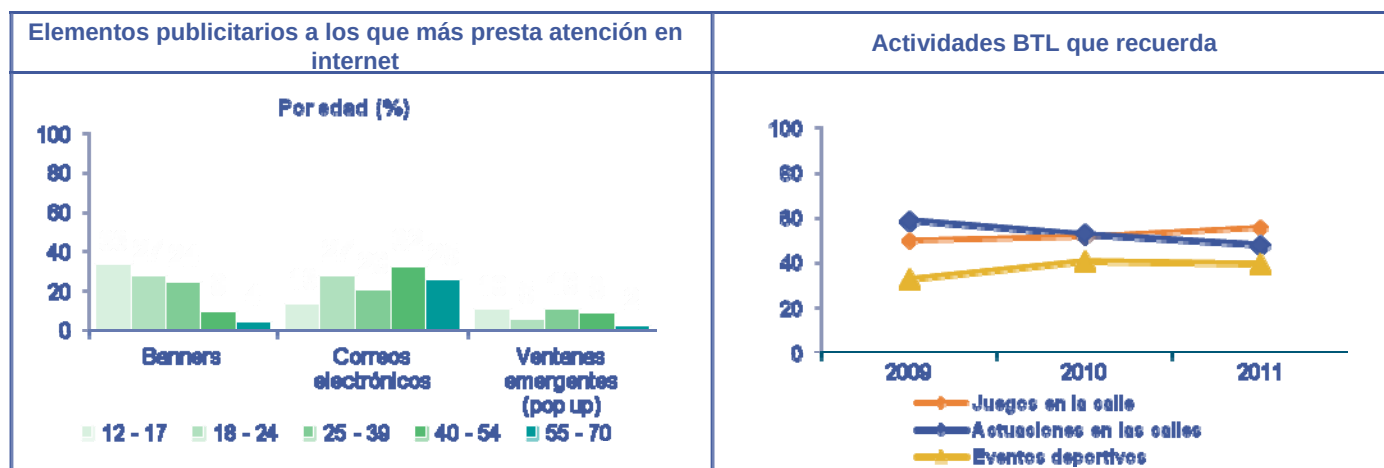
www.ipsos-apoyo.com.pe

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR

- ✓ Los letreros luminosos, los afiches y las pantallas electrónicas son los materiales de mayor agrado en el punto de venta especialmente entre la población más joven.
- ✓ La guía de calles, las farmacias y los restaurantes son los rubros más consultados en las Páginas Amarillas de Yell.
- ✓ 7 de cada 10 personas que han recibido algún folleto o volante llegaron a comprar los productos anunciados; los folletos o volantes más atractivos son los originales y creativos.
- ✓ La degustación es muy importante para decidir una compra, pues la mayor parte de entrevistados ha adquirido algún producto luego de haberlo degustado.



- ✓ Los *banners* y los correos electrónicos son los elementos publicitarios a los que más se prestan atención en internet.
- ✓ La cuarta parte de entrevistados ha participado en alguna actividad BTL sin distinción de edad.
- ✓ Los alimentos, las bebidas alcohólicas, los artículos de belleza y las bebidas no alcohólicas son los rubros más recordados anunciados mediante una actividad BTL.
- ✓ Más de la mitad de entrevistados que han participado en un BTL se han sentido motivados a comprar algún producto anunciado en folletos o volantes.
- ✓ Las actividades BTL más recordadas son los juegos y las actuaciones en la calle o en las tiendas, seguidas de los eventos deportivos promovidos por alguna marca y las pruebas de producto.
- ✓ Los polos son los artículos promocionales preferidos seguidos de los lapiceros, las gorras y los llaveros.

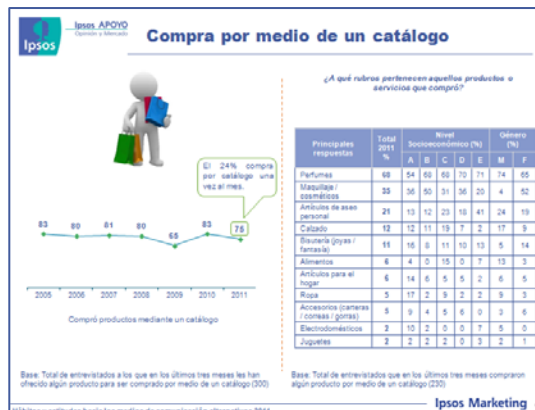


IGM – Hábitos y Actitudes hacia los Medios de Comunicación Alternativos 2011

El informe se presenta en versión impresa. También se podrá consultar vía web todo el documento 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.

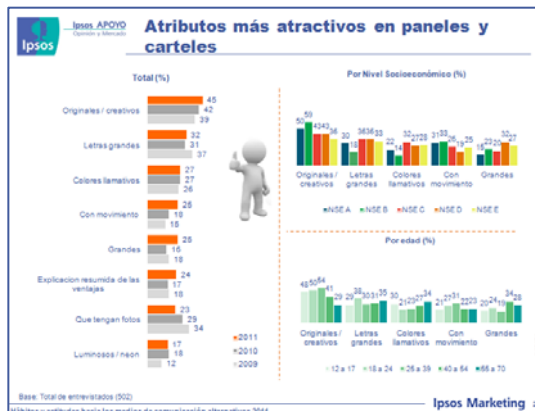
Marketing Data Plus

Informe impreso



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



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
Av. Reducto 1363 - Miraflores
Telf: 610-0121

Deseamos adquirir el estudio **Hábitos y Actitudes hacia los Medios de Comunicación Alternativos 2011**

Precio: S/3,200 (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: _____

Atención:
Javier Álvarez
Gerente de Ipsos Observer