

IGM – PERFIL DEL ADOLESCENTE Y EL JOVEN 2012

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.

La población de adolescentes y jóvenes es de 1'478 mil, y conforman el 15.7% de la población total de Lima Metropolitana.

Por otro lado, ocho de cada diez estudian actualmente; sin embargo, ese indicador cae conforme desciende el nivel socioeconómico. Y, cuando se cuestionan las expectativas al salir del colegio, el 58% afirma que planea seguir estudiando, el 36% planea seguir estudiando además de trabajar y tan sólo el 3% trabajar. Asimismo, el 25% actualmente labora y casi la mitad de ellos, estudia al mismo tiempo.



Los adolescentes y jóvenes que manifiestan percibir ingresos, ya sea por propinas o también por sueldo, principalmente destinan parte de ello a la diversión o entretenimiento.



Metodología

Encuestas realizadas entre el 4 y 26 de febrero de 2012 a una muestra aleatoria conformada por 641 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. Reducto 1363. Miraflores. Lima. Perú

610-0100 / 610-0141

www.ipsos-apoyo.com.pe

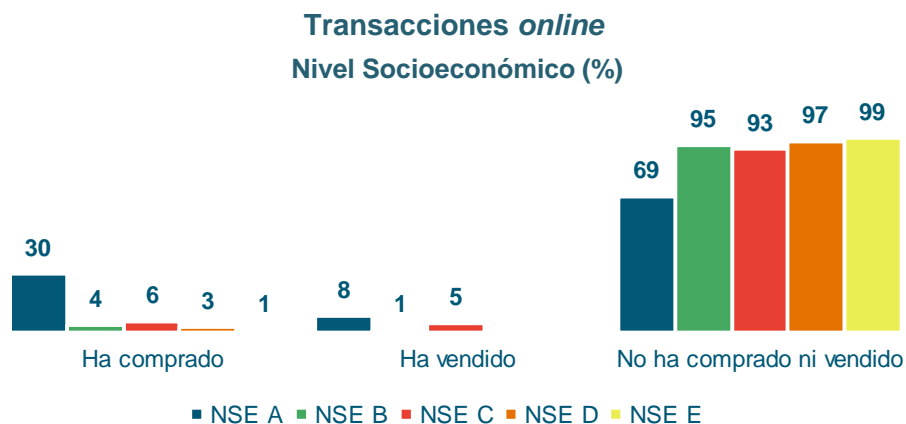
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

La medición de medios de comunicación habituales es liderada por la TV de señal abierta e Internet, seguido de cerca por la radio y por último, por los diarios y TV por cable, que están algo rezagados. Cabe resaltar que a diferencia de la última medición realizada en el 2010, el uso de Internet alcanzó a la TV de señal abierta.

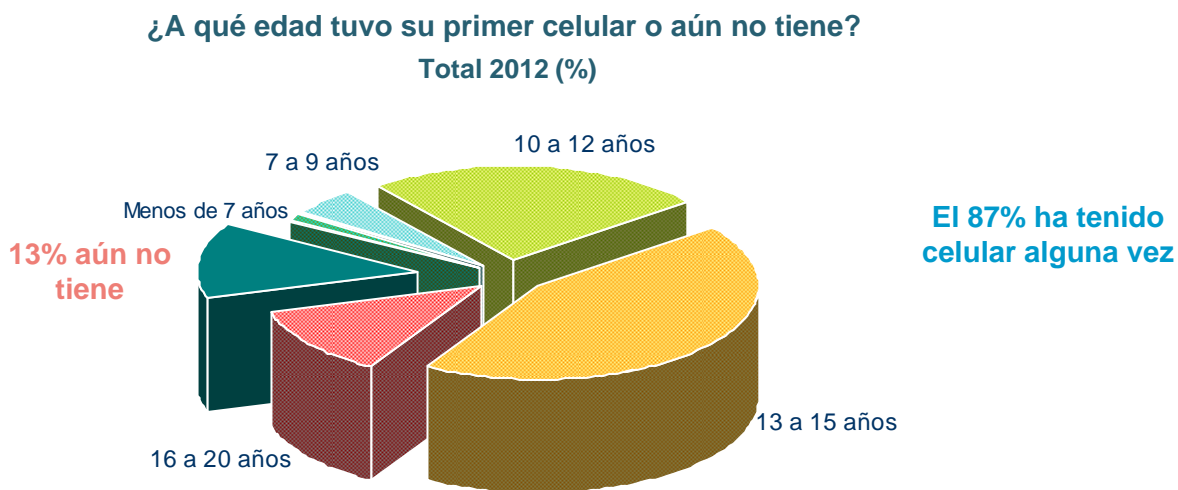
Por otra parte, cuatro de cada cinco entrevistados pertenecen a alguna red social. La que lidera este ranking es Facebook (98%). En segundo y tercer lugar, aunque con gran diferencia, son Hi5 y Twitter. En la medición del año 2010, el uso de Facebook era más común en el NSE A, en cambio el uso actual de esta comunidad es muy similar en todos los NSE.

Y si se trata de blogs, sólo tres de cada diez han visitado un blog, sobre todo para informarse sobre música, deportes y artistas.

En cuanto a transacciones online, la población que ha realizado una compra o venta *online* continúa siendo minoritaria. Sin embargo, el 30% del NSE A ha efectuado una compra a través de Internet.



En cuanto a la tenencia de celular, el 64% posee actualmente uno, la mayoría es en la modalidad pre-pago.



Por otra parte, seis de cada diez hombres acostumbran a jugar videojuegos de consola, como PlayStation o Nintendo y juegos en computadora. En los últimos dos años, los lugares preferidos para usar estos videojuegos era una sala o local de juego, que ahora reemplaza la casa.

Y si se trata de actividades que acostumbra a realizar, reunirse con amigos es la más común, sobre todo por los hombres de los niveles socioeconómicos ABC.

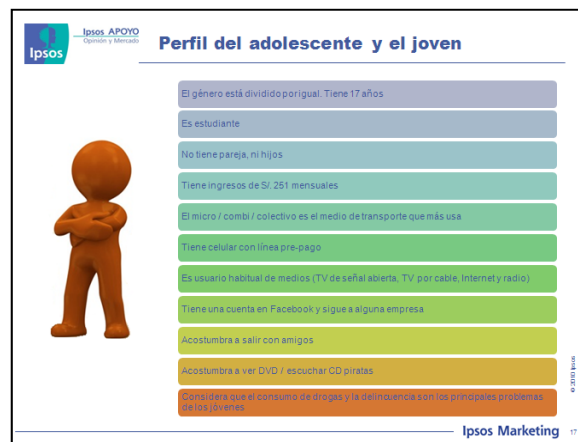
Perfil del adolescente y joven 2012

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

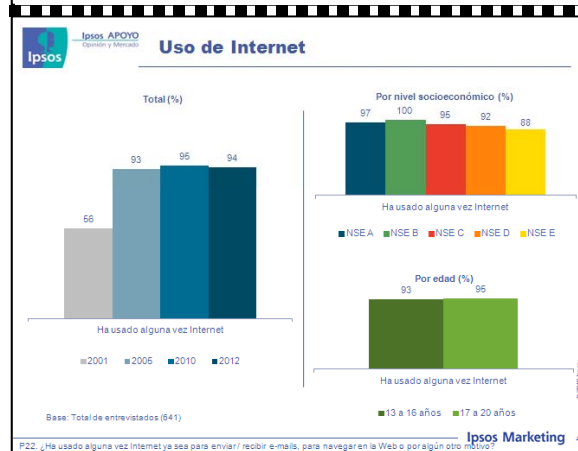


Informe impreso



CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo
- Perfil demográfico
- Situación educativa y laboral
- Ingresos y gastos
- Uso de medios de comunicación
- Uso de Internet
- Uso y tenencia de celular
- Uso de videojuegos
- Hábitos y actitudes



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
 Av. Reducto 1363 - Miraflores
 Telf: 610-0100 Fax: 610-0191

Atención:
 Javier Álvarez
 Gerente de Ipsos Observer

Deseamos adquirir el estudio **Perfil del adolescente y el joven 2012**

Precio: S/. 3,500 (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 o 610-0121 o vía mail a johana.tang@ipsos.com