

Liderazgo en bienes durables 2012

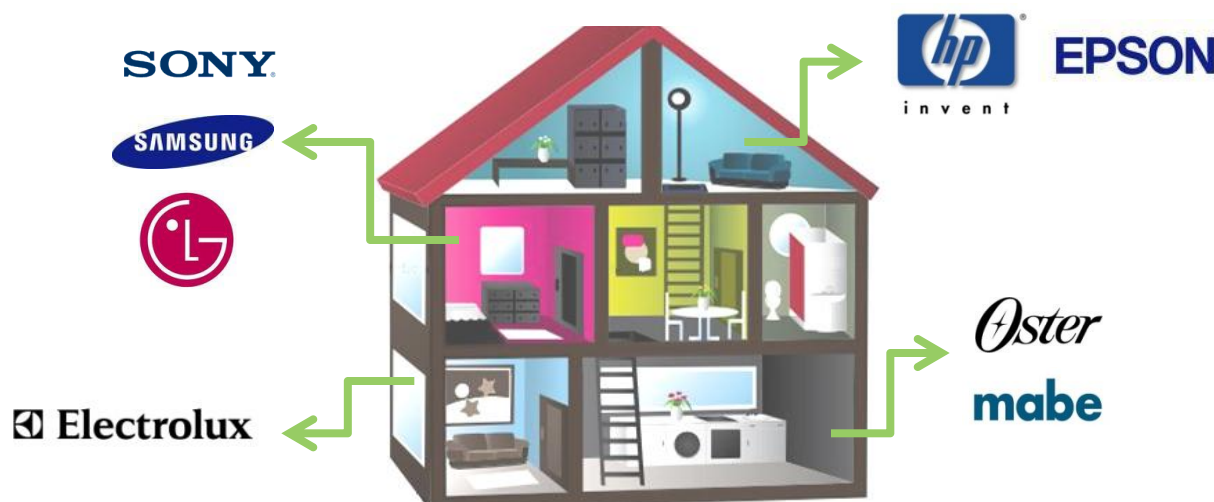
Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Liderazgo en bienes durables 2012 que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

Al menos 3 de cada 4 hogares limeños cuentan con cocina a gas, refrigeradora, licuadora y plancha eléctrica, entre tanto las marcas con mayor presencia son Oster, Electrolux, Mabe y LG. Además, entre el 30% y el 60% declara tener olla arrocera, lavadora de ropa y horno microondas, mientras que vemos algunos descensos en la tenencia de las categorías batidora y ventilador.

En lo referente a equipos de audio, video e informática en el hogar, más del 60% de hogares posee televisor convencional, DVD y equipo de sonido. Los equipos que este año han incrementado su presencia en los hogares limeños son el televisor Plasma / LCD / LED, la computadora de escritorio, laptop y la cámara de video.

Se observa una predominancia de marcas de acuerdo a la categoría, para equipos informáticos lideran HP para computadoras y Epson para impresoras.

En cuanto a percepción de la mejor marca de electrodomésticos, Oster encabeza la evaluación, y es considerada la mejor en nueve categorías; le sigue General Electric liderando cinco categorías.



Metodología

Encuestas realizadas entre el 14 de junio y el 7 de julio de 2012 a una muestra aleatoria conformada por 307 amas de casa y 306 hombres y mujeres 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)
Elaboración del estudio : Gerónimo Bellido (geronimo.bellido@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.

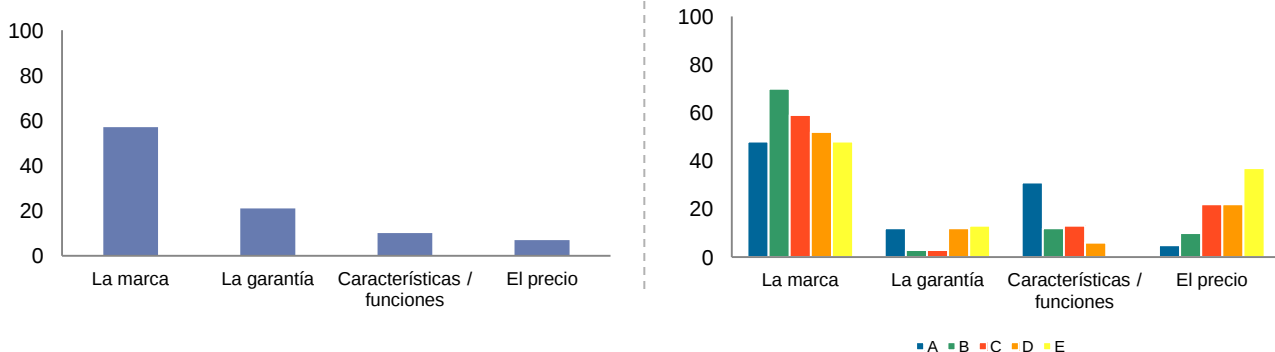
Av. Reducto 1363. Miraflores. Lima. Perú
610-0100

www.ipsos-apoyo.com.pe

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

Las amas de casa señalan que consideran varias marcas antes de realizar una compra, ya sea de electrodomésticos, equipos de informática o audio y video. Un gran grupo también, aunque en menor porcentaje, manifiesta que toma en cuenta dos marcas, mientras que cada vez menos afirma comprar siempre la misma marca. Al evaluar los aspectos en que se fijan para elegir los artefactos o equipos para el hogar, un gran porcentaje de amas de casa manifiesta que la marca es el principal atributo, seguido con porcentajes mucho menores por la garantía, las características o las funciones y el precio; como vemos este es un público altamente 'marquista'.

Atributo principal que motiva la compra de un artefacto



En cuanto a los equipos de uso personal, más del 80% de hombres y mujeres afirman tener televisor convencional, celular, DVD y equipo de sonido. Mientras que entre el 30% y 60% posee cámara fotográfica digital, memoria USB y computadora de escritorio. En cuanto a marcas, la mayoría menciona tener equipos Sony, HP, Nokia, Phillips, LG, Samsung y Panasonic.

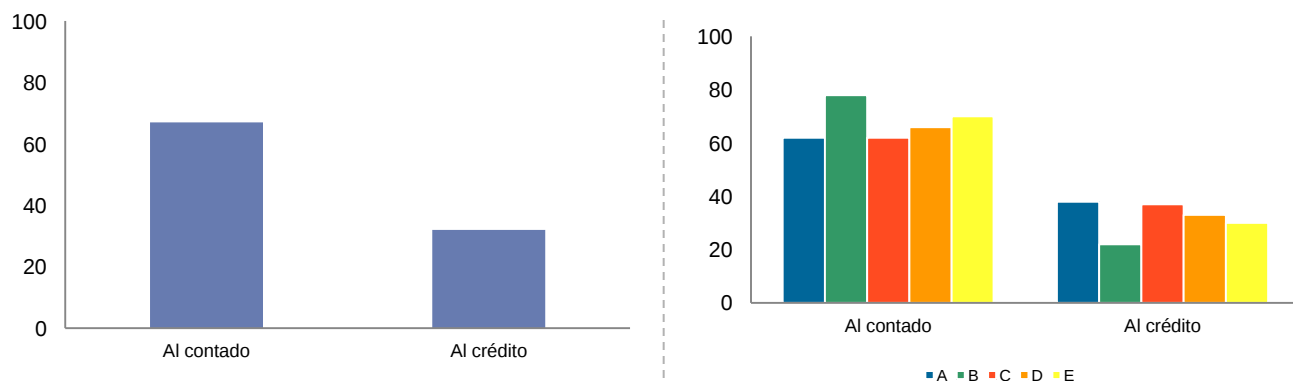
Referente a los hábitos de compra, la mitad de los entrevistados adquiere estos bienes cuando el que tienen se malogra o requiere reemplazo, mientras que la cuarta parte se deja influenciar por las ofertas y promociones.

Al indagar sobre la forma de pago 3 de cada 5 indican hacerlo al contado, con mayor incidencia en los NSE B y E, mientras que aproximadamente la tercera parte lo hace al crédito, sobre todo en los NSE A y C.

Por otro lado, más de la mitad de hogares recibe encartes o catálogos, entre ellos, la publicidad recibida pertenece principalmente a Ripley, Metro, Saga Falabella, Plaza Vea y Elektra, siendo mas efectivos los de Ripley y Saga Falabella.



Forma de pago de bienes durables para uso personal(%)



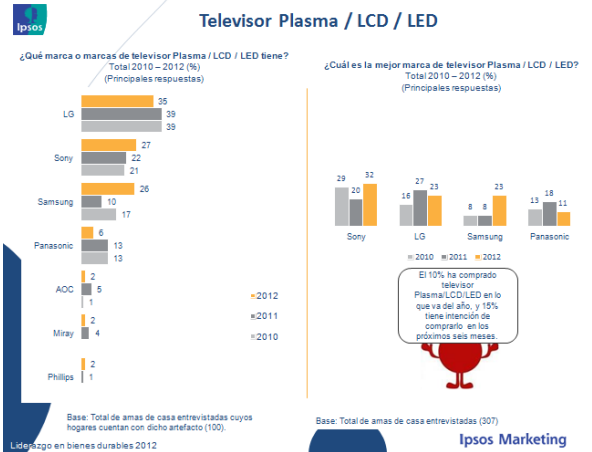
Liderazgo en bienes durables 2012

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

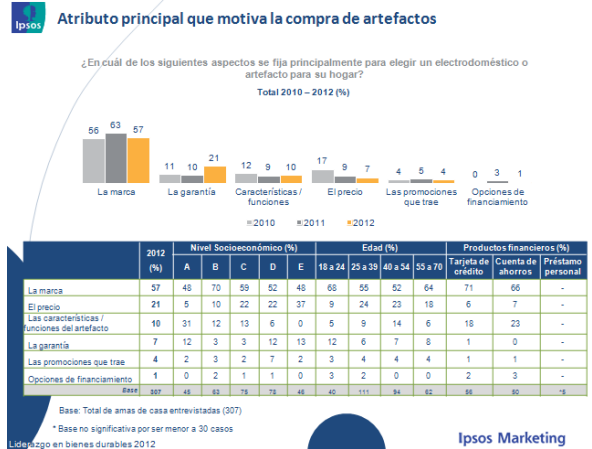


Informe impreso



CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo
- 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



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
Av. Reducto 1363 - Miraflores
Telf: 610-0100, 610-0121

Deseamos adquirir el estudio **Liderazgo en bienes durables 2012**

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 Estudios Multiclientes
Precio: S/. 3,500 (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