

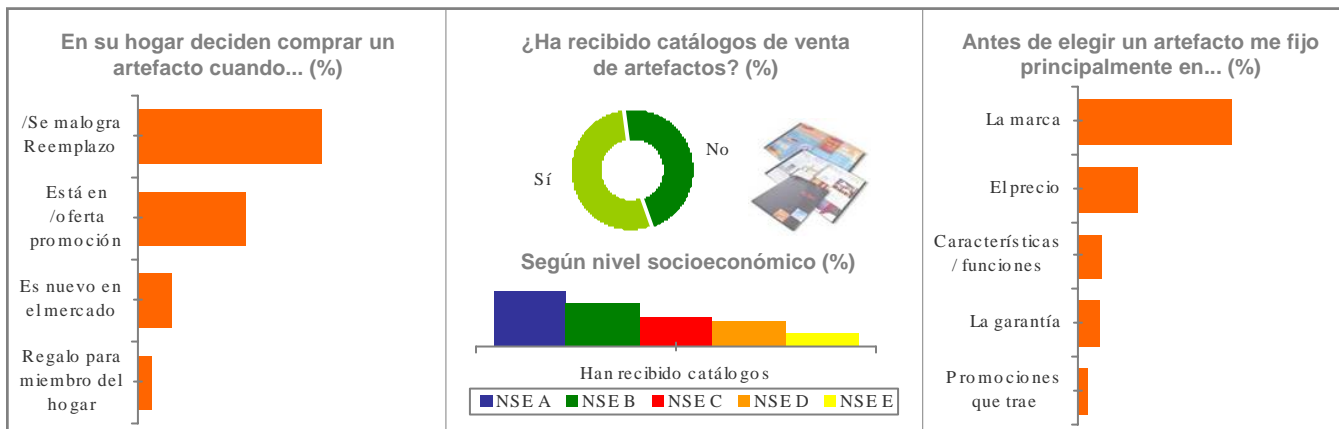
Liderazgo en bienes durables 2008

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio "Liderazgo en bienes durables 2008" que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

El televisor, la cocina a gas, la licuadora, la plancha eléctrica, la refrigeradora y el DVD son los artefactos de mayor tenencia actual en los hogares. En el caso de artefactos individuales, destacan: el celular y el reloj de pulsera.

Por otro lado, el horno tostador, el procesador de alimentos, la parrilla - grill, la secadora de ropa, la terma a gas y la laptop son los artefactos de menor tenencia en el hogar. Para el caso de individuos, son: el alisador de pelo y la rasuradora.

Hábitos de compra



En dos de cada cinco hogares se habría comprado al menos un artefacto en el último año, entre ellos destacan: la computadora (de escritorio y/o laptop), la licuadora y el televisor convencional. Por otro lado, tres de cada cinco individuos afirman que compraron al menos un artefacto para uso personal en el último año, entre los que destaca el celular.

En uno de cada cuatro hogares se compraría al menos un artefacto en los próximos seis meses; lo mismo ocurre entre individuos. Para el caso de hogares, podemos destacar a la computadora de escritorio y para el caso de individuos, el celular.



Metodología

Encuestas realizadas entre el 1 al 29 de agosto de 2008 a una muestra aleatoria conformada por 300 amas de casa y 305 individuos -hombres y mujeres- residentes de la Gran Lima (Provincia de Lima y Provincia del Callao) de todos los niveles socioeconómicos.

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos-apoyo.com.pe)
 Elaboración del estudio : Maribel Tafur (maribel.tafur@ipsos-apoyo.com.pe)
 Asistente de ventas : Johana Tang (johana.tang@ipsos-apoyo.com.pe)

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.

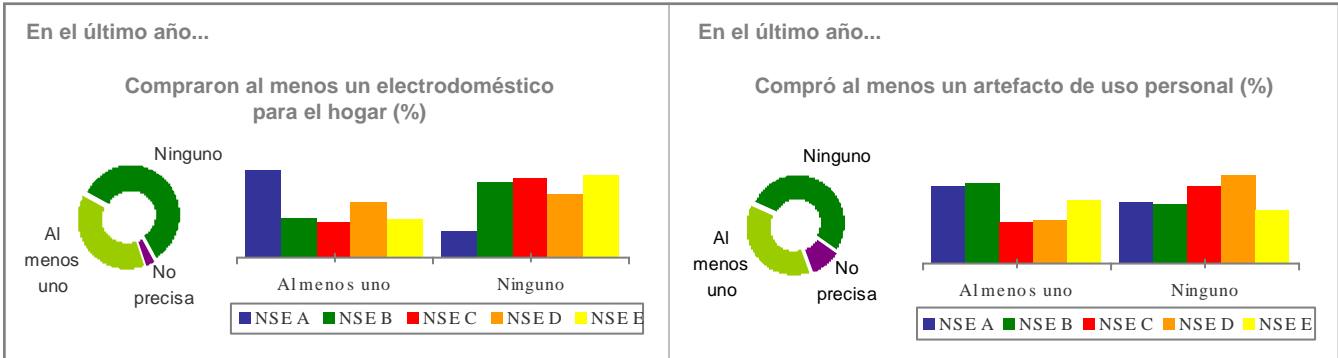
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
 Av. República de Panamá 6380. Miraflores. Lima. Perú
 610-0100 / 241-8141
www.ipsos-apoyo.com.pe

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

La decisión de compra de un artefacto -electrodoméstico, equipo tecnológico/informático o de audio/video-, tanto entre hogares como en individuos, ocurre principalmente por dos circunstancias: cuando el que tienen se malogra y requiere reemplazo y, en menor medida, cuando se enteran de una oferta o promoción. Asimismo, el atributo principal antes de elegir un artefacto sería la marca, seguido por el precio.

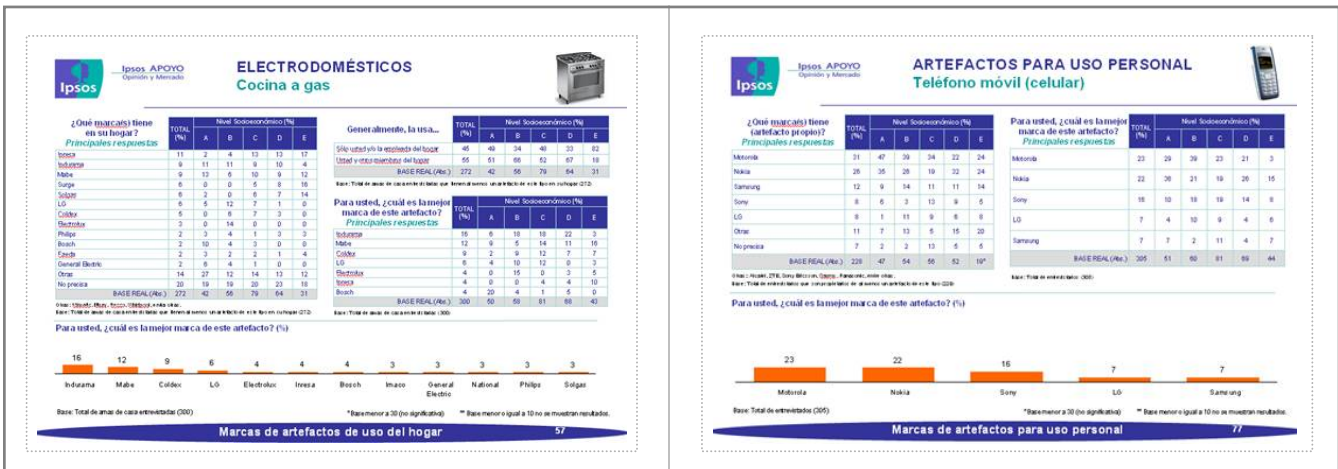
En cuanto al impacto de los catálogos o encartes de tiendas que ofrecen artefactos, tres de cinco entrevistados han recibido dicho material de las tiendas Ripley y Saga Falabella, principalmente, seguidas por Hiraoka, Metro y Elektra.

Compra actual e intención de compra



Entendemos como lealtad de marca cuando el consumidor tiende a comprar siempre la misma. Siguiendo este concepto, se puede decir, de forma general, que hay una lealtad muy baja, pues la mayoría de hogares y de individuos afirma que antes de comprar consideran varias marcas y un grupo más reducido asegura que siempre toma en cuenta dos marcas.

Tenencia de marcas



Entre las marcas de artefactos consideradas como las líderes en el hogar, varias de ellas sobresalen en más de una categoría. Por ejemplo, en electrodomésticos tenemos a Electrolux (aspiradora, lustradora), Oster (batidora, cafetera, extractor de jugos, licuadora, olla arrocera), Imaco (hervidor, plancha eléctrica), LG (horno microondas, lavadora de ropa).

Por otro lado, entre las marcas líderes de artefactos pertenecientes a individuos, podemos destacar a Sony (reproductor de MP3/MP4), Motorola (celular), Casio (reloj de pulsera) y Philips (secador de pelo).

Entre las marcas que son consideradas como las mejores entre los hogares, tenemos a Electrolux, Oster, Imaco y Sony. Y en el caso artefactos de uso individual, Sony es la principal.

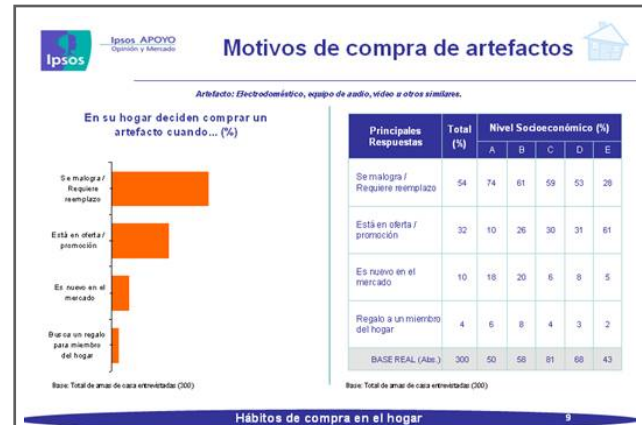
Liderazgo en bienes durables 2008

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 individuales

Hábitos de compra

Tenencia actual

Lealtad a la marca

La mejor marca

Liderazgo de marcas



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 **Liderazgo en bienes durables 2008**

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-apoyo.com.pe