

Ficha Técnica
Estudio del Uso de Tecnologías de la información en Hogares
Lima metropolitana y Callao – Edición 2014

Objetivo

1. Conocer el tamaño y la dinámica del mercado de cómputo en hogares.
2. Definir la penetración de la computación en los hogares en Lima metropolitana y Callao.
3. Conocer la base instalada de TI en hogares en Lima metropolitana y Callao.
4. Conocer las tendencias del consumidor.

Fecha de campo: Agosto 2014

Fecha de Publicación: Setiembre 2014

Metodología

Para realizar este estudio se diseñó un cuestionario para ser aplicado mediante la técnica de entrevistas incidentales a informantes calificados, mayores de edad de una muestra aleatoria de Lima metropolitana y Callao.

El diseño de la muestra se hizo con un nivel de significación de $\alpha=0.05$ y un margen de error de 5%, la asignación proporcional se realizó considerando como estratos los Niveles Socioeconómicos*.

La selección de la muestra se hizo segmentando los distritos por NSE**. Se seleccionó la muestra de forma aleatoria y sin reemplazo de los entrevistados en función a cuotas determinadas por NSE.

Lima Metropolitana y Callao	
NSE	Tamaño de Muestra
A	41
B	132
C	310
D	258
Total	741

(*) No se considera NSE E.

Fuente: Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda, INEI.

(**) Fuente: Estudio Niveles Socioeconómicos – APEIM 2013

En total se realizarán 741 entrevistas incidentales. Los resultados son categóricos a nivel de estos segmentos.

VARIABLES EN ESTUDIO

1. Smartphone

- a. Tenencia de equipo móvil telefónico.
- b. Tenencia de Smartphone.
- c. Marca del Smartphone.
- d. Motivo de selección de la marca.
- e. Satisfacción con el smartphone.
- f. Lugar de compra del equipo móvil.
- g. Proveedor del servicio en telefonía móvil.

2. Infraestructura TI y Equipos tecnológicos en el hogar

PC

- a. Tenencia de PCs en el hogar.
- b. Número de PCs en el hogar.
- c. Lugar de compra (Tienda por departamentos, supermercados, Galerías).
- d. Tipos de PC (desktop, portátil).
- e. Antigüedad de la PC.
- f. Marca de la PC.
- g. Motivo de selección de la marca.
- h. Satisfacción.
- i. Sistema operativo de la PC.
- j. Tipo de Monitor CRT / LCD ó LED que utiliza.

Tablet

- a. Tenencia de tablets en el hogar.
- b. Número de tablet en el hogar.
- c. Lugar de compra (Tienda por departamentos, supermercados, Galerías).
- d. Antigüedad de la tablet
- e. Marca de la Tablet.
- f. Motivo de selección de la marca.
- g. Satisfacción.
- h. Sistema operativo de la tablet.

Impresora

- a. Tenencia de impresoras.
- b. Número de impresoras.
- c. Lugar de compra.
- d. Marcas de impresoras.
- e. Motivo de selección de la marca.
- f. Satisfacción.
- g. Tipos de impresoras (matricial, inyección, láser).
- h. Tipos de consumibles que usa (originales o compatibles).

Televisor LCD / LED / OLED

- Tenencia de Televisores LCD / LED / OLED
- Marca de Televisores LCD / LED / OLED
- Motivo de selección de la marca.
- Satisfacción.
- Tenencia de capacidad de acceso a Internet en su televisor (Smart)

Internet

- Tenencia de una red en el hogar.
- Tipo de conexión (alámbrica/inalámbrica)
- Tenencia de Internet en el hogar.
- Proveedor de Internet.

3. Intención de Compra de Infraestructura TI y Equipos tecnológicos

PC

- Planes de compra de PCs en los próximos 12 meses.
- Número de PCs a comprar.
- Numero de PCs a reemplazar.
- Lugar posible de compra de la nueva PC.
- Épocas de compra de la PC.
- Tipo de PC a comprar (desktop, notebook o netbook)
- Marca de la PC portátil que compraría.
- Intención de compra de PC de escritorio de marca o compatible.
- Motivos que incentivan a comprar una PC de marca.
- Motivos que incentivan a comprar una PC ensamblada.
- Marca que sería la nueva PC de escritorio.

Tablet

- Planes de compra de Tablets en los próximos 12 meses.
- Número de tablets a comprar.
- Lugar posible de compra de la tablet.
- Épocas de compra de la Tablet.
- Marca de la tablet que compraría.

Impresora

- Planes de compra de impresora en los próximos 12 meses.
- Lugar posible de compra de la nueva impresora.
- Tipo de impresora a comprar (matricial, inyección, láser).
- Marca de la nueva impresora.
- Motivos que incentivan la compra de la marca.

Smartphone

- Planes de compra de un smartphone en los próximos 12 meses
- Marca del Smartphone.
- Lugar posible de compra del Smartphone.

Televisor LCD / LED / OLED

- Planes de compra de televisor LCD/LED/OLED en los próximos 12 meses
- Marca del televisor LCD/LED/OLED
- Capacidades de acceso a Internet. (Smart)
- Lugar posible de compra del televisor LCD/LED/OLED

Internet

- Intención de contratar el servicio de Internet en el hogar.
- Proveedor de Internet.

4. Evaluación del Lugar de Compra

- Evaluación de distintos lugares de compra según principales atributos.
- Lugares posibles de compra (Tiendas por departamentos, tiendas de artefactos, supermercados, Galerías).

Precio de Venta

Precio Neto	IGV	Precio Final
S/. 5,130	923.40	S/. 6,053.40

Sobre Dominio Consultores

Somos una consultora empresarial con más de quince años en el mercado, especialistas en Inteligencia Comercial, Marketing B2B y en la industria de Tecnologías de la Información. Tenemos los analistas de mercado más expertos en marketing competitivo y en la industria de cómputo, tanto en años de experiencia como en la solvencia de su conocimiento.

Para mayores informes y/o solicitar una reunión personal, favor comunicarse con el área Comercial de Dominio Consultores al teléfono (01)241-4600, Sra. Susana Freyre, o al siguiente correo: sfreyre@dominio-consultores.com