

Ficha Técnica
Estudio del Uso de Tecnologías de la Información en Hogares
Lima metropolitana y Callao – Edición 2015

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: Setiembre 2015

Fecha de publicación: Setiembre 2015

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 3.6%, 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	40
B	154
C	334
D	214
Total	742

(*) No se considera NSE E.

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

(**) Fuente: Estudio Niveles Socioeconómicos – APEIM 2014

En total se realizarán 742 entrevistas incidentales. Los resultados son categóricos a nivel de estos segmentos.

VARIABLES EN ESTUDIO

1. Smartphone (del entrevistado)

- a. Tenencia de equipo móvil telefónico.
- b. Tenencia de Smartphone.
- c. Marca del Smartphone.
- d. Modalidad Prepago/ PostPago.
- e. Tenencia de un plan de datos.
- f. Monto promedio de recarga mensual.
- g. Tenencia y uso de Doble SIM.
- h. Sistema operativo.
- i. Antigüedad del smartphone.
- j. Satisfacción con el smartphone.
- k. Lugar de compra del smartphone.
- l. Proveedor del servicio en telefonía móvil.
- m. Satisfacción con el proveedor del servicio.
- n. Principales usos que le da al Smartphone.

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, convencional, desktop todo en uno, portátil).
- e. Antigüedad de la PC.
- f. Marca de la PC.
- g. Motivo de selección de una PC ensamblada.
- h. Sistema operativo de la PC.
- i. Satisfacción con el equipo.

Tablet

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

Redes e Internet

- a. Tenencia de una red local en el hogar.
- b. Tipo de conexión (alámbrica/inalámbrica)
- c. Tenencia de Internet en el hogar.
- d. Proveedor de Internet.
- e. Tipo de conexión (Modem Fijo, Modem USB, inalámbrica).
- f. Velocidad contratada

- g. Satisfacción con el proveedor del servicio.

Televisor Smart

- a. Tenencia de Televisores
- b. Tenencia de capacidad de acceso a Internet en su televisor (SmartTV).
- c. Marca del SmartTV.
- d. Satisfacción con el equipo.
- e. Uso del TV para acceder a contenidos por Internet.
- f. Contenidos a los que accede a través del SmartTV.

3. Intención de Compra de Infraestructura TI y Equipos tecnológicos

Smartphone

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

PC

- d. Planes de compra de PCs en los próximos 12 meses.
- e. Número de PCs a comprar.
- f. Numero de PCs a reemplazar.
- g. Lugar posible de compra de la nueva PC.
- h. Tipo de PC a comprar (desktop, notebook o netbook)
- i. Marca de la PC portátil que compraría.
- j. Intención de compra de PC de escritorio de marca o compatible.
- k. Marca que sería la nueva PC de escritorio.

Tablet

- a. Planes de compra de Tablets en los próximos 12 meses.
- b. Número de tablets a comprar.
- c. Lugar posible de compra de la tablet.

- d. Marca de la tablet que compraría.

Televisor Smart

- a. Planes de compra de televisor Smart.
- b. Marca del televisor.
- c. Lugar posible de compra del televisor.
- d. Uso que le daría al SmartTV.

Internet

- a. Intención de contratar el servicio de Internet en el hogar.
- b. Proveedor de Internet que contrataría.
- c. Intención de aumentar la velocidad contratada.

4. Evaluación del Lugar de Compra

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

5. Nivel de usuario

- a. Percepción del usuario sobre su nivel de usuario de dispositivos tecnológicos. (Expertp, Medio, Bajo, Gamer).

Precio de Venta

Precio de lista	S/. 5,130 más IGV
Precio pre venta con 10% de descuento (*)	S/. 4,617 más IGV
(*) Pago a 15días	

Sobre Dominio Consultores

Somos una consultora empresarial con más de 16 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