

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

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 Provincias.
3. Conocer la base instalada de TI en hogares en Provincias.
4. Conocer las tendencias del consumidor.

Fecha del campo: Octubre 2013

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 las provincias seleccionadas.

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 las provincias 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. Lugar de compra del equipo móvil.
- e. 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. Estado en que la adquirió (nueva, de segunda).
- e. Tipos de PC (desktop, notebook, netbook).
- f. Antigüedad de la PC.
- g. Marca de la PC.
- h. Sistema operativo de la PC.
- i. 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. Sistema operativo de la tablet.

Impresora

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

Televisor LCD / LED

- a. Tenencia de Televisores LCD / LED
- b. Marca de Televisores LCD / LED
- c. Tenencia de capacidad de 3D en su televisor
- d. Tenencia de capacidad de Internet en su televisor

- e. Uso del Televisor LCD/LED como monitor de la computadora.

Internet

- a. Tenencia de una red en el hogar.
- b. Tenencia de Internet en el hogar.
- c. Proveedor de Internet.

3. Intención de Compra de Infraestructura TI y Equipos tecnológicos

PC

- a. Planes de repotenciación de PCs en los próximos 12 meses.
- b. Número de PCs a ser repotenciadas en los próximos 12 meses.
- c. Componentes que piensa repotenciar.
- d. Lugar posible de compra (Tienda por departamentos, supermercados, Galerías).
- e. Planes de compra de PCs en los próximos 12 meses.
- f. Número de PCs a comprar.
- g. Numero de PCs a reemplazar.
- h. Lugar posible de compra de la nueva PC.
- i. Épocas de compra de la PC.
- j. Tipo de PC a comprar (desktop, notebook o netbook)
- k. Marca de la PC portátil que compraría.
- l. Intención de compra de PC de escritorio de marca o compatible.
- m. Motivos que incentivan a comprar una PC de marca.
- n. Motivos que incentivan a comprar una PC ensamblada.
- o. Marca que sería la nueva PC de escritorio.
- p. Intención de compra de PC de segunda mano.

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. Épocas de compra de la Tablet.
- e. Marca de la tablet que compraría.

Impresora

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

Smartphone

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

Televisor LCD / LED

- a. Planes de compra de televisor LCD/LED en los próximos 12 meses
- b. Marca del televisor LCD/LED.
- c. Capacidades de 3D e Internet.
- d. Lugar posible de compra del televisor LCD/LED

Internet

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

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).

Precio de Venta			
	Neto	IGV	Precio Final
Precio de lista	S/. 5,130	923.40	S/. 6,053.40
Precio pre venta con 20% de descuento	S/. 4,104	738.72	S/. 4,842.72

Sobre Dominio Consultores

Somos una consultora empresarial con más de catorce 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