

## Ficha Técnica

### Estudio del Uso de Tecnologías de la información en Hogares Lima Metropolitana

#### Objetivo

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

**Fecha del campo:** Setiembre 2010

#### Metodología

Para realizar este estudio se diseñó un cuestionario para ser aplicado mediante la técnica de entrevistas incidentales a informantes calificados de una muestra aleatoria de Lima Metropolitana.

La selección de la muestra se hizo segmentando los distritos por NSE en Lima Metropolitana. Se utilizó el mapa de niveles socioeconómicos diseñado por APEIM para clasificar los distritos en función al NSE preeminente. Luego se determinó el número de casos requeridos de cada distrito. Se seleccionó la muestra de forma aleatoria y sin reemplazo de los entrevistados en función a cuotas determinadas por distrito.

La distribución de la muestra y los errores muestrales estimados por NSE pueden verse en los siguientes cuadros:

NSE Lima	Tamaño de Muestra	
	N° de Hogares	Error Muestral
A	120	8.90%
B	230	6.50%
C	230	6.50%
D	230	6.50%
<b>Total</b>	<b>810</b>	<b>3.40%</b>

En total se realizaron 810 entrevistas incidentales en Lima. Los resultados son categóricos a nivel de estos segmentos.

#### Variables en estudio

##### 1. Computación

- a. Tenencia de computadora en el hogar
- b. Número de computadoras en el hogar
- c. Lugar de compra (Tienda por departamentos, supermercados, Galerías)
- d. Estado en que adquirió la computadora (nueva, de segunda)

- e. Tenencia de una red en el hogar
- f. Tipos de computadora (desktop, notebook, netbook)
- g. Marcas de la Computadora
- h. Procesador que tiene cada computadora
- i. Sistema operativo que tiene cada computadora
- j. Tipo de Monitor CRT / LCD
- k. Tenencia de impresoras
- l. Número de impresoras
- m. Lugar de compra
- n. Marcas de impresoras
- o. Tipos de impresoras (matricial, inyección, láser)
- p. Tipos de consumibles que usa (originales o compatibles)
- q. Tenencia de scanner
- r. Lugar de compra
- s. Marca de scanner
- t. Tenencia de Cámaras Fotográficas Digitales
- u. Marca de Cámara Fotográfica Digital
- v. Lugar de compra
- w. Marca de Cámaras Fotográficas Digitales
- x. Tenencia de filmadoras
- y. Marca de la filmadora
- z. Lugar de compra
- aa. Tenencia de Consola de Videojuegos
- bb. Marca de Consola de Videojuegos
- cc. Lugar de compra
- dd. Tenencia de Reproductores Mp3/Mp4 Portátiles
- ee. Marca de Reproductores Mp3/Mp4 Portátiles
- ff. Lugar de compra
- gg. Tenencia de Televisores LCD
- hh. Uso del Televisor LCD como monitor de la computadora.

## **2. Servicio Técnico**

- a. Lugar donde se lleva a reparar la computadora en caso de avería.
- b. Tipos de desperfecto que ha tenido
- c. Intención de Pago por garantía adicional que incluya mantenimiento y descuento en reparación, compra de componentes y descuento por upgrade.

## **3. Telefonía Móvil**

- a. Penetración de equipos móviles en el hogar
- b. Número de equipos móviles en el hogar
- c. Proveedor del servicio en telefonía móvil en el hogar
- d. Pagaría un fee por upgrade de equipo al año de compra.

## **4. Internet y Comercio Electrónico**

- a. Acceso de Internet desde el hogar
- b. Tipo de Conexión a Internet (teléfono normal, cable modem, adsl, inalámbrico)
- c. Realización de pagos por Internet.

- d. Realización de compras por Internet
- e. Tipos de compras por Internet que se realizan
- f. Número de personas que compran por Internet desde el hogar
- g. Promedio anual de gasto en compras por Internet
- h. Uso de Telefonía IP / Voz sobre IP

## 5. Compra de Hardware

- a. Planes de repotenciación de computadoras en los próximos 12 meses
- b. Número de computadoras 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 computadoras en los próximos 12 meses
- f. Número de computadoras a comprar
- g. Numero de computadoras viejas a reemplazar
- h. Lugar posible de compra de la nueva computadora
- i. Épocas de compra de computadores de escritorio o portátiles
- j. Intención de compra de computadoras desktop, notebook o netbook
- k. Marca de las computadoras de computadoras portátiles que compraría
- l. Intención de compra de computadoras de escritorio de marca o compatible
- m. Motivos que incentivan a comprar una computadora de marca
- n. Motivos que incentivan a comprar una computadora ensamblada
- o. Marca que sería la nueva computadora
- p. Intención de compra de computadora de segunda mano
- q. Intención de compra a contado, a crédito directo o tarjeta de crédito
- r. Planes de compra de impresora en los próximos 12 meses
- s. Lugar posible de compra de la nueva impresora
- t. Tipo de impresora a comprar (matricial, inyección, láser)
- u. Marca de la nueva impresora
- v. Motivos que incentivan la compra de la marca
- w. Intención de compra a contado, a crédito directo o tarjeta de crédito
- x. Planes de compra de cámara fotográfica digital en los próximos 12 meses
- y. Marca de la nueva cámara fotográfica digital
- z. Lugar posible de compra de la nueva cámara digital
- aa. Intención de compra a contado, a crédito directo o tarjeta de crédito
- bb. Planes de compra de filmadora en los próximos 12 meses
- cc. Marca de la nueva filmadora
- dd. Lugar posible de compra de la nueva filmadora (Tienda por departamentos, supermercados, Galerías)
- ee. Intención de compra a contado, a crédito directo o tarjeta de crédito
- ff. Planes de compra de consola de videojuegos en los próximos 12 meses
- gg. Marca de la nueva consola de videojuegos
- hh. Lugar posible de compra de la nueva consola de videojuegos
- ii. Intención de compra a contado, a crédito directo o tarjeta de crédito

## 6. Evaluación del Lugar de Compra

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



## 7. Baja de Computadora

- a. Destino final de la computadora