

SEGÚN ESTUDIO DE CONCERTV

Peruanos dedican más de una hora a leer prensa

—Arequipa, Trujillo e Iquitos superan el promedio de lectura. Además, si se incluye a otros medios de comunicación (TV, radio, Internet) el tiempo destinado supera las 12 horas.

V. TAKESHI CHACÓN PICHÓN
vchacon@diariogestion.com.pe

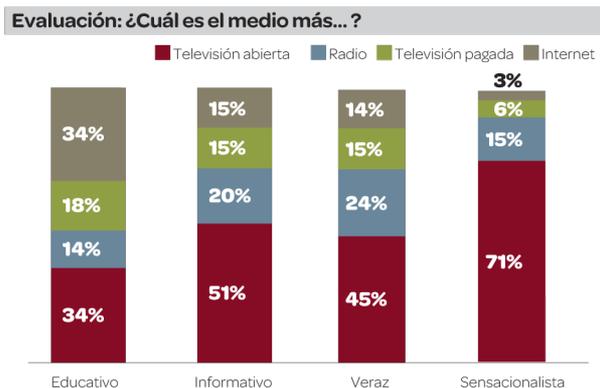
¿Cuántas horas dedica a leer diarios de lunes a domingo?

Si destina más de una hora, Ud. tiene el mismo hábito que el 52% de peruanos.

En tanto, el 21.7% de encuestados (cuya muestra fue de 8,435 personas a nivel nacional) consigna de una a dos horas a la lectura de diarios.

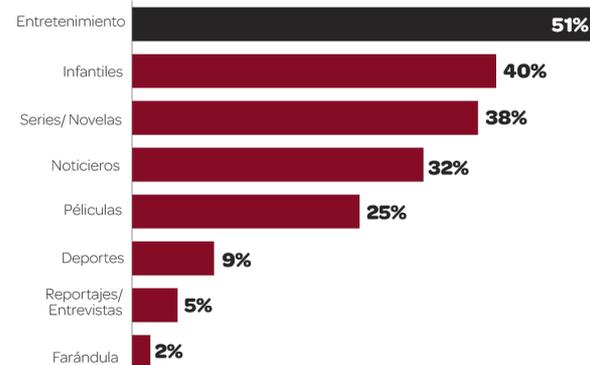
Si se observa por ciudades, Arequipa, Trujillo, Ica, Huaraz e Iquitos destacan por encima del promedio del país (01:23 horas), siendo la capital de Loreto la líder con 02:05 horas dedicadas a informarse a través de diarios.

Así destaca el “Estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión - 2013” del Consejo Consultivo de Radio y Televisión - Concertv.



FUENTE: CONCERTV

Tipos de programas de TV más vistos en familia



FUENTE: CONCERTV

OTROSÍ DIGO

Televisión por suscripción

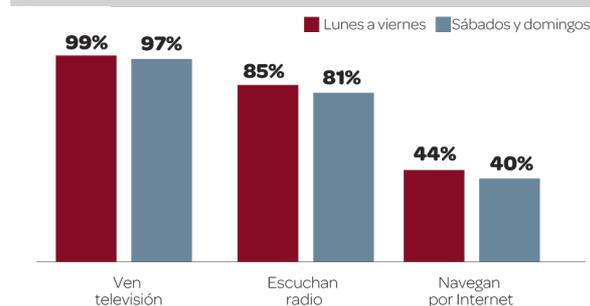
Situación. La penetración de la TV por suscripción (o TV pagada) creció 9% en relación a hace dos años, siendo Pucallpa (8.8%), Chimbo-te (7.9%), Tacna (7.6%) y Cajamarca (6.6%) las ciudades con más crecimiento.

“El 59% de los encuestados cuenta con TV pagada en su hogar, principalmente para tener una programación más variada”, señala el informe de Concertv.

Leer por Internet

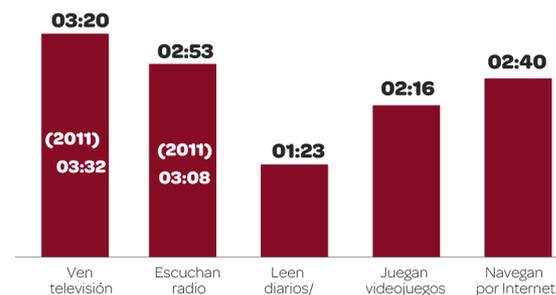
Si bien leer noticias online aún no es una de las principales acciones que los peruanos realizan en Internet (26.7% del total de entrevistados que manifestaron navegar en la red de redes), regiones como Chimbote, Iquitos y Piura reportan las más altas tasas de pobladores que se informan de manera virtual.

Penetración de medios de comunicación



FUENTE: CONCERTV

Horas promedio dedicadas a cada medio



FUENTE: CONCERTV

Al otro lado de la moneda se ubican Puno, Huaraz, Huancayo y Ayacucho. Por su parte, el 25% de Lima Metropolitana ingresa a Internet a leer noticias.

Todos los mass media

Si se analiza el tiempo que un peruano interactúa con los medios de comunicación (o mass media) -TV, radio, dia-

rios e Internet- se tiene un consumo total de 12 horas con 30 minutos.

“A nivel nacional la televisión es el medio más consumido. El uso de Internet ha crecido 2% de lunes a viernes, y 3% los sábados y domingos, mientras el consumo de TV y radio se ha mantenido en comparación del 2011”, concluye.

FRANCESA BACCARAT SE EXPANDE

Cristalería fina empieza a ser un producto aspiracional

Baccarat, la marca de cristalería francesa expande su presencia en nuestro país a través de Il'Argento, tienda de artículos de decoración de lujo, que a través de un “corner” ha incluido piezas de la colección enfocadas a un pú-

blico A, aunque también se empieza a notar una demanda más aspiracional de este tipo de productos.

“Observamos que no solo el típico público que adquiere artículos de lujo adquiere tanto Baccarat o las otras

marcas en nuestra tienda; muchas personas de un segmento B o incluso C están empezando a adquirir estos productos”, dijo Bella Grimberg, gerente de tienda.

Esto se debe, anotó, a que la tendencia ya no va tanto

por comprar juegos completos de cristalería o vajilla, sino que se puede comprar pieza por pieza, según la necesidad del consumidor.

Así, una pieza de Baccarat va entre US\$ 120 y US\$ 6,000, en tanto, el ticket promedio en Il'Argento es de US\$ 400. Grimberg sostuvo que para la campaña navideña se espera un crecimiento de 30% en relación al año pasado.



Corner de la marca en Il'Argento.

LOS DATOS

♦♦ **Pedido.** La demanda de ciertas piezas se hace por pedido, al igual que la fabricación.

♦♦ **Demanda.** Uno de los fuertes de Il'Argento son las listas de novios.