

CONOCIENDO BOLIVIA Y SUS CONSUMIDORES

Bolivia: Country Profile

GAME CHANGERS



ciesmori

CONTENIDO

- 1 Perfil Sociodemográfico.
- 2 Perfil Socioeconómico.
- 3 Perfil de las ciudades del Eje Troncal.
- 4 Composición del gasto en consumo.
- 5 Monitor de Exposición de Medios MDS 2021.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1



UN PAÍS DIVERSO

Bolivia diversa, se caracteriza por su variedad de ecosistemas, recursos naturales y diversidad cultural



Bolivia es uno de los 8 países con mayor biodiversidad en el mundo, esto se debe a que posee una gran cantidad de ecosistemas, algunos de los más importantes son: los valles, los yungas (un ecosistema único en el mundo), los llanos, la amazonía, el bosque chiquitano, el gran chaco y el altiplano.



Desde el año 2010 Bolivia es un Estado Plurinacional, en el cual se reconoce y respeta la diversidad étnico – cultural de 36 naciones y pueblos indígenas originarios y campesinos que habitan en todo el territorio (quechuas, aymaras, guaraníes, ayoreos, moxeños y chiquitanos, entre otros).



DIFERENTES HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS

La Paz y El Alto: representantes del occidente del país la gente es más tradicional.

LPZ
EAL

Las personas del occidente son consideradas más reservadas e introvertidas, esto se asocia a las características geográficas y el clima (las ciudades de occidente están a más de 3.200 m.s.n.m. y tienen temperaturas bajas gran parte del año).

Existe gran cantidad de mercados informales o ferias donde se oferta todo tipo de productos que son más baratos que en tiendas formales.

En el oriente representado por Santa Cruz la gente es más extrovertida y le da mayor importancia a la imagen personal.

SCZ

En ciudades del oriente las personas son más abiertas y extrovertidas, lo cual se atribuye al clima tropical de la región a menos de 400 m.s.n.m.

En esta región hay una mayor orientación hacia el consumo y a la compra de artículos de moda, principalmente los relacionados a tecnología, a la moda y calzado. Aunque también existe comercio informal, éste es menor que en occidente, por lo que puede observarse una mayor cantidad de tiendas, boutiques, etc.

Cochabamba: una ciudad entre el occidente y el oriente boliviano donde tanto geográfica como sociológicamente están a medio camino de ambos polos.

CBBA

Las personas en Cochabamba disfrutan de temperaturas agradables durante todo el año cerca a los 2000 m.s.n.m. Son personas con rasgos de consumo más parecidos a las personas de La Paz o El Alto.

Tienen estilos de vida algo más relajados y son algo más extrovertidos, pero sin llegar a las características de la población del oriente boliviano.

Los cochabambinos destacan en un aspecto individual que solo ellos tienen: la gastronomía. Cochabamba es considerada la capital gastronómica del país donde la comida es el eje vertebrador de cualquier evento social.

EL ALTO VS OTRAS CIUDADES DE BOLIVIA

Una aproximación a la idiosincrasia de El Alto:

El Alto presenta una cultura que se diferencia a la de las demás ciudades del eje troncal. Está situada literalmente en el borde del Altiplano boliviano a 4.050 m.s.n.m. habiendo una continuidad inmediata con la ciudad de La Paz. Es la segunda ciudad más grande en población con 1.1M de habitantes proyectados para 2022

El Alto es una ciudad de aproximadamente 1 millón de habitantes considerada la ciudad indígena más grande del mundo y en Bolivia, capital del pueblo Aymara.

Son personas que han visto una gran mejora en el poder adquisitivo en los últimos años. No obstante, su economía depende en gran parte del comercio informal y, a pesar de que se caracterizan por ser personas ahorradoras, las crisis socioeconómicas les afecta bastante.

La familia es un elemento muy importante. Normalmente la emancipación se da tras el casamiento de uno de los integrantes, que normalmente acaban viviendo en la casa de los padres de uno de ellos.

Hábitos de consumo y compra exclusivos en El Alto:

Optan mucho por la comida rápida en pequeños puestos o mercados callejeros.

Son propensos a la compra de elementos decorativos de poco valor o artículos sin utilidad.

Destacan por el gran consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, sobre todo cerveza y gaseosas.

Son bastante volátiles en lo que respecta a la fidelidad por una marca. Si el precio no les conviene, pueden cambiar de marca con facilidad.

Optan por las compras en mercados y tiendas de barrio y no así en supermercados u otros canales formales.

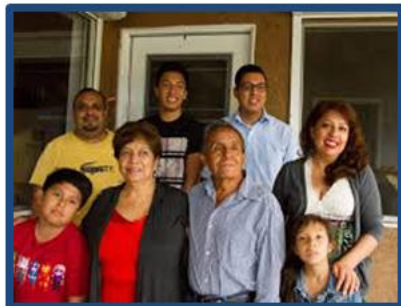
Los alteños son personas que, en comparación a otros ciudadanos, compran menos productos de limpieza para el hogar y productos de belleza.



LAS FAMILIAS EN BOLIVIA

La composición de la mayor parte de los hogares es tradicional

Normalmente la familia está conformada por el esposo, la esposa, uno o dos hijos; en ocasiones también cohabita en el hogar algún otro miembro de la familia como tíos, abuelos, etc.

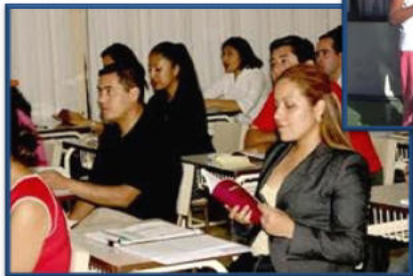


Bolivia tiene 3.27 personas por hogar al 2021 (3.33 en área urbana y 3.13 en área rural)
70% de los hogares está formado por entre 2 y 5 miembros
5% son hogares unipersonales
25% tiene 6 o más personas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (Encuesta en Hogares 2017)

LAS FAMILIAS EN BOLIVIA



Roles en el hogar



- El rol del esposo es frecuentemente el de proveedor del hogar, se encarga de trabajar y cubrir los gastos realizados por la familia, aunque cada vez son más las mujeres insertas en el mercado laboral.
- Los hijos dedican la mayor parte de su tiempo al estudio, tanto en la escuela como en la universidad, aunque en ocasiones también colaboran con actividades del cuidado del hogar y, principalmente en los Niveles Socioeconómicos bajo y muy bajo, en el negocio de la familia (generalmente comercio informal y oficios como mecánica, carpintería, etc).
- En algunos segmentos, especialmente en los más bajos, los jóvenes al concluir la secundaria buscan un empleo con el que puedan pagar sus propios gastos. A pesar de ello, la búsqueda de independencia económica y familiar de los jóvenes sucede mucho tiempo después de haber concluido los estudios universitarios. No obstante, la búsqueda de generación de ingresos, el emprendimiento en negocios de compra y venta de artículos antes de concluir los estudios ha incrementado en todos los estratos de NSE.

LAS FAMILIAS EN BOLIVIA

Las amas de casa

OCUPACIÓN Comparativo Bolivia - Perú		
		
Se dedica exclusivamente a labores de casa	38%	48%
Realiza labores de casa y además realiza trabajos eventuales	19%	36%
Tiene un trabajo permanente y trabajos eventuales además de labores de casa	5%	3%
Tiene un trabajo permanente además de labores de casa	38%	13%



Cuadro N° 3.02.01.04
BOLIVIA: NIVEL DE INSTRUCCIÓN
(En miles y porcentaje)

ÁREA Y NIVEL DE INSTRUCCIÓN	2021		
	Total	Hombres	Mujeres
BOLIVIA	7,541	3,635	3,905
Ninguno	5.38	2.55	8.01
Primaria	23.94	21.86	25.87
Secundaria	39.07	42.89	35.51
Superior ⁽¹⁾	30.86	32.08	29.73
Otros cursos ⁽²⁾	0.75	0.62	0.87

*Para Perú incluye "sin educación"

**No existe dato

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (Encuesta en hogares 2017)

Fuente: datos de la población general a 2021 (EH 2020)

Fuente: Perfil del ama de casa peruana Perú Urbano 2018

LAS FAMILIAS EN BOLIVIA

La mujer boliviana es conocida por ser emprendedora y luchadora

A las amas de casa, especialmente en el occidente, ¿son previsoras?

- Gran parte de las amas de casa suele comprar insumos en cantidad, con la finalidad de tener reservas para el futuro.
- Sin embargo, en algunos hogares se ha cambiado este hábito por una compra más a corto plazo, como una estrategia para hacer frente a las limitaciones económicas generadas por la pandemia (alza de precios, reducción de ingresos).



Las amas de casa son el pilar fundamental en el hogar.

- Además de realizar las labores cotidianas del cuidado del hogar, también aportan al sustento económico familiar.
- Las principales actividades económicas de las amas de casa se relacionan con el comercio informal y la venta de comida en los niveles socioeconómicos bajos y muy bajos. Mientras que también se ejercen profesiones y actividades de diferente tipo en el caso de las amas de casa de nivel alto y medio y en menor medida el nivel bajo.



LAS FAMILIAS EN BOLIVIA

Cambios generados por la pandemia de COVID-19



En muchos hogares se produjeron cambios en los hábitos de compra:

- Se otorga mayor importancia a los productos con contenido nutricional alto, que permita fortalecer las defensas. Usualmente, se trata de productos perecederos, como frutas y verduras.
- Se busca cualidades de desinfección en algunos productos de limpieza, como detergentes, jabón de manos y productos de limpieza para los pisos. No obstante, esta tendencia habría perdido fuerza en el primer semestre de 2022.

La virtualidad y RRSS han generado nuevas alternativas laborales.

- La educación virtual, obligó a que muchas madres de niños menores de 10 años se quedaran en casa para ayudar a los hijos y, en ese contexto, muchas buscaron generar ingresos desde ese lugar.
- Durante la pandemia surgieron emprendimientos, especialmente relacionados con la venta de comida, repostería y comercio de ropa y accesorios.
- El uso de Facebook Marketplace y grupos de compra-venta en la misma plataforma fue una herramienta en la que se apoyaron para el desarrollo de este tipo de emprendimientos.



RECUPERACIÓN ECONÓMICA Y POLARIZACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

La situación política actual muestra una polarización más evidente:

- La tensión política en noviembre de 2019 alcanzó su máximo nivel tras las elecciones fallidas: una protesta popular que derivó en la renuncia de Evo Morales y la instauración de un gobierno transitorio, que tuvo que hacer frente al descontento social y a la pandemia de Covid-19.
- Las elecciones de 2020 confirmaron la fuerza de un partido político de alcance nacional (MAS) y otros 2 con presencia sólo regional (CC y CREEMOS).
- Existe una discusión polarizada entre establecer como antecedente histórico la ejecución de un golpe de estado y la realización de un fraude electoral seguido de un vacío de poder.



PERFIL SOCIOECONÓMICO

2



RECUPERACIÓN ECONÓMICA EN BOLIVIA LUEGO DE PANDEMIA

Crecimiento anual del Producto Interno Bruto



(p) Proyección Banco Mundial

El Banco Mundial en su Informe Economic Prospects Junio 2022, preve un crecimiento del 3,9%

Fuente: Banco Mundial
Fuente: Swiss Info – Agencia de Noticias EFE
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Inflación, precios al consumidor (% anual)



El dato del 2022 es el acumulado a septiembre del 2022 según el Banco Central de Bolivia

Fuente: Banco Mundial
Fuente: Banco Central de Bolivia
Fuente: Statista Research Department
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

EL EJE TRONCAL TAMBIÉN ES EL EJE ECONÓMICO



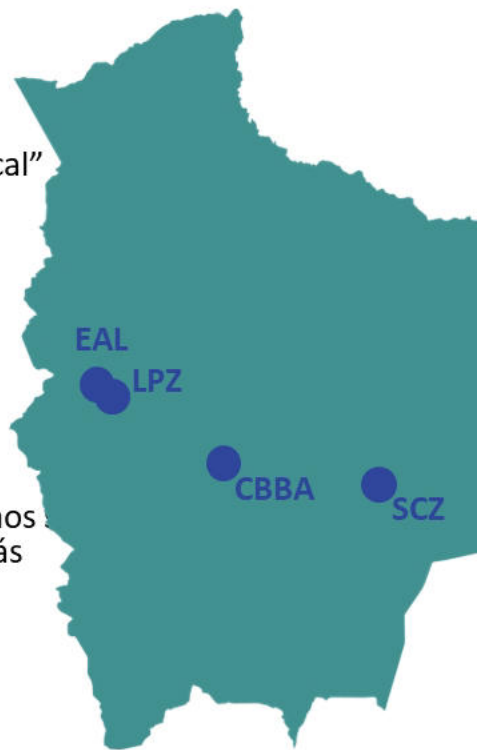
El mayor flujo económico del país circula por el denominado “Eje Troncal” que está compuesto por las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz.



La mayor parte de las investigaciones de mercado realizadas en el país toman en cuenta estas ciudades.

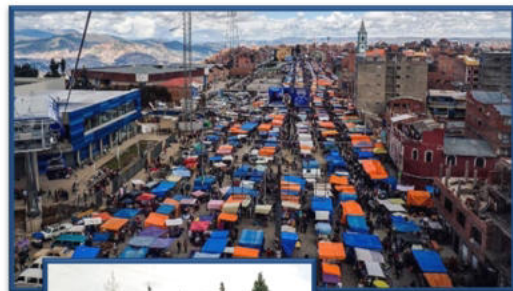


En caso de que sea difícil realizar la investigación en todas ellas, al menos debería considerar las ciudades de La Paz y Santa Cruz, pues son las más importantes a nivel económico así como también a nivel cultural.



MÁS DEL 60% DE LA ECONOMÍA BOLIVIANA ES INFORMAL A PESAR DEL DESARROLLO PRODUCTIVO

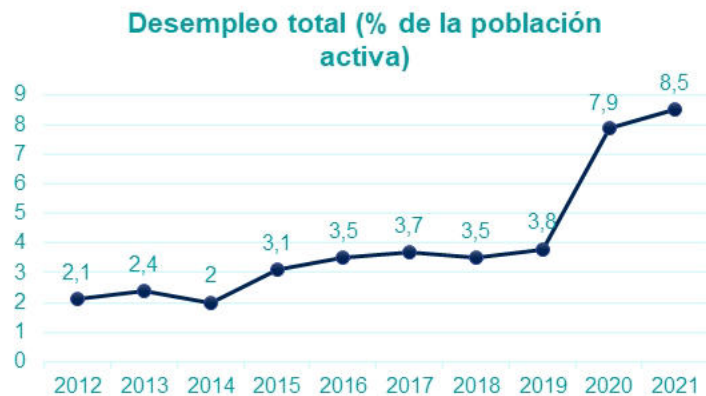
- ➔ Al 2019, Bolivia ha ingresado a un proceso de urbanización acelerado, alrededor del 40% de la población boliviana vive en las ciudades del eje central (La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz) y ese proceso de urbanización viene dándose con una fuerte presencia del sector informal urbano, en donde las actividades terciarias, como el comercio, los servicios, el transporte y las administrativas, entre otras, configuran un rasgo característico de la informalidad del país.
- ➔ Las empresas bolivianas legalmente establecidas deben competir con el comercio informal y contrabando, al que el gobierno no puede hacer frente de forma eficiente.
- ➔ Debido al comercio informal, contrabando y especulación, muchos productos se encuentran al alcance de las familias a precios más bajos.
- ➔ Muchos de los productos introducidos al país provienen de países vecinos, principalmente Perú y Argentina. También se introducen otros productos de origen asiático, principalmente de China.
- ➔ Las categorías que se internan de manera informal al país son electrodomésticos, automóviles, ropa y productos de consumo masivo.



Fuente: Programa de Naciones Unidas para el desarrollo

Fuente: George Dufner e Iván Velásquez Castellanos (Coordinadores). 2020. Economía informal e informalidad en una sociedad multiétnica. Fundación Konrad Adenauer (kas). Pág. 27.

MEDICIÓN DEL DESEMPLEO FORMAL



En reporte de INE Bolivia la tasa de desocupación del 2022 fluctúa entre 6,33% en enero y 4,20 en agosto de la misma gestión. Mostrando un descenso

Fuente: Banco Mundial
Fuente: Instituto Nacional de Estadística



UNA ECONOMÍA EN PERMANENTE DESARROLLO

La economía del país se basa principalmente en la extracción y exportación de materias primas



Es el sexto productor de estaño en el mundo, el sexto en plata y posee una de las más grandes reservas de potasio y litio en el mundo.

Posee una de las mayores reservas de gas natural de Sud América.

Es el décimo productor mundial de soya, también produce a nivel de agroindustria papa, cacao, caña de azúcar, girasol, quinua y café.

La economía boliviana es en mayor medida informal



La pandemia de Covid-19 aceleró aún más el crecimiento de la informalidad y la creación de microempresas comerciales, de servicios y de manufactura que se apoyan en el microcrédito que ofrecen entidades altamente especializadas.

DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS

El crecimiento y diversificación económica genera la incursión de nuevos productos en el mercado.



Una gran cantidad de alimentos se encuentran en proceso de producción a gran escala, los cuales se destinan al mercado interno como también para exportación (granos, oleaginosas, frutas, carne, etc.).



Otros rubros en crecimiento son aquellos vinculados a la pequeña y mediana industria en madera, textiles y la construcción.



VARIABLES PARA EL CÁLCULO DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO



Nivel educativo alcanzado por el **jefe de hogar**



Sistema de salud al que está afiliado el **jefe de hogar**



Equipamiento del hogar: lavadora y secadora de ropa eléctrica, congeladora y PC de escritorio o portátil.

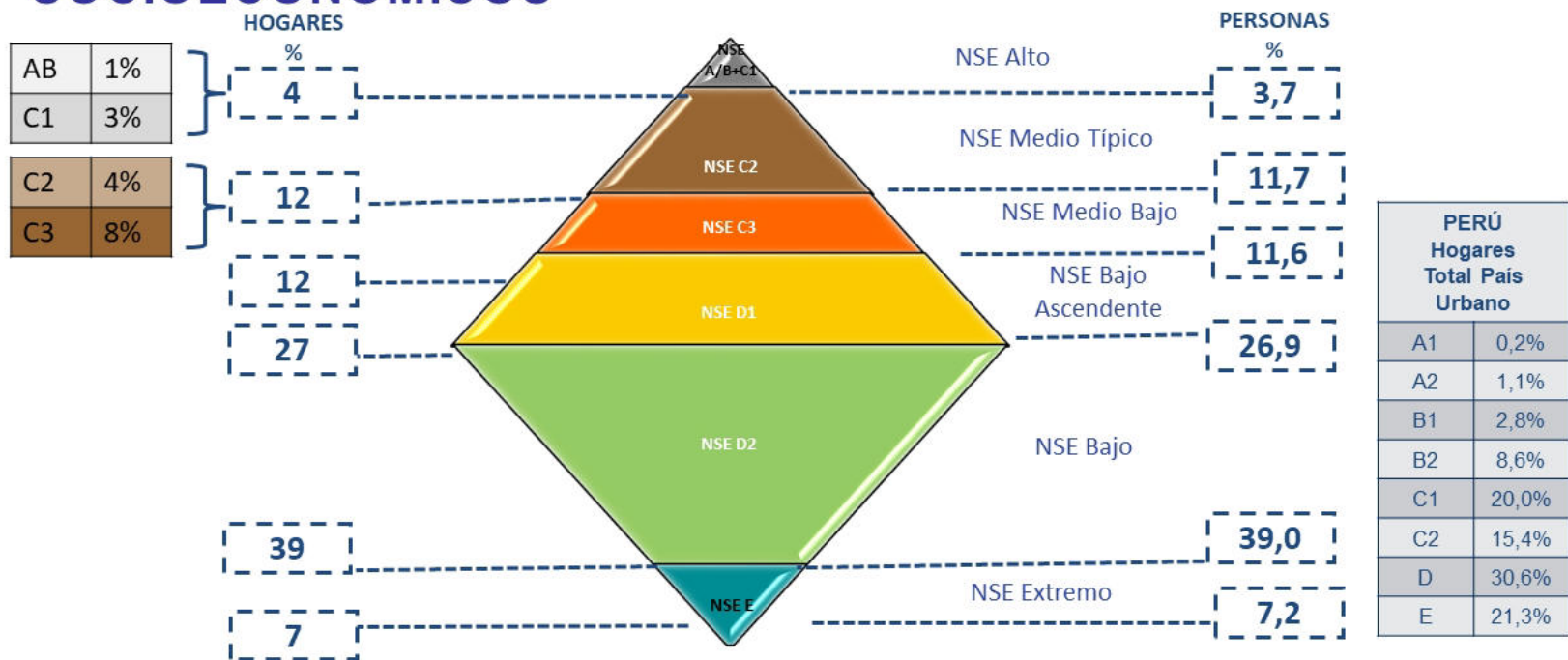


Bienes y servicios: **automóvil particular** no mayor a 5 años de antigüedad y **servicio doméstico** (asesora del hogar)



Vivienda: material de las **paredes exteriores**, **pisos** y **conexión del baño**.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA POR NIVELES SOCIOECONÓMICOS



Fuente: Ipsos Bolivia (Encuesta de Niveles Socioeconómicos 2015)

Fuente: APEIM 2021: Data ENAHO 2020

21 - © Ipsos ciesmori / Bolivia country profile

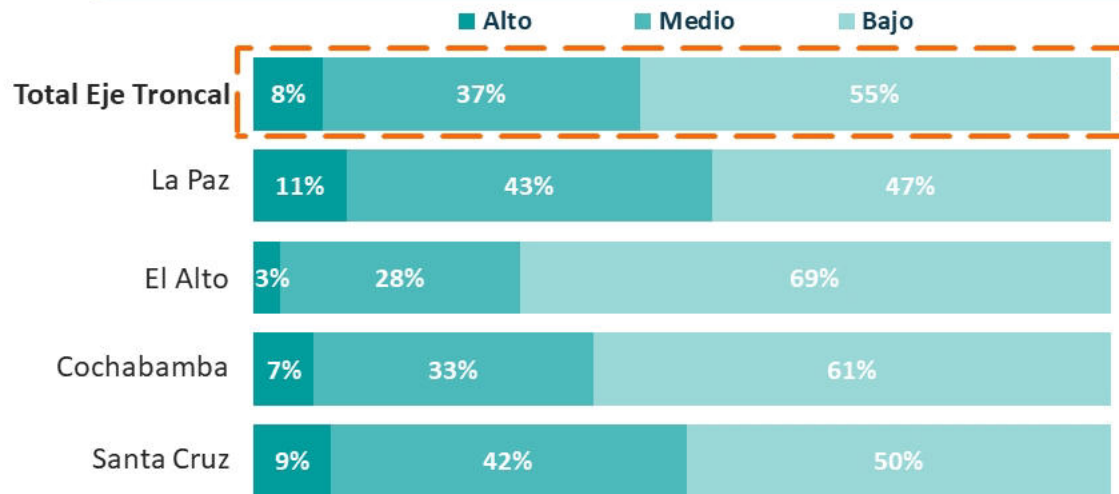
PERFIL DE LAS CIUDADES DEL EJE TRONCAL

3



POBLACIÓN DEL EJE TRONCAL SEGÚN NSE

Nivel Socioeconómico (NSE) se define como una clasificación jerárquica de hogares según su capacidad de compra. Las ciudades de EL Alto y Cochabamba, presentan un base más amplia de NSE Bajos en relación a Santa Cruz y La Paz.

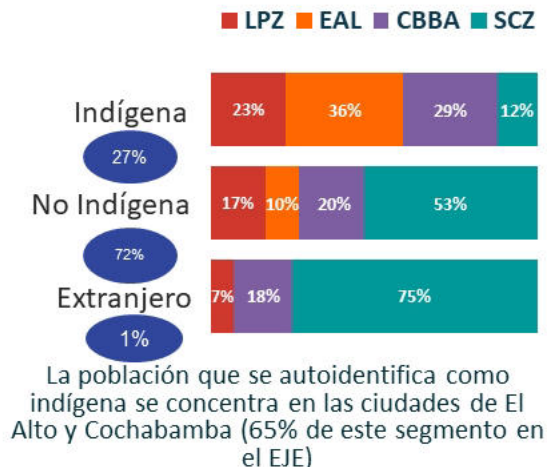
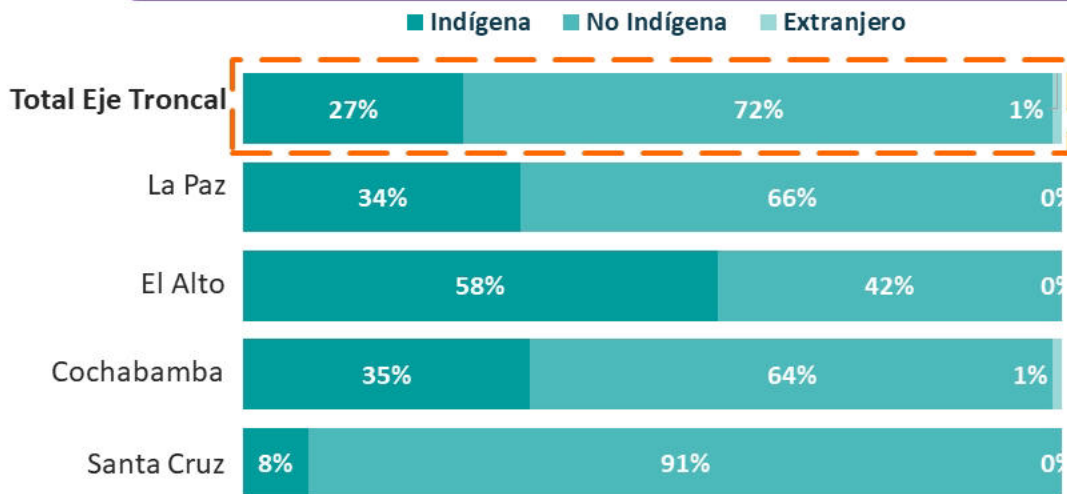


EL NSE bajo de la ciudad de El Alto ha disminuido de un 80% en 2006 a un 69% en la actualidad, lo que demuestra una movilidad social ascendente.

La medición de Niveles Socioeconómicos (NSE) y la caracterización de los diferentes estratos que componen la pirámide social utiliza como principal fuente de información la Encuesta de Hogares, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el año 2017.

POBLACIÓN DEL EJE TRONCAL SEGÚN AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA

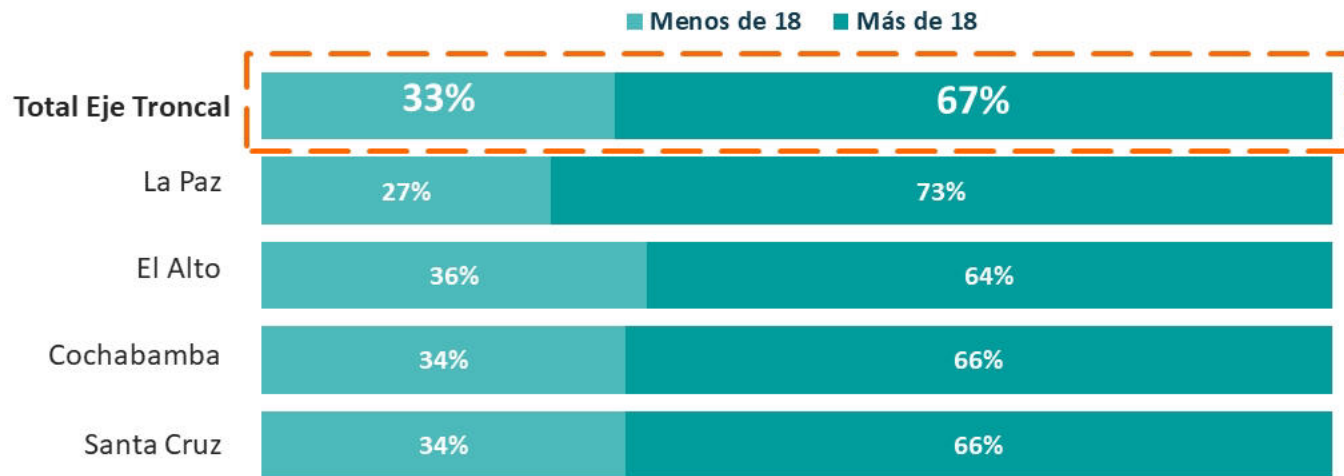
En las cuatro ciudades del Eje Troncal, siete de cada diez se auto identifica como NO indígena. Es en la ciudad de El Alto, donde esta relación se invierte donde aproximadamente seis de cada diez, SÍ se identifica como indígena.



La medición de Niveles Socioeconómicos (NSE) y la caracterización de los diferentes estratos que componen la pirámide social utiliza como principal fuente de información la Encuesta de Hogares, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el año 2017

RELACIÓN ENTRE MAYORES Y MENORES DE 18 AÑOS

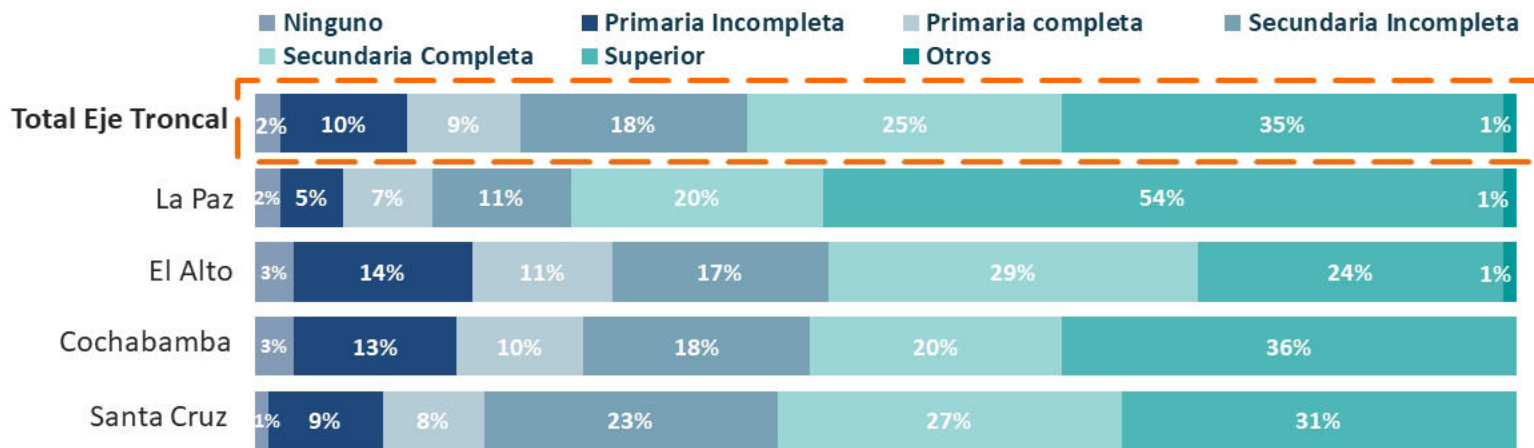
En las cuatro ciudades del Eje Troncal, aproximadamente por cada 7 adultos (mayores de 18 años), hay 3 menores de edad. La población de la ciudad de La Paz está conformada por más personas adultas que en la otras ciudades.



La medición de Niveles Socioeconómicos (NSE) y la caracterización de los diferentes estratos que componen la pirámide social utiliza como principal fuente de información la Encuesta de Hogares, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el año 2017.

POBLACIÓN DEL EJE TRONCAL SEGÚN NIVEL DEL EDUCACIÓN

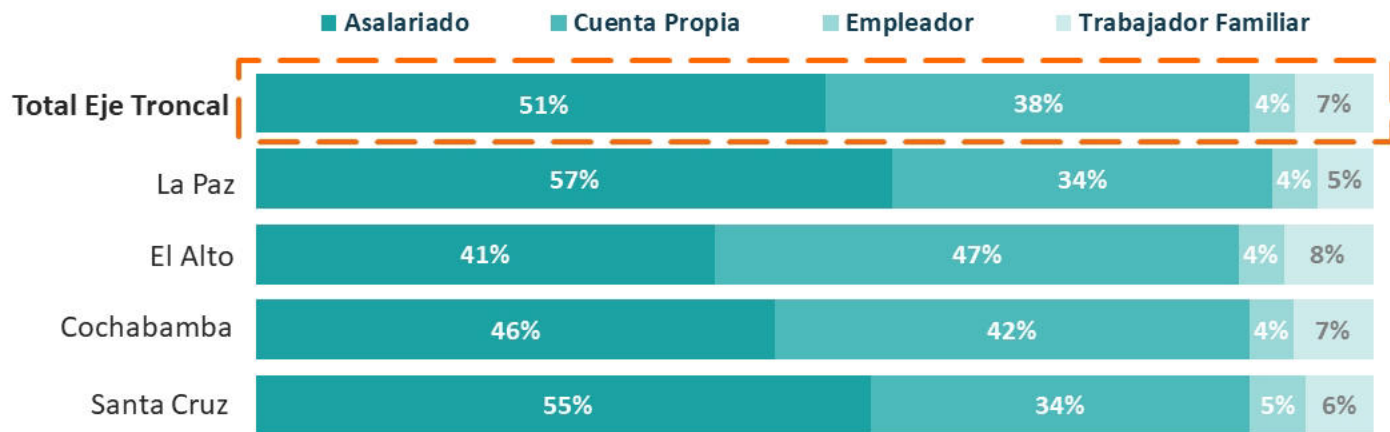
Un poco más de la tercera parte de la población mayor de 18 años que reside en las cuatro principales ciudades del Eje Troncal, cuenta con un nivel de educación superior. Es en la ciudad de La Paz donde más de la mitad de su población cuenta con este nivel de educación. En cambio, es en la ciudad de El Alto, donde se observa menor proporción de personas con estudios superiores.



La medición de Niveles Socioeconómicos (NSE) y la caracterización de los diferentes estratos que componen la pirámide social utiliza como principal fuente de información la Encuesta de Hogares, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el año 2017

POBLACIÓN DEL EJE TRONCAL SEGÚN SITUACIÓN DE EMPLEO FORMAL

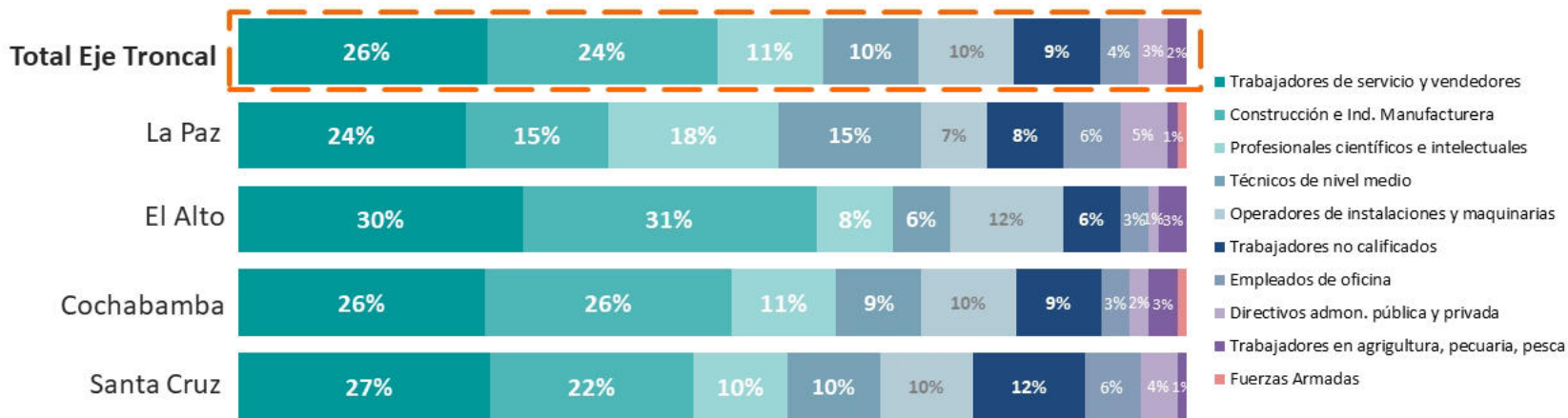
La mitad de la población mayor de 18 años residente en las ciudades del Eje Troncal, trabaja como asalariado. Esto es así, principalmente en la ciudad de La Paz y Santa Cruz, en cambio en las ciudades de El Alto y Cochabamba, la proporción de personas que trabajan por cuenta propia se incrementa, siendo incluso en El Alto, más personas que trabajan de esta manera que las que son asalariadas.



La medición de Niveles Socioeconómicos (NSE) y la caracterización de los diferentes estratos que componen la pirámide social utiliza como principal fuente de información la Encuesta de Hogares, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el año 2017

POBLACIÓN DEL EJE TRONCAL SEGÚN OCUPACIÓN PRINCIPAL (FORMAL)

La principal ocupación de las personas en las ciudades del Eje Troncal, está relacionada con servicios y las ventas. Actividades presentes en mayor proporción en El Alto. En esta ciudad, también es más frecuente la ocupaciones relacionadas con la construcción y la industria manufacturera.



La medición de Niveles Socioeconómicos (NSE) y la caracterización de los diferentes estratos que componen la pirámide social utiliza como principal fuente de información la Encuesta de Hogares, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el año 2017

COMPOSICIÓN DEL GASTO EN CONSUMO



4

COMPOSICIÓN DEL GASTO EN CONSUMO - BOLIVIA

A nivel nacional, prácticamente la mitad de los gastos mensuales de los bolivianos, es en alimentos y bebidas.



COMPOSICIÓN DEL GASTO EN CONSUMO - BOLIVIA

Se observan diferencias entre las personas que residen en área urbana y las personas que residen en área rural (localidades menores a 2.000 habitantes). Entre las principales, el gasto en vivienda, en transporte, en educación, en comunicación y en restaurantes.



Área Urbana



Área Rural



MONITOR DE EXPOSICIÓN DE MEDIOS MDS 2021

5



Objetivo

Monitorear de manera integral el consumo de medios y grandes categorías de productos/servicios.

FICHA METODOLÓGICA

Estudios



El presente informe es un resumen ejecutivo de las dos olas llevadas a cabo el 2021.

- Ola 1 del 1 de mayo al 30 de junio de 2021
- Ola 2 del 1 de agosto al 30 de septiembre de 2021.

Técnica



La técnica usada fue mixta: Se realizaron encuestas online y encuestas cara a cara en puntos de interceptación.

Universo



Hombres y mujeres mayores de edad que viven en el Eje Troncal del país.

Muestra Obtenida



- **Ola 1:** 6.209 encuestas
- **Ola 2:** 5.041 encuestas.

Para un total de:
11.250 encuestas.

Error muestral



Los errores muestrales para las encuestas varían entre $\pm 1,2\%$ y $1,4\%$

* No se puede asociar ningún margen de error a una muestra on line por auto-selección.

Observaciones

Para minimizar el abandono del respondiente ante cuestionario tan extensos como este, el MDS se divide en dos partes con algunas secciones en común, como ser: Demográficos, Penetración de medios y Compras. Las secciones que no fueron evaluadas por toda la muestra se han ponderado de manera independiente para garantizar una expansión adecuada.

MUESTRA POR MEDIO



TV
6,477
encuestas



PRENSA
6,477
encuestas



RADIO
6,477
encuestas



INTERNET
4,773
encuestas



PUBLICIDAD
4,773
encuestas



TELEFONÍA
4,773
encuestas

INTRODUCCIÓN

Se presentarán los principales hallazgos para

Consumo de medios: Televisión, radio, prensa escrita, prensa digital y redes sociales

Tenencia de servicios: Televisión por suscripción (cable y streaming), Internet y Streaming

Exposición a publicidad y consumo: Categoría de bebidas no alcohólicas y su portafolio de medios

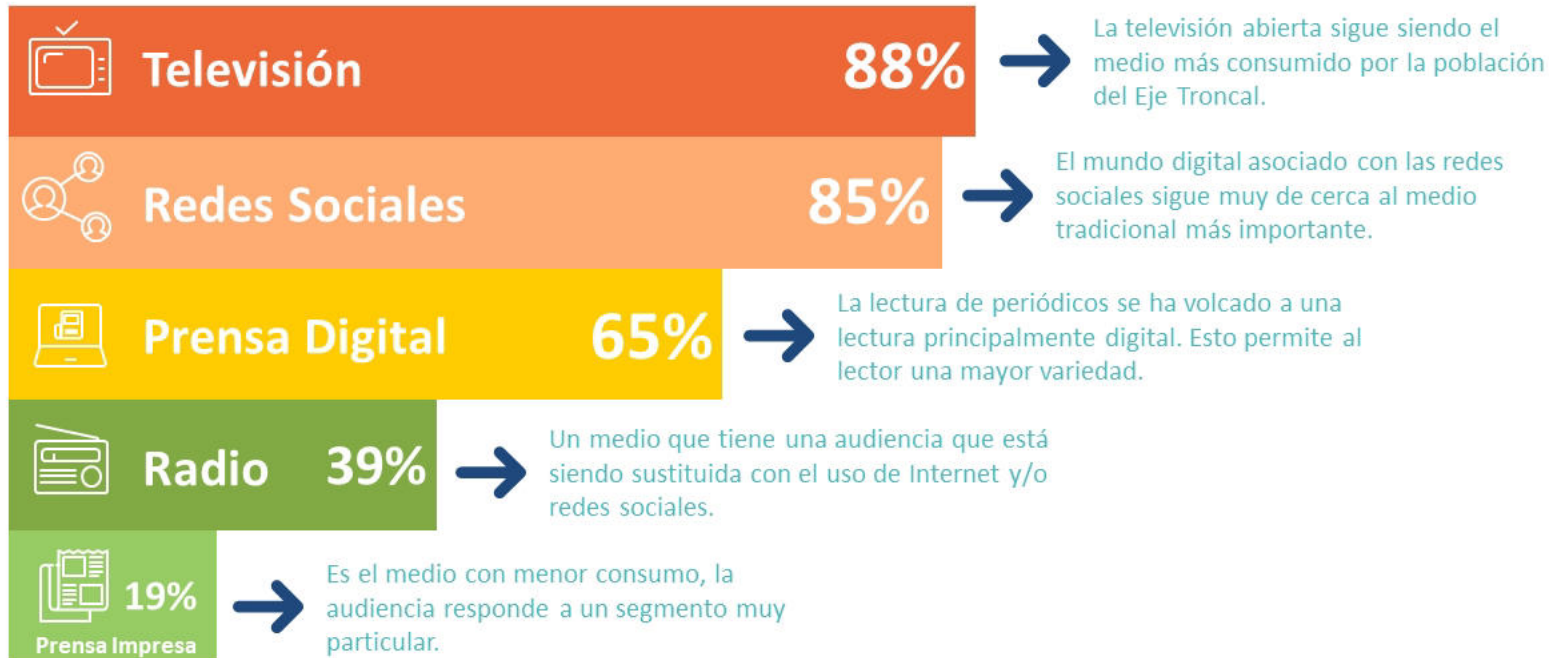


Consolidado de los meses de:

Enero
Febrero
Marzo
Abril
Mayo

2022

PENETRACIÓN DE MEDIOS





La televisión abierta sigue siendo el medio que más consume la población del Eje Troncal



La televisión tiene como **competencia** al **streaming** y la oferta de **cable, digital o satelital**, ya que, por un lado, un tercio de quienes miran TV abierta también cuentan con servicio de streaming y por otro lado, 6 de cada 10 ya cuentan con alguno de los servicios de cable, TV digital o satelital.



Definitivamente, el **proveedor favorito de streaming es Netflix** seguido por un empate de Disney+ y Amazon; aunque en Santa Cruz el segundo lugar es ocupado por Disney+ y luego Amazon; lo contrario pasa en El Alto.



Respecto a proveedores **de Cable, Tigo es el jugador dominante**, aunque no tiene liderazgo absoluto en Cochabamba, los segundos jugadores por ciudad son: en Santa Cruz COTAS, El Alto ENTEL y en La Paz COTEL.



Las mujeres (53%) miran un poco más de TV abierta que los hombres así como los **niveles bajos**. La tendencia de consumo por ciudades responde a los tamaños poblacionales de Bolivia y en orden de quienes miran más a menos están Santa Cruz, El Alto, La Paz y finalmente Cochabamba.



En la audiencia, el **principal interés para 4 de cada 10 encuestados, es la tecnología y el futuro**. Este interés es mayor entre quienes adicionalmente cuentan con cable/TV digital/satelital o streaming.



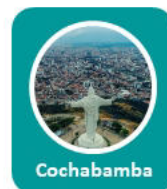
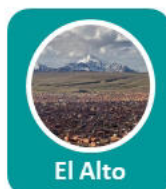
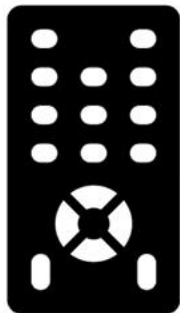
Los **días favoritos** para mirar TV abierta son el **lunes y el viernes** a nivel Eje, aunque existen algunas diferencias entre ciudades porque en **Santa Cruz y El Alto el día domingo se convierte en un día interesante**, mientras que para los **cochabambinos definitivamente el lunes** es el día de mirar TV y luego el viernes y sábado.



Los **horarios** de consumo de TV son los **tradicionales prime de la mañana, medio día y en la noche**; pero cabe resaltar que la ciudad de El Alto es la más mañanera de todas las ciudades y que las personas de NSE bajo prefieren más el horario nocturno de 20:00 a 21:59.



Ranking de Canales



	Bolivia	Santa Cruz	El Alto	La Paz	Cochabamba
1º					
2º					
3º					
4º					



El uso de redes sociales es importante así como la oportunidad de cross media

91%
tiene



El 91% manifiesta tener redes sociales con **Santa Cruz como la ciudad con mayor población que cuenta con las mismas**. En El Alto, un 23% indica que no tiene una cuenta de redes.

85%
día anterior



Entre quienes tienen una cuenta de redes sociales, **el 85% la consultó el día anterior a la encuesta**.

Usos de las redes sociales



1º - Eventos sobre lo que ocurre en el país: **50%**

2º - Qué hace la familia y amigos: **37%**



1º - Ver y escuchar videos / entretenimiento: **73%**

2º - Eventos sobre lo que ocurre en el país: **28%**

3º - Compartir noticial: **27%**



1º - Qué hace la familia y amigos: **58%**

2º - Eventos sobre lo que ocurre en el país: **37%**

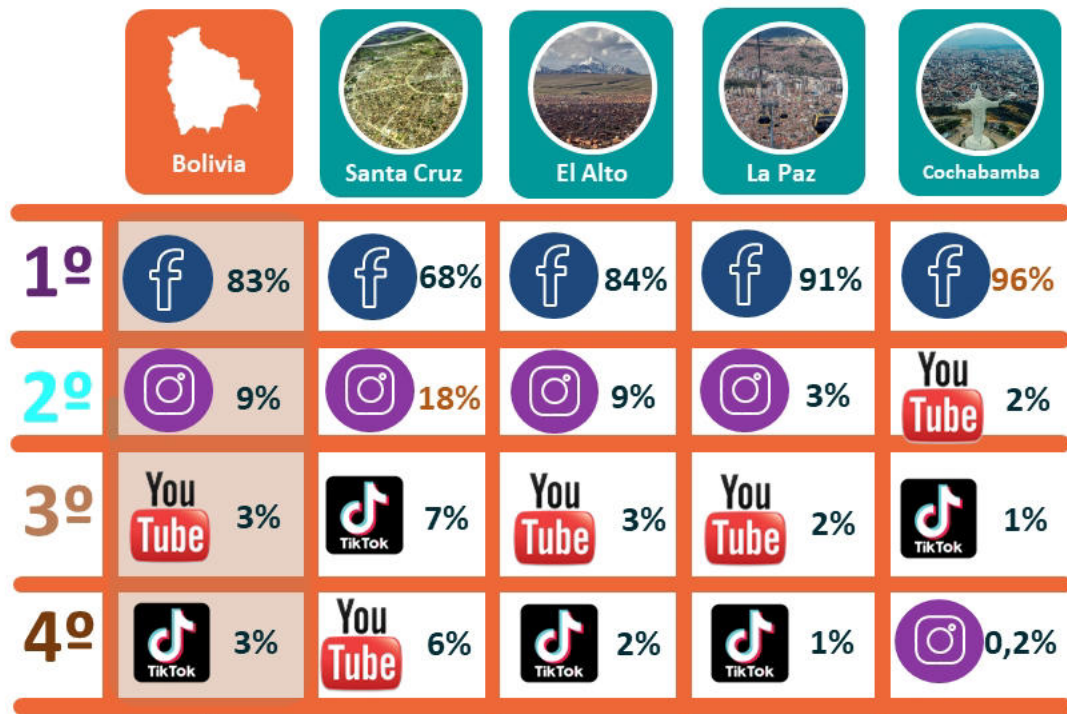


1º - Ver y escuchar videos / entretenimiento: **56%**

2º - Eventos sobre lo que ocurre en el país: **33%**



Ranking de Apps de RRSS



→ Similar para todas las ciudades del Eje Troncal

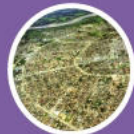


Prensa Digital

% que lee PD



Bolivia
65%



Santa Cruz
70%



La Paz
66%



Cochabamba
62%



El Alto
55%



73%



56%

NSE Altos 85%

NSE Bajos 58%

Share diferenciado por ciudad

Lectura

1/3 escasa
1-3 veces / semana

1/3 moderada
4-7 veces / semana

1/3 obsesiva
más de 1 vez al día

Ciudad	El Deber	La Razón	Los Tiempos	Página 7	Extra	Diario	El Alteño	Opinión	La Voz
Santa Cruz	86%	2%	0.6%	1%	3%	0.6%			0.2%
El Alto	17%	20%	2.3%	11%	19%	11%	6%		
La Paz	20%	25%	2%	25%	9%	9%			
Cochabamba	12%	4%	46%	2%	6%			13%	7%



La radio, el más fragmentado de los medios y que perdiendo espacio



Si bien a nivel total **39% manifestó que escuchó radio recientemente**, las ciudades que más lo hacen son El Alto y La Paz con 47% y 46% respectivamente. En Santa Cruz sólo 3 de cada 10 mencionó haberlo hecho.



Los radioescuchas son sobre todo **hombres** y personas que tienen entre **41 y 55 años** de edad.



No existen diferencias significativas entre radio escuchas segmentados por **nivel socioeconómico**.



Lo que se busca en este medio son **música, informativos, programas de opinión o entrevistas y deportivos**. Siguen esa línea todas las ciudades menos El Alto donde los informativos es lo más importante llegando a un 61% de entrevistados que mencionaron ese contenido.



Es importante resaltar que **los gustos en cuanto a música de las ciudades puede variar ligeramente** ya que si bien **la mayoría de los ciudadanos mencionó que prefiere la música variada**, en Santa Cruz y El Alto, por ejemplo, se prefieren también las cumbias y música romántica; mientras que en La Paz los clásicos y POP; y en Cochabamba el POP; las románticas y folklore. El tema de la música es fundamental para establecer la conexión emocional de las marcas con la audiencia.



El **sábado** es el día para escuchar la radio en la mañana **de 9 a 12** del medio día

RADIO



Las principales radios del país tienen un alcance nacional como lo son Panamericana, Fides y Disney. El resto tienen carácter algo más local. Se puede observar una fragmentación de la oferta.



Periódicos, el medio menos usado en la actualidad



61%

consume este medio de una forma escasa

1 a 3 veces por semana

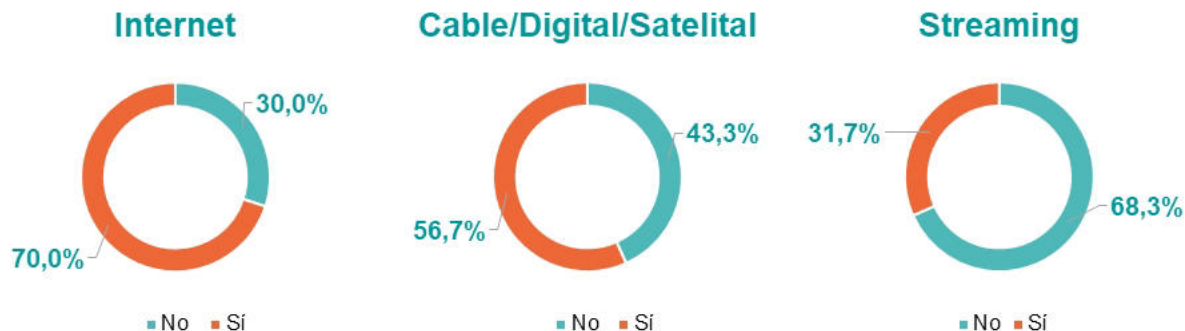
Share diferenciado por ciudad

Ciudad	El Deber	La Razón	Los Tiempos	Página 7	Extra	Diario	El Alteño	La Voz
Santa Cruz	88%				4%			
El Alto		24%		4%	38%	13%	10%	
La Paz		43%		11%	21%	14%		
Cochabamba			31%		14%			31%

Los medios que se consumen son diferentes por región aunque la presencia de medios importantes tienen cierto porcentaje de lectores que buscan los periódicos de otras regiones.

INTERNET, CABLE/DIGITAL/SATELITAL Y STREAMING

Estos servicios son adquiridos por personas entre 18 y 40 años de edad.



- ➔ En el Eje troncal, **La Paz es la ciudad que más tiene los tres servicios** (Internet 78%, Cable/Digital/Satelital 66% y Streaming 43%) seguida por Santa Cruz (Internet 73%, Cable/Digital/Satelital 68% y Streaming 36%).
- ➔ **La ciudad de El Alto es la ciudad que menos está provista de los servicios** alcanzando a 60% de Internet, 36% de Cable/Digital/Satelital y solo el 14% cuenta con Streaming.
- ➔ Asimismo y dado que los servicios significan un costo aún importante en los hogares, los mismos **se encuentran más en los hogares de nivel alto y medio alto** (Internet 86%, Cable/Digital/Satelital 76% y Streaming 56%) que en los bajos (Internet 63%, Cable/Digital/Satelital 48% y Streaming 23%).

RECORDACIÓN DE PUBLICIDAD



Redes Sociales 34%



Internet 23%



Televisión 15%



Publicidad, los dos medios por los que más se recuerda publicidad son las redes sociales y el Internet. La TV ocupa un tercer lugar. Cabe resaltar que el awareness para bebidas no alcohólicas es mejor en TV.

Interés por
el deporte



Sí recuerda
46%

No recuerda
54%

Interés por
la tecnología y el futuro



Sí recuerda
70%

No recuerda
30%

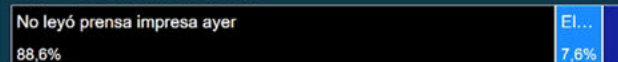
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS Y SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS

Total

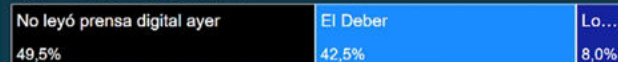
TOP 3 CANALES



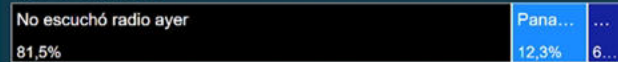
TOP 3 PRENSA IMPRESA



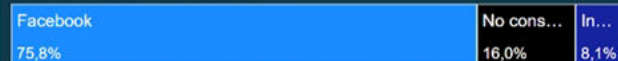
TOP 3 PRENSA DIGITAL



TOP 3 RADIOS



TOP 3 REDES SOCIALES



Interés por la tecnología y futuro

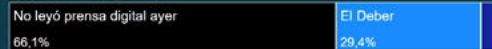
TOP 3 PRENSA DIGITAL



Se observa que "El Deber" se pone en primer lugar en prensa escrita con 11 puntos por encima del general cuando solo seleccionamos a aquellos/as que muestran interés por la tecnología y el futuro

Interés por el deporte

TOP 3 PRENSA DIGITAL



Aquellos/as interesados en el deporte no leyeron prensa escrita ayer 16 puntos por encima que solo observando los datos totales



GRACIAS!

www.ipsosciesmori.com

GAME CHANGERS



ciesmori