

IGM – Perfil del Ama de Casa 2012

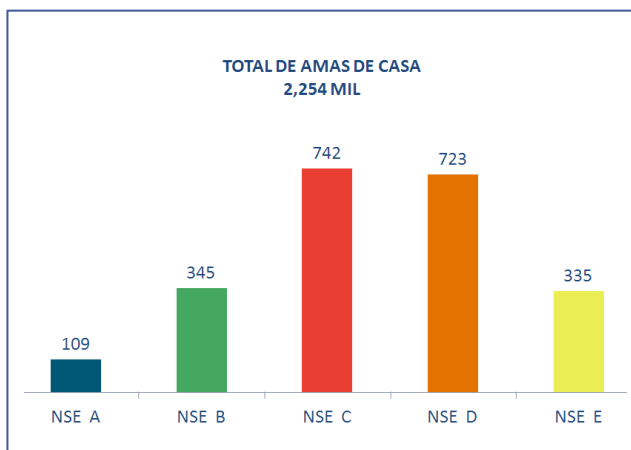
Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Perfil del Ama de Casa, que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

El ama de casa promedio tiene 41 años, pertenece al NSE C, está casada y tiene tres hijos en promedio. Se dedica exclusivamente al hogar y su máximo nivel de instrucción es secundaria completa.

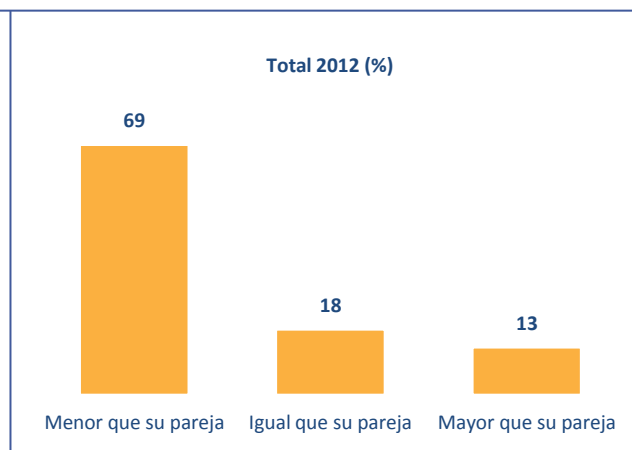
Aunque la educación superior completa la alcanzan las entrevistadas del NSE A y las del NSE B presentan un mayor porcentaje de acceso a una carrera técnica, dos de cada cinco amas de casa piensan realizar algún tipo de estudio en el futuro.

A pesar de que más del 50% se dedica exclusivamente al cuidado de su hogar, 15% manifiesta que son ellas quienes más aportan económicamente, y en los niveles más altos este porcentaje puede duplicarse.

Población de amas de casa - Lima Metropolitana 2012



Diferencia de edad con su pareja



En los últimos diez años, el nivel de bancarización casi se ha duplicado, sin embargo todavía menos de la tercera parte de entrevistadas tiene algún producto bancario.

Solo una de cada diez amas de casa tiene servicio doméstico y no delega al personal las compras para el hogar, las que realiza principalmente en la mañana, ni la preparación de los alimentos.

Los gastos del hogar se distribuyen 60% en el mercado, 20% en la bodega y 20% en el supermercado; sin embargo, estas proporciones cambian significativamente según el nivel socioeconómico.

Metodología

Encuestas realizadas entre el 4 de agosto y 20 de agosto del 2012 a una muestra aleatoria conformada por 597 amas de casa de 18 a 70 años residentes de Lima Metropolitana.

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos.com)
Elaboración del estudio : Patricia Buchhammer (patricia.buchhammer@ipsos.com)
Asistente de ventas : Johana Tang (johana.tang@ipsos.com)

Marketing Data

Marketing Data es un servicio de información que brinda los principales hallazgos de los estudios multiclientes, que realiza Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A. El contenido detallado y los resultados desagregados de las investigaciones se encuentran en los informes que publica Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
Av. Reducto 1363, Miraflores, Lima - Perú
610-0100
www.ipsos-apoyo.com.pe

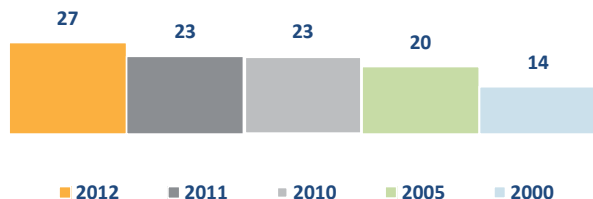
El 65% de las amas de casa asiste diariamente a la bodega, mientras que 50% lo hace al mercado y deciden qué comprar en el mismo punto de venta.

Por otro lado, los abarrotes son los productos que prefieren comprar en los supermercados y las gaseosas en las bodegas, mientras que en el mercado buscan productos más frescos, como las verduras, frutas, carne, pollo o pescado.

Las razones principales por las que las entrevistadas no compran en el supermercado son principalmente los precios altos y su ubicación.

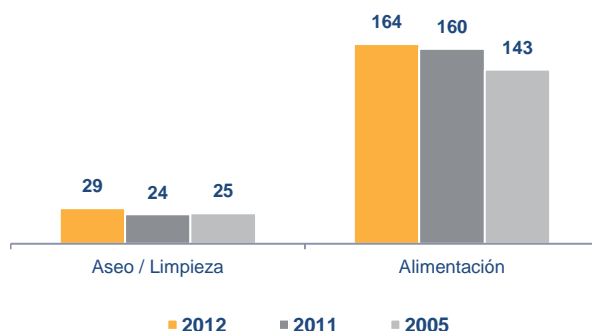
Bancarización

Total comparativo (%)
2000-2012



Promedio de gastos semanales

Total comparativo (\$/.)
2005 - 2012



Un poco menos de la mitad de las entrevistadas alguna vez se ha conectado a internet y la tercera parte de ellas usa alguna computadora, principalmente en el hogar.

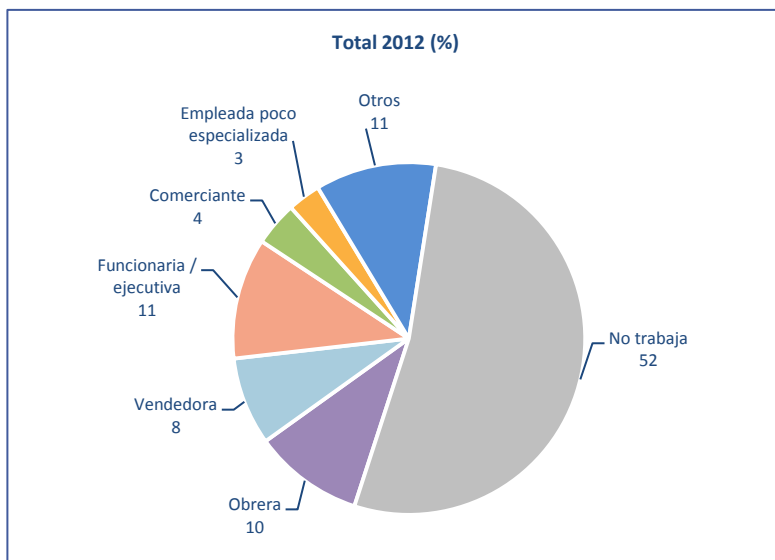
Tres de cada cinco tienen un teléfono celular y la tercera parte del total cuenta con una *laptop* o computadora personal.

La posta médica o el hospital son los lugares a donde suele acudir cuando tiene algún problema de salud y cerca del 50% ya cuenta con un seguro; el SIS es el que más ha crecido dentro de este segmento.

Cuatro de cada diez amas de casa han sido intervenidas por alguna operación por motivos de salud y solo 1% del total se ha sometido a alguna cirugía estética.

Por lo menos una vez al mes el 60% de las responsables del hogar visita a algún familiar, el 40% asiste a un restaurante o café, el 35% se reúne con amigos y el 30% acude a una peluquería.

Ocupación principal de las amas de casa



IGM – Perfil del Ama de Casa 2012

El informe se presenta en versión impresa. También se podrá consultar vía web todo el documento a través de nuestro **Marketing Data Plus**, banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes, el cual le permite acceder a los resultados por medio de un buscador.

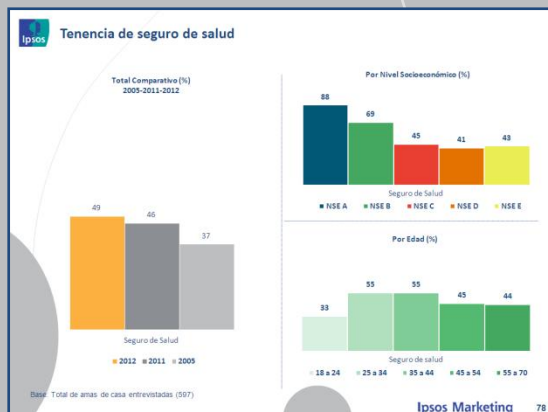
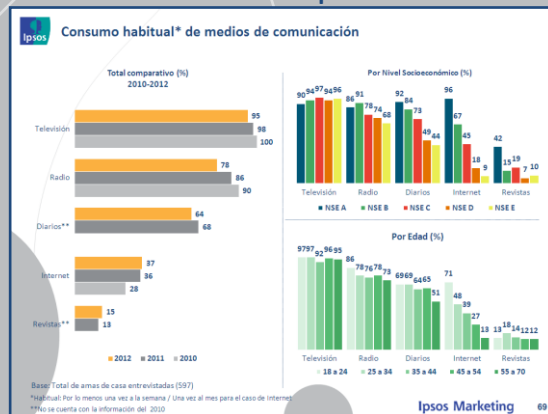
Marketing Data Plus



CONTENIDO DEL INFORME

Resumen ejecutivo
 Perfil demográfico
 Educación
 Situación laboral
 Situación financiera
 Sobre los hijos y el hogar
 Hábitos y actitudes como consumidora
 Asistencia a establecimientos de formato moderno y tradicional
 Medios de comunicación e internet
 Tecnología
 Salud
 Actividades que realiza
 Perspectivas a futuro

Informe impreso



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
 Av. Reducto 1363 - Miraflores
 Telf: 610-0100

Deseamos adquirir el estudio **Perfil del Ama de Casa 2011**

Sírvanse remitir el informe con los resultados del estudio a:

Nombre: _____ Cargo: _____ E-mail: _____

Empresa: _____ Dirección: _____

RUC: _____ Teléfono: _____ Fax: _____

Enviar factura a nombre de: _____ Firma: _____

Atención:
 Javier Álvarez
 Gerente de Ipsos Observer

Precio: S/.3,500 (incluye IGV)

Para cualquier consulta, comunicarse con **Johana Tang Lévano** (asistente de ventas)
 a los teléfonos 610-0100 ó 610-0121 o vía mail a johana.tang@ipsos.com