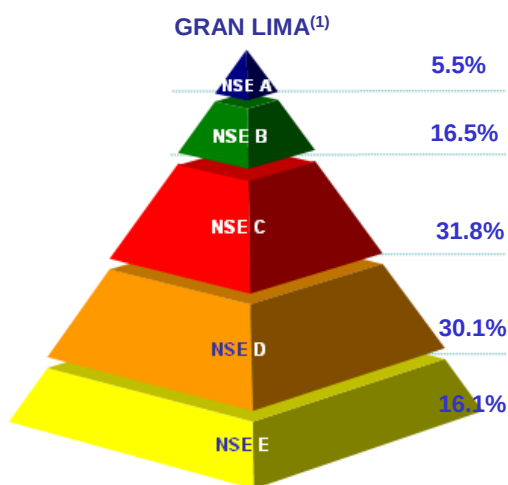


## Niveles Socioeconómicos de la Gran Lima 2009

**Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio “Niveles Socioeconómicos de la Gran Lima 2008” que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.**

A un año de cumplirse los primeros veinte años desde que APOYO empezó a usar la segmentación de los hogares por niveles socioeconómicos en el Perú, por primera vez se ha unificado la fórmula de cálculo entre todas las agencias de investigación. **Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.** ha adoptado a partir de este año la fórmula de NSE desarrollada por la APEIM. Antes de tomar esta decisión se realizaron pruebas de la misma sobre nuestra propia muestra de entrevistados y se encontró que no existían diferencias significativas en los resultados totales aplicando una fórmula u otra.

El Nivel Socioeconómico (NSE) constituye una de las variables fundamentales en el proceso de clasificación de información. Se entiende por NSE un conjunto significativo de personas que comparten condiciones económicas y sociales que las hacen similares entre sí y distintas de las demás.



La nueva fórmula toma como variables de cálculo: educación del jefe de hogar, lugar de atención de la salud, tenencia de algunos bienes, hacinamiento (miembros del hogar y habitaciones para dormir) y el tipo de piso de la vivienda.

Si bien la nueva fórmula de niveles socioeconómicos usa algunas variables distintas para agrupar a los hogares, se observa que el perfil de los mismos no ha sufrido grandes variaciones; por tanto, la nueva fórmula APEIM y la que IAOM utilizaba clasifican a los hogares de manera similar dándole el nivel socioeconómico correspondiente.

Observando algunas características de los hogares se podría separar a estos en tres grupos grandes: AB1, B2C y DE.

### Metodología

Encuestas realizadas durante el junio y julio de 2009 a una muestra aleatoria conformada por 1,060 jefes del hogar mayores de 18 años en el ámbito de la Gran Lima. Se consideraron los 49 distritos de Lima y Callao (37 metropolitanos y 12 periféricos).

Director del estudio : Javier Álvarez ([javier.alvarez@ipsos-apoyo.com.pe](mailto:javier.alvarez@ipsos-apoyo.com.pe))  
Elaboración del estudio : Claudia Vega ([claudia.vega@ipsos-apoyo.com.pe](mailto:claudia.vega@ipsos-apoyo.com.pe))  
Asistente de ventas : Johana Tang ([johana.tang@ipsos-apoyo.com.pe](mailto:johana.tang@ipsos-apoyo.com.pe))

### 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. República de Panamá 6380. Miraflores. Lima. Perú

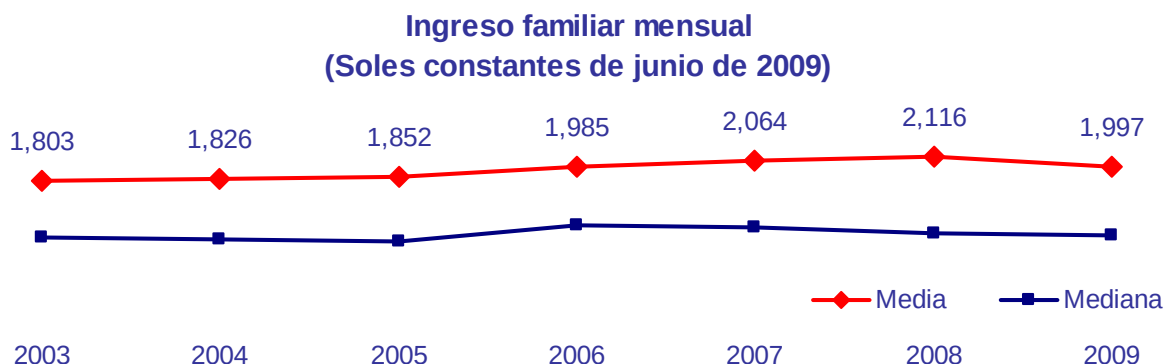
610-0100 / 241-8141

[www.ipsos-apoyo.com.pe](http://www.ipsos-apoyo.com.pe)

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL  
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

El ingreso promedio mensual del hogar limeño descendió ligeramente respecto del año anterior. La principal contracción se da en el nivel alto, que sintió más el ajuste económico de los últimos meses. En el resto de NSE se observa una tendencia estable.

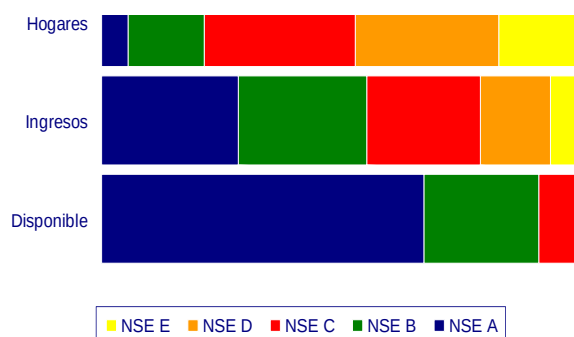
### Ingreso familiar mensual (soles constantes de Junio de 2009)



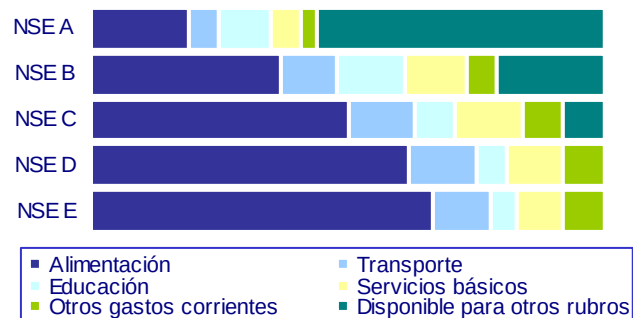
Fuerte incremento de los gastos en todos los rubros en especial de alimentos, transporte, telefonía y luz eléctrica.

El impacto de este aumento se siente más en los niveles bajos donde el disponible para gastos distintos de los corrientes se reduce a cero e incluso hay saldo negativo. Considerando que hubo un ligero incremento en los ingresos de estos sectores, se evidencia que el aumento del costo de vida fue superior.

### Repartición de los ingresos totales de los hogares



### Peso de los principales rubros de gasto en el presupuesto del hogar



Desde el punto de vista del ciclo de vida de los hogares, se observa un menor nivel económico en aquellos que están en la etapa de consolidación (hijos entre 12 y 17 años) y la de estabilización (hijos menores y mayores de 18 años). Menor ingreso familiar, mayor proporción destinado a la alimentación y por lo tanto menos dinero disponible para otros gastos no corrientes (esparcimiento, vestimenta, etc.). Son hogares con mayor proporción de mujeres jefes de hogar y con menos aportantes permanentes al presupuesto.

Por otro lado, los hogares en desmembramiento (con hijos mayores de edad) son los que tienen mejor situación económica actual; los ingresos más altos ya que son más miembros los aportantes ya sea permanentes o eventuales. Asimismo, estos hogares tienen la mayor proporción de nivel AB.

La relación entre hogar según ciclo de vida y niveles socioeconómicos muestra que conforme la familia "madura" el nivel socioeconómico es mayor y, por tanto, mejor su situación económica.

La vivienda también es reflejo del nivel socioeconómico del hogar que la habita. La renovación de la casa es progresiva, por esto vemos que casi no hay cambios muy significativos en el tipo de material de paredes, techos y pisos. A pesar de un periodo de buenos resultados económicos no se observa grandes cambios en la infraestructura, pues éstos dependen de más variables que sólo las económicas. Tiene también un componente social y cultural, y un orden de prioridades en el gasto.

## Niveles Socioeconómicos de la Gran Lima 2009

El informe se presenta en versión impresa. También se podrá consultar vía web toda la información del informe 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

**Marketing Data plus**

Ingrese sus datos

Usuario:

Contraseña:

Entrar

Si Marketing Data plus es el banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes que le permitirá descargar los informes y boletines. También podrá acceder a todas las preguntas y respuestas de los estudios por medio de un buscador.

Si tuviesen interés en adquirir nuestros Estudios Multiclientes y para cualquier consulta adicional, les agradeceríamos comunicarse con Johana Tang, Asistente de ventas a los teléfonos 241-8141 / 610-0100 o vía e-mail a [johana.tang@ipsos-apoyo.com.pe](mailto:johana.tang@ipsos-apoyo.com.pe)

Descargue aquí la presentación de los Estudios Multiclientes ...

Estudios publicados recientemente:

- Librería en productos comestibles
- Hábitos y actitudes hacia la radio y TV
- Perfil del Adulto Joven
- Cliente idealista / realista

### CONTENIDO DEL INFORME

*Presentación*

*Pirámide Socioeconómica de la Gran Lima 2009*

*Resumen ejecutivo*

*Distribución por Nivel Socioeconómico de algunas variables importantes*

*Perfil del hogar limeño según su NSE*

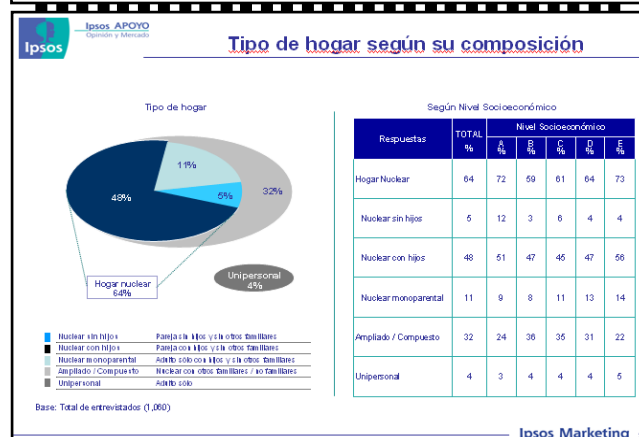
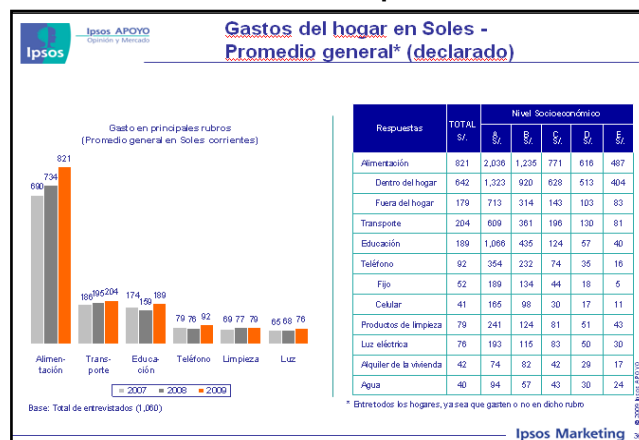
*Características del hogar*

*Características del hogar según ciclo de vida*

*Características de la vivienda*

*Tenencia de propiedades, bienes y servicios*

### Informe impreso



## ORDEN DE COMPRA

Señores,  
**Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.**  
Av. República de Panamá 6380 - Miraflores  
Telf: 610-0100, 241-8141 Fax: 447-1831, 445-2982

Deseamos adquirir el estudio **Niveles Socioeconómicos de la Gran Lima 2009**

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/. 3,300 (Incluye IGV)

**Nota:** Si tuviese interés en adquirir este estudio, fotocopiar este formato para ser enviado por fax al 445-2982 ó 447-183, para cualquier consulta, comunicarse con Johana Tang a los teléfonos 610-0121/ 610-0100 ó vía email a [johana.tang@ipsos.com](mailto:johana.tang@ipsos.com)