

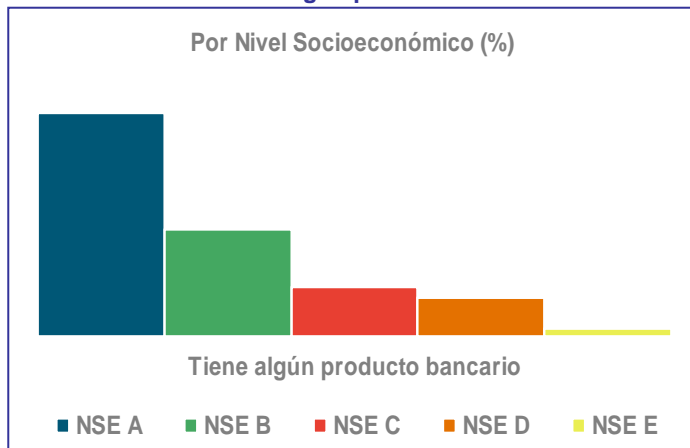
## IGM – Perfil del ama de casa 2010

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.

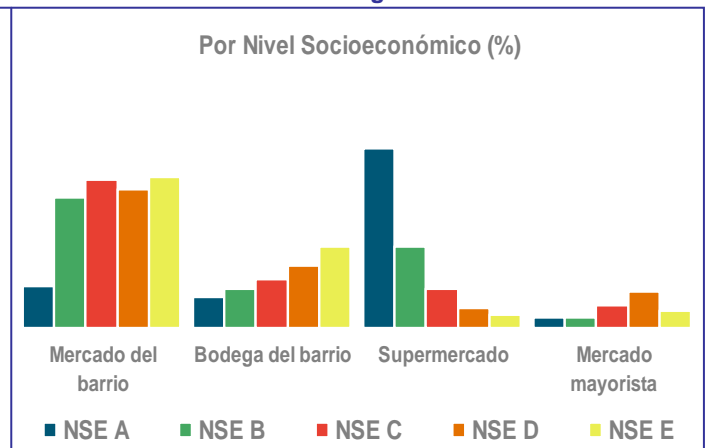
El ama de casa promedio tiene 41 años, pertenece al NSE C, está casada o convive con su pareja y tiene tres hijos. Se dedica exclusivamente al hogar, aunque ha tenido experiencia laboral y recibía una remuneración mensual por ello. Se levanta entre las seis y siete de la mañana y mientras realiza las labores diarias escucha la radio. Su nivel de instrucción alcanzado es secundaria completa e independientemente de su situación económica actual, le gustaría trabajar de manera permanente.

Una de cada diez amas de casa ha estudiado algún curso o taller en los últimos doce meses principalmente de costura/confección y computación. Por otro lado, un importante 36% de amas de casa son trabajadoras independientes y la venta de cosméticos por catálogo es la ocupación predominante entre las más jóvenes (18 a 34 años).

### Tenencia de algún producto bancario



### Distribución del gasto mensual



Casi la cuarta parte de amas de casa son bancarizadas y los principales productos con los que cuentan son: tarjeta de crédito, cuenta de haberes y cuenta de ahorros normal.

El 67% de amas de casa asiste al supermercado por lo menos una vez al mes, siendo Metro y Plaza Ve a los más concurridos. Cada dos meses, el 47% asiste a centros comerciales y el 35% a tiendas por departamentos.

Por otro lado, cuatro de cada diez amas de casa asiste a un restaurante de comida rápida por lo menos una vez al mes y son Norky's y KFC a los que más asisten.

#### Metodología

Encuestas realizadas entre el 20 de agosto y 20 de setiembre de 2010 a una muestra aleatoria conformada por 595 amas de casa de 18 a 70 años residentes de Lima Metropolitana

Director del estudio : Javier Álvarez ([javier.alvarez@ipsos.com](mailto:javier.alvarez@ipsos.com))

Elaboración del estudio : Patricia Buchhammer  
([patricia.buchhammer@ipsos.com](mailto:patricia.buchhammer@ipsos.com))

Asistente de ventas : Johana Tang ([johana.tang@ipsos.com](mailto: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. República de Panamá 6380. Miraflores. Lima. Perú

610-0100 / 241-8141

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

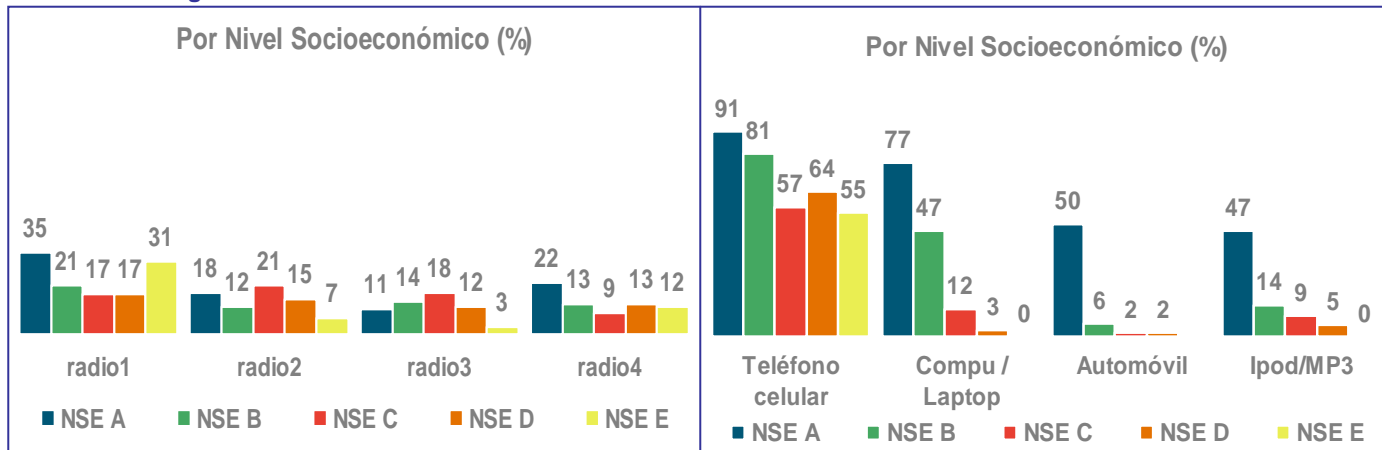
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL  
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

Seis de cada diez amas de casa asiste a las bodegas y mercados del barrio todos los días, y lo hacen principalmente en la mañana antes de comenzar a preparar el almuerzo.

Cuando se trata de alimentos o abarrotes, así como de los productos de limpieza del hogar, la calidad y precio son los atributos en los que se fija antes de la elección. En cambio cuando tiene que elegir bebidas o electrodomésticos, la marca es el atributo que se prioriza en la compra y el precio cuando se trata de ropa y calzado. Y si se trata de promociones, las del 2x1 son las preferidas por las responsables del hogar.

### Programa de radio más sintonizado

### Tenencia de bienes



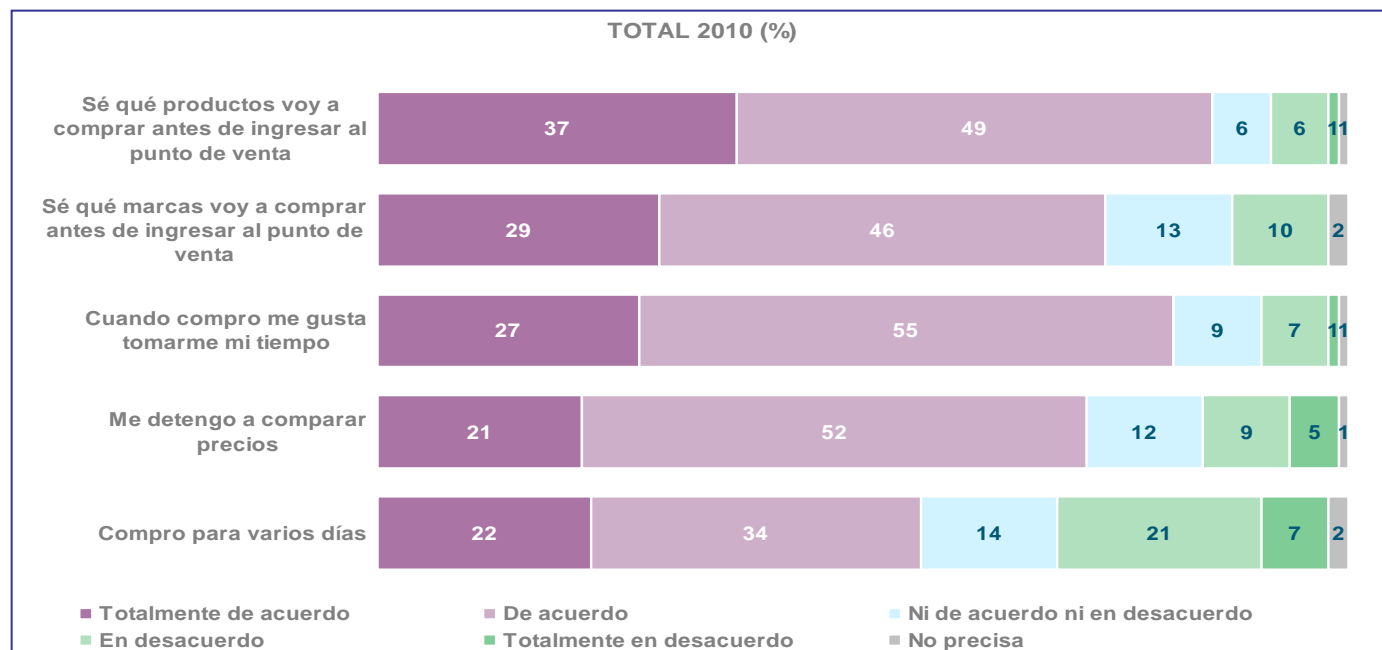
Entre las actividades que realiza el ama de casa con mayor frecuencia en su tiempo libre están las visitas a familiares e ir de compras sola o con amigas.

Los bienes tecnológicos de uso personal con los que cuenta este segmento de mujeres son: celulares en un 65%, computadoras o laptops en un 18% y autos en un 5%. En cuanto a seguros, sólo un 7% tiene seguro contra el cáncer y 18% de vida.

En promedio, las amas de casa se compran cuatro veces al año ropa, cremas y maquillaje y tres veces al año zapatos y accesorios. Por otro lado, los electrodomésticos serían para ellas el regalo perfecto.

Si hablamos sobre los hábitos de compra, más del 70% de las entrevistadas afirma que comprar las relaja y que siempre va a las mismas tiendas, además el 80% se fija mucho en las ofertas y las aprovecha.

### Actitudes hacia la compra



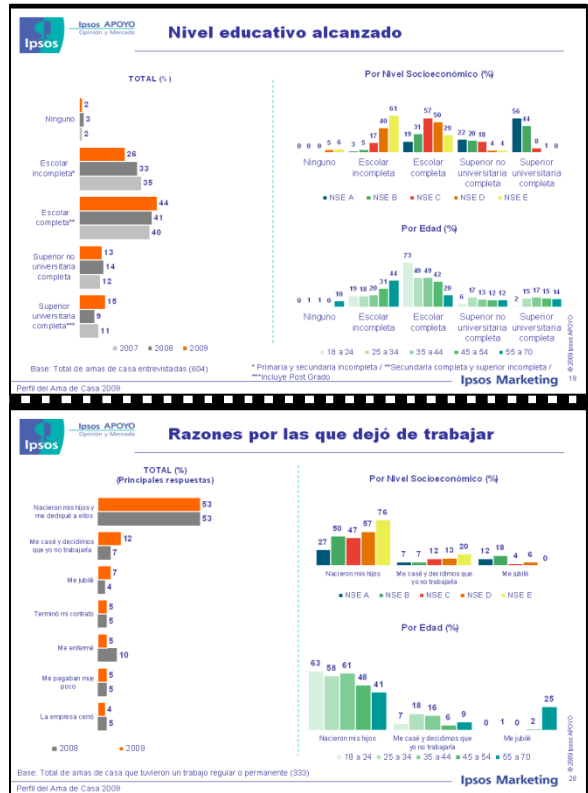
## IGM – Perfil del Ama de Casa 2010

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



### Informe impreso



### CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo
- Perfil demográfico
- Educación
- Situación laboral
- Situación financiera
- Administración del hogar
- Asistencia a establecimientos comerciales
- Preferencia en el Mix de marketing
- Medios de comunicación e Internet
- Actividades en el tiempo libre y Tecnología
- Salud, moda y belleza

## 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 **Perfil del ama de casa 2010**

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/. 2,900 (Incluye IGV)

**Nota:** Fotocopiar este formato para ser enviado por fax. Si tuviese interés en adquirir este estudio o algún otro de nuestros estudios le agradeceríamos comunicarse con **Johana Tang Lévano** (Asistente de Ventas) a los teléfonos 610-0100 ó 610-0121 o vía mail a [johana.tang@ipsos.com](mailto:johana.tang@ipsos.com)