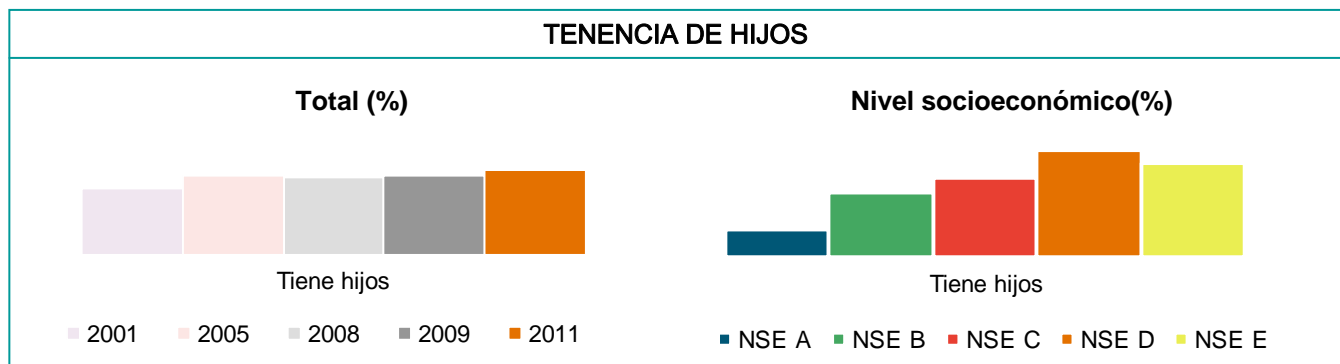


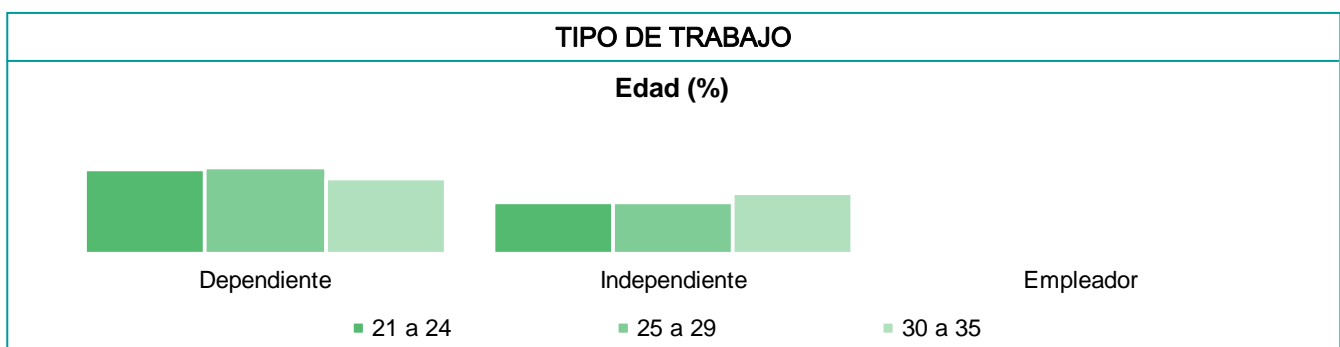
IGM – Perfil del adulto joven 2011

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio Perfil del adulto joven que anualmente realiza como parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

Son 2.4 millones de adultos jóvenes que habitan en Lima Metropolitana, los cuales representan el 25% de la población total. La mitad de ellos están casados o conviven, en promedio, desde los 22 años. Sin embargo, el 44% que no están casados, planean hacerlo en los próximos cinco años. Y poco más de la mitad de los jóvenes de los NSE bajos tiene hijos, proporción que disminuye significativamente si hablamos de los NSE medios y altos.



Las dos terceras partes de ellos trabajan y la gran mayoría de los jóvenes del NSE A lo hace en lo que ha estudiado; en cambio, los NSE D y E trabajan sin haber estudiado. Y, si se trata del almuerzo en días de trabajo, casi la mitad compra comida la mayoría de días.



Metodología

Encuestas realizadas entre el 15 al 26 de enero del 2009 a una muestra aleatoria conformada por 610 personas, hombres y mujeres, entre los 21 y 35 años de edad, de todos los niveles socioeconómicos.

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos.com)
 Elaboración del estudio : Leidy Ramos (leidy.ramos@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.

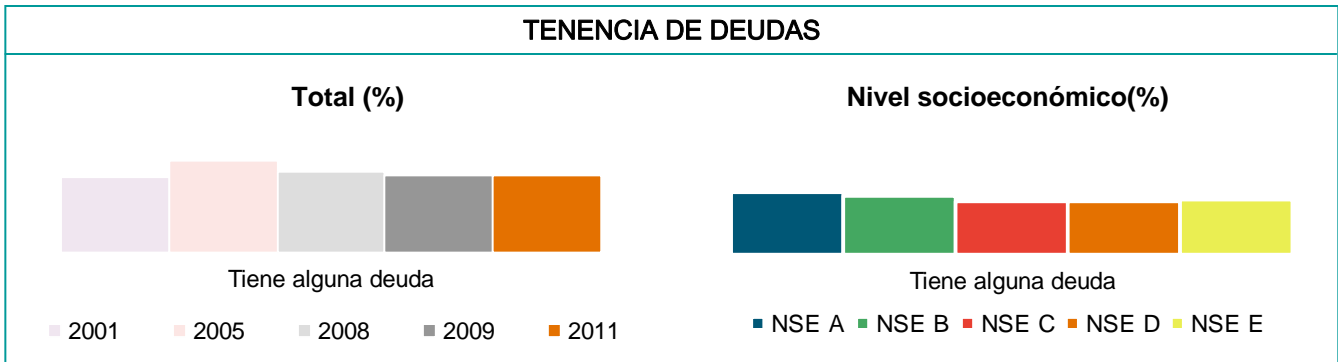
Av. Reducto 1363. Miraflores. Lima. Perú

Tel: 610-0100 Fax: 610-0191

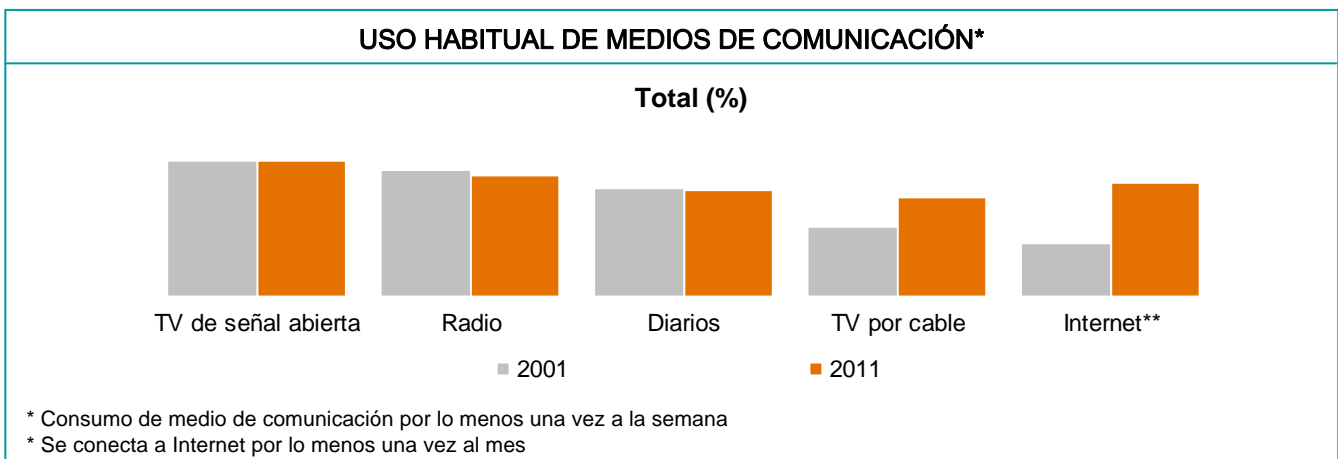
www.ipsos-apoyo.com.pe

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

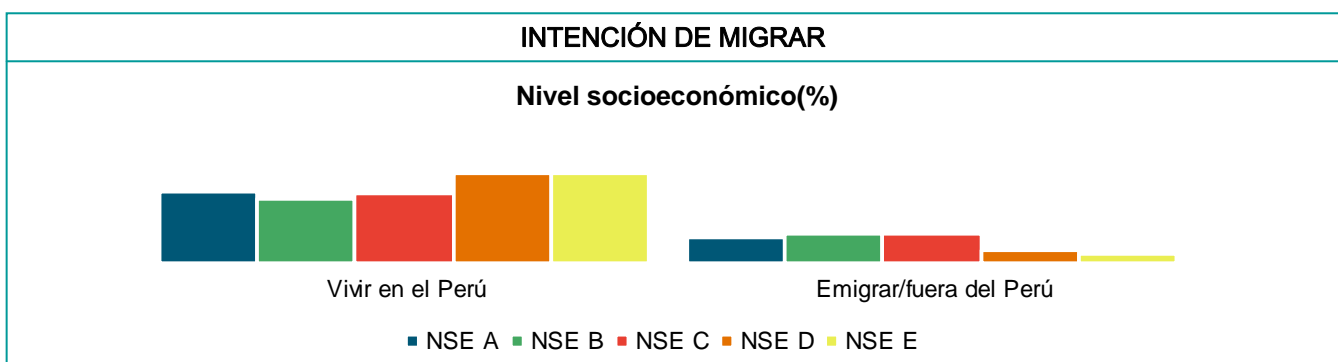
El ingreso mensual promedio ha aumentado casi el doble desde la primera medición: de S/.679 a S/.1,062. Adicionalmente a ello, la cantidad de adultos jóvenes que contribuye económicamente con los gastos del hogar también ha crecido de 68% en el 2001 a 82% en la presente medición. Por otro lado, el 37% del total de entrevistados tiene alguna deuda por pagar y el 44% ahorra parte de sus ingresos. Cabe mencionar que el nivel de tenencia de deudas se mantiene homogéneo en todos los NSE; sin embargo, el nivel de ahorro aumenta en gran proporción en el NSE A.



El uso habitual de medios de comunicación, como la televisión de señal abierta y diarios, se ha mantenido a lo largo de los últimos diez años: 96% y 75%, respectivamente. A diferencia de esos medios, la sintonía de la radio se ha visto afectada, pues ha descendido en diez puntos porcentuales desde el 2001 al 2011. En cambio, la sintonía de televisión por cable y la conexión a Internet han aumentado considerablemente, sobre todo este último. Y, respecto al uso de redes sociales, el 46% pertenece a alguna, entre las cuales el Facebook es la más usada, seguida por Hi5 y Twitter.



En los próximos doce meses, dos de cada diez planean comprar un vehículo, cuatro piensan remodelar o redecorar su casa y comprar artefactos de línea blanca. Y, en los próximos cinco años, uno de cada diez planea vivir fuera del Perú, intención que ha disminuido significativamente respecto a mediciones pasadas.



IGM – Perfil del adulto joven 2011

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.

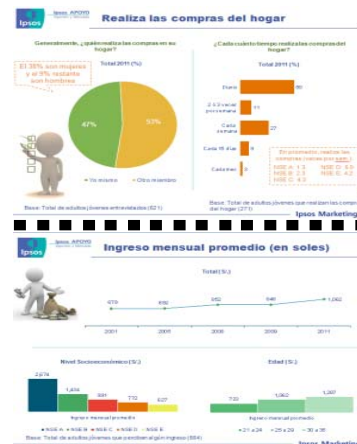
Marketing Data Plus



CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo
- Universo de adultos jóvenes
- Perfil demográfico
- Hogar
- Situación educativa
- Situación laboral
- Ingresos y gastos
- Productos financieros
- Uso de medios de comunicación
- Uso de redes sociales
- Actividades y lugares a los que asiste
- Medios de transporte
- Deportes y salud
- Viajes
- Tenencia de equipos tecnológicos
- Planes a corto y mediano plazo
- Actitudes diversas
- Tenencia de mascotas
- Ficha técnica

Informe impreso



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
Av. Reducto 1363 - Miraflores
Telf: 610-0100 Fax: 610-0191

Atención:
Javier Álvarez
Gerente de Ipsos Observer

Deseamos adquirir el estudio **Perfil del adulto joven 2011**

Precio: S/. 3,200 (Incluye IGV)

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: _____

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) al teléfono 610-0100 o vía mail a johana.tang@ipsos.com