



PERFIL DEMOGRÁFICO

	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		A/B	C	D/E
Total Amas de casa Lima y Callao (Universo en miles)	1,708.2	303.5	475.5	929.2
EDAD	%	%	%	%
17-25	8.5	0.8	4.3	13.2
26-37	36.6	32.0	35.8	38.4
38-50	34.9	28.2	38.3	35.3
51-+	20.1	39.0	21.6	13.1
OCUPACIÓN				
Ama de Casa	63.6	53.2	63.3	67.2
Trabajadora Independiente	14.7	2.9	9.5	21.2
Empleada	12.3	24.0	20.6	4.2
Estudiante	4.3	6.9	5.6	2.7
Jubilada	3.0	11.2	2.5	0.5
Obrera	2.1	0.0	1.1	3.2
Otra ocupación	3.4	7.8	2.1	2.7
GRADO DE INSTRUCCIÓN				
Primaria	16.1	1.2	3.5	27.4
Secundaria	42.9	14.3	41.1	53.0
Técnica	21.5	25.3	30.0	16.0
Superior	16.9	51.3	23.8	2.1
Post-Grado	1.8	7.8	1.5	0.0
Ningún nivel	0.8	0.0	0.0	1.5
ESTADO CIVIL				
Casada	53.3	87.2	65.8	35.9
Conviviente	35.4	2.4	20.4	53.9
Madre soltera	6.4	3.3	7.0	7.1
Otro estado civil	4.8	7.0	6.7	3.1



PERFIL PSICOGRÁFICO

	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		A/B	C	D/E
QUÉ HACEN EN SU TIEMPO LIBRE?	%	%	%	%
Tienen algún hobby, pasatiempo	87.9	87.7	89.6	87.0
Leyeron algún libro ^{1/}	50.7	64.4	55.4	43.7
Practican deportes	22.0	35.3	28.3	14.4
Compraron un boleto de lotería	14.4	27.9	17.4	8.5
Aquilaron un video / dvd	6.4	13.8	12.0	1.1
^{1/} incluye Biblia, novela, enciclopedia, textos informativos				
Asistencia a lugares de esparcimiento en los últimos 15 días:				
Restaurante	47.2	63.1	53.3	38.9
Fast food / restaurante de comida rápida	16.7	41.7	25.0	4.3
Parque de distracciones	15.0	21.5	16.5	12.1
Cine	8.6	25.3	10.5	2.2
Discoteca / Peña	6.6	6.9	9.0	5.2
Café / pub / bar	6.0	18.0	5.7	2.2
Casino / Sala de juegos	5.7	8.5	5.9	4.8
Evento deportivos	4.9	4.9	5.0	4.9
Actividades culturales ^{2/}	4.9	11.1	8.4	1.1
Teatro / Café teatro	1.1	4.5	1.0	0.0
^{2/} visita a museos, galerías de arte, exposiciones				
Asistencia a centros comerciales, autoservicios en los últimos 15 días:				
Autoservicio / Supermercados	59.1	88.9	74.9	41.3
Tienda por departamento	23.1	59.4	30.4	7.5
Centro Comercial	21.9	56.0	22.3	10.5
Viajes realizados en los últimos 6 meses:				
Viajes nacionales	27.0	34.4	26.8	24.6
Viajes internacionales	1.5	7.4	0.5	0.0
Utilizaron Líneas aéreas en sus viajes	2.1	9.8	1.1	0.0
Nivel nacional	0.9	4.1	0.6	0.0
Nivel internacional	1.5	7.4	0.5	0.0



PERFIL PSICOGRÁFICO

	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		A/B	C	D/E
	%	%	%	%
QUÉ SERVICIOS POSEEN?				
Financiero:				
Producto bancario (cta. cte., ahorro, depósito)	17.1	48.8	19.0	5.8
Tarjeta de crédito tienda comercial	11.6	35.7	14.5	2.2
Tarjeta de crédito bancaria	4.4	16.8	4.0	0.5
Tarjeta de afinidad	16.7	51.2	19.7	3.8
Seguro:				
Seguro médico	45.3	78.7	57.6	28.2
Seguro de vida	3.9	11.4	4.8	1.1
Otros				
Teléfono celular	13.2	37.6	11.0	6.5
Están inscritas en una A.F.P.	9.2	22.4	13.3	2.7
Membresía en un club social	6.4	26.7	5.1	0.5



HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS

	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		A/B	C	D/E
PRODUCTOS QUE USARON EN LA ÚLTIMA SEMANA				
	%	%	%	%
ASEO Y CUIDADO PERSONAL				
JABON DE TOCADOR	96.1	100.0	99.5	93.2
SHAMPOO	99.1	100.0	100.0	98.4
CREMA DENTAL	97.7	100.0	100.0	95.8
DESODORANTE	68.5	85.2	81.5	56.3
TOALLA SANITARIA (últ. Mes)	62.7	60.3	61.4	64.7
TRATAMIENTO FACIAL	44.5	67.0	53.3	32.6
CREMA DE MANOS/CUERPO	42.6	76.8	48.4	28.4
FRAGANCIAS	78.8	92.5	85.4	69.3
PRODUCTOS CONSUMIDOS EN LA ÚLTIMA SEMANA (dentro o fuera del hogar)				
BEBIDAS				
GASEOSAS	94.2	92.1	93.5	95.3
YOGURT	69.5	74.9	68.2	68.5
AGUA DE MESA	32.9	40.4	41.8	25.8
JUGO NATURAL/REFRESCO	31.0	32.0	34.2	28.9
BEBIDAS ALCOHÓLICAS				
CERVEZA	25.8	21.7	30.4	24.7
VINO	14.3	35.7	17.9	5.4
RON	9.0	14.0	10.6	6.5
WHISKY	3.9	12.3	5.0	0.5
MEDICAMENTOS				
ANALGESICOS	32.8	33.0	41.3	28.4
ANTIGRIPALES	23.2	27.1	29.9	18.4
OTROS				
CIGARRILLOS	14.9	16.3	18.5	12.6
PRENDAS DE VESTIR COMPRADAS EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES				
COMPRARON	59.5	68.0	67.4	52.6
JEANS	29.4	36.8	29.1	27.2
PANTALON	24.0	23.2	27.2	22.6
ROPA INTERIOR	19.4	22.2	27.7	14.2
POLO	13.3	13.8	15.2	12.1
BLUSA	11.6	12.8	14.1	10.0
CHOMPA	9.1	20.2	6.5	6.8
ZAPATOS	8.9	13.8	9.8	6.8
PANTIES	7.6	12.8	12.0	3.7
CALCETINES	5.8	3.9	7.1	5.8
CASACA	5.4	4.9	6.0	5.3
ROPA DE DEPORTE	5.3	10.3	3.3	4.7
ZAPATILLAS	4.5	6.4	4.9	3.7
OTRAS PRENDAS	13.3	31.5	12.4	8.0



HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS

	NIVEL SOCIOECONÓMICO			
	TOTAL	A/B	C	D/E
PRODUCTOS QUE USARON EN LA ÚLTIMA SEMANA				
	%	%	%	%
PRODUCTOS CONSUMIDOS / USADOS EN EL HOGAR DEL AMA DE CASA				
Última semana:				
ACEITE	100.0	100.0	100.0	100.0
DETERGENTE	100.0	100.0	100.0	100.0
LECHES	100.0	100.0	100.0	100.0
FIDEOS	99.9	99.5	100.0	100.0
ARROZ	99.7	100.0	100.0	99.5
PAPEL HIGIENICO	99.5	100.0	100.0	99.0
MANTEQUILLA/MARGARINA	96.0	98.1	97.4	94.4
LAVAVAJILLAS/PULIDOR	92.3	99.5	98.4	86.2
CONSERVA DE PESCADO	91.8	95.5	94.1	89.0
CAFE	90.9	90.0	94.8	89.2
JABON DE LAVAR ROPA	89.1	87.7	89.3	89.5
GAS DOMESTICO	86.5	91.9	99.5	77.4
REFRESCO EN POLVO	63.2	47.5	58.8	71.7



ALCANCE SEMANAL SEGÚN MEDIOS

	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		A/B	C	D/E
	%	%	%	%
TELEVISIÓN	98.1	98.0	99.5	97.4
RADIO	95.3	89.2	95.1	97.4
DIARIOS	68.0	86.7	72.8	59.5
CABLE	26.6	65.5	32.1	11.1
REVISTA	19.1	52.2	21.7	6.8
SUPLEMENTO	19.6	46.3	23.4	8.9

RANKING DE MEDIOS A LOS QUE ESTÁ EXPUESTA

MEDIO	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		A/B	C	D/E
TELEVISIÓN	AMERICA TELEVISION PANAMERICANA ATV FRECUENCIA LATINA TNP	PANAMERICANA AMERICA TELEVISION FRECUENCIA LATINA ATV TNP	PANAMERICANA AMERICA TELEVISION ATV FRECUENCIA LATINA TNP	AMERICA TELEVISION PANAMERICANA ATV FRECUENCIA LATINA TNP
RADIO	R.P.P. (FM/AM) Radiomar Plus (FM/AM) La Inolvidable (FM/AM) Panamericana (FM/AM) Okey (FM)	R.P.P. (FM/AM) Ritmo Romantica (FM) La Inolvidable (FM/AM) Radio "A" (FM) Corazon (FM)	R.P.P. (FM/AM) Panamericana (FM/AM) Radiomar Plus (FM/AM) La Inolvidable (FM/AM) Radio "A" (FM)	R.P.P. (FM/AM) Radiomar Plus (FM/AM) La Inolvidable (FM/AM) Inca (FM) Okey (FM)
DIARIOS	EL COMERCIO AJA TROME CORREO OJO	EL COMERCIO CORREO PERU.21 LA REPUBLICA OJO	AJA TROME EL COMERCIO CORREO OJO	TROME AJA OJO CORREO EL CHINO
CABLE	CANAL N/CM TNT/CM EL CANAL DE LAS E/CM DISCOVERY KIDS/CM HBO/CM	CANAL N/CM TNT/CM CINECANAL/CM DISCOVERY KIDS/CM HBO/CM	EL CANAL DE LAS E/CM CANAL N/CM TNT/CM DISCOVERY KIDS/CM CARTOON NETWORK/CM	EL CANAL DE LAS E/CM TNT/CM CARTOON NETWORK/CM CINEMAX/CM
REVISTA	CABLE TV GISELA CARETAS PARA TI VANIDADES	CABLE TV COSAS PARA TI CARETAS SELECCIONES	GISELA CABLE TV MONICA CARETAS GENTE	CABLE TV CARETAS PARA TI GISELA SELECCIONES
SUPLEMENTO	SOMOS EL DOMINICAL MUJER ACTUAL DOMINGO GUIA & SHOW	SOMOS EL DOMINICAL DOMINGO MUJER ACTUAL LA GACETA	SOMOS MUJER ACTUAL EL DOMINICAL GUIA & SHOW DOMINGO	EL DOMINICAL SOMOS MUJER ACTUAL GUIA & SHOW DOMINGO

FUENTE: CPI -MULTIMIX DE CONSUMO - OCTUBRE 2003