

“Liderazgo en productos de cuidado personal y limpieza del hogar 2013”

Ipsos Perú ha publicado el estudio “Liderazgo en productos de cuidado personal y limpieza del hogar”, que forma parte de los estudios Multiclientes. Para ello, se entrevistó a una muestra de mujeres y de amas de casa.

A continuación, se presenta el universo del estudio:

Universo de mujeres



Universo de amas de casa



Metodología

Encuestas realizadas a mujeres entre los 12 y 70 años y amas de casa entre 25 y 70 años, de todos los niveles socioeconómicos. Se realizó entre el 02 al 30 de noviembre del 2013 a una muestra a nivel Lima Metropolitana.

Director del estudio : Javier Álvarez
(javier.alvarez@ipsos.com)
Elaboración del estudio : Claudia Trillo
(claudia.trillo@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 Perú. El contenido detallado y los resultados desagregados de las investigaciones están en los informes que publica Ipsos Perú.

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

A continuación, se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación:

Productos de cuidado personal



Productos de limpieza del hogar



- El informe se presenta en versión impresa. Además, 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 que le permitirá acceder a los resultados por medio de un buscador.

Marketing Data Plus

Marketing Data plus

Introduce tus datos

Usuario:

Password:

Enviar

El Marketing Data plus es el banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes que le permite consultar los informes y resultados. 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 241-0141 ó 610-0102 ó vía e-mail a johana.tang@ipsos.com.co

Estudios publicados recientemente:

- Liderazgo en productos cosméticos (200 años de casa y 402 hombres y mujeres)
- Perfil laboral del hogar (1.004 años de hogar hombres y mujeres)
- Perfil del área de casa (802 años de casa)
- Hábitos y actitudes hacia la TV (552 tele-ómnibus hablantes)

Informe impreso

Detergente para ropa de bebe

Marca más utilizada en los últimos tres meses

Principales respuestas (%)

	2011	2012	2013
Caricia	50	41	34
Magie Blanca Bebe	20	26	27
Amor	12	9	14
Bolívar	0	2	10
Suavitel	0	1	4

Lugar de compra más frecuente

Principales respuestas (%)

Lugar de compra más frecuente	TOTAL 2013 %	NSE				
		A %	B %	C %	D %	E %
Supermercado/autoservicios	52	-	-	-	-	-
Mercado / puestos	36	-	-	-	-	-
Botega	10	-	-	-	-	-
Ambulante	2	-	-	-	-	-
Bebe	90	-	-	-	-	-

Lealtad a la marca (%)

(Va a otro lugar a comprar la marca o no compra nada)

	2011	2012	2013
	47	41	61

Base: Total de hogares que compra al menos una vez al mes dicho producto (90)
(-) No se muestra información de NSE por tener base no significativa (menor a 30 casos)

Ipsos Marketing

CONTENIDO DEL INFORME

Resumen ejecutivo

PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL EN MUJERES

- Universo de estudio
- Penetración de productos de cuidado personal
- Frecuencia de uso
- Frecuencia de compra
- Lealtad de marca
- Marcas utilizadas para el cuidado personal

PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR

- Universo de estudio
- Penetración de productos de limpieza del hogar
- Frecuencia de uso
- Frecuencia de compra
- Lealtad de marca
- Marcas utilizadas en el hogar

Lealtad a la marca de productos de limpieza del hogar

Lealtad a la marca = Va a otro lugar a buscar la marca si no la encuentra / No compra nada

• Detergente para ropa delicada (61%)

Productos de alto nivel de lealtad (más de 60%)

- Jabón para ropa (46%)
- Quitamanchas (41%)
- Lavavajilla líquida (41%)
- Suavizante para ropa / enjuague (39%)
- Detergente para ropa normal (39%)
- Desodorante ambiental (38%)
- Cera para pisos (36%)
- Jabón líquido (35%)
- Pañuelos húmedos (35%)
- Papel toalla (35%)
- Esponja de limpieza (35%)
- Insecticida (34%)
- Desengrasantes / Quitagrasa (34%)
- Lejía (34%)
- Lavavajilla en detergente (33%)
- Desinfectante (31%)

Productos de mediano nivel de lealtad (de 31% a 60%)

- Jabón de tocador en barra (30%)
- Guantes de jébe para limpieza (29%)
- Papel higiénico (29%)
- Betún (27%)
- Servilletas de papel (24%)
- Desodorador líquido (24%)

Productos de bajo nivel de lealtad (de 20% a menos)

Base: Total de áreas de casa entrevistadas que compran dichos productos por lo menos de forma ocasional

Ipsos Marketing 52

ORDEN DE COMPRA

Señores,

Ipsos Apoyo Opinión y Mercado S.A.
Av. Reducto 1363 - Miraflores
Telf: 610-0121

Deseamos adquirir el estudio **Liderazgo en productos de cuidado personal y limpieza del hogar**

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 Estudios Multiclientes

Precio: \$/4,000 (incluye IGV)