

ESTUDIO BODEGUEROS



OCTUBRE, 2017



PERFIL



FICHA TÉCNICA

Tipo de estudio

Estudio cuantitativo

Técnica

Encuesta presenciales

Instrumento

Cuestionario estructurado y estandarizado con preguntas abiertas y cerradas, elaborado por CCR

Universo investigado

Bodegueros

Muestra

200 casos	
Lima Norte	40
Lima Este	40
Lima Sur	40
Lima Centro	40
Lima Moderna	40

Fecha de campo

Del 17 al 21 de Octubre del 2017



PERFIL

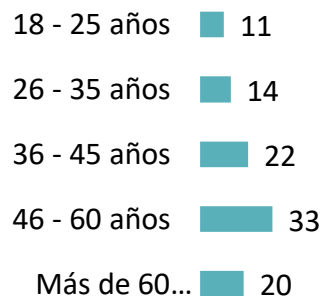
PERFIL DEL BODEGUERO



PERFIL DEL BODEGUERO

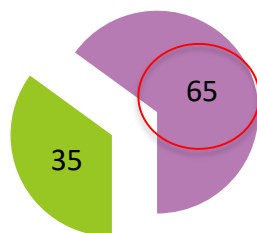
PRESENCIA IMPORTANTE DE MUJERES EN EL MANEJO DEL NEGOCIO

Edad



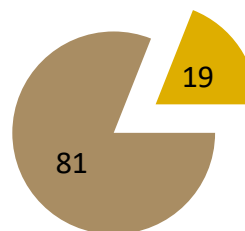
Sexo

■ Hombre ■ Mujer

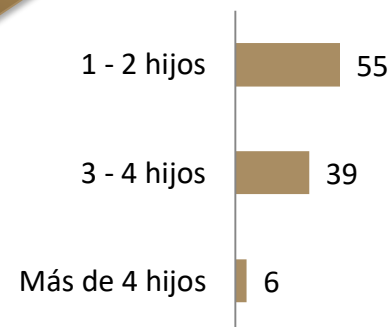


¿Tiene Hijos?

■ Si ■ No



Cantidad de Hijos



¿Hace cuanto tiempo que trabaja en la bodega?



PERCEPCIÓN Y GENERALIDADES DEL CONSUMO



PERCEPCION ECONOMICA

¿Cómo calificaría el año 2017 desde el punto de vista económico para el país?

TOP
TWO BOX

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy Malo

BOTTOM
TWO BOX



	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
TOP TWO BOX	12%	18%	5%	8%	8%
BOTTOM TWO BOX	37%	15%	12%	15%	25%
Promedio	3	3	3	3	3
Base	40	40	40	40	40

	EDAD				
	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
TOP TWO BOX	26%	4%	9%	9%	8%
BOTTOM TWO BOX	9%	25%	18%	20%	31%
Promedio	3	3	3	3	3
Base	23	28	44	66	39



PERCEPCION ECONOMICA

En los próximos 6 meses ¿ Cómo cree que se encontrará la situación económica del país?

TOP

TWO BOX

■ Mucho mejor que la actual

■ Mejor que la actual

■ Igual que la actual

■ Peor que la actual

■ Mucho peor que la actual

BOTTOM

TWO BOX

20

70

10

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
TOP TWO BOX	10%	10%	35%	28%	18%
BOTTOM TWO BOX	13%	3%	13%	13%	13%
Promedio	3	3	3	3	3
Base	40	40	40	40	40

EDAD				
18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
30%	25%	18%	15%	21%
9%	11%	9%	14%	8%
3	3	3	3	3
23	28	44	66	39



PERCEPCION ECONOMICA

En los últimos 6 meses , ¿Cómo calificaría su situación económica familiar?

TOP
TWO BOX

■ Muy Buena

■ Buena

■ Regular

■ Mala

■ Muy Mala

BOTTOM
TWO BOX



	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
TOP TWO BOX	15%	5%	20%	15%	18%
BOTTOM TWO BOX	8%	3%	--	3%	8%
Promedio	3	3	3	3	3
Base	40	40	40	40	40

EDAD				
18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
39%	14%	14%	11%	8%
--	--	5%	6%	5%
3	3	3	3	3
23	28	44	66	39



PERCEPCION ECONOMICA

En los próximos 6 meses ¿Cómo cree será su situación económica familiar?

TOP

TWO BOX



Mucho mejor que la actual



Mejor que la actual



Igual que la actual



Peor que la actual



Mucho peor que la actual

BOTTOM

TWO BOX



	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
TOP TWO BOX	22%	12%	65%	40%	55%
BOTTOM TWO BOX	3%	3%	--	5%	10%
Promedio	3	3	4	3	3
Base	40	40	40	40	40

EDAD				
18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
61%	43%	43%	29%	36%
--	4%	7%	6%	--
4	3	3	3	3
23	28	44	66	39



PERCEPCION ECONOMICA

En los últimos 6 meses , ¿Qué cree usted que ha sucedido con el consumo en sus clientes?

TOP
TWO BOX

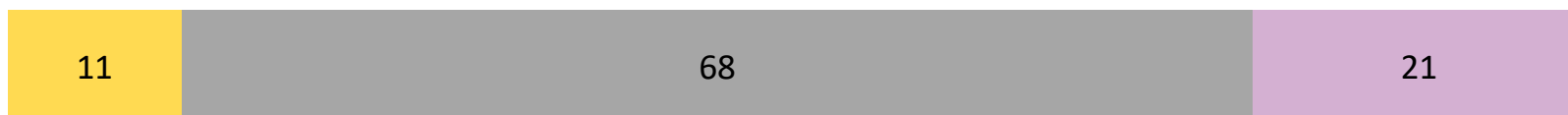
■ Ha aumentado mucho ■ Ha aumentado

■ Se mantiene igual

■ Ha disminuido

■ Ha disminuido mucho

BOTTOM
TWO BOX



	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
TOP TWO BOX	10%	5%	18%	8%	15%
BOTTOM TWO BOX	15%	18%	15%	30%	27%
Promedio	3	3	3	3	3
Base	40	40	40	40	40



PERCEPCION ECONOMICA

En los próximos 6 meses ¿Cómo cree que será el consumo de sus clientes?

TOP

TWO BOX

■ Mucho mejor que la actual ■ Mejor que la actual ■ Igual que la actual

■ Peor que la actual ■ Mucho peor que la actual

BOTTOM

TWO BOX



	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
TOP TWO BOX	20%	15%	67%	40%	52%
BOTTOM TWO BOX	3%	3%	--	8%	18%
Promedio	3	3	4	3	3
Base	40	40	40	40	40



PERCEPCION DE CLIENTES

Pensando en los últimos 6 meses, la tendencia de sus clientes en relación a las compras es :

	TOTAL	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Siguen comprando las mismas marcas	59%	68%	75%	32%	65%	55%
Comprar marcas más baratas	41%	38%	23%	57%	50%	35%
Comprar presentaciones más pequeñas	9%	8%	3%	15%	18%	3%
Comprar productos en oferta sin importar la marca	7%	--	3%	10%	8%	15%
Comprar productos con mayor gramaje	5%	3%	5%	3%	5%	10%
Base:	200	40	40	40	40	40



PERCEPCION DE CLIENTES

Pensando en los últimos 6 meses, la tendencia de venta de su negocio ha sido:

	TOTAL	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ofrecer marcas mas baratas (no marcas lideres)	39%	45%	40%	40%	48%	23%
Bajar los precios – disminuir mi margen de ganancia	15%	3%	20%	5%	23%	25%
Optar por ofrecer promociones	10%	8%	15%	12%	8%	5%
Ninguna en particular	42%	47%	32%	42%	37%	50%
Base:	xx	40	40	40	40	40



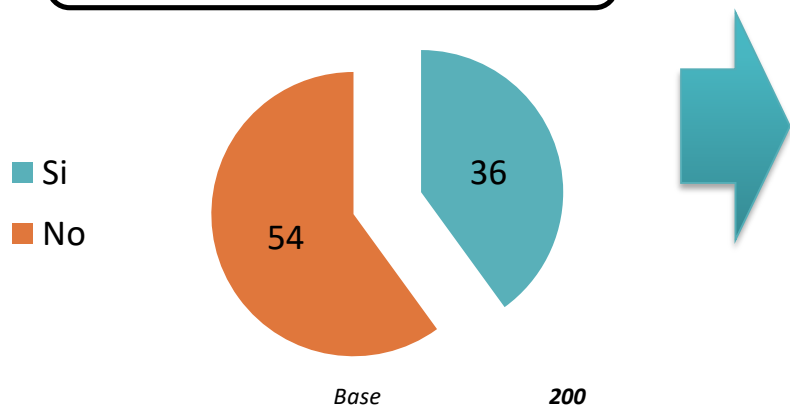
RANKING DE ATRIBUTOS

	ABARROTES	GOLOSINAS	CERVEZAS	LECHE
1°	Precio	Precio	Precio	Precio
2°	Marca	Marca	Marca	Marca
3°	Tamaño	Tamaño	Tamaño	Tamaño
4°	Tipo de Empaque	Tipo de Empaque	Tipo de Empaque	Tipo de Empaque
5°	Promociones de más contenido	Promociones de más contenido	Promociones PACKS	Promociones PACKS
6°	Recomendación – Publicidad	Recomendación – Publicidad	Recomendación – Publicidad	Recomendación – Publicidad



CONSUMO DE CIGARROS

¿Considera que la compra de cigarrillos ha disminuido?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	30%	33%	43%	53%	20%
Base	40	40	40	40	40

ANTIGUEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Si	34%	30%	44%
Base	74	64	62

¿Por qué?	
Cuidado de la salud	58%
Aumento de precio	39%
Otros	3%
Base	71

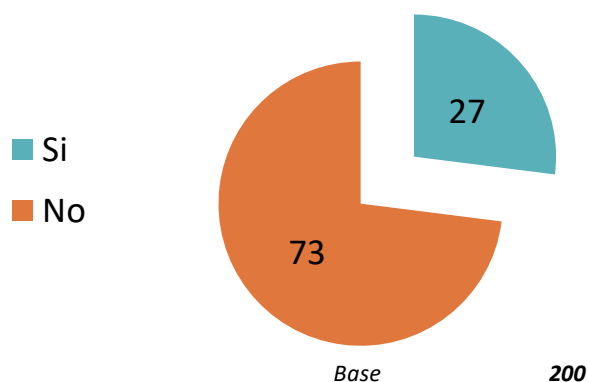
ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Cuidado de la salud	92%	62%	65%	33%	50%
Aumento de precio	8%	31%	29%	67%	50%
Base	12	13	17	21	8

ANTIGUEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Cuidado de la salud	80%	63%	33%
Aumento de precio	20%	37%	59%
Base	25	19	27



CONSUMO DE GOLOSINAS

¿Considera que la compra de golosinas ha disminuido?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	18%	28%	15%	35%	40%
Base	40	40	40	40	40

ANTIGUEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Si	27%	22%	32%
Base	74	64	62

¿Por qué?

Aumento de precio	50%
Cuidado de la salud	44%
Otros	6%
Base	54

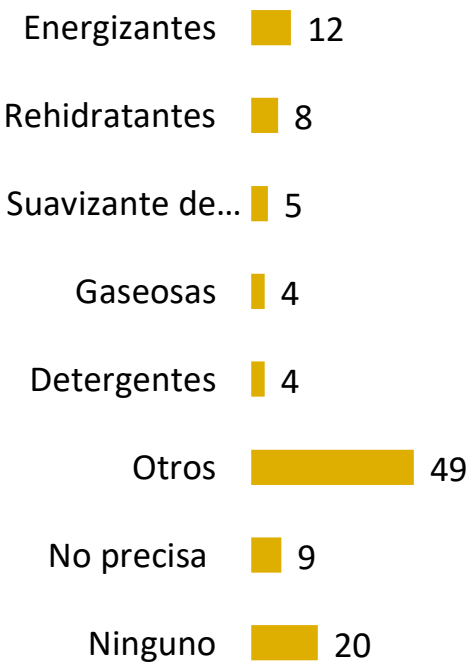
ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Aumento de precio	29%	55%	33%	64%	50%
Cuidado de la salud	71%	36%	50%	36%	44%
Base	7	11	6	14	16

ANTIGUEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Aumento de precio	45%	50%	55%
Cuidado de la salud	45%	50%	40%
Base	20	14	20



QUE COMPRAN HOY?

¿Qué productos compran hoy sus clientes que antes no lo hacían?



Base 200

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Energizantes	28%	13%	2%	8%	2%
Rehidratantes	3%	20%	13%	--	2%
Suavizante de ropa	8%	13%	--	--	5%
Gaseosas	--	--	13%	5%	2%
Base	40	40	40	40	40

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Energizantes	7%	17%	8%
Rehidratantes	7%	8%	8%
Suavizante de ropa	3%	6%	7%
Gaseosas	3%	6%	3%
Base	74	64	62



QUE NO COMPRAN HOY?

¿Qué productos han dejado de comprar?

Leche pura vida 18

Gaseosas 6

Chocolates 5

Cera 4

Cigarros (marcas baratas) 3

Base

200

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Leche pura vida	45%	2%	33%	2%	8%
Gaseosas	--	--	5%	8%	15%
Chocolates	3%	3%	--	8%	10%
Cera	5%	--	2%	2%	8%
Cigarros (marcas baratas)	--	8%	3%	3%	3%
Base	40	40	40	40	40

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Leche pura vida	19%	19%	16%
Gaseosas	3%	13%	2%
Chocolates	3%	3%	8%
Cera	5%	2%	3%
Cigarros (marcas baratas)	5%	2%	2%
Base	74	64	62



FORMA DE FIJAR PRECIOS

CLARA DEFINICIÓN DEL PRECIO DE ACUERDO AL COSTO DEL PRODUCTO

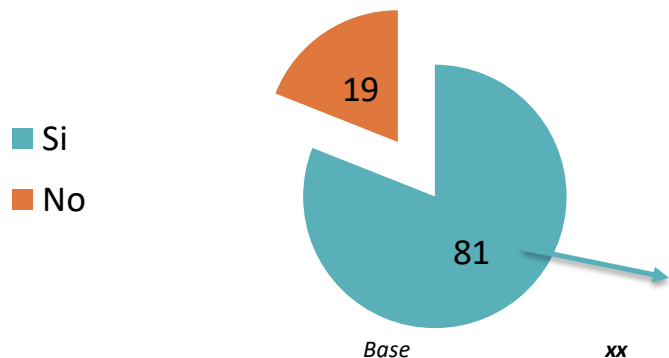
	2017	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA	1- 4 AÑOS	5 - 10 AÑOS	MAS DE 11
De acuerdo al costo del producto	67%	70%	52%	60%	80%	72%	65%	70%	66%
Igual que la competencia	18%	18%	35%	22%	10%	5%	16%	16%	23%
Más bajos que la competencia	8%	10%	5%	8%	10%	8%	14%	5%	5%
Según la salida del producto	6%	2%	5%	10%	--	12%	4%	9%	5%
Más altos que la competencia	0.5%	--	3%	--	--	--	--	--	1%
De acuerdo al tipo de cliente	0.5%	--	--	--	--	3%	1%	--	--
Base:	200	40	40	40	40	40	74	64	62



FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

PARA ALGUNOS EL PRECIO SUGERIDO SE CONVIERTE EN UN OBSTACULO PARA GENERAR UN BUEN MARGEN DE GANANCIA

ALGUNOS PRODUCTOS CUENTAN CON PRECIO SUGERIDO ¿Ustedes suelen establecer ese precio como precio de venta?



Razones principales:
El precio esta impreso : 40%
No perder clientes : 21%

¿Por qué NO lo hace?

No le deja buen margen de ganancia



Las bebidas heladas consumen energía eléctrica



Los precios varían según la demanda



Se paga flete por algunos productos



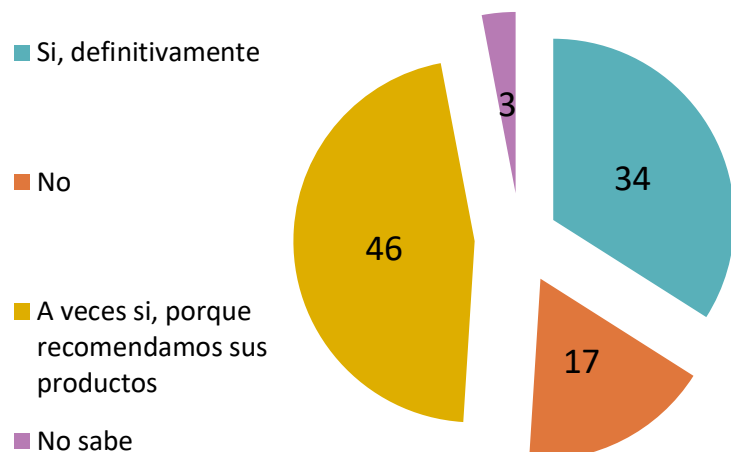
ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
No	5%	13%	38%	10%	30%
Base	40	40	40	40	40



RELACIÓN CON PROVEEDORES

LOS NEGOCIOS MÁS ANTIGUOS PODRIAN TENER POSTURAS MAS MARCADAS ANTE LA PERCEPCION DE ALIADO ESTRATEGICO

AL MOMENTO DE UN LANZAMIENTO O RELANZAMIENTO DE UNA MARCA – PRODUCTO ¿Ustedes se consideran como un aliado estratégico de las marcas proveedoras?



Base

xx

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Sí, definitivamente	25%	48%	18%	35%	43%
No	15%	2%	18%	17%	32%
A veces sí, porque recomendamos sus productos	58%	50%	52%	48%	22%
No sabe	2%	--	12%	--	3%
Base	40	40	40	40	40

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Sí, definitivamente	30%	30%	42%
No	16%	11%	24%
A veces sí, porque recomendamos sus productos	53%	58%	26%
No sabe	1%	1%	8%
Base	74	64	62



INTRODUCCIÓN DE NUEVAS MARCAS

OFRECER VARIEDAD Y SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES SERÍAN ASPECTOS IMPORTANTES PARA INTRODUCIR NUEVAS MARCAS AL NEGOCIO

¿Por que decide vender marcas nuevas en su tienda?

Diversidad de marcas en tienda 49

El cliente lo pide 37

Mayor margen 8

Incentivos 7

Base

200

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diversidad de marcas en tienda	63%	70%	30%	48%	35%
El cliente lo pide	25%	30%	30%	42%	55%
Mayor margen	3%	--	25%	5%	5%
Incentivos	10%	--	15%	5%	5%
Base	40	40	40	40	40

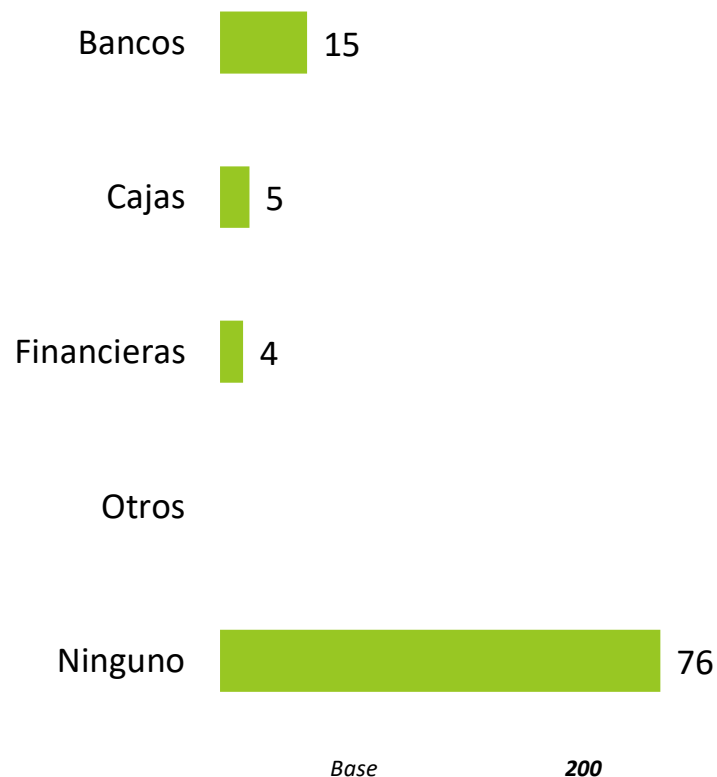
ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 A + AÑOS
Diversidad de marcas en tienda	53%	58%	36%
El cliente lo pide	32%	22%	57%
Mayor margen	10%	11%	2%
Incentivos	5%	9%	5%
Base	74	64	62

ENTIDADES FINANCIERAS



ENTIDADES BANCARIAS

¿De que entidades financieras es usted cliente?



¿Cuál Banco?	%
MI BANCO	29%
BCP	26%
SCOTIABANK	23%
FINANCIERO	13%
BBVA	10%
INTERBANK	7%
Base	31

¿Cuál Caja?	%
HUANCAYO	22%
AREQUIPA	22%
ICA	22%
PIURA	22%
METROPOLITANA	22%
SULLANA	11%
Base	9

¿Cuál Financiera?	%
CREDISCOTIA	43%
CONFIANZA	14%
FINCA	14%
COMPARTAMOS	14%
QAPAQ	14%
Base	7

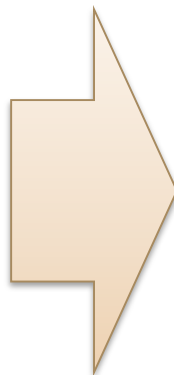


NO USUARIOS DE ENTIDADES BANCARIAS

¿Por qué no es cliente?

Ninguno – No es cliente de ninguna entidad bancaria

76%



No le interesa, no lo necesita



62

Prefiere ahorrar en casa



21

Piden requisitos que no tiene



16

Las oficinas le quedan lejos



1

Base

xx



PRODUCTOS BANCARIOS

¿Con que productos financieros cuenta?

Cuenta de ahorros 49

Préstamos 47

Tárjeta de crédito 19

Depositos a plazo fijo 4

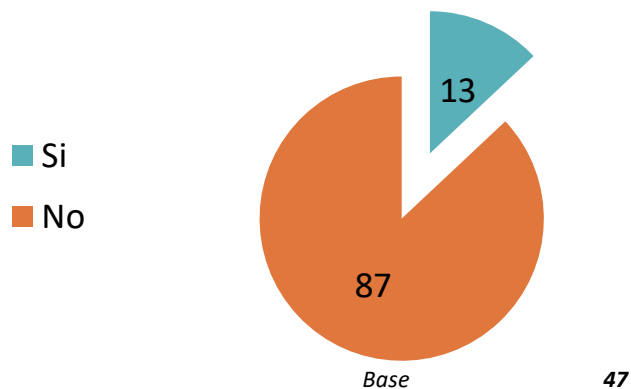
Base

47



BANCA POR INTERNET

¿Ha utilizado la banca por internet alguna vez ?



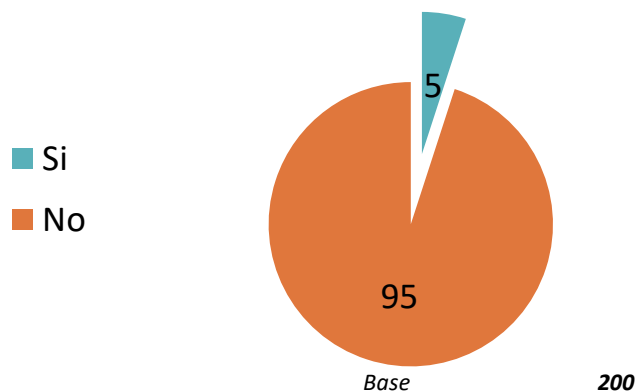
¿Por qué NO utiliza la banca por internet?





AGENTES DE BANCO

¿Es ud agente de algún banco en su bodega?



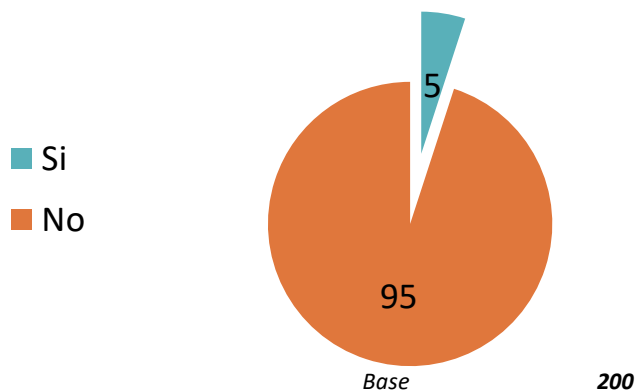
¿De cuál banco?	%
SCOTIABANK	67%
INTERBANK	22%
BCP	11%
BBVA	11%
Base	9

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	3%	3%	3%	8%	8%
Base	40	40	40	40	40



AGENTE DE BANCO

¿Es ud agente de algún banco en su bodega?



¿Por qué NO?



Base 191

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Me da inseguridad	44%	36%	36%	30%	35%
No me lo han ofrecido	41%	10%	49%	24%	22%
No me interesa	5%	49%	13%	35%	32%
La comisión es baja	5%	3%	3%	11%	8%
No hay señal	3%	--	--	--	--
Otros	3%	3%	--	--	3%
Base	39	39	39	37	37

LA COMPRA DE PRODUCTOS



FRECUENCIA DE COMPRA - LECHE

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros

LECHE

21	5	49	19	5
----	---	----	----	---

Base

200

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diario	35%	30%	37%	3%	-
Interdiario	12%	-	3%	7%	2%
Semanal	38%	45%	37%	40%	83%
Quincenal	15%	10%	20%	40%	13%
Mensual	-	10%	3%	10%	2%
No vende	-	5%	-	-	-
Base	40	40	40	40	40

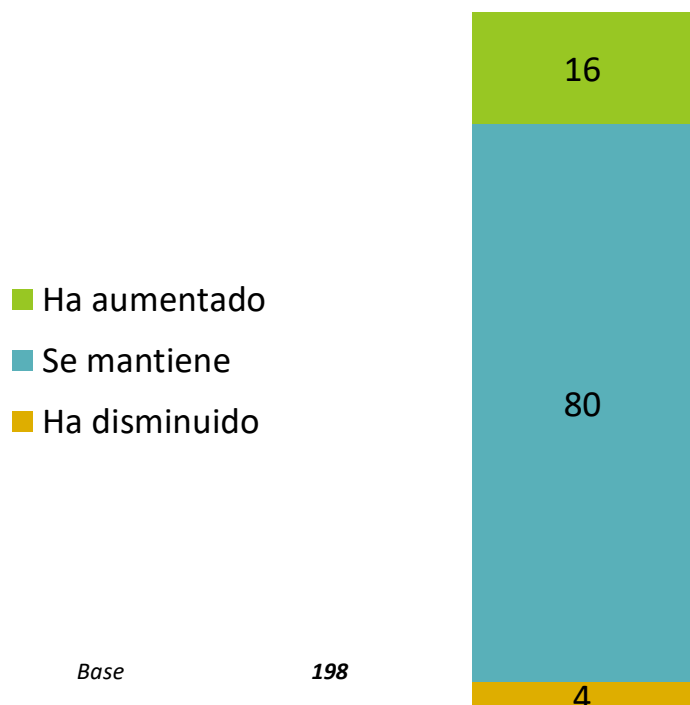
EDAD				
18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
22%	25%	23%	23%	13%
4%	7%	2%	3%	10%
61%	50%	45%	45%	49%
13%	7%	25%	24%	18%
-	7%	5%	5%	8%
-	4%	-	-	2%
23	28	44	66	39

ANTIGÜEDAD		
0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
17%	28%	18%
7%	8%	-
45%	47%	55%
23%	15%	19%
7%	2%	6%
1%	-	2%
74	64	62



VARIACIÓN DEL CONSUMO DE LECHE

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	-	-	10%	2%	5%
Se mantiene	65%	100%	70%	85%	83%
Ha disminuido	35%	-	20%	13%	12%
Base	40	38	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	4%	4%	5%	2%	5%
Se mantiene	91%	85%	77%	83%	69%
Ha disminuido	5%	11%	18%	15%	26%
Base	23	27	44	66	38

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	1%	5%	5%
Se mantiene	77%	83%	82%
Ha disminuido	22%	12%	13%
Base	73	64	61



FRECUENCIA DE COMPRA - FIDEOS

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros

FIDEOS

15

7

42

25

10

Base

200

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diario	8%	30%	38%	2%	-
Interdiario	27%	-	3%	2%	2%
Semanal	43%	40%	35%	18%	75%
Quincenal	22%	15%	12%	53%	23%
Mensual	-	12%	12%	25%	-
No vende	-	3%	-	-	-
Base	40	40	40	40	40

EDAD				
18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
17%	18%	18%	14%	13%
5%	11%	7%	9%	3%
57%	50%	41%	36%	38%
17%	14%	25%	29%	31%
4%	7%	9%	12%	13%
-	-	-	-	2%
23	28	44	66	39

ANTIGÜEDAD		
0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
11%	19%	18%
7%	14%	-
43%	42%	40%
28%	20%	26%
11%	5%	14%
-	-	2%
74	64	62



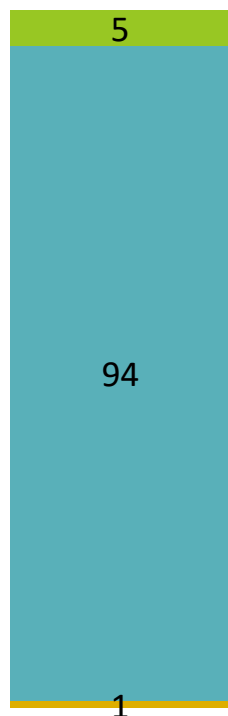
VARIACIÓN DEL CONSUMO DE FIDEOS

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?

- Ha aumentado
- Se mantiene
- Ha disminuido

Base

199



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	3%	-	-	-	3%
Se mantiene	95%	100%	93%	95%	90%
Ha disminuido	2%	-	7%	5%	7%
Base	40	39	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	-	-	2%	-	3%
Se mantiene	96%	96%	96%	97%	87%
Ha disminuido	4%	4%	2%	3%	10%
Base	23	28	44	66	38

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	-	1%	2%
Se mantiene	97%	94%	92%
Ha disminuido	3%	5%	6%
Base	74	64	61



FRECUENCIA DE COMPRA - ARROZ

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros

ARROZ

16

6

41

21

13

11

Base

200

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diario	10%	30%	38%	2%	-
Interdiario	23%	-	2%	-	5%
Semanal	40%	40%	33%	23%	70%
Quincenal	12%	10%	15%	48%	20%
Mensual	15%	12%	12%	23%	5%
Cada 3 meses	-	-	-	2%	-
Otros	-	-	-	2%	-
No vende	-	8%	-	-	-
Base	40	40	40	40	40

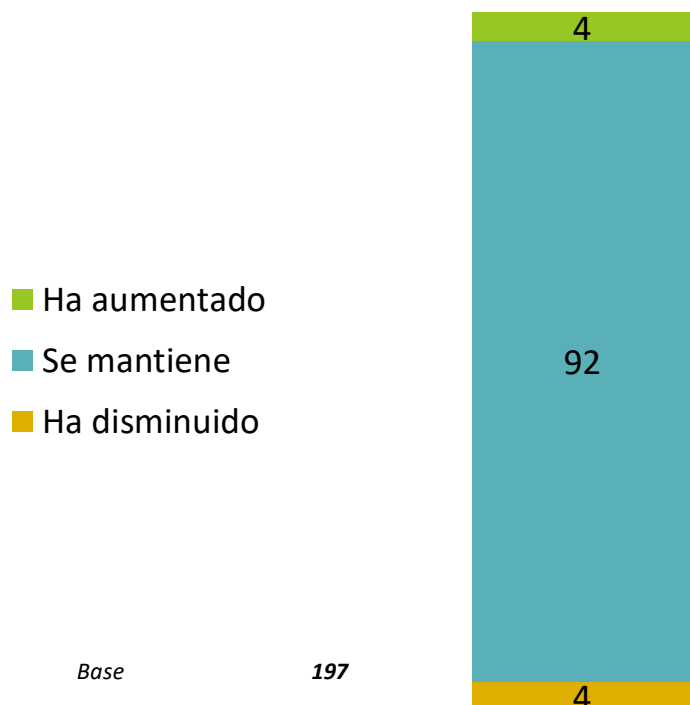
EDAD				
18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
18%	21%	18%	15%	10%
4%	7%	9%	8%	-
52%	50%	45%	38%	28%
17%	18%	14%	21%	33%
9%	4%	12%	17%	21%
-	-	2%	-	-
-	-	-	1%	-
-	-	-	-	8%
23	28	44	66	39

ANTIGÜEDAD		
0 - 4 AÑOS	5 - 10 AÑOS	11 a + AÑOS
12%	19%	18%
7%	9%	2%
38%	44%	42%
27%	19%	16%
15%	6%	19%
-	1%	-
-	2%	-
1%	-	3%
74	64	62



VARIACIÓN DEL CONSUMO DE ARROZ

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	-	-	8%	2%	7%
Se mantiene	98%	100%	85%	93%	88%
Ha disminuido	2%	-	7%	5%	5%
Base	40	37	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	4%	-	7%	5%	-
Se mantiene	96%	96%	93%	92%	86%
Ha disminuido	-	4%	-	3%	14%
Base	23	28	44	66	36

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	2%	3%	6%
Se mantiene	97%	92%	87%
Ha disminuido	1%	5%	7%
Base	73	64	60



FRECUENCIA DE COMPRA - ACEITE

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros

ACEITE



Base

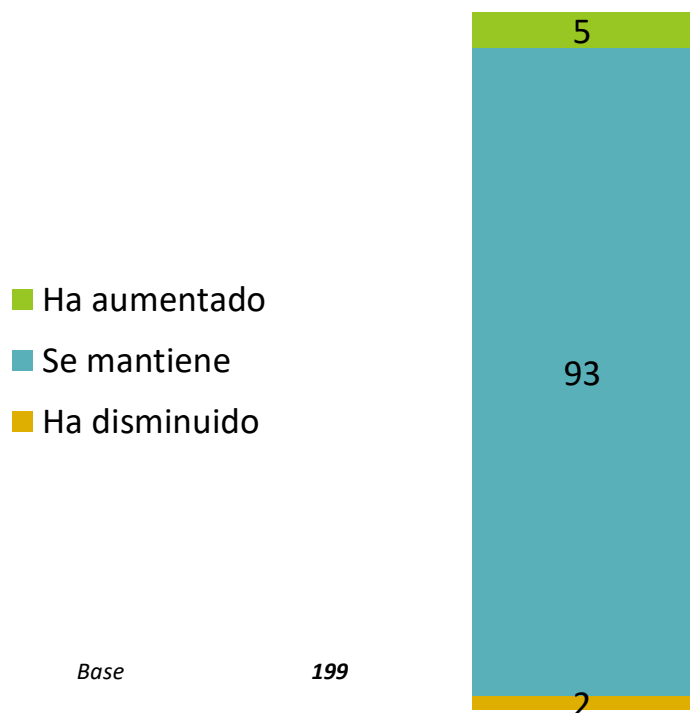
200

	ZONA					EDAD					ANTIGÜEDAD		
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Diario	3%	30%	7%	2%	-	13%	14%	11%	7%	-	8%	8%	10%
Interdiario	5%	-	13%	2%	2%	9%	11%	5%	3%	-	5%	5%	3%
Semanal	50%	40%	45%	8%	58%	43%	46%	39%	41%	33%	37%	53%	31%
Quincenal	40%	10%	23%	55%	35%	22%	21%	36%	35%	38%	34%	28%	35%
Mensual	2%	18%	10%	33%	5%	13%	4%	9%	14%	26%	15%	6%	19%
Cada 3 meses	-	-	2%	-	-	-	-	-	-	3%	-	-	2%
No vende	-	2%	-	-	-	-	4%	-	-	-	1%	-	-
Base	40	40	40	40	40	23	28	44	66	39	74	64	62



VARIACIÓN DEL CONSUMO DE ACEITE

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	2%	-	-	2%	7%
Se mantiene	98%	100%	88%	93%	88%
Ha disminuido	-	-	12%	5%	5%
Base	40	39	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	-	4%	2%	2%	5%
Se mantiene	100%	92%	98%	92%	85%
Ha disminuido	-	4%	-	6%	10%
Base	23	27	44	66	39

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	3%	2%	3%
Se mantiene	94%	95%	89%
Ha disminuido	3%	3%	8%
Base	73	64	62



FRECUENCIA DE COMPRA - AZÚCAR

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros

AZÚCAR



Base

200

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diario	7%	30%	37%	2%	-
Interdiario	33%	-	3%	-	2%
Semanal	40%	35%	37%	28%	68%
Quincenal	13%	18%	13%	40%	25%
Mensual	7%	15%	7%	30%	5%
Cada 3 meses	-	-	3%	-	-
No vende	-	2%	-	-	-
Base	40	40	40	40	40

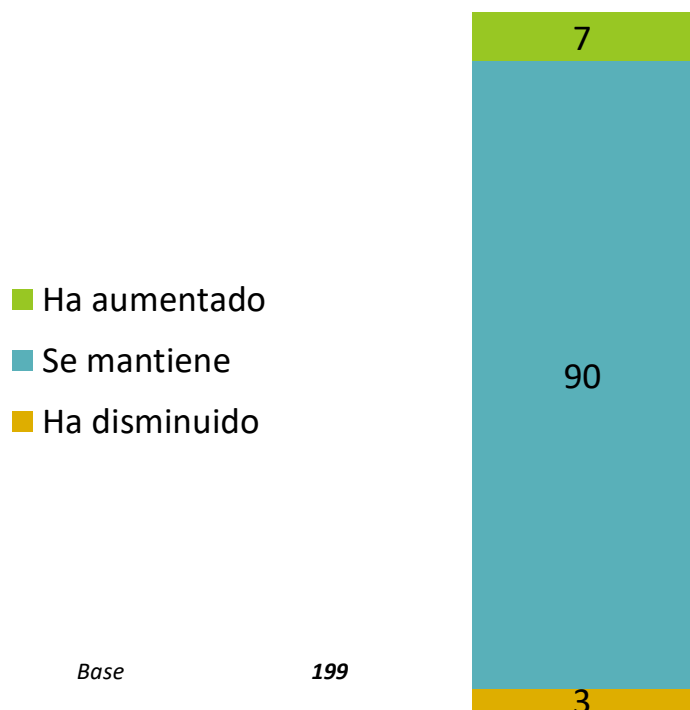
	EDAD				
	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Diario	17%	21%	16%	15%	10%
Interdiario	9%	4%	9%	10%	3%
Semanal	48%	54%	48%	35%	33%
Quincenal	17%	21%	20%	23%	23%
Mensual	9%	-	7%	17%	25%
Cada 3 meses	-	-	-	-	3%
No vende	-	-	-	-	3%
Base	23	28	44	66	39

	ANTIGÜEDAD		
	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Diario	12%	17%	18%
Interdiario	8%	14%	-
Semanal	37%	49%	40%
Quincenal	31%	14%	18%
Mensual	12%	6%	21%
Cada 3 meses	-	-	1%
No vende	-	-	2%
Base	74	64	62



VARIACIÓN DEL CONSUMO DE AZÚCAR

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	5%	-	5%	2%	5%
Se mantiene	90%	100%	83%	93%	83%
Ha disminuido	5%	-	12%	5%	12%
Base	40	39	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	4%	4%	2%	5%	3%
Se mantiene	91%	89%	93%	89%	84%
Ha disminuido	5%	7%	5%	6%	13%
Base	23	28	44	66	38

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	4%	2%	5%
Se mantiene	92%	89%	87%
Ha disminuido	4%	9%	8%
Base	74	64	61



FRECUENCIA DE COMPRA - GASEOSAS

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros

GASEOSAS



Base

200

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diario	25%	30%	38%	2%	3%
Interdiario	28%	3%	-	23%	20%
Semanal	20%	55%	57%	63%	60%
Quincenal	27%	5%	5%	12%	10%
Mensual	-	2%	-	-	2%
Otros	-	-	-	-	5%
No vende	-	5%	-	-	-
Base	40	40	40	40	40

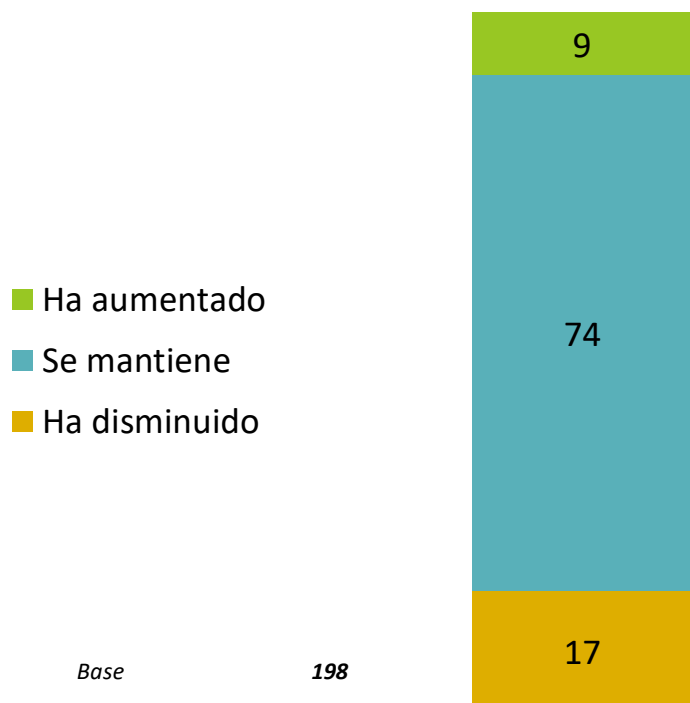
	EDAD				
	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Diario	13%	21%	23%	21%	15%
Interdiario	9%	21%	11%	17%	13%
Semanal	65%	47%	50%	50%	49%
Quincenal	9%	11%	9%	11%	20%
Mensual	4%	-	2%	-	-
Otros	-	-	5%	-	-
No vende	-	-	-	1%	3%
Base	23	28	44	66	39

	ANTIGÜEDAD		
	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Diario	15%	25%	19%
Interdiario	12%	15%	16%
Semanal	52%	45%	57%
Quincenal	20%	11%	3%
Mensual	1%	2%	-
Otros	-	2%	2%
No vende	-	-	3%
Base	74	64	62



VARIACIÓN DEL CONSUMO DE GASEOSAS

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	50%	-	12%	7%	15%
Se mantiene	38%	100%	78%	83%	73%
Ha disminuido	12%	-	10%	10%	12%
Base	40	38	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	13%	18%	16%	22%	13%
Se mantiene	78%	75%	73%	72%	74%
Ha disminuido	9%	7%	11%	6%	13%
Base	23	28	44	65	38

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	28%	16%	5%
Se mantiene	69%	70%	83%
Ha disminuido	3%	14%	12%
Base	74	64	60



FRECUENCIA DE COMPRA - CERVEZAS

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros

CERVEZAS



Base

200

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diario	-	13%	5%	-	-
Interdiario	28%	18%	8%	5%	2%
Semanal	45%	55%	65%	65%	58%
Quincenal	27%	10%	7%	15%	35%
Mensual	-	2%	-	-	5%
Otros	-	-	-	2%	-
No vende	-	2%	15%	13%	-
Base	40	40	40	40	40

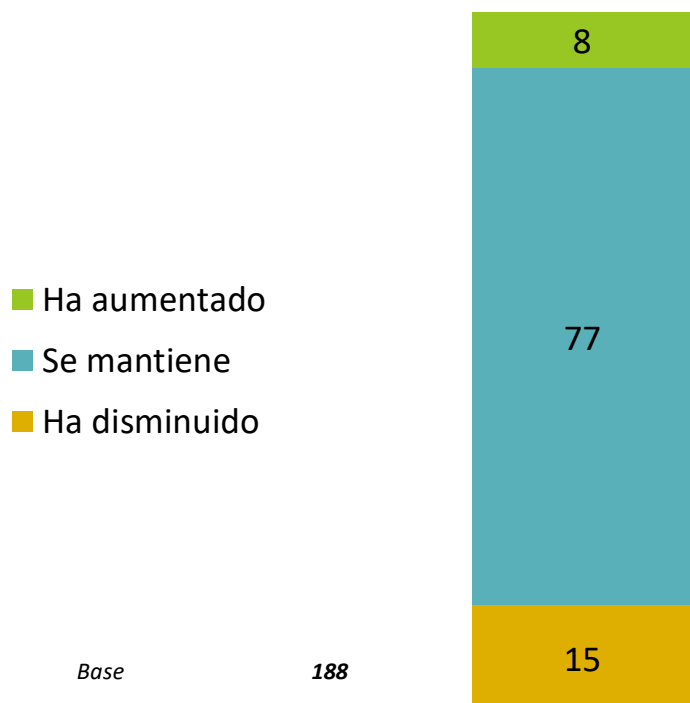
EDAD				
18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
-	7%	7%	2%	3%
9%	14%	11%	17%	5%
65%	50%	61%	62%	46%
22%	22%	14%	12%	33%
4%	-	2%	1%	-
-	-	-	-	3%
-	7%	5%	6%	10%
23	28	44	66	39

ANTIGÜEDAD		
0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
5%	3%	2%
11%	17%	8%
47%	63%	64%
27%	14%	14%
3%	-	2%
-	-	2%
7%	3%	8%
74	64	62



VARIACIÓN DEL CONSUMO DE CERVEZAS

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	42%	-	12%	6%	15%
Se mantiene	48%	100%	79%	86%	75%
Ha disminuido	10%	-	9%	8%	10%
Base	40	39	34	35	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	4%	15%	14%	19%	17%
Se mantiene	91%	77%	79%	78%	66%
Ha disminuido	5%	8%	7%	3%	17%
Base	23	26	42	62	35

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	26%	8%	10%
Se mantiene	68%	82%	83%
Ha disminuido	6%	10%	7%
Base	69	62	57



FRECUENCIA DE COMPRA - CIGARROS

¿Con que frecuencia suelen comprar?

■ Diario ■ Interdiario ■ Semanal ■ Quincenal ■ Mensual ■ Cada 3 meses ■ Otros ■ No Vende

CIGARROS



Base

200

	ZONA				
	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Diario	-	25%	28%	-	5%
Interdiario	23%	5%	7%	2%	3%
Semanal	53%	7%	10%	48%	42%
Quincenal	20%	35%	30%	25%	42%
Mensual	2%	18%	5%	10%	8%
Otros	-	-	-	2%	-
No vende	2%	10%	20%	13%	-
Base	40	40	40	40	40

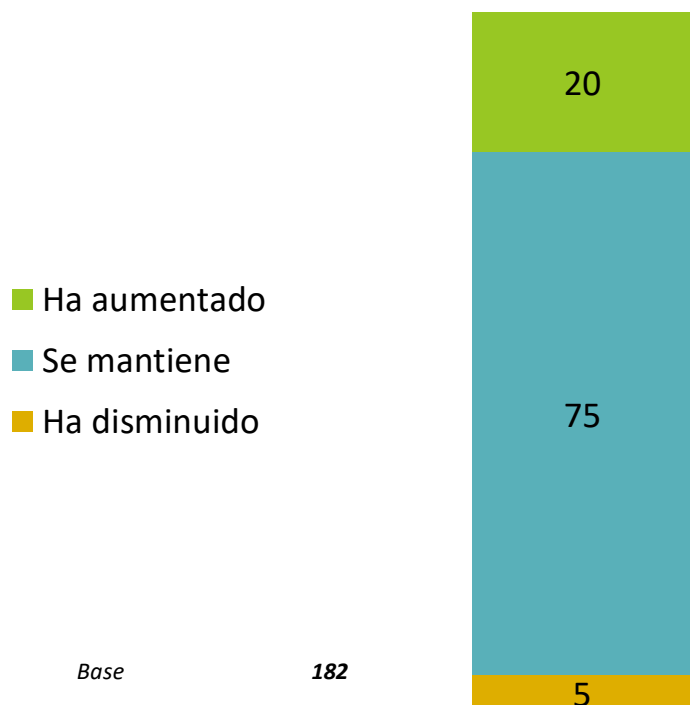
	EDAD				
	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Diario	13%	14%	16%	9%	8%
Interdiario	-	-	14%	12%	5%
Semanal	52%	39%	27%	32%	21%
Quincenal	22%	28%	32%	29%	38%
Mensual	4%	4%	7%	9%	15%
Otros	-	4%	-	-	-
No vende	9%	11%	4%	9%	13%
Base	23	28	44	66	39

	ANTIGÜEDAD		
	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Diario	11%	11%	13%
Interdiario	4%	12%	8%
Semanal	38%	23%	34%
Quincenal	27%	41%	24%
Mensual	12%	5%	8%
Otros	1%	-	-
No vende	7%	8%	13%
Base	74	64	62



VARIACIÓN DEL CONSUMO DE CIGARROS

Si comparamos la frecuencia de compra de esos productos de hace 6 meses versus la actualidad , considera que la compra ha ...?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Ha aumentado	5%	-	-	3%	17%
Se mantiene	72%	83%	66%	86%	68%
Ha disminuido	23%	17%	34%	11%	15%
Base	39	36	32	35	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Ha aumentado	9%	4%	10%	3%	3%
Se mantiene	91%	72%	71%	75%	71%
Ha disminuido	-	24%	19%	22%	26%
Base	21	25	42	60	34

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	11 a + AÑOS
Ha aumentado	6%	2%	9%
Se mantiene	70%	80%	76%
Ha disminuido	24%	18%	15%
Base	69	59	54

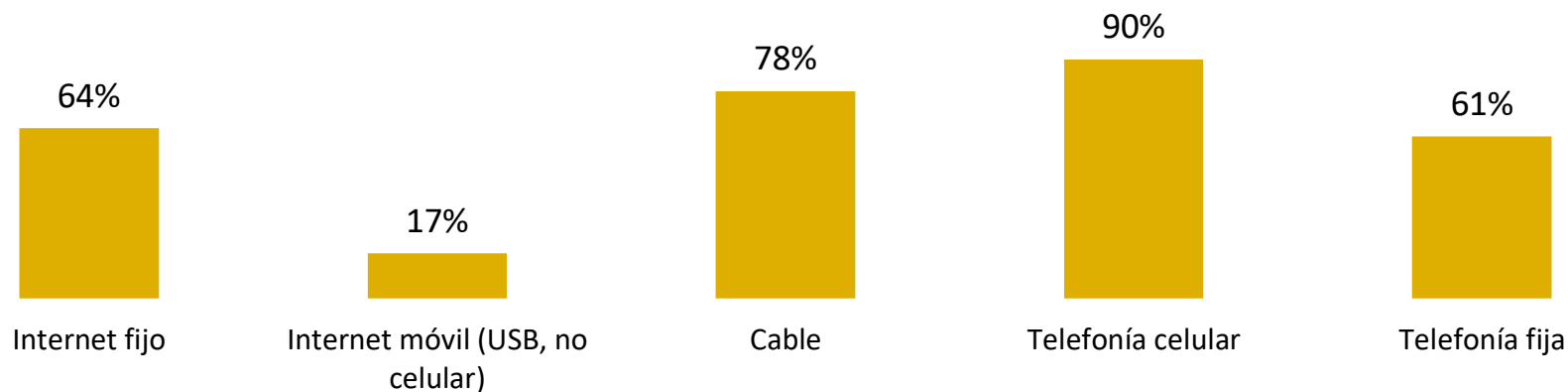
TECNOLOGIA



Servicios con los que cuenta en su hogar

Base

200



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Internet fijo	58%	60%	63%	68%	70%
Internet móvil	--	3%	23%	30%	28%
Cable	75%	80%	88%	70%	75%
Telefonía celular	100%	83%	85%	85%	98%
Telefonía fija	50%	63%	73%	65%	53%
Base	40	40	40	40	40

18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
65%	79%	64%	62%	54%
30%	14%	18%	17%	8%
78%	68%	82%	77%	82%
96%	96%	98%	91%	72%
70%	57%	39%	59%	85%
23	28	44	66	39

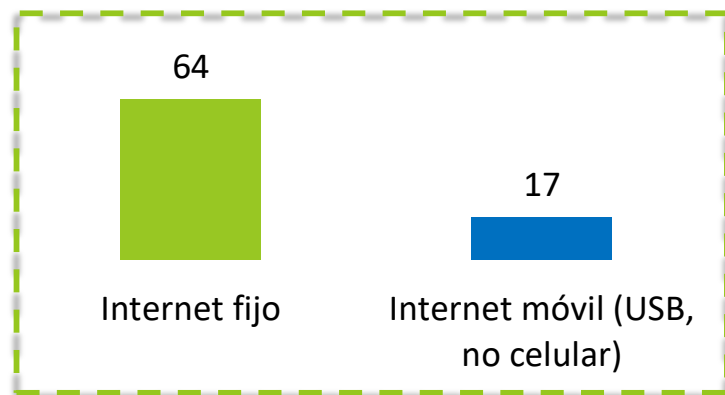


SERVICIO DE INTERNET

Servicios con los que cuenta en su hogar

Base

200



Cable



Telefonía celular



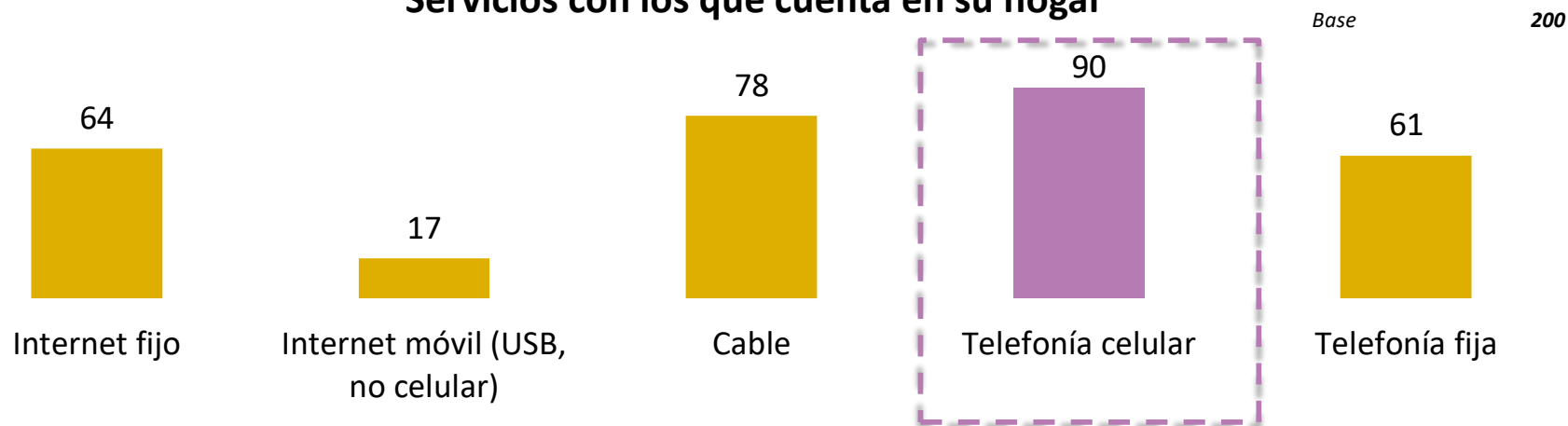
Telefonía fija

TIPO	INTERNET FIJO	INTERNET MÓVIL
	(64%)	(17%)
Prepago	16%	21%
Postpago	84%	79%
Base:	127	33

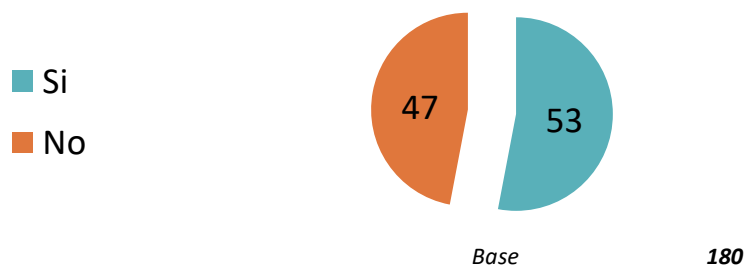


SERVICIO DE CELULAR

Servicios con los que cuenta en su hogar



¿Su plan de telefonía celular, le brinda el servicio de internet?



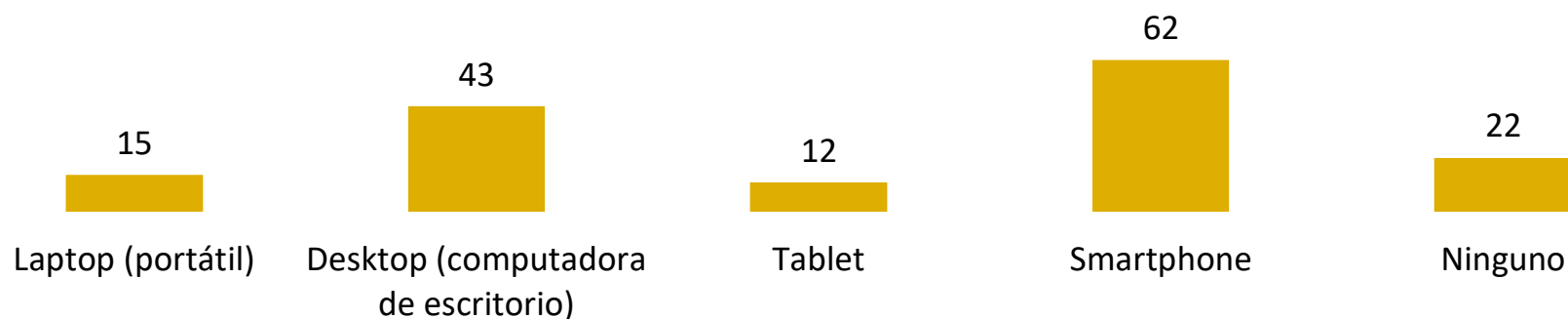


DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS

Dispositivos con los que cuenta actualmente

Base

200



DISPOSITIVO ACTUAL	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Laptop	8%	20%	8%	20%	20%
Desktop	22%	17%	19%	11%	16%
Tablet	--	8%	15%	15%	20%
Smartphone	53%	60%	58%	65%	73%
Ninguno	23%	25%	30%	25%	8%
Base	40	40	40	40	40

18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
30%	21%	16%	14%	2%
30%	54%	50%	42%	33%
30%	7%	18%	9%	--
91%	75%	75%	55%	31%
9%	11%	9%	24%	49%
23	28	44	66	39



FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS

¿Cuántas horas usa diariamente...?



Laptop



Desktop



Tablet



Smartphone

¿Lo tiene actualmente?	15%	43%	12%	62%
Menos de 1 hora	37%	48%	52%	12%
De 1 a 2 horas	57%	44%	35%	39%
De 3 a 5 horas	3%	5%	4%	30%
Mas de 5 horas	3%	3%	9%	19%
Base:	30	85	23	123

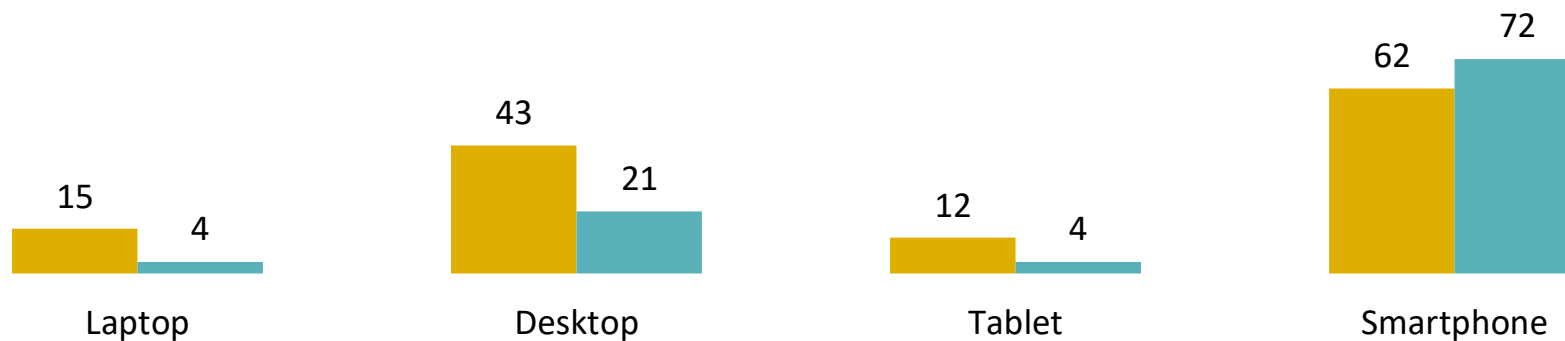


PREFERENCIA DE DISPOSITIVOS

■ Tiene actualmente ■ Usa más

Base

156



DISPOSITIVO QUE USA MÁS	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Laptop	--	10%	--	3%	5%
Desktop	36%	20%	18%	17%	16%
Tablet	--	--	--	10%	8%
Smartphone	68%	70%	82%	70%	70%
Base	31	30	28	30	37

18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
--	4%	3%	8%	--
--	24%	13%	28%	40%
10%	--	8%	2%	--
91%	72%	78%	64%	60%
21	25	40	50	60



USO DE LOS APARATOS ELECTRÓNICOS

¿Qué usos les da a los aparatos electrónicos?

Comunicación (email,
sms, whatsapp) 76

Entretenimiento 61

Trabajo 21

Otros 2

Base

156

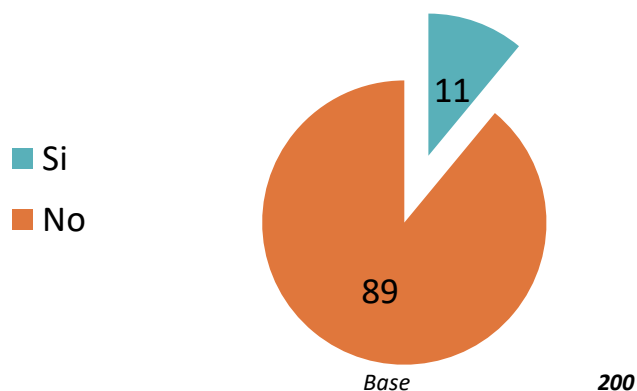
ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Comunicación	100%	87%	79%	57%	60%
Entretenimiento	48%	87%	71%	57%	46%
Trabajo	--	7%	14%	37%	43%
Base	31	30	28	30	37

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Comunicación	67%	80%	83%	82%	50%
Entretenimiento	67%	68%	65%	56%	50%
Trabajo	38%	28%	18%	16%	15%
Base	21	25	40	50	20



USO DE LOS APARATOS ELECTRÓNICOS

¿Necesita usar aparatos electrónicos portátiles debido a su trabajo?



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	3%	3%	12%	18%	20%
No	97%	97%	88%	82%	80%
Base	40	40	40	40	40

¿Por qué?

Se informa de la variedad de productos que ofrecen 27

Puede movilizarse con la información a su alcance 23

Mantiene comunicación con sus clientes / vendedores 23

Los pedidos son vía mensaje (correo, texto) 14

Los pedidos son por Televenta 9

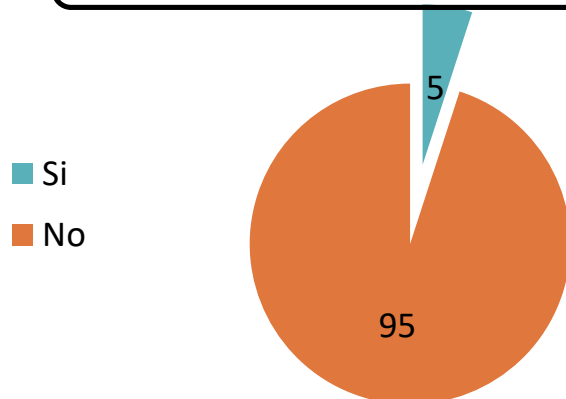
Base

22



COMPRAS POR INTERNET

¿Realiza compras por internet?



Base 200

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	3%	--	10%	8%	5%
No	97%	100%	90%	93%	95%
Base	40	40	40	40	40

EDAD	18-25	26-35	36-45	46-60	+60
Si	9%	4%	11%	3%	--
No	91%	96%	89%	97%	100%
Base	23	28	44	66	39

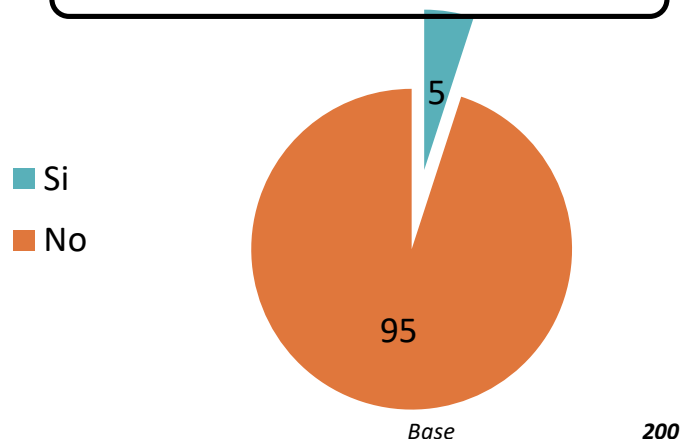


¿En que páginas?	%
Mercado libre	30%
Backus	30%
Otros	40%
Base	10

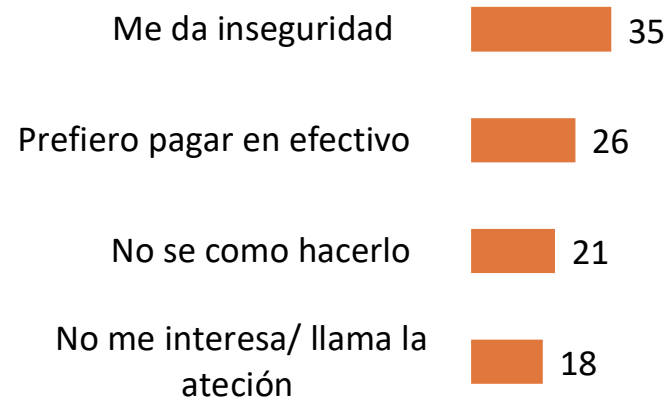


NO COMPRA POR INTERNET

¿Realiza compras por internet?



¿Por qué NO?

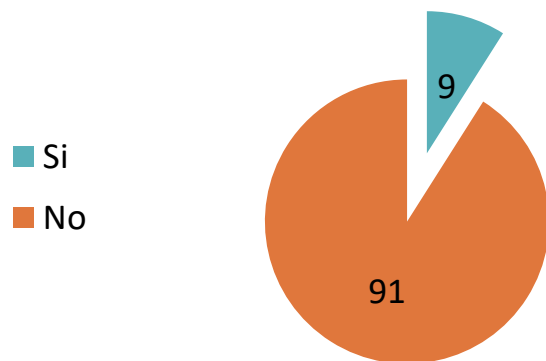


EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Me da inseguridad	29%	52%	46%	38%	10%
Prefiero pagar en efectivo	38%	22%	23%	25%	28%
No se como hacerlo	29%	7%	13%	17%	39%
No me interesa/llama la atención	5%	19%	18%	20%	23%
Base	21	27	39	64	39



CONOCIMIENTO DE PRODUCTOS

¿Ingresa a la pagina de web de los productos que vende en su bodega?



Base

200

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	5%	10%	13%	10%	5%
No	95%	90%	87%	90%	95%
Base	40	40	40	40	40

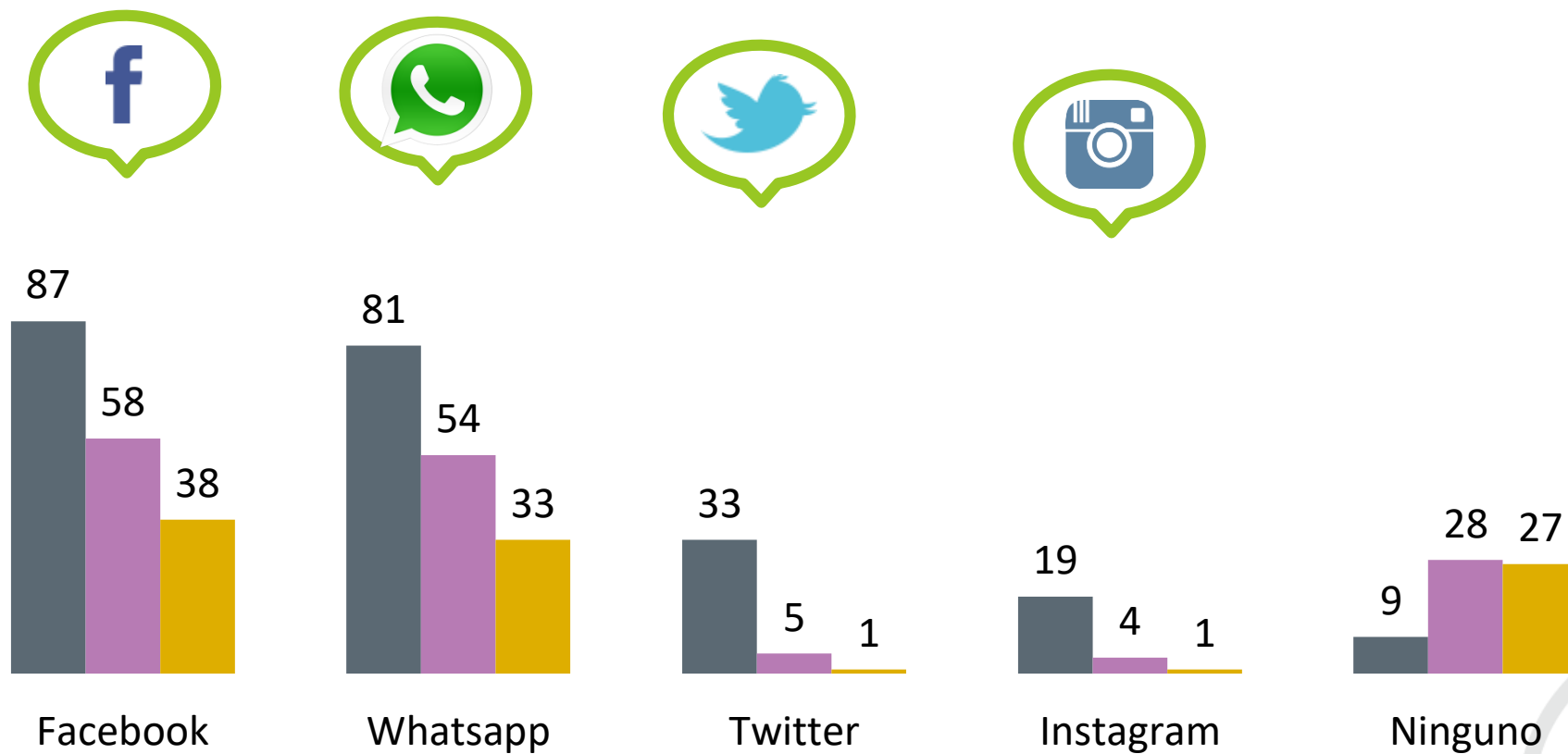
EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Si	9%	18%	9%	8%	3%
No	91%	82%	91%	92%	97%
Base	23	28	44	66	39

REDES SOCIALES



CONOCIMIENTO DE REDES SOCIALES

■ Conoce ■ Utiliza ■ Más frecuente





CONOCIMIENTO DE REDES SOCIALES

¿Qué redes sociales conoce?

Facebook 87

Whatsapp 81

Twitter 34

Instagram 19

Ninguno 9

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Facebook	93%	80%	78%	98%	88%
Whatsapp	78%	70%	78%	88%	90%
Twitter	13%	30%	50%	35%	40%
Instagram	10%	5%	23%	25%	30%
Base	40	40	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Facebook	100%	100%	96%	91%	54%
Whatsapp	96%	96%	96%	74%	54%
Twitter	65%	39%	46%	27%	8%
Instagram	48%	25%	30%	8%	3%
Base	23	28	44	66	39



USO DE REDES SOCIALES

¿Qué redes sociales utiliza?

Facebook 58

Whatsapp 54

Twitter 5

Instagram 4

Ninguno 28

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Facebook	50%	68%	38%	68%	68%
Whatsapp	50%	48%	53%	43%	78%
Twitter	3%	3%	--	3%	15%
Instagram	--	3%	--	5%	10%
Base	40	40	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Facebook	83%	82%	77%	50%	18%
Whatsapp	87%	68%	75%	47%	13%
Twitter	17%	--	7%	3%	--
Instagram	22%	--	2%	2%	--
Base	23	28	44	66	39



PREFERENCIA DE REDES SOCIALES

¿Cuál es la red social que utiliza con más frecuencia?

Whatsapp 38

Facebook 34

Twitter 1

Ninguno 28

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Facebook	30%	35%	18%	48%	38%
Whatsapp	45%	38%	40%	20%	45%
Twitter	--	--	--	2%	2%
Base	40	40	40	40	40

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Facebook	39%	46%	41%	32%	15%
Whatsapp	52%	46%	52%	38%	5%
Twitter	4%	--	--	1%	--
Base	23	28	44	66	39



FRECUENCIA DE USO

¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?

■ Todos los días

■ 2 a 3 veces a la semana

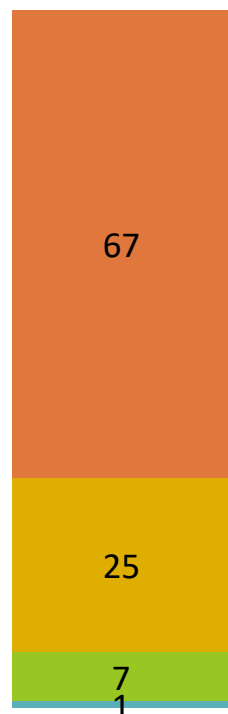
■ 1 vez a la semana

■ 1 vez al mes

■ Otros

Base

145



ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Todos los días	70%	59%	83%	69%	59%
2 a 3 veces a la semana	13%	35%	13%	21%	38%
1 vez a la semana	13%	7%	4%	10%	3%
1 vez al mes	3%	--	--	--	--
Base	30	29	23	29	34

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Todos los días	78%	81%	68%	51%	75%
2 a 3 veces a la semana	17%	19%	29%	30%	13%
1 vez a la semana	4%	--	2%	17%	13%
1 vez al mes	--	--	--	2%	--
Base	23	26	41	47	8

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	+ 15 AÑOS
Todos los días	71%	61%	68%
2 a 3 veces a la semana	25%	25%	24%
1 vez a la semana	3%	12%	8%
1 vez al mes	--	2%	--
Base	59	49	37



FORMAS DE USO DE REDES SOCIALES

¿Qué dispositivo utiliza para conectarse a redes sociales?



Smartphone



82



Desktop



17



Laptop



6



Tablet



3

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Smartphone	77%	72%	96%	83%	85%
Desktop	23%	31%	4%	10%	15%
Laptop	3%	3%	--	10%	12%
Tablet	--	--	4%	10%	--
Base	30	29	23	29	34

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Smartphone	96%	81%	76%	79%	100%
Desktop	--	31%	20%	17%	13%
Laptop	13%	4%	5%	6%	--
Tablet	4%	--	2%	4%	--
Base	23	26	41	41	8



USO DE REDES SOCIALES

¿Para que utiliza las redes sociales?



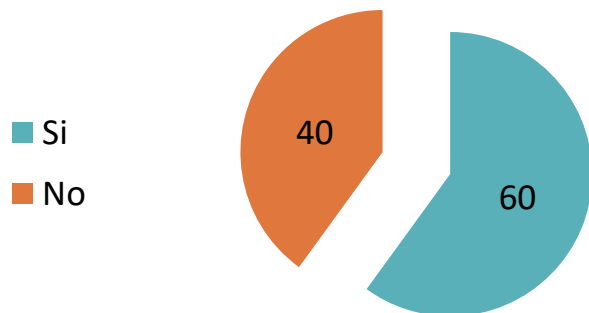
ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Escribirse con amigos	90%	72%	78%	55%	65%
Búsqueda de información	33%	38%	61%	38%	44%
Subir fotos	17%	62%	39%	28%	21%
Escribir acontecimiento de su vida	--	48%	4%	35%	6%
Comentar una noticia	7%	38%	17%	3%	12%
Base	30	29	23	29	34

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Escribirse con amigos	87%	73%	73%	64%	63%
Búsqueda de información	30%	42%	39%	51%	38%
Subir fotos	52%	42%	34%	19%	13%
Escribir acontecimiento de su vida	30%	19%	20%	13%	13%
Comentar una noticia	13%	23%	20%	9%	13%
Base	23	26	41	47	8



USO DE REDES SOCIALES

¿Considera ud las redes sociales como herramientas comerciales?



¿Por qué si?	%
Promocionan productos	50%
Llegan a todo público	20%
Dan a conocer las ofertas	9%
Hacen publicidad de los productos que van a salir al mercado	9%
Otros	11%
No precisa	6%
Base	80

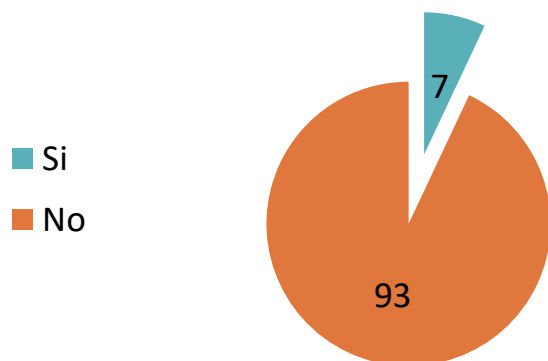
ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	18%	30%	60%	47%	45%
No	82%	70%	40%	53%	55%
Base	40	40	40	40	40

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	+ 15 AÑOS
Si	35%	39%	47%
No	65%	61%	53%
Base	74	64	62



USO DE REDES SOCIALES

¿Interactúa con sus clientes por redes sociales?



¿Por cuál?	%
Whatsapp	62%
Facebook	39%
Base	13

ZONA	NORTE	ESTE	SUR	CENTRO	MODERNA
Si	--	3%	13%	5%	13%
No	100%	97%	87%	95%	87%
Base	40	40	40	40	40

ANTIGÜEDAD	0 – 4 AÑOS	5 – 10 AÑOS	+ 15 AÑOS
Si	5%	5%	10%
No	95%	95%	90%
Base	74	64	62

EDAD	18 -25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-60 AÑOS	+ 60 AÑOS
Si	9%	7%	11%	6%	--
No	91%	93%	89%	94%	100%
Base	23	28	44	66	39

