

Estudio de Investigación Mercado del Cuidado del Cabello

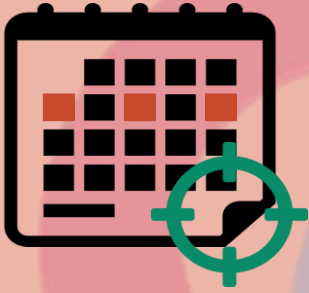
-Shampoo y Complementos-

Año 2019



SABÍAS ...

El **54%** de las mujeres usan el shampoo INTERDIARIO.



Las mujeres lo eligen por el "Tipo de Cabello"



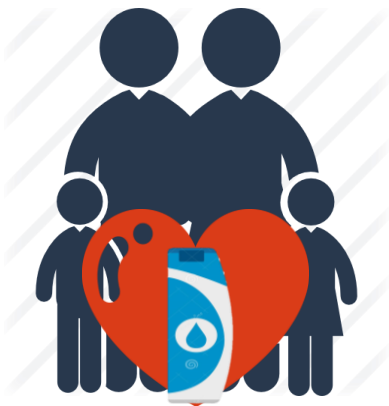
El **60%** de los varones usan el shampoo DIARIAMENTE.



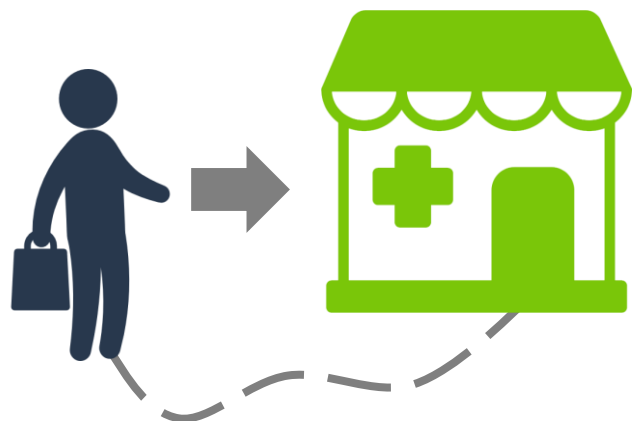
Los varones por "Precio y Cantidad"



El **26%** de los consumidores utilizan el mismo shampoo para toda la familia.



El **3er** canal de compra elegido son las farmacias



EVALUACIÓN DEL MERCADO

❖ EVALUACIÓN DEL MERCADO

- **PARTICIPACIÓN DE MERCADO (CONSUMO)**
 - Participación por Marca
 - Participación por Tipo
 - Participación por Presentación
 - Participación por Zona
 - Participación por Rango de Edad
 - Participación por Generación
- **COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y USO**
 - Lugar de Compra
 - Frecuencia de compra
 - Frecuencia de uso
 - El shampoo: Producto básico
 - Productos complementarios
 - Productos sustitutos
- **EXPLORANDO LAS MARCAS**
 - Top of Mind
 - Recordación espontánea
 - Atributos Valorados
 - Percepción de Precios
 - Fidelidad a la Marca

EVALUACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN

❖ CANAL TRADICIONAL

- **PUESTOS DE MERCADO Y BODEGAS**
 - Modo y Frecuencia de Abastecimiento
 - Promoción y Publicidad en el punto de Venta
 - Distribución por Marca y Tipo
 - Rotación del Producto

EVALUACIÓN DEL CANAL MODERNO

❖ CANAL MODERNO

- **SUPERMERCADOS**
 - Participación por Marca
 - Participación por Tipo
 - Participación por Zona

INSIGHT DEL CONSUMIDOR

❖ ESTUDIO DE PROFUNDIDAD

- Conceptualizando la categoría
- Beneficios otorgados por el producto
- Productos comerciales vs naturales
- Importancia de la marca
- Sugerencias para innovar la categoría



Marketing

Ventas

Investigación de Mercado

Distribución

Capacitación
Comercial

Trade Marketing



CONTÁCTANOS:

- 📞 KAREN MERCADO
984 243 297
- ✉️ kmercado@kamaqibusiness.com.pe
(Asesora Comercial)
- 📍 Av. De los Ingenieros 631 Of. 502
– Stgo. de Surco
- ✉️ www.kamaqibusiness.com.pe
info@kamaqibusiness.com.pe
- 📞 (01) 759 3635