

SNACKS / DULCES
SNACKS / BOCADITOS

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	68.3	76.3	70.9	61.3	66.9	69.5	78.5	75.4	70.0	59.4	58.5	72.6	64.2	64.0	65.4	78.3	68.6
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	27.7	24.0	23.1	34.9	30.5	25.2	38.6	37.0	23.8	22.2	16.6	22.3	32.4	23.0	28.5	19.9	37.5
Semanal	22.5	27.0	18.5	24.0	24.5	20.7	26.4	22.0	25.7	17.8	16.6	25.3	11.1	19.1	23.9	29.9	19.2
Eventual	49.8	49.0	58.3	41.1	45.0	54.1	35.0	41.0	50.5	59.9	66.8	52.3	56.5	57.9	47.7	50.2	43.3
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	40.0	43.4	36.2	41.4	41.8	38.2	55.4	50.4	41.2	29.4	24.4	39.2	36.2	35.3	38.5	45.0	44.3
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	81.7	74.6	77.5	89.0	79.5	83.8	92.0	76.8	85.3	76.1	66.3	77.0	78.6	94.8	88.4	61.9	81.3
Supermercado	10.4	19.3	14.8	1.8	10.7	10.0	5.9	10.1	10.3	11.6	19.1	6.5	14.0	3.2	4.3	33.7	7.1
Otros lugares	7.9	6.2	7.7	9.2	9.8	6.2	2.0	13.1	4.4	12.3	14.6	16.4	7.4	2.0	7.2	4.4	11.5
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
FRITO LAY	74.6	73.6	74.9	75.3	72.3	77.2	71.4	79.3	78.5	70.8	64.8	68.9	73.9	74.9	78.0	63.6	80.9
CHIPY	11.2	13.1	12.3	9.1	11.7	10.6	12.0	10.6	8.8	12.7	16.5	26.4	12.1	15.6	6.1	14.4	6.8
KARINTO	9.8	9.3	6.5	12.7	11.6	7.9	13.6	8.6	7.5	10.8	10.0	1.8	5.1	9.5	11.4	13.0	10.5
OTRAS MARCAS	2.7	3.2	3.9	1.4	2.8	2.5	1.0	0.8	3.6	3.3	5.9	2.8	5.6	0.0	2.1	7.8	0.0
NO PRECISA	1.7	0.8	2.4	1.5	1.6	1.7	1.9	0.6	1.6	2.3	2.7	0.0	3.3	0.0	2.5	1.3	1.8
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(693)	(236)	(217)	(240)	(328)	(365)	(170)	(130)	(203)	(122)	(68)	(72)	(66)	(89)	(292)	(109)	(65)

SNACKS / DULCES
CHOCOLATE

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	69.7	74.3	70.2	66.8	64.4	74.7	76.5	74.0	72.3	68.5	54.2	73.6	62.4	58.2	67.2	79.9	76.4
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	21.8	22.2	19.2	24.0	24.7	19.5	30.8	29.6	18.4	15.7	17.0	20.5	34.9	11.3	20.1	25.0	23.5
Semanal	21.4	19.8	17.9	25.7	18.6	23.6	22.2	20.5	22.5	24.4	12.7	22.8	16.0	21.0	20.5	17.0	27.7
Eventual	56.8	58.0	62.8	50.3	56.7	57.0	46.9	49.9	59.1	59.8	70.3	56.6	49.0	67.7	59.4	58.0	48.7
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	37.1	38.6	33.0	40.2	33.1	40.9	48.8	46.8	37.1	33.4	19.7	40.1	35.6	26.0	35.6	40.2	44.9
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	82.0	70.2	83.2	87.2	79.7	83.8	89.4	88.2	79.2	76.8	70.7	76.6	76.6	86.0	86.2	65.2	90.0
Supermercado	11.9	26.4	10.9	5.2	13.6	10.5	7.0	8.9	13.4	13.1	23.2	11.4	12.5	9.7	5.9	32.6	7.9
Ambulante	3.7	2.5	3.1	4.7	4.9	2.7	1.4	2.2	4.4	5.6	6.1	5.8	6.1	2.4	5.6	2.1	0.5
Otros lugares	2.4	0.9	2.9	2.8	1.8	2.8	2.2	0.7	2.9	4.6	0.0	6.2	4.8	1.9	2.3	0.0	1.7
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
SUBLIME	56.0	45.2	63.9	55.5	57.0	55.3	55.4	52.0	61.2	56.1	47.9	44.3	58.9	50.0	54.2	53.0	68.4
D'ONOFRIO	15.5	26.0	12.1	12.7	14.6	16.2	14.3	20.4	12.8	13.1	21.4	27.3	16.7	11.2	14.1	22.2	8.6
TRIÁNGULO	7.7	9.3	3.1	10.4	4.3	10.3	4.9	9.2	6.7	10.8	7.4	2.0	2.8	0.7	8.0	6.5	15.7
WINTER'S	4.5	1.6	5.2	5.4	5.0	4.1	7.2	1.4	5.0	4.0	4.9	1.2	3.4	5.1	7.1	1.8	4.0
PRINCESA	3.7	3.1	3.4	4.3	1.9	5.1	2.3	6.2	3.1	4.6	0.9	1.9	5.3	10.0	4.5	0.0	2.7
NESTLE	3.0	3.0	5.5	1.0	4.2	2.0	2.4	1.2	4.3	2.5	4.7	8.8	0.4	4.6	1.8	5.9	0.0
OTRAS MARCAS	9.3	11.1	6.5	10.5	12.9	6.4	12.9	9.4	6.5	8.9	11.6	14.6	11.4	18.5	9.8	10.6	0.5
NO PRECISA	0.3	0.8	0.4	0.0	0.2	0.4	0.4	0.0	0.5	0.0	1.1	0.0	1.1	0.0	0.7	0.0	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(642)	(210)	(192)	(240)	(269)	(373)	(145)	(120)	(186)	(129)	(62)	(74)	(67)	(64)	(273)	(99)	(65)

SNACKS / DULCES
GALLETAS DULCES

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	66.5	65.5	68.5	64.9	62.1	70.4	82.8	69.5	68.8	60.8	49.5	69.9	57.8	61.9	63.5	71.7	73.2
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	30.6	26.4	28.9	34.4	30.3	30.7	39.3	30.7	26.8	29.1	28.8	26.1	35.8	17.9	30.9	32.1	37.0
Semanal	22.1	24.0	18.1	25.0	24.5	20.2	20.8	25.2	27.2	16.8	13.9	24.7	16.3	20.7	25.0	19.7	20.5
Eventual	47.3	49.6	53.0	40.7	45.2	49.2	39.9	44.1	46.1	54.1	57.1	49.2	47.9	61.4	44.1	48.3	42.5
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	40.1	38.0	36.9	44.0	38.3	41.7	57.1	44.8	43.0	32.1	22.6	39.3	33.4	32.0	40.6	41.1	47.5
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	79.3	62.4	79.5	87.0	76.3	81.9	85.3	82.5	79.5	73.1	68.7	72.9	77.2	92.4	85.0	55.9	82.7
Supermercado	12.9	29.1	11.2	6.7	14.7	11.3	10.5	10.5	12.2	13.2	26.1	11.0	12.9	4.6	4.8	38.6	14.1
Otros lugares	7.8	8.6	9.3	6.2	9.0	6.7	4.2	6.9	8.2	13.7	5.2	16.1	9.9	3.0	10.2	5.5	3.3
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
MARGARITA	14.6	12.1	10.8	19.0	12.8	16.4	10.4	6.2	16.6	26.8	13.4	10.9	11.3	9.2	13.0	9.3	26.6
MOROCHAS	11.9	13.8	10.6	12.0	11.6	12.1	16.4	10.1	12.4	9.2	8.2	19.8	14.1	18.2	9.9	13.7	6.5
CASINO	10.6	11.6	7.2	12.8	11.8	9.6	7.4	10.8	13.8	10.1	6.5	8.9	3.1	6.7	12.6	9.1	13.3
FIELD - VAINILLA	8.5	11.3	7.6	7.9	9.4	7.7	6.1	8.9	9.2	3.4	21.0	18.2	7.5	11.2	7.6	11.1	2.6
TENTACION	6.1	4.6	10.7	3.3	8.1	4.5	5.9	9.8	6.6	2.2	4.4	10.1	13.7	4.1	7.0	1.9	4.4
VICTORIA - VAINILLA	5.2	5.2	4.6	5.7	6.3	4.3	2.4	6.7	5.1	5.5	8.6	2.8	9.8	6.4	4.1	2.7	7.7
PICARAS	5.0	4.0	4.9	5.6	3.8	6.1	3.5	5.5	7.0	3.7	2.6	4.7	13.2	6.3	2.3	1.3	8.9
RELLENITAS	4.3	3.9	3.3	5.2	3.6	4.9	3.0	3.8	5.3	4.0	5.1	9.2	3.4	3.8	6.2	1.3	1.3
GLACITAS	4.1	4.8	4.3	3.5	5.1	3.2	5.5	6.9	2.5	2.9	2.4	2.8	2.3	6.4	5.5	4.8	1.2
CORONITAS	3.8	6.8	0.6	5.0	1.2	6.1	7.8	1.6	3.5	2.2	2.9	1.0	1.3	0.0	3.1	4.2	8.8
CHOKO SODA	3.4	0.8	6.1	2.4	3.2	3.5	2.6	6.9	1.6	3.9	3.1	1.4	4.1	5.1	2.9	7.3	1.2
OREO	3.2	3.2	4.1	2.5	3.6	2.8	2.4	5.3	3.1	2.7	2.2	1.8	5.0	3.8	3.5	2.4	3.0
CHARADA	2.9	3.8	5.7	0.2	3.1	2.6	3.4	4.1	2.2	2.9	1.1	0.0	4.9	1.7	0.3	13.3	1.5
CHOMP	2.4	0.0	2.3	3.7	3.3	1.7	5.1	2.1	1.8	1.9	0.0	3.1	0.0	0.9	3.5	1.8	2.5
CHOCO CHIPS	1.7	1.2	3.2	0.8	1.2	2.2	2.3	2.9	1.1	0.0	3.2	0.0	0.9	0.0	1.7	5.5	1.1
ANIMALITOS	1.3	1.8	2.4	0.2	0.2	2.3	1.0	0.0	0.4	2.5	6.2	0.0	1.0	0.7	1.5	4.2	0.0
CARITAS EL CHAVO	1.2	0.0	0.4	2.3	0.9	1.4	3.1	0.0	0.6	1.1	1.1	0.0	0.0	3.2	1.9	0.0	0.6
CHOCO DONUTS	1.0	0.0	0.9	1.5	1.2	0.8	1.3	0.0	0.4	3.2	0.0	0.0	0.0	1.3	0.3	1.2	2.5
NIK	1.0	0.0	1.4	1.0	1.9	0.2	1.4	0.9	1.1	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	1.7
CHOCMAN	1.0	0.0	2.3	0.5	0.9	1.1	2.4	0.6	0.4	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0
OTRAS MARCAS	4.9	8.1	4.4	3.8	5.5	4.3	6.0	3.8	3.7	8.4	2.2	4.1	2.3	9.1	5.8	1.9	4.4
NO PRECISA	1.9	3.2	2.1	1.3	1.4	2.4	0.8	2.8	1.5	1.3	6.0	1.2	2.1	1.9	2.9	3.0	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(687)	(206)	(214)	(267)	(311)	(376)	(166)	(123)	(206)	(122)	(70)	(75)	(62)	(75)	(308)	(101)	(66)

SNACKS / DULCES
GALLETAS SALADAS

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	77.7	73.3	81.0	77.0	73.0	82.0	79.5	74.1	81.3	77.0	73.0	78.6	79.0	71.1	79.3	78.4	77.9
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	30.1	24.6	26.5	36.5	27.9	32.0	34.4	30.0	29.7	29.7	27.1	25.1	29.1	25.8	29.3	25.2	42.1
Semanal	24.6	23.1	23.2	26.6	26.0	23.3	24.5	24.4	29.3	19.0	22.2	28.5	18.5	21.2	27.5	28.3	18.6
Eventual	45.3	52.4	50.3	36.9	46.1	44.8	41.0	45.6	41.1	51.3	50.7	46.4	52.4	53.0	43.3	46.4	39.2
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	50.3	42.3	49.6	55.2	46.3	53.9	53.1	51.5	55.4	46.2	40.8	49.6	44.8	41.8	51.5	52.7	55.2
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	81.6	62.1	81.2	89.6	80.2	82.5	90.4	87.4	79.9	74.9	76.6	83.7	84.6	88.7	85.7	59.6	83.8
Supermercado	13.0	32.9	13.0	4.9	12.9	13.0	8.6	8.8	13.6	16.5	17.6	9.1	10.9	7.2	7.2	36.8	12.0
Otros lugares	5.4	5.0	5.8	5.4	6.8	4.4	1.0	3.8	6.6	8.7	5.8	7.2	4.5	4.1	7.1	3.6	4.2
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
RITZ	29.7	22.4	33.6	29.5	28.4	30.8	38.8	31.0	31.4	25.8	17.5	38.8	20.5	24.7	42.0	7.7	25.3
FIELD - SODA	27.3	35.7	25.3	25.5	28.0	26.7	21.6	23.5	25.6	32.2	37.1	27.3	40.5	20.9	18.9	56.5	19.9
SAN JORGE - SODA	14.6	10.2	11.6	19.1	14.0	15.1	9.0	12.8	14.7	20.6	14.9	9.4	8.9	20.6	14.8	5.9	22.1
VICTORIA - SODA	11.8	9.6	11.2	13.3	12.7	11.2	9.9	12.1	15.8	8.3	8.3	8.0	13.9	16.9	10.3	10.2	14.2
DORE	3.0	2.2	5.1	1.7	3.1	3.0	4.3	5.8	3.1	1.4	0.0	1.9	1.3	1.0	1.3	7.2	5.5
KRAPS	2.2	1.2	3.4	1.6	3.3	1.3	4.0	1.2	2.2	0.7	3.4	0.0	5.0	0.0	3.3	0.5	2.8
CLUB SOCIAL	1.9	3.6	2.8	0.5	1.8	2.0	2.6	3.2	1.0	1.8	1.7	2.4	1.7	0.0	1.1	1.4	4.6
SALADIX	1.1	0.0	0.0	2.5	0.0	2.0	2.7	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4
FORTUNA	1.0	1.6	0.3	1.2	0.9	1.0	0.4	3.1	0.6	0.7	0.0	1.4	0.0	1.0	2.0	0.0	0.0
OTRAS MARCAS	6.8	11.4	6.2	5.1	7.4	6.3	6.2	6.1	3.2	7.8	16.1	10.9	6.9	12.9	6.3	9.0	0.0
NO PRECISA	0.6	1.8	0.6	0.0	0.4	0.7	0.5	1.2	0.3	0.5	0.6	0.0	1.3	2.0	0.0	1.6	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(863)	(239)	(286)	(338)	(385)	(478)	(161)	(131)	(269)	(185)	(117)	(91)	(82)	(101)	(395)	(118)	(76)

PRODUCTOS PERSONALES

JABÓN DE TOCADOR

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	97.5	99.7	99.9	93.9	96.7	98.2	96.1	96.2	98.9	98.0	96.4	98.9	97.2	97.4	98.2	99.9	93.5
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	92.6	92.0	94.4	91.0	93.2	91.9	90.8	92.0	94.4	92.7	90.7	97.9	88.3	80.0	94.8	91.7	96.9
Semanal	4.5	2.5	3.4	6.8	4.1	4.9	5.6	5.0	3.5	3.8	6.3	0.2	9.7	15.7	2.3	3.3	1.7
Eventual	2.9	5.5	2.2	2.1	2.7	3.2	3.6	3.0	2.0	3.5	2.9	1.9	2.0	4.2	2.8	5.0	1.4
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	97.2	99.7	99.5	93.4	96.1	98.1	96.1	95.8	98.3	97.7	96.4	97.6	97.2	96.4	98.0	99.9	93.5
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	43.6	23.3	46.7	51.8	45.9	41.3	51.7	40.2	42.4	46.0	37.9	41.8	55.8	51.7	51.9	20.6	34.3
Supermercado	34.7	64.5	34.7	17.8	32.4	36.8	27.9	30.7	38.4	35.1	37.7	32.2	28.6	29.4	26.0	65.4	35.4
Mercado	18.4	7.9	15.5	27.3	18.3	18.6	19.6	24.8	16.3	16.3	17.7	24.9	10.0	15.9	17.7	8.3	30.3
Otros lugares	3.3	4.2	3.2	3.1	3.4	3.3	0.8	4.4	2.9	2.6	6.7	1.1	5.6	2.8	4.4	5.7	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
NEKO	23.9	17.4	16.0	35.5	28.6	19.7	29.4	31.9	23.9	19.2	16.3	18.9	23.4	30.2	26.5	6.2	31.7
CAMAY	13.3	12.5	13.0	14.1	12.4	14.2	13.3	10.1	15.2	12.8	13.8	11.3	12.9	17.3	18.1	9.1	5.4
HENO DE PRAVIA	9.2	9.9	12.6	5.3	8.4	9.9	4.1	7.3	8.7	8.6	18.2	5.6	17.0	4.2	9.3	14.3	6.7
REXONA	8.6	4.4	10.2	9.4	9.8	7.5	10.1	4.5	7.2	11.0	11.4	8.0	0.9	4.8	6.2	12.9	16.9
PROTEX	7.6	4.5	9.5	7.4	7.2	7.9	10.7	5.1	9.3	7.3	3.9	14.2	5.9	6.0	8.9	4.8	5.2
PALMOLIVE	7.6	8.7	6.4	8.2	6.3	8.8	5.6	6.0	7.3	11.7	6.1	10.9	5.2	8.4	4.0	12.1	9.9
NIVEA	6.2	12.1	4.0	5.0	5.9	6.4	6.6	7.8	6.0	5.8	4.8	8.7	7.0	7.2	4.8	6.0	6.4
DOVE	5.8	10.5	5.8	3.1	5.0	6.4	3.0	8.0	5.3	6.7	5.7	6.6	1.8	4.0	5.8	6.8	7.5
LUX	5.5	4.8	5.8	5.7	4.2	6.7	4.9	4.9	5.9	4.0	8.4	1.9	9.1	4.3	5.9	5.3	6.4
MONCLER	3.4	2.2	5.7	1.7	3.7	3.1	3.2	3.4	3.5	4.5	1.7	4.1	4.4	7.7	2.5	3.9	0.6
SPA	2.1	3.7	2.6	0.6	1.9	2.2	2.5	3.7	1.7	1.6	1.3	2.5	1.8	0.4	1.5	7.4	0.2
AVAL	1.2	2.6	1.0	0.6	1.6	0.8	2.0	1.3	0.8	1.1	1.4	1.5	0.2	1.9	1.1	2.0	0.5
OTRAS MARCAS	5.1	6.0	6.8	3.2	4.5	5.7	4.8	6.0	4.5	4.5	6.8	5.3	10.0	3.4	5.1	7.1	2.6
NO PRECISA	0.5	0.6	0.8	0.2	0.4	0.5	0.0	0.0	0.7	1.2	0.2	0.6	0.6	0.0	0.3	2.0	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1728)	(554)	(592)	(582)	(805)	(923)	(293)	(255)	(507)	(399)	(274)	(179)	(172)	(239)	(742)	(254)	(142)

PRODUCTOS PERSONALES

CREMA DENTAL

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	99.5	100.0	99.3	99.5	99.3	99.7	99.6	99.4	100.0	99.7	98.1	100.0	98.6	99.9	98.9	99.9	100.0
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	93.4	92.8	94.7	92.3	94.1	92.6	91.6	92.8	95.0	93.8	91.2	98.5	84.9	83.5	95.3	92.3	98.1
Semanal	2.9	1.6	2.5	4.1	3.0	2.8	3.7	2.6	2.0	3.0	4.4	0.9	6.3	9.6	1.7	2.1	0.6
Eventual	3.7	5.6	2.8	3.6	2.9	4.6	4.7	4.6	3.0	3.1	4.4	0.6	8.8	6.8	2.9	5.5	1.3
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	99.2	99.2	99.0	99.3	98.8	99.4	99.6	98.8	99.9	99.5	97.0	100.0	97.5	99.6	98.2	99.9	100.0
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	42.7	23.1	44.7	51.4	43.8	41.6	48.6	42.8	40.0	44.1	40.2	38.2	51.2	51.1	51.8	22.5	33.4
Supermercado	35.3	64.9	36.6	18.3	33.4	37.1	29.9	30.2	38.3	36.0	39.6	34.3	32.2	29.9	26.1	66.2	35.3
Mercado	19.0	9.3	16.5	26.5	19.6	18.4	18.6	24.5	18.2	17.9	16.5	26.6	11.6	16.4	18.5	6.8	30.1
Otros lugares	3.0	2.7	2.2	3.8	3.1	2.9	2.9	2.5	3.5	2.1	3.8	1.0	5.0	2.6	3.6	4.4	1.2
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
COLGATE	45.4	51.7	48.0	39.7	43.9	46.9	41.7	40.9	46.4	47.1	50.0	39.2	49.2	44.7	40.4	61.1	45.5
DENTO	30.4	26.5	29.4	33.4	31.2	29.7	36.8	33.7	29.5	29.2	23.8	33.6	28.9	31.0	31.7	19.4	34.8
KOLYNOS	19.8	17.2	18.4	22.5	19.6	20.0	17.9	15.5	21.3	20.6	22.6	22.3	17.7	21.7	24.9	15.4	11.6
AQUAFRESH	3.4	3.8	2.4	4.0	4.6	2.2	2.6	9.2	2.6	1.6	1.5	4.9	1.4	1.9	1.5	3.7	7.6
OTRAS MARCAS	1.0	0.9	1.8	0.3	0.8	1.3	1.1	0.7	0.3	1.5	2.1	0.0	2.8	0.7	1.6	0.4	0.5
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1747)	(555)	(588)	(604)	(818)	(929)	(297)	(256)	(513)	(407)	(274)	(182)	(171)	(246)	(747)	(254)	(147)

PRODUCTOS PERSONALES

DESODORANTE

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENCIAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	86.7	90.8	89.4	82.0	85.7	87.8	80.1	97.5	93.3	84.9	70.0	88.9	85.0	83.2	83.2	91.7	91.7
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	91.9	92.0	93.1	90.9	92.3	91.5	90.1	92.1	93.5	92.3	88.5	97.9	79.9	85.2	93.4	89.1	97.9
Semanal	2.1	0.8	1.7	3.3	2.6	1.7	2.1	1.4	2.4	1.9	3.0	0.0	5.1	6.0	1.9	1.7	0.0
Eventual	6.0	7.2	5.3	5.9	5.1	6.7	7.7	6.4	4.2	5.7	8.4	2.1	15.0	8.8	4.7	9.2	2.1
Total 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	85.6	90.5	88.0	80.8	84.4	86.9	78.4	96.5	92.3	83.6	69.5	87.7	83.2	81.3	82.4	89.8	91.7
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Supermercado	35.4	62.4	36.4	18.2	37.2	33.7	34.5	26.4	38.1	37.9	38.7	32.7	34.2	34.2	23.1	66.6	36.1
Bodega	25.1	14.1	27.0	29.8	25.5	24.8	28.1	29.1	24.3	21.2	24.2	28.9	24.7	21.7	30.9	13.1	24.5
Catálogo	20.4	11.1	20.1	26.2	17.4	23.2	23.9	23.4	18.5	23.2	12.1	18.7	24.0	32.6	26.0	9.3	10.5
Mercado	13.5	8.4	11.6	18.4	14.9	12.2	9.5	16.0	11.4	13.8	19.0	16.5	6.9	6.3	12.3	5.7	26.9
Otros lugares	5.6	4.1	4.9	7.4	5.0	6.3	4.0	5.0	7.6	4.0	6.0	3.2	10.2	5.2	7.8	5.2	2.0
Total 100%																	
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
REXONA	39.1	35.4	38.4	42.1	39.6	38.7	33.4	40.0	42.0	33.7	45.5	42.7	35.7	32.0	41.0	36.4	42.1
ESIKA	9.8	4.1	9.7	13.2	8.5	11.0	10.3	13.1	10.4	8.1	5.2	9.0	5.8	15.0	15.7	2.9	3.5
AXE	7.7	5.6	6.1	10.5	14.9	1.1	15.0	7.6	6.7	7.0	3.3	7.5	6.2	7.9	4.5	4.0	16.4
UNIQUE	7.1	6.3	6.5	8.2	7.0	7.2	5.4	9.7	5.0	9.6	6.2	8.7	8.8	14.0	8.8	2.8	1.3
AVON	6.2	1.8	6.1	9.0	5.0	7.3	7.2	4.8	4.3	8.8	8.0	5.2	6.5	7.5	5.4	1.6	10.6
NIVEA	6.1	9.9	5.7	4.2	3.7	8.2	6.2	9.0	6.8	3.5	3.6	3.8	8.2	4.0	4.2	12.4	6.2
SPEED STICK	3.9	4.1	5.1	2.5	1.9	5.7	5.3	3.1	3.9	4.5	2.5	5.0	8.7	2.4	3.0	2.9	4.6
AVAL	3.5	3.2	3.7	3.4	2.8	4.1	2.5	3.2	3.0	5.9	2.1	1.9	2.7	3.7	3.8	0.9	5.9
DOVE	2.9	6.3	2.8	0.8	0.5	5.0	2.2	2.1	4.0	2.1	3.0	3.2	1.8	2.8	3.2	5.1	1.0
OLD SPICE	2.3	2.8	4.1	0.2	4.7	0.0	1.3	2.3	2.6	1.3	4.3	1.5	2.1	1.6	2.1	1.4	4.3
ETIQUET	1.7	3.5	0.9	1.3	1.2	2.1	0.6	0.4	1.8	3.6	1.3	2.6	4.2	0.4	1.4	3.6	0.0
NATURA	1.4	3.9	0.9	0.4	0.7	2.1	0.9	0.0	2.0	1.6	2.2	0.8	4.3	0.5	1.1	3.7	0.0
OTRAS MARCAS	7.4	12.7	8.3	3.9	8.9	6.4	8.4	4.3	6.7	9.0	11.9	7.2	4.7	8.5	4.9	19.2	4.3
NO PRECISA	0.9	0.4	1.8	0.4	0.6	1.3	1.3	0.5	0.8	1.2	1.0	0.9	0.2	0.0	1.0	3.4	0.0
Total 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1496)	(502)	(512)	(482)	(692)	(804)	(232)	(250)	(475)	(342)	(197)	(161)	(150)	(199)	(619)	(230)	(137)

PRODUCTOS PERSONALES

SHAMPOO

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	99.0	98.7	98.9	99.3	98.3	99.7	99.4	99.1	99.2	99.6	97.2	98.1	99.4	98.8	99.2	98.3	99.7
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	92.4	89.6	93.2	92.8	92.3	92.3	91.9	93.8	93.9	93.0	87.2	98.1	87.7	85.6	92.7	89.0	98.1
Semanal	2.9	4.4	2.3	2.7	3.1	2.8	2.4	2.4	2.0	1.9	7.3	0.5	4.3	5.8	3.7	3.0	0.0
Eventual	4.7	6.0	4.4	4.4	4.7	4.9	5.7	3.8	4.1	5.1	5.4	1.4	7.9	8.7	3.6	8.0	1.9
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	98.6	98.7	98.0	99.2	97.5	99.7	98.7	98.7	99.2	99.4	96.2	98.1	98.7	98.5	98.7	97.6	99.7
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Supermercado	38.7	66.4	42.5	20.9	38.1	39.5	31.7	39.8	43.4	38.1	36.4	36.4	43.2	36.1	30.3	69.1	33.9
Bodega	34.7	15.3	33.7	45.9	36.7	32.8	41.6	31.1	32.3	35.5	35.5	33.3	35.9	38.2	41.5	12.9	35.6
Mercado	15.7	7.3	13.3	22.3	17.6	13.9	14.8	18.7	13.4	16.9	16.2	22.7	5.5	14.7	14.7	6.1	26.1
Catálogo	6.7	6.1	7.9	5.9	4.3	8.8	8.6	7.1	6.2	6.0	6.1	6.0	9.2	6.1	7.9	8.5	2.6
Otros lugares	4.2	4.8	2.6	5.1	3.3	5.0	3.4	3.3	4.6	3.5	5.7	1.6	6.3	5.0	5.6	3.3	1.8
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
HEAD & SHOULDERS (H&S)	36.8	27.6	38.6	40.0	42.0	32.1	28.5	32.4	42.6	39.0	35.0	40.6	35.8	37.5	39.8	32.8	32.1
SEDAL	16.6	12.7	15.0	20.1	10.7	22.0	19.3	19.0	15.0	17.3	13.3	11.3	14.2	14.7	15.8	8.0	29.9
PANTENE	11.8	17.1	11.7	9.2	8.7	14.7	8.1	8.4	11.2	14.0	18.1	11.5	14.7	15.4	10.4	11.0	11.5
EGO	6.0	5.9	4.5	7.5	12.5	0.0	9.4	6.8	5.5	5.7	3.0	6.9	5.6	5.5	7.1	4.7	4.9
ESIKA	3.1	2.6	2.1	4.3	2.3	3.8	5.3	3.7	3.3	1.9	1.5	2.7	3.1	3.1	5.1	1.9	0.3
PERT PLUS	2.8	2.6	2.7	3.1	3.6	2.2	2.0	3.0	3.9	1.6	3.0	7.6	0.5	3.4	3.0	1.7	1.3
CLEAR	2.5	2.9	2.4	2.5	3.5	1.6	3.0	2.3	3.7	1.4	1.5	1.6	3.5	1.8	1.7	3.7	3.7
BALLERINA	2.3	0.8	3.1	2.3	2.2	2.3	4.2	3.2	1.1	2.7	1.1	3.4	0.8	6.1	2.4	1.3	0.0
L'OREAL	1.9	1.3	0.4	3.6	3.0	0.9	0.0	5.9	1.5	1.0	1.3	0.6	0.0	0.0	0.1	4.2	6.4
AVON	1.8	0.8	3.2	1.1	1.3	2.3	3.1	2.5	0.8	2.8	0.4	1.7	3.2	3.0	1.1	2.1	1.5
KONZIL	1.7	3.5	1.9	0.6	1.1	2.3	2.2	0.3	1.4	1.8	3.6	3.7	2.9	1.6	1.4	2.6	0.0
NATURA	1.5	3.5	1.8	0.1	0.9	2.1	0.9	0.4	1.9	1.2	3.0	0.0	2.7	0.6	1.1	4.2	1.2
JOHNSON'S	1.2	1.2	1.4	1.1	1.4	1.0	2.3	1.2	0.4	0.6	2.9	2.0	0.8	0.4	1.4	1.4	1.0
ELVIVE	1.1	2.3	1.4	0.1	0.4	1.7	0.4	1.4	1.6	0.9	0.6	0.5	0.1	0.8	1.3	2.4	0.6
DOVE	1.0	3.4	0.7	0.0	0.2	1.8	0.0	0.7	1.6	1.1	1.1	0.3	0.9	0.7	1.0	2.6	0.6
OTRAS MARCAS	7.4	11.4	8.4	4.2	6.1	8.5	10.4	8.8	4.5	6.9	9.4	5.6	9.4	4.9	6.5	15.1	5.1
NO PRECISA	0.4	0.3	0.6	0.3	0.2	0.7	0.8	0.0	0.3	0.2	1.3	0.0	1.6	0.2	0.7	0.3	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1736)	(549)	(583)	(604)	(803)	(933)	(295)	(256)	(508)	(407)	(270)	(178)	(172)	(243)	(749)	(248)	(146)

PRODUCTOS PERSONALES

REACONDICIONADOR

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	45.6	62.8	49.4	32.7	23.7	66.2	35.8	48.8	49.1	46.8	42.9	49.6	45.7	37.0	40.8	65.3	43.8
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	83.1	86.5	80.4	83.5	77.2	84.9	78.5	81.9	87.7	78.8	83.2	93.0	76.6	73.0	84.5	75.6	91.8
Semanal	7.7	3.8	9.9	8.9	9.3	7.3	9.5	9.8	5.5	9.2	6.8	7.1	3.9	13.0	6.4	12.7	3.9
Eventual	9.2	9.7	9.8	7.7	13.5	7.8	12.0	8.2	6.8	11.9	10.1	0.0	19.5	14.0	9.1	11.7	4.3
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	43.8	60.7	47.1	31.6	21.6	64.6	33.7	47.5	47.6	43.6	42.1	49.6	42.2	33.4	38.9	62.9	43.8
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Supermercado	42.8	65.9	44.0	17.6	48.8	40.9	47.1	37.3	43.0	42.2	46.7	41.8	47.7	44.5	32.5	65.5	33.3
Bodega	27.0	12.7	30.7	36.2	24.2	27.8	28.6	25.9	25.1	25.4	33.6	24.8	18.9	29.1	38.1	13.3	26.4
Mercado	14.5	7.7	11.7	25.1	17.5	13.5	12.0	19.5	12.6	20.4	5.5	20.5	5.5	12.0	12.2	5.9	29.1
Catálogo	11.5	9.2	11.7	13.8	7.8	12.7	10.7	13.5	13.5	9.1	8.6	12.9	21.3	9.9	10.9	12.9	7.0
Otros lugares	4.2	4.4	1.9	7.3	1.8	5.0	1.6	3.7	5.7	2.9	5.6	0.0	6.6	4.5	6.3	2.5	4.2
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
PANTENE	18.3	22.7	13.2	20.8	17.8	18.5	22.7	17.0	15.6	16.7	25.2	17.3	9.6	22.0	16.9	12.5	29.4
SEDAL	16.1	14.9	13.6	20.8	9.5	18.2	21.7	19.9	16.9	13.8	8.1	8.3	9.9	14.6	11.8	13.0	35.2
HEAD & SHOULDERS (H&S)	13.8	10.8	19.5	9.0	25.1	10.3	10.0	9.8	15.4	15.1	16.4	21.6	14.3	13.7	10.0	19.4	9.3
KONZIL	10.5	7.2	13.5	9.8	6.3	11.8	7.7	5.9	10.5	12.2	16.1	14.4	9.4	11.7	16.2	3.9	5.4
BONAWELL	8.6	4.8	6.5	15.5	6.1	9.4	8.0	9.3	9.1	7.1	9.4	14.8	7.8	5.2	14.7	1.4	4.6
ESIKA	4.5	3.8	2.2	8.5	2.9	5.1	3.9	5.7	7.6	1.8	0.5	5.8	5.6	3.9	5.5	2.6	4.2
NATURA	3.5	5.6	4.3	0.3	2.0	4.0	3.5	2.0	3.6	2.4	6.8	0.0	8.7	2.5	2.4	6.6	2.5
AVON	3.0	1.0	3.5	4.2	1.6	3.4	6.7	5.1	1.4	2.9	0.9	2.1	11.2	3.7	1.5	3.2	1.6
ELVIVE	2.6	3.5	3.5	0.4	1.1	3.0	2.1	4.0	3.1	2.6	0.0	2.6	2.4	1.8	2.8	3.8	1.4
DOVE	2.3	5.5	1.5	0.0	0.4	2.8	0.0	1.5	3.0	2.6	3.0	0.5	2.3	2.2	2.4	3.8	1.4
SYOSS	2.0	3.7	2.2	0.0	2.3	1.9	3.5	1.7	0.7	4.0	1.4	0.4	4.5	0.7	1.2	4.5	1.3
BALLERINA	1.7	0.3	3.5	0.6	0.7	2.0	2.5	2.4	0.7	3.0	0.6	0.0	0.0	5.2	3.5	0.4	0.0
L'OREAL	1.6	2.4	0.8	2.1	1.7	1.6	1.0	1.1	2.4	1.8	0.9	0.4	0.0	0.0	0.3	6.6	0.9
CLEAR	1.5	1.3	1.6	1.7	5.9	0.2	0.5	0.5	1.2	3.4	1.7	0.0	4.1	1.4	1.1	1.1	2.7
UNIQUE	1.4	1.6	1.6	0.8	2.1	1.1	0.0	1.6	0.9	2.6	1.4	2.4	1.6	2.7	1.6	0.9	0.0
PLACENTA LIFE	1.1	0.6	2.3	0.0	2.5	0.7	0.0	4.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4	0.0
PERT PLUS	1.0	0.6	1.5	0.7	1.5	0.9	1.0	1.4	0.7	0.5	1.9	3.3	0.4	0.0	1.4	0.7	0.0
OTRAS MARCAS	6.1	9.7	4.7	4.3	9.0	5.1	4.6	5.4	6.1	7.5	5.6	5.9	7.9	8.0	5.9	10.1	0.0
NO PRECISA	0.4	0.0	0.6	0.5	1.6	0.0	0.6	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	1.0	0.0	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(799)	(344)	(259)	(196)	(189)	(610)	(105)	(133)	(244)	(190)	(127)	(96)	(82)	(97)	(295)	(155)	(74)

PRODUCTOS PERSONALES

CREMAS PARA MANOS Y CUERPO

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	38.7	52.1	42.9	27.8	14.4	61.7	29.9	37.7	44.0	43.3	31.3	40.7	38.8	28.8	33.8	59.9	38.4
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	72.1	77.3	70.2	68.7	67.3	72.8	68.6	66.5	73.0	74.1	75.4	82.8	69.4	61.1	75.2	67.5	72.1
Semanal	10.3	7.1	10.3	14.0	9.7	10.5	15.1	15.9	8.4	7.9	8.9	11.1	5.4	11.8	8.6	6.2	19.8
Eventual	17.6	15.5	19.6	17.3	23.0	16.7	16.4	17.5	18.6	18.1	15.6	6.2	25.2	27.1	16.3	26.4	8.1
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	34.6	47.5	38.1	24.6	11.7	56.2	25.6	35.5	37.8	39.9	28.6	38.4	31.8	25.4	30.3	52.6	35.3
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Catálogo	57.0	43.0	62.9	62.9	42.8	59.8	44.2	58.3	63.5	53.6	55.5	63.0	49.2	64.6	68.3	50.7	41.0
Supermercado	25.1	39.5	21.7	15.3	33.6	23.5	35.7	19.4	21.1	26.8	31.5	25.4	21.0	18.3	18.8	34.4	30.2
Otros lugares	17.9	17.6	15.3	21.9	23.6	16.7	20.1	22.2	15.4	19.4	13.0	11.7	29.8	17.1	12.9	15.0	28.8
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
ESIKA	26.4	16.4	28.1	34.1	26.1	26.5	23.6	25.2	31.5	23.7	21.9	35.8	22.4	29.6	38.6	7.2	22.2
UNIQUE	20.5	19.5	18.1	24.8	20.0	20.6	17.4	17.8	20.6	21.5	24.3	19.2	24.3	22.9	22.7	20.5	14.5
NIVEA	14.7	19.1	13.3	12.3	16.1	14.4	25.4	9.6	13.9	13.2	17.6	10.7	12.5	11.3	10.6	13.9	27.7
AVON	10.5	3.3	16.6	9.0	9.5	10.7	13.7	11.3	6.4	16.3	6.1	12.0	8.9	9.0	9.0	16.7	6.3
NATURA	7.1	15.2	4.8	2.2	2.1	8.1	3.7	5.5	10.7	6.3	4.3	7.2	9.2	5.3	6.1	12.9	2.2
EBEL / L'BEL	5.7	5.0	4.9	7.5	5.0	5.8	1.4	12.2	5.7	3.3	4.9	4.0	0.0	8.4	5.2	1.9	12.6
VICTORIA'S SECRET	1.8	4.7	0.9	0.0	0.0	2.1	0.0	1.6	3.0	1.2	1.4	0.6	2.8	0.9	0.5	5.8	0.0
AQUAMARINE	1.8	1.1	3.3	0.4	5.7	1.0	0.3	4.2	1.6	0.9	1.9	1.6	3.0	0.0	0.4	5.9	0.0
DOVE	1.6	2.0	2.6	0.0	3.2	1.3	0.4	0.0	0.7	3.6	4.0	1.6	6.6	0.0	0.5	1.9	2.1
CYZONE	1.2	2.6	0.6	0.5	0.0	1.4	0.9	4.3	0.6	0.6	0.0	0.0	3.1	1.7	1.4	0.6	1.3
POND'S	1.0	0.0	1.3	1.5	0.0	1.2	1.1	3.2	0.0	0.6	0.9	1.3	0.0	1.2	1.3	0.0	1.5
JOHNSON'S	1.0	0.0	0.4	3.0	0.8	1.1	5.6	0.0	0.0	0.8	1.9	1.6	0.0	0.0	0.8	0.0	3.3
OTRAS MARCAS	6.0	10.1	4.1	4.7	10.0	5.2	5.7	4.2	5.3	7.0	8.9	3.1	3.2	8.8	2.8	12.6	5.3
NO PRECISA	0.7	1.1	1.0	0.0	1.5	0.6	0.8	0.9	0.0	0.9	2.0	1.4	4.0	0.9	0.0	0.0	1.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(630)	(274)	(210)	(146)	(97)	(533)	(75)	(94)	(187)	(177)	(97)	(77)	(68)	(71)	(233)	(128)	(53)

PRODUCTOS PERSONALES

COLONIA / PERFUME

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENCIAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	82.2	89.0	85.8	75.3	78.7	85.5	76.1	88.3	88.3	82.1	69.1	88.4	84.0	68.8	80.6	91.8	83.4
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	75.9	85.7	79.2	70.2	78.9	75.9	75.7	83.3	76.3	77.6	72.3	87.8	74.2	70.0	75.5	78.7	79.2
Semanal	6.1	2.8	5.5	9.2	6.5	6.1	8.8	5.5	7.1	3.0	7.5	7.2	6.3	13.2	7.2	2.0	3.1
Eventual	18.0	11.4	15.4	20.7	14.6	18.0	15.5	11.1	16.5	19.4	20.1	5.0	19.5	16.7	17.4	19.2	17.7
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	73.3	82.2	77.8	64.4	70.9	75.6	67.3	82.1	77.8	75.2	57.4	84.0	72.9	61.5	70.6	84.6	72.5
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Catálogo	64.6	47.4	67.2	73.3	57.7	70.6	62.6	66.3	70.8	63.3	48.9	63.2	70.0	76.2	76.1	46.2	50.4
Supermercado	20.9	32.8	23.2	10.2	24.7	17.5	24.0	17.0	18.3	20.2	32.1	23.8	19.0	15.1	12.8	37.0	24.3
Otros lugares	14.5	19.9	9.5	16.5	17.6	11.8	13.4	16.7	10.8	16.5	18.9	13.1	11.1	8.5	11.1	16.8	25.3
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
ESIKA	33.9	20.3	34.4	42.6	35.4	32.7	34.4	34.8	36.7	33.8	24.7	37.1	33.4	45.5	39.2	17.5	29.8
UNIQUE	22.3	22.1	23.1	21.6	21.4	23.1	22.0	22.3	24.6	21.0	18.6	26.1	22.7	22.5	28.5	11.3	17.8
AVON	10.5	5.3	13.1	11.1	8.8	12.0	13.0	12.9	8.7	12.8	4.6	9.8	5.8	6.8	9.7	12.4	15.2
CYZONE	5.0	3.5	4.7	6.3	2.7	7.0	8.0	13.0	2.7	2.1	0.0	1.9	4.9	7.8	6.5	1.1	5.8
EBEL / L'BEL	4.8	3.5	4.9	5.8	4.5	5.2	7.7	1.0	6.9	3.8	3.9	5.2	6.0	3.5	4.5	5.7	4.7
NATURA	3.7	6.8	3.9	1.2	1.6	5.5	1.8	1.1	5.2	3.0	7.0	1.7	9.6	1.0	3.0	9.6	0.0
HENO DE PRAVIA	2.4	3.2	2.2	1.9	1.0	3.6	2.1	0.8	1.9	0.9	9.5	3.2	2.6	1.8	1.1	3.4	3.6
ADIDAS	1.2	2.7	0.9	0.6	2.6	0.0	1.5	0.6	1.7	1.2	0.7	0.0	0.5	0.8	0.6	5.5	0.0
ANTONIO BANDERAS	1.0	1.8	1.3	0.0	1.8	0.2	1.5	0.2	0.9	1.5	0.7	1.4	0.3	0.3	0.2	2.9	1.2
VARON DANDY	1.0	1.0	1.5	0.4	2.1	0.0	0.5	0.4	0.7	1.1	2.9	0.0	0.0	1.4	0.7	0.8	2.3
OTRAS MARCAS	11.0	26.8	7.4	4.5	13.1	9.3	6.2	5.2	8.7	16.9	21.5	11.7	10.0	7.5	4.4	27.2	11.5
NO PRECISA	3.2	2.9	2.6	4.1	5.0	1.6	1.1	7.7	1.4	1.9	5.8	2.2	4.4	1.0	1.6	2.7	8.2
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1303)	(459)	(450)	(394)	(585)	(718)	(203)	(214)	(404)	(306)	(176)	(158)	(131)	(160)	(535)	(209)	(110)

PRODUCTOS PERSONALES

ENJUAGUE BUCAL

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	43.7	56.1	47.7	33.2	41.2	45.9	36.1	52.7	48.9	42.9	31.5	47.3	47.2	38.3	37.3	61.3	42.8
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	76.4	79.8	71.5	80.1	76.7	76.3	79.8	68.5	80.2	74.1	80.0	81.2	81.1	72.3	80.5	68.2	76.2
Semanal	10.3	7.3	14.5	7.5	10.4	10.2	7.2	16.3	6.5	13.8	7.9	8.0	0.4	15.4	5.1	14.7	17.3
Eventual	13.3	12.8	14.0	12.3	12.8	13.5	13.0	15.2	13.3	12.1	12.0	10.8	18.5	12.3	14.5	17.1	6.5
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	40.2	53.1	43.4	30.3	38.1	42.1	33.2	47.5	45.1	40.1	29.0	42.8	42.4	35.5	33.9	55.1	41.9
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Supermercado	61.0	76.9	60.6	47.1	59.1	62.8	56.7	54.2	66.9	55.7	70.8	57.5	52.8	70.3	50.5	76.7	62.1
Bodega	15.8	8.9	19.8	16.7	16.7	15.0	19.7	19.8	12.2	17.0	12.8	19.3	23.1	10.3	15.1	15.5	15.1
Mercado	11.7	4.0	9.8	21.4	12.1	11.3	7.2	16.2	12.4	11.6	6.0	19.7	1.9	13.0	11.7	2.9	19.6
Farmacia	10.8	9.3	9.4	14.1	11.2	10.4	16.4	9.8	8.0	14.0	9.1	3.5	19.8	6.4	22.0	3.7	3.2
Otros lugares	0.7	1.0	0.4	0.7	0.8	0.5	0.0	0.0	0.5	1.6	1.4	0.0	2.4	0.0	0.7	1.2	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
LISTERINE	56.6	50.7	60.5	56.9	61.2	52.7	61.3	57.5	57.3	54.4	51.6	52.5	53.2	62.5	56.5	49.2	64.4
DENTO	24.8	24.8	24.2	25.7	21.1	28.0	16.7	30.1	23.9	28.6	19.9	27.1	21.5	24.5	29.5	24.7	18.1
COLGATE PLAX	14.1	19.6	11.3	12.9	13.2	14.9	14.9	11.4	14.4	12.1	21.5	19.1	18.1	11.5	8.9	21.7	11.8
AQUAFRESH	2.2	0.6	2.6	3.1	2.7	1.7	5.8	0.0	1.1	2.8	4.3	0.0	5.9	0.0	1.4	0.8	5.6
OTRAS MARCAS	1.6	3.1	0.9	1.0	0.8	2.2	0.7	0.9	2.0	1.9	1.9	0.0	0.9	0.0	3.3	2.5	0.0
NO PRECISA	0.7	1.3	0.5	0.5	0.9	0.6	0.6	0.0	1.5	0.2	0.7	1.3	0.5	1.5	0.5	1.1	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(708)	(299)	(238)	(171)	(325)	(383)	(105)	(119)	(227)	(169)	(88)	(85)	(83)	(88)	(254)	(140)	(58)

BEBIDAS
AGUA DE MESA Y MINERAL

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	80.5	81.3	80.2	80.4	79.4	81.6	77.1	81.2	84.5	80.1	75.8	80.6	79.5	84.4	80.8	78.0	79.3
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	66.9	74.8	65.9	63.3	68.0	65.8	51.1	69.4	70.1	71.5	64.5	61.6	59.3	62.5	67.3	77.8	67.1
Semanal	13.7	8.5	14.2	15.9	12.5	14.7	19.8	13.4	12.8	10.9	13.6	13.8	15.3	17.9	13.9	8.7	12.7
Eventual	19.4	16.7	20.0	20.8	19.5	19.5	29.0	17.1	17.0	17.6	21.9	24.6	25.4	19.6	18.8	13.4	20.2
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	67.2	69.5	66.9	66.2	66.4	68.0	61.5	69.4	71.8	67.6	60.5	63.3	61.7	71.1	68.5	68.3	65.5
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	76.7	56.8	78.6	86.0	74.6	78.6	81.3	83.4	75.7	72.9	71.7	77.2	83.1	85.1	83.0	46.3	78.5
Supermercado	16.6	39.9	14.8	5.4	17.4	15.9	14.4	10.6	17.4	18.8	21.5	14.0	11.6	8.3	7.2	51.4	18.4
Mercado	3.7	1.1	4.2	4.7	2.8	4.5	3.3	4.1	3.4	3.9	4.1	5.2	5.0	4.0	4.7	0.0	3.1
Otros lugares	3.0	2.2	2.4	3.9	5.2	0.9	1.0	1.9	3.5	4.4	2.7	3.7	0.3	2.6	5.2	2.3	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
CIELO	48.8	39.0	47.7	55.4	46.8	50.7	60.3	47.2	47.5	52.3	37.0	53.8	35.5	54.1	52.2	31.6	54.4
SAN LUIS	33.3	35.6	32.7	32.5	34.5	32.2	26.2	33.9	31.7	34.4	41.8	30.3	35.1	26.3	31.4	42.1	36.5
SAN MATEO	14.3	20.6	15.8	9.4	14.3	14.4	9.9	16.5	16.4	9.2	18.9	9.8	22.1	17.3	13.1	20.2	8.8
VIDA	2.3	3.9	2.2	1.4	2.5	2.1	2.7	0.9	3.0	2.1	2.2	2.6	5.7	1.5	2.3	3.4	0.3
OTRAS MARCAS	0.7	0.0	0.9	1.0	1.3	0.1	0.4	0.5	1.5	0.4	0.0	3.4	1.3	0.0	0.8	0.0	0.0
NO PRECISA	0.6	0.9	0.7	0.3	0.7	0.5	0.4	0.9	0.0	1.6	0.0	0.0	0.3	0.7	0.2	2.6	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1177)	(378)	(393)	(406)	(551)	(626)	(181)	(190)	(366)	(267)	(173)	(118)	(105)	(176)	(513)	(168)	(97)

BEBIDAS
GASEOSA

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	88.3	83.5	87.0	92.2	90.4	86.6	96.4	91.2	90.3	86.6	75.3	88.1	86.1	91.3	87.1	83.9	93.3
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	44.2	41.8	40.2	48.7	50.1	38.2	47.0	54.6	41.2	45.9	30.5	43.4	50.6	36.0	45.6	38.9	48.7
Semanal	27.0	24.2	26.7	28.6	25.1	28.9	25.8	26.2	29.3	24.7	27.5	22.8	25.3	29.8	28.5	26.0	25.8
Eventual	28.8	34.0	33.1	22.7	24.8	32.9	27.2	19.2	29.5	29.5	42.0	33.8	24.1	34.2	25.9	35.2	25.5
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	66.8	58.3	62.1	75.9	71.5	62.7	77.4	76.9	67.3	64.8	46.8	62.6	67.2	67.7	68.2	56.9	73.6
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	86.1	66.8	87.9	92.6	85.5	86.8	89.6	89.2	88.0	81.3	78.1	85.6	90.3	92.0	90.1	59.2	89.4
Supermercado	9.7	30.8	8.3	2.1	8.9	10.5	8.4	6.7	9.0	12.3	14.3	7.7	5.3	4.1	4.1	38.5	9.1
Mercado	2.2	0.6	1.8	3.2	2.2	2.2	1.0	3.2	0.8	3.0	4.7	4.6	3.1	2.3	2.4	0.0	1.5
Otros lugares	2.0	1.8	2.1	2.1	3.4	0.5	1.0	0.9	2.2	3.3	2.9	2.1	1.2	1.7	3.3	2.3	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
INCA KOLA	46.9	44.6	49.0	46.2	45.5	48.3	39.2	52.3	47.4	50.3	41.0	47.0	44.1	52.8	49.3	34.8	46.7
COCA COLA	23.5	35.3	23.2	18.9	23.6	23.4	18.8	15.7	24.1	26.2	38.9	11.1	25.8	21.3	23.9	40.4	19.4
PEPSI	6.8	3.6	6.4	8.4	8.0	5.5	8.1	8.3	6.0	5.3	7.2	4.0	9.7	10.5	6.9	3.9	6.0
KOLA REAL	4.7	1.1	3.6	7.1	5.1	4.3	6.2	2.6	5.5	5.8	1.7	6.7	0.6	0.7	5.5	0.4	9.3
GUARANÁ	4.0	5.3	4.2	3.2	4.6	3.3	4.6	4.5	3.8	3.6	3.0	9.9	4.0	0.5	6.1	0.0	2.0
ORO	4.0	0.0	1.2	7.9	4.4	3.6	8.7	4.1	4.7	0.7	0.6	10.4	0.0	2.6	2.5	0.0	8.9
SPRITE	2.0	3.3	1.5	2.0	1.9	2.2	2.2	0.9	2.9	1.5	2.5	1.8	3.7	0.8	0.9	2.6	4.0
KOLA INGLESA	1.7	1.4	3.0	0.9	1.8	1.7	2.6	4.0	0.6	0.3	1.9	1.6	0.9	3.1	0.4	7.1	0.2
FANTA	1.4	1.7	1.1	1.6	1.6	1.2	1.6	3.8	1.3	0.0	0.0	0.8	7.6	0.2	1.8	0.6	0.0
7 UP	1.2	1.3	1.5	1.0	0.6	1.9	3.1	0.4	1.0	0.7	1.4	1.1	0.9	1.8	0.2	2.0	2.4
CRUSH	1.1	2.0	1.8	0.2	1.2	1.0	1.1	1.6	1.1	0.5	1.4	2.2	2.5	0.8	0.4	1.7	1.1
OTRAS MARCAS	2.5	0.5	3.2	2.6	1.4	3.4	3.2	1.9	1.5	4.8	0.4	3.6	0.0	5.0	1.6	6.6	0.0
NO PRECISA	0.2	0.0	0.5	0.0	0.2	0.1	0.7	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1146)	(324)	(385)	(437)	(585)	(561)	(227)	(194)	(339)	(249)	(137)	(112)	(115)	(164)	(516)	(140)	(99)

BEBIDAS
BEBIDAS ENERGIZANTES / REHIDRATANTES

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	46.3	43.9	48.3	45.5	49.9	42.7	49.1	56.5	54.3	38.3	25.5	47.5	44.7	48.8	45.3	43.2	48.2
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	32.6	31.0	28.6	37.4	38.8	25.8	32.0	35.6	32.4	31.6	30.2	29.9	40.2	27.0	35.3	36.6	27.4
Semanal	22.0	22.8	23.2	20.7	23.2	20.6	25.5	23.4	21.5	17.8	22.7	22.9	15.9	16.6	27.8	18.3	20.3
Eventual	45.4	46.3	48.3	42.0	37.9	53.7	42.6	41.1	46.1	50.6	47.0	47.2	43.8	56.3	36.9	45.1	52.3
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	29.0	26.7	28.8	30.2	34.6	23.5	33.4	38.6	33.3	21.6	14.2	27.0	27.7	26.1	31.8	26.7	28.6
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	71.6	51.9	70.8	81.8	73.0	69.6	76.8	83.8	65.6	68.2	57.3	68.6	69.3	88.3	79.0	55.4	58.6
Supermercado	20.0	42.3	20.9	8.5	18.7	21.9	18.7	14.2	22.5	19.5	30.8	16.9	19.1	10.7	10.5	42.2	32.7
Otros lugares	8.4	5.8	8.4	9.8	8.4	8.5	4.5	2.0	11.8	12.3	12.0	14.4	11.4	1.1	10.6	2.4	8.7
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
SPORADE	43.1	27.4	42.2	52.6	42.2	44.4	41.9	40.6	46.7	41.3	39.5	26.0	40.4	57.3	48.9	28.7	42.1
GATORADE	29.9	36.6	28.9	27.3	25.3	36.8	36.7	24.6	24.9	35.9	48.8	49.0	35.6	24.7	25.9	41.2	21.7
RED BULL	11.3	15.2	13.1	7.5	14.1	7.2	5.2	18.0	13.2	6.3	1.3	9.1	5.9	6.9	9.1	17.9	17.1
POWERADE	8.1	10.3	8.6	6.5	10.0	5.3	9.0	11.0	7.8	5.5	2.8	5.3	9.3	4.4	8.7	4.2	13.2
MALTIN POWER	2.8	3.5	1.9	3.4	2.9	2.7	5.8	2.2	1.2	4.9	2.2	5.7	3.5	1.2	4.4	1.8	0.0
OMNILIFE	2.2	0.0	4.0	1.5	1.8	2.8	1.4	2.7	1.6	2.8	4.1	0.0	1.7	0.0	2.4	0.0	5.9
OTRAS MARCAS	2.2	7.0	0.3	1.3	3.2	0.7	0.2	1.0	4.6	0.8	1.3	4.8	3.6	5.7	0.6	3.4	0.0
NO PRECISA	0.4	0.0	1.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(508)	(143)	(171)	(194)	(288)	(220)	(100)	(103)	(165)	(97)	(43)	(48)	(51)	(65)	(239)	(60)	(45)

BEBIDAS
JUGOS NATURALES ENVASADOS

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	54.6	49.3	53.9	58.1	50.5	58.6	63.0	60.2	58.1	47.7	42.0	50.7	56.2	49.0	53.4	56.6	61.1
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	31.5	29.4	31.0	33.0	32.9	30.6	35.6	38.9	26.8	28.8	31.4	27.8	35.4	26.6	35.6	28.3	30.1
Semanal	28.4	25.8	25.6	31.8	27.3	29.2	29.8	30.4	31.0	25.6	19.0	19.1	29.9	23.9	25.5	28.1	39.4
Eventual	40.1	44.9	43.4	35.1	39.8	40.3	34.6	30.7	42.2	45.7	49.5	53.0	34.7	49.6	39.0	43.6	30.5
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	37.5	32.7	35.5	41.9	35.1	39.9	47.6	46.4	39.4	28.6	25.4	26.8	36.9	31.0	39.1	35.8	46.7
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	73.4	47.6	77.5	80.8	71.6	74.8	77.2	80.9	66.8	75.5	68.2	61.4	74.5	77.4	82.1	50.3	74.3
Supermercado	20.9	49.0	17.7	11.8	23.9	18.5	17.6	14.5	26.3	20.1	24.3	32.2	16.2	15.8	11.2	48.9	20.7
Otros lugares	5.7	3.4	4.8	7.4	4.5	6.7	5.2	4.6	6.8	4.4	7.4	6.4	9.3	6.8	6.7	0.8	5.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
FRUGOS	64.2	67.1	68.8	59.4	66.6	62.2	64.0	64.5	60.9	65.5	72.4	61.2	81.2	61.5	67.6	71.6	50.6
PULP	21.6	7.7	15.5	32.2	18.9	23.9	27.5	17.4	24.6	21.0	10.5	22.0	11.1	32.2	20.3	1.2	34.1
GLORIA	7.5	11.4	7.7	5.7	6.4	8.5	2.1	12.6	8.4	3.7	10.5	8.8	4.6	5.0	6.6	11.0	8.9
WATTS	3.6	8.3	5.0	0.6	4.3	3.0	3.7	2.5	3.9	6.3	0.8	6.2	1.5	1.3	0.9	13.9	3.0
OTRAS MARCAS	2.0	4.5	0.8	1.9	1.9	1.9	2.7	0.6	1.8	3.4	2.0	1.8	1.6	0.0	3.5	2.3	0.4
NO PRECISA	1.1	0.9	2.3	0.2	1.8	0.5	0.0	2.4	0.5	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	3.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(637)	(185)	(209)	(243)	(289)	(348)	(150)	(112)	(189)	(110)	(76)	(49)	(67)	(76)	(298)	(85)	(62)

BEBIDAS
REFRESCOS

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	27.7	25.7	27.8	29.0	27.3	28.3	38.1	39.1	27.5	20.1	16.3	39.0	26.1	25.3	26.2	23.5	30.7
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	34.7	33.9	36.7	33.4	37.0	32.5	30.9	29.9	34.5	39.3	49.7	27.2	34.1	37.2	46.6	34.1	19.8
Semanal	21.7	11.3	27.0	22.1	23.4	20.1	27.0	19.4	24.0	10.9	25.8	24.9	32.2	23.7	24.8	13.6	14.0
Eventual	49.6	54.9	36.3	44.5	39.6	47.3	42.0	50.7	41.4	49.8	24.5	47.9	33.8	39.2	28.6	52.3	66.1
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	18.5	14.7	20.4	19.0	18.4	18.7	26.4	23.0	19.3	11.6	14.1	24.2	17.5	18.1	20.8	13.7	15.8
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	72.1	52.8	73.3	79.0	70.2	74.0	79.6	72.3	70.7	70.2	64.6	81.9	65.4	63.0	83.6	50.2	60.5
Supermercado	17.8	38.6	20.1	7.0	22.2	13.7	15.2	18.6	14.9	24.3	22.1	5.7	21.3	22.6	9.8	47.0	23.5
Mercado	7.9	5.5	5.3	11.4	3.7	11.8	5.2	6.7	11.2	3.5	10.7	10.4	9.9	8.7	5.2	0.0	16.0
Otros lugares	2.2	3.1	1.4	2.6	3.9	0.5	0.0	2.5	3.2	2.0	2.6	2.0	3.4	5.7	1.4	2.9	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
CIFRUT	34.3	44.6	35.9	28.2	36.5	32.1	29.7	41.5	33.8	32.4	32.2	20.4	60.8	33.6	40.5	27.8	21.3
ZUKO	18.4	8.3	16.6	24.4	17.2	19.6	22.3	7.8	20.7	31.4	9.5	39.6	4.4	10.4	17.1	15.7	19.3
TAMPICO	12.3	4.8	16.2	11.5	10.2	14.4	18.0	11.3	12.5	12.3	3.2	2.1	13.3	9.6	9.5	1.6	37.4
NEGRITA	11.2	5.7	10.6	14.1	10.6	11.8	8.2	15.6	9.8	8.9	15.3	15.1	8.9	19.5	14.4	2.1	0.0
KANU	6.9	5.9	5.5	8.8	5.1	8.6	5.2	6.3	5.5	2.6	20.4	14.2	0.8	7.2	7.3	10.9	0.0
AQUARIUS	5.8	9.0	6.1	4.2	8.1	3.7	10.5	8.1	3.1	5.0	1.4	3.9	3.1	6.1	4.1	8.5	11.2
GLORIA	2.5	13.0	0.0	0.6	4.0	1.1	0.3	1.0	5.2	0.0	4.3	2.0	0.9	0.0	0.0	20.7	0.0
FREE TEA	1.6	4.9	1.9	0.0	0.3	2.9	1.6	1.6	2.5	1.2	0.0	0.0	2.1	0.0	0.9	11.0	0.0
TE LIPTON	1.0	1.1	0.0	1.9	1.7	0.4	0.0	2.5	0.9	1.4	0.0	0.0	0.0	4.0	0.7	1.8	0.0
TANG	1.0	1.7	0.0	1.8	0.0	2.0	1.4	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	5.7	0.7	0.0	0.0
OTRAS MARCAS	1.6	0.0	2.1	1.6	1.4	1.7	0.0	0.0	2.8	4.8	0.0	2.8	3.4	0.0	0.7	0.0	3.9
NO PRECISA	3.4	1.0	5.1	2.7	5.1	1.9	2.8	4.3	1.1	0.0	13.6	0.0	2.2	3.9	4.1	0.0	6.9
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(330)	(82)	(126)	(122)	(159)	(171)	(81)	(64)	(97)	(50)	(38)	(40)	(34)	(43)	(153)	(33)	(27)

BEBIDAS
YOGURT ENVASADO

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	81.9	78.4	84.4	81.7	75.3	88.2	90.3	86.3	85.2	78.3	66.6	83.4	76.4	80.5	81.5	79.6	87.2
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	37.7	49.1	39.0	30.7	32.3	42.2	40.9	38.4	36.7	35.8	38.3	40.6	45.7	23.1	38.4	47.1	35.4
Semanal	29.2	22.3	26.2	35.6	30.3	28.2	30.5	25.3	31.6	32.6	21.3	26.4	21.7	38.1	31.3	20.9	29.5
Eventual	33.1	28.6	34.9	33.7	37.5	29.6	28.7	36.3	31.7	31.5	40.4	33.0	32.6	38.8	30.4	32.0	35.1
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	63.3	64.2	64.0	62.5	54.4	71.8	74.9	68.3	65.8	60.8	44.5	64.2	56.0	62.8	65.4	61.3	64.3
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	52.4	30.4	47.9	68.8	52.1	52.7	58.5	59.2	49.5	51.6	40.9	47.4	53.2	53.0	60.0	27.0	58.1
Supermercado	39.5	65.3	44.6	20.6	40.8	38.6	33.0	33.7	40.9	41.9	51.9	40.6	39.9	35.2	30.3	72.1	36.3
Mercado	7.5	3.7	7.4	9.7	6.2	8.4	8.1	7.2	8.4	6.3	6.5	10.8	6.9	11.3	8.9	0.3	5.6
Otros lugares	0.6	0.5	0.2	1.0	0.9	0.3	0.4	0.0	1.2	0.2	0.6	1.1	0.0	0.5	0.9	0.5	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
GLORIA	77.0	69.4	74.4	83.6	76.9	77.1	76.3	82.0	76.0	77.3	72.1	70.2	75.5	80.6	81.7	69.4	75.2
LAIVE	10.8	14.4	13.6	6.1	11.4	10.3	11.3	7.7	10.9	9.7	17.2	5.9	11.9	9.1	10.3	13.6	13.2
PURA VIDA	3.8	1.0	3.1	6.0	4.3	3.5	4.2	3.6	5.0	2.0	3.7	3.6	5.9	6.5	2.3	3.0	4.9
MILKITO	3.8	8.0	2.9	2.3	2.9	4.4	2.6	4.7	5.2	2.4	2.4	8.6	4.5	2.1	3.1	2.3	4.4
SOY VIDA	1.5	0.0	2.7	1.1	1.5	1.5	2.8	0.5	0.2	3.5	0.8	6.1	2.1	0.0	0.3	1.2	2.0
OTRAS MARCAS	2.5	7.0	1.8	0.8	2.6	2.5	2.1	1.6	2.0	3.9	3.8	5.7	0.0	1.6	2.3	6.0	0.3
NO PRECISA	0.6	0.2	1.5	0.0	0.5	0.7	0.6	0.0	0.7	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(1128)	(351)	(384)	(393)	(461)	(667)	(217)	(178)	(335)	(261)	(137)	(123)	(103)	(153)	(496)	(160)	(93)

BEBIDAS ALCOHÓLICAS
CERVEZA

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	45.0	45.6	50.6	39.4	58.5	32.1	3.9	54.6	59.1	52.0	35.6	49.5	47.2	39.3	44.3	48.2	43.9
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	3.1	3.3	2.0	4.3	2.9	3.1	12.8	5.1	1.3	2.5	5.1	1.2	2.8	2.1	2.0	3.9	5.9
Semanal	19.3	28.3	18.0	15.7	25.0	10.3	15.4	16.3	21.0	20.6	18.3	18.8	16.9	18.3	19.6	22.0	19.6
Eventual	77.6	68.5	80.0	79.9	72.2	86.6	71.8	78.6	77.7	76.9	76.7	80.0	80.3	79.6	78.3	74.1	74.5
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	17.1	20.4	17.0	15.4	27.1	7.6	1.4	23.2	21.4	20.7	11.7	22.1	16.7	13.5	16.6	18.0	17.0
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Bodega	78.7	64.7	79.6	86.3	78.8	78.6	41.8	76.4	76.7	85.4	80.1	81.4	79.0	80.7	83.5	56.3	84.9
Supermercado	10.2	20.6	11.8	2.0	9.7	11.1	22.1	10.9	9.3	8.3	14.8	8.4	4.0	3.4	5.7	31.9	9.5
Licorería	7.8	11.0	5.5	8.5	8.2	7.0	36.1	7.7	10.7	3.9	2.6	7.8	9.1	9.8	8.4	8.4	3.9
Otros lugares	3.3	3.8	3.1	3.2	3.3	3.3	0.0	5.0	3.3	2.3	2.5	2.5	7.8	6.1	2.3	3.3	1.7
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
CRISTAL	64.5	39.0	65.3	79.2	65.1	63.4	55.7	61.9	63.1	69.9	63.6	38.0	63.4	79.7	74.2	35.3	77.2
PILSEN	22.6	39.8	19.5	15.5	23.1	21.5	32.2	21.7	27.4	16.5	18.7	50.3	27.2	12.0	17.4	35.2	9.2
CUSQUEÑA	7.7	15.8	8.2	2.2	7.2	8.5	12.1	5.4	5.8	8.4	16.4	4.8	7.4	6.0	3.7	20.1	8.3
BRAHMA	4.3	2.8	6.4	2.7	3.7	5.5	0.0	9.4	2.9	4.1	1.4	6.8	1.3	2.3	3.3	7.0	5.4
OTRAS MARCAS	0.6	1.6	0.2	0.4	0.6	0.5	0.0	1.6	0.5	0.3	0.0	0.0	0.7	0.0	0.7	1.9	0.0
NO PRECISA	0.3	0.9	0.3	0.0	0.2	0.5	0.0	0.0	0.3	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.5	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(762)	(240)	(279)	(243)	(458)	(304)	(12)	(131)	(311)	(205)	(103)	(92)	(75)	(95)	(317)	(113)	(70)

BEBIDAS ALCOHÓLICAS
RON

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	7.7	14.4	8.4	3.5	11.5	4.1	0.6	8.6	10.0	8.4	7.7	8.6	7.8	4.4	4.7	18.1	7.4
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	2.6	2.1	0.0	8.6	3.5	0.0	0.0	1.2	0.0	3.6	10.4	15.1	0.0	11.4	0.0	0.0	0.0
Semanal	13.0	23.6	7.1	2.9	11.3	17.1	0.0	2.3	18.0	16.7	7.8	12.8	3.8	0.0	0.0	26.0	14.9
Eventual	84.4	74.3	92.8	88.6	85.2	82.9	100.0	96.5	82.0	79.7	81.8	72.1	96.1	88.6	100.0	74.0	85.2
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	2.7	5.5	2.4	1.4	4.2	1.2	0.6	4.6	2.9	2.3	2.4	4.5	2.5	0.5	1.4	6.8	2.6
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Supermercado	38.7	56.2	30.0	19.8	39.5	36.6	0.0	46.4	29.7	39.5	55.4	46.5	35.4	38.5	33.7	45.3	29.0
Bodega	32.9	19.7	41.2	43.4	37.0	22.2	74.4	20.1	32.3	41.0	34.9	31.5	32.0	36.1	43.0	24.4	36.5
Licorería	25.9	21.2	28.8	29.5	21.5	37.1	25.6	30.0	36.2	14.7	9.7	22.0	24.0	25.4	17.0	29.0	34.5
Otros lugares	2.5	2.9	0.0	7.3	1.9	4.1	0.0	3.6	1.8	4.8	0.0	0.0	8.5	0.0	6.3	1.4	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
CARTAVIO	58.0	40.9	63.8	82.0	55.8	63.5	0.0	59.1	62.4	47.7	65.2	61.6	61.1	42.6	78.2	53.7	43.8
APPLETON	13.7	15.4	18.2	0.0	14.5	11.3	0.0	13.6	12.0	16.1	15.5	20.3	0.0	17.4	4.4	13.8	25.5
POMALCA	13.1	12.1	15.8	9.5	14.3	10.0	25.6	21.4	11.1	16.0	2.6	18.1	6.7	28.1	8.2	3.4	30.7
BACARDI	4.8	12.0	0.0	0.0	5.2	3.9	0.0	0.0	2.8	14.1	2.7	0.0	12.1	0.0	0.0	11.6	0.0
ZACAPA	1.8	4.5	0.0	0.0	1.7	2.1	0.0	2.7	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.5	0.0
OTRAS MARCAS	4.5	8.9	0.0	4.9	4.9	3.7	0.0	0.0	5.4	0.9	14.1	0.0	11.7	12.0	3.3	5.8	0.0
NO PRECISA	4.1	6.1	2.2	3.6	3.5	5.4	74.4	3.2	3.2	5.3	0.0	0.0	8.5	0.0	5.9	6.2	0.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(151)	(86)	(43)	(22)	(103)	(48)	(2)	(24)	(55)	(43)	(27)	(17)	(21)	(13)	(32)	(51)	(17)

BEBIDAS ALCOHÓLICAS
VINO

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	28.4	34.7	33.1	20.7	30.1	26.8	6.0	28.3	38.7	30.8	26.4	29.1	32.6	23.7	26.9	33.3	29.0
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	3.2	1.2	4.8	2.0	3.0	3.4	3.3	0.0	3.1	4.5	3.8	2.1	3.6	5.9	2.3	1.2	4.2
Semanal	5.6	12.4	3.6	2.4	7.6	3.4	0.0	3.2	5.4	7.8	7.6	11.3	0.0	5.1	3.7	12.3	3.8
Eventual	91.2	86.5	91.6	95.6	89.4	93.3	96.7	96.8	91.5	87.6	88.6	86.6	96.3	89.1	94.1	86.5	92.0
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	5.6	11.0	6.3	2.0	7.2	4.1	0.2	7.9	7.0	6.8	3.8	9.2	5.7	4.3	4.6	8.1	4.6
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Supermercado	41.5	56.0	45.9	22.1	38.8	44.4	57.9	51.7	36.7	38.4	45.2	50.6	46.2	25.2	31.8	63.4	42.1
Bodega	28.1	20.6	26.6	37.1	33.7	22.2	13.6	19.7	29.6	34.5	26.5	26.4	27.7	37.3	34.1	13.6	25.7
Licorería	24.2	20.7	22.5	29.8	21.9	26.6	22.3	26.4	29.2	17.6	17.3	21.3	18.2	31.1	23.0	20.7	29.6
Otros lugares	6.2	2.7	5.0	11.0	5.6	6.9	6.2	2.2	4.4	9.6	11.0	1.6	7.9	6.4	11.0	2.3	2.6
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
SANTIAGO QUEIROLO	37.1	41.3	40.1	28.9	34.9	39.5	16.5	39.4	40.0	37.2	30.2	40.7	52.7	42.4	34.2	41.1	25.8
TABERNERO	13.8	15.4	17.5	6.9	16.1	11.4	4.5	7.0	16.1	10.1	23.6	17.7	8.1	6.1	12.5	13.0	22.2
BORGOÑA	10.5	3.1	10.3	17.4	12.6	8.3	22.8	17.5	8.8	8.6	7.3	20.5	10.6	0.8	15.5	0.0	10.8
TACAMA	2.9	6.7	1.4	1.8	4.5	1.3	0.0	3.5	0.7	5.1	5.8	0.0	1.2	6.2	2.3	8.0	0.0
SIN MARCA / CASERO	2.9	0.0	2.1	6.5	1.5	4.3	0.0	0.0	5.0	2.0	2.0	0.0	1.4	12.6	0.4	0.0	6.3
CASILLERO DEL DIABLO	1.3	2.1	1.6	0.0	1.5	1.0	0.0	2.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	3.8
OTRAS MARCAS	10.0	19.4	7.7	5.1	9.2	10.9	0.0	3.6	7.8	15.7	17.9	9.6	6.3	3.3	8.0	26.6	5.3
NO PRECISA	21.5	12.0	19.1	33.4	19.8	23.3	56.3	27.0	19.5	21.4	13.1	11.5	19.9	28.5	27.0	7.9	25.7
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(510)	(192)	(186)	(132)	(251)	(259)	(21)	(71)	(191)	(142)	(85)	(53)	(59)	(64)	(196)	(94)	(44)

PRODUCTOS PERSONALES MASCULINOS
MÁQUINAS DE AFEITAR

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDEN CIAL	LIMA SUR	CALLAO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CONSUMEN	<u>79.1</u>	<u>84.3</u>	<u>80.6</u>	<u>75.2</u>	<u>14.0</u>	<u>85.6</u>	<u>92.0</u>	<u>94.5</u>	<u>91.1</u>	<u>81.8</u>	<u>73.1</u>	<u>75.9</u>	<u>77.3</u>	<u>91.6</u>	<u>76.6</u>
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO															
Diario / Interdiario	73.0	76.2	75.9	68.3	32.9	68.3	74.5	79.3	72.7	74.7	84.4	62.8	65.6	72.7	89.4
Semanal	20.5	15.7	17.9	25.7	17.1	23.6	20.1	17.5	23.1	18.9	10.8	29.8	26.3	17.1	10.6
Eventual	6.5	8.2	6.2	6.0	50.0	8.2	5.4	3.3	4.3	6.3	4.8	7.4	8.2	10.2	0.0
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(826)	(245)	(288)	(293)	(153)	(126)	(241)	(171)	(135)	(81)	(82)	(112)	(359)	(115)	(77)
CONSUMIDORES FRECUENTES	<u>77.8</u>	<u>82.7</u>	<u>78.9</u>	<u>74.4</u>	<u>9.5</u>	<u>83.1</u>	<u>91.7</u>	<u>94.4</u>	<u>91.1</u>	<u>79.9</u>	<u>71.3</u>	<u>74.0</u>	<u>76.3</u>	<u>89.4</u>	<u>76.6</u>
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR															
Bodega	63.8	38.6	68.6	73.1	60.3	67.1	63.5	60.4	66.6	66.2	64.9	67.0	73.1	33.0	67.7
Supermercado	25.8	54.0	22.3	13.8	30.1	19.6	29.6	25.6	24.5	27.8	26.4	21.3	14.7	54.1	25.5
Mercado	7.7	4.8	7.4	9.5	9.6	8.6	5.3	10.9	6.7	6.0	6.3	6.9	9.0	7.9	6.9
Otros lugares	2.7	2.6	1.8	3.7	0.0	4.8	1.7	3.1	2.2	0.0	2.4	4.9	3.2	4.9	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR															
GILLETTE	50.1	62.8	47.7	45.4	75.7	63.2	49.8	45.2	40.8	51.3	36.0	53.1	44.4	48.4	65.3
SCHICK	31.7	23.1	32.5	35.6	17.0	26.4	32.8	31.2	37.5	30.8	42.3	29.1	29.3	40.2	27.1
PRESTOBARBA	11.2	10.9	12.6	10.1	7.3	7.1	11.0	14.1	12.4	7.7	13.0	12.1	15.8	5.7	7.6
PHILIPS	3.2	1.4	2.3	5.1	0.0	2.2	1.9	4.6	5.5	10.2	4.4	0.6	4.6	0.7	0.0
COLT II	1.4	0.4	2.1	1.4	0.0	0.0	1.6	3.0	0.5	0.0	4.3	2.6	1.9	0.5	0.0
OTRAS MARCAS	0.2	0.4	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.6	0.5	0.0	0.0	1.1	0.0	0.5	0.0
NO PRECISA	2.2	1.0	2.9	2.1	0.0	1.0	3.0	1.4	2.9	0.0	0.0	1.4	4.0	3.8	0.0
Sub-Totales : 100%															
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(627)	(199)	(214)	(214)	(17)	(102)	(222)	(159)	(127)	(66)	(59)	(82)	(261)	(102)	(57)

PRODUCTOS PERSONALES MASCULINOS

ESPUMA DE AFEITAR

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONOMICO			EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDEN CIAL	LIMA SUR	CALLAO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CONSUMEN	<u>30.4</u>	<u>50.4</u>	<u>31.8</u>	<u>19.3</u>	<u>5.1</u>	<u>25.5</u>	<u>38.3</u>	<u>43.6</u>	<u>27.2</u>	<u>22.5</u>	<u>22.5</u>	<u>22.9</u>	<u>23.6</u>	<u>59.7</u>	<u>36.0</u>
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO															
Diario / Interdiario	73.0	73.2	78.9	63.7	27.5	70.6	72.3	74.3	84.5	86.2	85.8	69.9	67.8	63.8	83.9
Semanal	16.1	14.7	10.1	26.4	9.8	17.3	18.3	15.8	9.6	11.6	7.6	30.1	13.6	18.9	12.8
Eventual	10.9	12.1	11.0	9.8	62.7	12.2	9.4	9.8	5.9	2.2	6.7	0.0	18.6	17.3	3.3
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(826)	(245)	(288)	(293)	(153)	(126)	(241)	(171)	(135)	(81)	(82)	(112)	(359)	(115)	(77)
CONSUMIDORES FRECUENTES	<u>29.4</u>	<u>47.6</u>	<u>31.5</u>	<u>18.5</u>	<u>4.7</u>	<u>24.3</u>	<u>37.1</u>	<u>41.8</u>	<u>27.2</u>	<u>22.5</u>	<u>21.0</u>	<u>22.9</u>	<u>21.9</u>	<u>57.5</u>	<u>36.0</u>
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR															
Supermercado	49.5	65.7	45.2	35.7	20.8	56.3	51.2	47.5	47.5	69.3	60.7	38.3	30.4	66.8	47.8
Bodega	25.2	18.6	29.2	27.6	40.5	24.4	31.2	13.4	32.3	8.6	17.7	44.7	35.5	17.1	21.1
Catálogo	12.1	7.1	9.2	22.6	0.0	1.1	13.8	20.7	2.0	12.7	0.0	12.4	18.4	0.0	21.1
Mercado	7.0	4.6	6.3	11.1	38.7	2.9	2.2	12.4	7.8	9.3	0.0	2.8	8.9	5.1	10.0
Farmacia	2.6	2.1	2.8	2.9	0.0	2.9	1.7	2.3	6.0	0.0	13.3	1.8	4.1	2.0	0.0
Otros lugares	3.6	1.9	7.2	0.0	0.0	12.5	0.0	3.7	4.4	0.0	8.3	0.0	2.6	8.9	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR															
GILLETTE	61.3	64.6	62.2	55.8	50.9	72.9	59.5	56.5	66.9	67.5	73.7	74.3	52.6	61.9	59.6
SCHICK	7.6	7.3	4.4	12.7	10.4	5.8	7.6	7.8	8.3	0.0	13.0	3.6	9.9	4.5	11.4
BRUT	6.4	10.9	5.1	2.7	0.0	6.6	7.6	5.4	6.0	5.9	6.9	3.3	8.5	11.1	0.0
NIVEA	4.3	5.6	2.3	5.8	0.0	0.0	2.0	9.5	5.2	3.5	0.0	8.5	1.4	4.6	6.8
UNIQUE	4.2	5.9	1.6	5.9	0.0	1.1	4.6	6.5	2.0	6.2	0.0	8.8	10.4	0.0	0.0
ESIKA	3.5	0.0	2.4	9.4	0.0	0.0	6.3	1.3	4.3	0.0	6.5	0.0	5.4	2.2	4.6
AVON	2.7	0.0	6.8	0.0	0.0	0.0	1.9	6.6	0.0	6.6	0.0	0.0	0.0	0.0	9.7
IMPORTADO	1.8	0.0	4.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0
AVAL	1.6	1.1	3.0	0.0	0.0	0.0	3.1	1.2	0.0	10.4	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3
OTRAS MARCAS	2.8	1.2	5.3	1.4	28.3	0.0	1.9	2.1	5.7	0.0	0.0	0.0	8.1	2.8	0.0
NO PRECISA	3.8	3.4	2.4	6.3	10.4	1.1	5.5	3.1	1.6	0.0	0.0	1.5	3.8	6.0	4.6
Sub-Totales : 100%															
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(241)	(114)	(76)	(51)	(8)	(35)	(89)	(66)	(43)	(21)	(22)	(26)	(76)	(66)	(30)

PRODUCTOS PERSONALES MASCULINOS
CREMA FACIAL

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDEN CIAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	9.8	22.9	7.4	5.3	4.0	9.7	11.8	11.2	9.2	9.3	13.6	7.3	7.4	17.1	9.3
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO															
Diario / Interdiario	63.3	69.4	56.8	62.3	40.0	45.3	64.4	78.6	75.0	74.2	72.8	57.6	66.2	55.0	64.5
Semanal	14.3	12.7	9.5	22.6	25.0	18.6	15.3	4.5	16.3	11.8	22.1	28.8	12.2	17.5	0.0
Eventual	22.4	17.9	33.8	15.1	35.0	36.1	20.3	16.9	8.6	14.0	5.1	13.7	21.7	27.5	35.5
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(826)	(245)	(288)	(293)	(153)	(126)	(241)	(171)	(135)	(81)	(82)	(112)	(359)	(115)	(77)
CONSUMIDORES FRECUENTES	8.7	19.4	6.8	5.0	3.5	8.5	10.1	10.3	8.8	8.0	12.9	7.3	6.5	12.9	9.3
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR															
Supermercado	44.4	44.3	64.9	20.6	74.2	70.1	29.3	52.9	24.5	29.8	29.4	28.7	21.8	74.4	70.6
Catálogo	32.7	27.9	20.6	56.2	0.0	29.9	48.6	34.2	9.2	41.7	32.9	65.6	50.4	0.0	17.9
Bodega	14.9	16.4	5.4	23.3	25.8	0.0	18.4	7.8	30.8	28.5	16.0	0.0	21.1	11.5	11.5
Farmacia	4.1	5.9	4.7	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	18.5	0.0	11.1	5.7	0.0	10.4	0.0
Perfumería	2.0	1.6	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	5.2	4.9	0.0	10.5	0.0	0.0	3.7	0.0
Otros lugares	1.9	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.1	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR															
GILLETTE	27.0	39.9	19.5	11.9	14.5	23.2	27.7	30.8	29.1	30.4	32.0	13.9	18.0	53.4	16.1
UNIQUE	13.9	14.6	12.2	14.5	0.0	13.7	14.0	20.0	9.2	28.9	11.1	43.2	17.6	0.0	0.0
ESIKA	9.4	4.1	13.4	14.7	0.0	8.9	11.4	15.0	0.0	40.7	15.9	0.0	13.2	0.0	0.0
NIVEA	8.5	7.9	8.8	9.3	19.4	5.6	0.0	15.3	16.4	0.0	10.5	5.7	13.5	8.6	6.3
AVON	8.3	4.8	8.6	14.5	0.0	0.0	20.4	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	30.5
ASEPXIA	6.3	3.7	15.8	0.0	26.4	26.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.9	0.0	0.0	23.0
NATURA	4.6	7.2	0.0	5.0	0.0	0.0	9.7	4.1	0.0	0.0	0.0	8.5	9.5	5.3	0.0
POND'S	3.9	3.6	4.7	3.6	28.4	0.0	0.0	0.0	14.1	0.0	11.1	0.0	3.3	8.5	0.0
EBEL / L'BEL	3.4	1.4	3.7	6.5	0.0	0.0	6.2	4.3	0.0	0.0	5.4	13.9	4.1	0.0	0.0
DOVE	2.5	0.0	8.6	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.6
BRUT	2.0	4.3	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.2	0.0
DYCLASS	1.4	0.0	0.0	5.7	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0
CONCHA DE NACAR	1.3	0.0	4.6	0.0	0.0	7.9	0.0	0.0	0.0	0.0	11.0	0.0	0.0	0.0	0.0
URIAGE	1.3	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0
OTRAS MARCAS	1.9	3.9	0.0	0.0	11.3	0.0	0.0	1.4	4.9	0.0	3.0	0.0	2.7	3.7	0.0
NO PRECISA	4.3	1.6	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	4.9	20.2	0.0	0.0	0.0	4.6	3.7	11.5
Sub-Totales : 100%															
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(78)	(45)	(17)	(16)	(6)	(11)	(24)	(22)	(15)	(6)	(13)	(7)	(23)	(21)	(8)

PRODUCTOS PERSONALES FEMENINOS
TOALLAS SANITARIAS / TAMPONES

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDEN CIAL	LIMA SUR	CALLAO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CONSUMEN	71.6	70.5	66.9	76.8	77.6	92.7	93.7	66.4	5.6	71.4	65.5	71.6	71.9	69.9	75.6
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO															
Diario / Interdiario	10.1	9.4	10.6	10.1	12.7	9.6	10.8	4.9	46.4	5.9	3.0	13.8	4.6	21.5	14.0
Semanal	2.5	1.8	1.9	3.1	4.0	2.4	2.3	1.7	0.0	6.2	0.0	3.9	2.8	2.0	0.4
Eventual	87.4	88.8	87.4	86.9	83.2	88.0	86.8	93.5	53.5	87.9	96.9	82.2	92.6	76.6	85.6
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(936)	(311)	(307)	(318)	(145)	(134)	(272)	(238)	(147)	(101)	(92)	(135)	(399)	(139)	(70)
CONSUMIDORES FRECUENTES	69.2	69.3	62.2	75.9	75.8	92.4	91.5	60.7	4.5	66.8	64.7	71.0	70.6	62.3	74.4
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR															
Bodega	58.9	34.0	60.3	70.9	61.6	58.9	60.4	55.4	23.0	54.5	68.5	71.8	63.5	35.4	56.0
Supermercado	29.9	59.0	28.3	15.9	28.4	29.3	29.6	31.0	58.4	30.4	21.5	13.1	23.4	59.9	36.2
Mercado	8.4	3.9	8.8	10.4	5.7	9.2	8.1	10.3	10.2	14.3	5.7	12.2	9.1	0.7	7.8
Farmacia	2.8	3.2	2.6	2.7	4.4	2.5	2.0	3.2	8.3	0.8	4.3	2.8	4.0	4.0	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR															
NOSOTRAS	54.7	58.6	56.8	51.0	49.7	57.9	51.8	60.5	74.9	61.8	48.8	64.5	57.6	61.1	37.0
KOTEX	24.4	19.4	21.2	29.7	34.6	20.1	30.1	10.0	0.0	19.1	27.5	22.8	26.8	21.7	24.7
ALWAYS	8.1	8.5	7.1	8.6	5.1	3.3	9.1	14.5	0.0	6.7	5.0	4.9	5.0	11.1	15.9
LADYSOFT	5.7	5.1	7.5	4.5	5.5	7.6	4.4	6.6	0.0	5.5	7.1	3.1	3.3	1.7	14.1
STAYFREE	4.0	6.2	5.3	1.8	3.1	4.5	2.5	6.4	25.1	2.2	9.7	4.8	5.1	4.4	0.0
OTRAS MARCAS	1.5	2.1	1.2	1.2	1.4	0.7	1.7	1.7	0.0	4.7	1.3	0.0	1.5	0.0	1.6
NO PRECISA	1.6	0.2	0.8	3.1	0.7	5.9	0.4	0.2	0.0	0.0	0.6	0.0	0.8	0.0	6.7
Sub-Totales : 100%															
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen frecuentemente el producto	(641)	(209)	(197)	(235)	(113)	(123)	(245)	(149)	(11)	(69)	(62)	(95)	(281)	(85)	(49)

PRODUCTOS PERSONALES FEMENINOS

COSMÉTICOS / MAQUILLAJE

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONOMICO			EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDEN CIAL	LIMA SUR	CALLAO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CONSUMEN	61.5	74.8	64.4	51.2	33.9	78.5	72.0	64.3	44.1	67.6	67.4	51.5	59.8	70.7	58.9
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO															
Diario / Interdiario	56.7	67.5	51.4	53.9	47.8	61.8	55.8	55.3	58.6	62.4	51.4	49.9	52.6	57.3	67.2
Semanal	9.3	4.0	9.8	13.3	10.0	9.2	12.4	5.0	7.9	8.9	11.0	10.1	12.0	9.8	2.5
Mensual	5.9	5.6	5.7	6.3	13.9	6.8	5.8	4.5	1.6	2.2	7.6	7.0	6.5	5.4	6.1
Eventual	28.1	22.9	33.1	26.6	28.3	22.3	26.0	35.1	32.0	26.5	30.0	33.0	28.8	27.6	24.1
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(936)	(311)	(307)	(318)	(145)	(134)	(272)	(238)	(147)	(101)	(92)	(135)	(399)	(139)	(70)
CONSUMIDORES FRECUENTES	44.2	57.7	43.1	37.6	24.3	61.0	53.3	41.7	30.0	49.7	47.2	34.5	42.6	51.2	44.7
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR															
Catálogo	71.4	62.0	78.5	70.3	73.8	73.6	76.3	62.4	66.9	80.5	77.3	87.5	80.3	65.6	40.1
Supermercado	15.0	21.7	14.9	9.6	15.1	15.5	13.3	15.7	18.8	11.1	12.5	5.5	7.9	18.5	35.6
Bodega	5.7	7.6	3.4	6.9	8.1	7.1	4.1	7.7	2.8	4.7	4.9	7.0	5.6	6.2	5.7
Mercado	4.0	1.1	1.5	9.4	0.0	0.8	2.9	10.8	2.6	1.5	2.8	0.0	1.9	0.0	16.5
Otros lugares	3.9	7.4	1.7	3.7	3.1	3.1	3.4	3.4	8.8	2.2	2.4	0.0	4.3	9.7	2.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR															
ESIKA	36.5	27.1	31.4	50.5	35.0	41.8	39.7	33.3	22.9	39.1	21.3	47.4	44.1	22.0	34.7
UNIQUE	24.2	27.4	22.7	23.4	9.1	22.9	27.2	25.4	25.6	22.8	30.6	23.2	23.3	25.7	22.7
AVON	11.0	4.1	12.7	14.6	23.5	16.8	8.5	8.5	3.9	17.6	6.5	8.9	11.0	9.8	11.5
CYZONE	5.7	6.9	7.4	2.5	18.2	13.3	3.1	1.0	0.0	3.2	7.3	10.4	5.9	3.6	5.0
EBEL / L'BEL	4.6	6.5	4.3	3.5	1.6	0.7	6.0	6.2	7.0	2.1	7.9	3.5	6.7	5.9	0.0
NATURA	4.2	8.0	4.8	0.4	0.0	0.9	4.7	3.9	13.0	5.7	7.4	0.0	2.9	11.5	0.0
HENO DE PRAVIA	2.2	0.0	4.8	0.7	5.2	1.0	1.0	3.8	2.6	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	11.1
MAYBELLINE	1.4	4.1	0.6	0.0	0.0	0.3	1.6	1.6	3.2	2.4	3.1	0.0	0.0	2.7	2.0
NIVEA	1.1	2.4	1.2	0.0	1.4	0.8	1.0	1.4	1.7	0.0	1.2	0.0	0.0	1.8	4.1
TRUE COLORS	1.1	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	1.0	1.9	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.2
ORIFLAME	1.1	0.9	1.8	0.4	0.0	0.0	1.4	2.0	0.9	0.0	5.9	0.9	1.3	0.0	0.0
OTRAS MARCAS	4.3	10.3	2.9	1.1	0.0	0.8	3.3	6.8	13.2	1.8	5.9	3.7	0.7	14.8	2.6
NO PRECISA	2.6	2.2	2.7	2.9	6.1	0.7	1.7	4.2	3.4	5.2	2.8	0.0	4.0	2.2	0.0
Sub-Totales : 100%															
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(602)	(238)	(196)	(168)	(54)	(103)	(205)	(163)	(77)	(71)	(66)	(73)	(236)	(107)	(49)

PRODUCTOS PERSONALES FEMENINOS
TINTE PARA EL CABELLO

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONOMICO			EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDEN CIAL	LIMA SUR	CALLAO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CONSUMEN	35.1	45.2	41.2	23.6	2.3	28.8	34.4	50.4	53.4	30.9	37.3	23.4	27.9	54.9	43.4
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO															
Mensual	66.5	78.3	60.7	63.1	47.8	48.6	77.4	60.9	70.2	58.6	57.4	47.4	64.6	74.2	74.4
Cada 2 meses	33.5	21.7	39.3	36.9	52.2	51.4	22.7	39.1	29.8	41.4	42.6	52.6	35.5	25.7	25.6
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(936)	(311)	(307)	(318)	(145)	(134)	(272)	(238)	(147)	(101)	(92)	(135)	(399)	(139)	(70)
CONSUMIDORES FRECUENTES	23.3	35.4	25.0	14.9	1.1	14.0	26.6	30.7	37.5	18.1	21.4	11.1	18.0	40.8	32.3
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR															
Supermercado	44.1	48.6	46.7	35.0	27.4	55.2	46.2	39.4	41.9	39.3	48.7	27.4	36.8	48.3	55.8
Mercado	18.3	11.5	16.5	28.7	0.0	11.0	22.7	15.8	20.5	24.9	14.2	13.3	22.5	4.5	27.9
Catálogo	12.2	6.8	16.7	10.2	51.5	19.7	7.7	17.2	5.4	9.8	3.1	9.3	11.1	21.7	9.3
Salón de belleza	10.9	11.0	11.5	9.9	0.0	5.6	12.3	8.4	16.0	15.4	16.8	23.3	11.7	9.2	2.8
Farmacia	7.7	12.6	5.6	5.9	21.1	3.5	5.6	8.4	11.6	7.5	14.2	12.4	11.1	7.0	0.0
Bodega	5.5	6.8	3.0	8.3	0.0	2.8	5.5	9.4	2.3	3.2	2.0	12.4	5.0	7.0	4.2
Otros lugares	1.3	2.7	0.0	1.9	0.0	2.1	0.0	1.5	2.3	0.0	1.0	2.0	1.8	2.3	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR															
L'OREAL	18.4	30.0	15.1	11.2	0.0	5.4	28.1	15.1	18.2	10.4	14.5	19.5	16.5	23.7	19.5
KOLESTON	17.3	18.6	23.2	6.0	20.9	4.9	14.0	16.5	30.0	20.1	20.9	17.6	16.9	28.1	4.2
IGORA VITAL	9.4	5.2	7.6	17.3	21.1	26.9	4.8	6.7	8.3	1.7	8.3	26.4	10.2	0.0	14.9
GARNIER NUTRISSE	7.8	13.2	6.0	4.8	25.8	6.7	8.2	9.1	5.5	5.0	4.1	8.1	5.7	10.2	10.3
ISSUE	5.8	4.2	5.5	8.1	6.5	5.8	5.8	7.5	3.6	27.3	6.2	8.4	3.7	1.5	3.1
PALETTE	5.3	2.9	2.6	12.6	0.0	20.9	4.3	1.4	2.8	2.7	0.0	0.0	4.5	2.6	14.3
AVON	5.2	0.0	10.9	1.1	0.0	11.4	0.9	10.7	0.0	6.2	3.1	0.0	0.0	18.9	0.0
STEREO COLOR	4.0	1.2	1.8	10.9	0.0	0.0	6.8	5.0	1.6	6.4	7.2	0.0	3.3	0.0	8.3
PLACENTA LIFE	4.0	3.3	6.2	0.8	0.0	0.0	3.9	5.0	5.2	9.1	8.3	1.6	4.5	1.1	3.4
SMOLL LIFE	3.6	0.0	2.5	9.6	0.0	0.0	7.5	3.4	1.2	0.0	3.1	5.7	3.5	0.0	8.3
EVOLUTION	1.8	2.6	1.4	1.6	0.0	0.0	3.3	1.9	0.8	0.0	4.3	6.0	0.0	1.1	2.8
REVLON	1.7	3.1	1.9	0.0	0.0	0.0	1.6	1.2	3.7	0.0	8.3	3.4	0.0	3.1	0.0
ADVANCE	1.3	0.0	2.9	0.0	0.0	3.9	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.8
ESIKA	1.2	0.7	0.0	3.9	0.0	2.1	1.7	1.3	0.0	3.5	0.0	0.0	2.6	0.8	0.0
UNIQUE	1.2	2.3	0.0	2.0	25.8	2.1	1.0	0.6	0.7	0.0	0.0	0.0	3.7	0.7	0.0
BONMETIQUE	1.0	2.3	0.7	0.0	0.0	0.0	1.0	0.6	2.0	0.0	0.0	0.0	2.8	0.8	0.0
OTRAS MARCAS	2.7	2.7	4.2	0.0	0.0	5.8	0.8	2.3	3.9	3.3	0.0	0.0	4.5	2.5	2.4
NO PRECISA	8.3	7.7	7.6	10.1	0.0	4.2	6.4	9.1	12.5	4.3	11.8	3.4	17.5	4.7	2.8
Sub-Totales : 100%															
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(329)	(150)	(109)	(70)	(5)	(26)	(86)	(122)	(90)	(35)	(34)	(39)	(110)	(82)	(29)

MEDICINA DE VENTA LIBRE
ANALGÉSICO

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	36.0	38.4	37.4	33.2	33.0	38.6	27.3	30.5	40.1	40.5	35.9	43.6	46.2	30.9	32.5	38.3	35.3
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	5.5	5.5	5.1	6.0	3.9	6.7	3.0	1.0	4.7	10.1	7.3	5.7	0.6	2.3	3.1	5.7	14.1
Semanal	7.2	8.9	5.9	7.5	7.9	6.5	1.8	8.2	8.7	6.9	7.0	3.7	10.0	8.4	6.2	2.6	12.7
Eventual	87.3	85.7	89.0	86.4	88.2	86.8	95.3	90.8	86.6	83.0	85.8	90.6	89.4	89.4	90.8	91.6	73.1
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	7.3	8.3	6.4	7.4	6.8	7.6	2.9	4.7	8.6	10.5	7.3	8.8	9.2	6.1	5.8	6.0	9.9
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Farmacia	86.3	91.2	83.2	86.6	83.8	88.4	93.2	82.8	87.1	82.9	88.0	86.4	85.7	87.7	89.0	86.3	81.1
Bodega	9.3	5.3	9.5	11.5	10.0	8.8	4.3	10.3	9.2	10.5	10.6	7.8	10.6	8.0	8.7	4.4	15.6
Otros lugares	4.4	3.5	7.2	1.8	6.2	2.9	2.5	6.9	3.7	6.6	1.3	5.9	3.6	4.3	2.3	9.3	3.4
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
PANADOL	28.6	25.1	28.2	31.2	28.4	28.8	24.8	29.5	29.8	31.7	23.0	21.0	33.6	30.4	25.5	35.0	30.1
APRONAX	14.3	8.7	17.9	13.8	15.7	13.1	17.4	29.1	10.2	12.2	10.0	8.8	8.3	12.2	12.3	6.9	32.6
PARACETAMOL	8.3	8.5	8.9	7.5	7.1	9.3	12.2	2.7	9.9	6.9	9.2	11.3	10.1	6.5	8.3	5.8	8.4
DOLOCORDALAN	7.4	4.4	5.5	11.2	7.8	7.0	14.8	1.1	9.6	5.4	5.7	14.1	5.6	6.6	6.9	3.1	8.6
DOLOFLAM	7.1	7.1	5.9	8.4	6.6	7.6	10.8	8.1	7.6	4.8	6.0	10.2	10.7	4.2	8.5	5.4	3.7
IBUPROFENO	6.2	8.7	3.9	6.9	6.2	6.1	0.0	6.9	7.4	6.0	7.5	8.0	5.7	6.0	7.5	6.3	2.7
ASPIRINA	5.9	6.5	8.2	3.0	5.2	6.4	3.3	6.7	5.8	6.4	6.5	5.5	9.9	4.9	5.2	4.0	7.2
EXCEDRIN	1.9	3.2	1.7	1.4	1.4	2.3	0.0	1.0	2.5	3.7	0.0	4.0	1.0	4.2	1.8	0.8	0.7
NAPROXENO	1.6	1.4	2.5	0.7	1.2	1.9	0.0	1.8	0.4	2.6	3.7	1.4	1.0	1.0	2.6	2.2	0.0
ANTALGINA	1.6	3.5	1.2	0.8	2.0	1.2	0.3	1.1	1.3	0.7	5.0	0.0	5.1	0.0	1.8	3.1	0.0
OTRAS MARCAS	7.7	13.1	6.7	6.0	6.1	9.4	3.1	4.0	5.8	11.5	14.4	10.9	3.7	3.3	11.1	14.6	0.0
NO PRECISA	9.4	9.8	9.5	9.1	12.3	7.1	13.4	8.1	9.7	8.0	9.1	4.8	5.5	20.8	8.6	12.9	6.0
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(656)	(227)	(219)	(210)	(275)	(381)	(74)	(77)	(216)	(175)	(114)	(84)	(89)	(75)	(246)	(109)	(53)

MEDICINA DE VENTA LIBRE
ANTIGRI PAL

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 65	66 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	44.1	43.4	43.4	45.2	41.0	47.3	41.2	46.9	47.9	44.6	35.5	47.9	53.9	39.9	39.0	41.9	52.7
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	2.9	1.6	1.4	5.3	3.1	2.9	4.9	7.2	1.4	1.7	1.4	0.0	0.0	1.3	3.4	0.0	8.5
Semanal	3.6	3.0	2.1	5.1	3.7	3.6	2.4	3.4	5.4	3.1	0.6	3.8	2.6	4.5	2.3	0.5	7.0
Eventual	93.5	95.4	96.5	89.6	93.2	93.5	92.8	89.3	93.1	95.1	98.0	96.3	97.5	94.3	94.4	99.5	84.5
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	5.7	4.3	4.2	7.9	5.3	6.3	4.3	6.8	7.0	6.8	1.7	4.9	4.5	4.8	5.0	1.5	12.3
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Farmacia	80.5	84.9	80.0	78.8	78.7	82.0	84.9	77.3	80.1	79.0	84.3	84.4	78.5	80.6	85.5	82.8	71.0
Bodega	12.1	8.6	10.2	15.5	13.4	10.9	7.9	11.8	13.1	14.3	10.5	13.0	13.7	14.2	11.4	4.0	15.5
Supermercado	6.0	5.8	9.0	3.4	5.5	6.4	2.2	10.6	5.1	6.2	5.3	2.6	7.9	3.0	2.5	12.5	9.4
Otros lugares	1.4	0.8	0.9	2.4	2.4	0.7	5.0	0.3	1.7	0.5	0.0	0.0	0.0	2.2	0.6	0.8	4.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
PANADOL ANTIGRI PAL	61.0	59.6	62.9	59.9	61.6	60.5	75.1	61.9	59.0	57.0	55.6	79.5	54.9	61.8	58.0	47.9	66.2
NASTIZOL	6.8	5.4	7.8	6.6	6.4	7.2	6.1	8.3	6.2	6.0	8.8	1.0	9.3	3.5	7.3	6.9	9.8
VITAPYRENA	5.8	4.9	5.5	6.5	5.7	5.9	4.6	3.6	7.0	5.9	7.1	3.7	11.3	6.0	5.8	7.5	3.2
COMTrex	3.5	0.3	7.4	1.6	4.1	3.0	2.2	4.8	3.1	3.0	5.3	1.0	4.5	1.0	1.6	8.3	5.5
DESENFRIOL	3.1	1.8	3.4	3.3	1.9	4.0	1.3	0.6	4.9	2.4	4.9	2.2	3.5	2.8	2.7	4.2	3.3
DRISTAN	3.0	1.6	1.7	4.9	2.7	3.3	0.6	5.5	4.1	2.5	0.0	5.2	5.7	6.6	3.4	0.0	0.0
NASTIFLU	2.4	3.0	0.4	3.8	2.0	2.7	1.7	1.2	2.3	5.2	0.0	1.3	1.0	1.8	0.6	2.6	6.2
DAYFLU	1.3	2.4	0.7	1.2	0.9	1.7	0.5	2.1	1.1	1.3	1.8	0.0	4.7	1.4	1.8	0.7	0.0
SINUTAB	1.1	3.2	0.3	0.7	0.9	1.3	1.0	0.9	1.2	1.5	0.6	0.0	0.0	2.5	0.4	5.1	0.0
OTRAS MARCAS	3.3	6.1	1.8	3.3	3.5	3.2	2.2	3.8	3.9	2.7	3.0	0.6	2.7	1.7	6.1	4.5	1.2
NO PRECISA	8.7	11.6	7.9	7.9	10.4	7.3	4.8	7.3	7.2	12.5	12.8	5.5	2.5	10.8	12.3	12.5	4.6
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(762)	(247)	(249)	(266)	(327)	(435)	(112)	(114)	(247)	(184)	(105)	(91)	(91)	(96)	(296)	(110)	(78)

MEDICINA DE VENTA LIBRE
ANTIÁCIDO

¿Con qué FRECUENCIA acostumbra consumir / usar...?

	TOTAL	NIVEL SOCIO-ECONÓMICO			SEXO		EDAD					ZONAS DE LIMA					
		ALTO/ MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL	MASC.	FEME.	11 a 17	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 a más	LIMA CENTRO	LIMA ESTE	LIMA NORTE	LIMA RESIDENC IAL	LIMA SUR	CALLAO
CONSUMEN	15.0	19.0	15.2	12.6	15.0	15.0	6.8	12.5	17.2	16.4	19.8	22.4	16.0	13.7	15.1	18.3	8.6
FRECUENCIA DE CONSUMO / USO																	
Diario / Interdiario	8.0	4.8	11.9	5.6	4.0	11.4	0.0	3.2	5.9	9.7	16.7	4.5	14.4	13.9	5.3	14.2	0.0
Semanal	8.0	5.8	5.9	12.7	8.7	7.3	4.4	12.8	11.6	4.3	4.0	9.4	1.9	2.9	3.3	4.9	38.4
Mensual	8.0	7.9	4.6	11.9	9.3	7.3	7.4	12.0	7.6	7.3	7.6	9.8	0.0	12.4	10.6	2.7	7.0
Eventual	76.0	81.6	77.6	69.8	78.0	74.0	88.2	72.0	75.0	78.7	71.7	76.3	83.8	70.8	80.8	78.1	54.7
Eventual	84.0	89.5	82.2	81.7	87.3	81.3	95.6	84.0	82.6	86.0	79.3	86.1	83.8	83.2	91.4	80.8	61.7
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total encuestas realizadas	(1762)	(556)	(595)	(611)	(826)	(936)	(298)	(260)	(513)	(409)	(282)	(182)	(174)	(247)	(758)	(254)	(147)
CONSUMIDORES FRECUENTES	3.6	3.5	3.4	3.8	3.3	3.9	0.8	3.5	4.3	3.5	5.6	5.3	2.6	4.0	2.9	4.0	3.9
LUGAR DÓNDE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
Farmacia	70.2	88.3	59.4	67.8	68.4	71.9	65.5	71.1	70.6	67.1	73.9	46.5	75.4	70.6	71.3	84.9	72.0
Bodega	21.6	8.2	26.1	27.3	20.4	22.8	24.6	13.9	23.8	20.3	23.7	40.4	21.9	22.2	24.7	1.2	16.0
Supermercado	7.4	2.9	14.5	3.1	10.5	4.5	9.9	12.3	5.1	11.6	2.4	10.6	0.0	5.9	4.0	13.9	12.0
Otros lugares	0.8	0.6	0.0	1.8	0.8	0.8	0.0	2.6	0.5	1.1	0.0	2.4	2.7	1.4	0.0	0.0	0.0
MARCA QUE ACOSTUMBRA COMPRAR																	
SAL DE ANDREWS	50.1	35.5	49.3	62.7	49.7	50.5	24.6	62.0	60.2	40.1	43.8	50.3	76.1	51.6	52.7	19.1	67.2
SAL DE FRUTA ENO	8.4	8.6	9.3	7.2	9.1	7.7	25.1	7.1	5.8	10.9	5.4	7.8	2.1	6.7	11.6	9.9	3.3
MYLANTA	6.9	9.4	5.8	6.1	7.1	6.6	9.7	3.0	7.0	8.5	6.6	20.3	5.5	5.1	4.0	7.1	0.0
RANITIDINA	5.3	10.3	3.4	3.5	4.7	5.9	0.0	1.4	4.0	11.1	5.6	6.5	2.1	2.2	5.1	8.1	6.3
BISMUTOL	5.1	7.3	4.3	4.2	3.6	6.5	9.9	5.6	1.7	4.1	10.2	5.6	2.5	5.3	3.9	10.6	1.5
OMEPRAZOL	2.7	5.8	3.0	0.0	3.2	2.3	0.0	3.7	1.4	4.6	3.3	3.5	2.1	0.0	3.1	5.4	0.0
FRUTENZIMA	2.4	3.7	3.6	0.0	1.2	3.6	0.0	0.0	2.1	1.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	8.2	9.4
ALKA SELTZER	2.2	0.7	5.2	0.0	3.2	1.3	6.8	0.0	0.0	6.2	1.4	1.2	4.1	2.3	0.0	8.0	0.0
HIDROXIDO DE ALUMINIO	2.1	0.4	4.5	0.7	0.0	4.1	0.0	0.0	4.9	1.6	0.0	0.0	1.2	0.0	0.7	5.9	7.0
DIGESTASE	1.5	1.7	0.9	1.8	2.1	0.9	9.1	0.0	0.0	2.0	1.8	0.0	1.2	5.1	2.0	0.0	0.0
OTRAS MARCAS	3.6	5.0	3.5	2.8	3.0	4.3	0.0	5.4	3.8	2.0	5.3	4.8	2.4	5.6	3.5	4.5	0.0
NO PRECISA	9.7	11.6	7.3	10.9	13.3	6.3	14.7	11.8	9.2	7.8	9.5	0.0	0.8	16.1	13.5	13.1	5.3
Sub-Totales : 100%																	
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total de encuestados que consumen el producto	(290)	(111)	(90)	(89)	(138)	(152)	(21)	(34)	(93)	(81)	(61)	(44)	(33)	(33)	(112)	(51)	(17)



ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE PRODUCTOS

OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> * Consumo / uso del producto * Frecuencia de consumo / uso 	<ul style="list-style-type: none"> * Lugar de compra * Marcas preferidas 				
UNIVERSO INVESTIGADO	Hombres y mujeres de 11 a más años pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos					
COBERTURA GEOGRÁFICA	Lima Metropolitana: 39 distritos de Lima y Callao					
TECNICA DE LA ENCUESTA	Encuesta personal con aplicación de un cuestionario ad-hoc. Las personas encuestadas fueron seleccionados a partir de un muestreo polietápico: conglomerado de viviendas, viviendas dentro del conglomerado muestreado, hogar dentro de la vivienda, persona en el hogar respetando cuota por sexo y edad.					
MUESTRA ESTADÍSTICA Y MARGEN DE ERROR	Lima Metropolitana	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: right;">TOTAL</td> <td style="text-align: right;">Margen de error</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">1,762</td> <td style="text-align: right;">$\pm 2,3 \%$</td> </tr> </table>	TOTAL	Margen de error	1,762	$\pm 2,3 \%$
TOTAL	Margen de error					
1,762	$\pm 2,3 \%$					
FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO	Primer semestre del 2012					