

Mercado de productos de consumo y uso personal

Presentación

En la actualidad las marcas buscan continuamente diferentes formas para involucrarse de manera efectiva y significativa con sus consumidores. Para lo cual se cuenta con una infinidad de vehículos que les permite interactuar con ellos, entendiendo a su público y mejorando su conexión con relaciones más fuertes y duraderas.

Para conocer cómo está actualmente esta relación en las principales categorías de productos de consumo personal, CPI, realizó en abril de este año, una Encuesta sobre el Consumo de Productos en una muestra que representa a consumidores de 11 años a más de Lima y Callao. La muestra está formada por 1,762 casos y ha sido segmentada por nivel socioeconómico, sexo y edad (cinco segmentos)

El estudio pretende describir para cada producto, cuál es la marca preferida, la frecuencia de consumo y el lugar habitual de compra.

Encontramos que en la categoría "cuidado personal" las marcas de larga historia en el mercado siguen siendo las preferidas; la compra en supermercados se ha intensificado, llegando a igualar y en algunos casos a superar la compra en bodegas. En los productos como cremas, cosméticos y perfumes las marcas de venta por catálogo no tienen competencia.

En la categoría "bebidas" los productos más consumidos son gaseosa, yogurt y agua envasada. Para estos productos la compra en bodegas sigue superando al canal moderno: supermercados.

Si está interesado en contar con la información completa de alguno de los productos, la cual está desagregada según las variables de nivel socioeconómico, sexo y edad lo invitamos a que nos contacte a: irmam@cpi.com.pe, cpi@cpi.com.pe.

A continuación presentamos un resumen condensado de los resultados.

Categoría: Golosinas

| PRODUCTO | FRECUENCIA DE USO/ CONSUMO | % | LUGAR DE COMPRA | % | MARCAS (Principales marcas) ¹ % |
|-----------------------|----------------------------|------|-----------------|------|---|
| GALLETAS SALADAS | CONSUMIDORES : 77.7 | | | | |
| | Diario/ Interdiario | 30.1 | Bodega | 81.6 | Ritz 29.7 |
| | Semanal | 24.6 | Supermercado | 13.0 | Field - soda 27.3 |
| | Eventual | 45.3 | Otros lugares | 5.4 | San Jorge - soda 14.6 Victoria - soda 11.8 |
| CHOCOLATE | CONSUMIDORES : 69.7 | | | | |
| | Diario/ Interdiario | 21.8 | Bodega | 82.0 | Sublime 56.0 |
| | Semanal | 21.4 | Supermercado | 11.9 | D'onofrio 15.5 |
| | Eventual | 56.8 | Ambulante | 3.7 | Triangulo 7.7 |
| | | | Otros lugares | 2.4 | Winter's 4.5 |
| SNACKS / BOCADITOS | CONSUMIDORES : 68.3 | | | | |
| | Diario/ Interdiario | 27.7 | Bodega | 81.7 | Frito Lay 74.6 |
| | Semanal | 22.5 | Supermercado | 10.4 | Chipy 11.2 |
| | Eventual | 49.8 | Otros lugares | 7.9 | Karinto 9.8 |
| GALLETAS DULCES | CONSUMIDORES : 66.5 | | | | |
| | Diario/ Interdiario | 30.6 | Bodega | 79.3 | Margarita 14.6 |
| | Semanal | 22.1 | Supermercado | 12.9 | Morochas 11.9 |
| | Eventual | 47.3 | Otros lugares | 7.8 | Casino 10.6 Field vainilla 8.5 |

Categoría: Cuidado personal

| PRODUCTO | FRECUENCIA DE USO/ CONSUMO % | LUGAR DE COMPRA % | MARCAS (Principales marcas) % |
|----------------------------------|------------------------------|--------------------|-------------------------------|
| CREMA DENTAL | CONSUMIDORES : 99.5 | | |
| | Diario/ Interdiario 93.4 | Bodega 42.7 | Colgate 45.4 |
| | Semanal 2.9 | Supermercado 35.3 | Dento 30.4 |
| | Eventual 3.7 | Mercado 19.0 | Kolynos 19.8 |
| | | Otros lugares 3.0 | |
| SHAMPOO | CONSUMIDORES : 99.0 | | |
| | Diario/ Interdiario 92.4 | Supermercado 38.7 | Head & Shoulders 36.8 |
| | Semanal 2.9 | Bodega 34.7 | Sedal 16.6 |
| | Eventual 4.7 | Mercado 15.7 | Pantene 11.8 |
| | | Catálogo 6.7 | Ego 6.0 |
| | Otros lugares 4.2 | | |
| JABÓN DE TOCADOR | CONSUMIDORES : 97.5 | | |
| | Diario/ Interdiario 92.6 | Bodega 43.6 | Neko 23.9 |
| | Semanal 4.5 | Supermercado 34.7 | Camay 13.3 |
| | Eventual 2.9 | Mercado 18.4 | Heno de Pravia 9.2 |
| | | Otros lugares 3.3 | Rexona 8.6 |
| DESODORANTE | CONSUMIDORES : 86.7 | | |
| | Diario/ Interdiario 91.9 | Supermercado 35.4 | Rexona 39.1 |
| | Semanal 2.1 | Bodega 25.1 | Esika 9.8 |
| | Eventual 6.0 | Catálogo 20.4 | Axe 7.7 |
| | | Mercado 13.5 | Unique 7.1 |
| | Otros lugares 5.6 | | |
| REACONDICIONADOR | CONSUMIDORES : 45.6 | | |
| | Diario/ Interdiario 83.1 | Supermercado 42.8 | Pantene 18.3 |
| | Semanal 7.7 | Bodega 27.0 | Sedal 16.1 |
| | Eventual 9.2 | Mercado 14.5 | Head & Shoulders 13.8 |
| | | Catálogo 11.5 | Konzil 10.5 |
| | Otros lugares 4.2 | | |
| ENJUEGUE BUCAL | CONSUMIDORES : 43.7 | | |
| | Diario/ Interdiario 76.4 | Supermercado 61.0 | Listerine 56.6 |
| | Semanal 10.3 | Bodega 15.8 | Dento 24.8 |
| | Eventual 13.3 | Mercado 11.7 | Colgate Plax 14.1 |
| | | Farmacia 10.8 | |
| CREMA PARA MANOS Y CUERPO | CONSUMIDORES : 38.7 | | |
| | Diario/ Interdiario 72.1 | Catálogo 57.0 | Esika 26.4 |
| | Semanal 10.3 | Supermercado 25.1 | Unique 20.5 |
| | Eventual 17.6 | Otros lugares 17.9 | Nivea 14.7 |
| | | | Avon 10.5 |

| PRODUCTO | FRECUENCIA DE USO/ CONSUMO % | LUGAR DE COMPRA % | MARCAS (Principales marcas) % |
|---|------------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| COLONIA / PERFUME (Solo mujeres) | CONSUMIDORES : 85.5 | | |
| | Diario/ Interdiario 75.9 | Catálogo 70.6 | Esika 32.7 |
| | Semanal 6.1 | Supermercado 17.5 | Unique 23.1 |
| | Eventual 18.0 | Otros lugares 11.8 | Avon 12.0 |
| TOALLAS SANITARIAS / TAMPONES (Solo mujeres) | CONSUMIDORES : 71.6 | | |
| | Diario/ Interdiario 10.1 | Bodega 58.9 | Nosotras 54.7 |
| | Semanal 2.5 | Supermercado 29.9 | Kotex 24.4 |
| | Mensual 87.4 | Mercado 8.4 | Always 8.1 |
| | Farmacia 2.8 | Ladysoft 5.7 | |
| COSMÉTICOS / MAQUILLAJE (Solo mujeres) | CONSUMIDORES : 61.5 | | |
| | Diario/ Interdiario 56.7 | Catálogo 71.4 | Esika 36.5 |
| | Semanal 9.3 | Supermercado 15.0 | Unique 24.2 |
| | Mensual 5.9 | Bodega 5.7 | Avon 11.0 |
| | Eventual 28.1 | Mercado 4.0 | |
| | Otros lugares 3.9 | | |
| TINTE PARA EL CABELLO (Solo mujeres) | CONSUMIDORES : 35.1 | | |
| | Mensual 66.5 | Supermercado 44.1 | L'oreal 18.4 |
| | Cada 2 meses 33.5 | Mercado 18.3 | Koleston 17.3 |
| | | Catálogo 12.2 | Igora Vital 9.4 |
| | | Salón de belleza 10.9 | Garnier Nutrisse 7.8 |
| | Otros lugares 14.5 | | |
| MÁQUINAS DE AFEITAR (Solo hombres) | CONSUMIDORES : 79.1 | | |
| | Diario/ Interdiario 73.0 | Bodega 63.8 | Gillette 50.1 |
| | Semanal 20.5 | Supermercado 25.8 | Schick 31.7 |
| | Eventual 6.5 | Mercado 7.7 | Prestobarba 11.2 |
| | Otros lugares 2.7 | | |
| COLONIA / PERFUME (Solo hombres) | CONSUMIDORES : 78.7 | | |
| | Diario/ Interdiario 78.9 | Catálogo 57.7 | Esika 35.4 |
| | Semanal 6.5 | Supermercado 24.7 | Unique 21.4 |
| Eventual 14.6 | Otros lugares 17.6 | Avon 8.8 | |
| ESPUMA DE AFEITAR (Solo hombres) | CONSUMIDORES : 30.4 | | |
| | Diario/ Interdiario 73.0 | Supermercado 49.5 | Gillette 61.3 |
| | Semanal 16.1 | Bodega 25.2 | Schick 7.6 |
| | Eventual 10.9 | Catálogo 12.1 | Brut 6.4 |
| | | Mercado 7.0 | |
| | Otros lugares 6.2 | | |

Categoría: Bebidas

| PRODUCTO | FRECUENCIA DE USO / CONSUMO | % | LUGAR DE COMPRA | % | MARCAS (Principales marcas) | % |
|---------------------------------------|-----------------------------|------|-----------------|----------|-----------------------------|------|
| GASEOSA | CONSUMIDORES : | | 88.3 | | | |
| | Diario/ Interdiario | 44.2 | Bodega | 86.1 | Inca Kola | 46.9 |
| | Semanal | 27.0 | Supermercado | 9.7 | Coca Cola | 23.5 |
| | Eventual | 28.8 | Mercado | 2.2 | Pepsi | 6.8 |
| | | | Otros lugares | 2.0 | | |
| YOGURT ENVASADO | CONSUMIDORES : | | 81.9 | | | |
| | Diario/ Interdiario | 37.7 | Bodega | 52.4 | Gloria | 77.0 |
| | Semanal | 29.2 | Supermercado | 39.5 | Laive | 10.8 |
| | Eventual | 33.1 | Mercado | 7.5 | | |
| | | | Otros lugares | 0.6 | | |
| AGUA DE MESA Y MINERAL | CONSUMIDORES : | | 80.5 | | | |
| | Diario/ Interdiario | 66.9 | Bodega | 76.7 | Cielo | 48.8 |
| | Semanal | 13.7 | Supermercado | 16.6 | San Luis | 33.3 |
| | Eventual | 19.4 | Mercado | 3.7 | San Mateo | 14.3 |
| | | | Otros lugares | 3.0 | | |
| JUGOS NATURALES ENVASADOS | CONSUMIDORES : | | 54.6 | | | |
| | Diario/ Interdiario | 31.5 | Bodega | 73.4 | Frugos | 64.2 |
| | Semanal | 28.4 | Supermercado | 20.9 | Pulp | 21.6 |
| | Eventual | 40.1 | Otros lugares | 5.7 | Gloria | 7.5 |
| BEBIDAS ENERGIZANTES REHIDRATANTES | CONSUMIDORES : | | 46.3 | | | |
| | Diario/ Interdiario | 32.6 | Bodega | 71.6 | Sporade | 43.1 |
| | Semanal | 22.0 | Supermercado | 20.0 | Gatorade | 29.9 |
| | Eventual | 45.4 | Otros lugares | 8.4 | Red Bull | 11.3 |
| | | | | Powerade | 8.1 | |
| CERVEZA | CONSUMIDORES : | | 45.0 | | | |
| | Diario/ Interdiario | 3.1 | Bodega | 78.7 | Cristal | 64.5 |
| | Semanal | 19.3 | Supermercado | 10.2 | Pilsen | 22.6 |
| | Eventual | 77.6 | Licorería | 7.8 | Cusqueña | 7.7 |
| | | | Otros lugares | 3.3 | Brahma | 4.3 |
| REFRESCOS | CONSUMIDORES : | | 27.7 | | | |
| | Diario/ Interdiario | 34.7 | Bodega | 72.1 | Cifrut | 34.3 |
| | Semanal | 21.7 | Supermercado | 17.8 | Zuko | 18.4 |
| | Eventual | 43.6 | Mercado | 7.9 | Tampico | 12.3 |
| | | | Otros lugares | 2.2 | Negrita | 11.2 |

Muestra Estadística: Lima y Callao

| SEXO | | EDAD | | | | NSE | |
|---------|-----|---------|-----|----------|-----|-----|-----|
| Hombres | 826 | 11 a 17 | 298 | 40 a 55 | 409 | AB | 556 |
| Mujeres | 936 | 18 a 24 | 260 | 56 a más | 282 | C | 595 |
| | | 25 a 39 | 513 | | | DE | 611 |



compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c.

39 años de información confiable y oportuna



ESTUDIOS ESPECIALES

Cuantitativos

- ✦ Imagen y Posicionamiento
- ✦ Perfiles del Consumidor
- ✦ Test de Producto
- ✦ Calidad de Servicio
- ✦ Estudios de Línea de Base
- ✦ Cuantificación y Segmentación de Mercados
- ✦ Evaluación Publicitaria (Pre y Post Test)
- ✦ Estudios en el Punto de Venta

Cualitativos

- ✦ Focus Group
- ✦ Entrevista en Profundidad
- ✦ Pruebas de Producto
- ✦ Análisis Etnográficos
- ✦ Estudios de Hábitos y Usos

Brand Tracking

- ✦ Recordación Publicitaria de Marcas (Top of Mind)
- ✦ Consumo y Uso de Marcas
- ✦ Intención de Compra

ESTUDIOS SOCIALES

- ✦ Diagnóstico socio económico, condiciones de vida y pobreza
- ✦ Evaluación de salud y medidas antropométricas
- ✦ Mapeo de stakeholders
- ✦ Evaluación de impacto de campañas de sensibilización
- ✦ Evaluación de impacto de proyectos sociales

OPINION PUBLICA

- ✦ Encuestas Políticas
- ✦ Evaluación de Gestión
- ✦ Imagen y Nivel de Aprobación de Autoridades
- ✦ Seguimiento de Campañas Electorales
- ✦ Expectativas en Obras y Gestiones

MEDIOS DE COMUNICACION

- ✦ Audiencia Radial
- ✦ Lectoría de Diarios
- ✦ Cobertura y Calidad de imagen y sonido de TV y Radio

ASESORIA

- ✦ Consultoría en marketing y en el área política