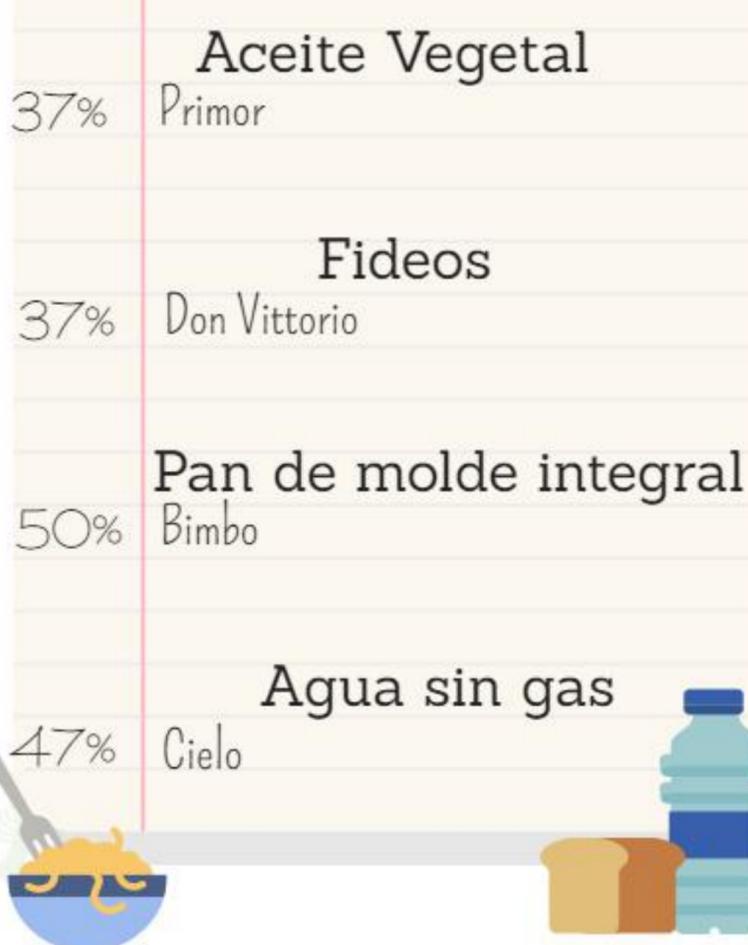


Liderazgo de productos comestibles

2015

Liderazgo de marca



Frecuencia de consumo

Diario / varias veces por semana

97% Arroz
59% Queso fresco

Semanal

26% Fideos
22% Gaseosa regular

Quincena o mensual

24% Crema de huancaína
14% Sémola



Penetración de productos



Alto nivel de penetración
(Más de 60%)

- arroz
- sal
- aceite
- azúcar
- menestras
- fideos

- avena
- leche evaporada
- queso fresco
- yogurt regular
- té, manzanilla y anís



Mediano nivel de penetración
(30% a 59%)

- café instantáneo
- sémola
- galletas dulces
- gaseosa regular
- mermelada
- vinagre
- crema huancaína
- tuco



Bajo nivel de penetración
(Menos de 30%)

- queso edam
- sopas en sobre o instantáneas
- frutas en conservas
- ketchup
- chorizo
- mostaza
- refrescos en sobre



El 85% que consume hojuelas de maíz, también consume yogurt regular



El 90% que consume café instantáneo, consume también leche evaporada