

CONSUMO DE PRODUCTOS EN LOS HOGARES DE LIMA METROPOLITANA

- Según categorías y líneas de productos -

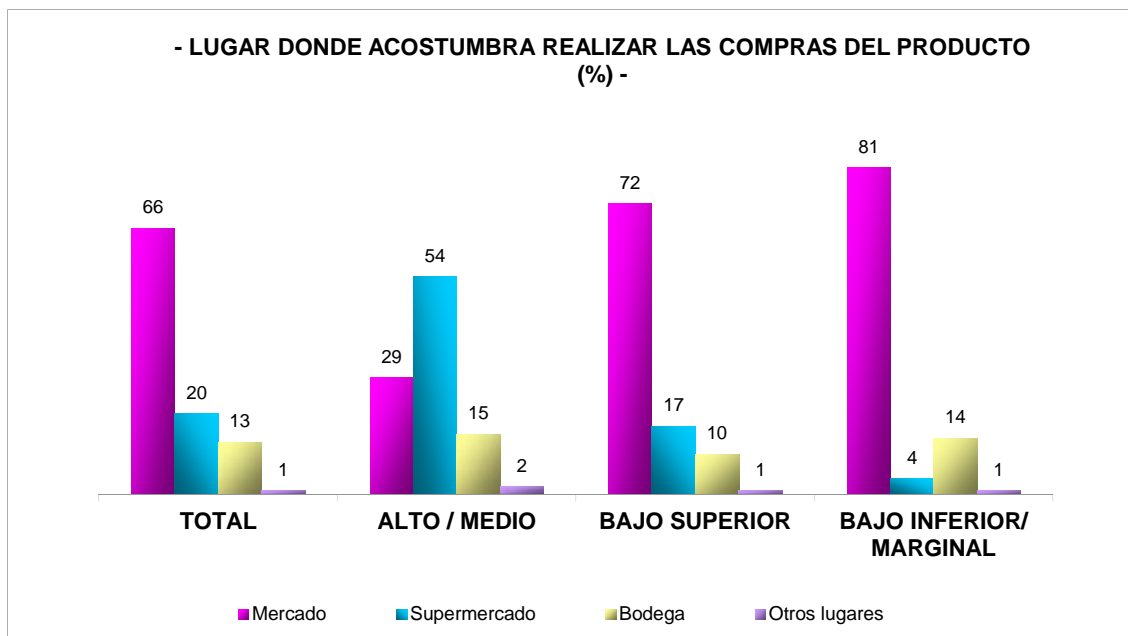
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
ABARROTES				
Arroz	99.7	99.8	99.9	99.5
Aceite comestible	99.4	99.0	99.9	99.2
Fideos	98.6	100.0	96.7	99.4
Harina	83.3	83.5	88.6	78.6
PRODUCTOS LACTEOS				
Leche evaporada	94.6	97.7	92.8	94.4
Margarina	79.0	71.5	77.1	84.8
Leche fresca	46.6	53.9	57.2	33.4
Mantequilla	34.6	68.3	35.6	14.7
BEBIDAS				
Infusiones filtrantes	89.2	90.8	91.2	86.7
Café instantáneo	81.0	79.7	92.4	71.9
ALIMENTOS				
Avena	89.4	78.6	93.3	92.1
Embutidos	79.6	89.1	85.3	69.3
Gelatina	76.3	81.4	84.0	66.9
Achocolotados y cocoas	68.9	53.4	71.8	75.2
Cereales	67.7	77.6	69.8	60.3
Pan de molde	47.6	60.6	58.2	31.3
PRODUCTOS DE LIMPIEZA				
Detergente	99.9	100.0	100.0	99.8
Papel higiénico	99.9	100.0	100.0	99.8
Lava vajilla	97.9	97.1	97.8	98.5
Limpiador / desinfectante	83.9	93.8	88.7	74.2
Cera para pisos	52.8	75.8	67.3	27.4
	(450)	(96)	(140)	(214)

MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana

PRODUCTO : ARROZ

- Consumo por marcas -

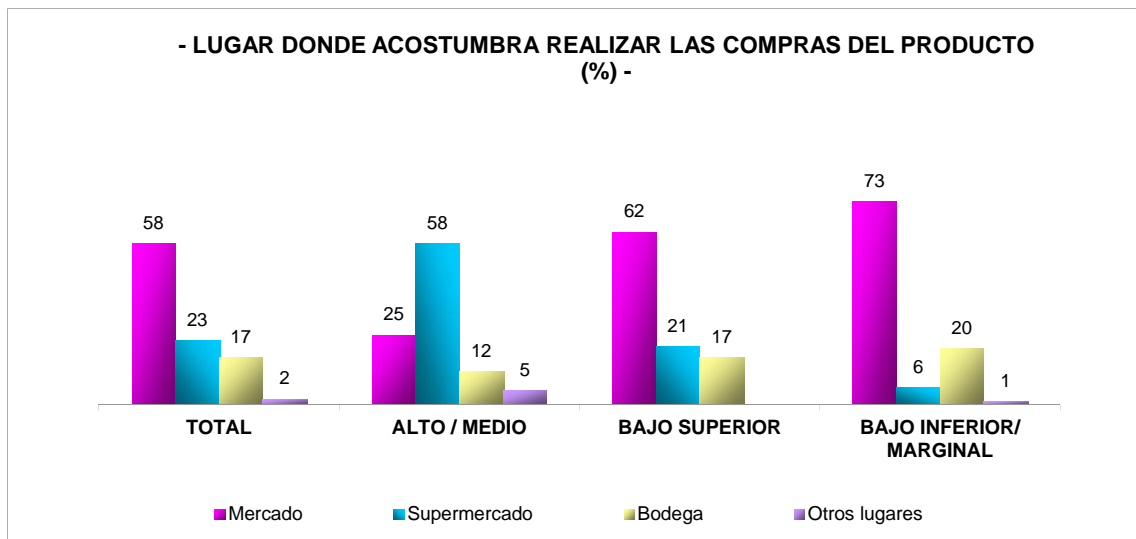
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Arroz	<u>99.7</u>	<u>99.8</u>	<u>99.9</u>	<u>99.5</u>
Granel	64.6	44.0	60.9	79.2
Costeño	28.9	44.0	30.0	19.4
Paisana	3.3	7.5	3.6	0.8
Del Norte	1.2	0.5	3.1	0.0
Otras marcas	2.0	4.0	2.4	0.6
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : ACEITE COMESTIBLE

- Consumo por marcas -

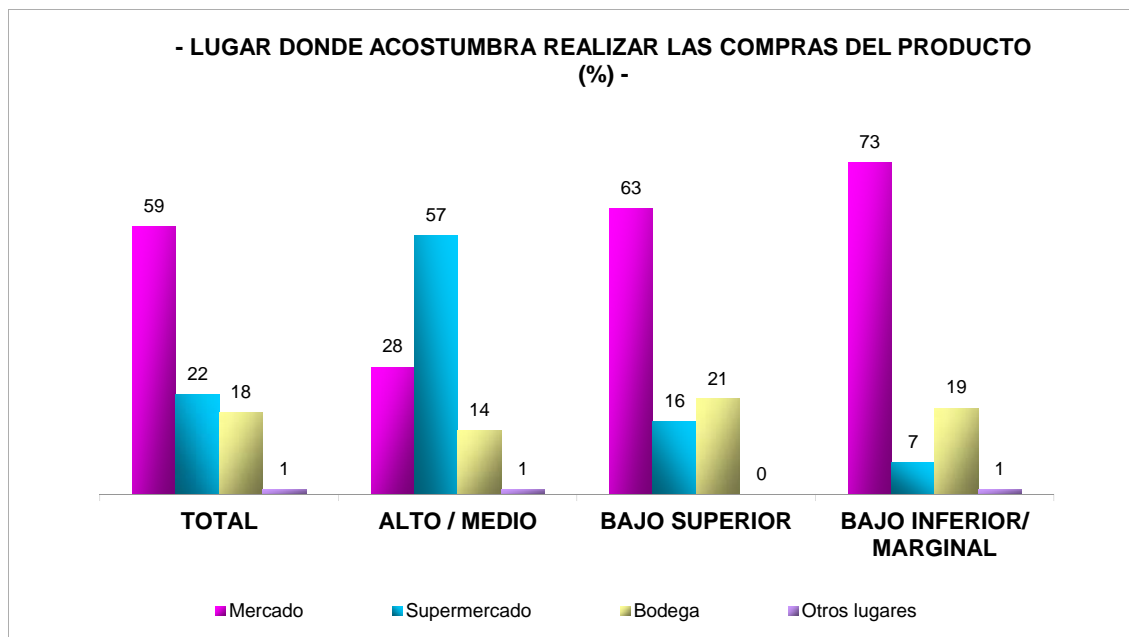
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Aceite comestible	<u>99.4</u>	<u>99.0</u>	<u>99.9</u>	<u>99.2</u>
Primor	32.0	48.7	36.3	18.9
Cocinero	16.3	5.6	12.6	25.5
Sao	10.4	15.1	11.4	6.7
Cil	6.9	0.0	5.6	11.9
Deleite	6.7	2.1	7.6	8.6
Capri	5.8	8.2	6.3	4.0
Alpa	4.6	1.6	5.3	5.7
Aprecio	1.9	1.3	1.3	2.8
Friol	1.8	0.5	3.5	1.2
Ideal	1.7	2.4	0.5	2.4
Granel	1.1	1.0	0.7	1.8
Borges	1.0	0.0	1.0	1.5
Metro	1.0	1.7	1.8	0.0
Otras marcas	8.8	11.8	6.1	9.0
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : FIDEOS

- Consumo por marcas -

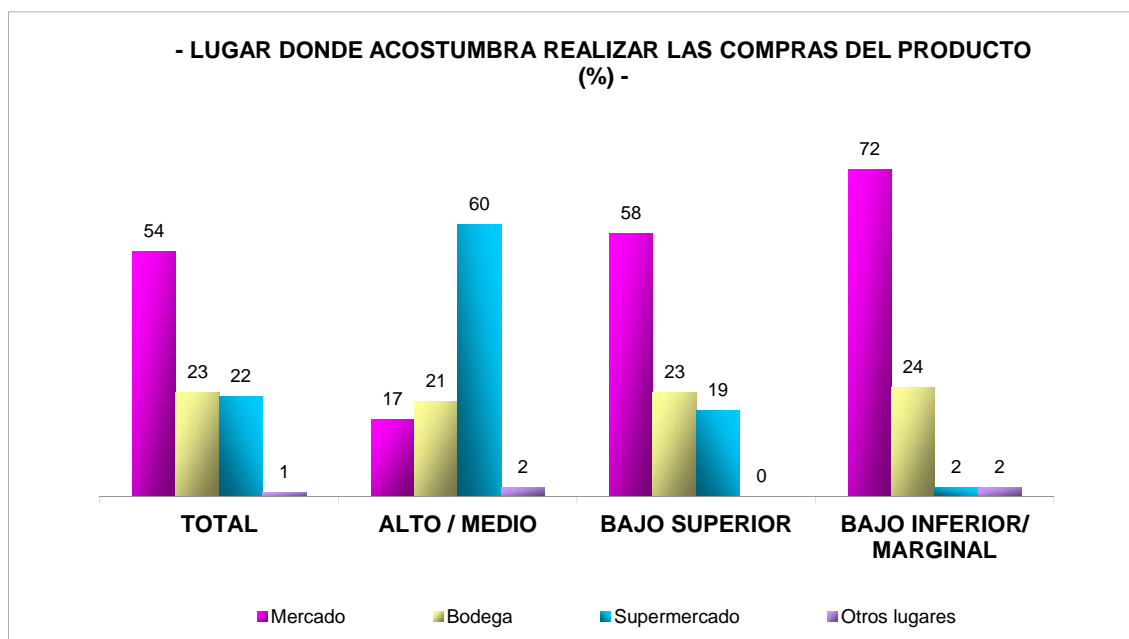
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Fideos	<u>98.6</u>	<u>100.0</u>	<u>96.7</u>	<u>99.4</u>
Don Vittorio	32.9	47.1	37.8	20.7
Molitalia	20.9	25.2	23.6	16.2
Anita	12.2	1.3	13.2	17.6
Alianza	11.9	1.2	9.2	20.3
Lavaggi	8.6	3.4	5.2	14.4
Nicolini	5.1	11.3	4.3	2.2
Granel	3.7	5.0	1.7	4.6
Compass	1.3	0.0	0.6	2.7
Sayon	1.0	0.0	2.1	0.8
Otras marcas	2.4	5.5	2.3	0.5
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : HARINA

- Consumo por marcas -

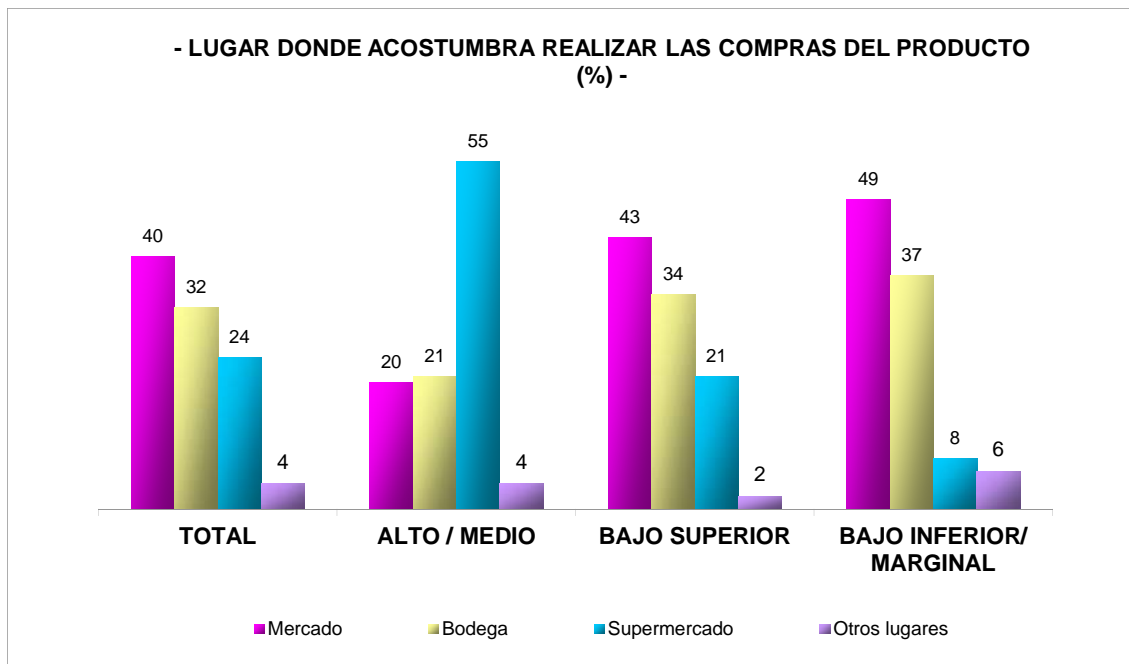
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Harina	<u>83.3</u>	<u>83.5</u>	<u>88.6</u>	<u>78.6</u>
Blanca Flor	38.6	59.6	39.8	24.4
Favorita	23.0	10.1	29.3	24.8
Molitalia	16.0	10.0	13.2	22.4
Granel	13.1	6.6	9.0	21.0
Santa Rosa	3.6	6.3	1.6	4.0
Nicolini	2.6	3.8	4.3	0.2
Anita	1.0	0.0	0.1	2.6
Otras marcas	2.1	3.6	2.7	0.6
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : LECHE EVAPORADA

- Consumo por marcas -

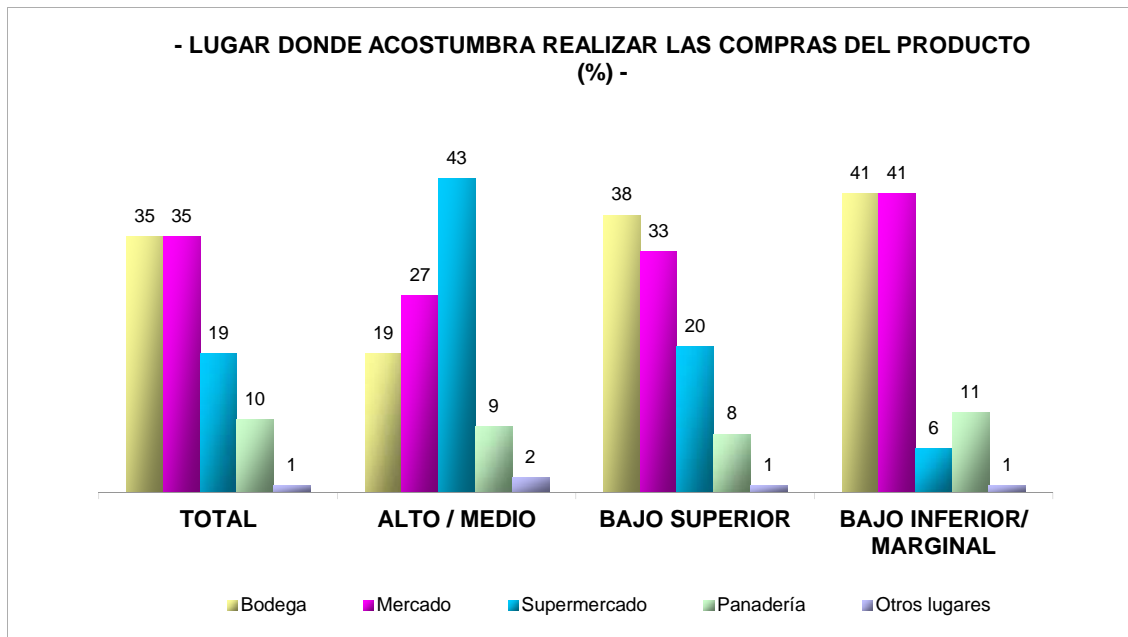
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Leche evaporada	<u>94.6</u>	<u>97.7</u>	<u>92.8</u>	<u>94.4</u>
Gloria	68.8	74.5	70.2	64.4
Ideal	14.4	7.0	15.6	17.7
Pura Vida	11.6	6.9	9.9	15.7
Laive	2.2	7.7	1.0	0.0
Soy Vida	1.7	2.4	2.8	0.4
Otras marcas	1.3	1.5	0.5	1.8
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : MARGARINA

- Consumo por marcas -

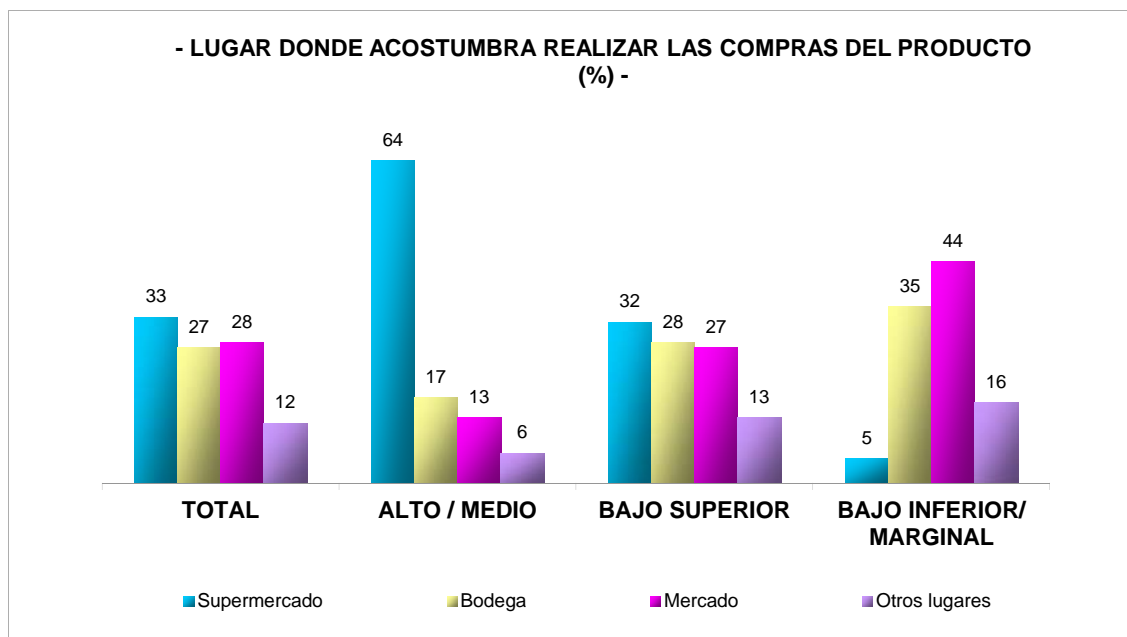
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Margarina	<u>79.0</u>	<u>71.5</u>	<u>77.1</u>	<u>84.8</u>
Dorina	34.0	44.5	34.2	28.9
Manty	22.1	10.8	23.7	26.2
Sello De Oro	19.7	17.1	14.5	24.9
La Danesa	15.1	15.6	12.0	17.2
Laive	4.9	8.2	9.2	0.0
La Preferida	2.0	1.7	1.6	2.4
Astra	1.1	2.1	1.5	0.4
Granel	1.1	0.0	3.3	0.0
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : LECHE FRESCA

- Consumo por marcas -

	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Leche fresca	<u>46.6</u>	<u>53.9</u>	<u>57.2</u>	<u>33.4</u>
Gloria	47.2	65.2	41.8	38.3
Laive	20.4	10.9	26.5	20.2
Vigor	8.4	10.0	4.1	13.0
Pura Vida	8.2	0.9	10.3	11.8
Granel	6.7	0.0	6.3	13.6
La Preferida	3.7	0.0	6.6	3.1
Soy Vida	2.0	1.7	3.6	0.0
Bella Holandesa	1.5	5.7	0.0	0.0
Otras marcas	1.9	5.6	0.8	0.0
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)

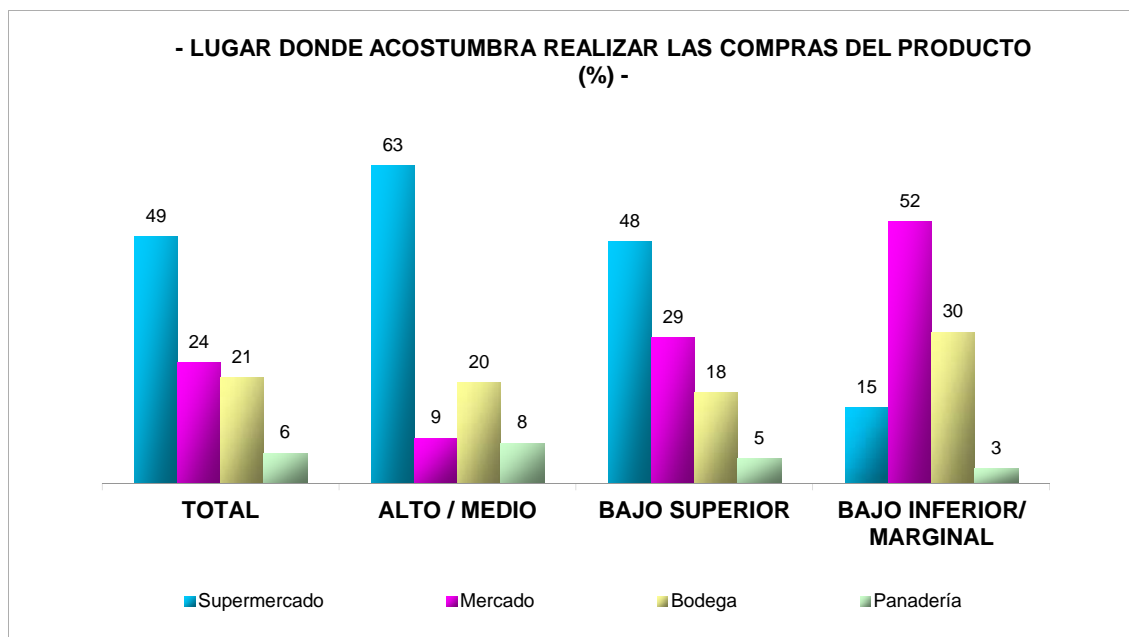


PRODUCTO : MANTEQUILLA

- Consumo por marcas -

	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Mantequilla	<u>34.6</u>	<u>68.3</u>	<u>35.6</u>	<u>14.7</u>
Gloria	59.0	49.4	70.7	60.4
Laive	39.1	49.1	26.0	39.6
La Preferida	1.9	1.5	3.3	0.0
TOTAL : 100%				
	(450)	(96)	(140)	(214)

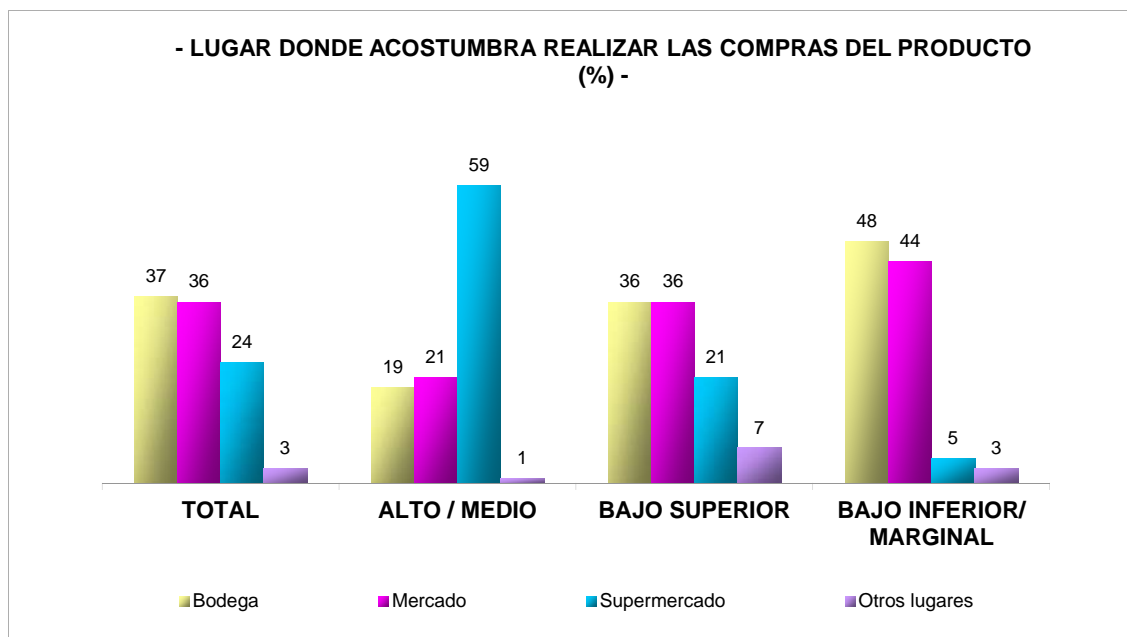
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana



PRODUCTO : INFUSIONES FILTRANTES

- Consumo por marcas -

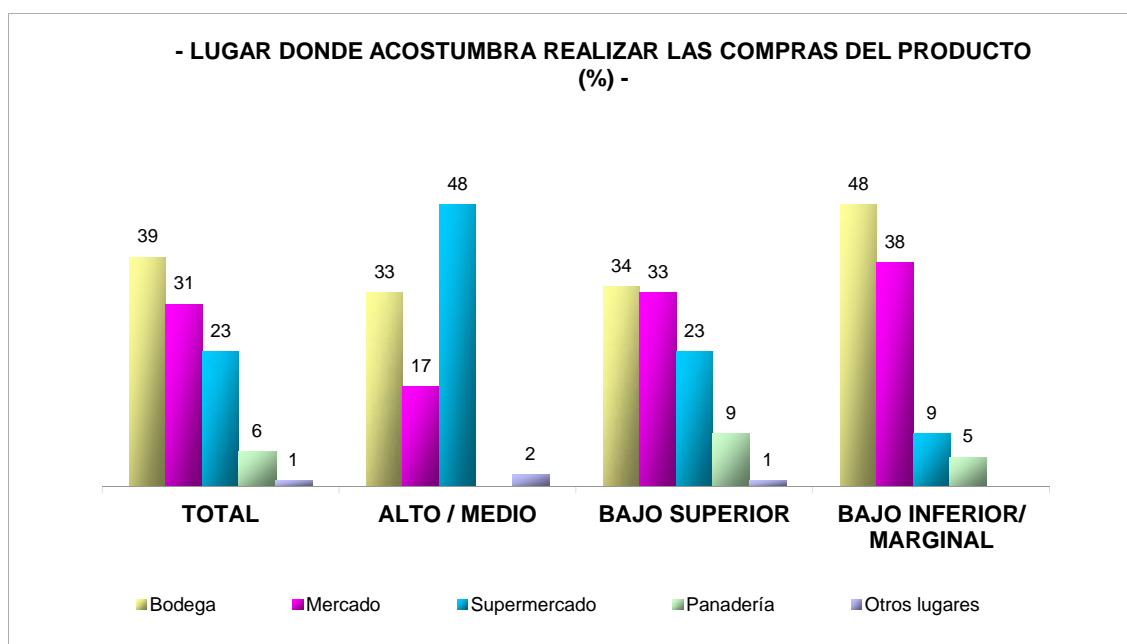
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Infusiones filtrantes	<u>89.2</u>	<u>90.8</u>	<u>91.2</u>	<u>86.7</u>
Herbi	63.5	54.2	60.7	71.9
Mccolin's	20.7	16.7	23.7	20.4
Horniman's	5.7	12.7	6.1	1.1
Zurit	4.3	6.0	4.0	3.6
Wawasana	1.3	3.4	1.4	0.0
Granel	1.1	0.0	0.5	2.1
Huyro	1.0	0.0	2.7	0.0
Otras marcas	2.4	7.0	0.9	0.9
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : CAFÉ INSTANTANEO

- Consumo por marcas -

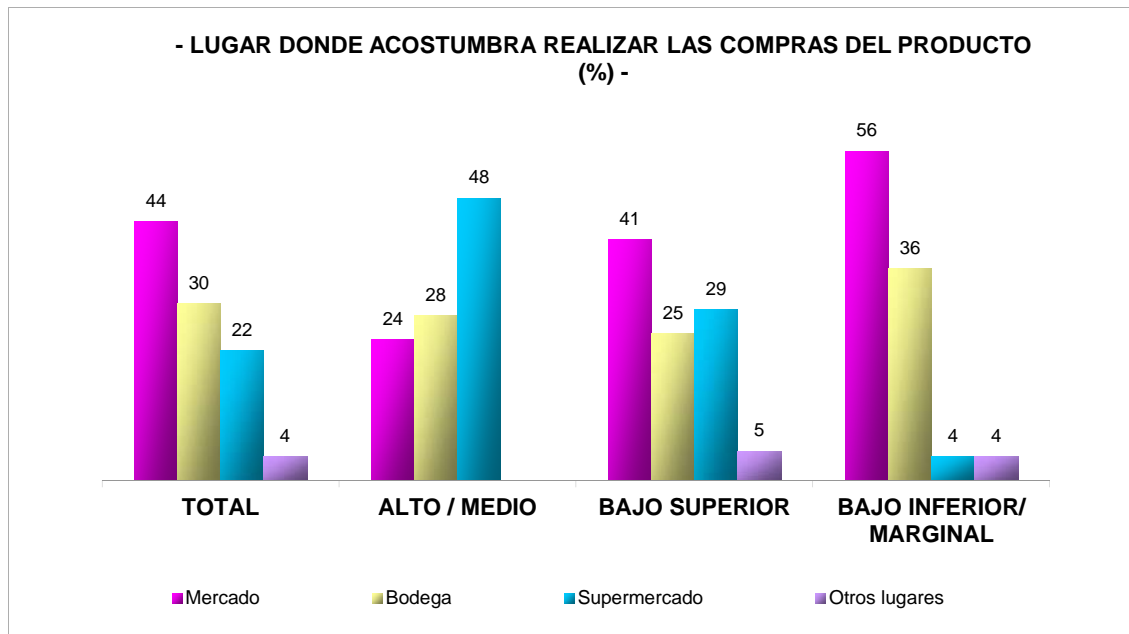
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Café instantaneo	<u>81.0</u>	<u>79.7</u>	<u>92.4</u>	<u>71.9</u>
Nescafe	44.7	35.8	43.5	51.5
Kirma	18.7	21.7	17.0	18.7
Ecco	17.8	13.4	23.1	14.6
Altomayo	6.8	12.4	5.2	5.1
Cafetal	4.1	8.5	3.1	2.5
Monaco	4.1	6.1	3.5	3.4
Speer - Chanchamayo	1.0	0.0	2.6	0.0
Otras marcas	2.8	2.1	2.0	4.2
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : AVENA

- Consumo por marcas -

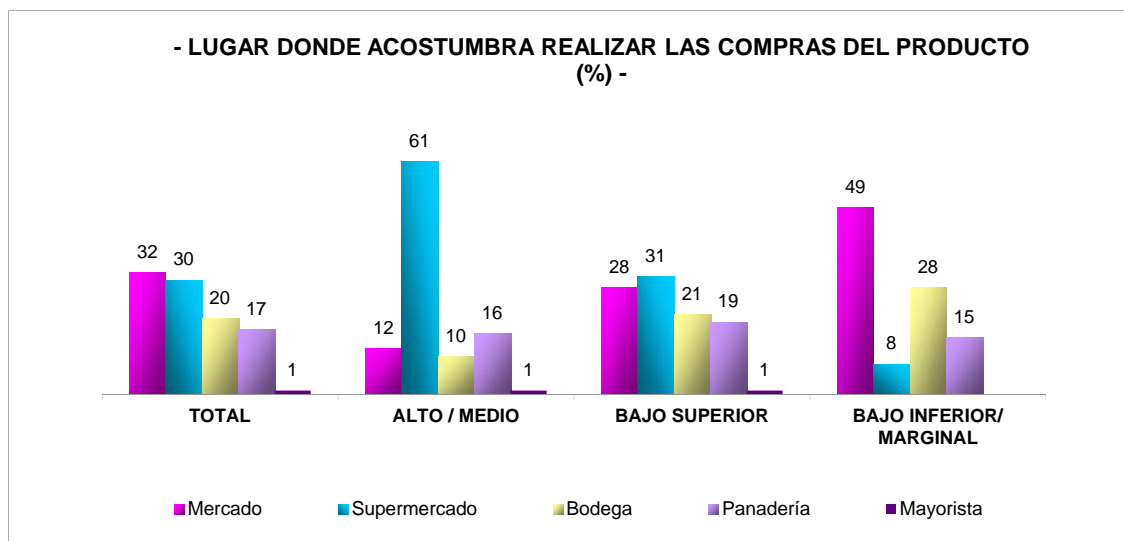
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Avena	<u>89.4</u>	<u>78.6</u>	<u>93.3</u>	<u>92.1</u>
3 Ositos	41.0	34.7	42.5	42.8
Quaker	39.6	40.6	41.8	37.2
Santa Catalina	8.4	9.1	4.2	11.7
Granel	7.2	8.3	6.1	7.4
Angel	1.3	0.0	3.0	0.5
Grano De Oro	1.0	0.5	2.4	0.0
Otras marcas	1.5	6.8	0.0	0.4
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : EMBUTIDOS

- Consumo por marcas -

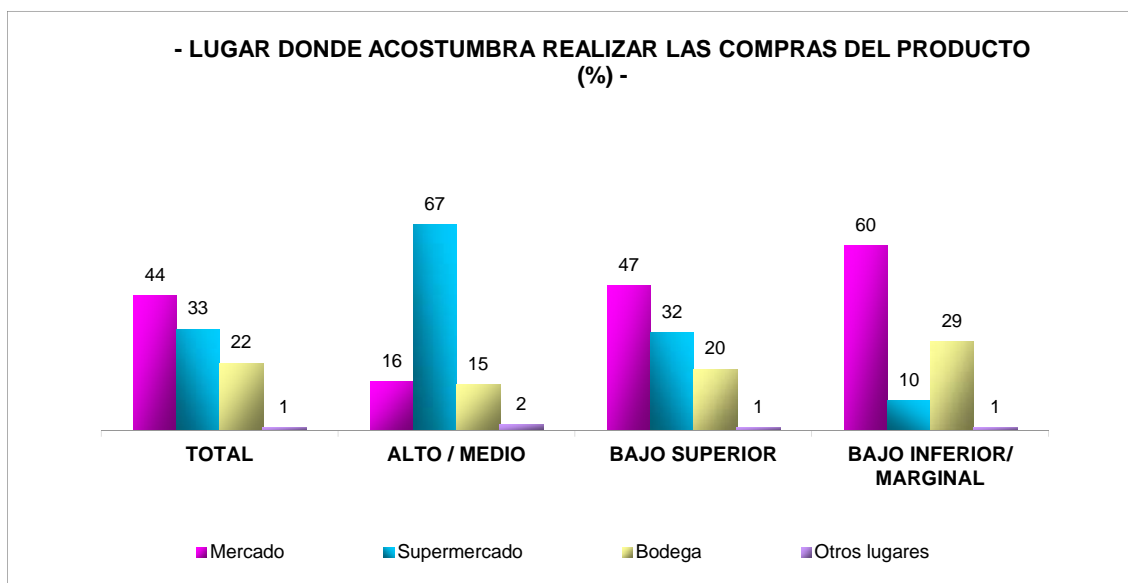
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Embutidos	<u>79.6</u>	<u>89.1</u>	<u>85.3</u>	<u>69.3</u>
San Fernando	48.2	43.1	54.8	44.5
La Preferida	17.9	1.2	20.7	27.3
Granel	8.4	9.2	0.8	15.8
La Segoviana	5.8	9.3	2.9	6.2
Laive	5.7	9.7	8.4	0.0
Braedt	5.1	13.5	4.0	0.0
La Cerdeña	1.8	1.3	2.8	1.0
Otto Kunz	1.6	5.4	0.6	0.0
Razzeto	1.2	1.2	0.0	2.5
Popeye	1.2	3.0	1.1	0.0
Don Pepito	1.0	3.1	0.0	0.6
Otras marcas	2.1	0.0	3.9	2.1
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : GELATINA

- Consumo por marcas -

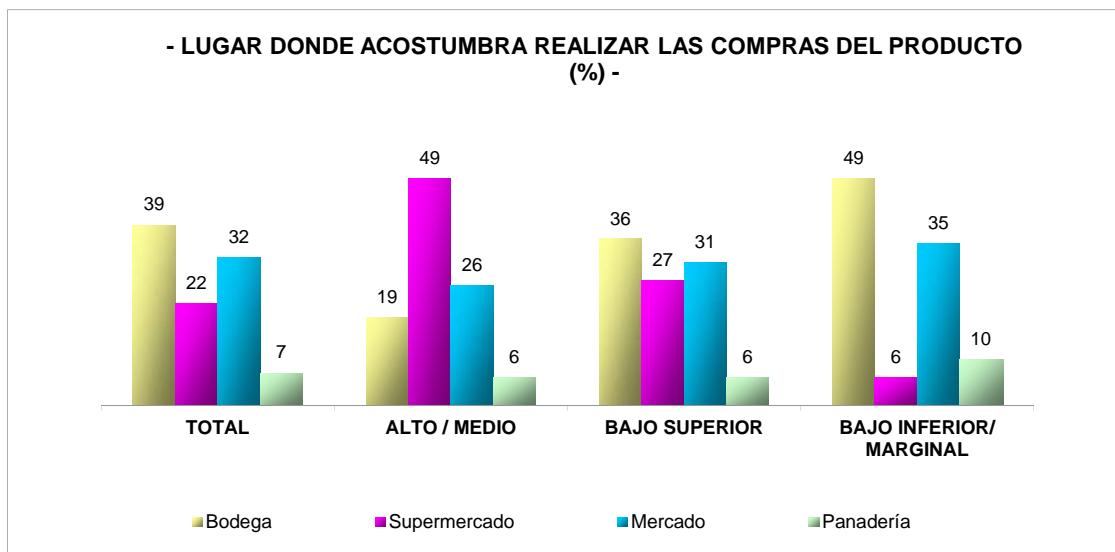
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Gelatina	<u>76.3</u>	<u>81.4</u>	<u>84.0</u>	<u>66.9</u>
Royal	48.3	49.7	51.7	43.6
Universal	35.8	38.4	35.6	34.4
Granel	7.9	7.0	3.4	13.3
Negrita	5.2	3.4	4.5	7.1
Yaps	2.7	1.5	4.8	1.3
Otras marcas	0.1	0.0	0.0	0.3
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : ACHOCOLOTADOS Y COCOAS

- Consumo por marcas -

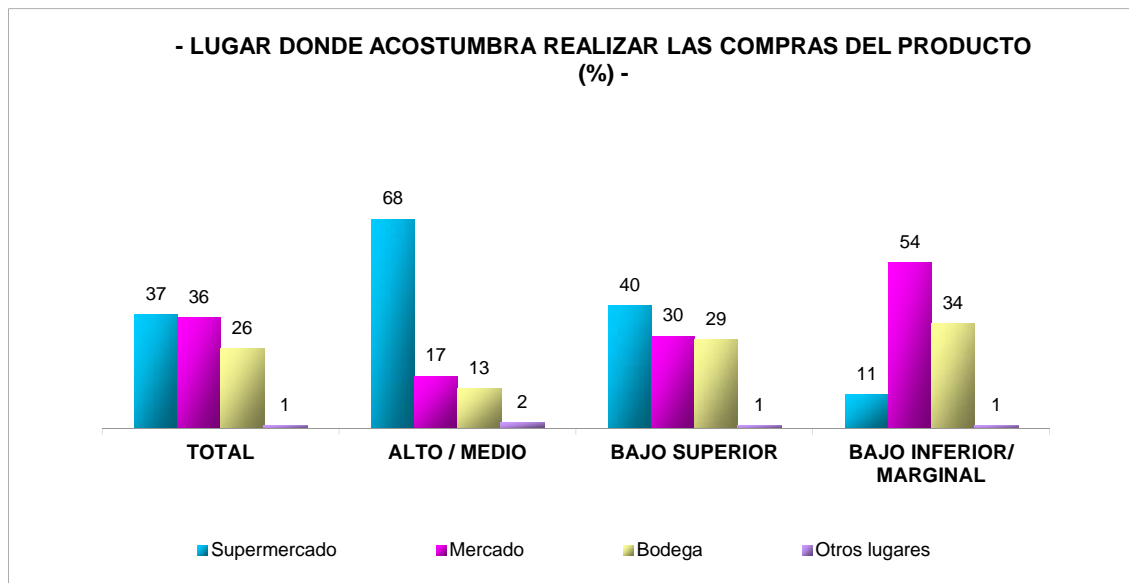
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Achocolotados y cocoas	<u>68.9</u>	<u>53.4</u>	<u>71.8</u>	<u>75.2</u>
Winter's	62.3	46.7	51.9	77.0
Curazao	9.7	12.4	13.2	5.8
Milo	8.7	7.5	15.7	3.6
Sol del Cusco	8.4	15.1	10.3	4.1
La Preferida (Leche chocolatada)	3.0	3.0	3.7	2.5
Nesquik	2.2	5.3	0.7	2.2
Kiwigen	1.1	0.0	0.3	2.2
Vigor (Leche chocolatada)	1.0	2.0	0.0	1.4
Otras marcas	3.6	8.0	4.2	1.2
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : CEREALES

- Consumo por marcas -

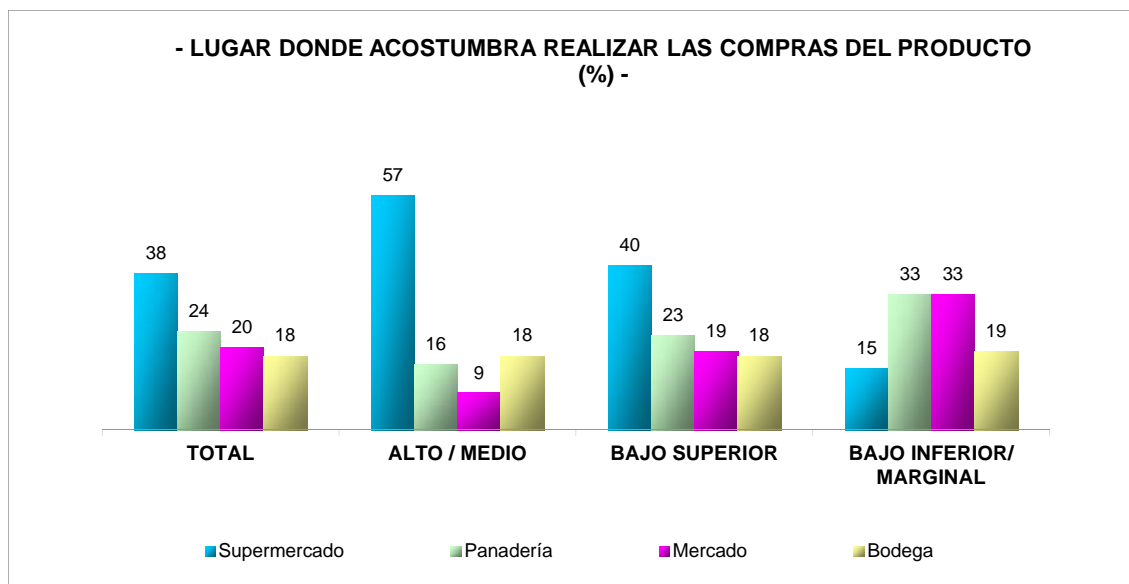
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Cereales	<u>67.7</u>	<u>77.6</u>	<u>69.8</u>	<u>60.3</u>
Angel	78.5	70.4	79.6	83.5
Sin Marca	8.4	9.1	3.7	12.5
Kellogg's	4.9	5.7	8.5	0.7
Nestle	1.8	3.1	2.5	0.0
Chocapic	1.5	2.8	2.1	0.0
Quaker	1.2	0.0	0.0	3.3
Otras marcas	3.7	8.9	3.6	0.0
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : PAN DE MOLDE

- Consumo por marcas -

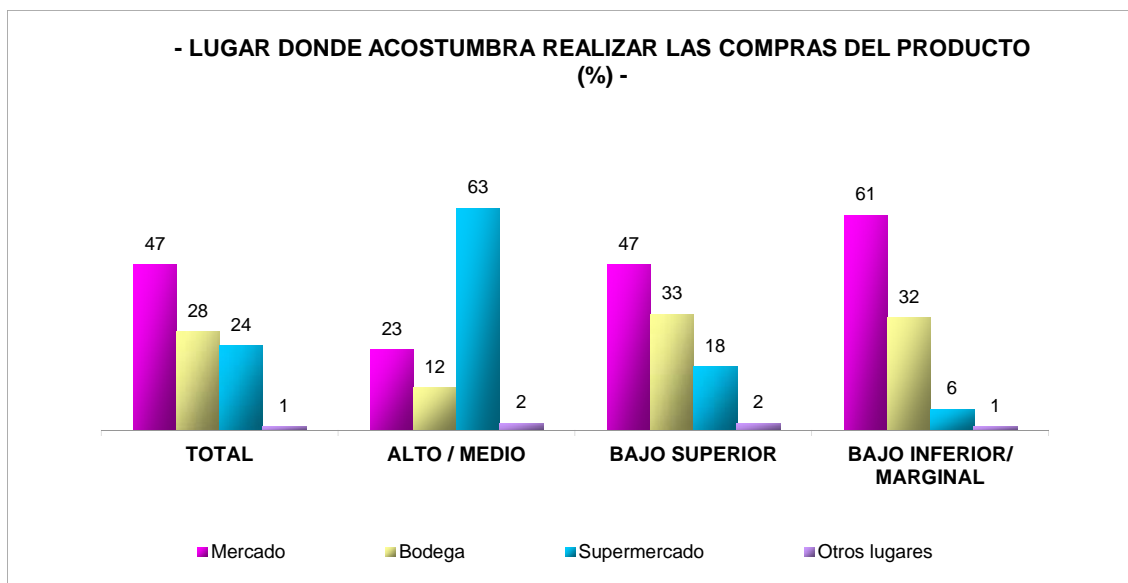
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Pan de molde	<u>47.6</u>	<u>60.6</u>	<u>58.2</u>	<u>31.3</u>
Bimbo	72.0	72.9	66.1	80.5
Pyc	13.1	8.1	17.0	12.4
Union	6.0	7.6	8.6	0.0
Sin Marca	3.0	0.0	3.7	5.2
Tottus	2.4	6.3	0.0	1.9
Metro	1.8	3.9	1.6	0.0
Rollys	1.1	0.0	2.5	0.0
Otras marcas	0.6	1.2	0.5	0.0
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : DETERGENTE

- Consumo por marcas -

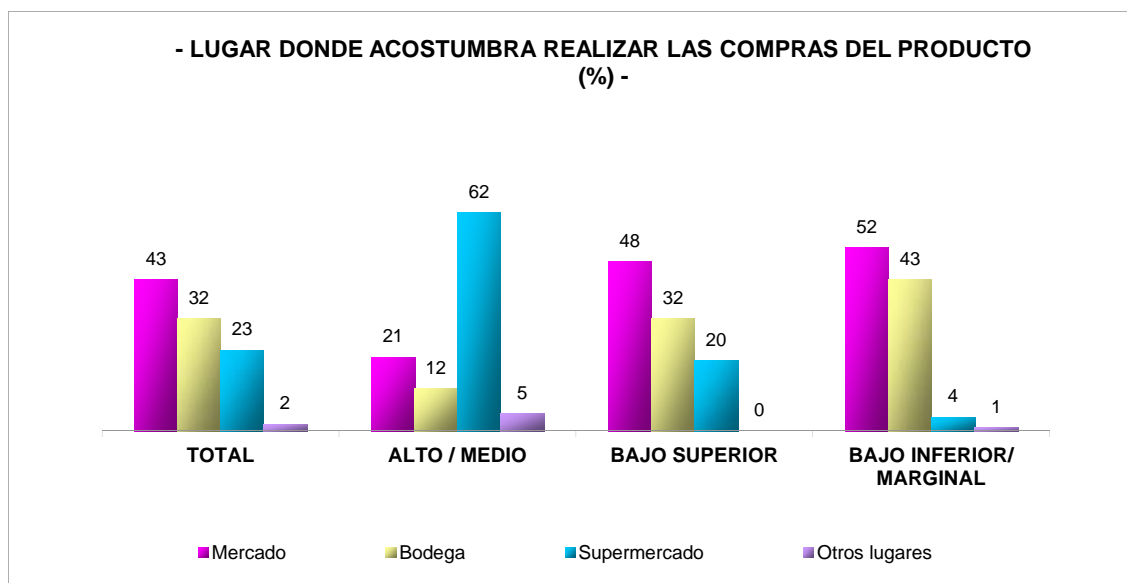
	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Detergente	<u>99.9</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>99.8</u>
Ariel	30.9	46.9	34.5	18.5
Ace	21.5	14.2	19.3	27.5
Sapolio	14.9	7.0	11.4	22.5
Bolivar	14.4	17.9	14.8	12.2
Magia Blanca	10.0	10.0	9.4	10.5
Opal	5.6	0.7	6.9	7.2
Ñapancha Total	1.0	0.7	0.7	1.4
Otras marcas	1.7	2.6	3.0	0.2
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : PAPEL HIGIÉNICO

- Consumo por marcas -

	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Papel higiénico	<u>99.9</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>99.8</u>
Suave	60.8	67.6	58.2	59.1
Elite	25.1	22.8	23.5	27.7
Paracas	7.6	1.0	9.8	9.5
Noble	1.2	0.0	1.4	1.7
Scott	1.1	0.5	2.9	0.0
Otras marcas	4.2	8.1	4.2	2.0
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)

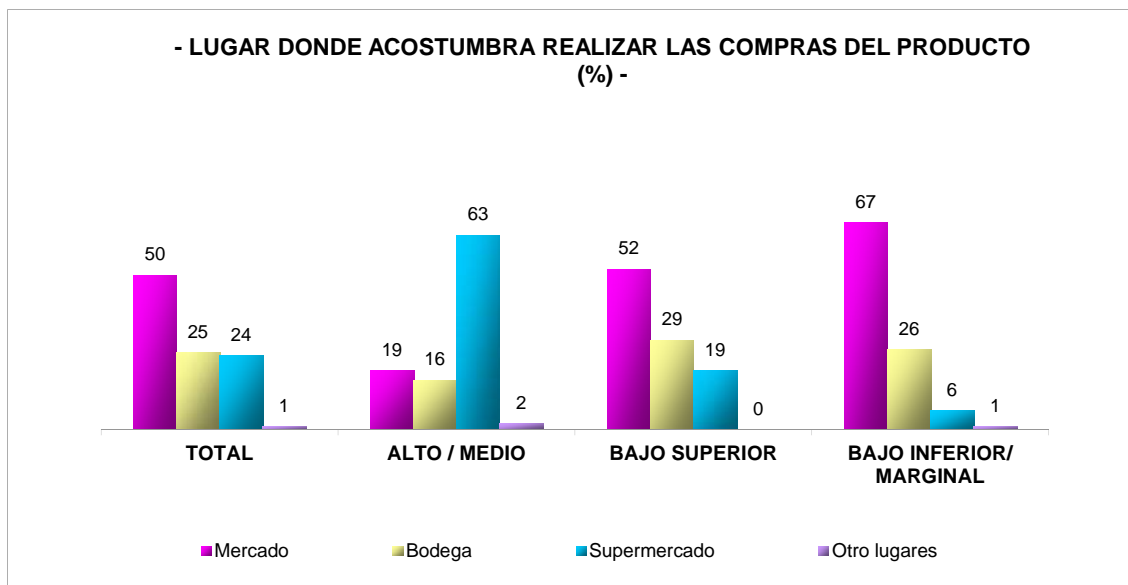


PRODUCTO : LAVA VAJILLA

- Consumo por marcas -

	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Lava vajilla	<u>97.9</u>	<u>97.1</u>	<u>97.8</u>	<u>98.5</u>
Sapolio	53.9	29.1	62.1	61.0
Ayudin	40.0	63.5	28.9	36.4
Lava	3.7	1.5	7.0	2.2
Otras marcas	2.4	5.9	2.0	0.4
TOTAL : 100%				
	(450)	(96)	(140)	(214)

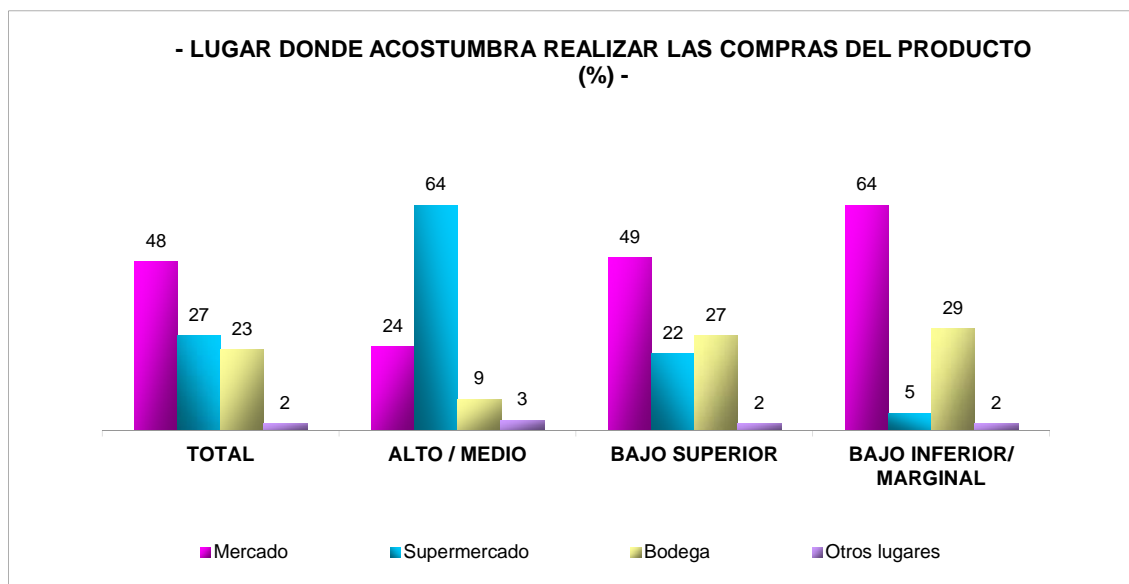
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana



PRODUCTO : LIMPIADOR / DESINFECTANTE

- Consumo por marcas -

	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Limpiador / desinfectante	<u>83.9</u>	<u>93.8</u>	<u>88.7</u>	<u>74.2</u>
Sapolio	42.8	40.2	47.5	40.0
Poet	17.5	15.6	21.6	14.8
Clorox	16.3	14.9	14.0	19.6
Pinesol	9.3	17.0	6.9	6.1
Granel	5.1	4.4	2.8	8.1
Liguria	2.9	1.2	2.4	4.7
Pino Fino	1.8	1.3	1.3	2.7
Otras marcas	2.4	1.5	1.9	3.1
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)



PRODUCTO : CERA PARA PISOS

- Consumo por marcas -

	TOTAL HOGARES	NIVEL SOCIO ECONOMICO DEL HOGAR		
		ALTO / MEDIO	BAJO SUPERIOR	BAJO INFERIOR/ MARGINAL
	%	%	%	%
Consumen: Cera para pisos	<u>52.8</u>	<u>75.8</u>	<u>67.3</u>	<u>27.4</u>
Sapolio	44.0	29.7	46.2	62.4
Emperatriz	44.0	56.1	42.8	27.3
Tekno	6.1	8.6	7.0	0.5
Johnson's	3.1	1.6	1.2	9.2
Poliflor	1.4	1.7	1.8	0.0
Otras marcas	1.4	2.3	1.0	0.7
TOTAL : 100%				
MUESTRA ESTADÍSTICA : Total hogares encuestados de Lima Metropolitana	(450)	(96)	(140)	(214)

