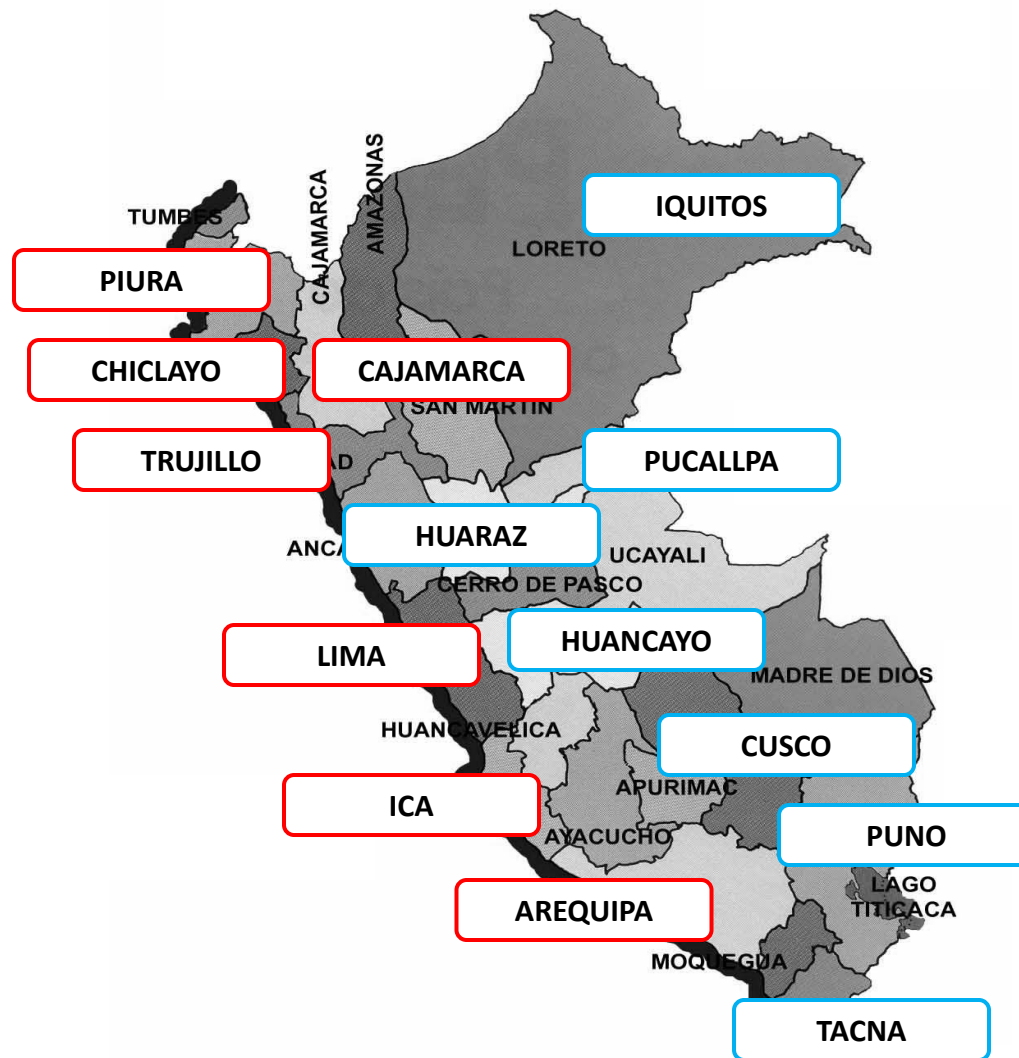


# Estudio nacional del consumidor peruano

“El crecimiento está en las Provincias”

2012





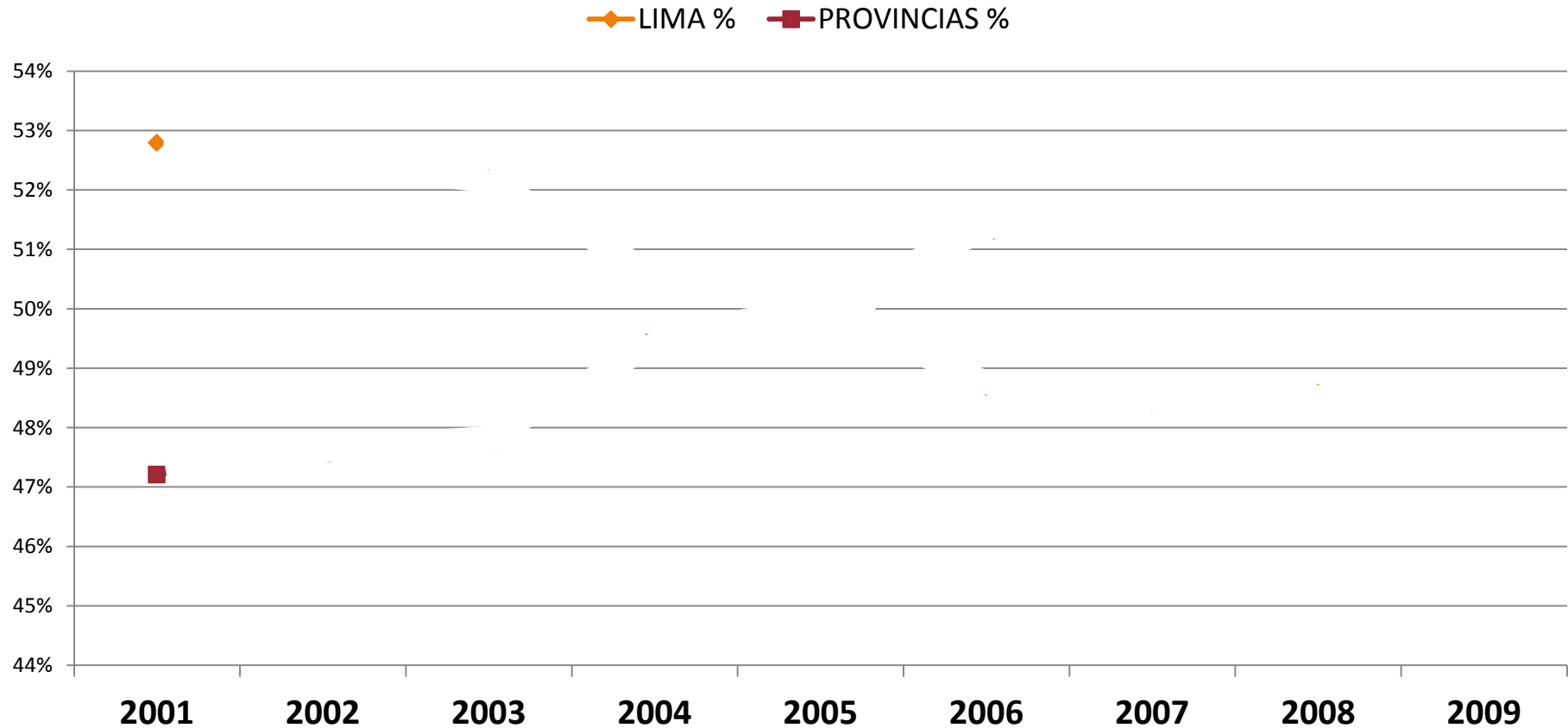
**14**  
CIUDADES

5000 encuestas a  
mayores de 16 años  
Junio-Julio 2011

# **Perfil del consumidor de provincias**

# Crecimiento del Perú

PBI

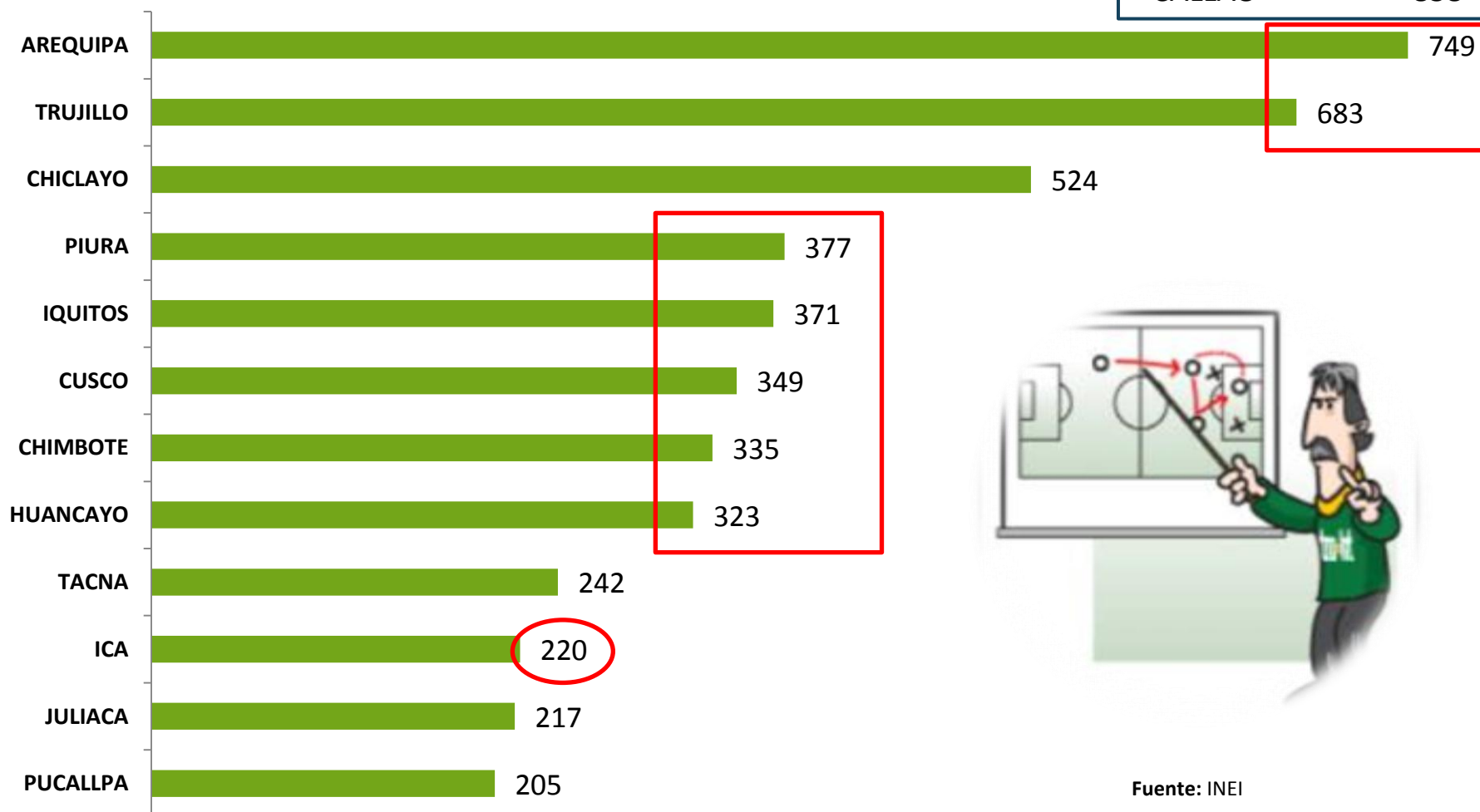


Fuente: INEI

# Las 10 ciudades más pobladas fuera de Lima

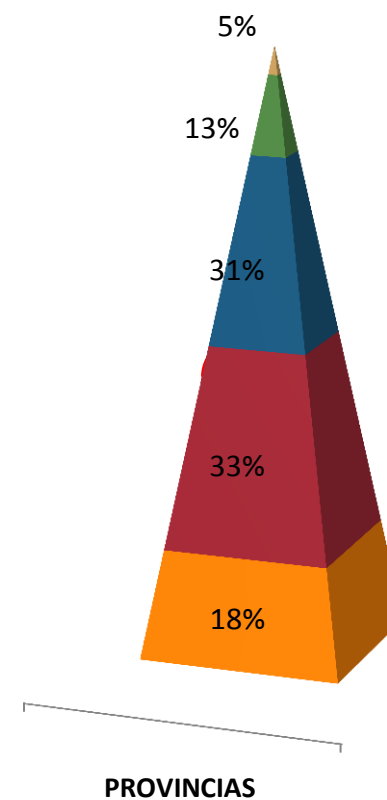
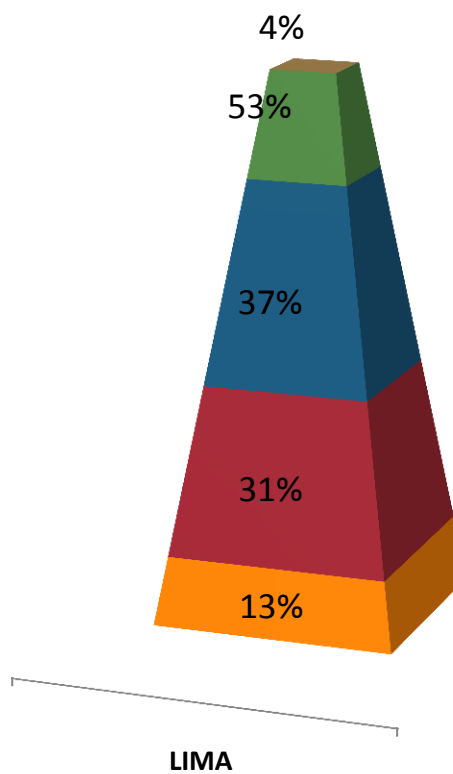
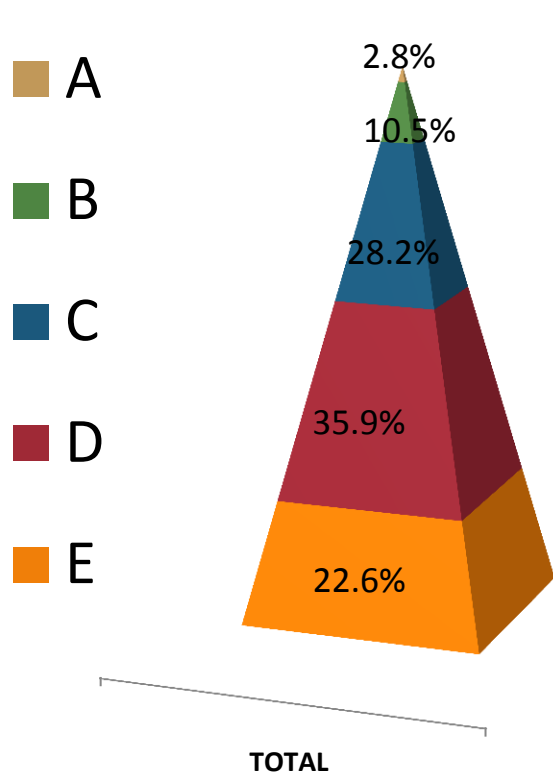
- LIMA CENTRO	2,356
- LIMA NORTE	2,050
- LIMA ESTE	1,984
- LIMA SUR	1,235
- CALLAO	858

**Población** (en miles de habitantes)

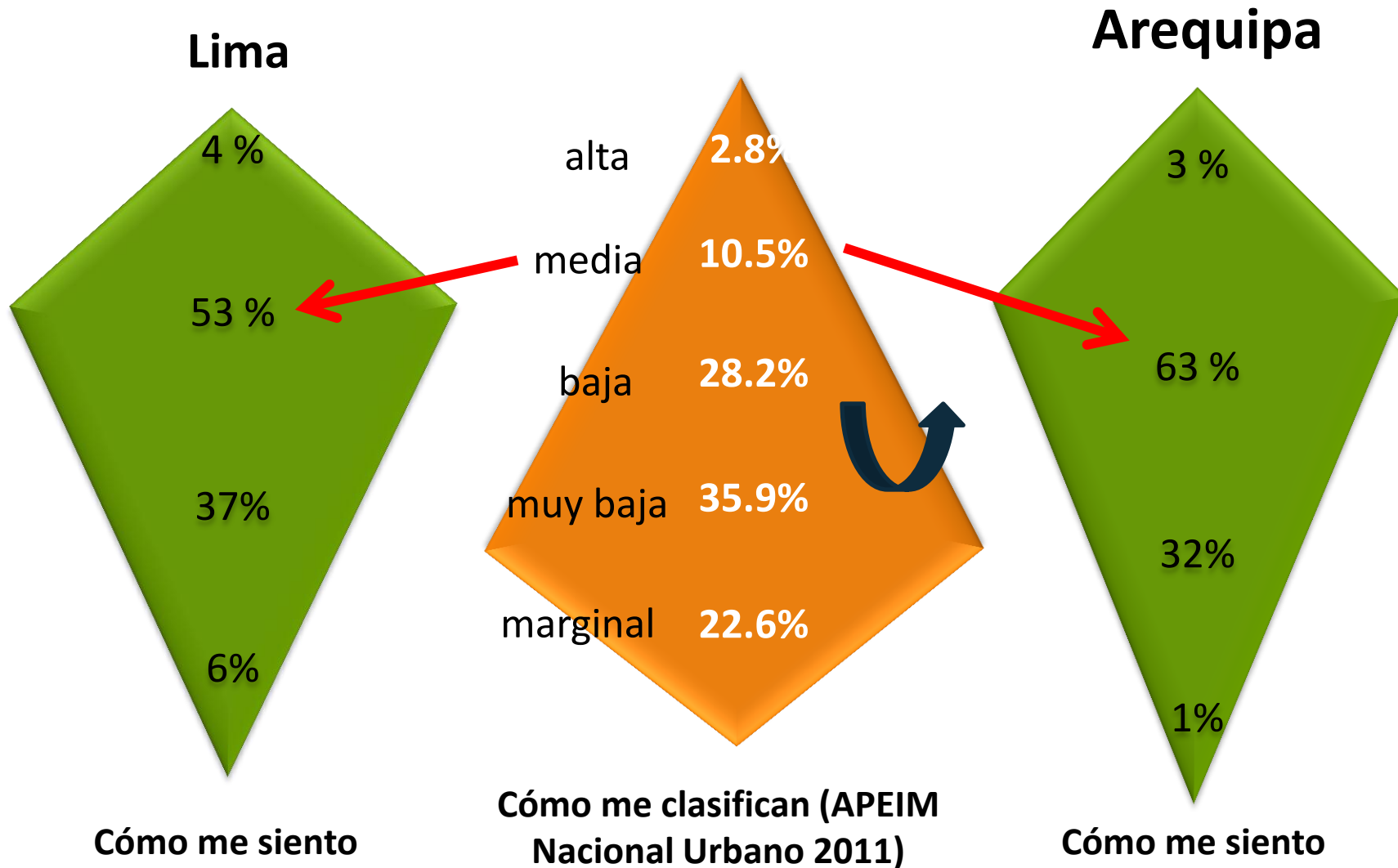


Fuente: INEI

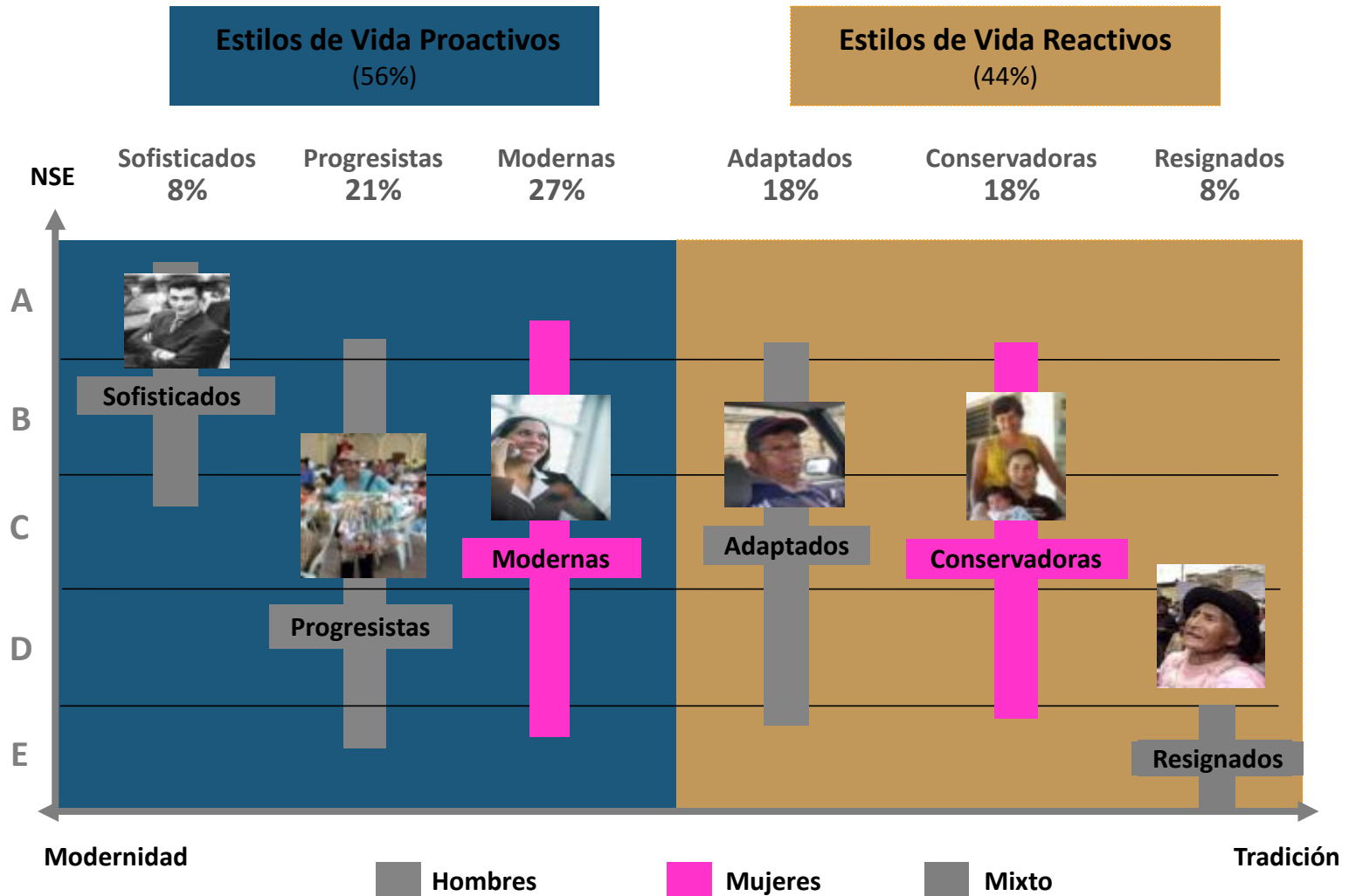
# Nivel socioeconómico



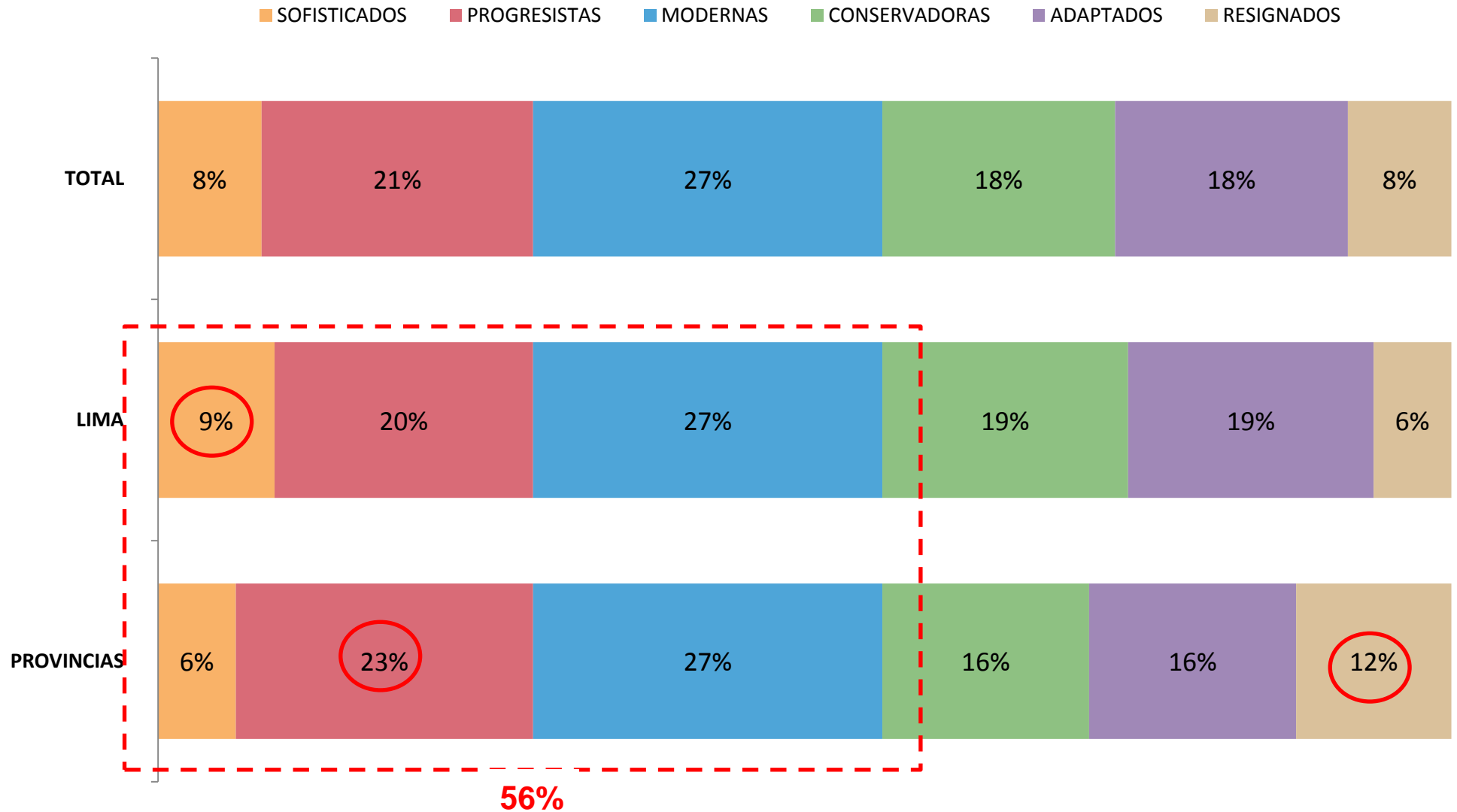
# Crece el Sentimiento de Clase Media



# Estilos de Vida a nivel nacional



# Estilos de Vida

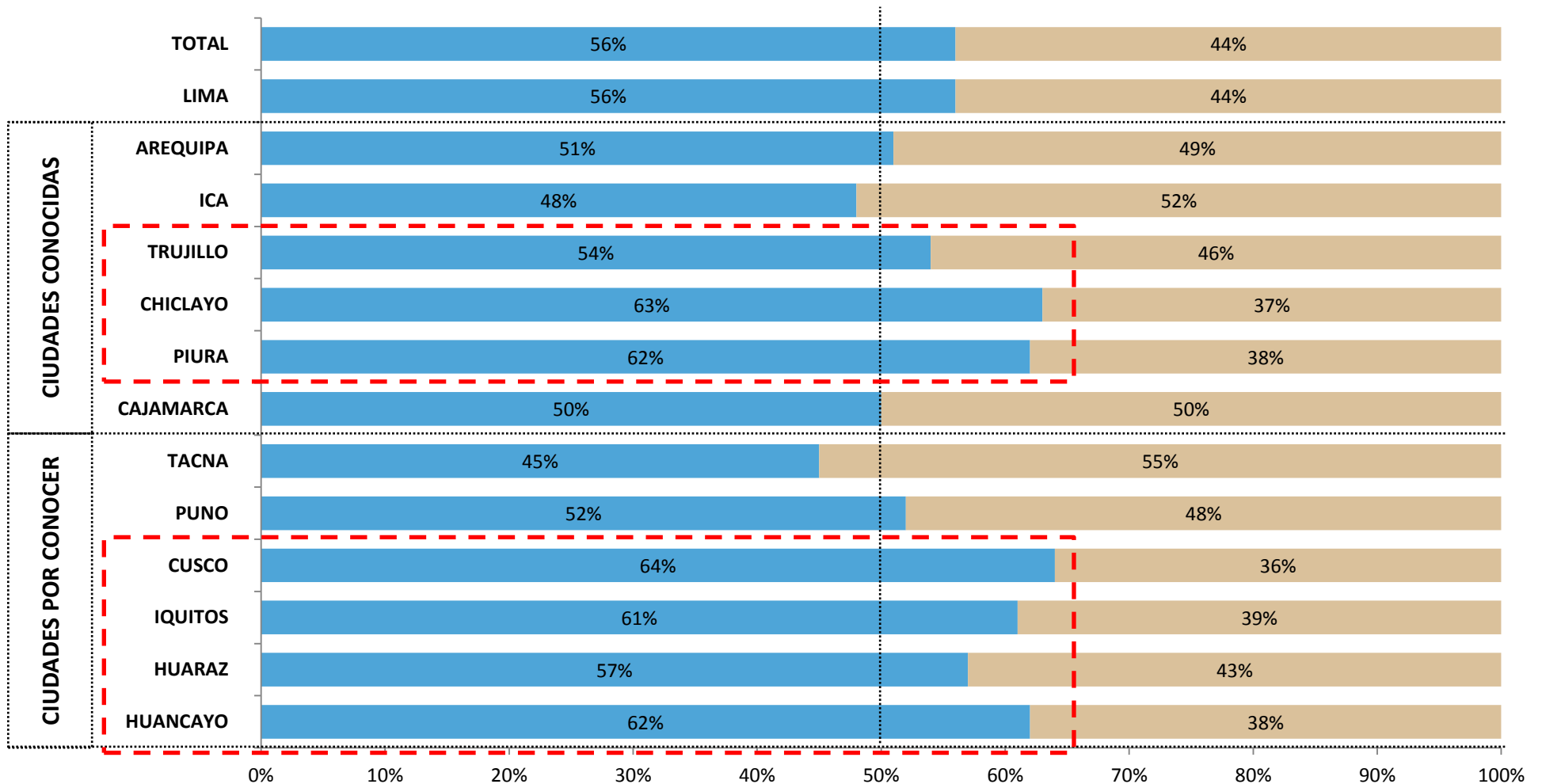


# Estilos de Vida en provincias



■ ESTILOS DE VIDA PROACTIVOS

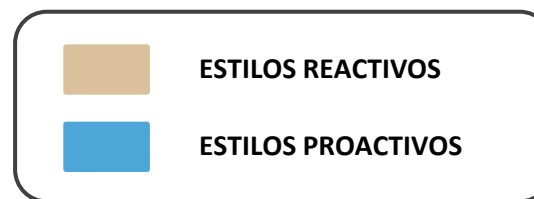
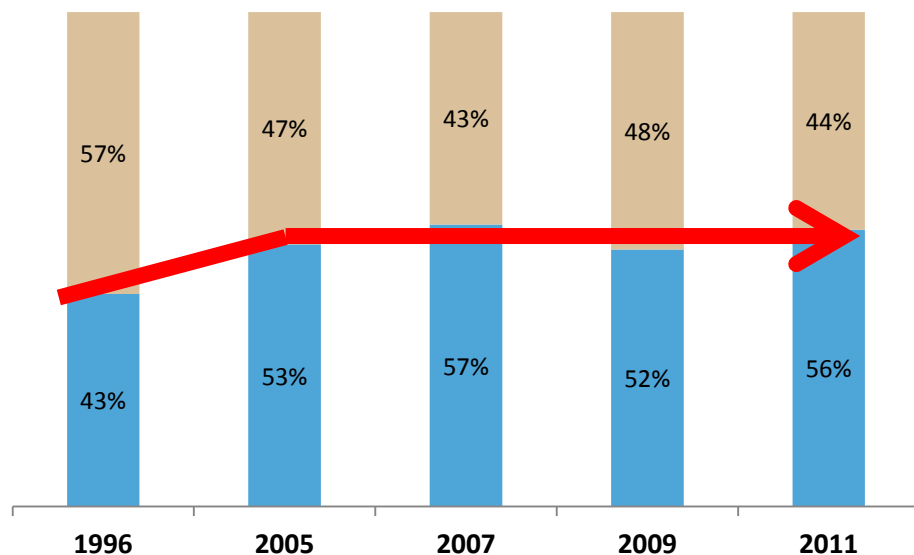
■ ESTILOS DE VIDA REACTIVOS



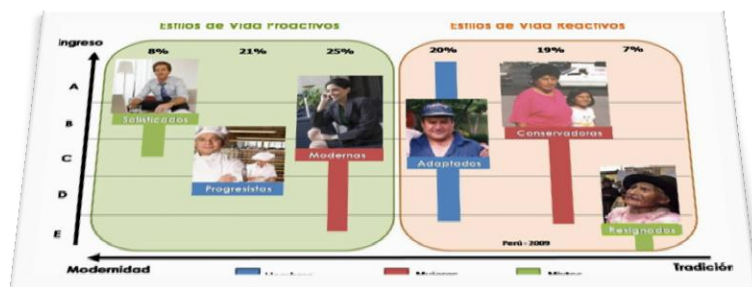
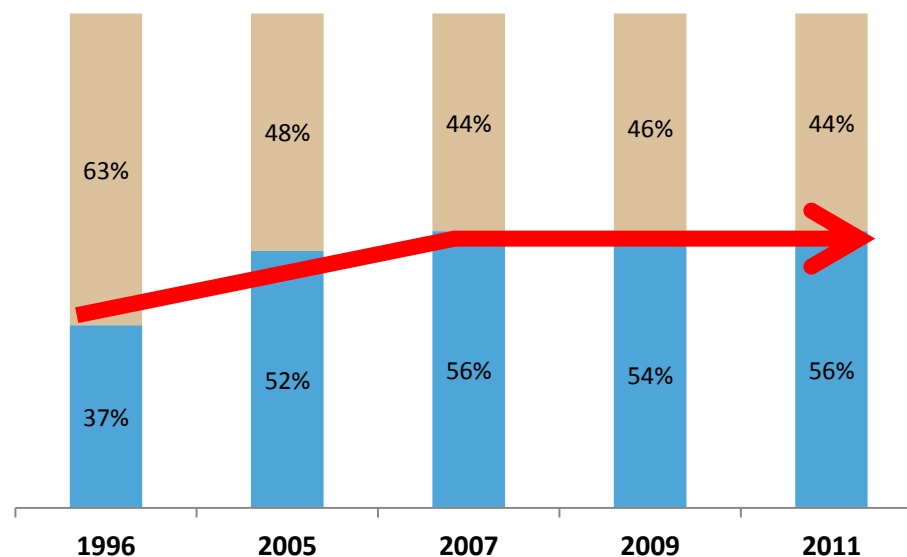
# Evolución de los Estilos de Vida



LIMA



PROVINCIAS



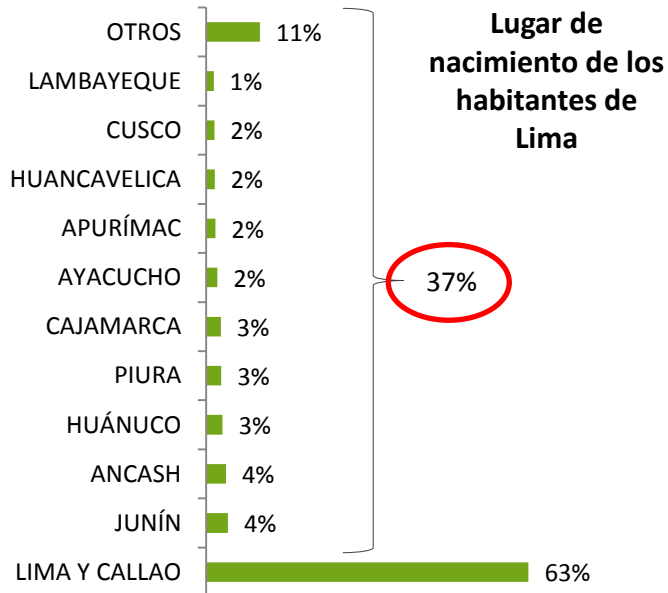
# Migración



La **distribución geográfica de la población** sigue un proceso de cambio en el país



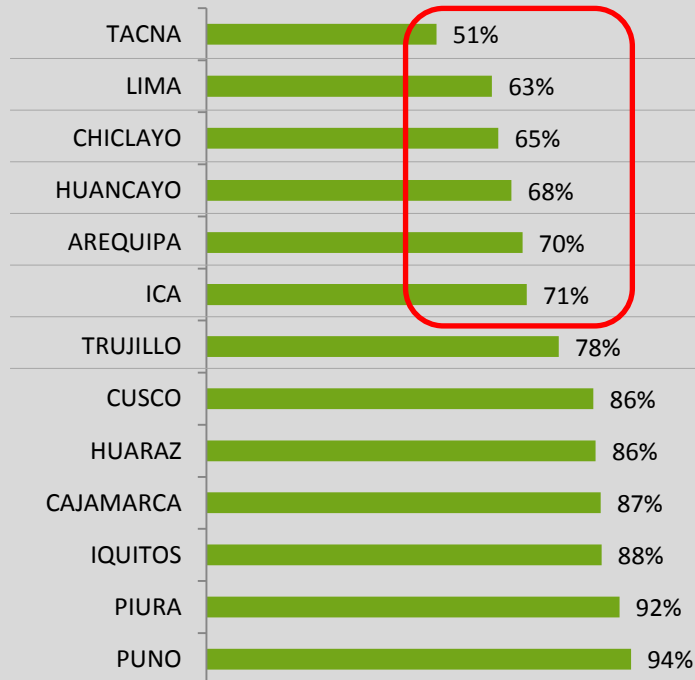
El **37%** de los habitantes de Lima Metropolitana nacieron en otras localidades



En **provincias**, destacan las migraciones de puneños a ciudades del sur del país y de cajamarquinos a ciudades de la costa norte



**Habitantes que nacieron en el mismo departamento**



Departamento de procedencia	%
PUNO	31%
JUNÍN	4%
CAJAMARCA	21%
HUANCAVELICA	17%
PUNO	14%
AYACUCHO	10%
CAJAMARCA	10%
APURIMAC	4%

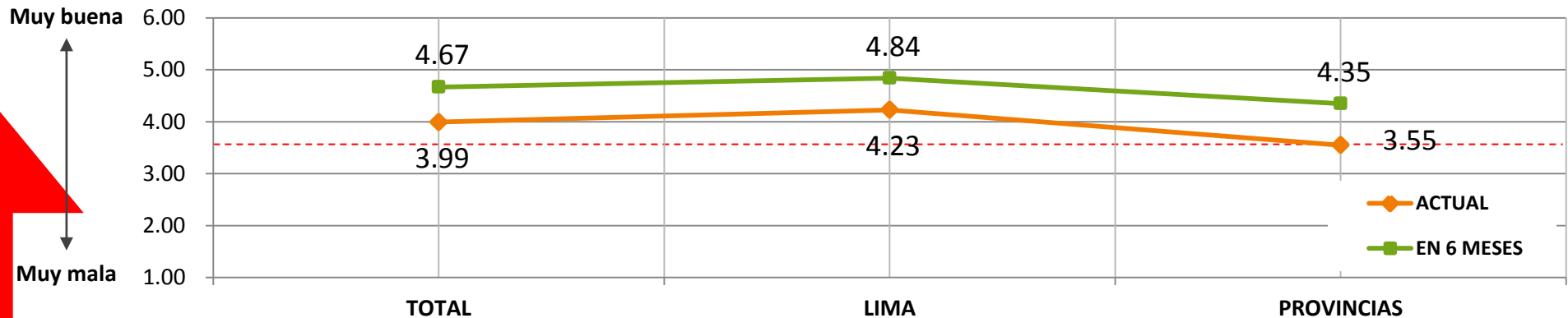
Respecto al 2009, se **incrementó la migración interna hacia Chiclayo, Huancayo e Ica**; y se redujo hacia Lima, Arequipa y Trujillo

# **Confianza y expectativas**

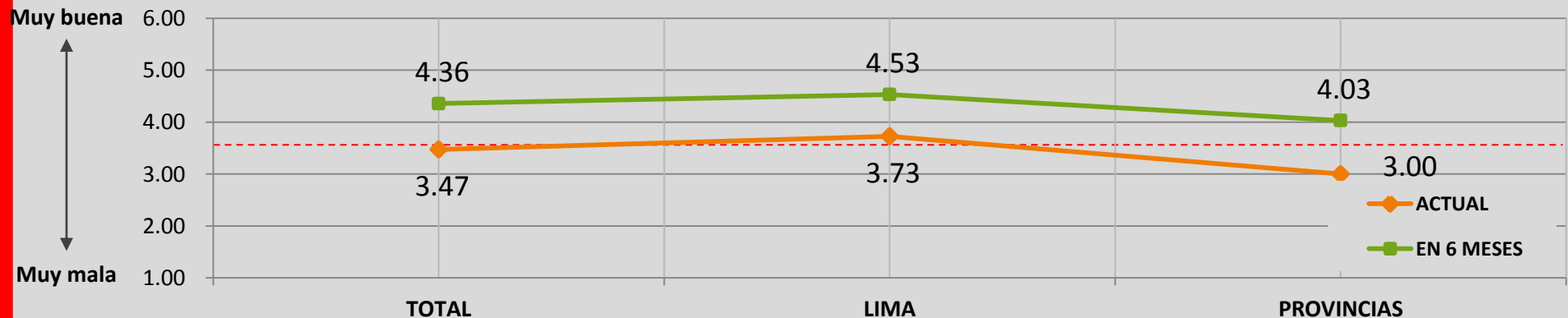
# Expectativas positivas sobre la futuro del país



¿Cómo ve usted la **situación económica actual del país?** y ¿cómo cree que será ésta dentro de 6 meses"?



¿Cómo ve usted la **situación política actual del país?** y ¿cómo cree que será ésta dentro de 6 meses"?

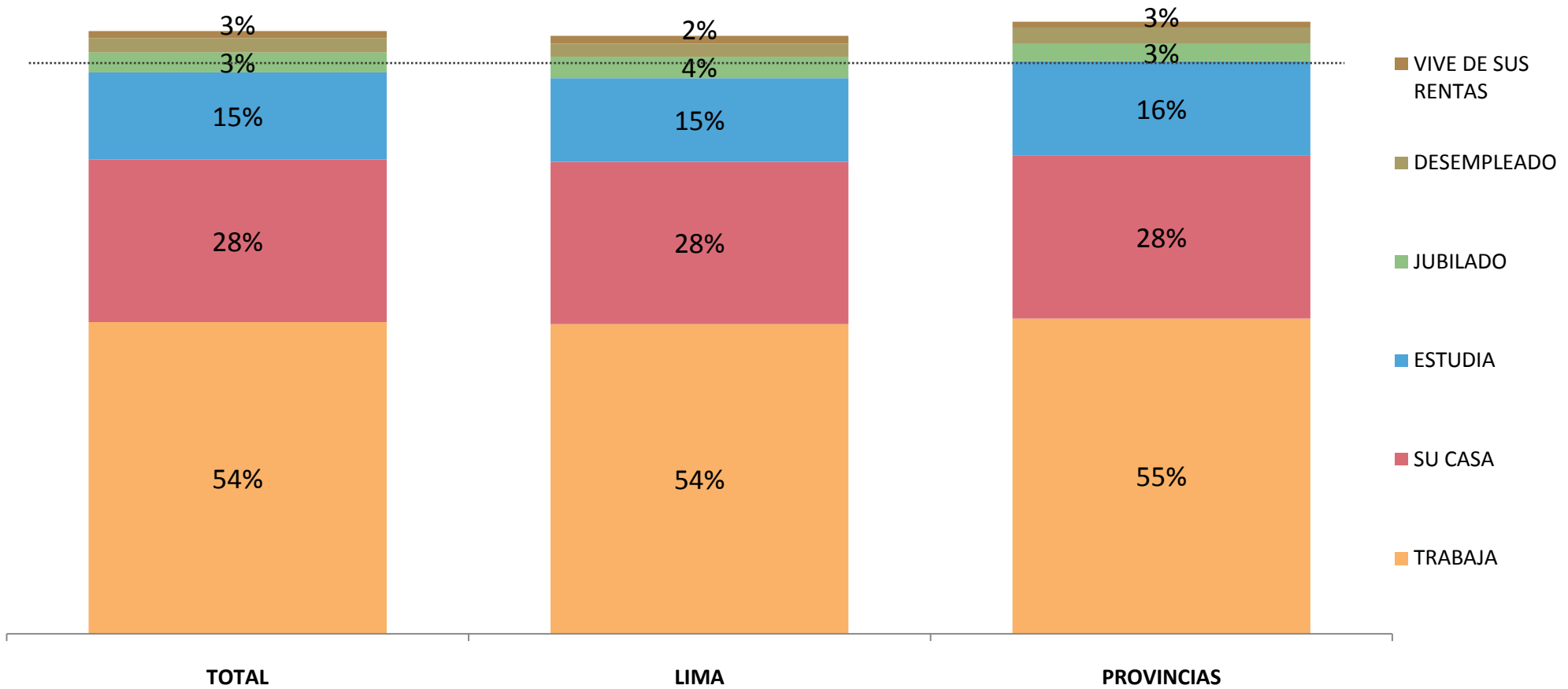


# Trabajo e ingresos

# Ocupación



No somos tan diferentes...

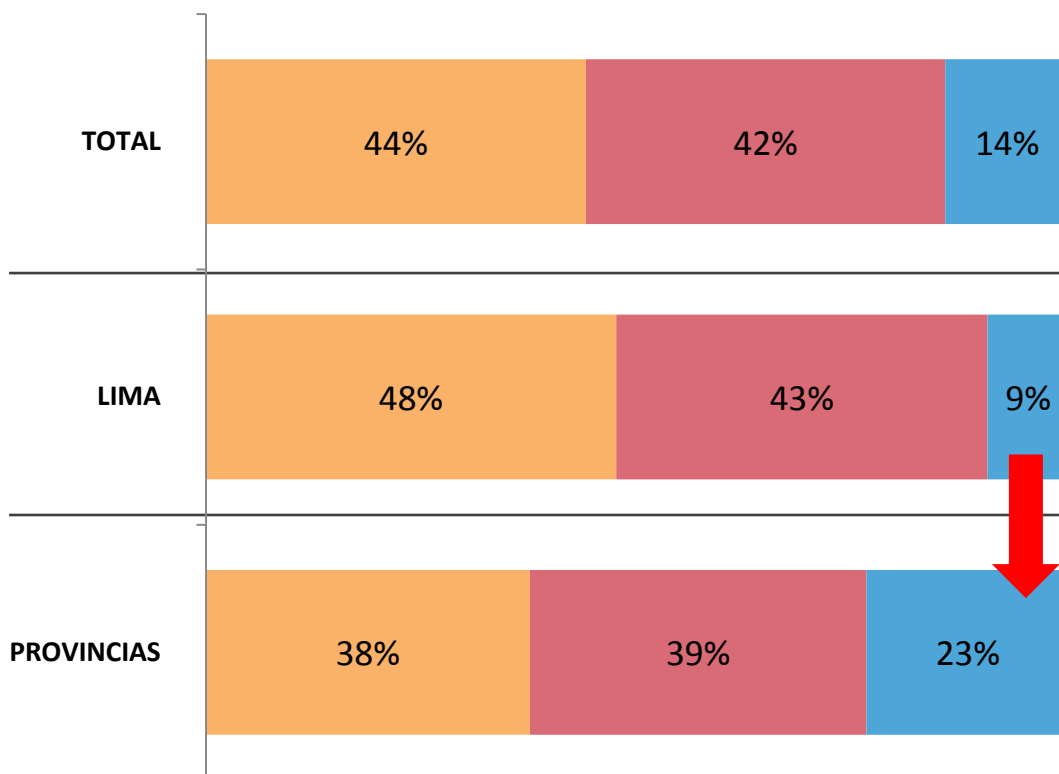


# Tipos de ingresos



¿Cuál de las siguientes frases describe mejor su tipo de trabajo?

- TRABAJO REGULAR CON INGRESOS FIJOS
- TRABAJO REGULAR CON INGRESOS VARIABLES
- TRABAJOS EVENTUALES CON INGRESOS VARIABLES



¿Qué tipo de pago o ingreso recibe en su ocupación principal?

SUELDO	SALARIO	DESTAJO	COMISIÓN	RECIBOS POR HONORARIOS	OTROS
47%	12%	29%	5%	5%	2%
50%	10%	28%	5%	5%	2%
40%	14%	32%	6%	4%	3%

60%

54%

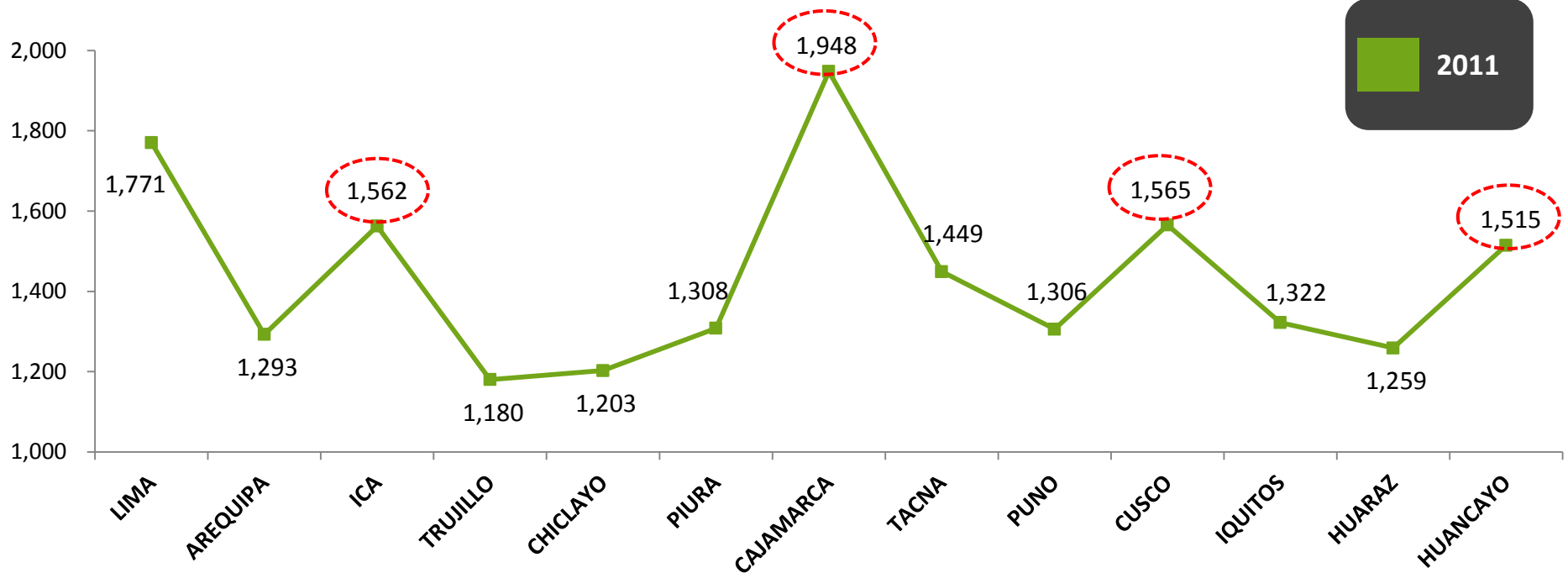
# Ingreso familiar mensual



La **brecha del ingreso familiar mensual** declarado entre las principales capitales de provincias y Lima es cada vez menor



Inclusive Cajamarca aparece con un nivel de ingreso familiar mensual superior al de Lima



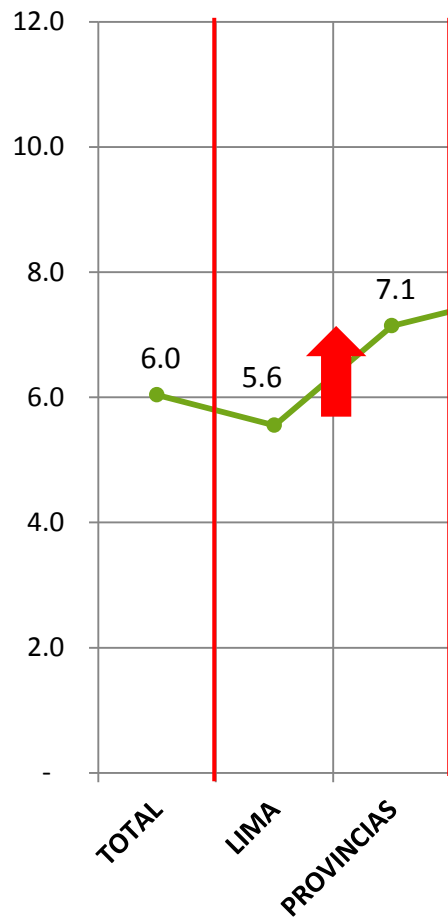
En dos años, los **ingresos familiares mensuales** muestran variaciones de hasta 17% (en Cusco e Ica)



# Frecuencia de los ingresos

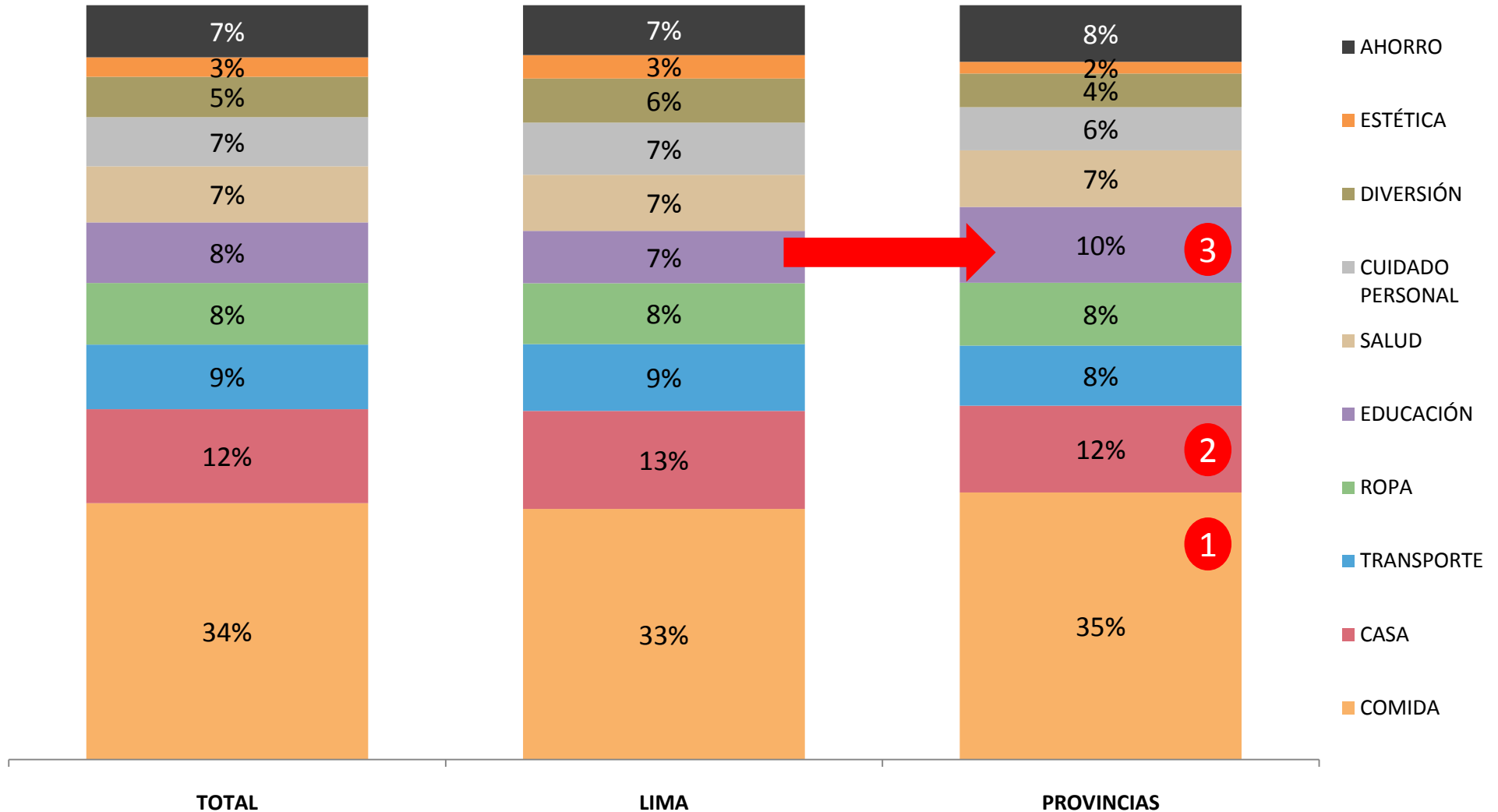


Veces por mes



# Los gastos

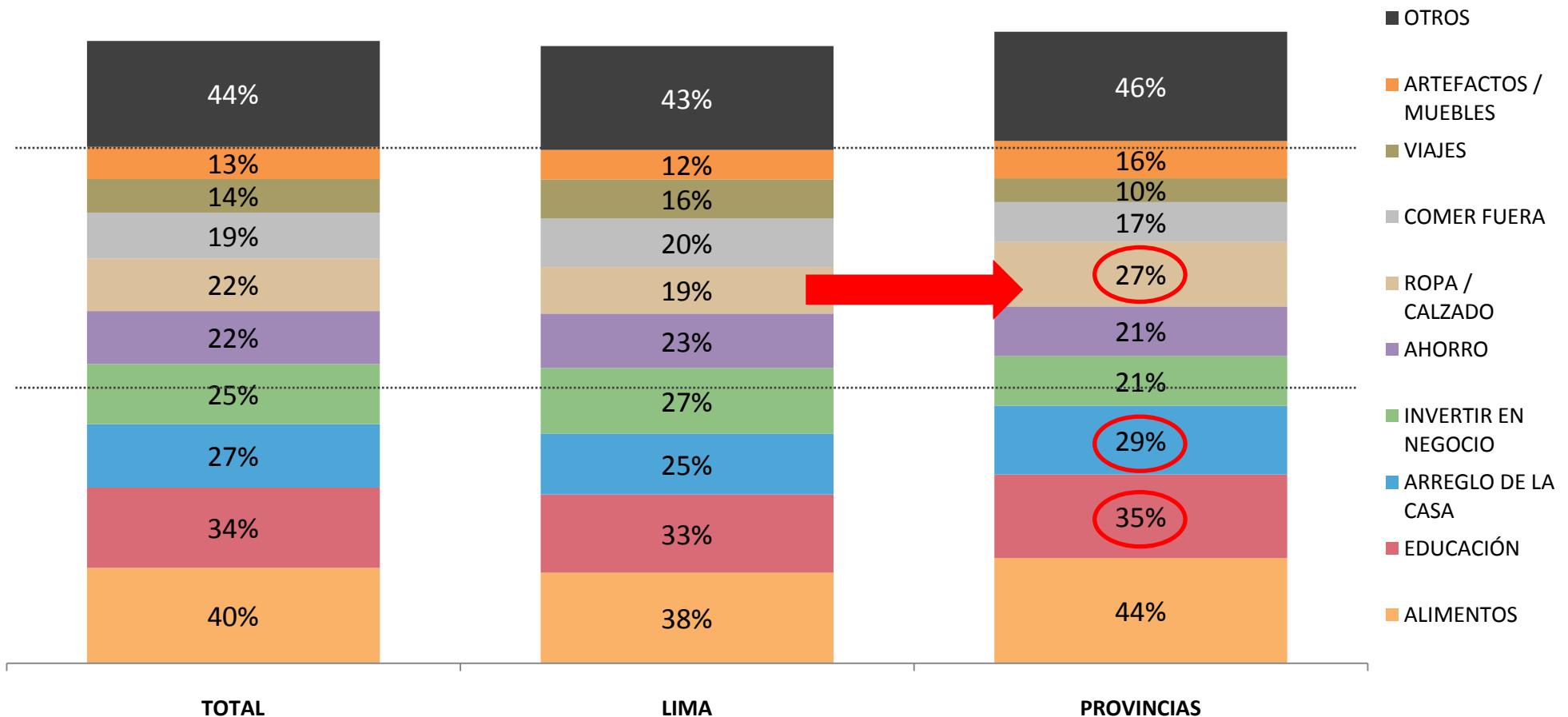
# Estructura de gastos



# Reacciones ante incrementos en los ingresos



Si su presupuesto se incrementara en 25%, ¿qué productos o servicios  
**empezaría a consumir o consumiría más?**



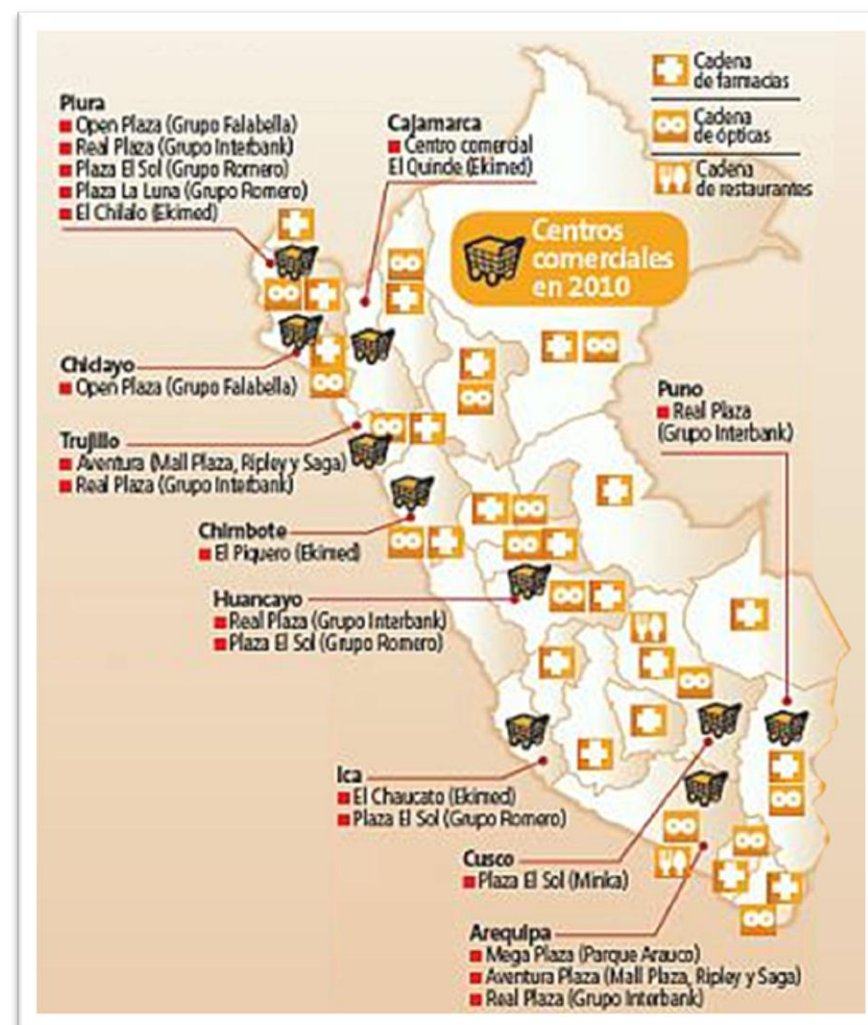
# **El consumo de productos**

# Hábitos de consumo

# Retail en provincias

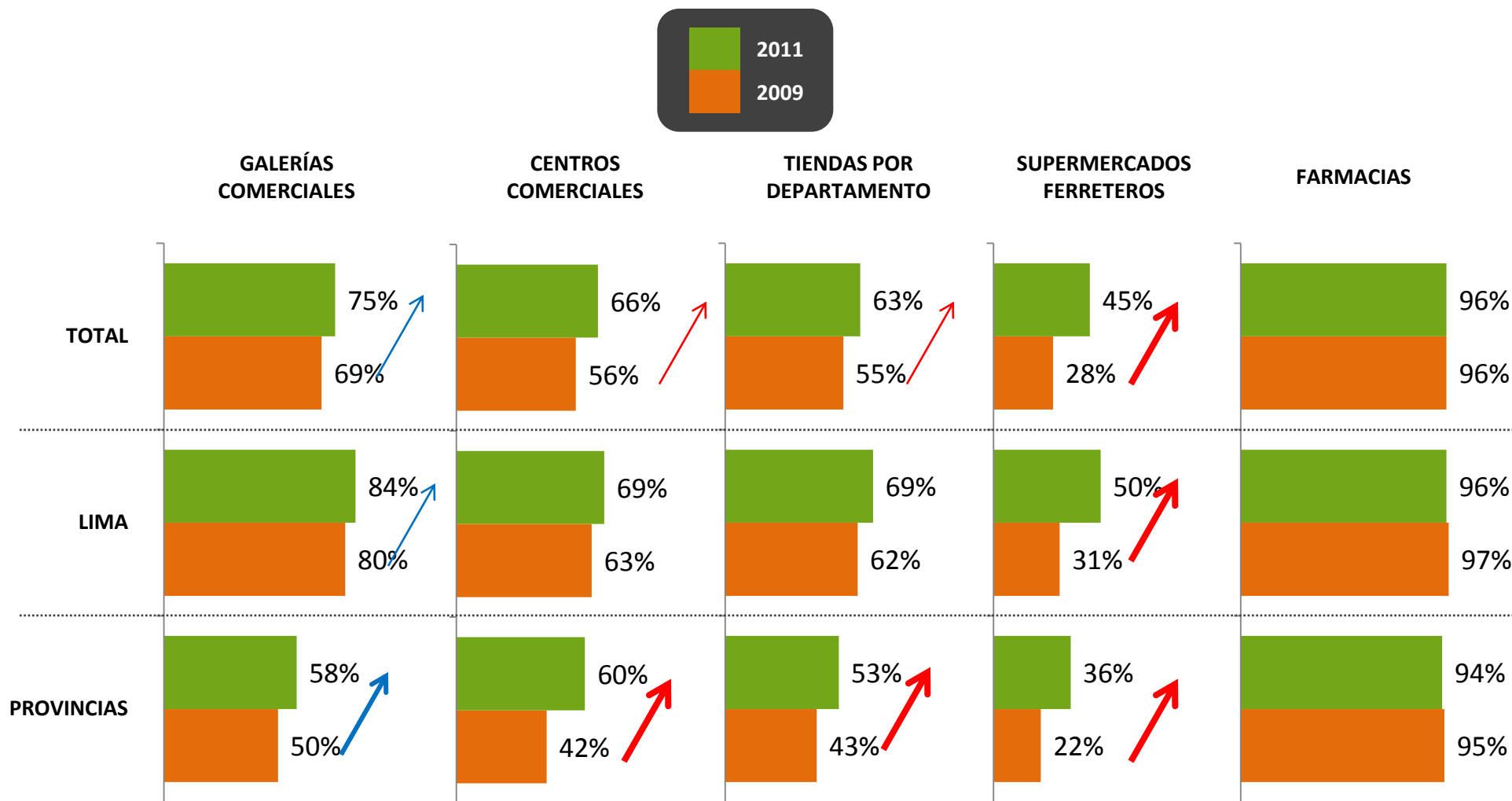


	CENTROS COMERCIALES	SUPERMERCADO DE CADENA	TIENDAS POR DEPARTAMENTO DE CADENA	SUPERMERCADO FERRETERO
LIMA	X	X	X	X
AREQUIPA	X	X	X	X
ICA	X	X	X	X
TRUJILLO	X	X	X	X
CHICLAYO	X	X	X	X
PIURA	X	X	X	X
CAJAMARCA	X	X	X	
TACNA		X		
PUNO	X	X		
CUSCO				X
IQUITOS				
HUARAZ		X		
HUANCAYO	X	X	X	X





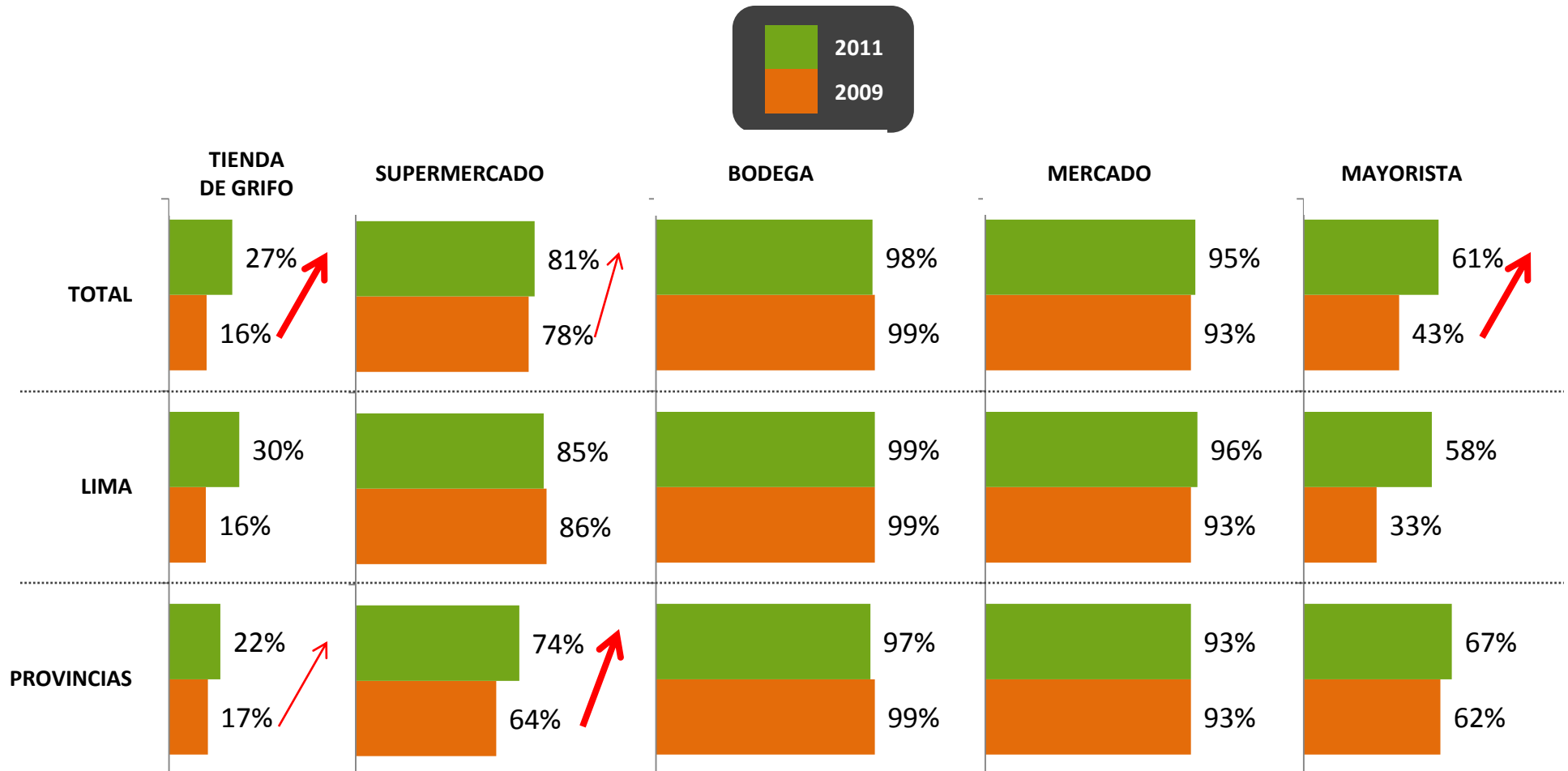
# Asistencia a establecimientos comerciales



Convivencia: Considerarlo y no descartarlo, como desarrollo y canal

Mayor crecimiento y aun con oportunidad de emparejamiento

# Asistencia a establecimientos comerciales



Gran oportunidad en la categoría

Crecimiento en provincias.  
 Mantenimiento del canal tradicional.  
 Perú no es Chile => Convivencia con Canal Tradicional

# Alimentos

# Consumo de alimentos



	ARROZ			FIDEOS		
	Penetración	FC	Lugar de compra	Penetración	FC	Lugar de compra
TOTAL	96%	6.5		91%	3.6	
LIMA	96%	6.6		92%	3.6	
PROVINCIAS	94%	6.5		89%	3.6	

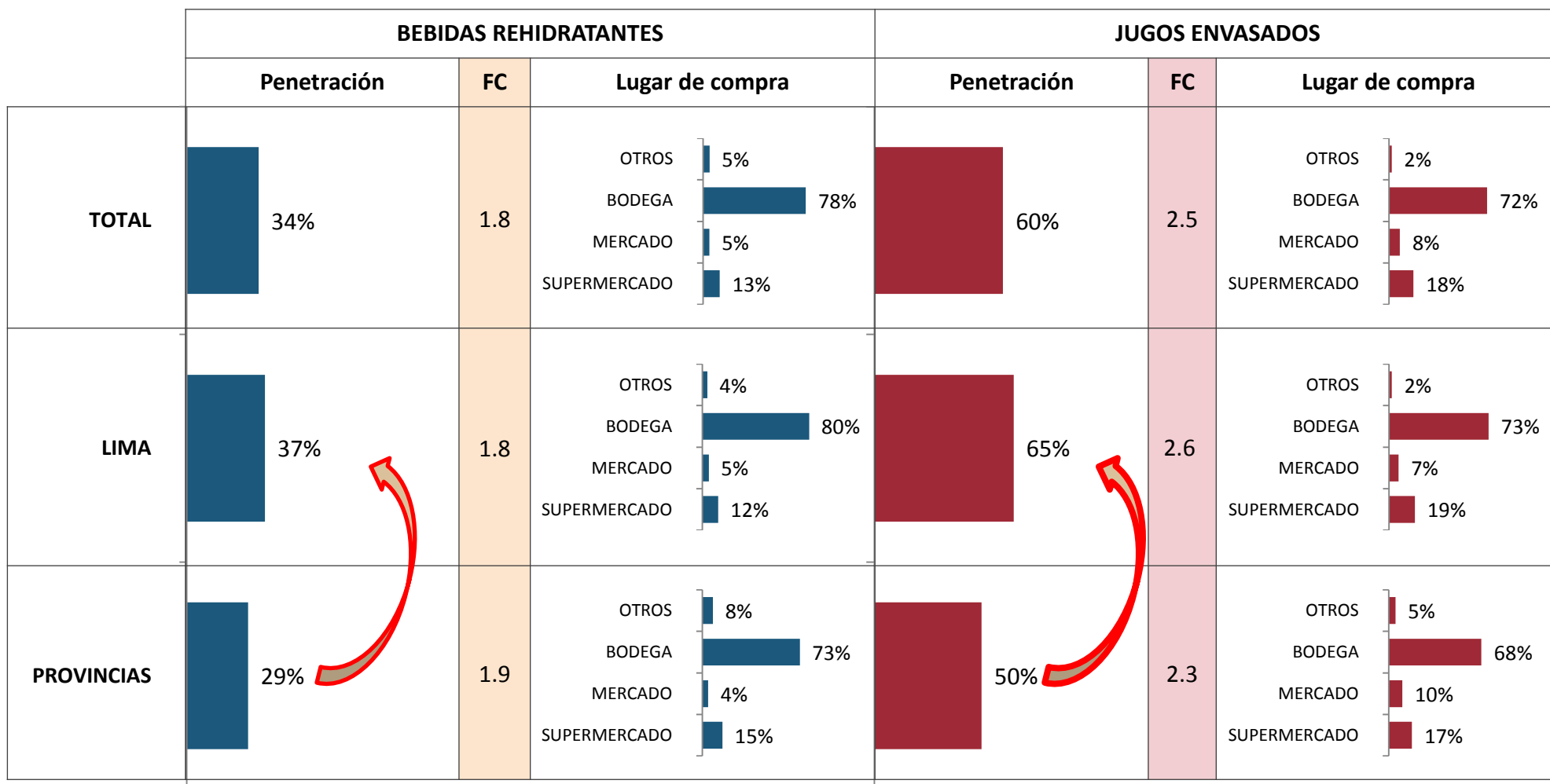
FC = frecuencia de consumo (veces por semana)

Trujillo bastante fuerte Mercado: 71% y 61% respectivamente

Piura: Bodega > Mercado, son como minimarkets

# Bebidas

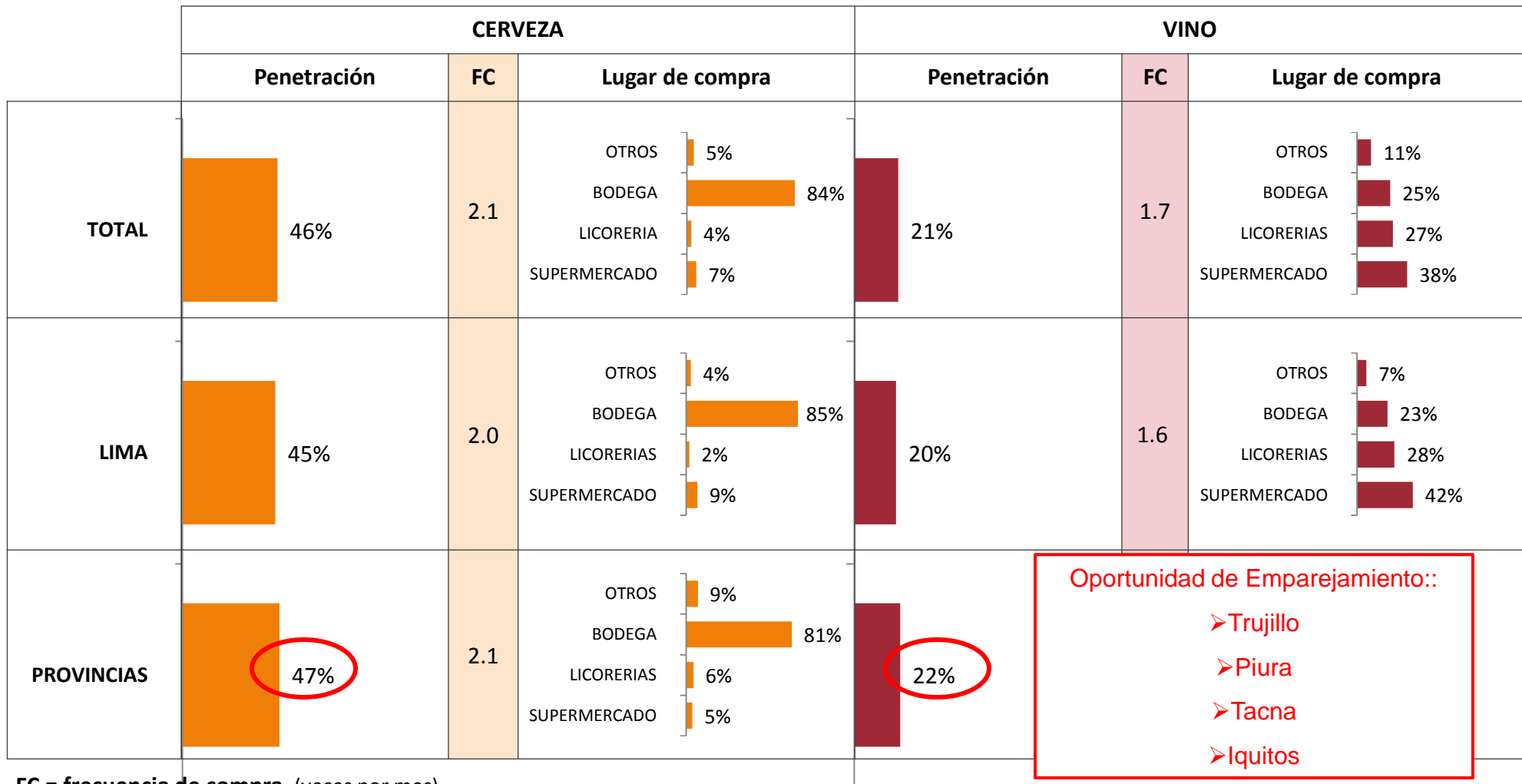
# Consumo de bebidas no alcohólicas



FC = frecuencia de consumo (veces por semana)

Oportunidad de emparejar penetración

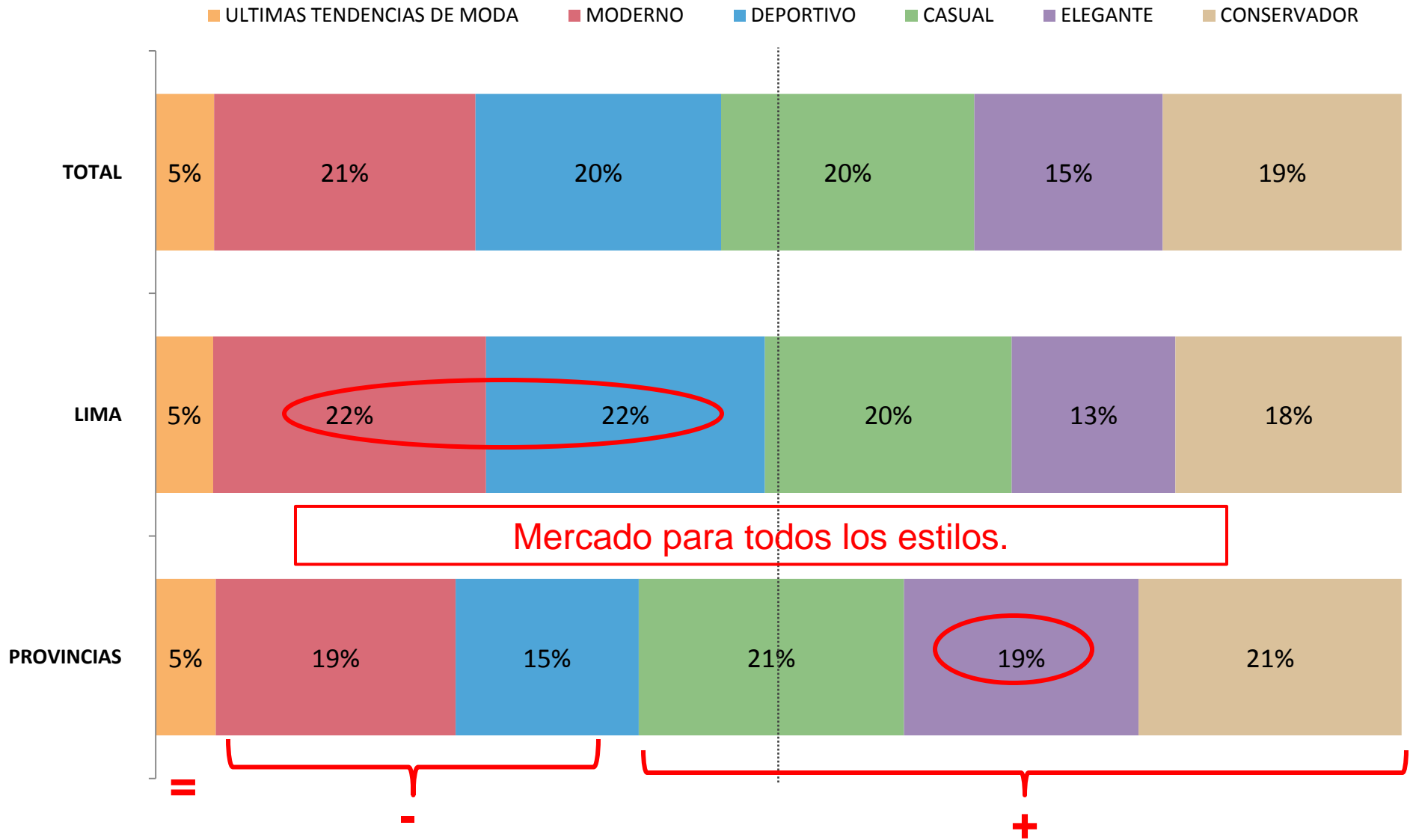
# Consumo de bebidas alcohólicas



Provincias saca la cara, mayor que Lima: Penetración y Frecuencia.  
 Oportunidad para incorporar innovaciones, mercados igual de maduros

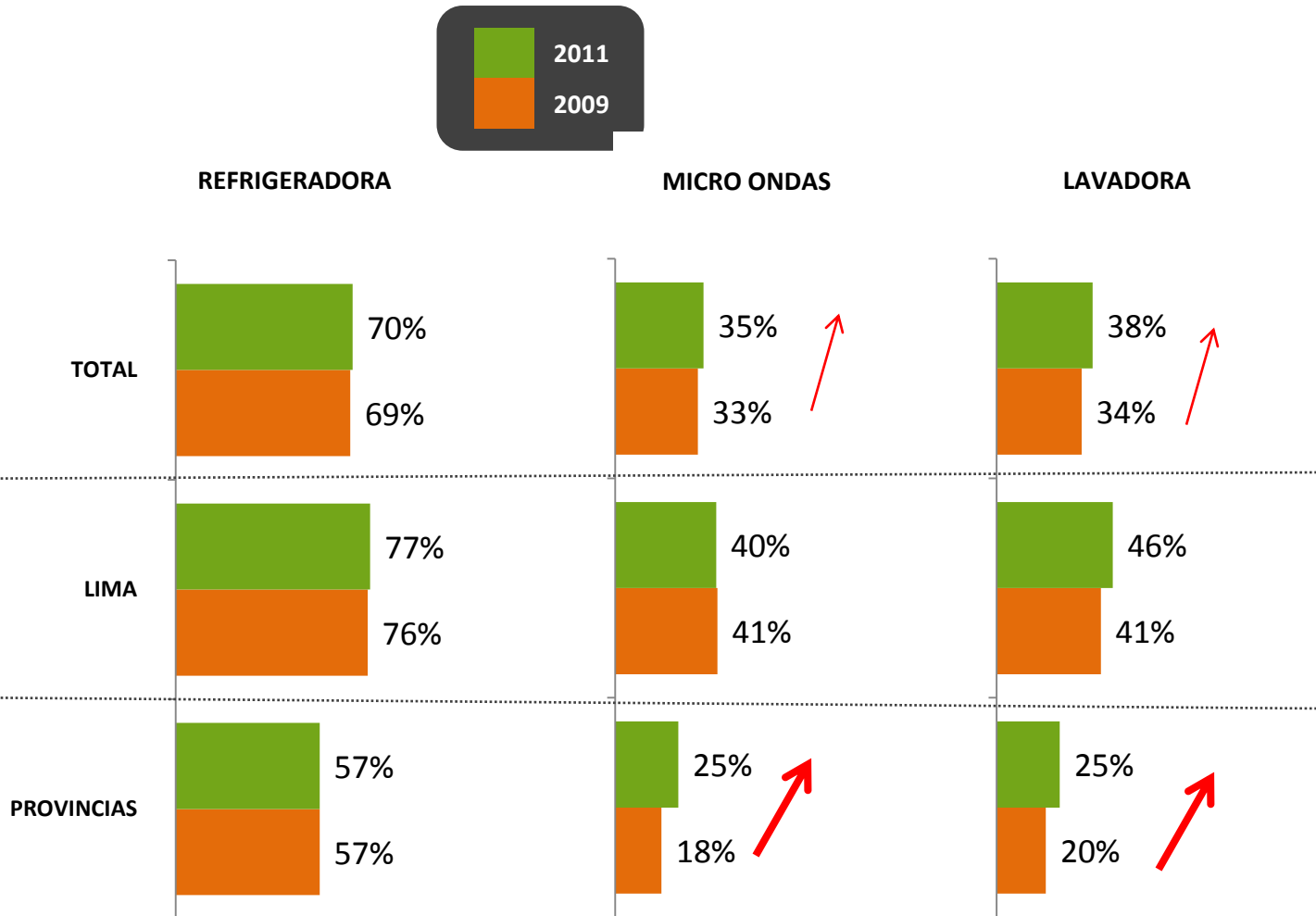
# Vestimenta

# Tipos de vestimenta preferidos



# Electrodomésticos

# Artefactos que se poseen

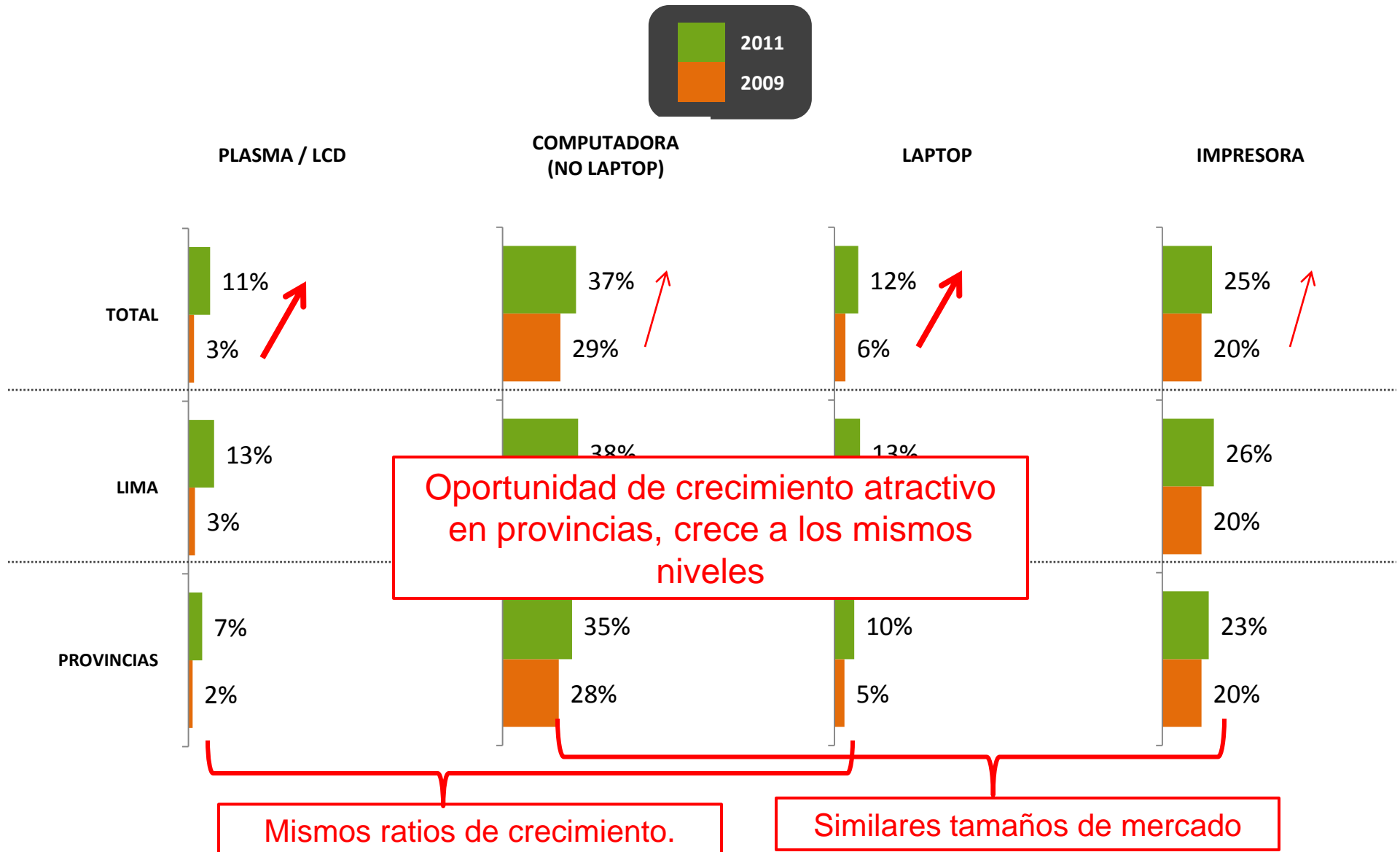


Más crecimiento en provincias

Pero aún hay mucho por recorrer.

El reto es adecuar las estrategias

# Artefactos que se poseen

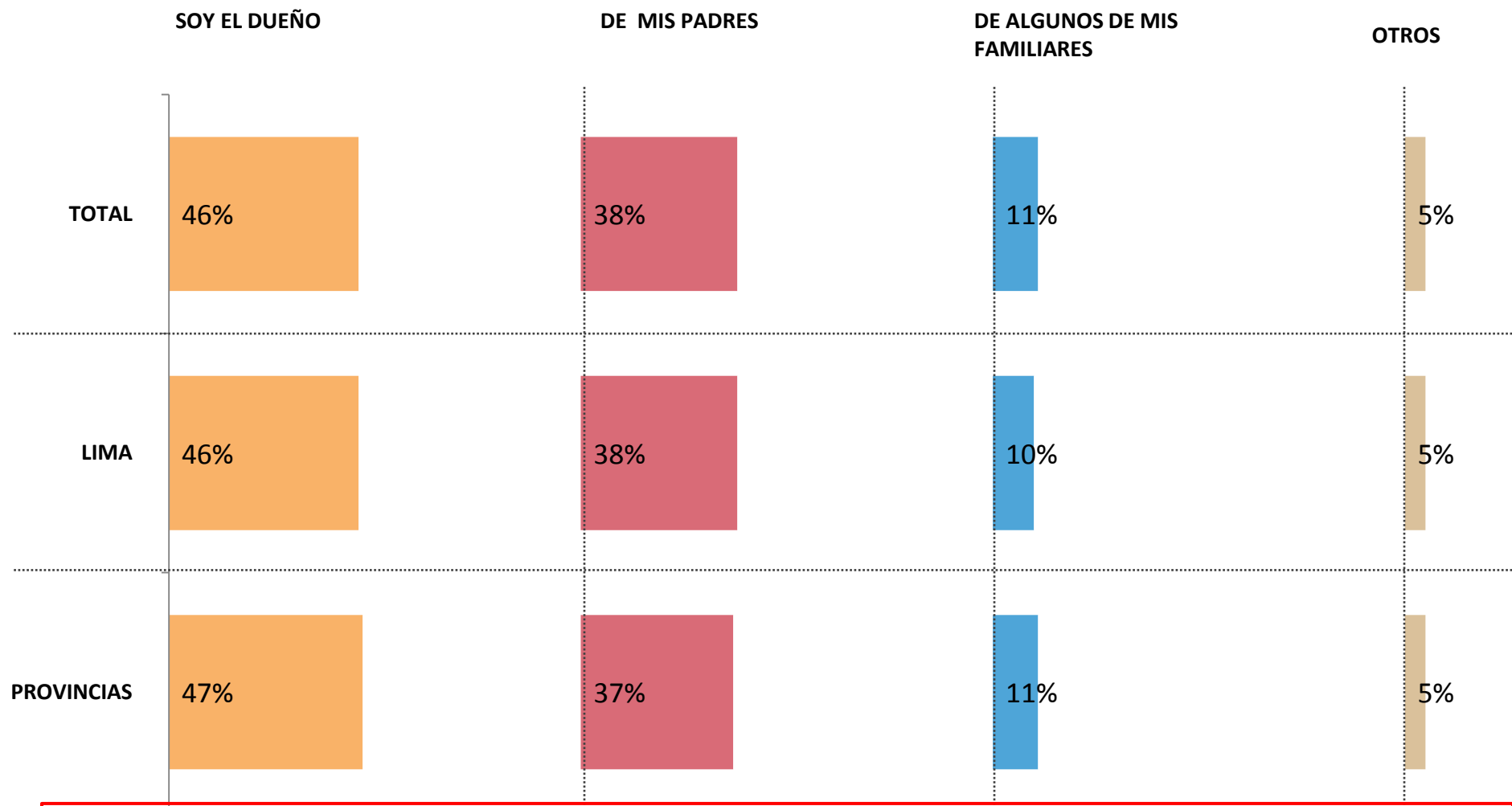


# Vivienda

# La vivienda que se ocupa actualmente



## Propietario de la vivienda que usted vive actualmente...



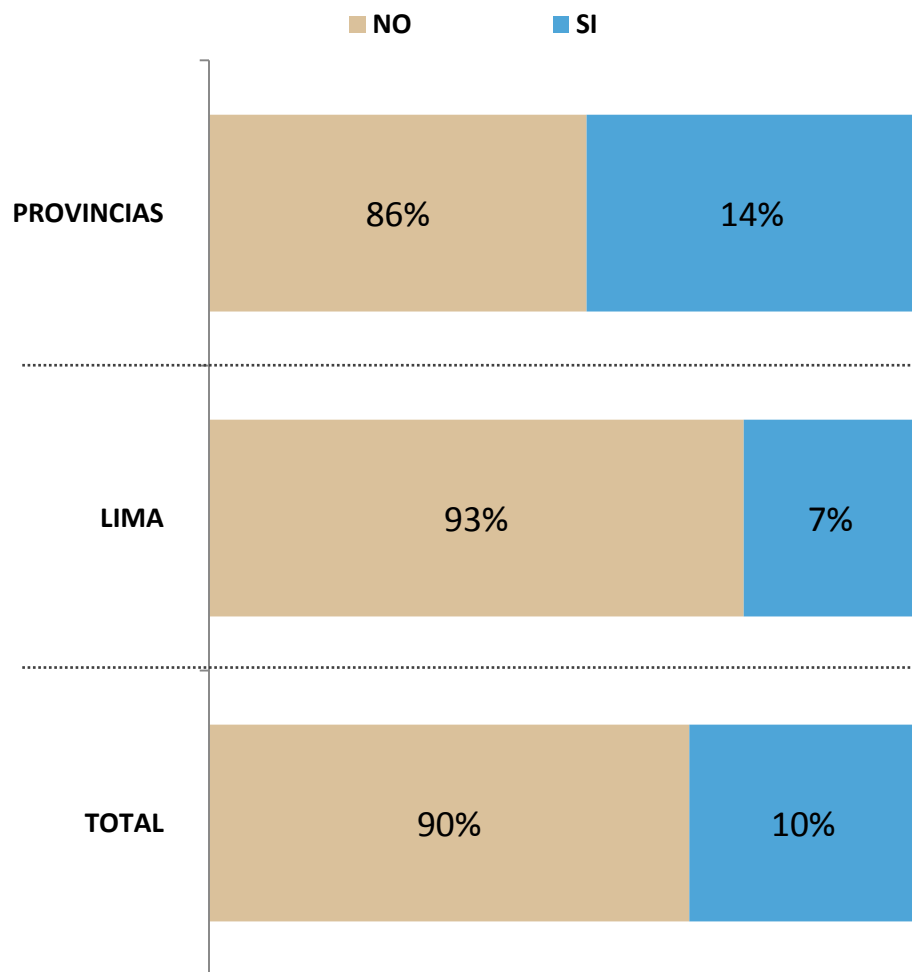
Oportunidad para el mejoramiento del Hogar

# Vehículos

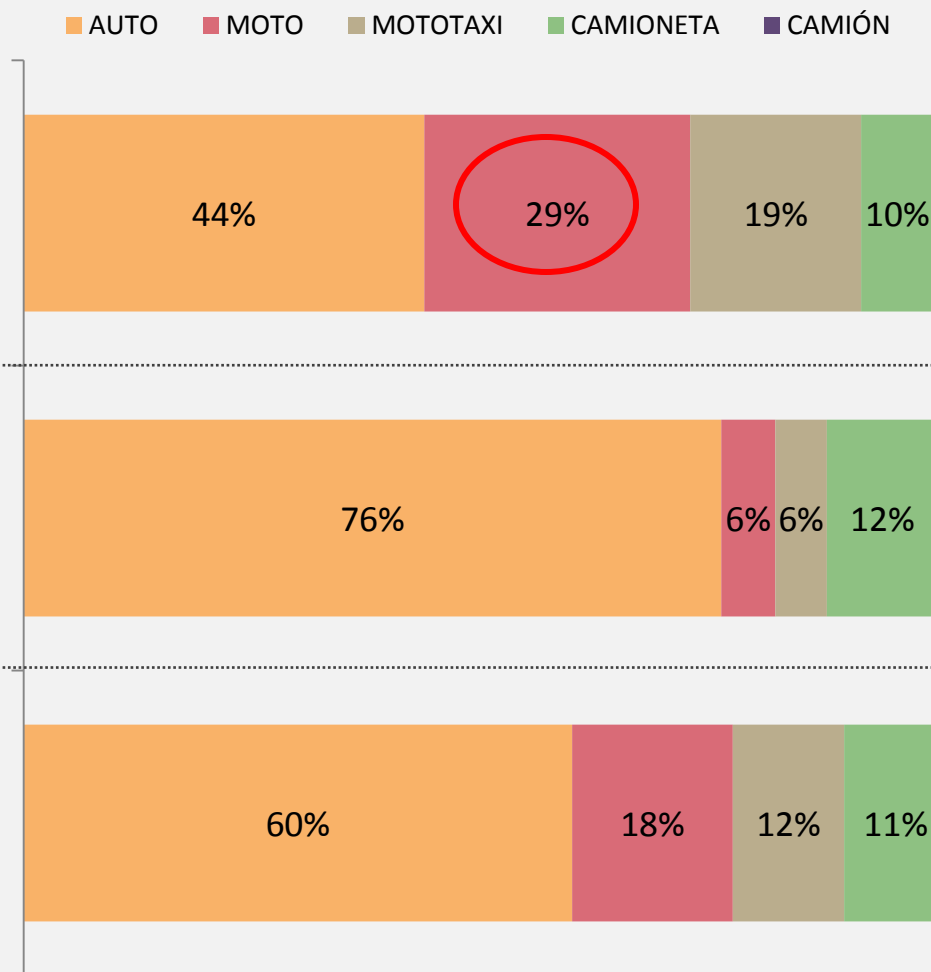
# Posesión de vehículos



¿Posee usted algún **vehículo propio**?



¿Qué **tipo de vehículo** posee usted?

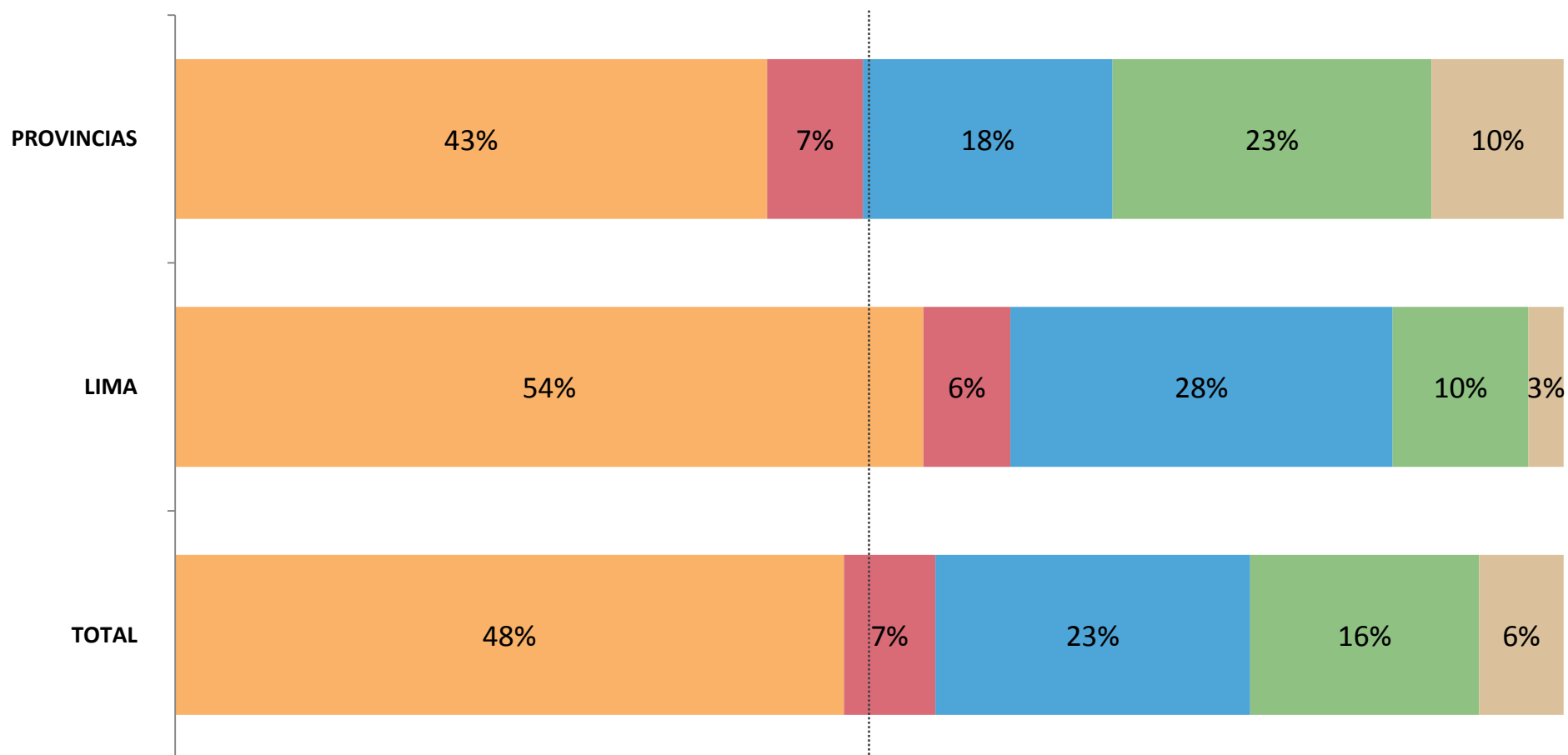


# Uso de los vehículos



¿Cuál de las siguientes frases describe mejor **el uso** que usted le da a su vehículo?

- SOLO PARA USO PERSONAL
- MAS PARA USO PERSONAL QUE PARA TRABAJO
- IGUAL PARA USO PERSONAL Y PARA TRABAJO
- MAS PARA TRABAJO QUE PARA USO PERSONAL
- SOLO PARA TRABAJO

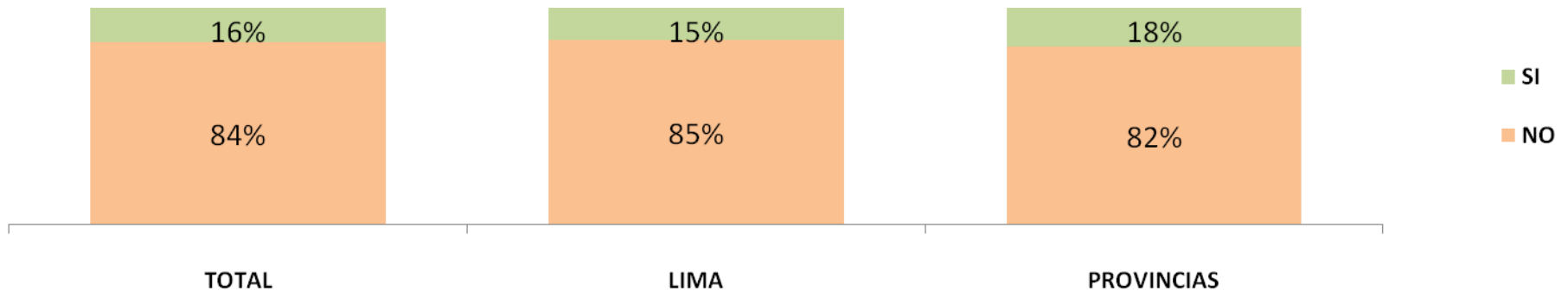


# Educación

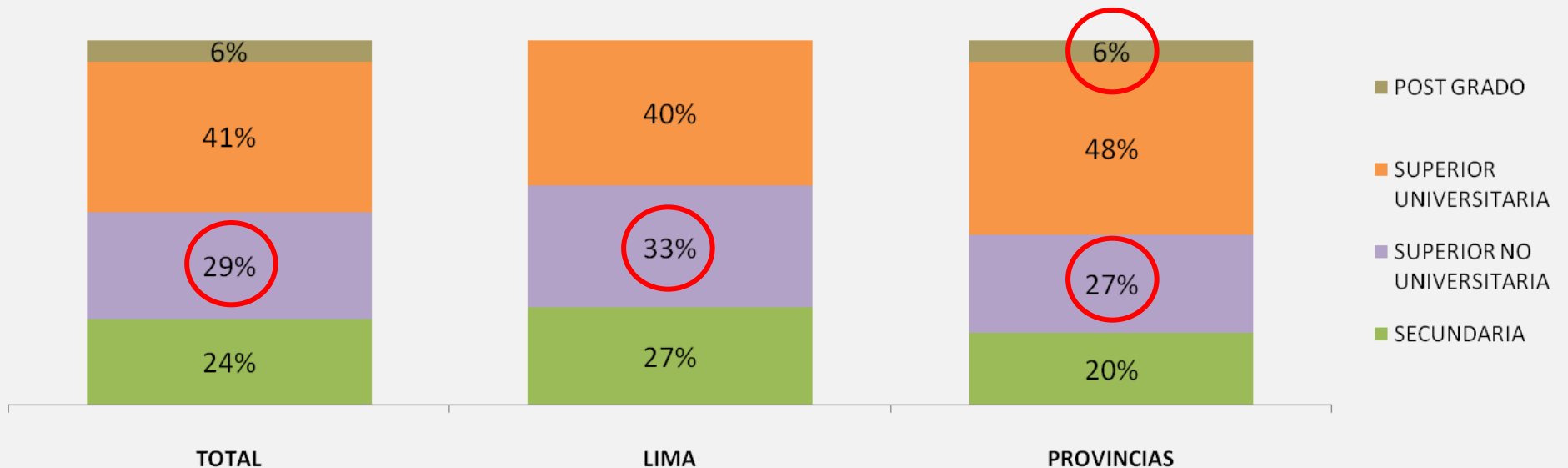
# Estudios actuales



¿Estudia algo **actualmente**?



¿Qué **estudia** actualmente?  
(entre los que estudian algo actualmente)

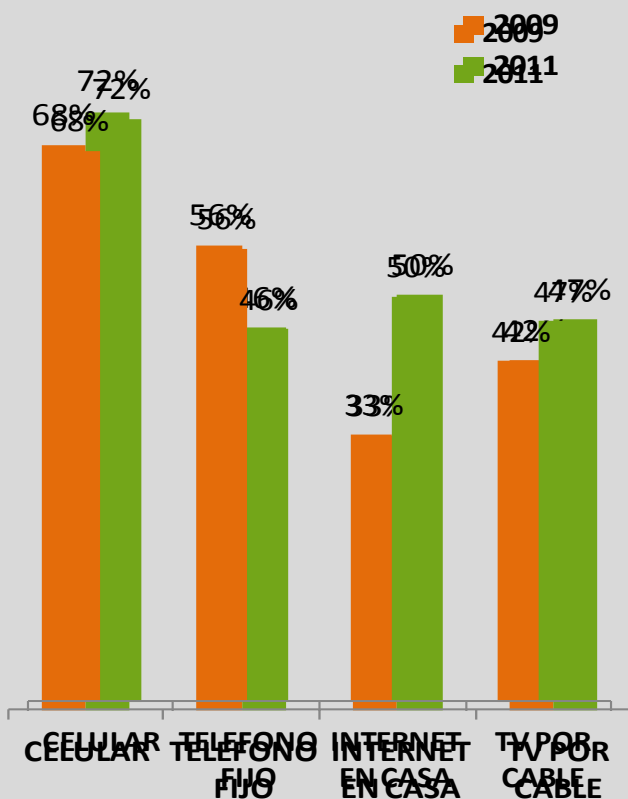


# Telecomunicaciones

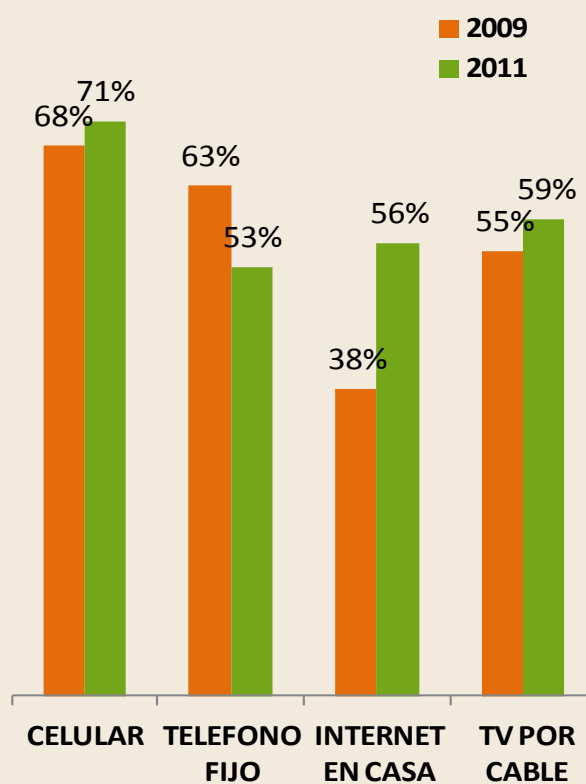
# Servicios con los que se cuenta



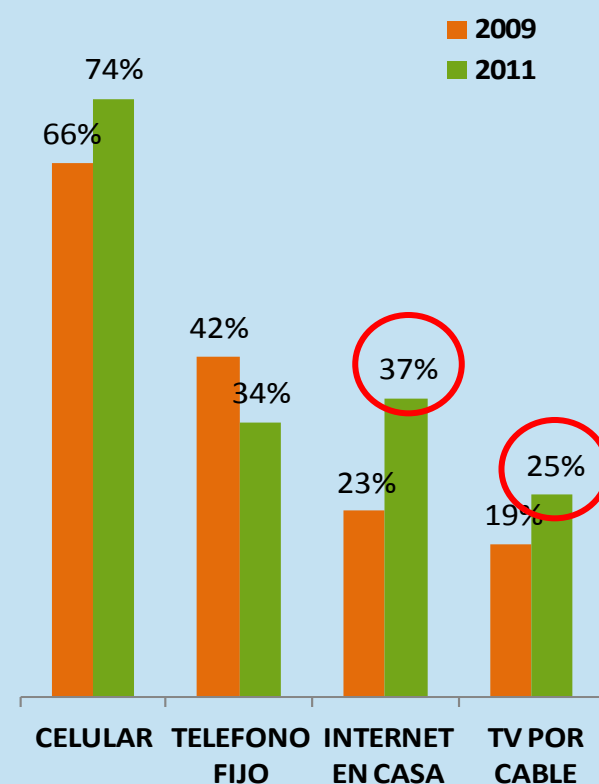
## TOTAL



## LIMA



## PROVINCIAS

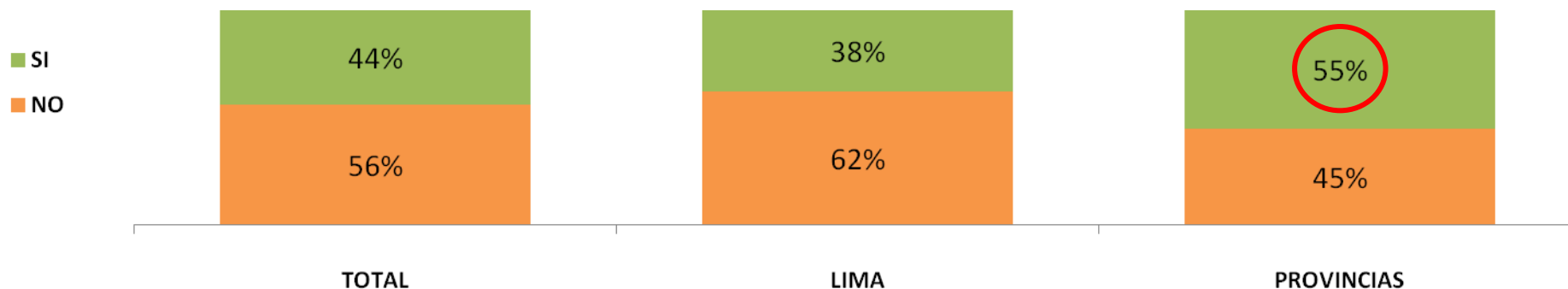


# **SERVICIOS FINANCIEROS**

# Créditos

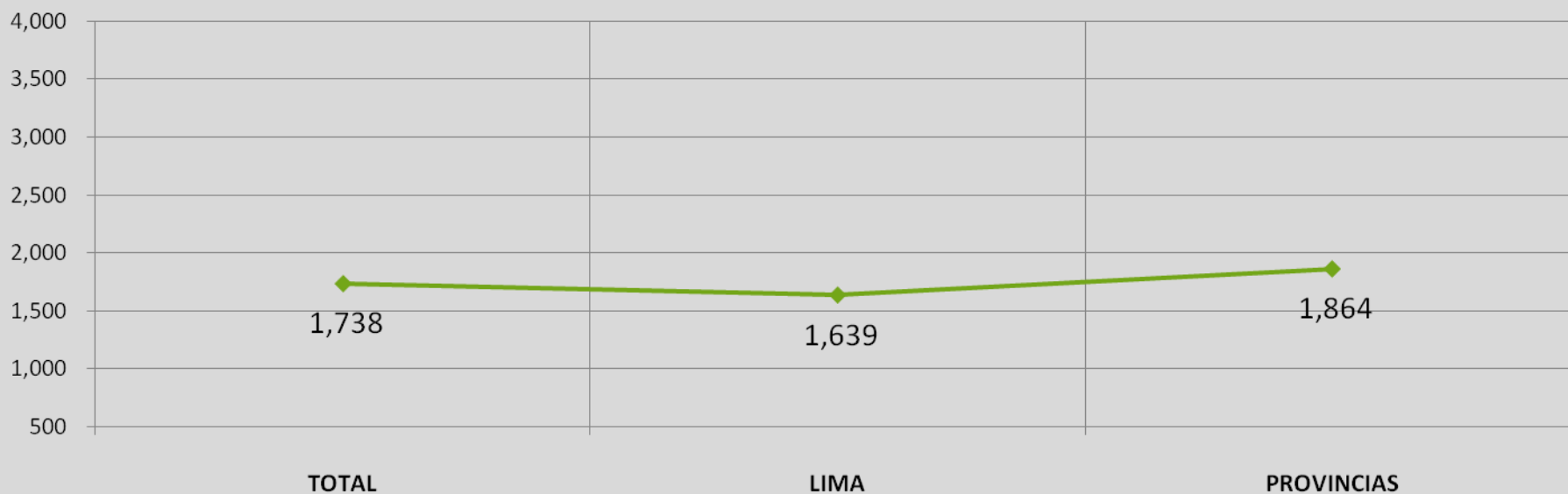


¿Alguna vez ha solicitado un **préstamo de dinero** a algún familiar, persona o institución?



## Monto total

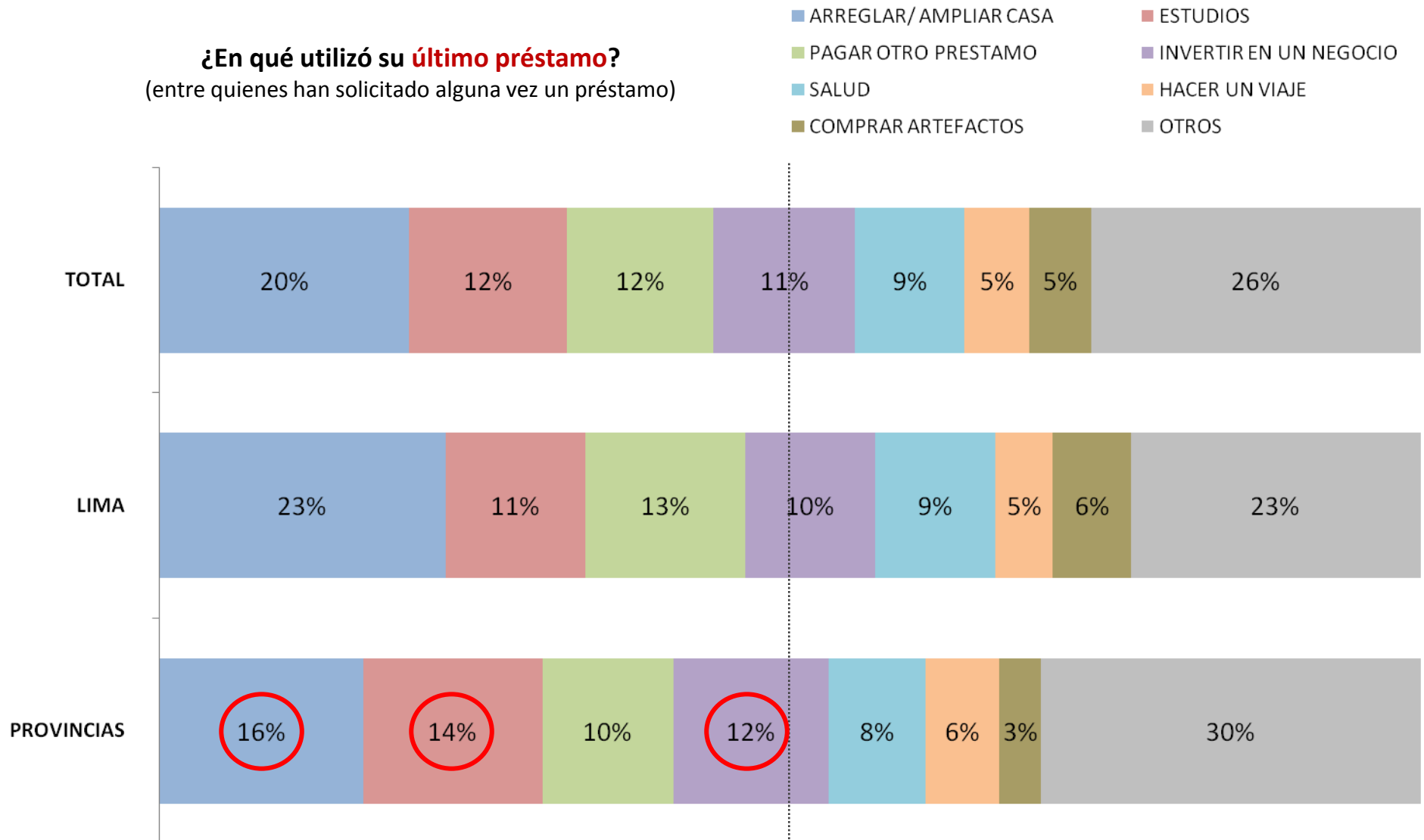
¿Cuál fue el **monto del último préstamo** que solicitó?  
(entre quienes han solicitado alguna vez un préstamo)



# Razones de los créditos



**¿En qué utilizó su último préstamo?**  
(entre quienes han solicitado alguna vez un préstamo)



# Proveedores de los créditos



Si usted solicitara un préstamo en este momento,  
¿a quién se lo pediría?

A UN FAMILIAR

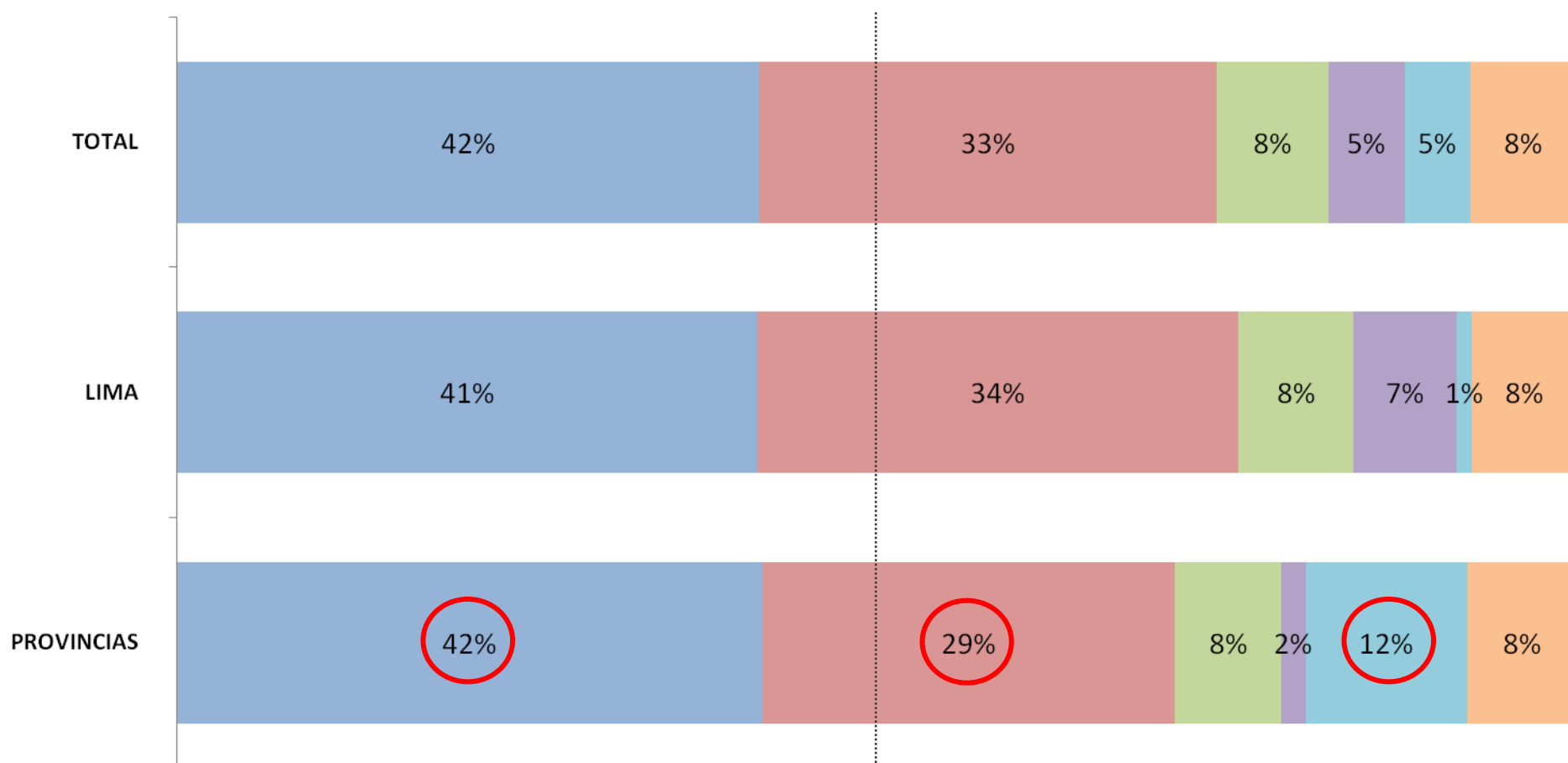
A UN AMIGO

A UNA CAJA MUNICIPAL

A UN BANCO

ENTRARÍA A JUNTAS / PANDEROS

OTROS



Paseo de la República 3952  
Miraflores. Lima  
Tel. 221-7330

[www.arellanomarketing.com](http://www.arellanomarketing.com)

