Buenos Aires, 11 de agosto de 2016

**Radiografía del “consumo dulce”**

Golosinas, chocolate, helados, galletitas, budines, magdalenas, alfajores; el “mes de la dulzura” que acaba de concluir, nos brindó una buena excusa para consumirlos. Pero, ¿hay diferencias entre el perfil de los consumidores de las diferentes golosinas?

Según datos del TGI, estos productos son preferidos por las mujeres, siendo los más consumidos por ellas, las barras de cereal, los chupetines y caramelos masticables, pues representan el 67%, 66% y 62% de los consumidores respectivamente. Mientras tanto, las galletitas dulces, son consumidas casi en igual proporción tanto por hombres y por mujeres.

Casi todos los productos mencionados son consumidos en igual proporción por los diferentes sectores socio económicos, excepto por las barritas de cereal y los caramelos duros, los cuales son más afines al NSE alto.

En cuanto a la edad, podemos ver que casi todos los dulces son los preferidos de los más jóvenes manteniendo (y en algunos casos como las gomitas, aumentando) su preferencia hasta los 34 años, solo casos como las barritas de cereal o budines son consumidos por todos por igual.

La cantidad consumida por semana varía mucho de acuerdo al producto analizado, por ejemplo:

* El 77% de los consumidores de alfajores consume entre 1 y 6 por semana, mientras que el 8% 7 u 8 unidades y el 15% 9 o más alfajores por semana.
* El 21% de los consumidores de chupetines consumen 1 o 2 por semana, el 63% entre 3 y 13, mientras que el 16% más de 14 a la semana
* El consumo de galletitas dulces se distribuye de la siguiente manera, 19% consume entre 1 a 10 galletitas, el 59% entre 11 y 60 y el 22% más de 60 galletitas a la semana.

* La mayor proporción de consumidores de helado son consumidores bajos, el 55%. El 24% consume entre 3 a 6 porciones individuales y el 21% consume más de 7 porciones por semana.
* En el chocolate, la proporción de consumidores altos, medio y bajo es similar, siendo 35%, 34% y 31% respectivamente.

En conclusión, podemos ver que en general el consumo de estos productos se da en todo el público, aunque los más afines a las golosinas son las mujeres y los jóvenes de hasta 34 años; excepto en algunos productos como los chupetines donde predomina ampliamente los jóvenes de 12 a 19 años.

En el rankeo de productos, las Galletitas dulces están primeras (68% de la gente las consume) y le siguen helados (53%), alfajores (49%), chocolates (43%), budines y madalenas (28%), barras de cereal (21%), caramelos masticables (18%), caramelos duros (18%) y por último chupetines y gomitas con (8% cada uno).

Separado por región, esta tendencia se mantiene pero con pequeños cambios. Tanto región sur y CABA/GBA la siguen sin cambios. En la región del litoral se ubica primero los helados (69%) y luego las galletitas dulces (63%) y luego idéntico al total país.

En Cuyo y NOA, las barras de cereal se ubican cuartas luego los caramelos masticables y los budines y madalenas sextos; en el resto de la lista no hay cambios.

En Bs As y Córdoba, los caramelos masticables se ubican cuartos, seguidos de los caramelos duros, las barras de cereal y los budines y magdalenas.

En volumen de consumo de estos productos, lo encabeza CABA y GBA con el 40%, les siguen Bs. As. y Córdoba con el 20%, Litoral con el 19%, Cuyo y NOA con el 15% y el Sur con el 6%. Sin embargo, los que mayor afinidad tienen a estos productos son la región del Litoral y la región Sur.

**Fuente:**

* El contenido del presente informe fue elaborado por el Departamento de Research de **QUIROGA agencia de medios**.

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

@quirogamedios



**Para solicitar mayor información, por favor contactarse con:**

RM Consultora. Fernanda Boland, Ejecutiva de cuentas Tel.-fax: 4832-1404.

Celular: 15 4195 2794 boland@rominamendez.com.ar  @rmconsultora