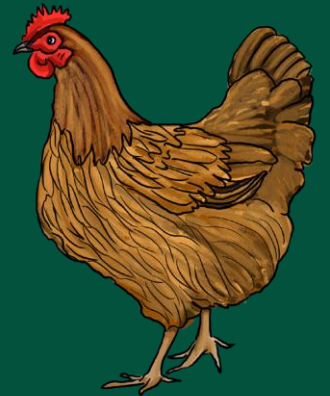
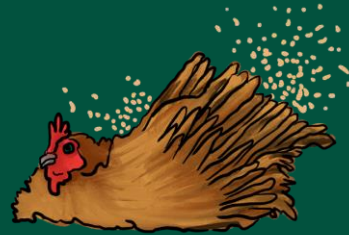
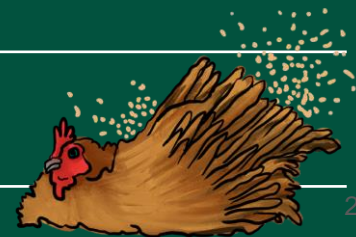


Resultados de Encuesta sobre el etiquetado de huevos en Perú arba



Metodología de la recolección de datos

Público objetivo:	Hombre y mujeres entre 18 y 65 años con acceso a Internet y residentes en Perú urbano de sectores socioeconómicos A, B, C, D y E
Método de recolección de datos:	Entrevista en persona
Diseño de muestreo:	Muestreo probabilístico en 4 diferentes unidades de muestreo
Tamaño de muestra y ámbito geográfico:	1002 personas encuestadas en el Perú Urbano y Lima Metropolitana
Margen de error:	+/- 3.10%
Fecha de recolección:	Del 21 al 22 de abril de 2023



Objetivos

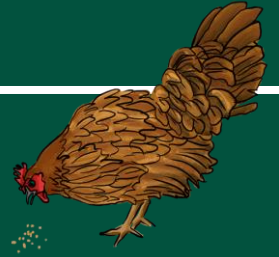
General:

Conocer la opinión de los peruanos y peruanas sobre los sistemas de crianza de gallinas ponedoras de huevo

Específicos

Identificar:

- Frecuencia de compra de huevos de gallinas
- Conocimiento sobre los sistemas de crianza
- Posición sobre políticas publicas relacionadas al etiquetado de huevos
- Tipos de dietas



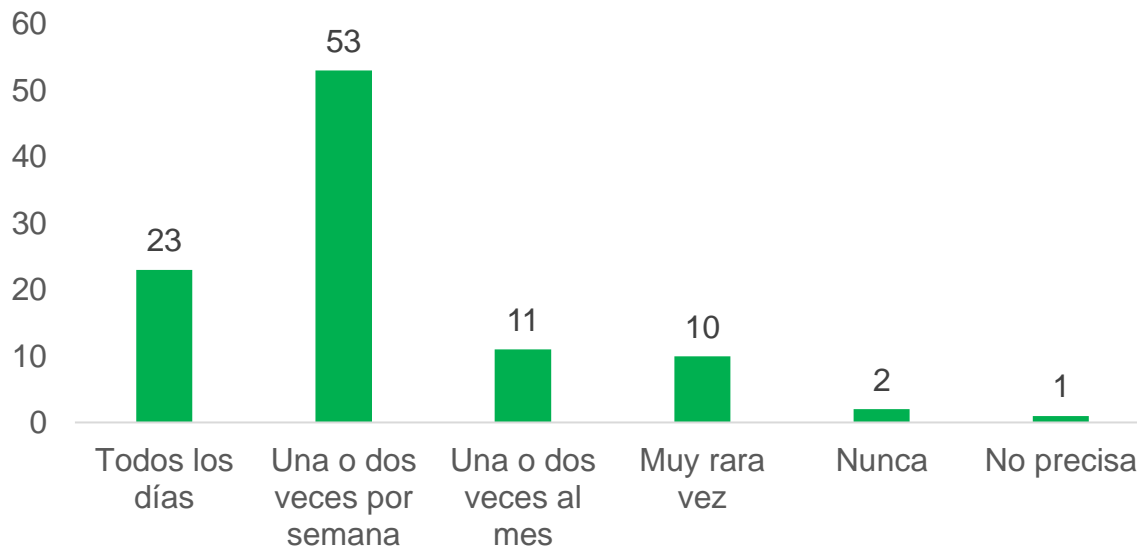
Frecuencia de
compra de huevo

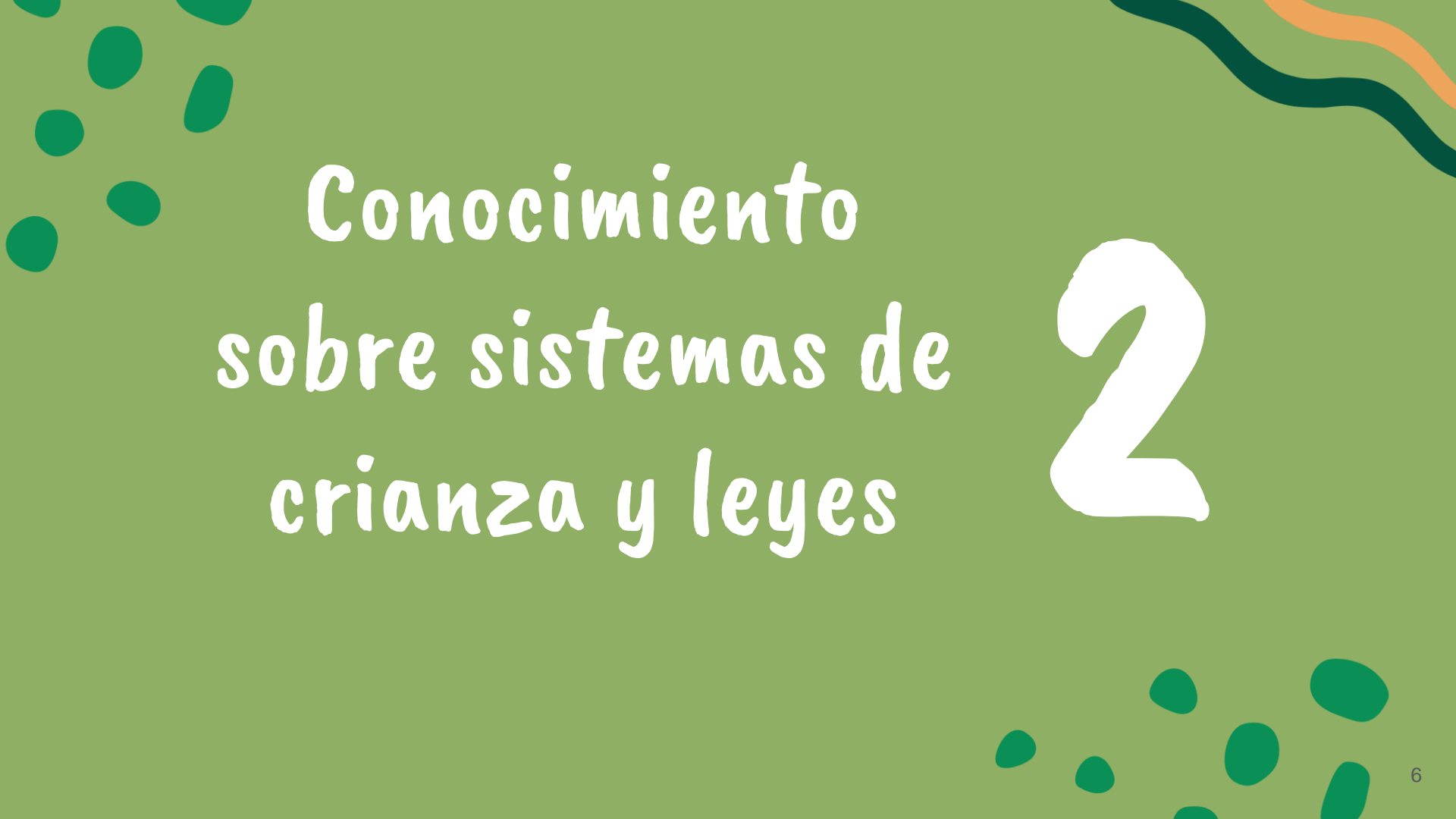
1

Compra de huevo

En el país la mayoría (53%) compra huevos una o dos veces por semana. Solo el 2% declara no comprarlo nunca, lo cual indica que una política orientada a incrementar la información sobre este producto afectaría a casi todos los peruanos y peruanas.

Frecuencia de compra de huevos en el hogar (%)





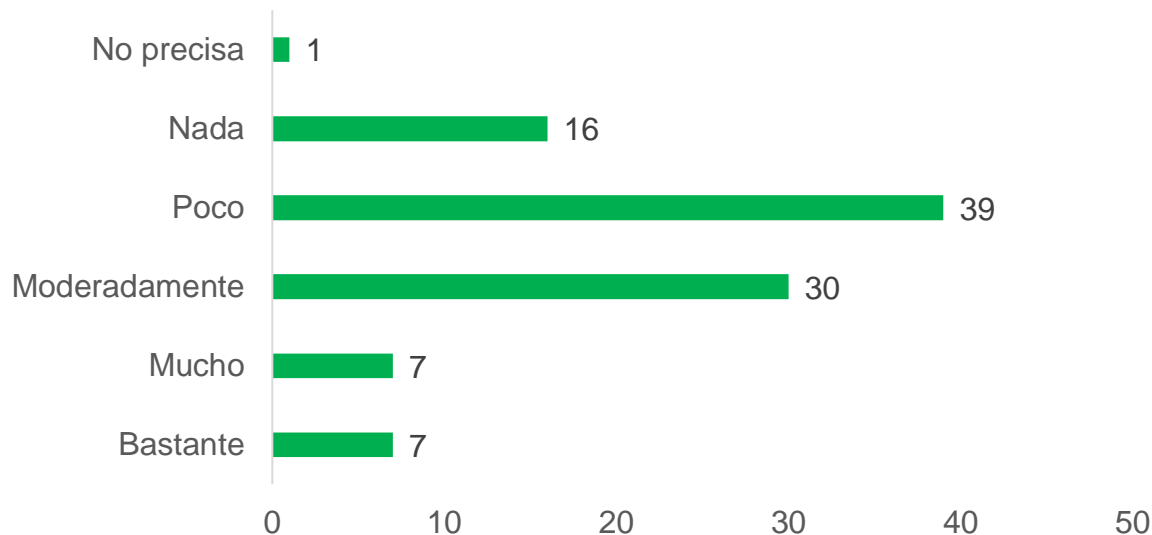
Conocimiento
sobre sistemas de
crianza y leyes

2

Sistemas de crianza

Más del 50% del país conoce poco o nada sobre los sistemas de crianza de las gallinas ponedoras de huevos. Es necesario informar a los y las consumidoras sobre como se crían las gallinas de los huevos que van a consumir

¿Cuánto conocía sobre las diferencias entre los modos de crianza de gallinas ponedoras? (Con tarjeta)
(%)



Información presentada

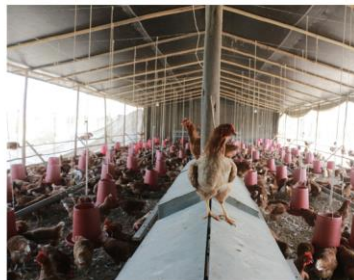
TARJETA JAULA

Las gallinas que viven en jaula no tienen acceso al aire libre. Su espacio de movimiento es muy limitado o no existente. No tienen cajas para nidos, perchas o áreas para rascarse. Los productos que generan son huevos de jaula.



TARJETA CORRAL


Las gallinas que viven en corral tienen acceso al aire libre por horas. Su espacio de movimiento es limitado. Sus jaulas están equipadas con cajas para nidos, perchas para posarse, área para rascarse y bañarse en polvo. Los productos que generan son huevos de corral.



TARJETA LIBERTAD

Las gallinas que viven en libertad tienen acceso permanente durante el día al aire libre y en la noche se les guarda en un corral / galpón. Su espacio de movimiento es amplio. Sus jaulas están equipadas con cajas para nidos, perchas para posarse, área para rascarse y bañarse en polvo. Los productos que generan son huevos libres de pastoreo.





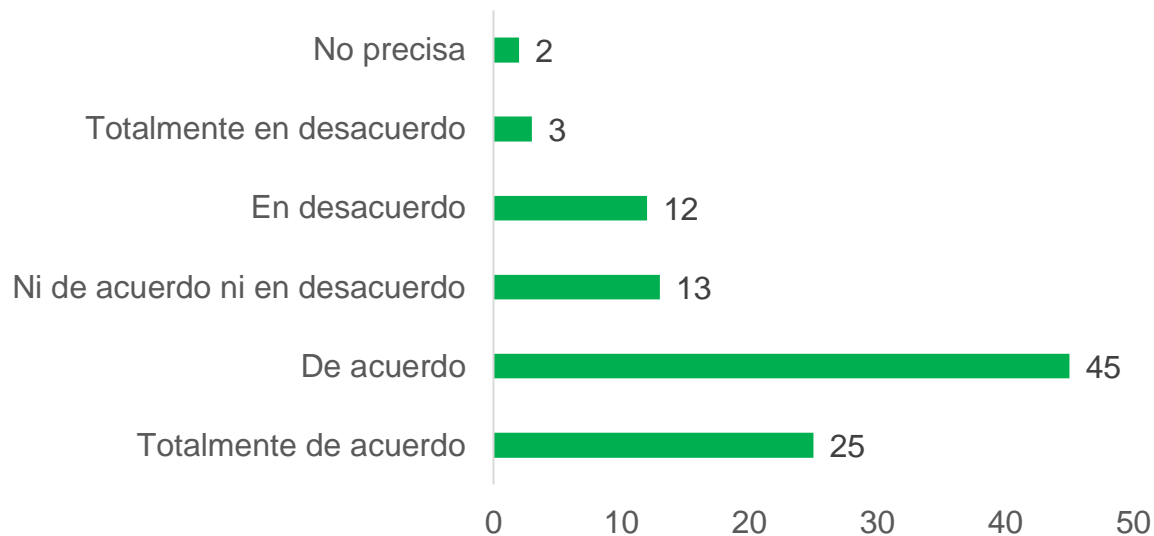
Opinión sobre ley
de etiquetado

3

Ley de etiquetado

El 70% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo con una ley que obligue a las empresas a implementar una etiqueta que informe sobre el tipo de crianza de las gallinas ponedoras. Los y las consumidoras **demandan** información.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estaría con este posible proyecto de ley? (Con tarjeta) (%)



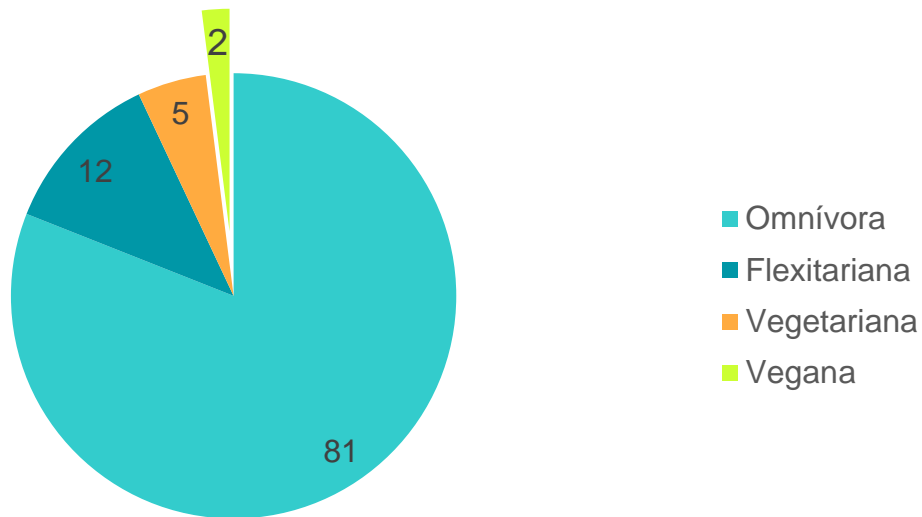
Características de los consumidores de huevos


4

Tipo de dieta

El 12% de los encuestados declara tener una dieta flexitariana, en la que excluyen ocasionalmente alimentos de origen animal y/o alimentos derivados de animales. Esto muestra una tendencia a reducir esto tipos de productos de su dieta.

¿Cuál de las siguientes opciones representa mejor su forma de alimentación diaria? (%)





Principales
hallazgos y
conclusiones

5

Principales hallazgos

- El 98% de los peruanos y peruanas compran huevos para usarlos como alimentos en el hogar.
- El 55% conoce poco o nada sobre el sistemas de crianza de gallinas en el país. Solo el 14% reporta conocer bastante o mucho, lo que hace necesario informar a todo el mercado.
- El 70% estaría a favor de un proyecto de ley que indique la forma en la que crían la gallinas en el Perú. Los y las consumidoras demandan información.
- El 19% de la población tiene una dieta que excluye parcial o totalmente productos de origen animal o derivados. Esto indica que 1/5 del mercado busca reducir o eliminar este tipo de productos de sus dietas.

¡GRACIAS!

