



compañía peruana de  
estudios de mercados  
y opinión pública s.a.c

**FEBRERO 2018**

PERÚ URBANO

**ETIQUETADO NUTRICIONAL  
EN ALIMENTOS Y BEBIDAS  
ENVASADAS**

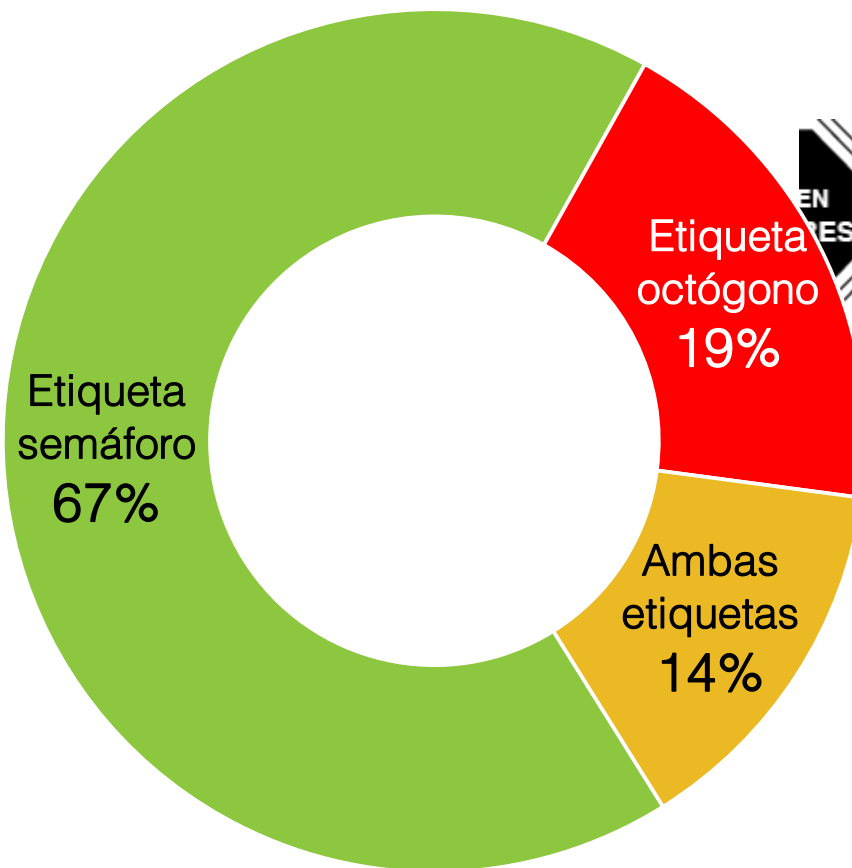
1 al 16 de Febrero del 2018

La Sociedad Nacional de Industria - SNI tiene especial interés en saber si los peruanos leen las etiquetas de los alimentos y bebidas envasadas y si prefieren como etiqueta nutricional:

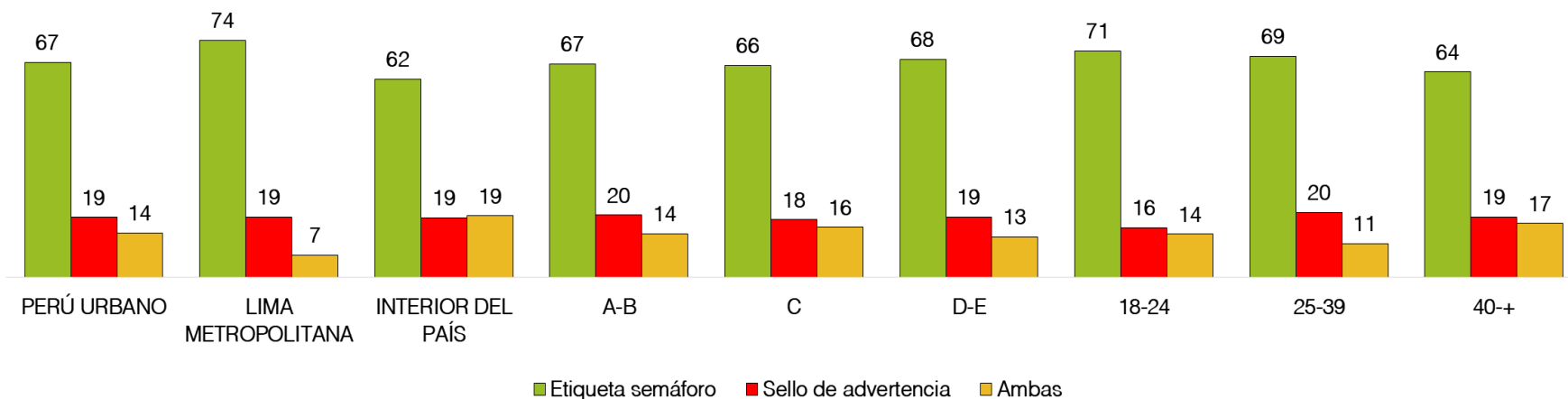
1. La etiqueta en forma de octógono donde se advierte sobre el alto contenido en azúcar, sodio, grasas saturadas y grasas trans propuesta por el Ministerio de Salud
2. Etiqueta semáforo nutricional que resalta con colores rojo, amarillo y verde el aporte de calorías, azúcar, sodio, grasas saturadas y grasas de una porción de producto, aprobado por la Comisión de Defensa del consumidor del Congreso de la República.

El estudio se desarrolló en 25 ciudades del Perú urbano, aplicando una encuesta estructurada a 1,000 personas de 18 años a más.

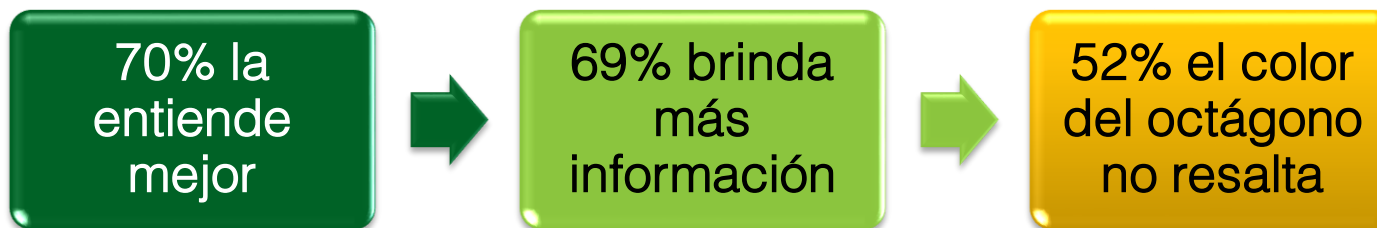
Los consumidores prefieren la Etiqueta semáforo nutricional



Recomienda que se utilice en los alimentos y bebidas no alcohólicas envasadas

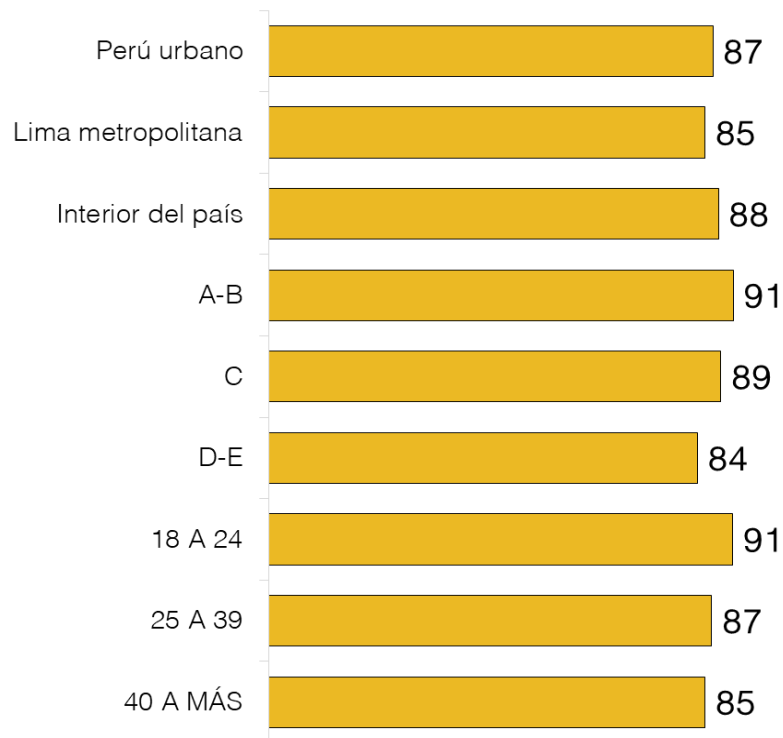


Las razones por la que recomiendan la etiqueta semáforo

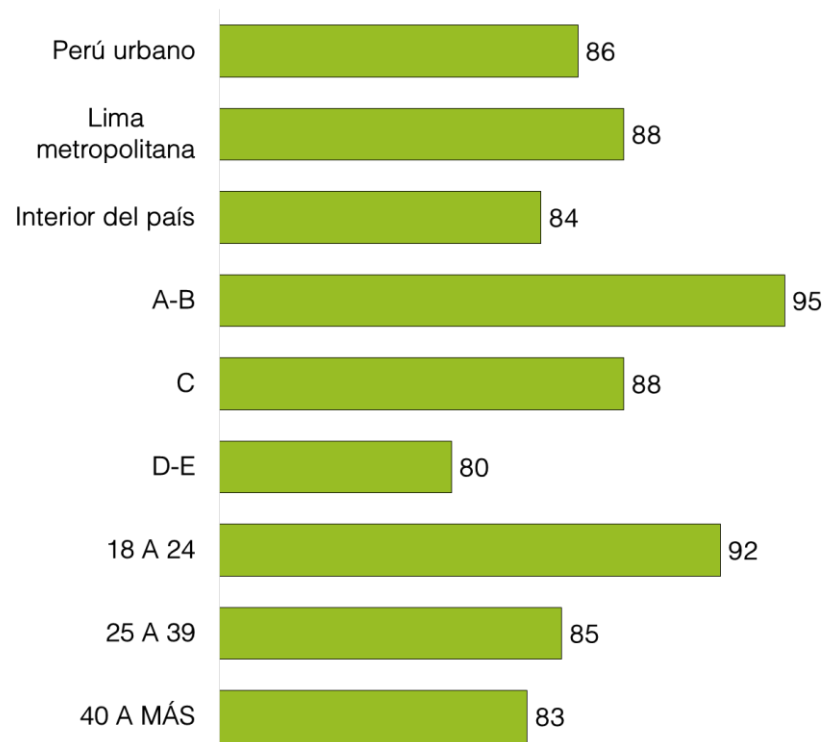


## Sin distinción de lugar, nse y edad los peruanos leen las etiquetas

Han leído etiquetas en los últimos 30 días



La primera vez que adquiere un producto revisa la etiqueta para saber qué comprar



La fecha de vencimiento, registro sanitario, lista de ingredientes y nombre del alimento es la información más importante para el consumidor

## UNIVERSO INVESTIGADO

- Población, hombres y mujeres de 18 años a más del Perú urbano.

## COBERTURA GEOGRÁFICA

- 17 Departamentos - 25 ciudades
- Lima Metropolitana: incluye las provincias de Lima y Callao
- Ciudades del interior: Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cañete, Chiclayo, Chimbote, Chincha, Cusco, Huancayo, Huánuco, Huaraz, Ica, Iquitos, Juliaca, Pisco, Piura, Pucallpa, Puno, Sullana, Tacna, Talara, Tarapoto, Trujillo, Tumbes

## TÉCNICA DE LA ENCUESTA

- Entrevista personal en el hogar seleccionado

## UNIVERSO INVESTIGADO, TAMAÑO DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA Y MARGEN DE ERROR

	Población de 18 a más años	Muestra estadística	Margen de error ± %
<b>Total Perú Urbano</b>	<b>17,029,972</b>	<b>1000</b>	<b>3.1</b>
<b>Según zona geográfica</b>			
Lima Metropolitana	7,309,873	500	4.4
Interior del país	9,720,099	500	4.4
<b>Según NSE</b>			
AB	3,270,458	228	6.5
C	6,035,534	430	4.7
DE	7,723,980	342	5.3
<b>Según Sexo</b>			
Hombre	8,309,506	490	4.4
Mujer	8,720,466	510	4.3
<b>Según grupo de edad</b>			
18 a 24 años	3,130,512	190	7.1
25 a 39 años	5,936,052	361	5.2
40 a más años	7,963,408	449	4.6

Fuente: INEI - Estadística poblacional actualizada a Junio 2017

APEIM - Distribución poblacional según NSE 2017

- El margen de error ha sido calculado asumiendo un nivel de confianza de 95.5% y valores para p y q = 0.5

## SISTEMA DE MUESTREO, ETAPAS Y MÉTODO DE MUESTREO

- El sistema de muestreo aplicado en la presente investigación es semi probabilístico, polietápico y por áreas.
- El marco muestral CPI está conformados por unidades de muestreo (UPM'S), que son conglomerados de 80 viviendas en promedio.
- Sobre la base de este marco muestral la selección de la muestra estadística se realiza de la siguiente manera:
  - Primera etapa:** Selección aleatoria sistemática de las UPM'S considerando un promedio de 8 encuestas.
  - Segunda etapa:** Selección aleatoria sistemática de viviendas dentro de la UPM utilizando un salteador aleatorio ('k'). Si la vivienda seleccionada está conformada por más de un hogar, se realiza una selección aleatoria simple.
  - Tercera etapa:** Selección de la persona de 18 años a más dentro del hogar seleccionado respetando la cuota según sexo y hogar.

## INFERENCIA DE RESULTADOS

- Para inferir los resultados a partir de la muestra se construyeron los factores de expansión. Estos factores de expansión se calcularon teniendo en cuenta el diseño muestral aplicado.
- La aplicación de los factores de ponderación permiten ajustar la estructura muestral obtenida a través del muestreo a la estructura poblacional estimada por CPI en base a información oficial del INEI.

## SUPERVISIÓN DE CAMPO

- 30% de la producción de cada encuestador mediante el sistema de la re-entrevista, sea telefónica o directamente con el entrevistado.

## FECHA DE TRABAJO DE CAMPO

- 1 al 16 de febrero del 2018

# La empresa de mayor trayectoria en el Perú

The logo for CPI (Centro Peruano de Investigaciones) is a yellow circle containing the lowercase letters 'cpi' in white. It is positioned in the center of a hand pointing upwards, which is superimposed over a large, dark, circular graphic resembling a vinyl record or a target with concentric rings. The background is a dark green with subtle circular patterns.

cpi

- Estudios de Medios de Comunicación
- Estudios Especiales
- Estudios Sociales
- Estudios de Opinión Pública
- Consultoría