



Estudio de Imagen y Consumo de huevos

Presentación de Resultados

Etapa Cualitativa



nielsen



Agenda

Objetivos y Diseño de la Muestra

Página 3

Entrevistas en profundidad sobre el genérico “Huevos” - Etnografía

Página 8

Exploración del genérico Huevos en la alimentación actual – Focus Groups

Página 51

Hallazgos

Página 84

Objetivos



Objetivos



- Conocer la **relación entre el consumo / no consumo de huevos y estilos de vida.**
- Conocer los **hábitos de compra.**
- Conocer la **modalidad de compra** de esta categoría.
- Conocer la **frecuencia de compra** en la categoría.
- Conocer el **canal de compra** de la categoría.
- Conocer la **tipología de consumo** de la categoría y su **utilización en preparaciones**

Metodología y Diseño de la Muestra



Metodología y Muestra

Etapa Cualitativa I – Focus Groups



- Se realizaron grupos de discusión motivacional.
- Las participantes fueron reclutadas de modo indirecto.
- La condición de ingreso al grupo fue haber comprado el producto (huevos) por lo menos una vez en los últimos 15 días.
- Se realizó entre mujeres de 20 a 55 años segmentadas por NSE.
- Cada grupo contó con entre 6 y 8 participantes y fue coordinado por un profesional experto en esta técnica de indagación.
- Cada uno de ellos se desarrolló en el ámbito de Capital Federal y GBA y tuvo una duración aproximada de 1 hora y 30 minutos.
- Las sesiones fueron grabadas y posteriormente grilladas para el trabajo del analista involucrado.

Edad	NSE	# grupos	Mix Hogar	Mix dietas
25-35	C1 / C3	1	Diferentes tipos de hogares, con hijos de diferente etapa: 1ra infancia, adolescencia, familia extendida	Algún miembro del hogar con dieta especial, hipocalórica, colesterol, etc
	D1 / D2	1		
40-55	C1 / C3	1	Diferentes tipos de hogares, con hijos de diferente etapa: 1ra infancia, adolescencia, familia extendida	Algún miembro del hogar con dieta especial, hipocalórica, colesterol, etc
	D1 / D2	1		

Metodología y Muestra

Etapa Cualitativa II – Observaciones Etnográficas en Hogares



Se realizaron observaciones entre mujeres amas de casa, que cocinen para los miembros del hogar, en situación de preparar alguna comida.

Objetivos

- Observar los hábitos de consumo
- Observar la preparación de alimentos para la familia en el hogar.
- Indagar las diferentes opciones de preparación de alimentos

- Observaciones Etnográficas:

- 1) Observación: Implica relevar durante un día las actividades que desarrollan las amas de casa en el consumo y / o preparación de alimentos para la familia.
- 2) Abordar a las mujeres indagando las razones de consumo, razones de elección de la categoría, beneficios del producto; etc. También se indagará por diferentes opciones en las cuales se utilizan o emplean los huevos en la alimentación.

- **Unidad de análisis:** se observa y aborda a mujeres, amas de casa. De 25 a 55 años de NSE Medio - Alto y Medio - Bajo.

Tipo de Familia	# Observaciones	C2/C3	D1/D2
Con hijos de hasta 12 años	2	1	1
Con hijos mayores a 15 años	2	1	1



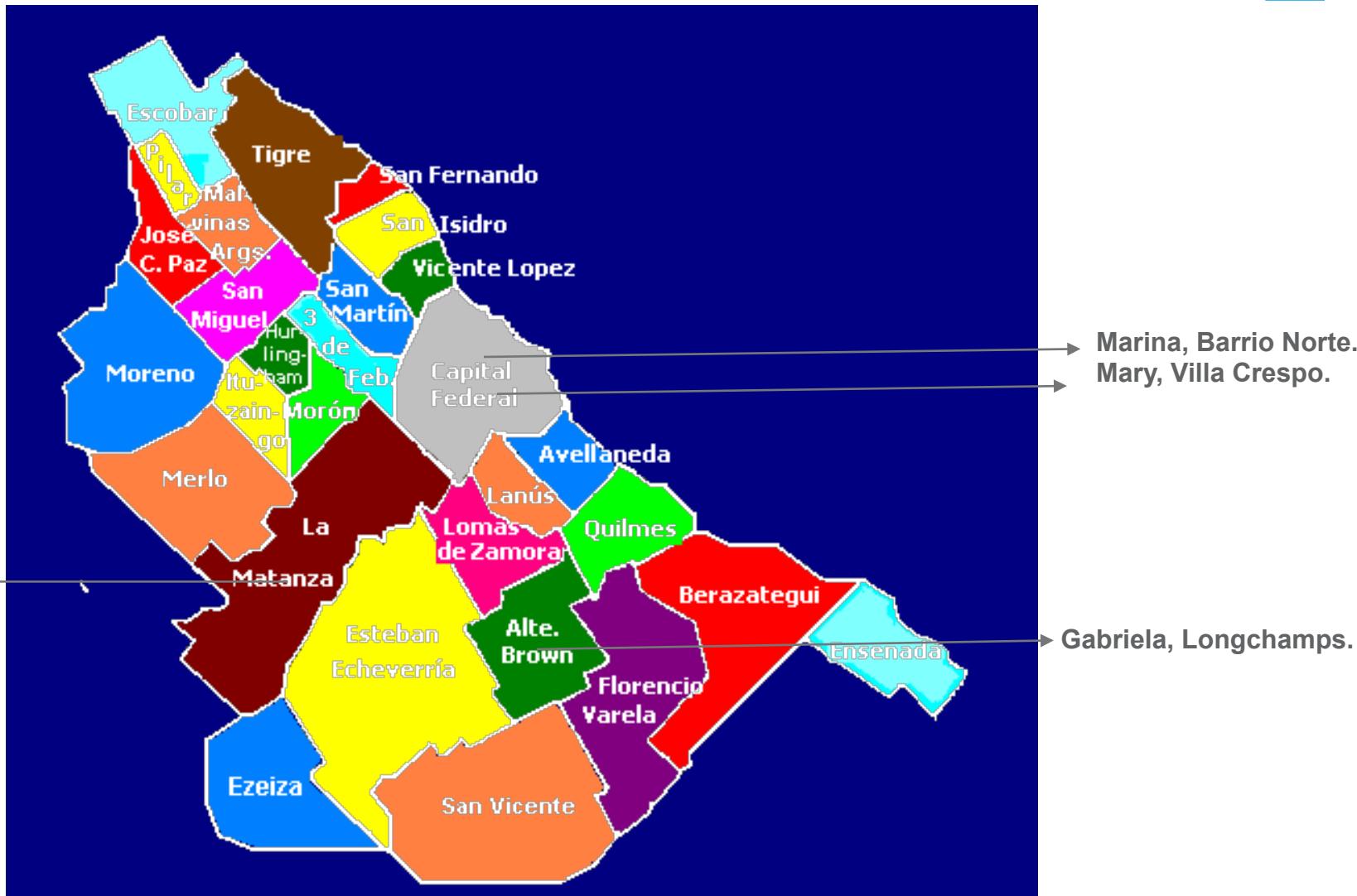
Entrevistas en Profundidad sobre el genérico “Huevos”

Perfil entrevistadas





Ubicación de hogares



Las mujeres – amas de casa



Marina - NSE C1

Tiene 40 años, vive con sus 2 hijos (uno de 14 y otro de 16). Es divorciada y actualmente está de novia. Vive en Barrio Norte. Alquila su departamento. Trabaja como camarera hace 8 años en el restaurant "Novecento" de Las Cañitas, tres veces por semana y además da clases particulares de gimnasia localizada. Es metódica y ordenada en las tareas del hogar, y la ayuda 2 veces por semana una empleada doméstica.



Mary - NSE C2

Tiene 48 años, 4 hijos (de 25, 22, 18 y 16). Vive con 3 de sus hijos y su nieto de 4 años. La hija de 16 es, desde hace dos años, vegetariana. Actualmente está de novia.

Vive en Villa Crespo. Es propietaria de un PH. Trabaja de profesora de educación física, administradora edificios, hace servicios de limpieza para edificios y además tiene un showroom de alquiler de disfraces en su casa.

Es inquieta, hiperactiva y “va y viene”, haciendo entre medio, las tareas del hogar.

● Las mujeres – amas de casa



Gabriela - NSE D1

Tiene 45 años y vive con 2 de sus hijos (uno de 12 y otra de 22), sus nietas de 2 y 3 años y su marido. Está casada hace 23 años.

Vive en Longchamps en una casa que compraron y están arreglando de a poco. La hija vive en la parte de atrás con sus 2 hijas. La madre de Gabriela vive enfrente.

Trabaja de empleada doméstica en diferentes casas y su marido es albañil. Trabajó durante muchos años como operaria en fábricas (Felfort y Jorgito).

Hace las tareas del hogar para los 6 miembros del mismo. Es familiar y solidaria para con sus allegados.



María José - NSE D1

Tiene 27 años, vive con su marido y sus tres hijos de 2, 3 y 6 años en una casa que alquilan en Isidro Casanova mientras terminan de construir la suya.

Trabaja haciendo “de todo” y lo ayuda a su marido en un local de insumos de computación.

También vende accesorios tuning para autos, negocio que viene desde el padre.

Es inquieta y “no para en todo el día”, distribuyendo su día entre sus hijos y su trabajo.

Ejes de Observación e Indagación

✓ El mundo privado de las entrevistadas

Su familia y las rutinas del hogar

4 entrevistas en profundidad en el hogar

✓ Hábitos de consumo y cocción de alimentos

Comidas habituales

Rutinas en la preparación de la comida

Compra de productos (lugares, frecuencia)

Comidas diferenciales para diferentes miembros y / o fechas

Nutrición en las comidas

✓ Usos y sentidos de los huevos en la comida

Comidas con huevos

Formas diferenciales de preparar los huevos

Lugar de compra, tipo de pack, cantidad por pack

Lugar de almacenamiento, cocción y consumo de huevos

Sustitutos y complementos de huevos

Propiedades

Aspectos negativos y positivos asociados

✓ Highlights

Análisis de las Entrevistas





Las rutinas familiares

MARINA



"Me levanto 6.40, despierto los chicos, les preparo el desayuno y se van al colegio. 2 veces por semana, doy clases de gimnasia y también tomo clases de yoga. Preparo el almuerzo y a la tarde, por ahí, tengo otra actividad. Trabajo en el restaurante de noche 3 veces por semana"

MARY



"Me levanto 6.15, levanto a la nena que va al colegio, le preparo el desayuno y ahí llega mi hijo de trabajar. Tengo 3 trabajos y después vengo, limpio y ordeno. A la tarde empiezo con los gimnasios. Ando corriendo todo el día. El sábado trabajo como un día normal y a la noche es el único día que está mi pareja y el domingo salimos a pasear."

GABRIELA



"Me levanto a las 7.30, mi marido igual y salimos juntos o él se queda porque es albañil y no tiene horarios fijos. Vuelvo tipo 2 – 3 – 4, depende... Los sábados trabajo de 8.30 a 12.30. Los fines de semana me dedico a la limpieza de la casa. Si estoy al mediodía, compartimos los almuerzos. Los domingos y lunes pasamos en familia bastante tiempo en casa"

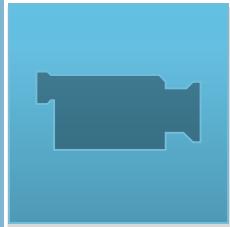
MARIA JOSE



"Me levanto temprano, organizo a los chicos y llevo al colegio al más grande. Hago un poco de todo, voy y vengo. Todas las mañanas compro lo que hace falta para el desayuno, un poco de pan en la panadería y leche en el almacén y después me encargo de los papeles del negocio de insumos de computación. Muchas veces dejo preparado el almuerzo. No paro hasta las 2 de la mañana".

TODAS ORGANIZAN SU DÍA EN TORNO A SUS ACTIVIDADES LABORALES Y LA ESCUELA DE SUS HIJOS.

Hábitos de consumo y cocción de alimentos



**Hábitos de Consumo
y Cocción de Alimentos**



● Comidas habituales

MARINA



Milanesas de pollo y carne (no más de 2 veces por semana)

Tartas, budines, panqueques, ensaladas, carne, arroz con atún y huevo duro, fideos, revueltos, ñoquis de sémola (cada tanto), ravioles.

Siempre comen postre, que puede ser frutas, panqueques, helado, yogur con miel. Siempre alternando.



GABRIELA



Milanesas, fideos, tortillas, churrascos, salsas de verduras con albóndigas, pollo con papas y arroz. Sopa con huevo y omelettes.

Lentejas con huevo y zanahoria.

“Arroz y fideos” es lo que más cocina.

MARY

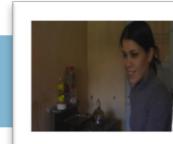


Milanesas , buñuelos de acelga, puré, ravioles, tartas pescados, zapallitos, bife y asado, ensalada rusa y empanadas.

Prepara comida específica para su hija vegetariana con quínoa, semillas de soja y seitán. Su hija es ovolacto-vegetariana.



MARIA JOSE



Pollo con papas, pollo con tortilla, pollo con revueltos, milanesas, guisos, sopa con fideos, sopa con pollo, huevo y queso.

La comida de todos los días siempre es con “pollo” (por el marido y el hijo mayor que les gusta). “Lo que se pueda armar con el pollo”.

Pasta los fines de semana y cada tanto carne.

Pescado de vez en cuando (cuando lo va a pescar su marido)



Rutinas en la compra y planificación de comida 1/2

MARINA

MARY

GABRIELA

MARIA JOSE

No tiene rutina de ir al super a hacer compras grandes. Salvo que tenga “\$600” que pocas veces sucede.

Compra en distintos lugares de acuerdo al alimento y al “apuro”. En el chino, en el super, en la carnicería, en la pollería o en verdulería (huevos) y frutería.

“compro huevos en la verdulería o pollería...los huevos son más grandes que en el super”

Piensa lo que van a almorzar y cenar cada mañana. Nunca hace lo mismo del día anterior.

Compra mensualmente café, yerba, azúcar, aceite . Carne 1 o

2 veces por mes y para la nena compra una vez por mes “todos” los vegetales necesarios: los hierva, prepara las comidas para ella y las friza.

Compra en Día, Disco, sobre todo **“busca ofertas”**. Compra los huevos en el supermercado.

Compra en el chino que la saca de apuro lo que le hace falta en el día.

Piensa las comidas cada día, salvo para la vegetariana. Martes y jueves son los días que puede cocinar tranquila a la noche y sino lo hace a la tarde entre gimnasio y gimnasio.

Compra en el supermercado cerca de su casa, incluso los **huevos**. El super tiene buena carne, tal vez más cara pero sabe que come bien y bueno. Para comprar verdura busca precio, compra en la estación o en el galpón. Generalmente compra en el galpón que es fresca y hay descuentos.

Compra por semana y lo que falta, en el día, depende como venga su semana de trabajo.

Con su plata compran la comida y con la del marido pagan las cuentas.

Piensa la comidas en el día. Para el nene tiene que preparar la comida el día anterior y él la calienta cuando llega de la escuela. A la noche en general algo livianito.

Compra todos los días pollo en la carnicería o donde le quede cómodo,” por la calle”. En general compra casi todo por día porque la casa tiene mucha humedad y no tiene lugar para guardar los alimentos. Galletitas, pan, manteca, leche también por día. Verduras comen poco, mayormente papa y zapallo. Los **huevos** los compra en el almacén o en la carnicería. Su padre tiene unas gallinas y a veces le manda huevos.

Trata de cocinar a la noche para el otro mediodía. Le importa que tengan su comida diaria y a la noche algo potente.



Comidas diferenciales para diferentes miembros y por actividades.

LA ELECCION DE LA COMIDA DEPENDE MAS DEL GUSTO Y LAS PRIORIDADES DE “LOS OTROS” QUE LAS DE ELLAS.

MARINA



Miembros:

Cocina para ella y sus dos hijos que van a la escuela y siempre vuelven al mediodía a comer. También prepara la comida de la noche.

Actividad:

“Si tiene gimnasio, huevos fritos no...pero revuelto sí. Le cocino revuelto de huevos y frutas porque es rápido y Facundo tiene poco tiempo”

Cuando da clases de gimnasia o toma clases evita comer “pesado”.

MARY



Miembros:

“La nena de 16 años, hace dos años es **vegetariana** y necesita una dieta especial. Necesito reemplazar las proteínas de la carne y por eso a las comidas les pongo quinoa o semillas de soja que tienen proteínas y otras cosas. Le pedí que huevo y lácteos no deje de comer porque necesita el calcio”.

“La **comida de los vegetarianos** tenés que prepararla con tiempo”.

Los demás comen de todo, su hija más grande come mucho huevos , sobre todo “fritos”.

Actividades:

Deja comida preparada para sus hijos, en el freezer, sobre todo a la vegetariana le prepara comida para que tenga lista. Se organiza en torno a los horarios de su trabajo.

GABRIELA



Miembros:

“**Una dieta para el nene que está excedido** de peso... trato de no usar cosas en lata, para las salsas compro el tomate perita y la hago yo. Pan no se come más.”

“Compro Levité para suplantar las gaseosas. Esta dieta la aplicamos todos también. Además mi **marido tiene colesterol**.”

Actividades:

Organización en torno la escuela del hijo y trabajo de la hija. Deja preparada la comida para el mediodía.

MARIA JOSE



Miembros:

“Mi marido es pesado para con...tiene asma, y en el último tiempo engordó mucho y le gusta el pollo. Yo me adapto a lo que quieran ellos, en especial mi **marido y el mayor, los otros 2 comen lo que hay**.”

“**Yo no tengo decisión en esta casa**, esto y acostumbrada al cotidiano de ellos”

Actividades:

Organización en torno a su trabajo, la escuela del nene que tiene 6 años y el trabajo de su marido.

Nutrición en las comidas 1/3



MARINA: “Me interesa que coman sano, casi nunca hago nada frito” “Tengo un tema con el aceite” “Comer sano es comer variado, palta, lechuga, tomate...” “Las verduras y frutas aportan un montón de cosas...agua....una naranja, vitamina C”

“Ensalada necesito comer, siempre algo húmedo” “En la escala de alimentos son principales las frutas y verduras, carne dos veces por semana y pollo (solo pechuga), trato de que no coman tanta carne...”



MARY: “Ya sabes que la carne tiene sus nutrientes, la verdura, el huevo, las frutas pero cuando tenés que poner esas proteínas en la vegetariana, ¿de dónde las sacas?” “Fui a la nutricionista enseguida para que no le falten los nutrientes, las proteínas vitaminas, hierro. Me muero... que le bajen los glóbulos blancos, rojos! Ella me recomendó la quinoa” “La nutricionista le explicó que huevo y leche tiene que seguir comiendo porque la leche y sus derivados tienen proteínas y necesita los nutrientes, las proteínas que tiene un huevo... El huevo no se empolla... Pero no comerlo en exceso” “A los otros trato de darles de todo, pescados, carnes, acelga, zapallos y si hago una fritura no la acompañó con otra fritura” “Cierta cantidad de huevos es buena pero después te hace mal, no hay que abusar, el huevo frito en especial”



GABRIELA: “Trato de buscarle la forma de que no se haga caro y sea alimento para los chicos...el hierro, calcio” “El hierro es todo...” “Trato de preparar la comida yo...no algo hecho...las milanesas las hago yo” “Sano es cocinar con verduras, más liviano y menos envasado” “Trato de que tengan una dieta más o menos balanceada....” “En verano se come más liviano, más ensaladas, y se come más huevos en las ensaladas , más frutas”



MARIA JOSÉ: “Me gusta que coman sano, antes de ir a Mc Donalds, prefiero cocinar yo” “Siempre trato de hacerles algo pesadito, no soy rompe con las grasas pero le saco la piel al pollo porque tiene grasa” “El pollo tiene muchas vitaminas” “Me importa que ellos tengan su comida diaria como corresponde... Ni un sandwichito de fiambre ni salchichas”

Nutrición en las comidas 2/3

La “adecuada nutrición” tiene un alto valor a la hora de organizar las comidas para la familia.

Se registra un “QUIEBRE” entre la comida que preparaban sus madres (con más aceite, “más carne”, “menos variada”) y la que preparan ellas.

A su vez, cada una de ellas le otorga sentidos diferentes a la buena “NUTRICION”, aunque siempre en relación a tener una DIETA SANA.



Nutrición en las comidas 3/3

MARINA

MARY

GABRIELA

MARIA JOSE

HUEVOS
LACTEOS

CARNE Y
POLLO
(PROTEINAS)

FRUTAS Y VERDURAS
(AGUA Y
VITAMINAS)

HUEVOS
LACTEOS

CARNE Y
POLLO
(PROTEINAS)

PESCADO Y
VERDURAS
(FOSFORO Y
HIERRO)

HUEVOS
LACTEOS

CARNE Y
POLLO
(PROTEINAS)

PESCADO, FIDEOS Y
ARROZ
(PROTEINAS)

HUEVOS
LACTEOS

FRUTAS y
VERDURAS
(PAPA,
ZAPALLO)

POLLO
(VITAMINAS)

El huevo es
imprescindible para
cocinar.

El huevo sirve para
mezclar.

El huevo es un agregado
en muchas comidas, te
“llena y nutre”

El huevo es bueno,
natural y te
“llena”

● Alimentos Infaltables en las comidas y el lugar del huevo

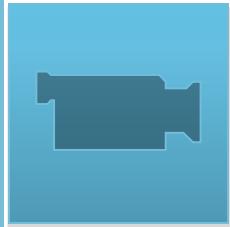
- “Los huevos son infaltables e imprescindibles en la heladera, como la leche, el nesquik, queso, manteca, dulce, verduras, banana”...(Marina)
- “Cualquier comida me lleva como mínimo 2 huevos, si hago un budín, una tarta, bizcochuelo” (Marina)
- “No veo como prioritario una comida con huevos sino que es imprescindible para agregarle a otras comidas” (Marina)
- “Cebolla, zanahoria, papa y huevos siempre tengo”(Gabriela)
- “No me gusta la comida ni cocinar... Si yo estuviera sola tendría yogurt, leche, yerba, café, y una porción de pizza” (Mary)
- “ la vegetariana come huevos, hay vegetarianos que directamente no comen ni siquiera huevos” (Mary)
- “ Siempre tengo huevos, mi hija más grande come mucho huevo...frito...llega y se hace 3 huevos fritos”
• (Mary)
- “Los alimentos que más uso son el huevo, pollo y zapallo, papa” (María José)
- “La fruta y el pollo son imprescindibles” (María José)
- “La leche tiene vitaminas y hasta a la mezcla para las milanesas le pongo leche, no como otros que la hacen con agua” (María José)



**NO HAY DUDAS:
EL HUEVO OCUPA UN
LUGAR PRIVILEGIADO EN
TANTO “IMPRESCINDIBLE”
EN CUALQUIER HOGAR.**

**SU NECESIDAD SE ASOCIA
A
OTROS PRODUCTOS
TALES COMO LA LECHE,
QUESO, MANTECA, CAFÉ,
YERBA Y NO TANTO A
COMIDAS.**

Usos y Sentidos de Los huevos en la cocina



Usos y Sentidos
de los Huevos
en las Comidas



Comidas con huevos y diferentes formas de preparar los huevos



MARINA

Huevo Frito, Revuelto:
“que es rápido”

Huevo duro en ensalada con
papa. Tortilla de papas “lleva
como 6 huevos” y Empanadas.
Ñoquis de sémola. Budines, tartas,
Milanesas.Omelette.
“A mis hijos les gusta la yema
blandita, a mi sancochado”



MARY

Milanesas , tartas , budines.
“El asado, el bife y los ravioles,
no”. Huevo duro, Huevo frito
(su hija).

Omelette. Ensalada rusa.
Mayormente los usa para
preparar.



GABRIELA

Empanadas, croquetas, tortas
Una vez por semana se hace “frito”
por las milanesas
Ensaladas, omelettes, huevo fritos
(con poco aceite, con fritolín
porque tiene Essen) guisos, fideos.



MARIA JOSE

Milanesas, sopa, revuelto
de papa, ensalada de papa y
huevo, Bizcochuelo, huevo duro (el
hijo mayor come huevos duros
todos los días). Tortilla y revuelto
“les encanta a los chicos, son
felices”





Lugar de compra, tipo de pack y cantidad por pack. Almacenamiento, cocción y consumo de huevos.

MARINA

Tipo de huevo y criterio

Blancos o de color, no sabe la diferencia. De "tamaño grande".

Lugar de compra

Pollería o Verdulería: son más grandes que los del super. \$3.50 la ½ docena

Tipo Pack y cantidad

En papel de diario

Mínimo 1 docena por semana

Almacenamiento

Los guarda en la heladera detrás de la Puerta: "es cómodo" Si tienen plumas, los lava antes.

Cocción y consumo

En la cocina

Comen en la cocina

Máximo y mínimo de consumo por día

"No te podes comer un huevo duro todos los días, igual hay muchas comidas que hago y llevan huevos, no los ves pero están, entonces comemos más. Como mucho 2 huevos fritos por semana."

MARY

Compra blancos porque son más baratos. Los rojos son mejores "no sé porque", pero mucho más caros.

Supermercado : \$2.90 ½ docena

Caja de cartón

2 docenas por semana

Los guarda en la heladera detrás de la Puerta "no se sabe porque". Los huele.

En la cocina

Comen en la cocina

Su hija come huevos todo el tiempo, huevos fritos sobre todo: "no le digo nada, ya está grande". Los demás los usa para preparar la comida.



Lugar de compra, tipo de pack y cantidad por pack. Almacenamiento, cocción y consumo de huevos

GABRIELA

Tipo de huevo y criterio

Blancos, porque el colorado es más pesado y tiene más colesterol “porque es de granja”.

Lugar de compra

Supermercado

Tipo Pack y cantidad

Cartón: son más grandes y No se rompen.

1 docena y media x semana (\$ 6 x 12)

Almacenamiento

En la heladera “es más cómodo”. Si están sucios, los lava.

Cocción y consumo

Cocina - comedor

Cocina - comedor

Máximo x y mínimo de consumo por día

No hay un límite pero “3 o 4 huevos por día es demasiado”.

MARIA JOSE

Blancos pero “no sé por qué”.

De las gallinas de su padre, en almacén o en carnicería, “donde sea”.

Papel de diario. Son más grandes

1 / 2 docena (\$3) por día

En la heladera, con “papel de diario y todo”.

Cocina - comedor

Cocina - comedor

No se fija.



Lugar de Almacenamiento



MARINA



MARY

SI BIEN TODAS GUARDAN LOS HUEVOS EN LA HELADERA POR LA “COMODIDAD” QUE PRESENTA EL TENER UN LUGAR ESPECIFICO, NINGUNA LO CONSIDERA IMPRESCINDIBLE PARA SU CONSERVACION.
“HAY GENTE QUE LOS GUARDA AFUERA...”



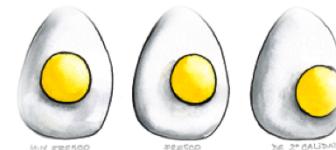
GABRIELA



MARIA JOSE

Técnicas para controlar la calidad y el vencimiento de los huevos

- “Cuando el huevo flota está vencido, cuando la yema del huevo se va al borde cuando es más vieja, tiene sangre, tiene la lagaña blanca...está malo” (Marina)
- “ No sé que determina la calidad del huevo” “ nunca se me ocurrió mirar la caja, ni sé que es lo que dicen” “ hay marcas, en el supermercado”....” “Me imagino que son mejores”(Marina)
- “ Sí tienen un vencimiento, a parte si vos lo tiras al agua y el huevo subió es porque está feo o lo batis y hace ruido a agua, está feo” (Gabriela)
- “Nunca presté atención a la marca... a la granja” (Mary)
- “ Me fijo que no tengan olor, una vez compré unos que tenían y olor en el chino y estaban feos” (Mary)
- “No tienen vencimiento, igual te das cuenta que están feos cuando la yema está muy anaranjada” (María José)



**LA MARCA Y EL VENCIMIENTO
NO SON UN VARIABLE DE
DECISION A LA HORA DE
ELEGIR EL TIPO DE HUEVOS.
NO OBSTANTE CADA UNA
TIENE SU TECNICA PARA DAR
CUENTA DEL VENCIMIENTO O
MAL ESTADO DE LOS MISMOS.**

● Elección de HUEVOS

LOS PRINCIPALES
MOTIVOS
PARA LA ELECCION DE
HUEVOS

LOS PRINCIPALES
MOTIVOS
PARA LA ELECCION DE
PACK

TAMAÑO

PRECIO

COLOR : BLANCO

PAPEL DE DIARIO

CARTON

MAS GRANDES
(Marina)

MAS GRANDES Y NO
SE ROMPEN
(Gabriela y Mary)

Sustitutos y Complementos del Huevo

• Sustitutos

- ✓ En términos generales no se percibe un reemplazo del huevo por la carne.

Mary: En el caso de su hija vegetariana, el reemplazo explícito de la carne es la quinoa, las semillas de soja o el seitán. Luego con mayor insistencia aclara que no permite que su hija deje de consumir lácteos y huevos por recomendación de la nutricionista.

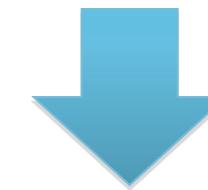
- ✓ Frente a la ausencia de carne, el huevo no aparece como sustituto pero sí “como un indispensable”.

“Yo la carne no la reemplazo por el huevo... Todo es acompañamiento del pollo o la carne” (María José)

“Son imprescindibles en cualquier cocina” (Marina)

“ Mi hijo con las lentejas suplanta la carne por el huevo pero más por gusto que por otra cosa” (Gabriela)

“ El huevo es como el aceite” (Gabriela)



SI BIEN EL HUEVO NO APARECE COMO OPCION POSIBLE PARA REEMPLAZAR LA CARNE



ES PRESENTADO COMO ELEMENTO INDISPENSABLE EN CUALQUIER HOGAR.



● Sustitutos y Complementos del Huevo

• Básicos y Complementos

- ✓ En términos generales el huevo aparece como un básico necesario para la preparación de las comidas. El mismo es imprescindible para “unir y para mezclar”. Un ejemplo de esto se ve en la preparación de las milanesas, los budines o las tartas.
- ✓ Asimismo el huevo es un complemento nutricional que provee “calcio” o “proteínas” y se agrega en otras “comidas” como es el caso de agregarle un huevo a los fideos , a las lentejas o a las ensaladas.

“El huevo es un complemento de las comidas ... Si haces lentejas, le pones el huevo para el calcio” (Gabriela)

“El huevo lo uso para preparar comida, no como comida” (Mary)

“Los huevos es como que te unen” (Marina)



EL HUEVO ES UN BASICO
NECESARIO, “COMO
EL ACEITE”.

Y ES UN COMPLEMENTO
QUE PROVEE DE
 (“CALCIO”, “PROTEINAS”,
 “VITAMINAS”) COMO UNA
 COMIDA.



Propiedades

“Sé que el huevo tiene **calcio**” (Gabriela)

También remarca en otro momento que tiene **proteínas y vitaminas**.



“me aporta, creo que **proteínas**....”

“Pero la verdad es que no me fijo que propiedades tiene, lo que si sé es que son **imprescindibles** por el tipo de comida que hago” (Marina)



SE LE
ATRIBUYEN
“MULTIPLES
PROPIEDADES”



CALCIO

PROTEINAS

VITAMINAS

“El huevo tiene **muchísimas proteínas**, me decía mi papá...por eso no me preocupo con la sopa”

“No sabría decirte que tiene... no se me hace que es malo. Es natural, no es artificial ni tiene cualquier cosa...” (María José)



Para las chicas que hacemos gimnasia tenemos que comer 6 huevos por la mañana mezclados, con leche o crudos, mayormente te piden que sea la yema. Tiene **proteínas** pero yo no lo hago porque no me gusta, pero bueno es...”. (Mary)



Las diferentes partes del huevo y sus efectos

"La yema tiene colesterol, la clara no..la clara podés comer todo lo quieras" (Marina)

"Igual comemos un montón de huevos en la semana, pero no los ves...no tenés la yema ahí que la estas viendo" (Marina)

"La parte amarilla es la que tiene colesterol, la clara no" (Gabriela)

"En los budines no ves los huevos....en un revuelto o una tortilla de papa sí..."(Marina)

"El huevo no te trae colesterol, pienso que es la carne la que te tapa las arterias" (Mary)

"Cuando está anaranjadita la yema, es que está feo el huevo" (María José)

" El huevo te trae gases...eso seguro" (María José)

" El huevo es bueno en cierta cantidad, sino te hace mal...te patea el hígado" (Mary)

A LA HORA DE HABLAR SOBRE EL HUEVO TODAS LO SEGMENTAN

LA YEMA: ES MAS PESADA Y TIENE COLESTEROL

LA CLARA: ES MAS LIVIANA

LA CANTIDAD OPERA COMO UN FACTOR LIMITANTE PARA SU CONSUMO PERO ESTA SE PONE EN JUEGO CUANDO EL HUEVO ES PROTAGONISTA.

Dicho prejuicio queda invisibilizado cuando el huevo opera como ensamble para liar (ej. Tarta).

Aspectos Positivos y Negativos de los Huevos 1/2

Aspectos Positivos

Proteínas

Vitaminas

Calcio

Sirve para “UNIR” y
“LLENA”

Te “saca del paso”
(revuelto, omelettes)

Útil para resignificar
restos (rinde mas)

“ Cuando me quedan fideos o arroz hecho, lo mezclo, hago croquetas, le pongo 1 o 2 huevos y hago una cosa a la comida” (Gabriela)

Aspectos Negativos

Colesterol

Olor a huevo en los platos
y vasos. Plumitas.

Frito: patada
al hígado

Produce Gases

“Te seca”

“ A papá le prohibieron los huevos en un momento por el colesterol ” (Marina)
“ No como tanto huevo, la yema tiene colesterol, la clara no ” (Marina)

“ Yo nunca te como huevo, solo si está preparado, mezclado en una comida pero me da miedo por el hígado , el estómago ” (Mary)

“ El huevo me gusta pero no te lo como porque no puedo andar con gases ”

“ Trato de acompañarlo con un zapallito porque te seca ” (María José)

Aspectos Positivos y Negativos de los Huevos 2/2

DE LO POSITIVO

Lo más señalado fue su propiedad *FUNCIONAL* de “unir” y su utilidad para preparar “comidas rápidas” (revueltos, tortillas) pero las propiedades no son determinantes para su uso.

Asimismo se lo asocia a beneficios como elemento energizante para hacer “deportes”.

En un plano *EMOCIONAL*, el huevo aparece conectado a un pasado “familiar” en donde la figura de la madre o la abuela lo utilizan cotidianamente e inmediatamente le otorgan beneficios.

DE LO NEGATIVO

Lo más señalado fue el **COLESTEROL** (específicamente en la yema).

Si bien Mary le atribuye el “colesterol” a la carne más que al huevo, todas las demás “saben” por “saber popular” que el huevo tiene colesterol o porque los médicos recomiendan su evitación en caso de colesterol alto.

El saber popular y el saber médico han logrado una alta internalización en la relación

HUEVO = COLESTEROL



Highlights

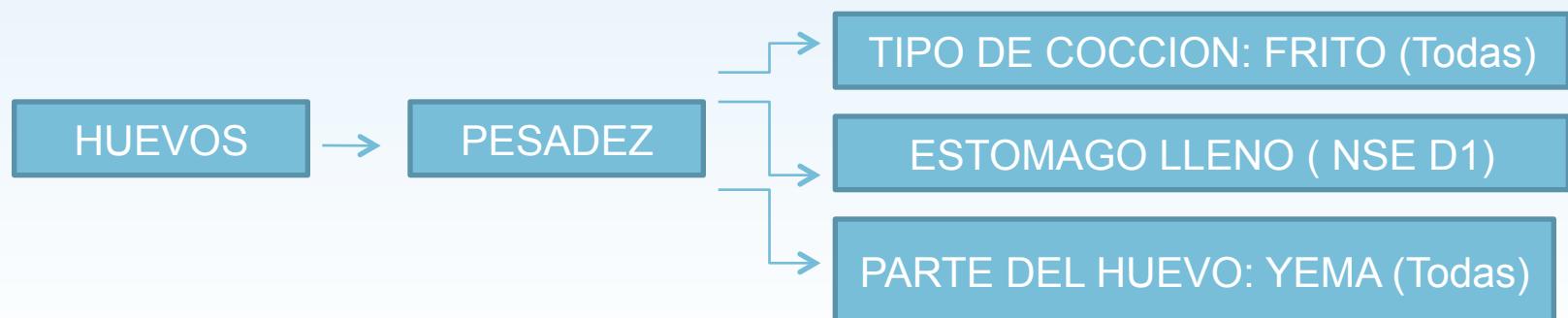
Highlights

¿En dónde reside la pesadez en las comidas?

La **pesadez** es una temática recurrente en todas las entrevistadas, pero los sentidos asociados varían ampliamente, incluso en un mismo sujeto. Una variable recurrente es la pesadez asociada más a un tipo de cocción que a una comida en particular (“lo frito/huevo frito vs. huevo batido en una tarta”).

No siempre la noción de pesadez es estrictamente negativa. En particular en sectores populares. *Maria José* asocia la pesadez a “lo sano”, lo que es “casero y elaborado” y también a que deja el estómago lleno.

En lo que respecta directamente al huevo existe unanimidad en la asociación de la pesadez a la yema y no a la clara y de lo frito y no a lo duro o pasado por agua.



Highlights

Segmentación: la parte y el todo

El huevo a veces es considerado una unidad y otras es segmentado. La yema es la portadora del colesterol con los sentidos negativos que ello implica. A la clara, en cambio, no suelen atribuirsele propiedades negativas sino positivas.

En ciertos casos hemos visto que se le asigna las propiedades de la cáscara (calcio) a todo el huevo (*Gabriela*).

“Comer bien”: ¿ es comer mucho?

A diferencia de lo asumido en las nociones tradicionales de “buena alimentación” (OMS), en sectores populares es muy común encontrar una asociación directa entre comer bien y comer mucho.

De este modo *Maria José* afirma: “Alex desayuna re bien, pan con manteca, mate cocido con leche, galletitas y en el camino saladix, agarra fruta pero siempre su actimel o su botellita de jugo”



Highlights

Huevo de Color vs Huevo Blanco

Los sentidos atribuidos a las variedades de huevo no son uniformes, sino más bien contradictorios, y con pocos fundamentos reales. Gabriela sostiene que el huevo de color tiene más colesterol, es más pesado porque “es de granja”. Sin embargo Mary cree que el huevo de color es más caro y “mejor” y María José no percibe diferencia entre ambos, siendo el de color más caro pero sin entender por qué. “Los huevos que me trae papá son blancos o rojos y ambos son de granja, serán de diferentes gallinas”

BLANCOS

DE COLOR



CON POCOS FUNDAMENTOS DIFERENCIAN EN GENERAL AL HUEVO DE COLOR DEL BLANCO POR EL PRECIO: EL DE COLOR POR SER MÁS CARO PARECE SER MEJOR.

Highlights

Huevo como complemento: es el cemento de la construcción

Para algunas consumidoras el huevo es un complemento necesario para "llenar". Por ejemplo, en un guiso, para Gabriela (NSE D), el huevo llena y nutre, o para María José(NSE D) que el huevo duro saca el hambre.

Para otras es un complemento en tanto es imprescindible para cocinar, para unir, para mezclar, para preparar (*Marina y Mary (NSE C)*).

Para ambos tipos de consumidoras el huevo es altamente valorado y su inclusión en las comidas es indiscutible.



Highlights

Último en la escala de asociación espontánea pero recordemos que los últimos serán los primeros

Hay poca mención del huevo como elemento nutricional importante.

En términos generales, en la nutrición el huevo aparece en una posición baja en la escala, se “necesita” pero no se piensa como un elemento nutricional básico como si se define a la carne en cierta cantidad, las verduras, las frutas o el pescado. Esta escasa asociación nutricional plantea una paradoja.

El huevo no es provisto de alta carga nutricional porque no se lo ve en la mayoría de las comidas que son percibidas como nutritivas, es decir, en la preparación de un pescado, en una ensalada y demás.

El huevo **no aparece como protagonista** de las comidas (salvo casos particulares como revuelto , omelette, huevo frito) aunque suele “colarse” en diversos preparados invisibilizado para ligar, unir y mezclar.

Dicha invisibilidad es tal que las consumidoras buscan variar entre comidas (milanesa, tartas, ensaladas, etc) olvidándose o no percibiendo que los huevos forman parte de todas aquellas opciones que “eligen” para evitar “tanto consumo de huevo”.



Highlights

Las diversas motivaciones en la selección de los huevos

Lo más significativo que hallamos es que la marca y la certificación no aparece como una variable determinante en el proceso de selección de huevos. De hecho ninguna entrevistada recordaba marca alguna de huevos y en general ni siquiera comprendían a que nos referíamos con certificación.

Se prioriza el tamaño, precio y el lugar de compra, pero las percepciones atribuidas a estas tres variables son altamente contradictorias entre las usuarias.

Marina considera que en la pollería y verdulería son más naturales y son más grandes y por eso compra allí. A diferencia de los huevos que compraría en el “chino” por apuro que son más chicos.

- *Gabriela* por el contrario afirma que en el supermercado, son menos “naturales” y más grandes.
- *Mary* dice que “sabe” que los de color son mejores pero compra los blancos porque son más baratos.
- Por otro lado *María José* sostiene que compra los blancos porque son más grandes.



Highlights

Las proteínas del huevo , las de la carne y la calidad

Se sabe que los huevos tienen proteínas pero no se piensa, a diferencia de la carne, en la calidad de los diversos tipos de huevo a la hora de proveer de proteínas.

Es mas, hay diversas formas de pensar la calidad dado que para *Gabriela* un huevo de granja y natural no es añorado mientras que *Marina* compra los huevos en la pollería asumiendo que son huevos de granja y por ende mejores.

“Es imposible que tu dieta sea todos los días con huevo” (Marina)

Highlights

Impresión y asco.

Hay una referencia general a ciertas cuestiones vinculadas a los huevos que generan rechazo e impresión. En general son elementos que remiten a irregularidades (doble yema) o que recuerdan la naturaleza tras los huevos (plumas pegadas, yema muy roja, excremento de gallina, manchas de “sangre”).**Paradójicamente**, el hecho de su asociación con la “naturaleza” en otros momentos le **otorga sentidos positivos** (por ser un producto natural como la “leche”)

“ Es natural, no hay nada artificial, claro que es bueno” (María José)

Gabriela no compra los de granja , *Marina* saca lo blanco y las manchas de “sangre”, *Mary* los lava si están sucios.

“ Eso blanquito me da impresión verlo” (*Marina*) “ Si tienen la plumita como ese, los lavo” (*Marina*)

“ Cuando la yema es muy roja, mmm...la comes con duda” (*Gabriela*)



Highlights

Noche vs. Día

Las percepciones de pesadez o inconvenientes de la ingesta de huevos difiere según el momento del día en que se consuma. Algunas usuarias consideran que lo “más pesado” debe comerse de día mientras que otras priorizan que los niños se vayan a dormir con el estómago lleno.

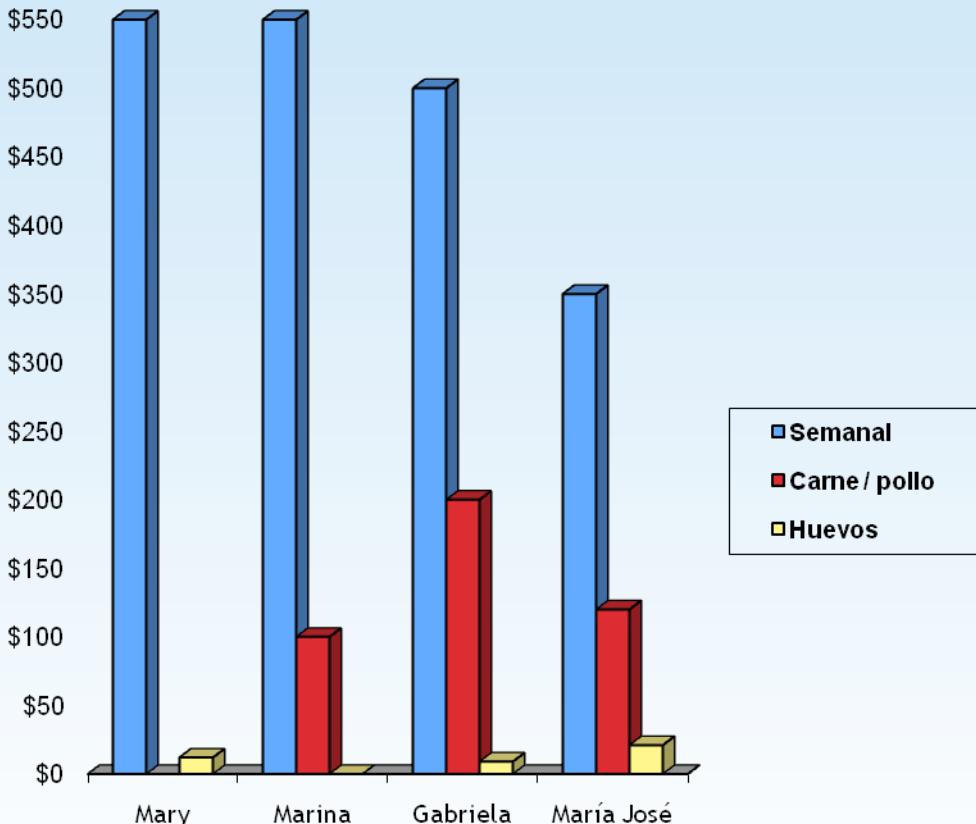
¿ Cuántos huevos consumis por día?

Para las consumidoras es difícil responder a esta pregunta porque el “huevo mezclado en las comidas” no es una “comida” en sí misma. Es difícil calcular cuánto te toca en una ensalada o en la tarta de esa cantidad de huevos.

“ Las abuelas te daban un huevo duro todos los días antes de almorzar” “ Yo , 4 veces por semana no como huevo....Será porque la yema tiene colesterol pero la verdad, ahora que pienso, comemos más porque en las tartas y milanesas también hay huevo” (Marina)



Highlights. ¿Cuánto gastan en comida?



- Mary
\$ 80 por día para comer
\$ 550 por semana (\$12 por semana en huevos)
- Gabriela
\$ 400-500 por semana (\$ 200 de carne y \$9 por semana en huevos)
- Marina
\$ 550 por semana (\$7.50 por semana en huevos y \$ 100 de carne)
- María José
\$ 50- 70 por día para comer
\$ 350 por semana en comida (\$ 21 por semana de huevos y \$120 en pollo)

Recomendaciones

Recomendaciones

- Resulta necesario clarificar las propiedades que posee el huevo y desmitificar las asociaciones negativas asociadas. Se cree que produce o “tiene” colesterol pero paralelamente no se “puede dejar de comer” porque es imprescindible.
Si se valoraran sus aspectos positivos, tanto emocionales como funcionales, se reduciría la incertidumbre de tantos mitos asociados.
- El huevo tiene un alto potencial de ser posicionado como la leche, es decir como elemento de vital valor nutricional para la dieta de niños y adultos.
Es necesario reposicionarlo en la pirámide nutricional y positivizar su valor de natural y la riqueza que ello connota.
- Dado que el tamaño es aquello que se tiene en cuenta a la hora de elegir los huevos y éste no está íntimamente ligado a una marca o a un color, es necesario repensar dicho driver en la comunicación de la marca.
- Se sabe que los huevos son buenos para hacer deporte, por las “proteínas, calcio, vitaminas” pero no se sabe en donde reside todo ese potencial. La yema es la malvada de la novela cuando se lo segmenta, pero la clara es la actriz secundaria en la concepción del huevo como unidad. *¿En donde reside ese potencial?*



Recomendaciones

- Es necesario e importante recuperar aquellos aspectos emocionales y momentos familiares relacionados al consumo de huevo.

Los recuerdos de las madres o las abuelas, la asociación con la preparación de “tortas, flanes, budín de pan” y “ese huevo diario” revalorizarían al huevo y sus propiedades positivas.

- Es importante remarcar que la **versatilidad y la practicidad** del huevo en sus preparados.

Te permiten sacar del paso sin perder de vista las proteínas y vitaminas necesarias en una dieta.



Exploración del genérico Huevos en la alimentación actual

Análisis Focus Groups





Breve síntesis sobre el rol de la mujer actual

La Mujer de Hoy conserva y ejerce naturalmente y sin cuestionamientos los múltiples roles inherentes a su género y condición.

- **La maternidad:** que la atraviesa y modifica su vida en un antes y un después.

- Su atribución histórica de **Proveedora** del hogar en tanto dadora/ nutricia, cuidadora y responsable de la salud y armonía familiar.



El terreno del amor

- Cuidados
- Ternura
- Consentir/dar gustos



El terreno de la responsabilidad y la obligación

- Alimentación saludable
- Prevención de enfermedades
- Cuidado y limpieza del hogar

Ámbito del placer
Es auto-gratificante.
“Nada me da más alegría que mimarlos”

Ámbito del “deber ser”
Es la gratificación de la familia.
Está en juego su imagen frente a los otros.
“Es una parte muy importante de mi vida, si no la más”

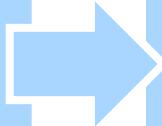


Los cambios sociales y culturales

- Pero si bien estas funciones son históricas y heredadas, no permanecen inalteradas.
- La movilidad social, los avances científicos y tecnológicos y las nuevas tendencias y la mediatización de la información imprimen en la Mujer modificaciones que van incorporándose a su rol y la re-definen continuamente.

• A diferencia de sus madres/abuelas, desean un espacio personal no invadido por las obligaciones familiares.

• Esto no siempre es posible – especialmente en los segmentos más bajos – pero está presente en el imaginario y se convierte en un **ideal a concretar**.



• Por lo tanto, y en procura de ganar tiempo y calidad de vida, buscan y aprovechan todos los beneficios que las nuevas tendencias – especialmente alimenticias – les ofrecen.

• Más allá de sus posibilidades, tratan de identificarse con un modelo de mujer Moderna, Actualizada, Activa, no esclava del hogar.

A medida que el NSE baja...

- Las mujeres deben re-acomodarse a la realidad económica a la que están sometidas.
- Se REINVENTAN, se convierten en expertas en precios, lugares de compra, productos sustitutos, etc.
- Si bien esto se inserta dentro de un cierto campo de padecimiento emocional, su re-acomodamiento las enorgullece. Salen adelante sin descuidar sus funciones.
- Su auto imagen –como un mecanismo de defensa - se eleva.

La PLASTICIDAD también es una característica de la mujer actual.

La búsqueda de beneficios: la practicidad

- La Practicidad ha dejado de ser un mero beneficio funcional que ayuda a la mujer a ahorrar tiempo y energía.



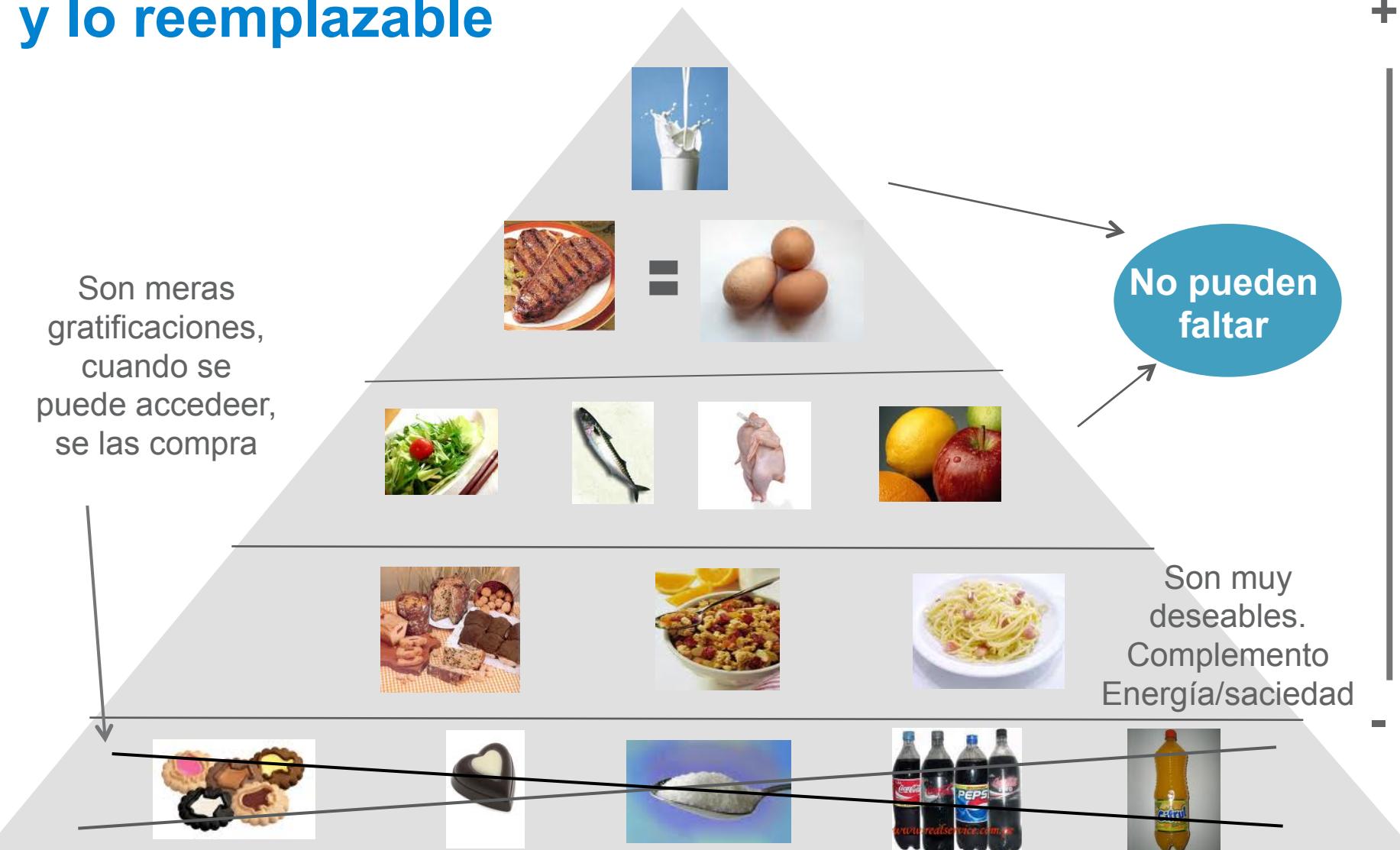
- Se ha convertido en **un atributo** ganado y ejercido, que forma parte de la redimensión y definición del ser mujer hoy.
- No sólo busca practicidad para mejorar su calidad de vida, sino que la necesita para su auto-imagen, y su auto-valoración.
- **NO SER PRÁCTICA CONNOTA UN MODELO DE MUJER ANTIGUA Y ESCLAVA DE LA QUE QUIEREN DIFERENCIARSE.**



- Y se manifiesta en todas las facetas de su vida, son prácticas en:
 - Las compras
 - Las preparaciones culinarias
 - La nutrición de la familia
 - La limpieza y acomodamiento del hogar, etc.
- Uso del tiempo libre, aún el más escaso, para su propia gratificación.



La alimentación de la familia: lo imprescindible y lo reemplazable



La alimentación ideal

- Abarca gran parte SI NO TODOS los elementos de la pirámide alimenticia, pero la realidad individual imprime cambios que la Mujer se siente obligada a realizar.
- La situación económica actual no permite la adquisición de todos los productos necesarios para una alimentación completa, balanceada y saludable para todos los miembros de la familia.
- *“Me gustaría poder comprar de todo, pero es imposible y cada vez más”*



- Dentro de una investigación: Al ser interpelada por sus hábitos de compra, entra en conflicto:

\$ vs. “Deber Ser”

Puede sentirse en falta.
Puede ocultar información.

• Aún así: Sus mecanismos de compensación la llevan a utilizar todo el ingenio y su expertise. Se reemplazan productos más caros por equivalentes más o menos nutricionales.

“En vez de tanta carne, pastas que dan mucha energía”/ “Según el precio, pescado o pollo, uno de los dos”

Los huevos: sus significados asociados

En principio, el huevo es uno de los alimentos naturales por excelencia

Y abarca al menos dos campos de significados:

La Naturaleza: **procede de un animal vivo.**

Pero además y como un significado plegado – no siempre en la conciencia – es un producto asociado a la **reproducción. El huevo es un ovulo no fecundado.**

Como la leche, es fuente de VIDA.

Por lo tanto, la imagen es de SALUDABILIDAD en un plano simbólico profundo.

Los huevos: el mundo imaginario y simbólico

El huevo se ubica naturalmente entre los alimentos primarios, fuentes de energía, vida, salud.



Al ser alimento primario, las apela no sólo como madres sino como niñas.
Posee carga emocional, las retrotrae a la infancia.
Los recuerdos son múltiples y de carga emocional muy alta.

“Cuando era chica era excesivamente flaca y mi mamá me hacía un batido de lo amarillo del huevo, con azúcar”/ “Me acuerdo de mi abuelo batiendo mayonesa”/ “El huevo batido con oporto, qué rico...”/ “Mi bisabuela le echaba un huevo a la sopa”



La sola imagen de un huevo despierta escenarios imaginados donde la funcionalidad se funde con la emocionalidad y prevalecen las imágenes de naturalidad



Cocinas tradicionales, de campo.
Legumbres, frutas
Familia.

“La familia, el domingo a la tarde de frío”/ “Una granja, un tractor, gallinas”/ “El gallinero de mi tía”/ “Una cocina cómoda, calentita”

Los huevos: conocimiento nutricional y valoración

Conocimiento generalizado: proveedor de PROTEÍNAS. También GRASA.

Terreno de la suposición: “También tiene calcio”/ “Vitaminas”/ “Todo tipo de nutrientes”/ “Mi médico me dijo que tiene potasio”



Su alta valoración se fundamenta en su valor nutricional pero también en algunos de sus atributos más relevantes, como la versatilidad y un sabor aceptado por todos.

“Lo fundamental es que es rico”/ “Se puede hacer de mil maneras distintas”/ “Sirve para casi cualquier comida, dulce, salada....solo, acompañado”/ “A quién no le gustan los huevos???”



Ventajas v desventajas

CAlimento, fuente de proteínas

CFundamental en la niñez

CSabor

CVersatilidad

CPracticidad

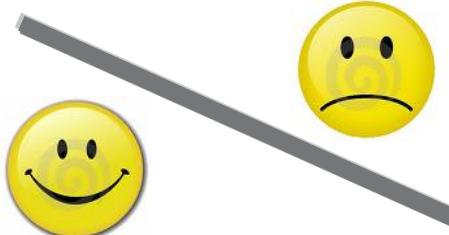
"Lo fundamental es que es práctico"

Es uno de los ALIADOS en la cocina de la Mujer Actual.

Le permite ejercer y potenciar su ingenio y diversidad como cocinera, le ahorra tiempo y le soluciona problemas puntuales.

"El huevo es un salvador"

Favorece su auto imagen de Mujer Práctica/Ingeniosa/Imaginativa



DRico en grasas (yema): engorda.

DColesterol. Restringido en dietas.

DSalmonella/ E. Coli (con un alto grado de confusión y desconocimiento, mencionados esporádicamente)

**Presencia de MITOS
Oportunidad para la comunicación**

Una de las mayores ventajas: el precio relativo



- C Excelente ecuación precio/calidad/cantidad.
- C Es más barato – relativamente – que la carne, las verduras y legumbres, las frutas.
- C Junto a su versatilidad, se constituye en un aliado ECONÓMICO del ama de casa, en momentos de crisis.

C “Es barato”/ “No es como para no poder comprarlo”/ “Está caro como todo pero por lo que rinde, conviene”/ “Como se usa para todo, termina siendo económico”

Usos en la cocina diaria

Cocidos/semi-cocidos

Pueden ser un entremes.

“A las siete de la tarde”/ “Cuando los chicos no aguantan hasta la cena, les puedo dar un huevo duro”

Fritos, solos o acompañados (papas fritas, sobre bifes, milanesas)

Tanto en comidas saladas como dulces.

“El bizcochuelo del domingo”/ “El omelette”

Todo tipo de preparaciones

Complementos

En ensaladas, tartas, sandwiches.

“Es como que queda la ensalada más vistosa”

Es un excelente elemento para “estirar” comidas.
RENDIDOR

Producto INDISPENSABLE, NO PUEDE FALTAR.

Como elemento “ligador”

Tartas

Preparación de milanesas

Fideos caseros

Masitas, galletitas, brownies caseros.
“Lo uso para ligar un montón de cosas”



Los mitos y su grado de creencia: Salmonella

- Se desconoce – mayoritariamente - el tipo de enfermedad, causas, síntomas, etc.
- Se lo atribuye al huevo crudo y por lo tanto no representa un temor, la mayoría de las preparaciones lo incluyen cocido o es cocido luego.

“En la milanesa lo ponés crudo, pero después con el aceite se fríe”.

“No me preocupa porque en casa nadie lo come crudo”

El grado de desconocimiento hace que se confunda con la bacteria Escherichia Coli.

“Yo sé qué está en la cáscara, es la necesidad de la gallina, por eso hay que lavar los huevos”

- Tampoco se sabe cómo un huevo es portador de Salmonella, ni la forma de detectarlo.
- Es un temor que podría ser paralizante y modificador de conductas si su uso crudo fuera más frecuente.

OPORTUNIDAD PARA
DESMITIFICAR MEDIANTE
UNA COMUNICACIÓN
APROPIADA A CARGO DE
FUENTES CONFIABLES.

Los mitos y su grado de creencia: Colesterol

Qué se sabe?

Que la responsable del colesterol es la yema.

Por lo tanto en dietas, se utilizan preparaciones sólo con la clara.

Se desconoce el valor relativo en relación a otros alimentos.

- La información está ligada directamente al discurso médico/pediatra.
- No así a los Nutricionistas, que pueden tener opiniones distintas.

"A mi me dijo que puedo comer uno por día"/ "Los nutricionistas modernos ya te dicen que no es tan así, que podés comer tres o cuatro por semana"

Aún así, y con tendencias médicas en constante evolución y cambio, la mayor desventaja del Huevo está depositada en el Colesterol.

"Mi marido lo tiene prohibido"/ "A mí me da miedo porque tengo el colesterol malo"



ES SU BARRERA MÁS IMPORTANTE Y SIN UN CAMBIO EDUCATIVO EN EL DISCURSO MÉDICO O UNA COMUNICACIÓN FIABLE, CONTINUARÁ

Los mitos y su grado de creencia: Engordante

Es la menor de las barreras.

El discurso de Nutricionistas y Pediatras, si bien relevante, se compensa con acciones restrictivas a cargo de las madres.

No se deja de consumir huevos, al menos en los segmentos infantiles.

Sólo ellas, en circunstancias de dietas, reducen la ingesta, pero sin mayor compromiso.

Las ventajas del genérico superan ampliamente esta creencia. Por otra parte, prescindir del huevo es inhabilitar innumerables preparaciones, que no están dispuestas a resignar.

“Como hago para no consumir huevos? Prefiero cuidarme en otras cosas, tomar edulcorante, eliminar el pan”

Los mitos y su grado de creencia: Fecha de vencimiento

No es información generalizadamente conocida.

"Ni idea, en los envases no dice nada"

Sólo algunos perfiles, que suelen leer y estar atentas a los vencimientos de todo tipo de producto, están al tanto.

"Los de Coto dicen"/ "Yo me fijo"

Es un producto con tan ALTA ROTACIÓN que no es información necesaria. El consumo excede el tiempo recomendado de uso.

Además el target, con amplia experiencia, maneja trucos y procedimientos para saber si un huevo es fresco.

"Si se hunde, es que está bueno"/ "Lo tenés que romper en otro platito para no arruinar toda la preparación y para que no caiga parte de la cascarita que es la que trae la 'Escherichia Coli' "

NO ES
UN
ISSUE

Los mitos: En síntesis

De mayor o menor gravedad, pueden convertirse en barreras para el consumo.

La verdadera información no está al alcance del target, que desea ser educado. Es mediatizada por la opinión parcial y cambiante de cada médico, pediatra y/o nutricionista.

Sería muy oportuno e importante intentar comunicar de manera muy simple, con ejemplos asociados a otros productos, que el huevo no es el único responsable de ciertas desventajas y que éstas son relativas y en algunos casos, nulas.

Ej: 1 huevo = 1 manzana (en calorías).

Grado de conocimiento de la oferta y preferencias

Se conocen todo tipo de productos:

Color



Blancos



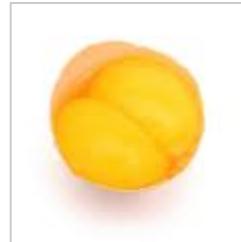
?

Aunque se conoce el precio superior de los de color, se ignora la diferencia. Las preferencias se inclinan por la costumbre, el out of pocket, la creencia de un tamaño mayor en uno u otro.

Sin embargo, los huevos blancos son definidos como menos “amarillos” en su yema, por las preferidoras de huevos de color.



Grandes: Los más valorados, en cualquier color.



Doble yema

Poco conocidos. Más caros. Se consiguen en granjas, ferias, campo.
“Nunca me tocó uno”



Codorniz

Compra muy esporádica
No rinden.

También de pato...

Drivers de compra: Ranking

Si bien es una compra ya asimilada y automatizada, el lugar de compra es registrado y valorizado por presentación, limpieza, orden, etc.



Pero no interviene en el proceso de compra.

Pero los verdaderos atributos que generan un ranking son:

1) TAMAÑO + \$

Lo disponible en el momento de la compra

2) COLOR Según preferencias.

3) Tipo de pack (maple, plástico, cartón, según preferencias)



Hábitos de compra y almacenamiento en el hogar

- La consigna es **NO QUEDARSE SIN HUEVOS.**
- Por lo tanto, si bien la compra grande (semanal, quincenal, etc) se realiza en comercios habituales, puede recurrirse al almacén de barrio/los chinos/la verdulería.

- La cantidad varía según el tamaño de la familia y el tipo de cocinera, pero sorprende en primera instancia, el número de packs y frecuencia de compra/consumo.
- Los huevos se almacenan en la heladera, por costumbre, aunque saben que no necesitan refrigeración.
- O bien en hueveras, como centro de mesa.
- En alacenas.
- Pero fundamentalmente, la rotación es tan alta que el almacenamiento no constituye un problema.

Las marcas

Sólo se reconocen marcas de supermercados.

Con imagen y valoración negativa: tamaño pequeño.

“Los de Carrefour parecen de codorniz”/ “Los de Coto son así!” / “Disco tiene la Bell, pero nunca compré”

La marca no genera percepción generalizada de respaldo ni mayor calidad. Salvo esporádicamente en segmento C: *“Me dan más seguridad, me parece que están más controlados”*

Se nombran algunas marcas de granja

“Hay una Granja Iris”

Y se conoce extendidamente la marca de Cormillot, con diferentes y opuestas valoraciones.

Una mención: AVICOPER, sin atribuciones particulares de calidad o diferenciación.

LA MARCA
NO ES UN
ISSUE

Los packs



Ventajas

Permiten visualizar el producto.

Más fáciles de transportar.

Menor riesgo de rotura durante el traslado.

Pueden guardarse sin abrir en alacenas o heladeras.



Preferencias segmentadas.
Hipótesis: mayor o menor disponibilidad económica en el momento



Ventajas
Más económico?
Resistentes

Desventajas

Generalmente, se tira el cartón cuando se llega de la compra.

Hay que abrirlos para visualizar el producto



Ventajas

Economía!!!!!!!

Ideal para familias numerosas: una sola compra.

Desventajas

Dificultades para el almacenamiento. Algunos van a la heladera, otros a cestas, hueveras, etc.

Preferencia unánime en quienes registran un alto consumo de huevos

Otros packs...



Compra en verdulería, granjas, ferias de campo.
Sin valor como pack.

El papel de diario está sujeto a prejuicios; la tinta puede
pasar a la superficie del huevo, manchándolo y
contaminándolo.

Pero el verdadero valor reside en el contenido: huevos “más
naturales”, generalmente más grandes.

*“Y puedo elegirlos uno por uno, así me llevo los más grandes o los
que están más limpios”*



Los segmentos D: hallazgos

Una vez halladas las voces femeninas en los hogares NSE D se pudo observar que el consumo de huevos es igual o superior a la de los segmentos C.

Esto puede pensarse desde la misma contracción económica que tiñe todo el presupuesto alimenticio.

- Se compra menos carne. Es sabido que el huevo es una fuente importante de proteínas, por lo tanto puede ser sustituto.
- Se compran menos confituras, facturas. Se recurre a la repostería casera → mayor gasto de huevos.
- En términos de value for money, el huevo es indiscutiblemente más barato que varios artículos de primera necesidad y su versatilidad permite preparar múltiples platos y estirar/aumentar el volumen de las preparaciones proporcionando saciedad.

Por igual en ambos segmentos

Existe una satisfacción con la cantidad y frecuencia de compra y consumo de huevos.

Una hipotética situación de libertad económica no aumentaría la cantidad de huevos consumidos.

Es uno de los pocos productos que no plantea una toma de decisiones restrictivas en cuanto a la compra.



Se compra la cantidad necesaria.
Y se reconoce un aumento de la cantidad en relación a años anteriores.

Influencia mediática: quiénes hablan?

Los nutricionistas

Comienzan a diferenciarse perfiles.
Reparan más en la individualidad de cada paciente.

Pueden tener un discurso positivo sobre el consumo de huevos.

Los médicos

Sin consenso. Confunden, antes que aclarar o aconsejar en casos individuales.

Los medios gráficos

Salvo revistas sobre Salud, la información es escasa o nula.
No sirven como fuente de información hoy en día.

La televisión: los programas de cocina, noticieros, etc.

Algunos referentes médicos como Cormillot, pueden informar globalmente, infundiendo temor antes que generando conocimiento.

Los programas de cocina permanecen en silencio, pero utilizan huevos en todas las preparaciones.

•Oportunidad para la comunicación?

Quiénes son referentes valiosos y creíbles?

Unánimemente: LOS MÉDICOS

No necesariamente conocidos.

“A mí si veo que dice número de matrícula tal, me da confianza”

Pero también algunos personajes públicos o actores sociales fidedignos.

Víctor Hugo Morales.

Narda Lepes

“Los de Telenoche”

“No Cormillot que es un comerciante y voy a pensar que le pagaron, además él vende huevos”

Si bien no aparecen espontáneamente variedad de nombres, sería interesante pensar en referentes aptos para futuras comunicaciones.

Existe disposición positiva hacia la credibilidad.

“Yo hasta la creo a Susana Giménez”

Highlights

Highlights

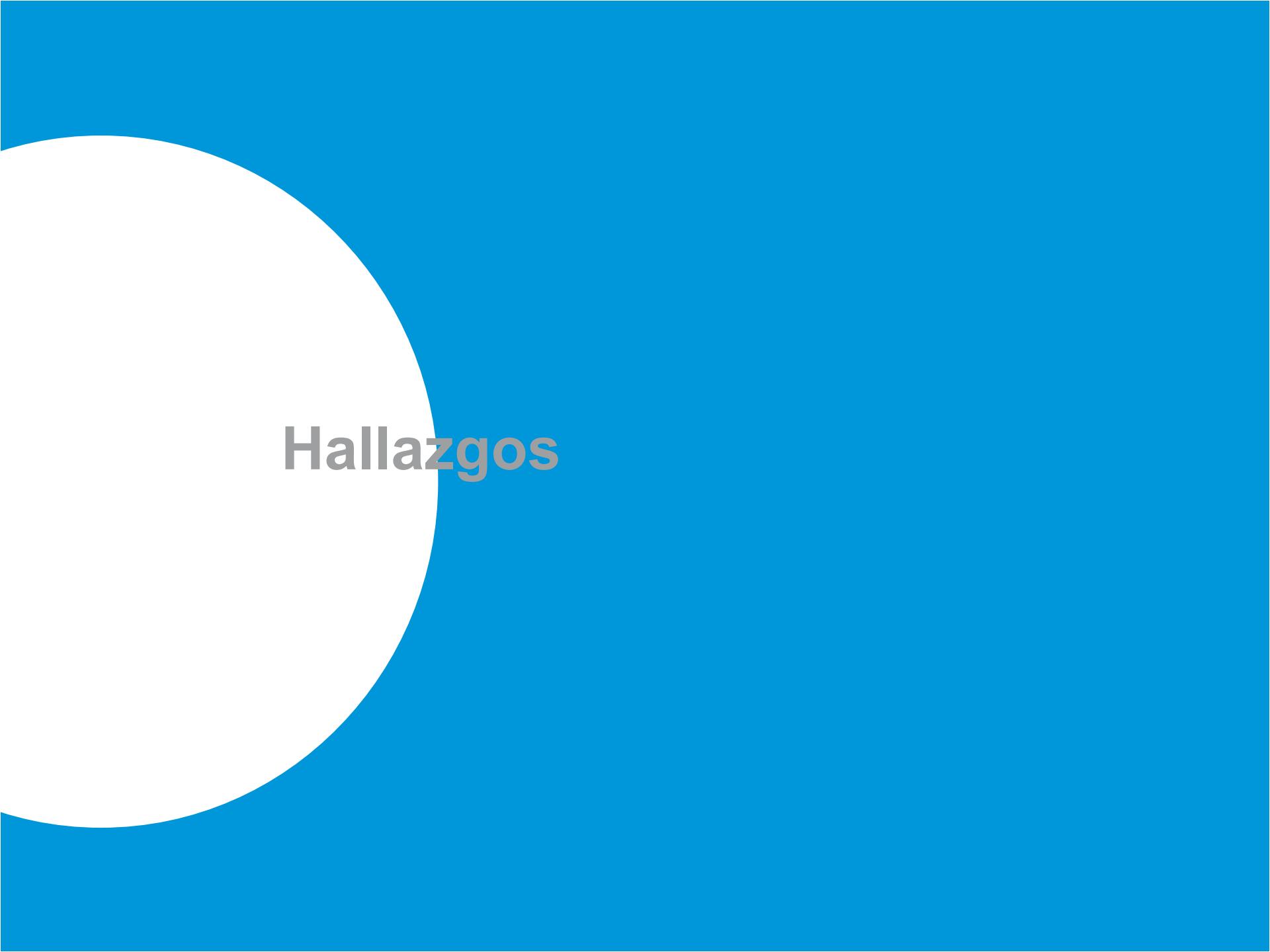
- El huevo como producto es altamente valorado y reconocido por sus aportes nutricionales. Es rico, versátil y ayuda a ahorrar tiempo y esfuerzo al ama de casa. Aporta practicidad.
- El consumo de ambos segmentos socio-económicos en esta muestra es muy alto y sin distinciones.
 - Aunque es posible que el segmento D esté consumiendo más huevos debido a la imposibilidad de comprar otros alimentos como carne, verduras, etc.
 - La ecuación precio/rendimiento del huevo es perfecta para sus necesidades.
- Ambos segmentos parecen tener sus necesidades cubiertas. . Desde el punto de vista culinario, creen conocer todos los usos y preparaciones. **Lo que no descarta que sea oportuna la difusión de recetas nuevas.**

Highlights

- Pero lo más importante para estos segmentos (especialmente el D) es aumentar el grado de conocimiento, derribando la construcción de mitos que atraviesan la valoración de este producto:
 - Engordante
 - Productor del colesterol. “Prohibido” en personas con problemas de colesterol, en muchos casos consejo propiciado por médicos/nutricionistas.
 - Acotadamente, puede contagiar Salmonella si se ingiere crudo.
- El segmento C, es más consciente de las verdades/mitos. Recordemos que este segmento es más permeable a la medicina “mediatizada” y tiene un nivel cultural medio. Su acceso a médicos, dietistas y nutricionistas está menos vedado que en otros NSE más bajos.

Highlights

- El imaginario construido por la información/desinformación a la que están expuestas, genera barreras para el consumo de algunos miembros de la familia.
 - Aunque están al tanto de los cambios y avances de las ciencias de la alimentación y reconocen determinadas tendencias que cambian con los años.
 - Una pequeña pero significativa parte del target comienza a relativizar estos mitos y posee información más positiva.
- El enfoque de divulgación sobre todas las ventajas nutricionales del huevo como producto esencial **debería ser multidisciplinario**: abarcar no sólo las voces de los científicos sino también de los referentes cotidianos y mediáticos como cocineros, médicos en TV, revistas sobre salud, revistas femeninas en general.
 - Sería interesante y altamente recomendable buscar “voces” creíbles y referentes para comunicar y **desmitificar el imaginario negativo asociado al huevo**.



Hallazgos

Hallazgos I

- *El huevo es considerado como un elemento **imprescindible** en el hogar.*
- *Queda asociado a otros **productos primarios** tales como la leche, el queso, la manteca. Es un básico necesario.*
- *El huevo no es solo valorado por sus **aportes nutricionales** sino además por su **practicidad, multiplicidad de usos y combinaciones**. Siempre está presente, aunque a veces no se vea; es *invisible*.*
- *Sin embargo respecto a sus **funciones nutricionales** hay dispersión en las opiniones y falta de claridad.*
- *La **falta de información**, o el buzz de información hacen que se vincule al huevo con distintas dolencias tales como la **E. Coli; la Salmonella, el colesterol** o simplemente considerar que es un producto que **engorda**.*
- *Desde el aspecto económico; la ecuación de **costo / beneficio es favorable**. Y en momentos actuales donde el precio de otros productos de gran consumo; tales como la carne vacuna, es percibido como elevado, resulta beneficiado. Sin embargo, no puede decirse que sea visto como un reemplazo.*



Hallazgos II

- Existen aspectos vinculados al huevo como por ejemplo, **la marca, el vencimiento, su almacenamiento** que no generan polémica o simplemente son aspectos poco relevantes.
- El lugar de compra no despierta inquietudes, porque la consigna es no quedarse sin huevos. Se compran en el super, la verdulería, la pollería. El lugar de compra no le otorga al huevo un diferencial.
- La dicotomía **Blanco – Color** está presente. Las diferencias entre las variedades se vinculan a la calidad, al precio, al tamaño, etc... pero en realidad no existe ningún fundamento que haga anclar estas cualidades a unos o a otros.
- Finalmente, si bien el huevo encierra ventajas y desventajas; mitos y verdades, se encuentra amparado por recuerdos felices. Se lo asocia a la infancia, a la sopa, a la figuras de mamá, la abuela. Y en estas imágenes se diluye lo “negativo” que presenta.

Muchas Gracias!.

