

Gacetilla de Prensa

Junio, 2022

El 76% de las personas realizaría un cambio alimentario incorporando más proteína vegetal, pensando en su “salud y bienestar general”

Camila Loch
Tel. +54 9 2324 558730
cloch@mauroyosociados.com.ar
www.argentina.messefrankfurt.com
Gerente de Comunicación y Prensa
Natalia Porta

Un estudio realizado por la Facultad de Agronomía y el INTA buscó evaluar los factores que influyen en la aceptabilidad de determinados alimentos, considerado el estilo de vida individual y las diferencias motivacionales.

***Por Alejandra Picallo.** Licenciada en Ciencias Químicas (UBA) – Especialista en Higiene y Seguridad Alimentaria (Universidad de Santiago de Compostela) – Máster en Nutrición y Dietética (Universidad de León).
Disertante en la III Jornada de Alimentos, Tecno Fidta 2022.

En los últimos años, la sustentabilidad y sostenibilidad de la producción y productos alimenticios han sido tema de investigación e interés de muchas empresas e investigadores. Esta tendencia se ha proyectado a los productos *plant based*, ya sea con una sustitución total o parcial de las proteínas animales por proteínas vegetales.

Se alienta al consumidor a aumentar la proporción de proteína vegetal en sus dietas para mejorar la sostenibilidad de los sistemas alimentarios, desarrollando productos ricos en proteínas vegetales que sean aceptables por los consumidores. En este contexto, uno se pregunta: **¿cuál es la posición de un consumidor frente a un producto con diferentes reemplazos o sustitución de proteína animal por proteína vegetal?**

La opinión del consumidor es altamente importante, las empresas se focalizan no solo en la aceptabilidad del producto, o en cuánto desean pagar o en el deseo de compra, sino también en las expectativas, deseos o sensaciones que les causa el alimento. Para ello es necesario conocer las actitudes, deseos y posibles decisiones de compra de los interesados, como así también de aquellos futuros o posibles consumidores.

Numerosas investigaciones y estudios analizaron y evaluaron las diferentes posiciones de los consumidores frente a productos *plant*

Messe Frankfurt Argentina
Mariscal Antonio José de Sucre 1530
Piso 7
C1428DUT – Buenos Aires
Argentina

based. De hecho, esta temática se debatirá en la III Jornada de Alimentos, organizada por Red Alimentaria y GS1 Argentina, que tendrá lugar en Tecno Fidta 2022.

La Facultad de Agronomía junto con el INTA realizaron, en el marco del desarrollo de una tesis de grado, un estudio donde se analizó la respuesta del consumidor a la mezcla de ingredientes de leguminosas en alimentos tradicionales a base de carne en formato de medallones *blend* y los factores que influyen en su aceptabilidad, evaluando el estilo de vida individual y las diferencias motivacionales. Este trabajo se llevó a cabo con una encuesta online, donde se les consultaba sobre sus hábitos culinarios, el tipo de alimentación, si su rutina alimentaria se cuestionaba y propiciaba cambiar y cuál era la aceptabilidad por un producto *blend*.

Mencionando alguno de los resultados se ve que, en la pregunta de la motivación por el cambio alimentario, **se infiere que el motivo “salud y bienestar” sería el principal factor positivo, que favorecería a la toma de conciencia para generar un cambio hacia una alimentación más saludable.** En tanto, el 45,2% consideró la “nutrición”, seguidos de “conciencia animal” con el 44,2 %, “conciencia ambiental” el 43,3% y “diversificar la dieta” con el 39,4% como motivos diferenciados.

En cuanto a la percepción de un producto *blend*, más del 80% de los consumidores considera como muy importante que es “sostenible para el medio ambiente”, “saludable” y “novedoso”. De acuerdo con el análisis realizado, se pudo segmentar a los consumidores encuestados en dos clases, siendo algunos más predispuestos que otros a probar el nuevo producto y esa predisposición se debía a diferencias motivacionales que los impulsaba hacia dicha actitud.

Como conclusión final del trabajo, **el porcentaje de aceptabilidad fue superior al 80%**, por lo tanto, la población fue muy receptiva a la adquisición del medallón de carne *blend* con el agregado de proteínas de leguminosas **dando así una respuesta generalizada de los consumidores a la inclusión de proteínas vegetales en productos cárnicos tradicionales.**

En la actualidad, el cambio ambiental motiva a la sociedad a tomar conciencia en cuestión de sus hábitos alimentarios, generando en los consumidores cierta inquietud para poder incorporar alternativas que sustenten la defensa del medio ambiente. Se consideran los alimentos *plant based* como una alternativa viable, con beneficios para la salud humana y el medioambiental.

Es tarea de los organismos oficiales, universidades, centros de investigación, profesionales relacionados a la temática poder comunicar

a los consumidores las bondades de estos productos, sustentables y sostenibles.

Otros estudios de consumo en el mundo

Se ha observado la respuesta de consumidores franceses a un producto similar queso camembert con diferentes concentraciones de proteína de arveja amarilla en reemplazo de la proteína láctica, siendo 25%, 50% y 75%, respectivamente la composición de la misma. Los encuestados probaron los productos, dando su opinión y una valoración frente a lo que habían catado.

En la siguiente instancia, se les informó la composición de cada muestra y se les dio a probar nuevamente, solicitando que estimaran su disposición a pagar para cada producto antes y después de revelar la información adicional: la mitad de los participantes recibió la información sobre los beneficios nutricionales de consumir alimentos a base de guisantes mientras que la otra mitad recibió información sobre los beneficios ambientales.

La información adicional sobre los beneficios nutricionales y ambientales de los alimentos a base de guisantes condujo a importantes aumentos en la disposición a pagar para dos de los productos fermentados, pero no para el producto menos preferido, a saber, el que tiene el mayor porcentaje de guisantes. **Este hallazgo sugiere que la reacción de los participantes a la información extra influyó en las preferencias hedónicas.**

En otro estudio realizado en Alemania, se realizó una evaluación holística (evaluación del ciclo de vida, propiedades sensoriales y perfil nutricional) de las hamburguesas de res en comparación con las hamburguesas alternativas seleccionadas. En este caso, las hamburguesas alternativas consistían en una hamburguesa *plant based* pero sin soja, una hamburguesa elaborada con harina de insectos, otra con micoproteínas y la última era una opción vegana con soja.

Se les consultó acerca de la aceptabilidad y también, cómo respondían sobre las características de firmeza, color, sabor, sabor a carne y sabor a sal del bocado, en un determinado tipo de escala (*Just about right*). El impacto ambiental de los productos definió que todas las alternativas eran entre 5 y 6 veces mejores que las hamburguesas de res, siendo los productos a base de insectos y de soja, los que se comportaban mejor.

Evento exclusivo para profesionales y empresarios del sector. Con invitación: sin cargo
Para acreditarse debe presentar su documento de identidad. No se permitirá el ingreso a menores de 18 años incluso acompañados por un adulto ni a personas con cochecitos de bebé.

Tecno Fidta
15° Exposición Internacional de Tecnología Alimentaria, Aditivos e Ingredientes.
La Rural Predio Ferial
Buenos Aires, 22 – 25 de Marzo, 2022

Más información:

www.tecnofidta.com

Información de prensa y material fotográfico:

<https://tecnofidta.ar.messefrankfurt.com/buenos-aires/es/prensa/material-prensa.html>

Redes Sociales:

[Facebook](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)

Información adicional sobre Messe Frankfurt

Messe Frankfurt es el organizador de exposiciones, congresos y eventos con recinto propio más grande a nivel mundial. El grupo de empresas de Messe Frankfurt cuenta con unos 2 500* empleados en 30 filiales. En 2020, la empresa generó una facturación de unos 250* millones de euros tras haber concluido el ejercicio 2019 con una facturación de 738 millones de euros. Incluso en los difíciles tiempos de la pandemia de coronavirus, Messe Frankfurt mantiene su conexión internacional con sus ámbitos de actividad. Gracias a su estrecha vinculación con diferentes sectores, representa de forma efectiva y eficiente los intereses empresariales de sus clientes en el marco de las áreas de negocios «Fairs & Events», «Locations» y «Services». Una de las principales características diferenciadoras de Messe Frankfurt es la red de comercialización global que abarca todas las regiones del mundo. Una completa oferta de servicios —tanto a nivel presencial como en línea— garantiza una alta calidad y una flexibilidad constante en los servicios de planificación, organización y realización de los eventos de sus clientes en todo el mundo. Además, está ampliando su experiencia digital con nuevos modelos de negocio. La gama de servicios abarca desde el alquiler del recinto, el montaje de la exposición, los servicios de marketing, hasta la contratación de personal y del servicio de gastronomía. La sede principal de la empresa se encuentra en Fráncfort del Meno. Los socios son la ciudad de Frankfurt, con el 60 por ciento, y el estado de Hesse, con el 40 por ciento.

Más información en: www.messefrankfurt.com

*cifras preliminares 2020

Información adicional sobre Messe Frankfurt Argentina

Es la filial de la empresa líder en organización de exposiciones profesionales del mundo. El objetivo de las muestras es promover encuentros de negocios reales que estimulen a los mercados regionales, alienten al mercado interno y a su vez insten al desarrollo del polo tecnológico en cada área. Actualmente el portfolio de eventos de Messe Frankfurt Argentina incluye las exposiciones: Automechanika Buenos Aires, BIEL Light + Building Buenos Aires, Confemaq, Emitex, ExpoCehap, ExpoFerretera, ExpoMant, Intersec Buenos Aires, Salón Moto, Simatex, Tecno Fidta. Además, realiza numerosos congresos y eventos especiales para terceros, como Argentina Oil & Gas Expo Buenos Aires, Argentina Oil & Gas Expo Patagonia y Arminera, entre otras.

Encontrará más información en www.argentina.messefrankfurt.com

Tecno Fidta

15° Exposición Internacional de Tecnología Alimentaria, Aditivos e Ingredientes.
La Rural Predio Ferial
Buenos Aires, 22 – 25 de Marzo, 2022