

ELECCIÓN ALIMENTARIA

Mar del Plata
Octubre de 2017



ELECCIÓN ALIMENTARIA

Dirección: Dra. Amelia Ramírez

Investigadores: Lic. Mónica Pascual

Lic. Mariana Gonzalez

Prof. Santiago Cueto

Investigadora invitada: Lic. Estefanía Ferrarello

Auxiliar: Gisele Morales Falcone

observatorio@ufasta.edu.ar

www.ufasta.edu.ar/observatorio

Introducción

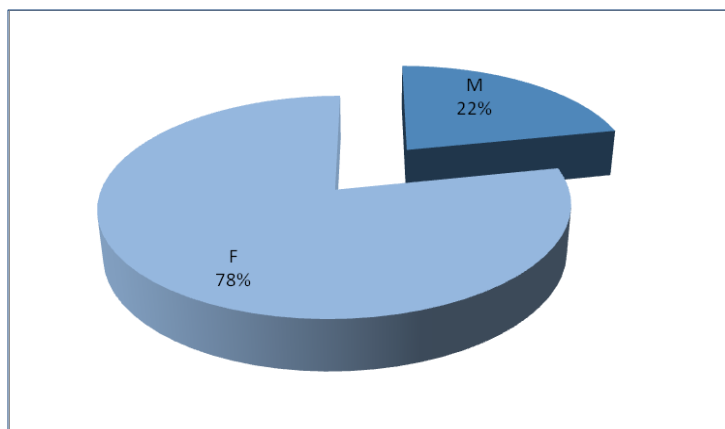
La alimentación es indispensable para vivir; necesitamos los nutrientes que proveen los alimentos. Ahora bien, la elección, la elaboración, el instrumental que usamos y el modo en que lo hacemos están vinculados a la cultura. La familia, la religión, la tierra, el clima y las tradiciones son algunos de los factores que influyen en la alimentación haciendo de ésta un acto cultural.

Tanto nutricional como culturalmente, la comida es parte integral de la existencia humana. Como elemento de la cultura comparte su carácter dinámico, varía a través del tiempo y éste rasgo es, precisamente, la razón que justifica nuestro interés en indagar las elecciones alimentarias y algunos motivos condicionantes, con el fin de identificar hábitos. Para la realización del estudio se trabajó con la población de estudiantes que cursan estudios superiores, terciarios y universitarios, tanto en instituciones públicas como privadas de la ciudad de Mar del Plata. Se eligió a la población joven universitaria por la importancia de su rol en la transmisión de hábitos de este tipo en la sociedad. Los datos fueron relevados mediante encuesta auto administrada en presencia de una nutricionista responsable del trabajo de campo que se hizo efectivo durante el mes de septiembre de 2017.

Perfil de la muestra

La composición de la muestra total (337 jóvenes) quedó integrada por mayoría de mujeres, con edades comprendidas entre 18 y 33 años para el 93% de los casos, distribuidos equitativamente entre instituciones terciarias y universitarias de gestión pública y privada.

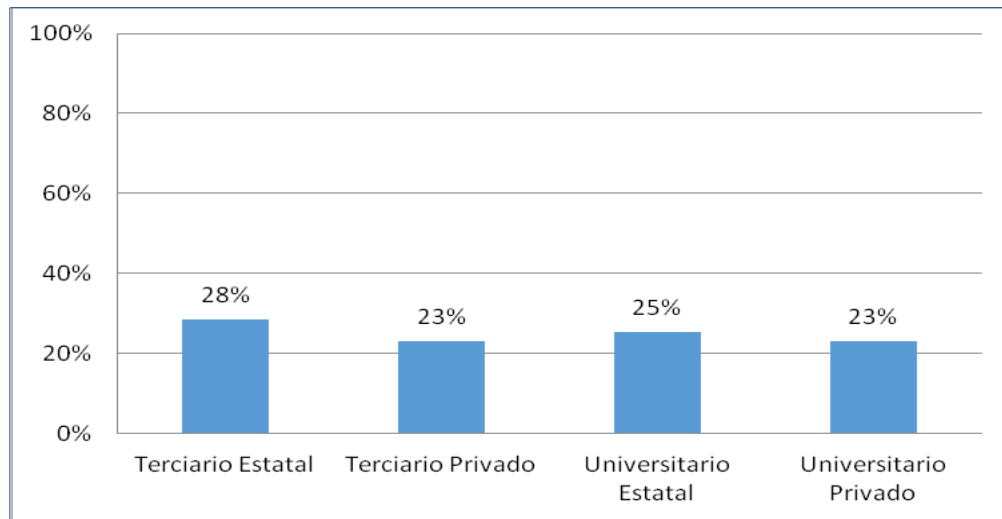
Sexo



Edad

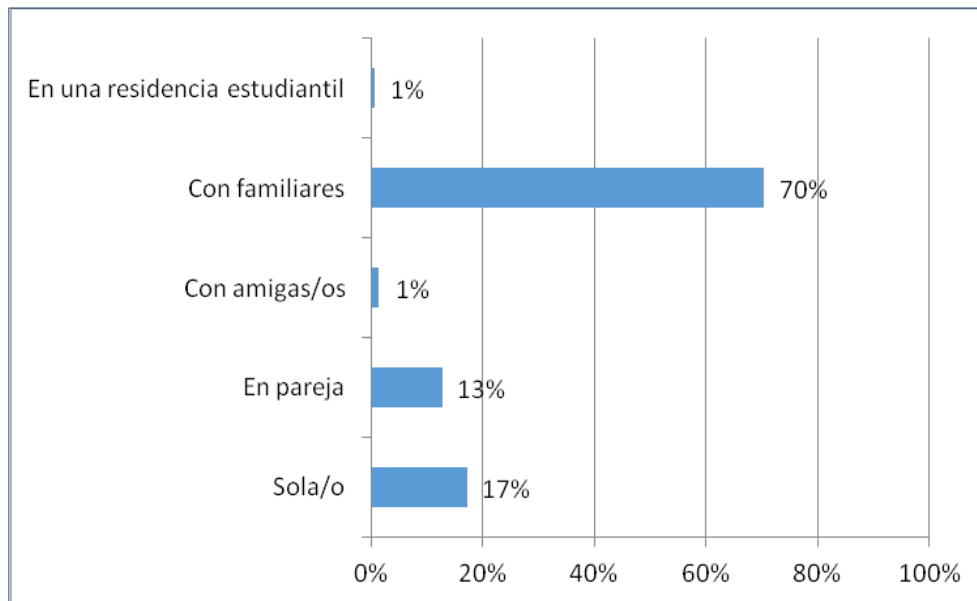
Límite inferior	Límite superior	Frecuencia	Frecuencia relativa
18	23	207	61,4%
23	28	68	20,2%
28	33	38	11,3%
33	38	7	2,1%
38	43	5	1,5%
43	48	7	2,1%
48	53	2	0,6%
53	58	2	0,6%
58	63	0	0,0%
63	68	1	0,3%

Tipo de gestión de la institución en la que cursa



Según los datos, 8 de 10 estudiantes viven en compañía, la mayoría en familia o en pareja.

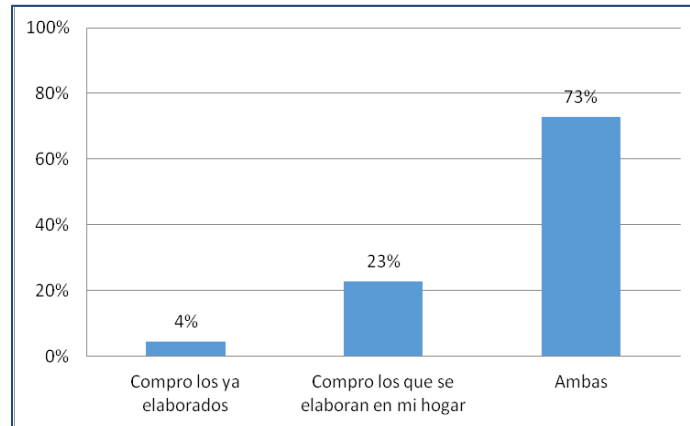
¿Con quién vive?



Desarrollo

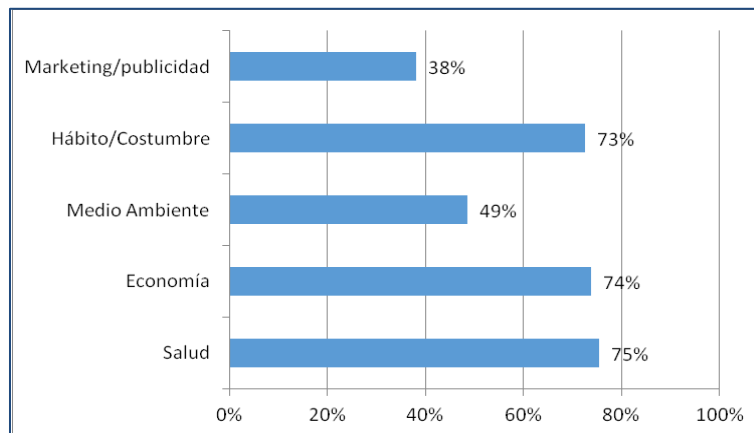
Respecto de la participación en la compra de alimentos que consumen en su hogar, la gran mayoría lo hace tanto en el caso de las compras de productos ya elaborados como en la de los insumos que se requieren para la elaboración doméstica.

Participación en la compra de alimentos que consume en su hogar



Quienes manifestaron realizar las compras de productos alimentarios, valoran especialmente aspectos vinculados a la salud, a la economía, a los hábitos y costumbres y, en menor medida, consideran al medio ambiente y al marketing o publicidad.

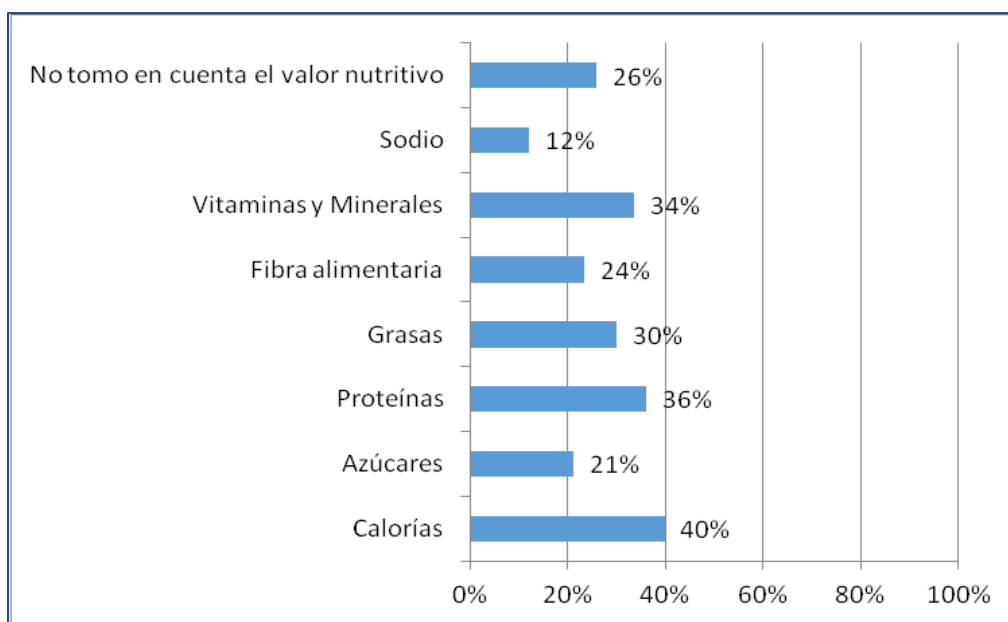
Aspectos valorados al realizar la compra



n = 319

En lo que concierne al valor nutritivo, los indicadores más tenidos en cuenta son los que corresponden a calorías, proteínas, vitaminas y minerales. Según los datos, 3 de cada 10 personas consultadas no lo tiene en cuenta y por lo tanto, se convierte en significativo ya que se trata de un aspecto fundamental para el logro de una vida saludable. En lo que respecta a los productos industrializados, es probable que este hecho esté asociado a la incomprensión del rotulado nutricional, ya sea por su forma de presentación en el envase o bien por la falta de interpretación entre los valores observados y el impacto positivo o negativo de los nutrientes detallados en la salud del individuo. En cambio, cuando se trata de alimentos naturales, puede asociarse al desconocimiento sobre la calidad nutricional de los alimentos seleccionados en la dieta habitual, por parte del consumidor.

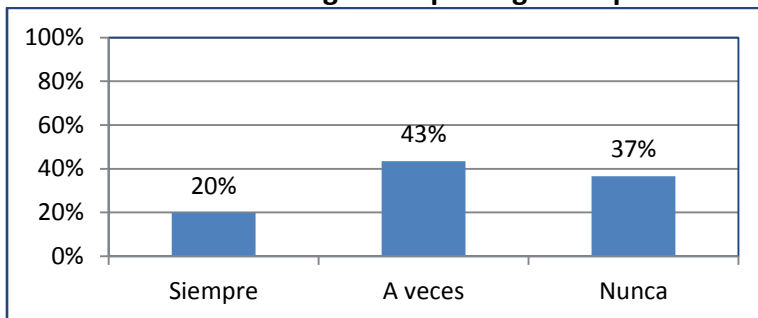
Características vinculadas al valor nutritivo del alimento que se tienen en cuenta



n = 319

Según se advierte en el gráfico, es bajo el porcentaje de encuestados que dice tener en cuenta las grasas al considerar el valor nutritivo de los alimentos. En cambio, al ser consultados específicamente respecto del tipo de grasas que contiene el producto, una gran proporción (63%) manifiesta seleccionar siempre o, algunas veces, atendiendo al tipo de grasas.

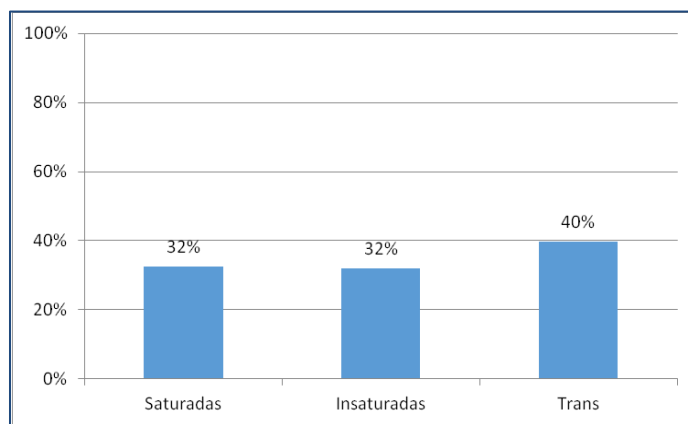
Selección de alimentos según el tipo de grasas que contienen



n = 319

Considerados quienes lo hacen con habitualidad, es decir casi siempre, y quienes lo hacen a veces, (n=204) se observa que la distribución entre los tipos de grasa que se elige comprar es similar en todos los casos. Ésta situación manifiesta desconocimiento de parte de los consumidores sobre la distinción entre las mismas y su relación con una óptima calidad de vida.

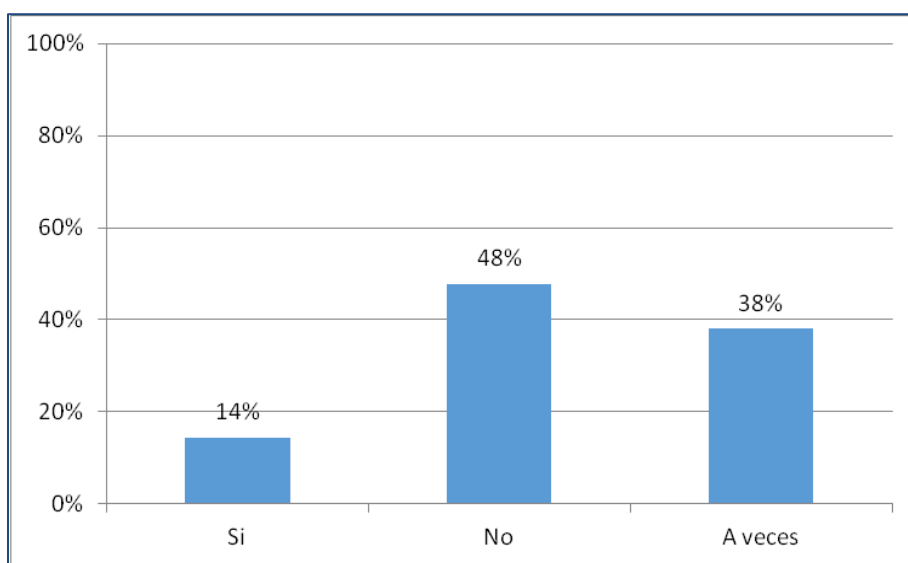
Tipo de grasa que elige



n = 204

El rótulo nutricional, en consonancia con las respuestas obtenidas, no es leído casi por la mitad de los consultados, la otra mitad se divide entre la minoría que dice hacerlo y un porcentaje mayor que sólo lo hace a veces. Estos datos guardan relación con lo registrado en cuanto al valor nutritivo de los alimentos, la falta de entendimiento del mismo y la asociación de los valores observados en el rótulo con el posible impacto en la salud del consumidor. En efecto, vale destacar que quienes lo leen y lo tienen en cuenta, no siempre hacen una correcta interpretación del mismo, situación que queda en evidencia en el gráfico sobre la elección del tipo de grasa.

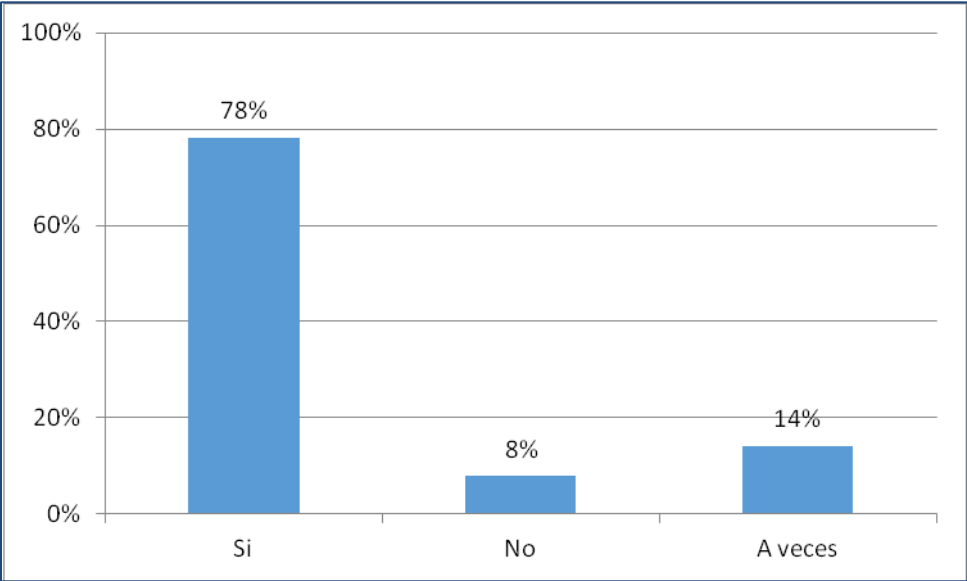
Lee el rótulo nutricional antes de seleccionar el producto



n = 319

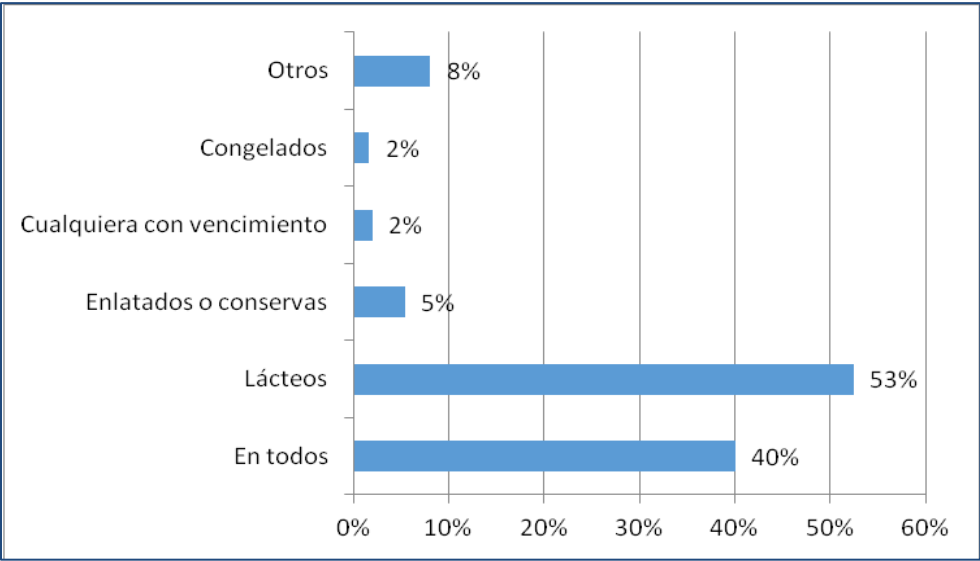
Se advierte mayor conciencia en el control de las fechas de vencimiento, especialmente en el caso de los productos lácteos. La fecha de vencimiento es un indicador de la vida útil de un alimento, por lo que la preocupación del consumidor en observarla manifiesta una asociación directa con la durabilidad y aprovechamiento del producto, evitando la pérdida total o parcial de éste. Por otra parte, la fecha de vencimiento también guarda relación con la aptitud que presenta el producto para su consumo, preservando la salud de quien lo consume.

Observa la fecha de vencimiento de los productos que selecciona



n = 319

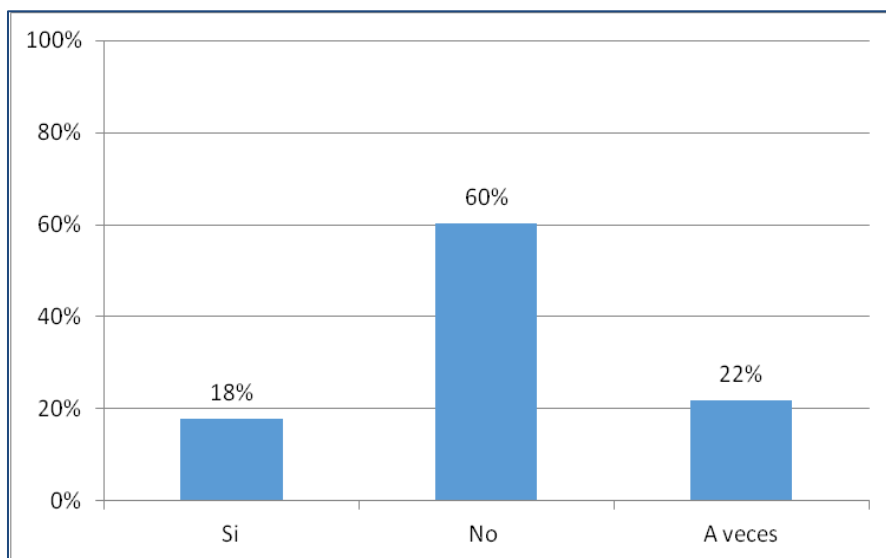
¿En qué productos lo hace?



n = 297

Los aditivos alimentarios son sustancias químicas que se le adicionan a los productos industrializados para mejorar la aceptabilidad del consumidor y aumentar la estabilidad del mismo a las diferentes condiciones a las cuales es sometido, como así también al paso del tiempo. Dichas sustancias deben encontrarse en los alimentos según el Código Alimentario Argentino (CAA) en las mínimas cantidades posibles para producir su efecto deseado sin producir daño al consumidor. Aun así, estas sustancias dejan de ser inocuas para quienes manifiestan alergias. Además, es muy importante no consumir productos con aditivos no aprobados para su uso o aquellos en los que se encuentran concentraciones superiores a las permitidas. Sin embargo, resulta del análisis de los datos de la muestra que el agregado de aditivos y conservantes en los alimentos no se advierte como un aspecto a considerar por la mayoría de los consumidores. Esta situación podría atribuirse al escaso o nulo interés vinculado a su consumo, al desconocimiento de los mismos o a la falta de localización en el rótulo de los alimentos.

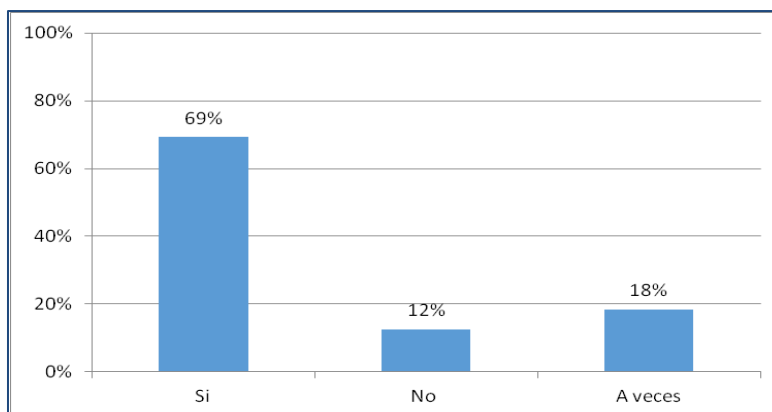
Observa el agregado de aditivos y conservantes alimentarios



n = 319

En lo que concierne al lugar donde se realizan las compras de alimentos, la mayoría valora la higiene y también la seguridad bromatológica, relacionando este punto con la prevención frente a enfermedades transmitidas por los alimentos (ETAs).

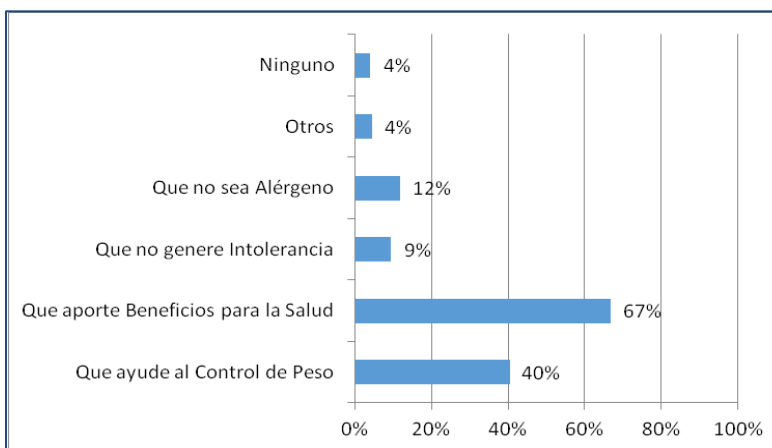
Tiene en cuenta la higiene y seguridad bromatológica



n = 319

Los motivos más reconocidos a la hora de tomar la decisión respecto de lo que se compra, son el beneficio a la salud y el control del peso. Esto, probablemente guarda relación con las intensas campañas de prevención en materia de salud e inocuidad alimentarias como así también la tendencia fitness, incentivada por la sociedad, de alcanzar un cuerpo ideal.

Motivos reconocidos al realizar la compra



n = 319

Según los encuestados, entre las principales características que debe cumplir un alimento para ser considerado saludable se destacan: “No contener o tener poca grasa”, “Valor nutritivo” “Natural”, “Bajo en Calorías” y “Buen estado”.

Se observa una apreciación negativa de los encuestados con respecto a las grasas. Sin embargo, ésta afirmación debe vincularse a los resultados del análisis sobre la selección en base al contenido de grasa y su relación con el conocimiento, sin duda escaso, sobre los distintos tipos que existen y su repercusión en la salud del consumidor. Es frecuente en los consumidores la tendencia a reconocer a las grasas como malas para la salud, siendo importante su consumo para diversas funciones biológicas. En efecto, es importante destacar que el consumo de grasas en una porción adecuada diaria, cruda y de buena calidad, provenientes de fuentes vegetales como ácidos grasos insaturados, debe fomentarse y no restringirse. El tipo de grasas no recomendable para su consumo es el de las grasas parcialmente hidrogenadas o grasas saturadas, las cuales fomentan el desarrollo de enfermedades cardiovasculares.

En lo que respecta al resto de las características vinculadas a lo “saludable”, se observa una confusión en la interpretación del “valor nutritivo” y su asociación con el concepto “saludable”. Los consumidores tienden a vincular ambos términos como sinónimos, mientras que categorizan la “comida chatarra” o “fast food” como “no nutritivos”, por considerarlos “no saludable”. En este punto, vale precisar que el concepto “nutritivo” implica el aporte de nutrientes, independientemente de su condición o no de “saludable” en la alimentación.

En cuanto a las características “Bajo en calorías” y “Buen estado”, ambas guardan relación, con lo mencionado anteriormente, sobre la importancia que otorga el consumidor al cuidado de la imagen corporal y de la salud frente a las ETAs.

Características que debe cumplir un alimento para ser considerado “SALUDABLE”

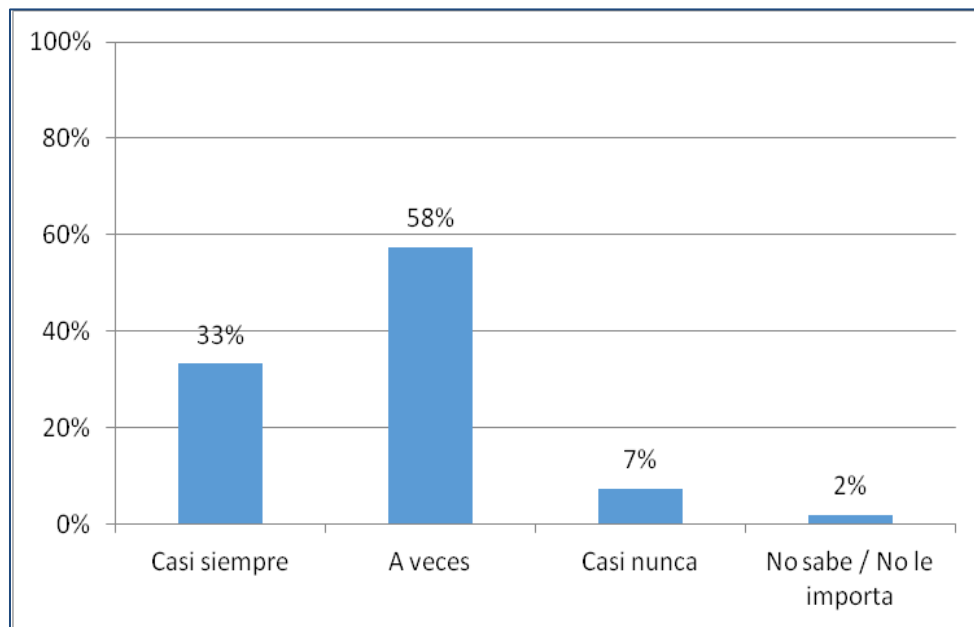
Característica	Frecuencia	Porcentaje
No contener o tener poca grasa	162	37,8%
Valor nutritivo	83	26,0%
Proteínas	75	25,4%
Vitaminas	65	20,4%
Bajo en calorías	58	16,9%
Natural, lo menos procesado posible/Sin conservantes/ni aditivos, etc.	137	36,3%
Bajo en sodio	51	15,6%
Buen estado	78	24,3%
Baja en azúcar/sin azúcar	55	17,2%
Fibra	17	5,3%
Origen vegetal/vegetariano	12	3,7%
Que sea rico	9	2,8%
Calidad	8	2,5%
Liviano	7	2,2%
Equilibrado	6	1,9%
De energía	5	1,6%
Sin TACC/ libre de gluten	5	1,6%
Pocos carbohidratos	5	1,6%
Minerales	6	1,9%
Aporte/ Beneficios a la salud	8	2,5%
Buena cocción	3	0,9%
Que aporte calcio	4	1,2%
Variado/completo	2	0,6%
Que de saciedad	4	1,2%
Bebidas con poco gas	2	0,6%
Que tenga sabor	1	0,3%
Harina integral	1	0,3%
Omega 3	1	0,3%
Fibroso	1	0,3%

n = 319



Teniendo en cuenta las características señaladas, la mayoría reconoce comprar alimentos saludables *a veces* y *casi siempre*.

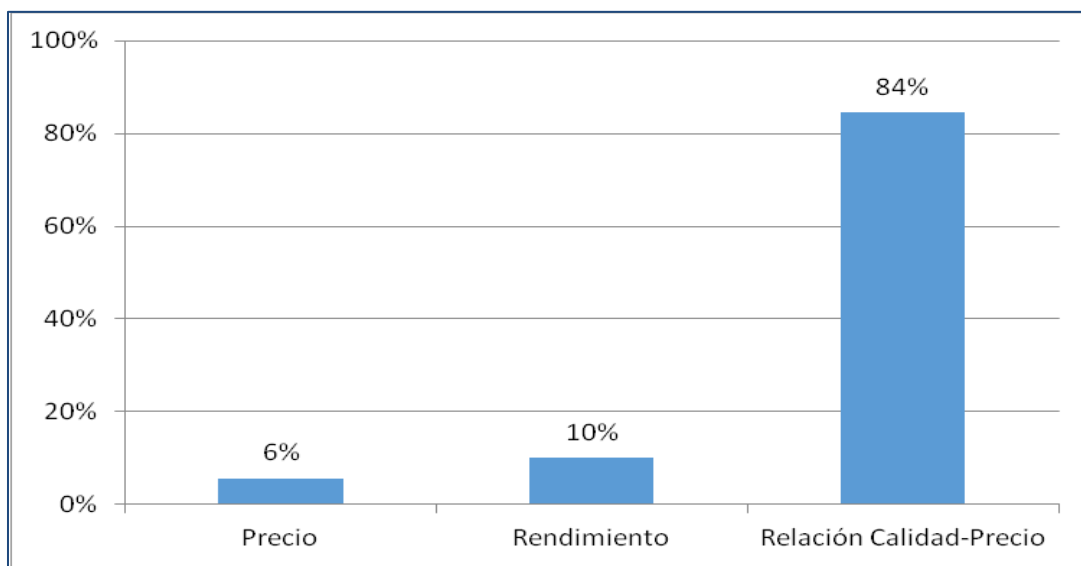
Compra de alimentos saludables



Los datos obtenidos acerca de las características a las que se les da importancia desde la perspectiva económica y del medio ambiente, confirman la mayor preocupación, ya manifestada, por lo económico (especialmente relación precio /calidad y la menor atribuida al cuidado del medio ambiente).

Según dijimos anteriormente, los encuestados manifestaron valorar especialmente aspectos vinculados a la salud, a los hábitos y costumbres, a la economía y en menor medida, al medio ambiente y al marketing o publicidad. En relación a la economía, se aprecia la relación precio - calidad.

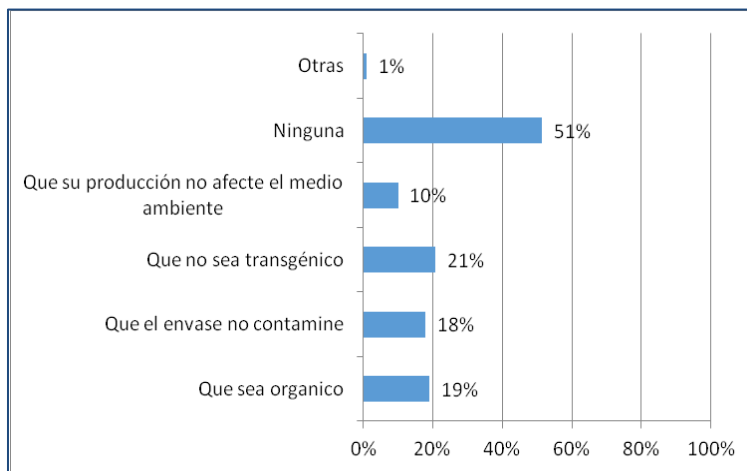
Características vinculadas al aspecto económico a la que atribuye más importancia



n = 319

En cambio, en referencia al aspecto ecológico se evidencia una menor relevancia en la consideración de este tema.

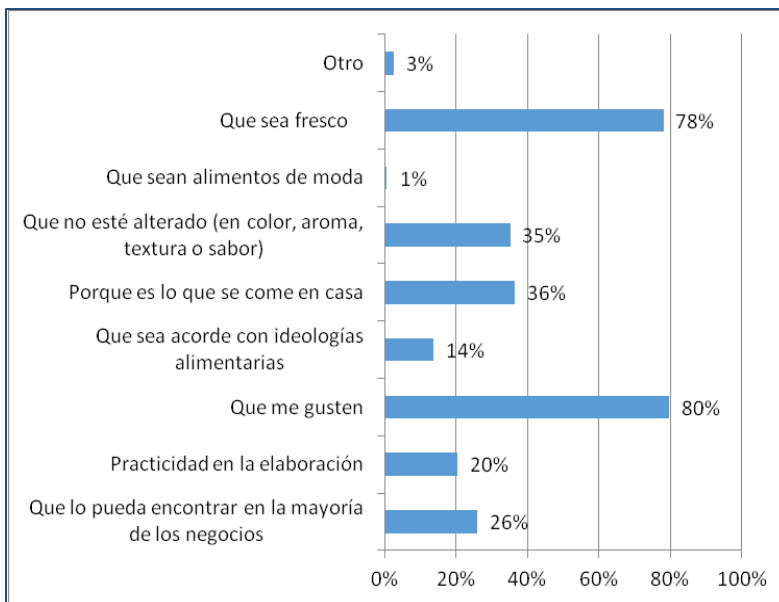
Características vinculadas al aspecto ecológico del alimento



n=319

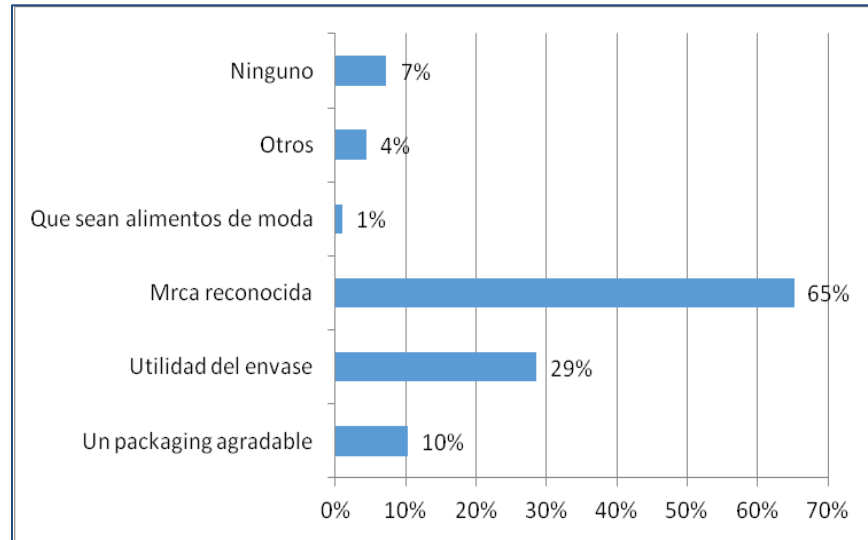
Sin duda, la mayoría elige en función de los gustos, tratando de que sean productos frescos y de marca reconocida.

Motivos que considera al momento de adquirir los alimentos



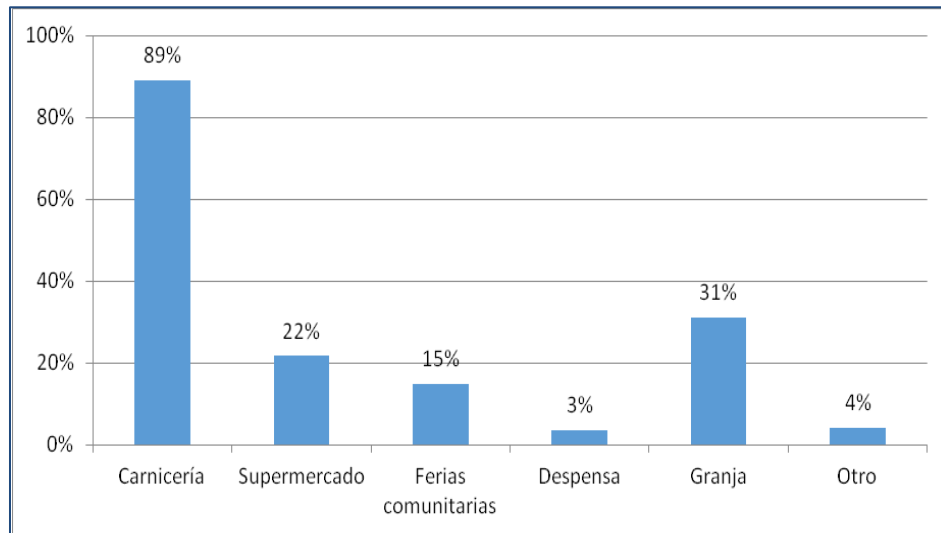
n=319

Otros motivos que prioriza al momento de su compra



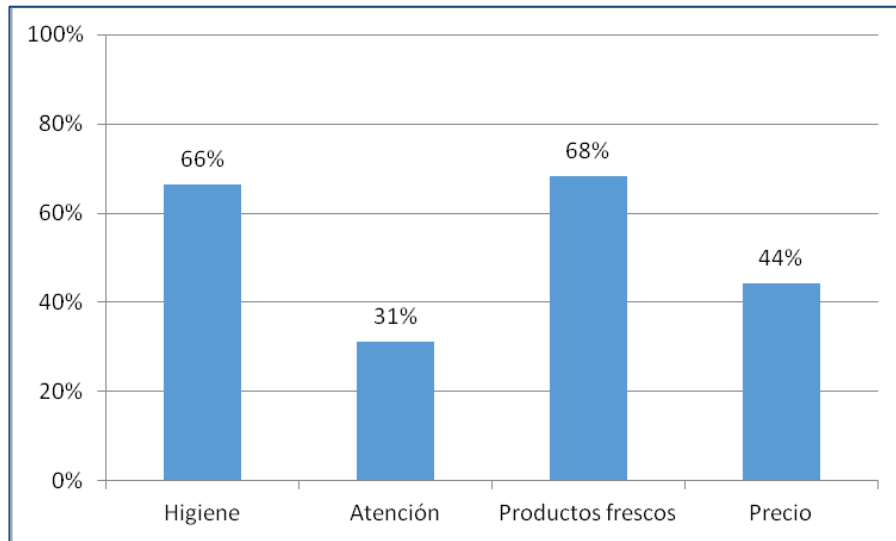
Las carnes mayoritariamente se compran en carnicerías y el lugar, es elegido por su higiene y la frescura del producto.

Lugar donde compra carnes



n = 319

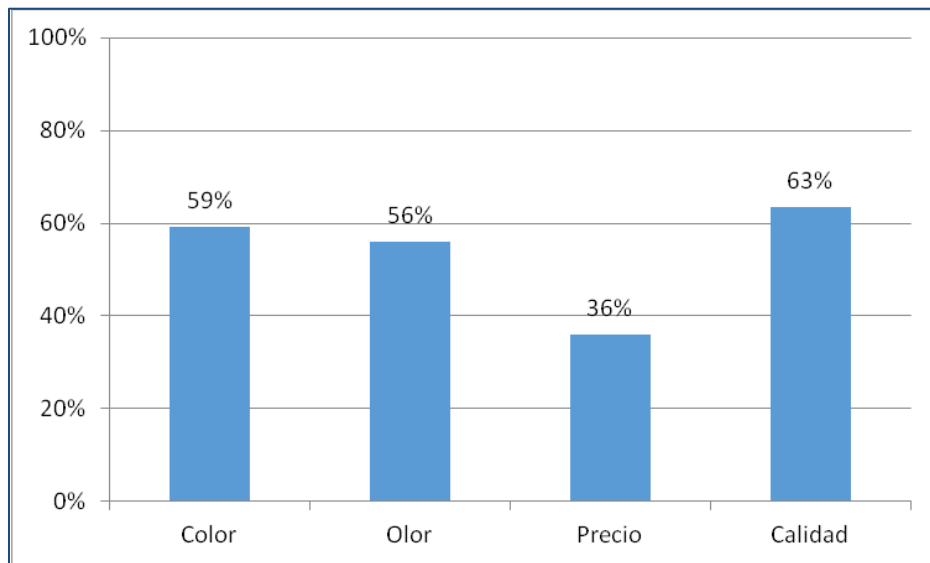
Motivos de elección del lugar



n = 319

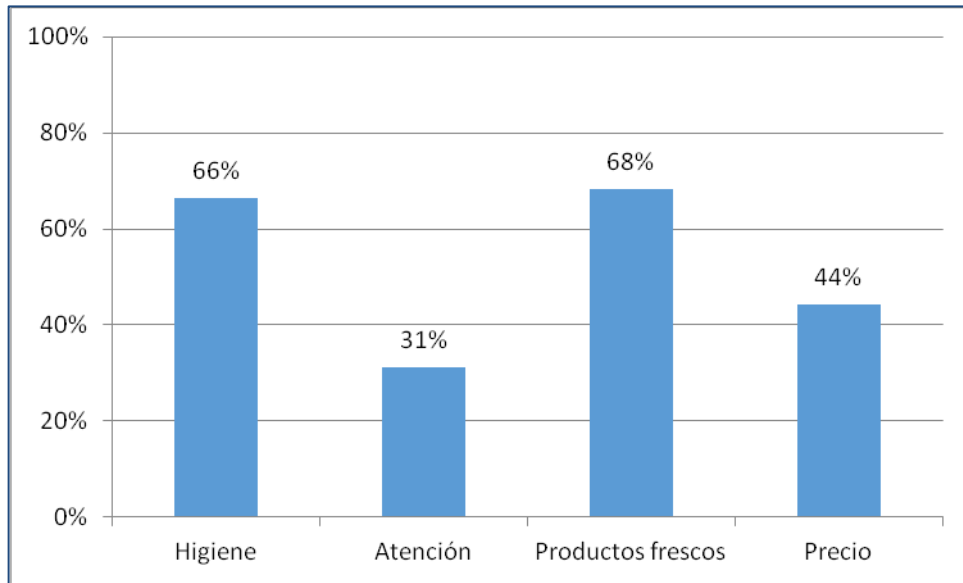
Al momento de la compra de carnes se prioriza la calidad asociándola a su terneza, fresca y presencia de grasa intramuscular; y en menor medida el precio.

¿Qué considera de la carne al momento de comprarla?



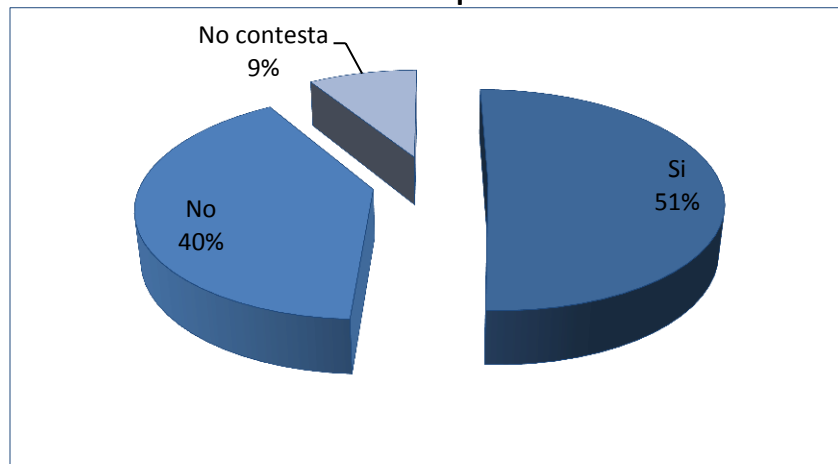
n = 319

Características que tiene en cuenta para elegir el lugar



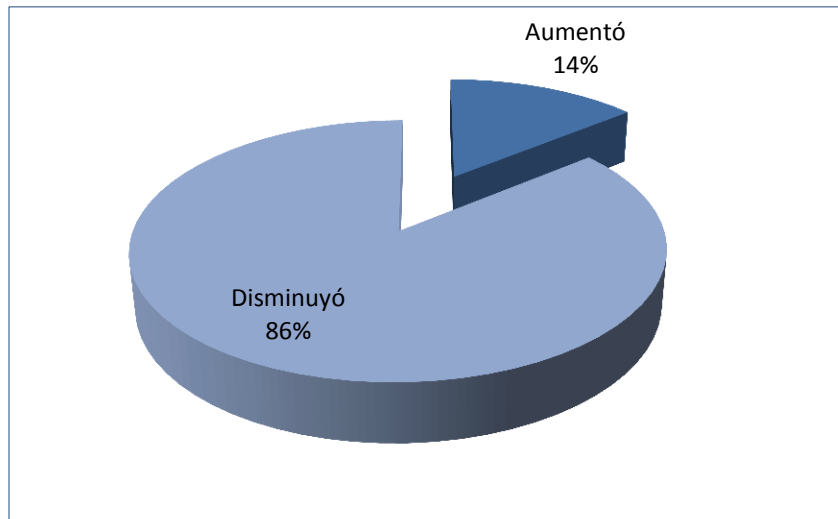
Más de la mitad de los consultados indican que han disminuido la cantidad de carne que consumen, entendiendo por la misma a toda parte del músculo del animal que sea comestible, incluyendo vaca, pollo, pescado y cerdo.

¿Ha modificado la cantidad de carne que consume en el último tiempo?



n = 319

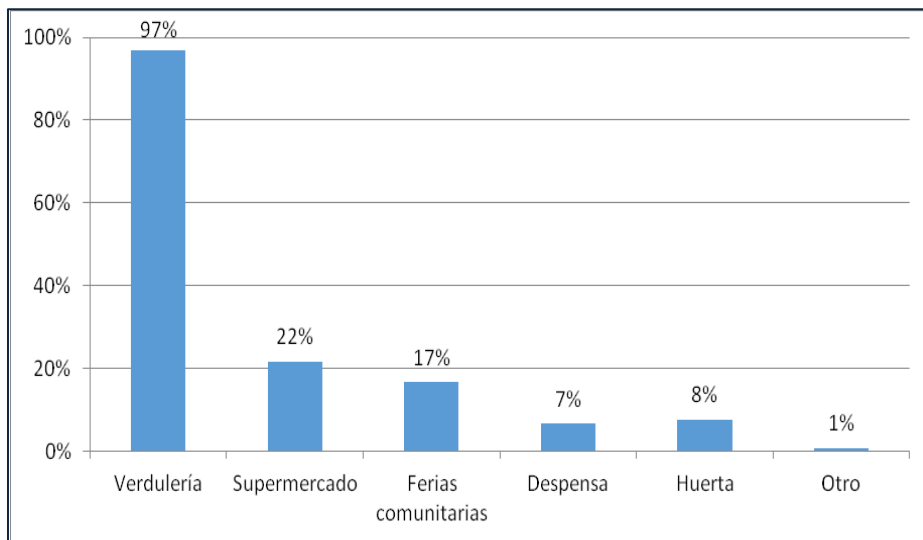
Si dijo sí, indique si su consumo:



n=163

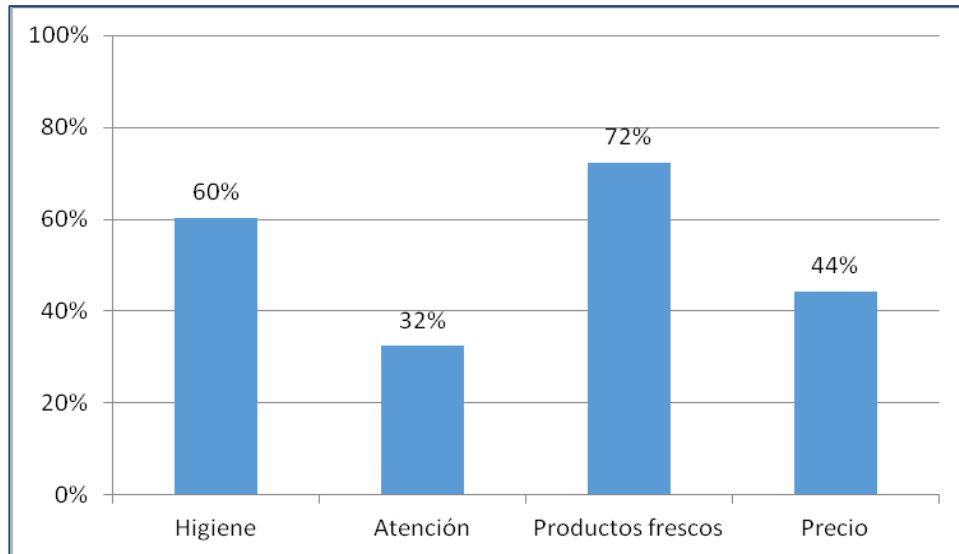
Las verduras también se compran preferentemente en el lugar específico de venta y la elección del lugar alude a las mismas razones señaladas para la compra de carne: productos frescos e higiene.

Lugar donde compra las verduras



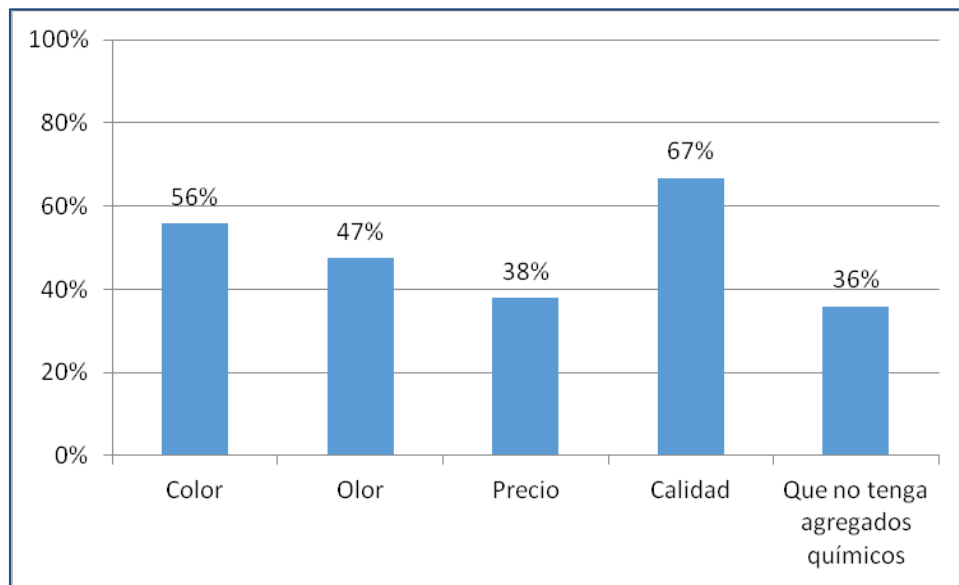
n = 319

Motivos de elección del lugar



n = 319

¿Qué tiene en cuenta al momento de elegir las verduras?

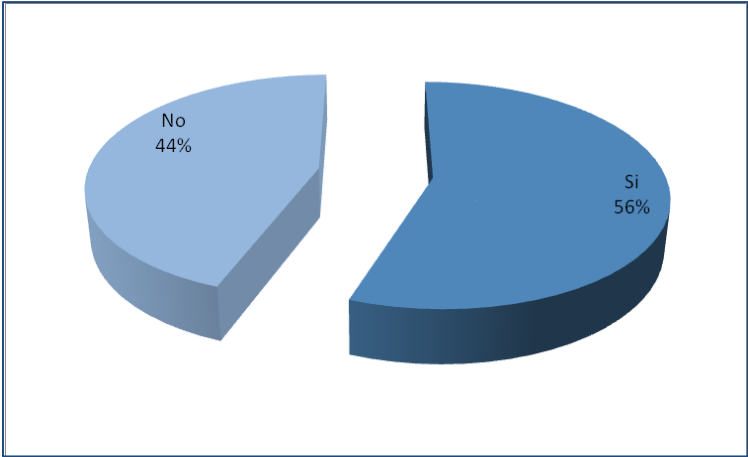


n = 319

Se prioriza la calidad por encima del precio y el agregado de agroquímicos.

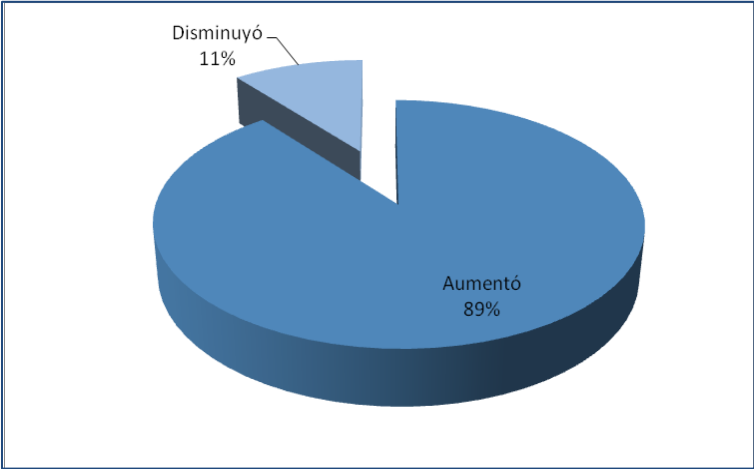
Más de la mitad ha variado la cantidad de verdura que consume y, dentro de éstas, la mayoría lo hizo para incrementarlo. Dichos resultados, están en concordancia con los arrojados para el consumo de carne, que disminuyó su consumo (89%), lo cual coincide con aquellos que han aumentado el consumo de verduras (86%).

¿Ha modificado la cantidad de verduras que consume en el último tiempo?



n = 319

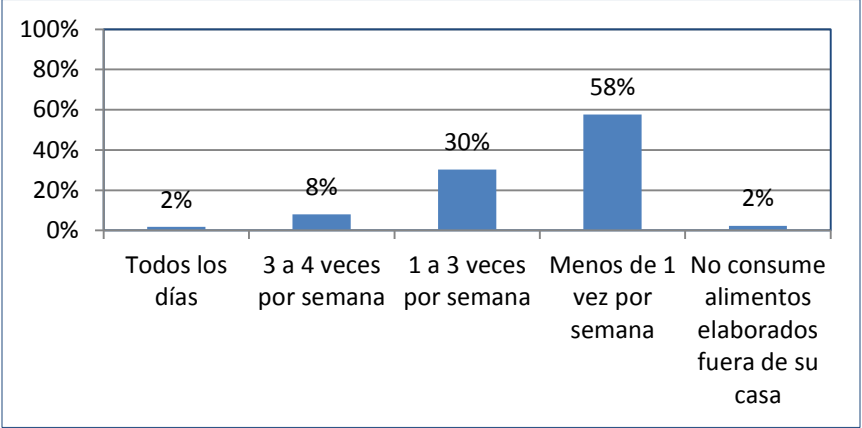
Si dijo sí, indique si su consumo:



n = 179

En cuanto al consumo de alimentos elaborados fuera de su hogar -incluyendo restaurantes, rotiserías, casas de comidas rápidas, buffets, deliverys, servicios de viandas- el 60% de los encuestados lo hace con una frecuencia menor a una vez por semana en contraposición con la minoría (2%) que lo hace todos los días.

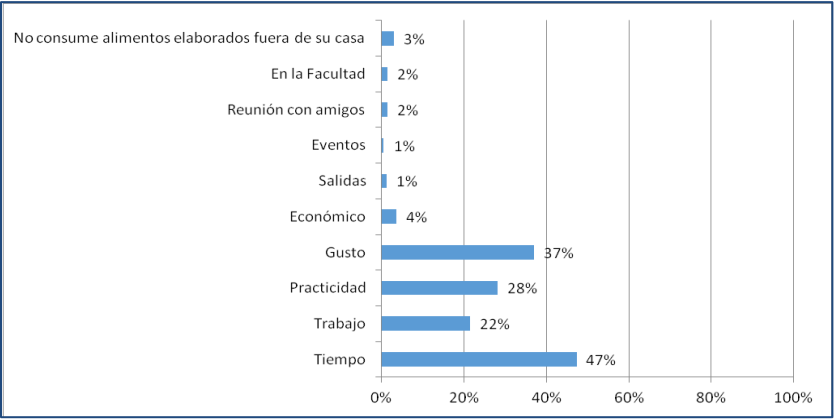
Frecuencia de consumo de alimentos elaborados fuera del hogar



n = 337

Entre los motivos por los cuales quienes comen al menos una vez por semana alimentos elaborados fuera de su hogar, se destacan: Tiempo, gusto, practicidad y trabajo. Ésta última se vincula con jornadas extensas o falta de permisos laborales para la realización de las comidas principales.

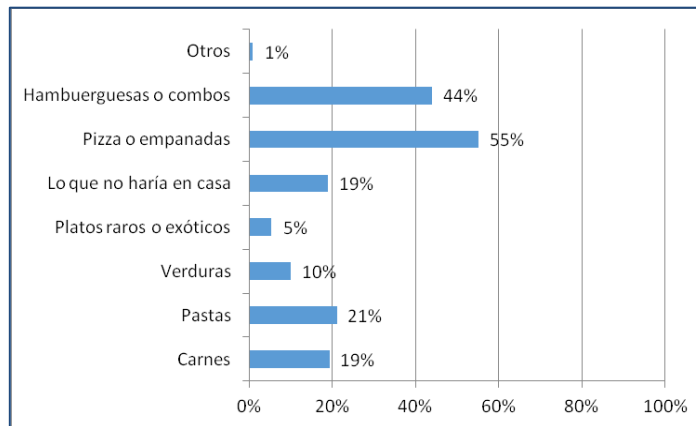
Motivos por los cuales consume alimentos elaborados fuera de su hogar



n = 337

Por otra parte, dentro de los menús seleccionados por aquellos que realizan comidas elaboradas fuera de su hogar, se observa el predominio de Fast Food: pizzas, empanadas, hamburguesas o combos, en contraposición con la minoría representada por los platos más elaborados, exóticos o saludables.

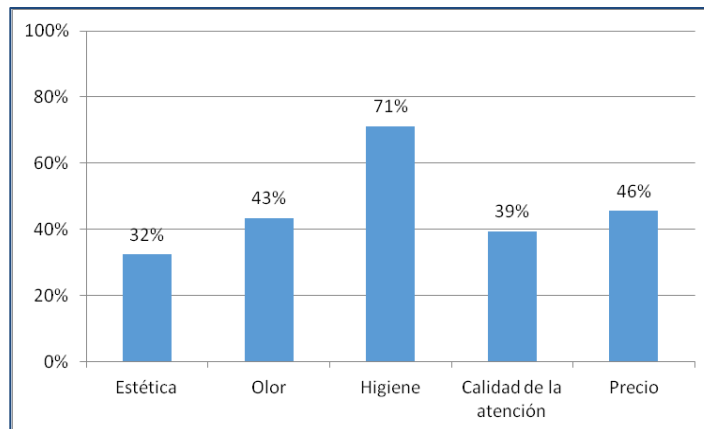
Tipos de alimentos que selecciona cuando compra comida hecha fuera de su hogar



n = 337

En cuanto al aspecto del local o negocio de los alimentos ya elaborados, se destaca la higiene como principal condición para la elección del lugar.

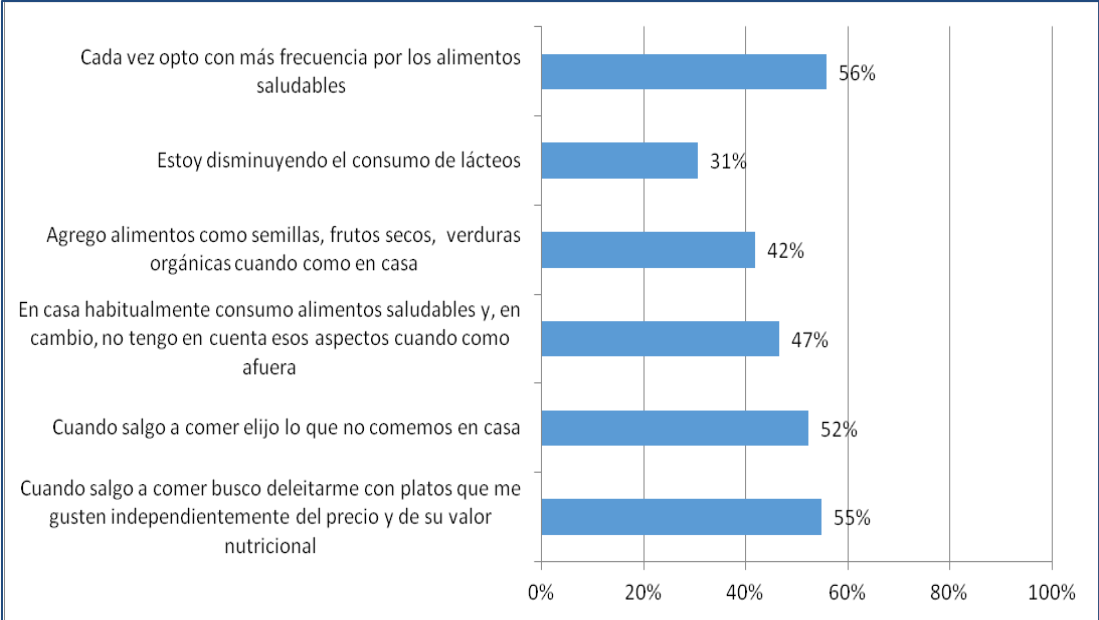
¿Qué aspectos del negocio donde compra comida hecha tiene en cuenta?



n = 337

Se observa una relación indirectamente proporcional entre las elecciones alimentarias dentro del hogar y fuera del hogar. Puesto que en lo que respecta al primer caso, un gran porcentaje de los encuestados manifiesta “optar con más frecuencia por alimentos saludables” y “agregar semillas, frutos secos, verduras orgánicas a sus preparaciones caseras”. Sin embargo, en el segundo caso, lo saludable es apartado de las prioridades, enfocándose principalmente en el placer como motor para las elecciones alimentarias, en el que un porcentaje similar al primer caso, manifestó “no tener en cuenta lo saludable al comer afuera”, “optar por alimentos diferentes a los que se consumen en el hogar” y por sobre todo, “priorizar el placer en lugar del precio y valor nutritivo”.

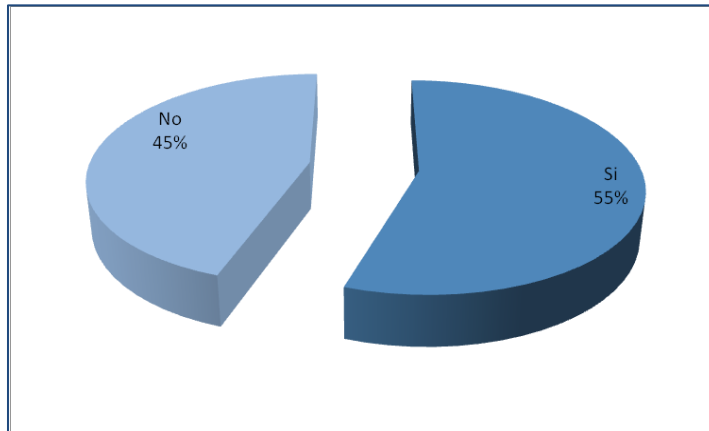
Grado de acuerdo con las siguientes frases



n = 337

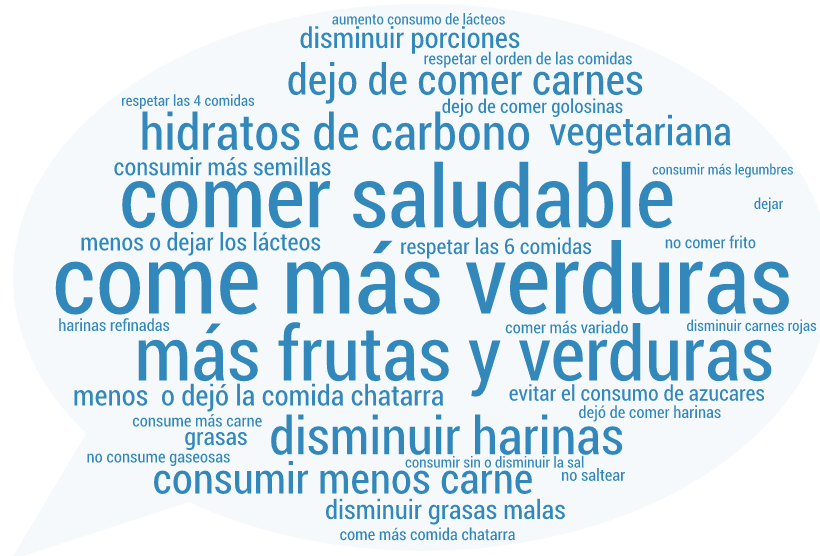
En lo que respecta a los hábitos alimenticios, más del 50% de los encuestados manifestó estar en proceso de cambio o haberlos modificado.

¿Ha cambiado últimamente o está cambiando sus hábitos alimentarios?



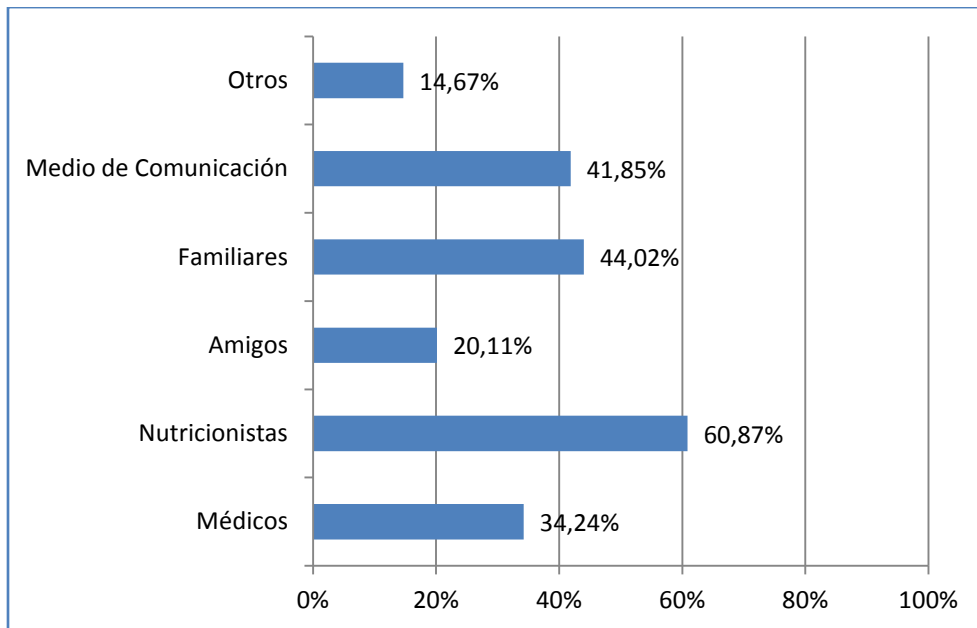
Entre los hábitos alimenticios modificados, se destacan: Consumir más frutas y verduras, comer saludable, disminuir el consumo de harinas y disminuir el consumo de carnes. Todos estos datos se correlacionan positivamente con la información antes detallada.

Si respondió sí, especificar qué hábitos que cambió:



n = 184

¿De dónde obtiene la información para hacer los cambios?



n=184

CONCLUSIONES:

- ✓ Gran porcentaje de los encuestados manifestó consumir en su hogar tanto alimentos ya elaborados como insumos para su elaboración doméstica. Asimismo, se advierte un porcentaje mayor en los que prefieren adquirir alimentos para elaborar en su hogar.
- ✓ Quienes realizan las compras de productos alimentarios, valoran especialmente aspectos vinculados a la salud, a la economía, a los hábitos y costumbres.
- ✓ En relación al valor nutritivo, los indicadores más tenidos en cuenta son los que corresponden a calorías, proteínas, vitaminas y minerales. Aún así, 3 de cada 10 personas consultadas no lo tiene en cuenta y por lo tanto, se convierte en significativo por tratarse de un aspecto fundamental para una vida saludable.
- ✓ Es bajo el porcentaje de encuestados que tiene en cuenta las grasas al considerar el valor nutritivo de los alimentos.
- ✓ El rótulo nutricional de los alimentos envasados, no es leído casi por la mitad de los consultados.
- ✓ Se advierte mayor conciencia en el control de las fechas de vencimiento, especialmente en el caso de los productos lácteos.
- ✓ El agregado de aditivos y conservantes en los alimentos no se advierte como un aspecto a considerar por la mayoría de los consumidores.
- ✓ En lo que concierne al lugar donde se realizan las compras de alimentos, la mayoría valora la higiene y también la seguridad bromatológica.

- ✓ Los motivos más reconocidos a la hora de tomar la decisión respecto de lo que se compra, son el beneficio a la salud y el control del peso.

- ✓ En relación a la importancia desde la perspectiva económica y del medio ambiente, se confirman la mayor preocupación por lo económico (especialmente relación precio /calidad y la menor atribuida al cuidado del medio ambiente).

- ✓ Los motivos que se tienen en cuenta al adquirir los alimentos, la mayoría elige en función de los gustos, tratando de que sean productos frescos y de marca reconocida.
 - En relación al consumo de carnes:
 - La mayoría elige comprar en carnicerías y el lugar, es elegido por su higiene y la frescura del producto.
 - Al momento de la compra, se prioriza la calidad asociándola a su terneza, frescura y presencia de grasa intramuscular; y en menor medida el precio.
 - Más de la mitad de los consultados indican que han disminuido la cantidad de carne que consumen

 - En relación al consumo de verduras:
 - Se compran preferentemente en el lugar específico de venta y la elección del lugar es por sus productos frescos e higiene.
 - Se prioriza la calidad por encima del precio y el agregado de agroquímicos.
 - Más de la mitad ha variado la cantidad de verdura que consume y, la mayoría lo hizo para incrementarlo.

- ✓ En cuanto al consumo de alimentos elaborados fuera de su hogar, más de la mitad de los encuestados lo hace con una frecuencia menor a una vez por semana.

- ✓ Quienes comen al menos una vez por semana alimentos elaborados fuera de su hogar, se destaca la valoración en el ahorro del tiempo y el trabajo, el gusto y la practicidad.. A su vez, en esa elección se observa el predominio de Fast Food, (pizzas, empanadas, hamburguesas o combos).

- ✓ Se observa una gran diferencia entre las elecciones alimentarias dentro del hogar y fuera del hogar. En el primer caso, un gran porcentaje de los encuestados manifiesta “optar con más frecuencia por alimentos saludables. Sin embargo, en el segundo caso, manifestó “no tener en cuenta lo saludable al comer afuera”, “optar por alimentos diferentes a los que se consumen en el hogar” y por sobre todo, “priorizar el placer en lugar del precio y valor nutritivo”.

- ✓ En lo que respecta a los hábitos alimenticios, más del 50% de los encuestados manifestó estar en proceso de cambio o haberlos modificado en pos de una alimentación más sana.