
TENDENCIAS HACIA LA ALIMENTACION SALUDABLE EN CORRIENTES Y RESISTENCIA

AUTOR: CORINA ALEJANDRA PERDUCA

Licenciada en Comercio Internacional

Magíster en Gobierno y Economía Política

Profesora titular Gestión Empresarial – Ingeniería en Alimentos – Facultad de Ingeniería y Tecnología – Sede Central

Profesora titular Taller de Práctica Profesional de Comercio Internacional II - Licenciatura en Comercio Internacional – Facultad de Ciencias Empresariales – Sede Central

Perducaacorina_cen@ucp.edu.ar *

Palabras claves: COMERCIALIZACIÓN / ALIMENTACION / SALUDABLE

Actualmente las grandes tendencias de la alimentación van hacia la alimentación saludable, y las empresas de alimentos han comenzado a incluir en sus líneas de productos variedades que revistan estas características. Los consumidores empiezan a buscar más este tipo de productos, por lo que surge la necesidad de conocer que pasa en nuestra región.

De acuerdo a la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación), siete son los hábitos alimentarios que son buenos para las personas. A saber: 1. Comer muchas hortalizas y frutas. 2. Vigilar el consumo de grasas. 3. Reducir el consumo de alimentos y bebidas con alto contenido en azúcar. 4. Reducir el consumo de sodio/sal. 5. Beber agua regularmente. 6. Consumo de alcohol moderado (si se consume). 7. Hacer ejercicio físico a diario. Pero no todas las personas practican estos siete hábitos de manera regular, aunque si hay cada vez más personas dentro de este segmento que comienza con alguno de estos tips.

Por otro, según diversos estudios realizados y presentados en revistas científicas, para este año las tendencias en el consumo global, y que por ende deberán ser consideradas por la industria de alimentos son las siguientes: 1. Se extienden los límites de vejez, cada vez las personas viven más años y se cuidan mejor. 2. Los consumidores están buscando productos y experiencias auténticas, alejándose del materialismo y de productos genéricos en favor de simplicidad y productos de mayor calidad. 3. Consumidor consciente. 4. Digitalmente juntos. 5. Todos son expertos (la información está al alcance de todos). 6. Puedo cuidar de mí mismo 7. Quiero un mundo libre de plástico (especialmente para pensarlo desde el punto de vista del diseño de envases). 8. Los consumidores buscan gratificación instantánea y experiencias simples y sin problemas que combinen con sus estilos de vida y les permitan dedicar más tiempo a sus vidas profesionales y sociales. 9. Vivir solos. 10. Los consumidores quieren

proteger su bienestar mental, desconectarse de la tecnología y priorizar lo que realmente quieren y disfrutan hacer.

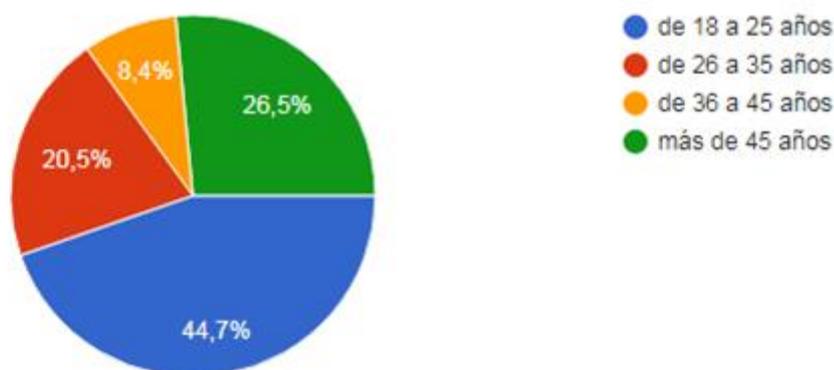
Por ello, en la investigación realizada se consultó a través de encuentros on line auto administradas, sobre cuáles son estas tendencias en a la alimentación saludable de los ciudadanos de Corrientes y Resistencia, a fin de conocer las preferencias actuales de los consumidores a la hora de adquirir productos y que los conlleva a elegirlos.

Voluntariamente, 215 personas (72% de Corrientes y 28% de Resistencia, 78% fueron mujeres y 22% hombres) respondieron la encuesta arrojando los resultados que se presentan a continuación.

RESULTADOS

La mayor parte de la población encuestada corresponde a un rango etario entre los 18-25 años de edad con un 44,7%, siguiendo personas mayores de los 45 años de edad con un 26,5%, luego continúan las personas cuya edad va entre los 26-35 años de edad con un 20,5% porcentaje y por último las personas entre los 36-45 años de edad con un 8,4%.

Gráfico N° 1: Edad de la población encuestada



Según los datos obtenidos el 60,9% de la población encuestada considera que mantener una alimentación saludable es “tener una alimentación muy variada”, el 49,8% de la población encuestada considera que es “consumir alimentos fuente de proteínas, vitaminas y minerales”, el 25,1% de la población encuestada considera que es “comer frutas y verduras todos los días”, el 5,1% de la población encuestada considera que es todas las opciones mencionadas (tener una alimentación muy variada, consumir alimentos fuente de proteínas, ser vegano o vegetariano, no comer harinas, comer frutas y verduras todos los días), el 4,2% de la población encuestada considera que una alimentación saludable no es ninguna de las opciones mencionadas, el 2,3% de la población encuestada considera que es “no comer harinas” y por último el 1,4% de la población encuestada considera que es ser vegano o vegetariano.

Gráfico N° 2: Consideraciones de una alimentación saludable

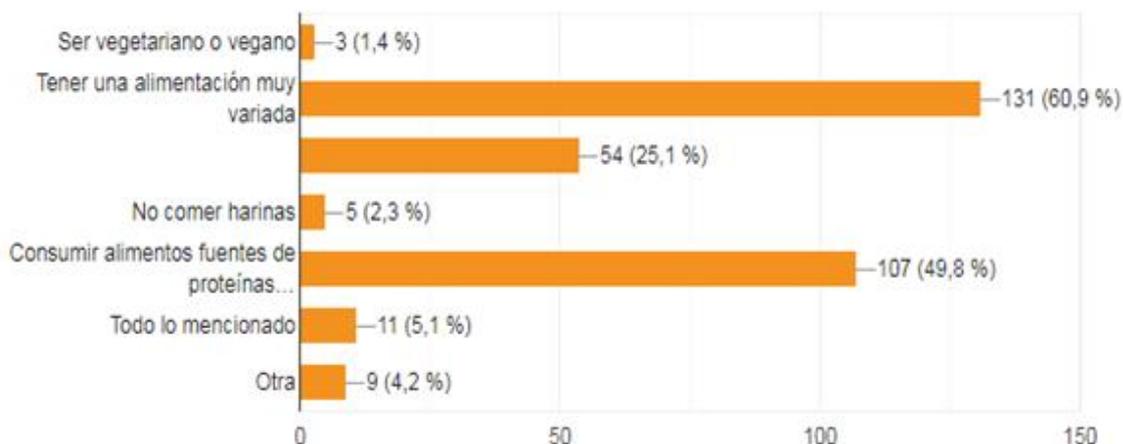
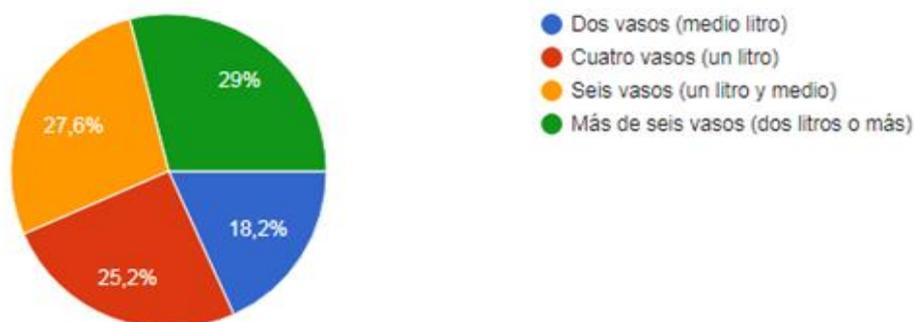


Gráfico N° 3: Consumo diario de agua



Los datos obtenidos revelan que el 29% de la población encuestada tiene un consumo de agua diario superior a los seis vasos de agua (dos litros o más), el 27,6% de la población encuestada tiene un consumo diario de seis vasos (un litro y medio), el 25,2% tiene un consumo diario de agua de cuatro vasos (un litro) y por último el 18,2% de la población encuestada tiene un consumo diario de agua de dos vasos (medio litro).

Con respecto al consumo de alcohol, los datos obtenidos indican que el 41,9% de la población encuestada tiene una frecuencia de consumo de bebidas alcohólica de 2 a 4 veces al mes, a su vez el 18,6% de la población tiene una frecuencia de consumo de 2 a 3 veces a la semana, el 18,6% tiene una frecuencia de consumo de solo una vez al mes, el 15,8% de la población indica que no tiene frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas y por último el 5,1% de la población indica que tiene una frecuencia de consumo de cuatro o más veces la semana.

La mayor parte de la población encuestada con un 43,6%, indica que tiene un consumo de dos o tres vasos, a su vez el 21,8% indica un consumo de un vaso, luego el 18,5% de la población indica un consumo de más de cuatro vasos y por último al 16,1% no le correspondió responder la pregunta debido a que no consume bebidas alcohólicas.

Mientras que la bebida alcohólica de mayor consumo en la población encuestada es la cerveza con un 58,5%, luego siguen el fernet con un 36,3%, el vino con un 33,5%, los licores / whisky con un 4,7% y por último el 14,6% de la población no consume bebidas alcohólicas.

Estos datos se reflejan en los siguientes gráficos.

Gráfico N°4: Consumo de bebidas alcohólicas

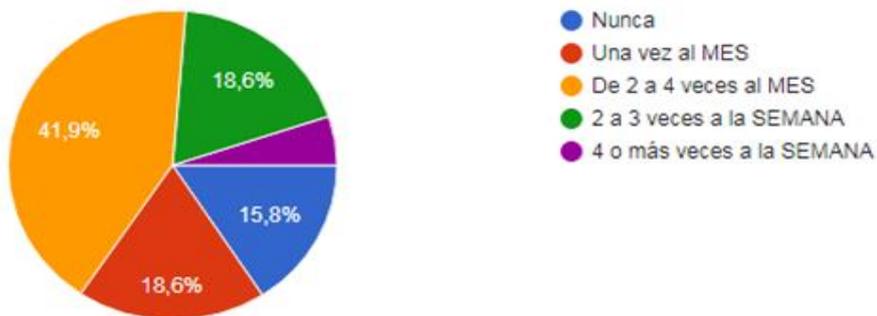


Gráfico N° 5: Cantidad de bebida alcohólica consumida

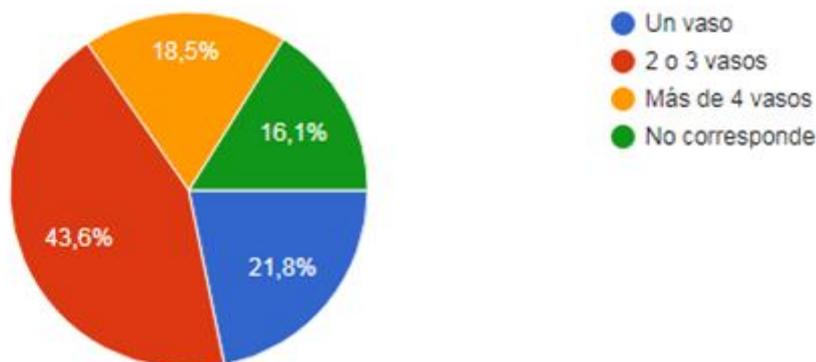
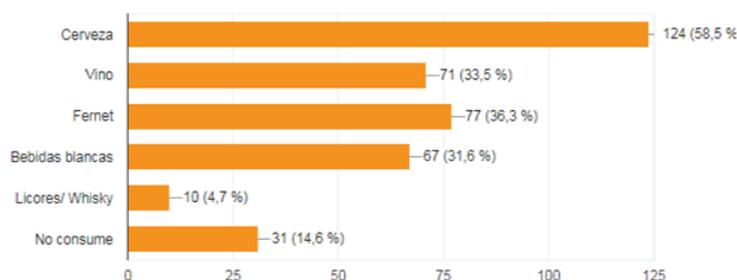
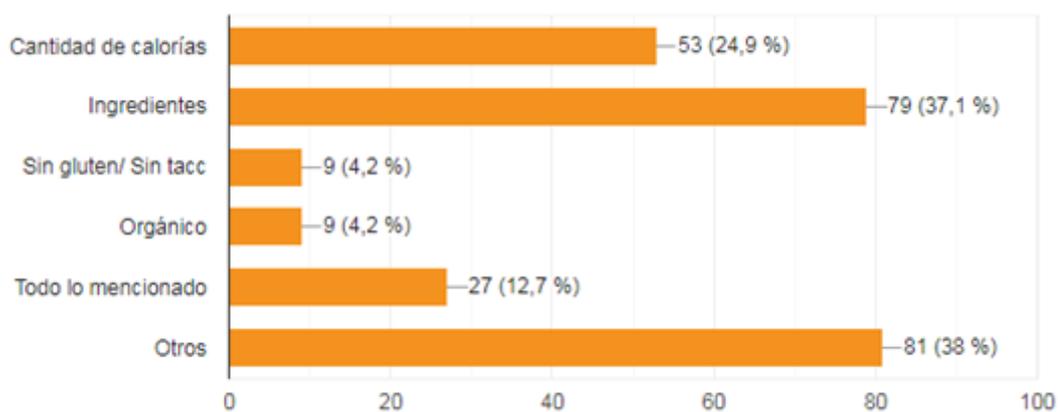


Gráfico N° 6: Clase de bebida alcohólica consumida.



Con respecto a los atributos de los productos alimenticios, se puede observar que la mayor parte de la población encuestada con un 38%, al momento de la compra de un alimento no presta atención especial a ninguna de las características mencionada. Luego continúan las personas que se interesan por los ingredientes del producto en un 37,1%, siguiendo con un 24,9% las personas que miran la cantidad de calorías, un 12,7% de la población observa todas las características mencionadas, por último con un porcentaje de 4,2% vienen las personas que miran que el producto sea sin gluten y que sea de origen orgánico.

Gráfico N° 7: información observada del producto para la compra.



En todos los casos, la mayoría le otorgan una importancia media a la hora de seleccionar un alimento por marca, envase y precio.

Gráfico N° 8: Importancia del precio del producto

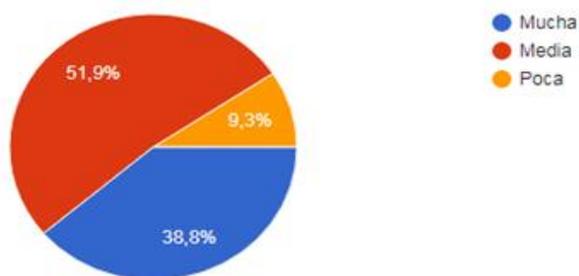


Gráfico N° 9: Importancia del envase del producto

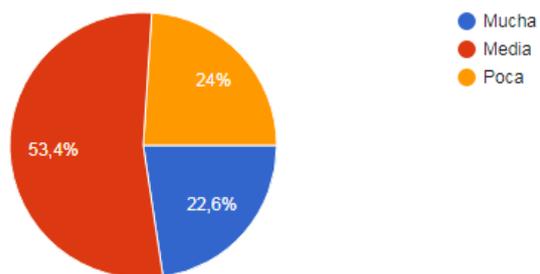
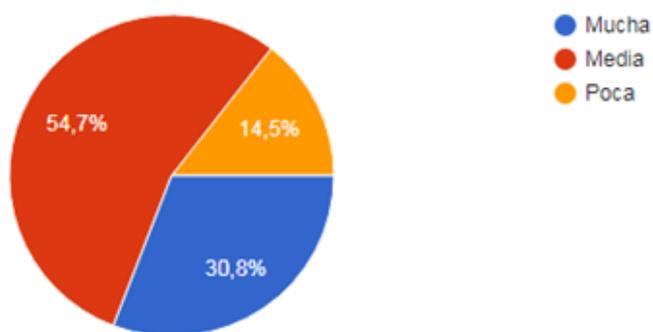


Gráfico N° 10: Importancia de la marca del producto



Según los datos recolectados, el 41,9% de la población prefiere una categoría de bebidas del tipo regular, y en segundo lugar, con el 27,4%, la categoría sin azúcar.

Gráfico N°11: Preferencia de las distintas categorías de bebidas

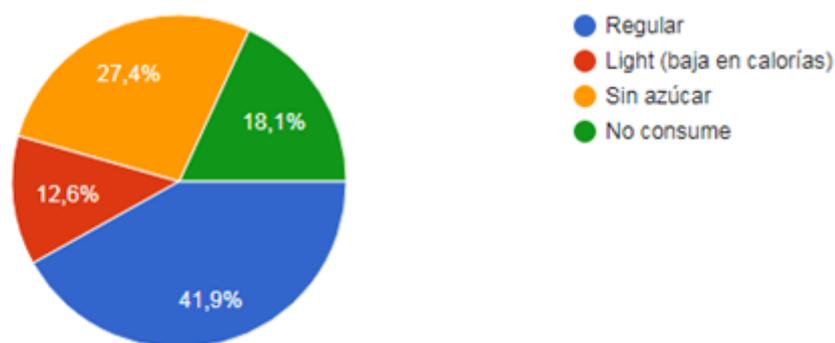
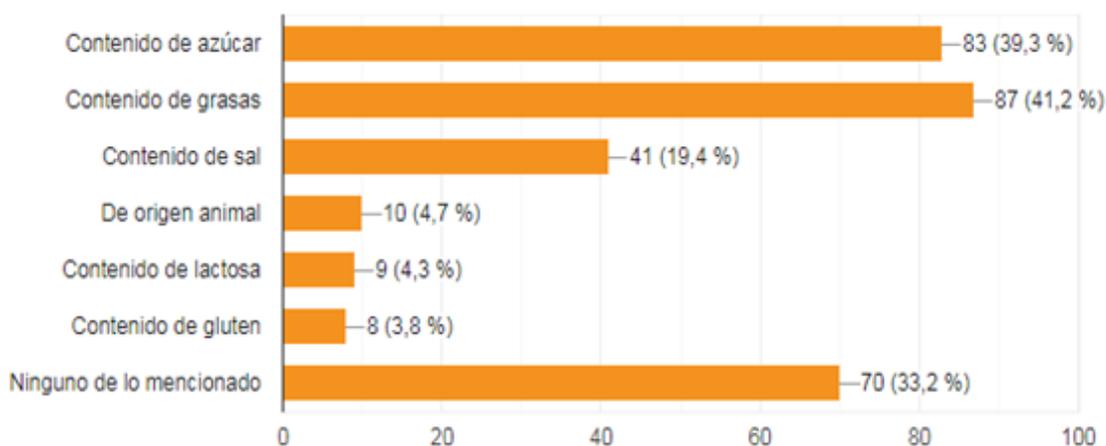


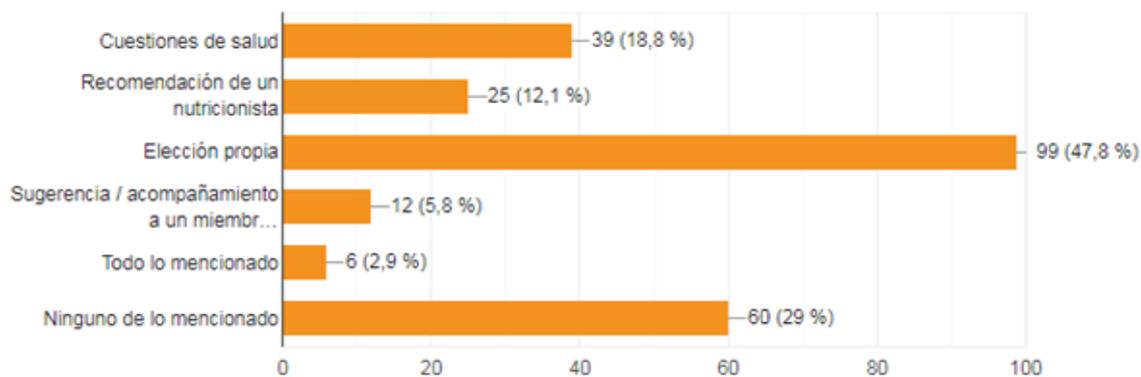
Gráfico N°12: Causa por la cual las personas decidieron dejar de consumir un determinado producto.



De acuerdo al gráfico, se observa que el 41,2% de los encuestados dejó de consumir determinados productos por su contenido de grasas, y, en segundo lugar, con el 39,3%, lo hicieron por el contenido de azúcares.

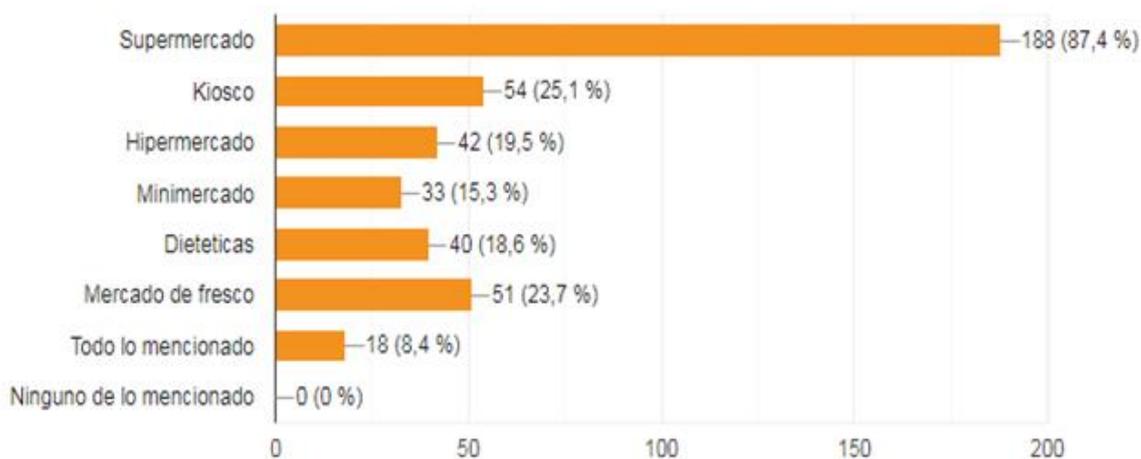
Según muestra el siguiente gráfico, el 47,8% de los encuestados dejaron de consumir los productos mencionados anteriormente por decisión propia.

Gráfico N°13: Respuesta a por qué se dejaron de consumir los productos mencionados anteriormente.



De acuerdo a los datos obtenidos, el 87,4% de los encuestados adquiere sus productos alimentarios en el supermercado.

Gráfico N°14: Lugar de obtención de productos alimentarios



A la hora de consultar sobre los beneficios de llevar una alimentación saludable, los encuestados consideran en un 91,6% que mejora la calidad de vida, y en segundo lugar, con el 45,6%, sugiere que hacerlo previene enfermedades.

Pero a su vez, reconocen que su nivel saludable de alimentación es media (75,8% de la población), y hay muchas personas en la familia que motivan al consumo de alimentos saludables (65,6%).

Gráfico N°15: Beneficios de llevar una alimentación saludable

215 respuestas

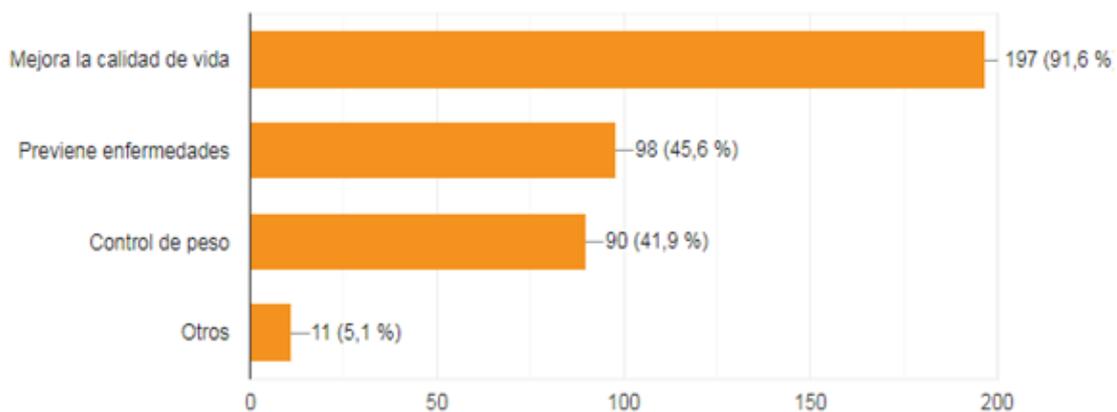


Gráfico N° 16: Medición de cuán saludable es la alimentación

215 respuestas

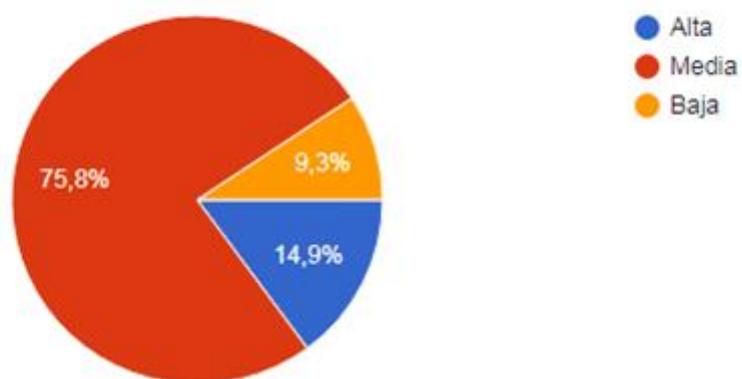
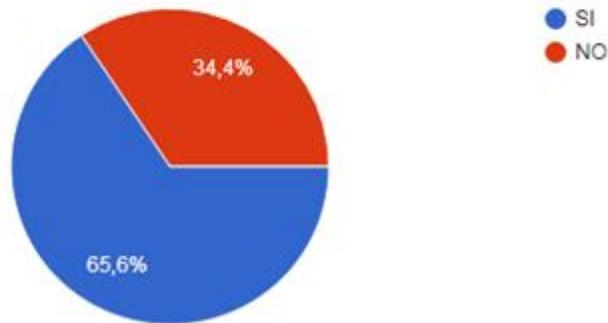


Gráfico N° 17: Presencia de un familiar que motive a tener una alimentación saludable

215 respuestas



Para completar el análisis, se consultó sobre la actividad física, y el 72,1% de los encuestados practica actividad física semanalmente, y el 34,6% de los encuestados realiza actividad física más de tres veces por semana.

Gráfico N°18: Realización de actividad física semanalmente

215 respuestas

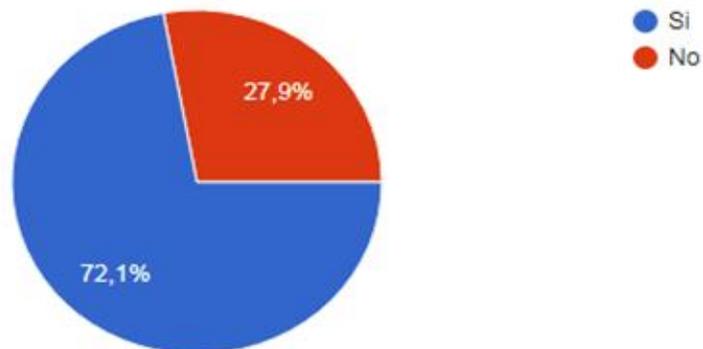
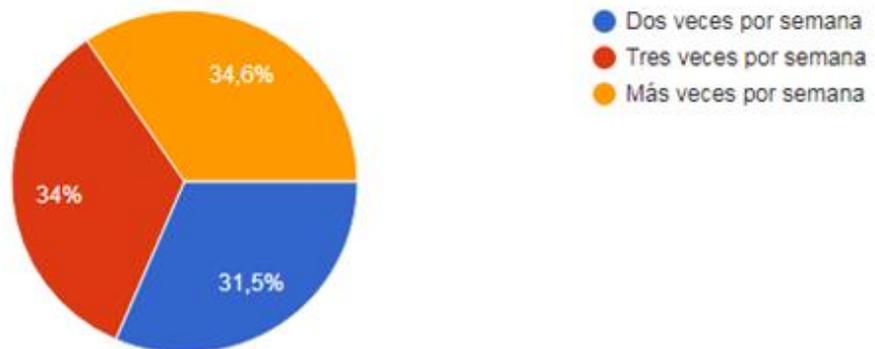


Gráfico N°19: Frecuencia de realización de actividad física



Si comparamos los resultados por grupos etarios, obtenemos los siguientes resultados.

CUADRO N° 1: HABITOS SALUDABLES

Rango de edad	Cantidad de encuestados	Cantidad que realiza actividad física	Cantidad que no consume alcohol	Cantidad que consume 2 L de agua	Cantidad que no considera su alimentación saludable
18 a 25	96	64 (66%)	12	24	10
26 a 35	44	36 (81%)	4	16	5
36 a 45	18	16 (88%)	2	8	1
mayores a 45	57	39 (68%)	16	14	4

Luego de los datos obtenidos, podemos observar que dentro de las personas encuestadas de 18 a 25 años de edad, un 66% realizan actividad física y son los que más consumen agua en relación a los demás encuestados de otras edades. Luego el 68% de las personas mayores a 45 años realizan actividad física además de que en su mayoría consideran que llevan una alimentación saludable.

CUADRO N° 2: ALIMENTACION SALUDABLE

Rango de edad	Cantidad de encuestados	Tener una alimentación muy variada	Ser vegetariano o vegano	No comer harinas	Consumir alimentos fuentes de proteínas, vitaminas y minerales
18 a 25	96	26	1	0	22
26 a 35	44	18	0	0	11
36 a 45	18	3	1	0	5
mayores a 45	57	30	0	1	12

Se puede observar que las personas de entre 18 a 25 años son las que en mayoría saben lo que es alimentarse saludablemente, ya que esto implica consumir alimentos fuentes de proteínas, vitaminas y minerales.

Conclusiones

Las conclusiones obtenidas mediante esta encuesta son positivas, debido a que se observa los conocimientos y tendencias que tiene la población encuestada acerca de lo que es llevar una alimentación saludable.

A partir de la misma, se logra precisar las preferencias de compras, determinar los atributos que mayor importancia se otorgan a la hora de seleccionar un alimento y hallar las tendencias alimentarias de los encuestados.

Analizando los resultados de la encuesta, se determina que la tendencia alimentaria que se observa de la población encuestada es muy beneficiosa, esto se debe a que la mayoría de los encuestados no solo poseen ciertos conocimientos de lo que conlleva tener una alimentación saludable, sino que la mayoría asegura poner en práctica en su dieta gran parte de ella, por ejemplo:

-
- ✓ El 49,8% de los encuestados conocen lo que se consideran mantener una alimentación saludable.
 - ✓ El 81,8% asegura tomar 1L o más de agua por día.
 - ✓ El 58,1% de los encuestados no consumen gaseosas regulares.
 - ✓ Las principales causa por la cuales dejaron de consumir ciertos alimentos son por contenidos de grasas, azúcares y sal.
 - ✓ Los principales cambios en la dieta para orientarse a una alimentación saludable fueron por elección propia de los consumidores (47,8%). Lo cual, es muy positivo debido a que lo hacen a conciencia y de esta manera logran prevenir futuros problemas de salud asociados a la mala alimentación.
 - ✓ La gran mayoría de los encuestados (91,6%) está al tanto que una alimentación saludable genera una mayor calidad de vida.
 - ✓ Solo el 9,3% de las personas encuestadas considera que tiene una alimentación saludable “baja”.
 - ✓ La mayoría de las personas tienen familiares que promueven la alimentación saludable (65,6%).
 - ✓ La mayoría de los encuestados realizan actividad física semanal (72%1).
 - ✓ El 68,6% realizan actividad física más de 2 veces semanalmente.

Los resultados de la encuesta nos muestra que no hay disparidad de respuesta según la diferencia de edades en lo que respecta en conocimientos y hábitos que hacen a la alimentación saludable como puede ser la actividad física, consumo de agua, consumo de bebidas con alcohol, etc.

Acerca de las preferencias de consumos, se observa que gran parte de los encuestados le otorgan mucha importancia a los precios al momento de su compra (38,8%). También, los resultados indican que solo el 14,5% de las personas encuestadas no consideran la marca del producto al momento de su compra y que el 37,1% se fijan en los ingredientes del producto.

Por último, se debe tener en cuenta que la gran mayoría de los encuestados fueron contactados por vía redes sociales (Whatsapp, Twitter, Instagram, etc), siendo así, la gran mayoría personas asociadas a nuestro entorno, es decir, personas que tienen cierto nivel educativo (familiares, estudiantes universitarios u otras personas con título universitario, terciario o secundario).

Por lo mencionado, no se puede extender los resultados obtenidos a la totalidad de la población residente en las ciudades de Resistencia y Corrientes. Pero si, nos indican que la tendencia global, también se hace presente en la región, y por ello deberá ser tomada en cuenta por aquellas personas motivadas en el desarrollo de nuevos productos y servicios para los clientes.

FUENTES

Toda la información transmitida fue recolectada en la investigación de cátedra realizada en forma conjunta con los alumnos de la cátedra Gestión Empresarial del año 2019.

Participantes: PERDUCA, CORINA ALEJANDRA / Arechavala, Sofia/Gialdroni, Dora/Giménez, Juan Cruz/Iberico, Sabrina/López, Carlos Joaquín/Merlo, Verónica/Palma, Juan Francisco/Rougier, Catherine/Saade, Azul María/Vargas, Franco.

Bibliografía:

- STANTON, William y otros (2004); “*Fundamentos de Marketing*”; Editorial Mac Graw Hill, Décimo tercer Edición, México.
- Ministerio de salud de la nación. (2016). Obtenido de Guías alimentarias para la población Argentina: http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001007cnt-2017-06_guia-alimentaria-poblacion-argentina.pdf
- F.A.O. (s.f.). Obtenido de <http://www.fao.org/fao-stories/article/es/c/1136413/>
- <https://www.cibaria.net/inutricional/index.php/component/k2/item/126-alimentacion-oms>.
- Intensificarán esfuerzos para lograr dietas saludables “por Redacción Énfasis Alimentación” - 11 | 03 | 2019.
- Revista Énfasis: “ALIMENTOS FUNCIONALES aliados y benefactores de la salud”. Edición Año XXV N° 5, Junio 2019 http://www.enfasis.com/Revista_Online/Alimentacion/mensual.html