



DEMANDA EMERGENTE

ALIMENTOS: el consumo responsable trastoca paradigmas

Muy asociado a la salud, el componente sustentable es un requisito cada vez más ponderado por los consumidores a la hora de elegir alimentos. Prefieren conocer su procedencia, que tengan poco procesamiento y sean amigables con el ambiente. La evolución del campo y de la industria y sus desafíos en adelante.

POR DANIELA NOVELLI

Con mayor o menor influencia, la alimentación siempre fue una preocupación de las sociedades, vaya la aclaración para ser justos con el análisis de la actualidad. Siglos antes de Cristo, Hipócrates (460-357 a. C.) dijo: “Que tu alimento sea tu medicina”. Las revueltas precedentes a la Revolución Francesa estuvieron motivadas por el aumento en el precio de la harina. Cuando los españoles fundaron las ciudades en América, las Leyes de Indias preveían el establecimiento de un área de producción de alimentos conti-

gua a la urbe, si no había una población originaria de quien abastecerse. En *El Matadero*, Esteban Echeverría describió los problemas sanitarios de la Buenos Aires colonial. Y, en los 40 durante un Congreso Nacional de Nutrición, Ramón Carrillo, primer ministro de Salud del país, afirmó: “Hay que volver a la carbonada”, para advertir sobre el consumo excesivo de alimentos procesados.

De un salto a principios del siglo XXI, el consumo de alimentos comenzó a mostrar un viraje extendido socialmente

hacia la toma de conciencia. Consumo responsable, moda ética, ecología, agroecología, orgánico, bienestar animal, impacto ambiental, alimentos funcionales, etc., han sido términos cada vez más presentes en la enunciación de diferentes demandas que, como denominador común, denotan la preocupación por el cuidado del ambiente, de los recursos naturales y de la salud.

Al calor de este imaginario, la oferta – que contempla desde productores agropecuarios hasta empresas de la industria

“El consumo responsable se refiere a aquel consumo basado en una mirada 360° sobre el plato de comida o sobre la compra del supermercado” (Andrea Rochaix).



alimentaria— se mueve tan rápido como la capacidad técnica lo permite para entender climas de opinión, identificar factores ponderados en la elección de los alimentos, incorporar la adopción de tecnologías limpias, promover la reutilización de subproductos, probar innovaciones de I+D y elaborar productos modificados que satisfagan las expectativas nutricionales del cliente.

Para Andrea Rochaix, coordinadora del grupo de trabajo de Comunicación y Educación de la Sociedad Argentina de Nutrición, “no existe una definición específica sobre qué es el consumo responsable de alimentos, sino que implica varios enfoques que, en general, se refieren a aquel consumo basado en una mirada 360° sobre el plato de comida o sobre la compra del supermercado”.

En otras palabras, la licenciada en Nutrición, MN 1506, explicó que “esto quiere decir que no solo se mira el alimento por su valor nutricional en sí mismo, sino que además se consideran otros factores a la hora de la elección vinculados con el ambiente, la procedencia y la disminución de los desperdicios”.

En adición, Sergio Vaudagna, director del Instituto Tecnología de Alimentos del INTA, indicó que “el consumo de alimentos seguros y saludables es un requerimiento cada vez más prioritario, sobre todo en países desarrollados”.

De acuerdo con el especialista, además de ser valorados por la inocuidad,

son buscados aquellos alimentos modificados que contengan niveles reducidos de grasas, azúcares y sal y estén preparados con pocos o sin aditivos —concepto denominado “etiquetado limpio” o *clean label* en la traducción al inglés—. Otro aspecto de interés es la posibilidad de que los productos tengan propiedades “funcionales”, a partir de la incorporación de compuestos bioactivos beneficiosos para la salud.

En este sentido, Lillian Corra, directora de la Carrera de Médico Especialista en Salud y Ambiente de la Facultad de Medicina de la UBA, enfatizó el incremento del consumo de “alimentos lo menos procesados posible, que incluyan poca cantidad de aditivos y sean lo más directos en la procedencia desde el productor”.

Por su parte, Diego Gauna, director del Instituto de Prospectiva y Políticas Públicas del INTA, reconoció que “las decisiones relativas al consumo de alimentos se están volviendo cada vez más complejas y sofisticadas”.

El licenciado en Economía remarcó que “si bien el precio, la seguridad en el consumo y el gusto siguen siendo *drivers* fundamentales, temas como la transparencia en la cadena de valor, la equidad en la distribución de los beneficios al interior de las cadenas, el impacto ambiental, el bienestar animal, el origen del producto, la medida en que un producto es ‘natural’, nutritivo y saludable, entre otros aspectos, están ganando ma-

yor peso en la toma de decisiones referidas al consumo de alimentos”.

Como ocurre en la dinámica social, los cambios surgen de procesos paulatinos, casi imperceptibles en el mientras tanto, y, por eso, resulta difícil establecer una fecha precisa de cuándo acontecen. No obstante, los especialistas estiman que este giro de percepción, interpretación y comportamiento en el abordaje del consumo de alimentos emergió con fuerza a principios del siglo XXI en el marco de una tendencia global, que se profundizará de la mano de generaciones jóvenes.

“En el futuro próximo, la búsqueda de alimentos será cada vez más exigente”, comentó Rochaix. “Cobrarán mayor importancia los denominados aspectos éticos, aquellos vinculados al bienestar animal, producción sustentable, huellas ambientales, compromiso social de las empresas, entre otros”, completó Vaudagna.

En tal contexto de valorización social, Gauna destacó que “los temas relacionados a la producción sostenible de ali-

“Las decisiones relativas al consumo de alimentos se están volviendo cada vez más complejas y sofisticadas” (Diego Gauna).

Tecnología en alimentos

Para Vaudagna, en los próximos años, las investigaciones de este campo de conocimiento harán énfasis en nuevas tecnologías de procesamiento, aprovechamiento de subproductos de la agroindustria alimentaria, aplicación de tecnologías más limpias y uso de nanotecnología y biotecnología en la elaboración de alimentos. De igual modo, apuntarán a abordar el diseño de nuevos envases, el desarrollo de nuevos alimentos –como los sintéticos o los producidos con impresión 3D– y la adopción de tecnologías “ómicas” como metabolómica, metagenómica y proteómica.

En este sentido, el Instituto Tecnología de Alimentos del INTA (ITA) avanza en la obtención de productos frutihortícolas IV y V Gama, a partir de la aplicación de nuevas tecnologías de procesamiento como tecnologías térmicas –cocción bajo vacío, por ejemplo– y no térmicas, que permiten asegurar la inocuidad de los productos y extender su vida útil. Allí, los especialistas también trabajan en el desarrollo de productos mediante la aplicación de tecnologías como altas presiones hidrostáticas y tecnologías *cook-chill*, como el sistema *sous vide* o bajo vacío.

En el instituto, se estudian otras estrategias como el pretratamiento de productos frutihortícolas para incrementar el contenido de compuestos bioactivos o el aprovechamiento de subproductos de la industria para la extracción y utilización de compuestos de interés, como los polifenoles.

Además, el ITA evalúa diferentes aspectos de la tecnología de carnes y productos cárnicos: inocuidad, calidad nutricional y sensorial, procesamiento y estabilidad-vida útil. Entre otros objetivos, estudian los efectos que ejercen los sistemas productivos (tipos de dietas, prácticas de bienestar animal, etc.) y el procesamiento sobre la calidad fisicoquímica, sensorial y nutricional de las carnes de distintas especies. En lácteos, la labor prioriza el desarrollo de productos funcionales y su caracterización fisicoquímica, nutricional y sensorial.

Por su parte, el análisis económico y prospectivo de los sistemas productivos, marcado por las tendencias de consumo y la configuración global del mercado agroalimentario, es llevado adelante por equipos de investigación en el ámbito del Centro de Ciencias Políticas, Económicas y Sociales del INTA, dentro del cual se integran los institutos de Prospectiva y Políticas Públicas y de Economía.

Entre los temas de estudio que son abordados, analizan la geopolítica de los alimentos y la energía, la disposición a pagar por atributos de los alimentos y las características de las balanzas exportadoras de los principales países productores. Asimismo, trabajan en la comprensión de los impactos de las nuevas tecnologías sobre los sistemas productivos, las dinámicas de la producción periurbana en las principales metrópolis latinoamericanas, entre otros.



mentos comenzarán a consolidarse y a ejercer una mayor influencia sobre las cadenas productivas y sobre las agendas públicas y privadas de investigación y desarrollo en el sistema agroalimentario”.

La producción de alimentos con atributos saludables y amigables con el ambiente “dejará de ser un nicho de mercado para convertirse en una parte esencial de la estrategia a lo largo de toda la cadena de valor”, sostuvo.

El posicionamiento de lo sustentable como valor diferencial se sobrepone a “un tipo de consumidor que solo miraba marcas y elegía los productos sin preocuparse mucho más que por completar la canasta básica, con poco interés en la información nutricional de las etiquetas”, recordó Rochaix.

En cuanto al perfil, la especialista dijo que “el consumidor medio argentino es racional, moderado y desconfiado, principalmente por las crisis económicas que le ha tocado atravesar”. “Piensa, planifica su compra, busca precios y cuestiona las segundas marcas de los supermercados, así como ciertas promociones”, detalló.

No obstante, aseguró que, en general, las encuestas indican que se trata de “un consumidor dispuesto a pagar más por aquellos productos que le hagan bien y tengan un valor agregado comprobable para la mejora de su salud”.



“El consumo de alimentos seguros y saludables es un requerimiento cada vez más prioritario, sobre todo en países desarrollados”
(Sergio Vaudagna).

Según el reporte de febrero de 2018 de la encuesta de demanda de alimentos que elabora la Universidad del Estado de Oklahoma para analizar las preferencias de los consumidores mes a mes, los consumidores, en primer orden, priorizan el gusto, la seguridad, el precio, el contenido nutricional y la apariencia en el consumo de alimentos. En segundo orden de relevancia, se ubican el nivel “natural” del producto, el bienestar animal, la conveniencia y el origen.

“Una lectura más detallada de la encuesta muestra que no existen diferencias significativas por grupo etario en relación con la priorización de primer orden (gusto, seguridad y precio), como sí se observan entre los factores de segundo orden”, argumentó Gauna, quien agregó: “Los ‘millennials’ otorgan una mayor importancia relativa a si el producto es ‘natural’, al impacto ambiental y al bienestar animal en comparación con las generaciones más adultas”.

Para Corra, quien también se desempeña como coordinadora de Posgrado en Salud y Ambiente del Instituto para el Desarrollo Humano y la Salud, “la generación que ronda entre los 25 y 35 años suele interesarse en la alimentación y busca información”. “Esta transformación es buena, en relación con generaciones anteriores que tendían a considerar la información que recibían como hechos de facto y, hoy, aprendimos a preguntarnos

qué necesitamos y qué podemos procurar”, alentó.

En esta línea, resaltó que la disponibilidad de información proporcionada por las TIC ayudó a que “las personas priorizaran la necesidad de tener una alimentación sana y acorde a la demanda de energía que exige su estilo de vida”. “Esta tendencia supone un consumidor distinto, observada no solo en las mujeres como solía suceder, sino también en los varones”, analizó Corra.

A modo de esbozo, Rochaix detalló que “la generación de los millennials hace varias cosas a la vez, actúa con una rapidez abrumadora y está pendiente de verse y sentirse bien”. “Hace compras por Internet, se embebe de información antes de realizarlas, se preocupa por el ambiente y le importa mucho el disfrute de la comida, es decir, la posibilidad de ingerir alimentos que sean saludables y ricos”, agregó.

Agroindustria en transformación

La fragmentación y evolución de las preferencias de los consumidores generan nuevos desafíos y oportunidades para la industria alimentaria e, independientemente del tipo de mercado que se quiera atender, la sostenibilidad tiende a constituirse en el eje central de la producción de alimentos.

En el contexto actual de apertura de mercados internacionales, más allá de la recuperación de los tradicionales, “el desarrollo de alimentos premium y orgánicos tiene un alto potencial, así como el de aquellos que minimicen las huellas hídricas y de carbono en sus procesos de producción”, explicó Gauna.

Sin embargo, las nuevas tendencias globales de consumo requieren inversiones en investigación que permitan potenciar la competitividad argentina. “En el país, el peso de la inversión privada en I+D es escaso y, por eso, las inversiones públicas son esenciales para la adopción y desarrollo de tecnologías emergentes que incrementen la preservación y calidad de los alimentos”, amplió Gauna.

Hacia adentro de las actividades productivas, los especialistas coinciden en que la mejora en la trazabilidad de los procesos de producción resulta un aspecto clave para incrementar la transparencia de la cadena y garantizar la inocuidad de los alimentos. De igual modo, la adopción de buenas prácticas agrícolas que procuren un uso más eficiente de los insumos y reduzcan el impacto ambiental.

La información fehaciente sobre composición y calidad de alimentos es condición imprescindible para que exista consumo responsable. Esto implica, del lado de la oferta, poner a disposición da-

“El principal problema que aqueja a la horticultura nacional es el bajo consumo y la alta merma registrada en etapa logística” (Mariano Winograd).



tos verídicos y, del lado de la demanda, tener una actitud proactiva para realizar una interpretación adecuada de aquello que lee, oye o ve.

“Hace falta educación alimentaria fiable y basada en la evidencia científica que permita complejizar algunas ideas que se instalan”, expresó Rochaix, quien resaltó el rol de espacios como escuelas y supermercados para que, desde sus lugares, trabajen por la valoración de los alimentos.

En el plano productivo, Gauna puntualizó: “En la actualidad, no alcanza con adoptar buenas prácticas agrícolas para acceder a un consumidor que valora dicho atributo, sino que se deben buscar mecanismos de proveer información como la certificación de los procesos de producción y el etiquetado de los alimentos”.

Dilemas de la horticultura

Es repetida la sugerencia de ingerir frutas y verduras, coloridas, crudas y en diferentes preparaciones, para cumplir con una dieta saludable. Pero se trata de un consejo que, actualmente, no impregna en la demanda al punto ideal.

De acuerdo con estimaciones de la OMS, el consumo recomendable de frutas y verduras es de 400 gramos por día, sumado al de hortalizas amiláceas (papas, batatas, choclo, por ejemplo) que representan entre 100 y 200 gramos

más a la dieta diaria. En la Argentina y en los países de América Latina, el consumo se ubica en la mitad.

“El principal problema que aqueja a la horticultura nacional es el bajo consumo y la alta merma registrada en etapa logística”, subrayó Mariano Winograd, ingeniero agrónomo y referente de la organización internacional “5 al día” en la Argentina. Según datos de la FAO, las pérdidas en el ciclo comercial-logístico pueden ascender al 45 %.

No obstante, el experto es optimista y mira con buenos ojos que la situación tienda a revertirse a partir de la preeminencia de la idea de sustentabilidad en el imaginario social, que concibe con ciertos reparos.

“En la percepción actual se conjuga cierta preocupación, responsabilidad ambiental, compromiso con la salud, lo cual es positivo, pero el consumidor no está del todo informado y hay algunas palabras como orgánico, biológico, ecológico que han adquirido un peso desmesurado”, afirmó Winograd.

En este sentido, pidió prudencia a la hora de sobreestimar o demonizar el uso de insumos de la industria química y recomendó utilizarlos de manera responsable, en el marco de un esquema de buenas prácticas diseñado a partir de una evaluación holística del sistema agrícola donde se emplean.

“Los recursos genéticos y químicos son recursos tecnológicos que el agricultor puede y debe usar responsablemente para mejorar el manejo completo del sistema, sumado a un uso eficiente del agua y de la energía”, aclaró.

Otro de cuestionamientos que sufre el sector frutihortícola es el precio. ¿Hay bajo consumo por altos precios? Winograd lo definió como “un dilema para el que no hay una respuesta única, simple y fehaciente”, si se tiene en cuenta que, por ejemplo, “la Argentina es uno de los países cuya población toma más gaseosas por habitante y hay problemas de obesidad infantil”.



Esto podría indicar que, si bien hay problemas de distribución en los ingresos, existe un componente cultural que prioriza a qué productos se destina el presupuesto alimentario. “Es un análisis complejo, para el que necesitamos establecer un acuerdo que permita evaluar los distintos alimentos por su valor de uso y no meramente por su valor de cambio, porque es difícil compararlos”, sostuvo el especialista.

En la misma línea, argumentó que “el precio está condicionado por la cantidad de mermas, ya que el comercio tiene que absorberlas con su margen”. Para Winograd, un país como la Argentina, con cierta infraestructura y desarrollo, podría proponerse reducir a la mitad las pérdidas en un plazo aproximado de cinco años. “Esto generaría una enorme transformación en los costos de la distribución”, aseguró.

Además de las mermas que se generan, la logística perjudica la sustentabilidad de la horticultura, sobre todo por el costo energético que deriva del transporte de alimentos frescos desde los mercados centrales hacia la gran cantidad de localidades del interior del país que no poseen producciones frutihortícolas desarrolladas a escala para garantizar el abastecimiento local.

En auge en países de Europa y sugerido por la FAO, el modelo de los mercados concentradores fue tomado por la Argentina entre las décadas de 1960 y 1970 e implementado en los 80 a partir de la apertura de mercados como el de Buenos Aires y el de La Plata. “En aquel

momento, la idea era conformar una red de interés nacional, ya que se creía que la forma de modernizar era concentrando las operaciones para reducir la intermediación”, explicó Winograd.

Pero, una década más tarde, el modelo dio los primeros signos de agotamiento y comenzó a entenderse que los supermercados iban a ser los actores que consolidaran una provisión dinámica de alimentos. “El supermercadismo hoy también está en crisis, muy cuestionado por el comercio de alimentos multiprocesados que no contribuyen a una buena alimentación”, señaló.

En este panorama de marchas y contramarchas, 30 años después, “se cree que el transporte de productos a largas distancias tiene un costo, principalmente, ambiental y energético que no es conveniente y hay una tendencia hacia la puesta en valor de la proximidad, así como del rol de las ciudades en la producción de frutas y verduras, que son respondidas con soluciones tecnológicas como la hidroponía o el cultivo en terrazas”, analizó Winograd.

De acuerdo con el especialista, existe el conocimiento tecnológico necesario para avanzar en el desarrollo de producciones locales. “La pregunta es quiénes serán los productores que las van a llevar a cabo”, advirtió. En la Argentina, la labor hortícola siempre estuvo en manos de inmigrantes –italianos, portugueses, bolivianos– y un cambio de este tipo exigiría un mayor caudal de mano de obra.

A la par, remarcó la importancia de recomponer la demanda local, en el sentido que prefiera y reconozca el producto de su tierra. “El desafío es que los consumidores valoricen el producto local, a partir de una toma de conciencia”, observó.

Por último, Winograd reflexionó: “Se vienen cambios muy grandes para el campo y la industria de alimentos, debido a que hay una gran toma de conciencia en todas las clases sociales en relación con la certeza de que la alimentación que estamos llevando no es pertinente con el deseo de vivir muchos años con calidad de vida”.

Se trata de un juego de evolución que obliga a cambiar paradigmas.

Más información: *Andrea Rochaix* andrearochaix@gmail.com; *Sergio Vaudagna* vaudagna.sergio@inta.gob.ar; *Lilian Corra* liliancorra@gmail.com; *Diego Gauna* diego@inta.gob.ar; *Mariano Winograd* mariano.winograd@gmail.com

“Hace falta educación alimentaria fiable y basada en la evidencia científica que permita complejizar algunas ideas que se instalan”
(Andrea Rochaix).

