

ESTUDIO EXPLORATORIO DE LA INTENCIÓN DE COMPRA DE UNA PASTA NACIONAL SOSTENIBLE, CON INCORPORACIÓN DE BAGAZO DE CERVEZA, EN UNA POBLACIÓN ADULTA URUGUAYA

Ezequiel Arias, Veronica Arellano, Gabriela Macarin, Ana Souza

Tutora: Prof. Dr. Laura Raggio^{1*} Cotutora: Ayud. Ing. Sofia Vargha¹¹ UA Departamento de Alimentos

Escuela de Nutrición, Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.

*lraggio@nutricion.edu.uy

INTRODUCCIÓN:

El Bagazo de cerveza (BSG) es un subproducto de la industria cervecera. Tiene un alto porcentaje de humedad y azúcares fermentables, volviéndose objeto de deterioro microbiano, pudiendo causar grandes problemas por pérdidas y desperdicios de alimentos y generando altos costos ambientales y económicos. Por tal motivo, es de interés revalorizarlo e incluirlo en alimentos para el consumo humano, siendo la pasta una interesante opción para vehiculizarlo, dado que se trata de un alimento altamente consumido. Además, presenta un alto contenido de fibra y proteína, lo que le otorgaría un atractivo desde el punto de vista nutricional.

OBJETIVOS:

Evaluar la intención de compra de una pasta con incorporación de bagazo de cerveza, en función de su composición nutricional y contribución a la sostenibilidad, en una población adulta uruguaya.

RESULTADOS:

86% encuestados compraría una pasta con agregado de BSG

GÉNERO: Femenino 76% Masculino 24%

RANGO ETARIO: 20 - 34 años 54 %

NIVEL EDUCATIVO: Nivel superior/profesional 78 %

NIVEL DE INGRESOS PERCIBIDOS



RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y LA IMPORTANCIA CONCEDIDA A						
	SOSTENIBILIDAD DE UN PRODUCTO					% Total
	1	2	3	4	5*	
Rango etario	%	%	%	%	%	
20 - 25 años	8,5	10,6	29,6	42,3	9,0	100
26 - 34 años	5,3	7,7	22,2	46,9	17,9	100
35 - 44 años	2,9	7,2	18,8	54,4	16,7	100
45 - 54 años	3,2	6,4	16,9	42,6	30,9	100
55 - 64 años	1,3	2,6	11,6	39,0	45,5	100
65 años o +	3,4	0,0	6,9	27,6	62,1	100
Género	%	%	%	%	%	% Total
Femenino	5,0	6,9	18,2	46,2	23,7	100
Masculino	4,6	8,7	30,6	41,0	15,1	100
Nivel de ingresos	%	%	%	%	%	% Total
Q1: <\$21k	6,7	10,7	22,7	43,3	16,6	100
Q2: \$21k - \$30k	10,7	5,8	29,8	38,8	14,9	100
Q3: \$30k - \$45k	3,2	7,1	23,1	41,7	24,9	100
Q4: \$45k - \$85k	3,1	5,1	14,2	48,5	29,1	100
Q5: >\$85k	1,8	9,0	18,9	52,3	18,0	100



RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y LA IMPORTANCIA CONCEDIDA A						
	CONTENIDO DE FIBRA DE UN PRODUCTO					% Total
	1	2	3	4	5*	
Rango etario	%	%	%	%	%	
20 - 25 años	9,0	7,4	35,5	34,9	13,2	100
26 - 34 años	5,3	7,7	22,2	46,9	17,9	100
35 - 44 años	2,9	7,2	18,8	54,4	16,7	100
45 - 54 años	3,2	6,4	16,9	42,6	30,9	100
55 - 64 años	1,3	2,6	11,6	39,0	45,5	100
65 años o +	3,4	0,0	6,9	27,6	62,1	100
	CONTENIDO DE PROTEÍNAS DE UN PRODUCTO					% Total
	1	2	3	4	5*	
Rango etario	%	%	%	%	%	
20 - 25 años	3,7	5,8	26,5	35,4	28,6	100
26 - 34 años	2,9	3,4	27,5	41,6	24,6	100
35 - 44 años	3,6	2,2	23,9	45,7	24,6	100
45 - 54 años	2,1	4,3	19,1	38,3	36,2	100
55 - 64 años	1,3	1,3	12,9	35,1	49,4	100
65 años o +	6,9	6,9	6,9	20,7	58,6	100

METODOLOGÍA:

Estudio descriptivo, online, a nivel nacional.

- Difundida en redes sociales en el período Junio – Agosto 2023.

- Participantes del estudio: 851 personas residentes en Uruguay, mayores de 20 años, consumidores habituales de pasta/fideos.

Variables consideradas:

- Sociodemográficas (género, rango etario, nivel educativo alcanzado, nivel de ingresos percibidos).

- Intención de compra de una pasta con agregado de BSG.

- Importancia del contenido nutricional, proteico, de fibra y de la sostenibilidad al momento de la compra.

Medias de respuestas en cada cluster para la importancia del contenido nutricional de fibra, proteína y de la sostenibilidad de un producto alimenticio en el momento de la compra

	Importancia del contenido nutricional#	Importancia del contenido de fibra alimentaria#	Importancia del contenido de proteína#	Importancia de la sostenibilidad#
Cluster 1	4,7	4,4	4,6	4,3
Cluster 2	3,9	3,7	3,7	3,5
Cluster 3	2,8	2,1	2,6	2,7
Mann-Whitney	p < 0,0001*	p < 0,0001*	p < 0,0001*	p < 0,0001*

En una escala del 1 al 5. donde 1= nada importante, y 5= muy importante.

* Significativo a nivel 0,05

CONCLUSIONES:

- Existe vínculo entre la edad, el género y el nivel de ingresos y la importancia concedida a la sostenibilidad de un producto alimenticio con agregado de BSG en el momento de la compra.
- Existe vínculo entre la edad y el género y la importancia concedida al contenido de fibra y proteínas de un producto alimenticio con agregado de BSG en el momento de la compra.
- La intención de compra es independiente de los factores sociodemográficos y de las características diferenciales del producto.
- Hacen falta mayores esfuerzos para aumentar el conocimiento en la población acerca de desarrollo sostenible y subproductos.

