

Alimentación Basada en Plantas: salud, nutrición y políticas

Autoras: Silvina Mastaglia ¹, Paula Taboada ¹, Marcela Manuzza ²

¹Laboratorio de Osteoporosis y Enfermedades Metabólicas Óseas. Instituto de Inmunología, Genética y Metabolismo (INIGEM), CONICET. Hospital de Clínicas, Universidad de Buenos Aires. ²Escuela de Nutrición, Facultad de Medicina, Universidad de Buenos Aires. Argentina.

En las últimas décadas se ha observado un creciente número de individuos a nivel global que han optado por la alimentación basada en plantas (ABP) en el contexto de una elección de filosofía y estilo de vida. Si bien no existe una encuesta nacional desde el Ministerio de Salud de la Nación que estime el número de consumidores de alimentación basada en plantas en nuestro país, datos epidemiológicos aportados por consultoras privadas estimaron que en Argentina en 2019 existían 4.005.000 millones sobre una base de 44.500.000 habitantes que eligieron este tipo de alimentación, estimándose que un 9% se autodefinía como veganos y vegetarianos, trepando esta cifra al 12% en 2020^{1,2}. Estos números claramente muestran que la población vegana y vegetariana constituyen una minoría importante en nuestro país, que se encuentra en constante crecimiento en los últimos años.

En este contexto, nos planteamos como objetivo analizar los factores sociodemográficos, patrón de consumo, adherencia y aspectos de salud entre consumidores adultos argentinos de ABP. Para ello se invitó a participar a individuos entre 18 a 75 años en una encuesta autoadministrada a través de una plataforma digital que incluía preguntas cerradas, abanico de respuestas y de ítem abierto. El estudio se realizó siguiendo los principios éticos consensuados emergente de los lineamientos internacionales como Declaración de Helsinki y guías éticas [Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencia de la Salud (CIOMS), Consejo Internacional de Armonización (ICH) y Buenas Prácticas Clínicas (GCP)] como así también las leyes locales sobre protección de datos personales. Un comité de ética independiente revisó y aprobó el presente estudio. Las personas invitadas fueron

incluidas en el estudio solo después de expresar su voluntad de participar, posterior de hacer clic en el icono “aceptar”.

Se incluyeron 1150 encuestas, las cuales evidenciaron claramente un predominio de mujeres (83.2%), jóvenes [edad (años): 18-25 años: 35.8%; 26-35 años: 39.8%; 36-45 años: 17.4% y 46-75 años: 7%], soltera (67.1%) con un nivel de educación superior [doctorado, universitario y terciario completo e incompleto (51.7%)] y con participación en el mercado laboral (86.2%). El 72% refirió residir en el área metropolitana de Buenos Aires, mientras que el 28% habitaban en otras regiones del país.

El patrón de ABP en esta muestra poblacional fue predominante vegano (54%) seguido por el lacto-ovo-vegetariano (27.6%), refiriendo el 67.4% de los encuestados un tiempo de adherencia a esta alimentación entre uno a cinco años, siendo la principal razón de elección de esta el cuidado de la vida animal (83.5%). Las principales fuentes de consulta entre los consumidores de ABP utilizadas fue páginas web (38.3%) y profesionales de la salud (37.5%). El 63.4% de los encuestados refirió que reparaba en la etiqueta de los productos vegetarianos y veganos que consumían, mientras que un 57.9% compraba en comercios especializados y solo el 24.6% en tiendas on-line. Una gran proporción de los encuestado refirieron practicar hábitos saludables [el 82.6% refirió no ser tabaquista; el 48.5% respondió consumir bebidas alcohólicas hasta una vez por semana y el 68.3% menciono practicar actividad física recreativa]. El suplemento vitamínico predominante entre los consumidores de ABP fue la vitamina B12 (43.2%).

El consumo de carne vacuna se encuentra fuertemente arraigada en la cultura alimenticia de nuestro país. Sin embargo, en los últimos años se observó un desplazamiento de los consumidores locales hacia otras fuentes de proteínas. Esto queda evidenciado por la caída en el consumo de carne vacuna registrada en los últimos años. Ejemplo de ellos es que tan solo en 2020 el consumo de carne vacuna se ubicó en 50.2 kilos promedio por habitante, ubicándose en uno de los registros más bajos en los últimos 70 años de la historia nacional, manteniéndose esta tendencia a la baja en el 2022 registrándose un consumo de 47.9kg por habitante³. La causa de este descenso claramente es multifactorial, donde es difícil establecer en que proporción estaría influenciado por el crecimiento de los consumidores de la ABP en nuestro país.

Este cambio de preferencia por parte de los consumidores plantea un gran desafío a la industria alimenticia de origen vegetal para satisfacer una demanda cada vez mayor, garantizar cantidad, variabilidad y accesibilidad de productos, motivados no solo por la sostenibilidad y sabor, sino también por el etiquetado de estos que debería ser una descripción clara y comprensible de los componentes que lo constituyen (“clean label”)⁴.

En este sentido recientemente en nuestro país se implementó la utilización de rótulos con la leyenda “*producto o alimento vegetariano*” para aquellos que no contengan ingredientes de origen animal y/o sus derivados (incluidos los aditivos y coadyuvantes), exceptos leche/ productos lácteos, huevos u ovoproductos y miel o productos derivados apícolas. En cambio, el termino vegano se ha reservado para aquellos productos que no contengan ingredientes de origen animal y/o sus derivados (incluidos los aditivos y coadyuvantes) pudiendo consignar en sus rótulos la leyenda “producto o alimento vegano”⁵. Esta modificación en el código alimentario de nuestro país busca proporcionar a los consumidores de ABP información clara sobre el producto a consumir, facilitando así la compra de aquellos productos que se adecuen más a sus preferencias y que se encuentren acorde a las motivaciones de elección de ABP.

Por último, nuestros resultados refuerzan la tendencia en alza del uso de la web como fuente de consulta por parte de la ciudadanía en temas de salud. Esta situación muestra la necesidad de los consumidores de tener un papel más activo en la toma de decisiones relacionadas con su salud asociada al requerimiento de respuestas rápidas a su demanda.

La marcada tendencia en crecimiento de consumidores de ABP plantea un enorme desafío tanto para la industria alimentaria para satisfacer las demandas de consumo como así también a los organismos gubernamentales para generar adecuadas políticas alimenticias, dirigidas a garantizar la calidad del producto, como de políticas de salud que promuevan una planificación optima y adecuada de la ABP, que garanticen una adecuada salud nutricional.

Fuente de financiamiento: Proyecto de Investigación Científica Clínica 2020. Otorgado por la Asociación Argentina de Osteología y Metabolismo Mineral (AAOMM), Buenos Aires, Argentina.

Referencias

1. <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/veganos-vegetarianos-son-mas-4-millones-argentina-nid2298027>.
2. <http://www.unionvegana.org/wp-content/uploads/2020/11/informe-medicion-poblacion-vegana-y-vegetariana-2020>
3. Treboux T, Terrè E. Consumo de carne en Argentina: dinámica y tendencia. Especial ganadería. Bolsa de Comercio de Rosario, Argentina. 4 de junio 2021. <https://www.bcr.com.ar/es/mercados/investigacion-y-desarrollo/informativo>
4. Noguerol AT, Pagán MJ, García-Segovia P, Varela P. Green or clean? Perception of clean label plant-based products by omnivorous, vegan, vegetarian and flexitarian consumers. *Food Res Int* 2021; 149: 110652.
5. Código Alimentario Argentino (CAA), artículo 229. RESFC-2022-5-APN-SCS#MS.