



# ESTUDIO SOBRE CONSUMOS DE ALIMENTOS EN ARGENTINA



**Principales hallazgos** sobre hábitos y tendencias del consumo de alimentos en pueblos y ciudades de Argentina para generar conocimiento público y abierto.



# LOS CONSUMOS ALIMENTICIOS en Argentina: verduras y lácteos al tope.

**Mucha carne y harinas también.**

---



# CONSUMO SEMANAL

(no necesariamente todos los días)



El consumo de verduras y lácteos es altísimo.



90%

Verduras



89%

Lácteos, quesos  
y derivados



87%

Huevos



84%

Fideos  
y pastas



83%

Carne  
y pollo

También es alto el consumo de galletas y panificados.



79%

Galletas y  
panificados



76%

Carne  
vacuna



74,6%

Frutas

El consumo de otros alimentos empaquetados es mucho más bajo, aunque significativo.



55%

Otros  
empaquetados



52%

Legumbres



51%

Cereales



46%

Carne  
porcina



42%

Frutas secas

Es notablemente más bajo el consumo de semillas y pescado.



28%

Semillas



19%

Pescado

## CONSUMO DIARIO

Presenta notables cambios con el consumo semanal en términos de frecuencia, pero igual, lácteos y verduras encabezan.



61%

Lácteos, quesos y derivados



59 %

Verduras



48%

Galletas y panificados



43,8%

Frutas



35%

Huevos



29%  
Fideos y pastas



25%  
Carne vacuna



25%  
Carne de pollo



21%  
Cereales



20%  
Otros empaquetados

El consumo diario de legumbres es bajo.



10 %  
Legumbres



10%  
Semillas



5%  
Carne porcina



1%  
Pescado



*Es alto el consumo semanal de carnes, aunque el pollo supera el consumo de carne vacuna en la cantidad de días en que se consume a la semana (no necesariamente en la cantidad consumida).*

**Pescados y mariscos:**  
Más de la mitad de las personas consultadas declaran no comerlos casi nunca.

**Frutas secas:**  
escaso consumo.



Solo una persona cada diez dice consumirlas diariamente.



77%

Jóvenes entre 15 a 24 años  
No comen casi nunca pescados y mariscos.



47%

Frutas secas  
Casi nunca

La población de más de 60 años es la que más las consume.

# EL AGUA: LA BEBIDA NACIONAL



11,4%  7,4% 

**La pregunta hace alusión a la bebida que más se consume, llama la atención que el 11,4% declare consumir más vino y el 7,4% más cerveza que cualquier otra bebida.**

# LOS GRANDES HÁBITOS EN ARGENTINA

---



# ¿DIETA? BIEN, GRACIAS. //////////////

**90,8 %**



Los y las argentinas no realizan ninguna dieta y es muy variado el modo en que se come, sea a diario, semanalmente o los fines de semana.

**9,2 %**

Realiza algún tipo de dieta particular.



## 1 DE CADA 3 SIENTE QUE COME MÁS DE LA CUENTA //////////////

**32 %**



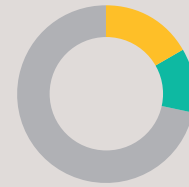
dice comer alimentos más de la cuenta 1 o 2 veces a la semana.

**15 %**

dice hacerlo todos los días

**17 %**

MUJERES



**12 %**

VARONES

**71%**



**Enorme mayoría que come carne**



## 1 de cada 4 es flexitariano

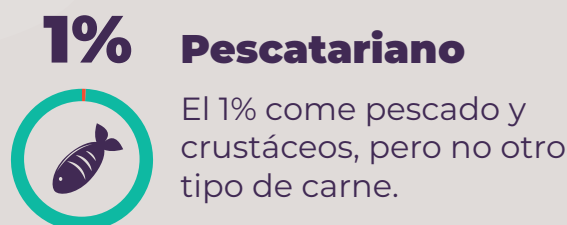
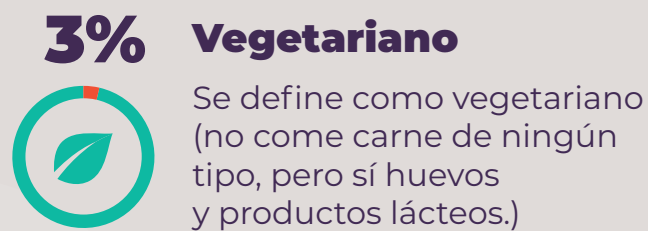
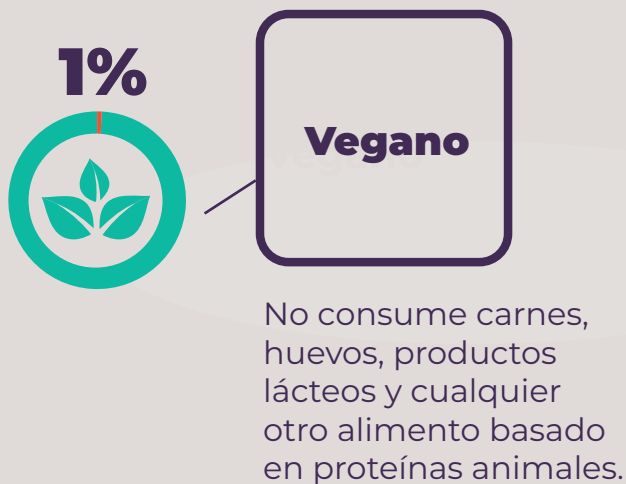


La gran mayoría (71%) describe su estilo actual de alimentación como omnívoro, es decir, consume carne con frecuencia (carne bovina, carne de cerdo, carne de pollo o de pavo).



El 25% tiene un estilo flexitariano lo que implica que consume carne de vez en cuando, pero está intentando reducir su consumo en el futuro.

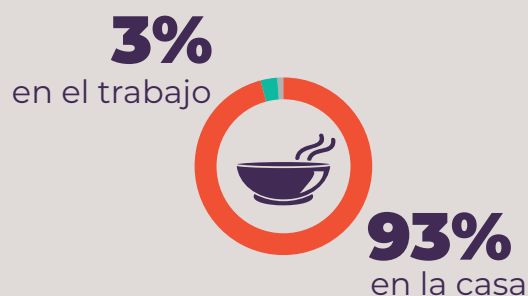




# NO SE COME EN EL TRABAJO



El lugar más habitual para comer es la casa.



Para el **95% de los encuestados** la preparación más habitual de los alimentos que consume es la cocción en casa, la que se prioriza frente a alimentos precocinados (pizzas, congelados listos para usar), preparados o cocinados fuera de casa (*delivery*) o que no necesitan ser cocinados.

# FACTORES QUE MOTIVAN O INFLUYEN EN EL CONSUMO

---



# AGRADABLES Y DE CALIDAD, **MUY POR ENCIMA DE LO BARATO.**

Algunos factores motivan la selección de los alimentos de manera significativa, tal el caso de que los alimentos sean agradables en sabor, olor y textura (91%) y que sean de buena calidad (86%).



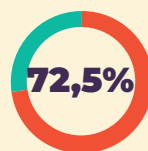
Buen sabor,  
olor y textura



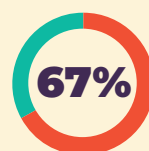
Buena  
calidad



Que ayuden a  
sentirse bien



Que sean  
saludables



Que sean fáciles  
de preparar y  
comprar



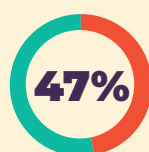
Que sean cono-  
cidos, los que  
se consumen  
usualmente



Que sean  
baratos



Que estén hechos  
con ingredientes  
naturales



Que sean bajos  
en grasas y  
calorías



Que sean  
agroecológicos  
y que cuiden el  
ambiente

# EN CANTIDAD, **MÁS VACA QUE POLLO**



**48%**

El tipo de carne más  
consumida este año  
es la carne vacuna

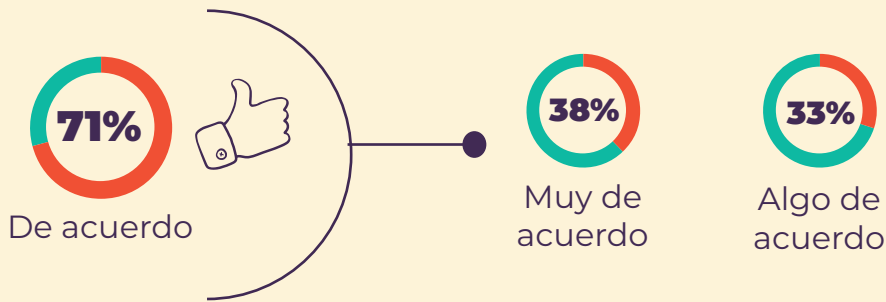


**36%**

Carne aviar

Esto habla de la cantidad, no de la frecuencia , el pollo se consumo con más frecuencia diaria.

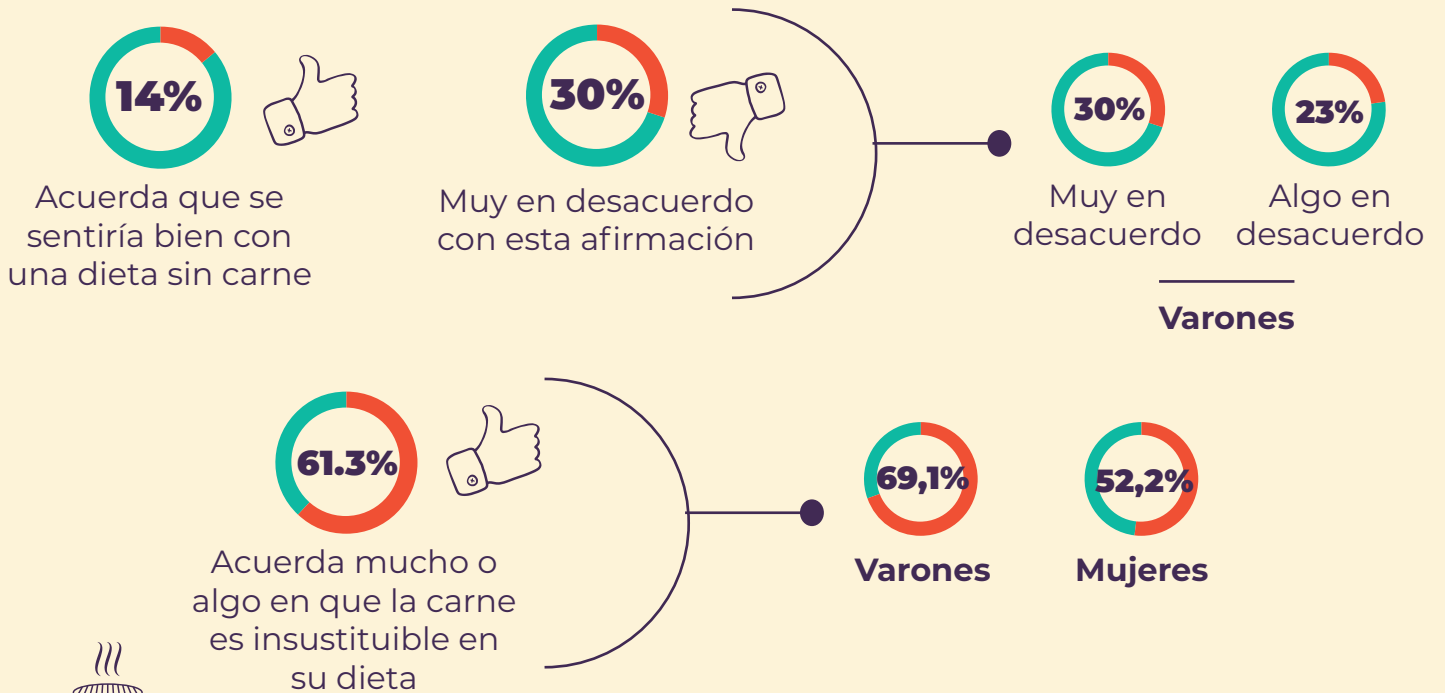
## Aunque se maten animales para comer, ello no afecta hoy su consumo de carne para la mayoría.



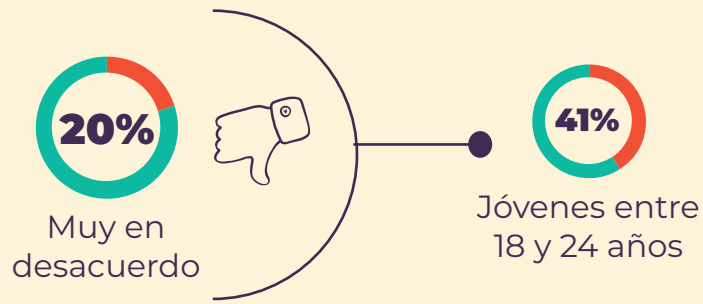
El mayor porcentaje de rechazo proviene de los **jóvenes entre 15 y 24 años**.



## Sin carne no hay paraíso, especialmente para los varones.



Y si bien el 65% de los consultados en promedio está de acuerdo con que comer carne es una práctica natural e indiscutible, otra vez se evidencia la diferencia marcada en el apoyo a esta afirmación conforme el género: 80% de varones frente al 58% de mujeres.



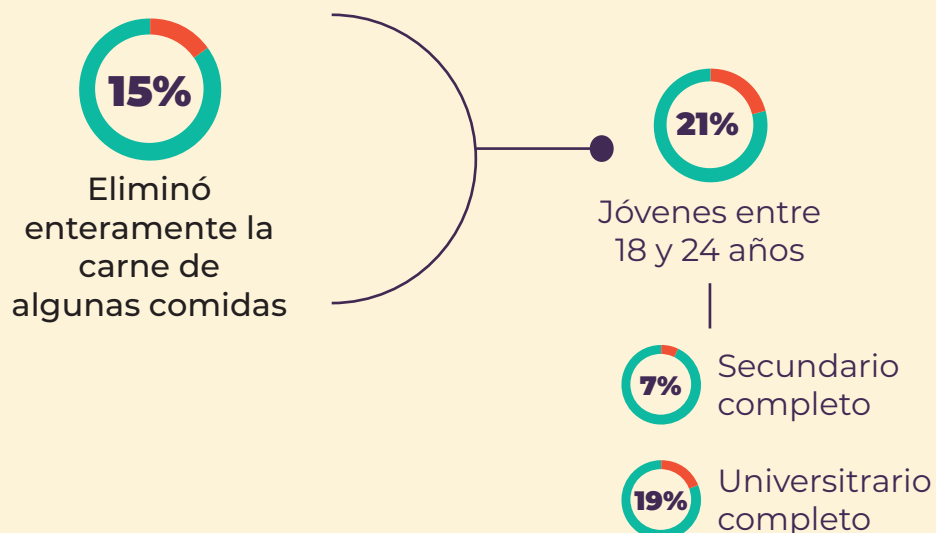
El 20% está muy en desacuerdo con la idea de que matar para comer es algo indispensable para vivir y el rechazo se hace particularmente explícito entre los jóvenes de 15 a 24 años quienes se oponen a la idea en un 41%.

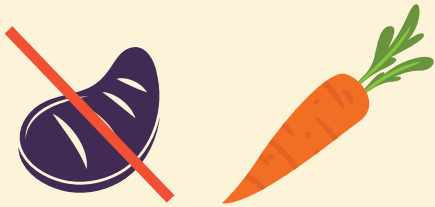
**Como dato adicional, los varones están muy de acuerdo con esta afirmación en un 28% (lo que duplica el porcentaje de mujeres que acuerdan con la idea).**



La práctica más común para consumir menos carne es la de comer porciones más chicas de carne (35% de los entrevistados indican haberlo hecho).

El 28% manifiesta que sustituyó la carne por vegetales y alimentos basados en plantas (como hamburguesas o salchichas) o que selecciona un día en el que no consume carne. Estas prácticas son más comunes en las ciudades de más de 100.000 habitantes: 34% y 30% respectivamente (frente a 18% y 24% en las ciudades de menos de 10.000 habitantes).

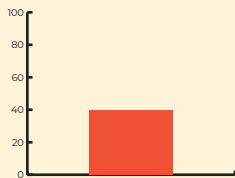




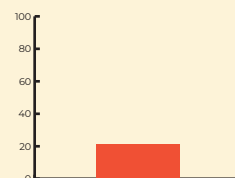
## Reemplazarían a la carne por vegetales, motivados por sabor, equivalencia calórica o precios

Un tercio de quienes respondieron no reemplazaría a la carne por vegetales incluso si hubiera tenido la oportunidad de probar dietas a base de plantas o productos vegetales que podrían reemplazar a la carne convencional.

### No reemplazaría a la carne por vegetales



**40%**  
Ciudades de 100.00 habitantes



**21%**  
Ciudades de menos de 10.000 habitantes



Varones

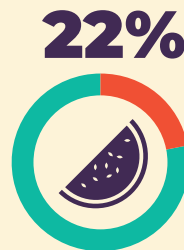


Mujeres



Los jóvenes entre 15 y 24 años parecen los más dispuestos a reemplazar la carne por vegetales ya que sostienen esta afirmación solo en un 12%.

Promedio



Sostiene que solo consumiría una dieta a base de plantas o productos vegetales que podrían reemplazar a la carne convencional cuando el aporte nutricional de estos alimentos sea igual o mejor que el de la carne.

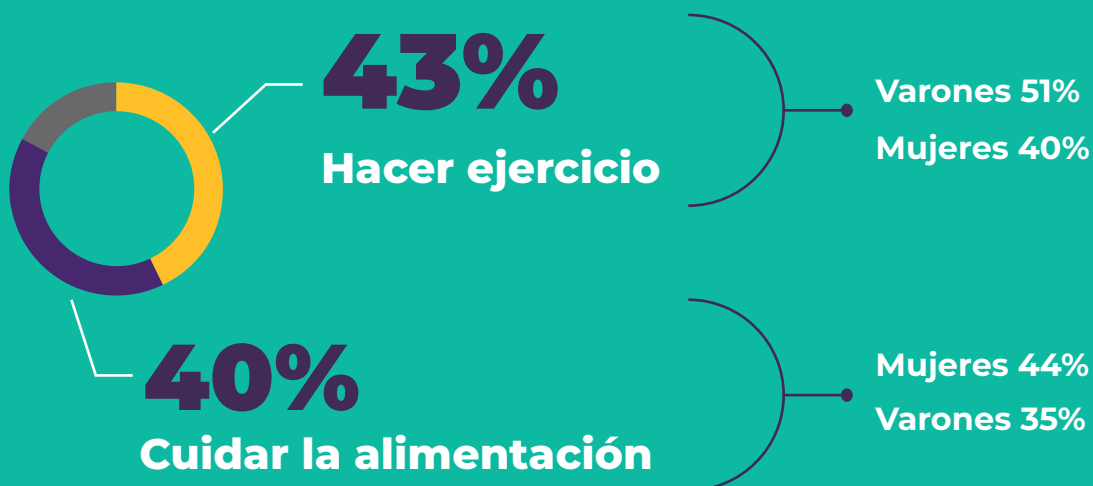
**El apoyo a esta afirmación es significativamente menor entre quienes no tienen el secundario completo (14% frente al 24% de quienes tienen estudios universitarios). Poco apoyo tiene la idea de que para consumir estos alimentos vegetales deben tener un sabor prácticamente igual al de la carne ya que solo el 11% se manifestó afirmativamente en este sentido.**

# COMPORTAMIENTO ALIMENTARIO Y HÁBITOS RELACIONADOS CON LA SALUD

---



# EJERCICIO Y COMIDAS, LA FÓRMULA DEL CUIDADO



## EL TABACO, MÁS EN LAS CIUDADES GRANDES



**Consume  
tabaco  
a diario**

*Hay diferencias significativas en el consumo conforme el tamaño de las ciudades.*

**22,3%**

Menos de 10.000 habitantes

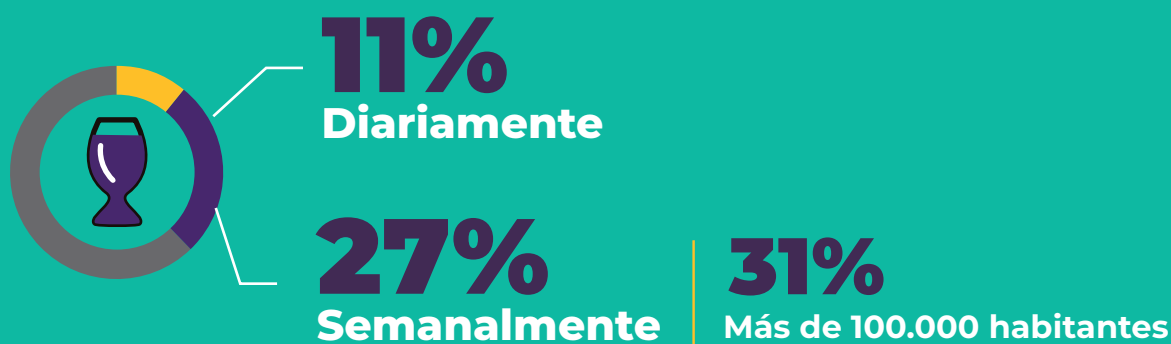
**61,9%**

Más de 100.000 habitantes

*Los jóvenes entre 15 y 24 años son los que menos consumen tabaco: solo el 15,6% declara hacerlo a diario.*



# CASI 1 DE CADA 4 CONSUME ALCOHOL SEMANALMENTE



**Menos de dos personas de cada diez consume alguna vez suplementos alimenticios, aunque más en grandes ciudades.**



*Declara consumir casi nunca complementos nutricionales, para bajar de peso, más masa corporal, etc.  
En las ciudades de más de 100.000 habitantes, el porcentaje desciende al 67%.*

# RICO Y EN CASA, VARIADO Y SANO. ORGÁNICO SÍ, *LIGHT* NO TANTO.



**66,1%**

Está muy de acuerdo con que comer variado es más sano y llega al 90% si se incluyen quienes están algo de acuerdo.



**58%**

Está muy de acuerdo con que comer ensaladas en las comidas es sano y llega al 86% si se incluyen quienes están algo de acuerdo.



**84%**

En casa se come más sano que en los restaurantes.

**80%**

De los mayores de 60 años está muy de acuerdo.

**40%**

De los jóvenes entre 15 y 24 años afirma lo mismo.



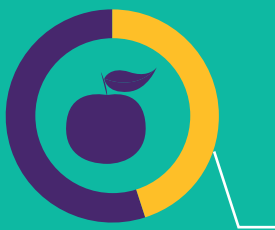
**80%**

Cree que lo más importante de una comida es que sea rica.



**30%**

Acuerda que los alimentos light son sanos. Solo el 6% de los encuestados está muy de acuerdo con la idea de que los alimentos light son sanos en tanto el 19% está muy en desacuerdo.



**45%**

Acuerda con que lo más importante es que una comida sea sana. La diferencia significativa es en relación al tamaño de las ciudades.

**67%**

**Muy de acuerdo**

Ciudades de menos de 10.000 habitantes

**38%**

**Muy de acuerdo**

Ciudades de más de 100.000 habitantes



**En los pueblos se come mejor que en las ciudades.**

**67%** Está muy de acuerdo y algo de acuerdo

**71%**

Ciudades de menos de 10.000 habitantes

**67%**

Ciudades de más de 100.000 habitantes

**39%** Solo está muy de acuerdo

**51%**

Ciudades de menos de 10.000 habitantes

**36%**

Ciudades de más de 100.000 habitantes



**69%** **Muy de acuerdo y algo de acuerdo**  
**Manifiestan que los alimentos orgánicos son mejores para la salud.**

**56%**  
Jóvenes entre  
15 y 24 años

**86%**  
Adultos mayores  
de 60 años

## COMPRAR Y COMER SANO Y VARIADO NO ES FÁCIL.



**28%**  
**Está muy de acuerdo en que es fácil organizarse para comprar y comer sano y variado.**

**38%** 

**Muy de acuerdo**

Ciudades de menos de  
10.000 habitantes

**27%** 

**Muy de acuerdo**

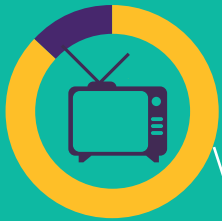
Ciudades de más de  
100.000 habitantes

**13%**  
Jóvenes entre  
15 y 24 años

**23%**  
Entre 25 y  
39 años

**44%**  
Adultos mayores  
de 60 años

# A LA TELE NO LE CREO NADA.



**87%**

Acuerda con que en la televisión importan más los intereses comerciales que la salud.

# BAJAR LENTAMENTE: LA CREENCIA PARA ADELGAZAR



**35%**

Entiende que es mejor adelgazar lentamente.

**43%**

Mujeres

**26%**

Varones

El 29% de los varones acuerda con la idea de que estar delgado es más sano que estar gordo frente al 12% de las mujeres.

Un porcentaje marginal opina que para hacer dieta hay que pasar hambre: solo el 3%.



**12%**

Afirma que las personas engordan porque comen precocinados y comida rápida.

# MÁS DE LA MITAD LEE LAS ETIQUETAS, AUNQUE EN LA MAYORÍA DE LOS PAQUETES NO SE PUEDEN LEER.



**54%**

**Afirma leer habitualmente las etiquetas de los alimentos procesados**

**40%**

Jóvenes entre 15 y 24 años

**64%**

Adultos mayores de 60 años

Las leen más quienes tienen estudios universitarios completos (58%).

**13%**

**No las entiende**

Razón principal entre 15 y 24 años

**18%**

**Tiene pereza de leer**

Razón principal entre 29 y 39 años



**26%**

**No les interesa** al 28% de los varones frente al 15% de las mujeres

**33%**

**46%** Adultos mayores de 60 años

**Quienes no leen las etiquetas aducen que, en primer lugar, en la mayoría de los paquetes no se pueden leer.**



Las dos razones principales que señalan quienes sí leen las etiquetas son que es importante leer las etiquetas de los productos que se compran y para ver la calidad de los alimentos (39% y 33% respectivamente). El 15% lo hace para mirar si los alimentos tienen muchos conservantes, el 8% para mirar las calorías y el 6% para mirar si los alimentos tienen grasas.

EL 40% DE LAS PERSONAS VA AL SUPERMERCADO A COMPRAR ALIMENTOS POR COMODIDAD.

SIN EMBARGO, EN LAS CIUDADES GRANDES CASI SEIS DE CADA DIEZ PERSONAS COMPRAN FRUTAS Y VERDURAS EN LAS FERIAS O COMERCIOS DEL BARRIO.



**40%**

Va preferentemente al supermercado a comprar alimentos porque es cómodo.

**26%** 

Los que menos usan esta opción, no tienen estudios secundarios completos

**98%** 

No hace compra en supermercados por internet

 **58%**

Ciudades de más de 100.000 habitantes

 **32%**

Ciudades entre 10.000 y 35.000 habitantes

*Respecto a la compra de frutas y verduras en las ferias o comercios del barrio el mayor porcentaje de personas que realizan esta práctica se ubica entre quienes viven en ciudades de más de 100.000 habitantes.*



Es una práctica más elegida entre los adultos de más de 60 años (38% frente al 21% de los jóvenes entre 15 y 24 años) y entre quienes tienen estudios universitarios completos (55% frente al 44% de quienes no completaron el secundario).

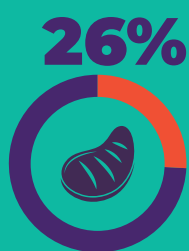
PARA ENFRENTAR LA INFLACIÓN, LA MITAD DE LAS PERSONAS COMPRAN LAS OFERTAS QUE SE ENCUENTRAN EN LOS SUPERMERCADOS Y COMPRAN SOLO LOS ALIMENTOS QUE VAN A CONSUMIR EN EL CORTO PLAZO.



**46%**  
Comprar con regularidad solo los alimentos que se van a consumir en el corto plazo.

**48%**

Comprar las ofertas que se encuentran en los supermercados y se guardan para ser consumidas durante el mes.



**26%**  
Afirma haber reducido significativamente el consumo de carnes

*Son marginales la financiación de la compra de alimentos (tarjetas, planes, libreta) y las compras colectivas con familiares o vecinos/as (8% y 3% respectivamente).*



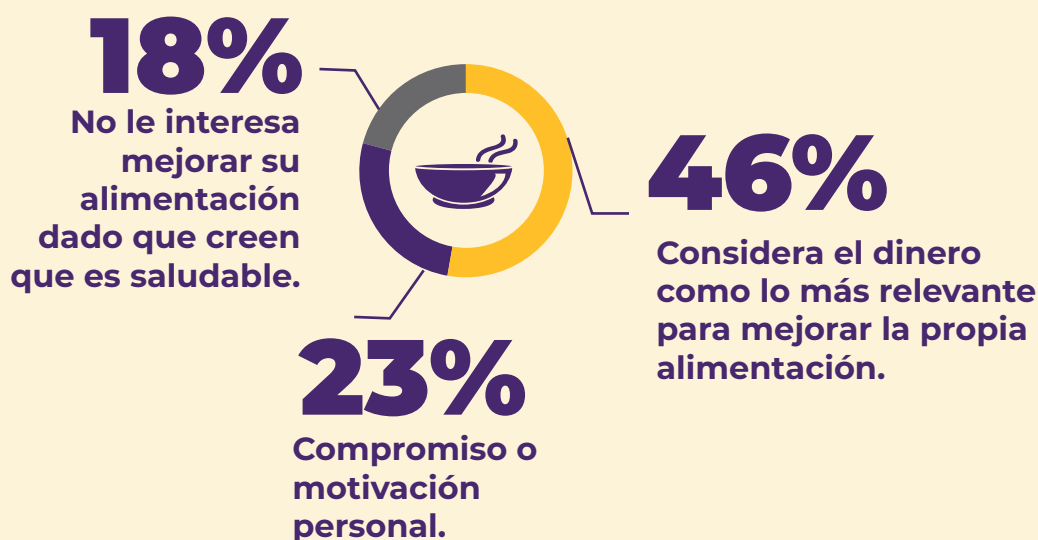
# TENDENCIAS

---



# COMER BIEN, ¿CUESTA?

CASI LA MITAD DE LAS PERSONAS  
CONSIDERAN QUE EL DINERO ES EL  
ASPECTO MÁS RELEVANTE PARA MEJORAR  
LA PROPIA ALIMENTACIÓN. // // // // // // // // // //



Es esta la razón más esgrimida por los jóvenes de 15 a 24 años: 55% .

También las mujeres entienden necesitar más dinero que los varones para mejorar su alimentación (48% frente a 39%).

# ACEPTACIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LA LEY DE ETIQUETADO FRONTAL PARA LA SALUD, PERO NO TANTO A QUE LOGRARÁ QUE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS MODIFIQUEN SUS PRODUCTOS POR OTROS MÁS SALUDABLES.



**40%**

La prohibición de venta de alimentos con exceso de grasas, sodio y azúcares en las escuelas disminuirá la malnutrición en niños y niñas.

**43%**

La advertencia de excesos de grasas, sodio y azúcares ayudará a combatir la obesidad, la hipertensión y los riesgos cardíacos.

*Recientemente se votó en Argentina la ley de etiquetado frontal. Quienes respondieron se manifestaron muy de acuerdo con estas dos ideas.*



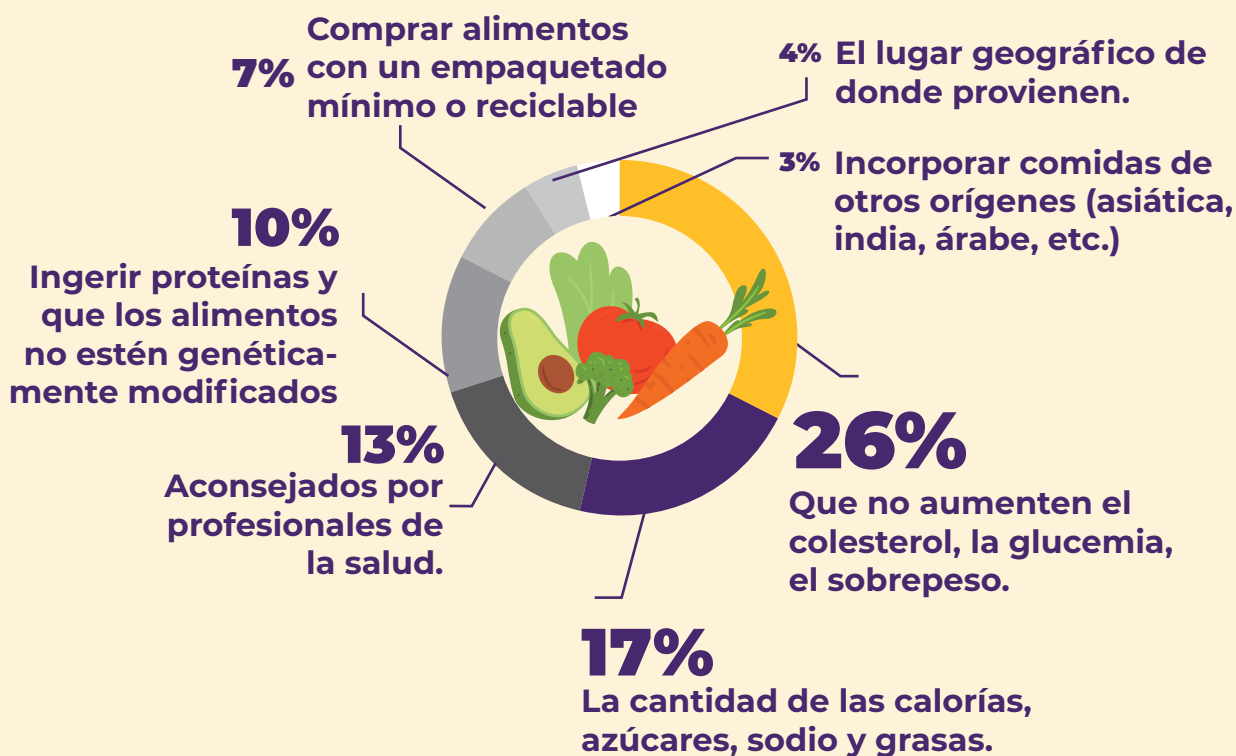
**34,7%**

Está muy de acuerdo respecto a que el etiquetado frontal favorecerá que las personas tengan hábitos alimentarios más saludables.

**32%**

Contribuirá a disminuir la compra de alimentos con exceso grasas, azúcar y sodio.

# UN AVANCE EN LAS MOTIVACIONES PARA LA COMPRA DE ALIMENTOS QUE NO AUMENTEN EL COLESTEROL, LA GLUCEMIA, EL SOBREPESO Y LA CANTIDAD DE LAS CALORÍAS, AZÚCARES, SODIO Y GRASAS.



2022

---



## FICHA TÉCNICA

---

Este informe surge de una encuesta telefónica realizada del 15 de julio al 4 de agosto de 2022.

La recolección de datos se realizó en línea a través de la tecnología CAWI (Computer Asisted Web Interview)

La selección de encuestados se realizó en línea a través de redes sociales, por medio de algoritmos aleatorios definidos por las plataformas.

La muestra de localidades se diseñó en 4 estratos no proporcionales, según tamaño de ciudad, estimando 350 casos por estrato. Posteriormente se calibró la muestra según parámetros censales de sexo, edad y tamaño de ciudad.

La cantidad de casos fue de 1422; con un margen de error estimado (para  $P=3,10$  y bajo un nivel de confianza del 95,5 %) que no supera el +/- 2,6 % en ningún caso.