

EL CONSUMO SALUDABLE

Silvana Dakduk

El interés en alimentarse saludablemente es una tendencia global difundida en casi todas las áreas de la vida social. No importa el contexto geográfico, esta tendencia ha conducido a modificaciones en la ingesta nutricional y cambios conductuales con respecto al tipo de alimentos a comer o a evitar, para proteger o mejorar la salud.

LA VISIÓN DE LA SALUD como una condición opuesta al daño, al deterioro o la alteración del organismo, corresponde a la forma más tradicional de definir la salud, que contó con amplia aceptación hasta la segunda mitad del siglo XX. Luego comenzó a imponerse una concepción de la salud como un estado de bienestar físico, mental y social, cuyo máximo promotor fue la Organización Mundial de la Salud (OMS) que la adoptó como definición oficial. Este hecho es el hito que contribuye a superar el paradigma tradicional de la salud y sustituirlo por una propuesta integral que incide en cambios de conductas y nuevos patrones más consistentes con la nueva forma de entender la salud.

El consumo saludable

La expresión tangible del consumo es la conducta de consumo, definida como todas aquellas actividades mediante las cuales las personas buscan, compran, utilizan y recompran productos y servicios que satisfagan sus necesidades. La relación entre consumo y salud reside en las conductas de consumo que favorecen o afectan, directa o indirectamente, la salud de la persona. La conducta de consumo es la expresión de una concepción de la salud. El universo de conductas que puede incluirse en esta categoría es bastante amplio, pues materialmente cualquier acto de consumo podría tener un impacto más o menos directo en el bienestar individual e incluso colectivo. Sin embargo, por sus implicaciones obvias para la salud, el consumo de alimentos es una de las áreas más desarrolladas para analizar e ilustrar el auge del consumo saludable.

Silvana Dakduk, profesora del IESA,
especializada en comportamiento del consumidor.

Comer para vivir

Comer se ubica en la categoría de necesidades primarias, en tanto asegura la supervivencia. Los requisitos nutricionales para los seres humanos varían considerablemente en función de aspectos tales como edad, peso, estatura, actividad física, condiciones genéticas y metabólicas, entre otros. Pero, aparte del sustrato biológico y fisiológico, el consumo de alimentos es también una forma de expresión de la producción agraria y económica, temas morales y religiosos, normas grupales, acuerdos colectivos de lo comestible y lo no comestible, actitudes y atribuciones con respecto a los alimentos y sus efectos en quienes los ingieren, tradiciones, restricciones y costumbres propias del grupo social (Parales,

La comida rápida se percibe más sabrosa y apetitosa que otros platos menos procesados y con menos contenido de grasa y azúcar

2006). Esta lista podría hacerse más extensa y compleja, si se considera la influencia que ejercen, sobre la compra y el consumo, el precio de los alimentos, el poder de compra, la disponibilidad en el mercado, la variedad y el tipo de presentaciones y preparaciones (Machado, 2007), y, en el caso particular de Venezuela, la combinación reciente de escasez, regulación de precios, control cambiario y crisis en la importación de algunos rubros de la cesta básica.

Las interacciones de todos estos factores configuran las nociones actuales del comer, y cómo hacerlo apropiadamente. Además, el surgimiento de desarrollos científicos y tecnológicos en el sistema agroalimentario y disciplinas relacionadas ha contribuido a mejorar la disponibilidad y el acceso a los alimentos en todo el mundo. Como destaca Carlos Machado (2007), producto de la evolución tecnológica en materia de alimentos, el incremento de la cantidad de calorías disponibles ha permitido reducir notablemente las crisis de hambre que azotaron al mundo en el siglo pasado; por ello, producir alimentos podría considerarse hoy un problema de menor importancia frente a la escasez de recursos de los consumidores. El crecimiento poblacional en los estratos más bajos, en especial en Venezuela donde ocupan cerca del ochenta por ciento de la población, constituye una variable clave en el análisis del consumo de alimentos y sus implicaciones para la salud.

El interés por la salud es el factor más importante cuando se estudia el proceso de decisión de compra de los consumidores. Alimentarse saludablemente es una tendencia característica del mundo moderno, que incide no sólo en la ingesta nutricional sino también en las conductas referidas al tipo de alimentos que se debe ingerir o evitar para proteger o mejorar la salud. Los consumidores de hoy comparten una mayor preocupación por la ingesta de alimentos saludables, y exhiben más conductas de «autocuidado» que las generaciones anteriores. Los cambios de la dieta moderna pueden describirse en función de los siguientes aspectos: alimentos consumidos, preparaciones, formas de ingesta, momentos y ocasiones de consumo, y atributos que determinan la elección gastronómica.

La comida rápida constituye una de las variaciones más importantes de la dieta actual, así como el surgimiento de productos funcionales, ligeros y dietéticos, que se añaden a la dieta moderna. Más recientemente se incorporan a la lista de cambios los llamados alimentos ecológicos, los cuales se vislumbran como una opción importante en el menú actual.

«A comer rapidito»

«Voy a comer cualquier cosa rápida» es una expresión que se escucha con frecuencia. La expresión «comida rápida» (del inglés *fast food*) se usa hoy para identificar la comida callejera. Fue utilizada por primera vez en Francia en el siglo XVIII, pero se popularizó en Estados Unidos con los primeros restaurantes de autoservicio. La comida rápida, como su nombre lo indica, consiste en elecciones de pronta preparación e ingesta, listas para servirse al momento de ser ordenadas, e incluye una amplia variedad de opciones, tales como hamburguesas, sándwiches, nachos, pizza, papas fritas, empanadas y shawarmas, entre otras.

Esta categoría de alimentos suele definirse como una comida preparada que se puede adquirir caliente e ingerir inmediatamente en restaurantes y supermercados. Esta definición incluye los platos listos para calentar y la comida para llevar, pero este último grupo podría ser cuestionable, si no se limita a expendios de preparaciones que se ajustan a los criterios de rápida elaboración e ingestión.

El auge de la comida rápida es una consecuencia de los procesos de cambio de la vida moderna, entre los cuales se destaca la acelerada urbanización, cuya consecuencia es la necesidad de masificar el suministro de alimentos para atender la demanda creciente. En Venezuela, el noventa por ciento de la población se concentra en las ciudades principales del país, uno de los más altos índices de la región.

Con la urbanización y el crecimiento de las ciudades se producen cambios en los patrones de consumo de alimentos que tienen consecuencias para la salud. En principio, vivir en la ciudad restringe el acceso a ciertos nutrientes que en el pasado las personas podían tomar directamente de un árbol. Los patrones de trabajo y su significado también se modifican con la urbanización, pues surgen nuevas situaciones en la vida laboral, tales como los empleos de medio turno o turno completo, jornadas nocturnas, trabajos compartidos e informalidad, que inciden en el horario y la ingesta de los alimentos. Las distancias y la movilidad en la ciudad se vuelven más complejas, lo que incentiva el consumo de alimentos fuera del hogar. Otro factor que se añade a esta lista es la incorporación de la mujer al mercado laboral, lo que trae consigo cambios en la preparación de alimentos caseros y exige sustituir preparaciones más complejas y elaboradas por platos más sencillos y fáciles de preparar e ingerir. También es preciso mencionar el efecto de las migraciones: las variaciones en la composición étnica y cultural modifican históricamente las creaciones y elecciones gastronómicas.

Todos estos cambios crean un contexto propicio para el auge de la comida rápida. Esta tendencia, que comienza a surgir en los años sesenta, es hoy una experiencia cotidiana. Los establecimientos pueden operar con costos muy bajos de infraestructura y personal, y una oferta estándar y sencilla que no exige variaciones importantes, lo que los convierte en negocios muy atractivos (Molini, 2007). Del lado del consumidor, se encuentra una combinación de atributos que permite explicar conductualmente el incremento de la demanda.

Pueden distinguirse dos grandes grupos de variables asociadas con la conducta de consumo de comida rápida. El primero se refiere al punto de venta: la estructura de funcionamiento y entrega del servicio en este tipo de establecimientos, consistente con los cambios de la sociedad moderna. En este grupo de variables se destacan aquellas relacionadas con la estructura del servicio: horarios extendidos, rapidez para tomar y despachar la orden, facilidad

para elegir el menú por lo simple de su oferta, comodidad y rapidez para pagar por el servicio, oportunidad para ingerir rápida y cómodamente la orden, o bien llevarla consigo a casa o a la oficina (Molini, 2007). Adquirir, pagar e ingerir con rapidez es una combinación perfecta para quienes disponen de poco tiempo.

El segundo grupo de variables se refiere a los consumidores: comer fuera de casa es una experiencia continua que supone un elevado gasto económico, pero la oferta de comida rápida tiene precios menores que las de otras categorías de alimentos. En cuanto a sus características organolépticas, se ha encontrado que el sabor, el aspecto y la textura de la comida rápida constituyen una fuente de atractivo importante que explica en buena medida su consumo (Jeffery, Baxter, McGuire y Linde, 2006). Esta comida es percibida como más sabrosa y apetitosa que otros platos menos procesados y con menos contenido de grasa y azúcar. A pesar de lo oportuna que resulta la comida rápida para el ritmo de la vida actual, su conveniencia es cuestionable por su composición nutricional: un aporte elevado de calorías, grasas, carbohidratos y proteínas, y un deficiente contenido de fibra y vitaminas.

La comida rápida no responde al equilibrio de ingredientes que caracteriza a un menú adecuado. Por ello, muchos autores se han referido a este tipo de alimentos como «comida chatarra» (Molini, 2007). Su consumo reiterado trae consigo efectos adversos sobre la salud, pues no sólo carece de los componentes nutritivos necesarios para brindar un balance al organismo, sino que aporta en exceso algunos elementos que ponen en riesgo la salud. Lo que los expertos denominan transición en nutrición, para describir el auge de la comida rápida, implica alejarse de las comidas locales tradicionales y preferir el consumo de aquellos alimentos cuyas formas de preparación son más procesadas, con mayor contenido graso y menos fibras y nutrientes (Eberwine, 2003). Esto se traduce en el aumento del consumo de aceite, azúcar y cereales, y la disminución del consumo de verduras y legumbres.

Algunos autores han reflexionado sobre la ingesta de esta clase de alimentos, asumiendo una posición más bien moderada: este tipo de preparaciones no es perjudicial en sí mismo, sino su consumo reiterado y en combinación con otras variables. Por ejemplo, el ritmo de vida actual obliga a usar medios para trasladarse a mayor velocidad, con un menor esfuerzo físico, lo que hace de las personas seres más sedentarios. De este modo, el problema no es sólo ingerir más energía de la necesaria sino, además, gastar menos de la consumida. La obesidad es, entonces, el efecto más directo de este patrón de consumo.

Las actividades de ocio y entretenimiento también se han convertido en actividades más sedentarias y organizadas en torno a la preparación e ingesta de alimentos. Las formas de interacción social han cambiado profundamente: el almuerzo ya no se ingiere en familia, sino con amigos, en el trabajo, manejando o en soledad. También se han registrado incrementos en el tamaño promedio de las porciones y el consumo de bebidas (gaseosas, jugos y otras bebidas procesadas). En la búsqueda de nuevos espacios de socialización, el número de ocasiones sociales que sirven de excusa para comer se multiplican. Esto implica, por un lado, cambios relevantes en el entorno y, por el otro, un aumento en la oferta y el consumo de comida rápida que, si bien no es más «sana», redundará en beneficios para otras áreas de la vida de las personas, que también resultan saludables si se adopta una definición integral de la salud.

CD C Centro de Desarrollo de Coaching de Venezuela

COACHING

**Arte y ciencia
al servicio
de lo que quieres**

**Claridad y foco
Armonía y autodirección
Energía y acción
Efectividad y prosperidad
Integración consciente
de las emociones**

CENTRO DE DESARROLLO DE COACHING DE VENEZUELA (CDC) C.A.
Av. Principal de Lechería, Centro Empresarial Pineda&Pineda
mezzanina, oficina 4, Lechería, estado Anzoátegui, Venezuela
Teléfonos: +58 414-821.02.51 / 414-779.84.10 / 424-821.37.63 / 414-831.36.67

centrodesarrollodecoaching@gmail.com
info@centrodesarrollodecoaching.com
www.centrodesarrollodecoaching.com

Rif.: J-29765800-9

Salud y nutrición, como criterios determinantes de las elecciones alimenticias, han sido desplazadas por otros aspectos tales como comodidad, rapidez, conveniencia, acceso y bajo costo, entre otras variables que pueden relacionarse con la noción de salud. Aunque la comida rápida afecta la

A mayor educación se considera menos conveniente la ingesta de grasa y colesterol. La tendencia es más marcada en las mujeres

salud física, este tipo de alimentos posee una serie de características que inciden positivamente en la salud desde una perspectiva social: por su coherencia con la modernidad podría considerarse saludable y adaptativo para los seres humanos.

Al estudiar las representaciones sociales del «comer saludable» se ha encontrado que las personas distinguen entre lo físicamente saludable y lo mentalmente saludable (Parales, 2007). Lo físico se refiere a lo socialmente prescrito como adecuado en la ingesta de alimentos: vegetales y frutas. Lo mental se ubica en el plano de lo deseable, lo que incluye carbohidratos y azúcares. Ambas categorías plantean una rivalidad entre lo que las personas deben comer y lo que desean comer. Las personas saben lo que es biológicamente sano; pero transgreden las reglas e ingieren alimentos que pueden afectar su salud, pues encuentran formas de justificar esta conducta y adaptar las decisiones de consumo en el marco que el desarrollo urbano, la tecnología, la oferta disponible en el mercado y la relación entre sociabilidad y consumo de alimentos ofrecen a los consumidores de hoy.

Los beneficios sociales asociados a la comida rápida también constituyen una desventaja. Aunque su ingesta resulte conveniente desde el punto de vista social, su consumo reiterado incide negativamente en la salud. Entre las consecuencias más comunes se encuentran la obesidad, las enfermedades cardiovasculares, la diabetes y la hipertensión, entre otras. En especial, la obesidad se considera la secuela más alarmante del consumo de comida rápida y alimentos procesados en general, dado que las personas obesas pueden padecer cualquier alteración cardiovascular, diabetes o hipertensión, por su proclividad al riesgo (Eberwine, 2003). Las consecuencias de la obesidad para la salud física son de diversa índole. Algunas mortales y otras, aunque no lo son, inciden de modo negativo en la calidad de vida de la persona. Además, lo adverso no concluye en lo físico sino que se extiende al plano social e individual, pues existen marcados prejuicios culturales asociados con el exceso de peso.

Una combinación paradójica del mundo moderno es, entonces, que propicia comportamientos de consumo poco

saludables, cuyos efectos a largo y mediano plazo entran en conflicto con lo que resulta física y socialmente deseable. En otras palabras, en el contexto actual coexisten tendencias de consumo «obesogénicas» con preocupaciones por el cuerpo y el aspecto físico. Esto ha llevado a la búsqueda y la proliferación de productos pensados para remediar los efectos negativos del consumo de comida rápida. Por ello, en los últimos años se ha registrado un crecimiento importante de alimentos cuya promesa no es sólo nutrir sino promover la salud de distintas formas, para enmendar o prevenir los efectos negativos de la comida chatarra. Tal es el caso de los alimentos denominados funcionales, dietéticos o ligeros.

«Enriquecido y con calcio para mí»

La dieta moderna ha generado un interés creciente por conocer no sólo la relación entre alimentos y enfermedades sino, también, los efectos de alimentos capaces de optimizar algunas funciones (cognitivas, inmunológicas, laborales, deportivas, académicas y hasta sexuales). Los denominados genéricamente alimentos funcionales (AF) se insertan en esta categoría, cuya promesa es la incorporación de ingredientes que actúan en el organismo de forma específica y positiva, promoviendo un efecto fisiológico y psicológico superior a su valor nutricional, el cual puede contribuir a mantener la salud del consumidor o bien disminuir el riesgo de padecer alguna enfermedad.

El uso industrializado de distintos componentes funcionales ha dado lugar al surgimiento de distintas categorías de productos que ofrecen nuevas versiones con valor agregado para los consumidores. Aunque la finalidad de estos productos se centra en la oferta de un alimento más saludable, las razones por las cuales las personas prefieren este tipo de alimentos pueden variar considerablemente. Las ventajas de los componentes funcionales pueden contar con mayor o menor aceptación por razones culturales, así como por la importancia que se atribuya a la salud preventiva en determinados grupos sociales.

En un estudio realizado en 2004, de las opiniones acerca de los alimentos funcionales en las comunidades de Madrid y Navarra en España, se encontró que alrededor de la mitad de los entrevistados (65 por ciento en Madrid y 47 por ciento en Navarra) consideraba importante la ingesta de este tipo de alimentos por su acción contra las enfermedades cardiovasculares y el cáncer, lo que pone en evidencia la preocupación en esas comunidades por el desarrollo de estas enfermedades (Sánchez y Barrera, 2004). De igual modo, el estudio destaca que la frescura y la calidad superior son los principales atributos que explican la preferencia por estos productos. No obstante, destaca también aspectos como la facilidad de consumo y el buen sabor como criterios deter-

TIROS EN LA CARA: EL DELINCUENTE VIOLENTO DE ORIGEN POPULAR

ALEJANDRO MORENO, ALEXANDER CAMPOS, MIRLA PÉREZ Y WILLIAM RODRÍGUEZ



0212-555.42.63 / 44.60
edies@iesa.edu.ve

El delincuente venezolano ha cambiado y las causas sociales que generan la violencia se han profundizado. *Tiros en la cara*, una obra del Centro de Investigaciones Populares, analiza con métodos novedosos (como entrevistas a los propios delincuentes) esta tragedia nacional y ahonda en el sistema de significados de la familia popular venezolana.



minantes de la decisión. Aunque coinciden en preferir estos productos por su incidencia favorable en la salud, ambas regiones difieren en los beneficios específicos que esperan de ellos.

En contraste, una investigación realizada en Chile para conocer las actitudes de los consumidores hacia este tipo de alimentos no reportó diferencias entre regiones sino entre sexos (Soto, Wittig, Guerrero, Garrido y Fuenzalida, 2006). Hombres y mujeres expresan distintos grados de intención

Una paradoja del mundo moderno consiste en que propicia comportamientos de consumo poco saludables, cuyos efectos entran en conflicto a largo y mediano plazo con lo que resulta física y socialmente deseable

de consumo de alimentos funcionales (AF): una mayor intención y actitudes más favorables entre las mujeres. Esto se explica a partir de la relación más estrecha de las mujeres con la compra y la preparación de alimentos, así como su mayor exposición y sensibilidad a los mensajes publicitarios que anuncian este tipo de productos.

Las investigaciones revelan también diferencias importantes en las actitudes hacia los alimentos funcionales según el nivel educativo: a mayor educación se considera menos conveniente la ingesta de grasa y colesterol. Esta tendencia es más marcada en las mujeres, que muestran un mayor interés en el consumo de componentes funcionales como vitaminas, fibras y alimentos enriquecidos. Este resultado confirma un impacto mayor de la publicidad de alimentos funcionales en mujeres y personas de mayor educación. En estos grupos se encuentra una mayor preocupación por la figura y la estética corporal, así como un mayor interés en informarse sobre la acción y la conveniencia de los alimentos.

La educación aumenta la capacidad del consumidor para decidir sobre la ingesta más adecuada de alimentos. Los estudios con individuos que poseen títulos universitarios o técnicos muestran actitudes más positivas hacia los alimentos funcionales que las de sujetos con menor nivel educativo. Consistentes con las diferencias por nivel educativo, se han reportado discrepancias en la dieta y cambios en el peso corporal relacionados con aumentos de ingresos familiares, pero tales diferencias son explicadas por el país de origen (Eberwine, 2003). En los países pobres, las personas tienden a aumentar de peso con el aumento de sus ingresos, mientras que en los países desarrollados mayores ingresos correlacionan con figuras más delgadas. Algunos autores han señalado que el significado de la comida es lo que explica tales diferencias. En los estratos de menores ingresos comer es gratificación; mientras que en los de mayores ingresos comer saludablemente es una necesidad social. El país de origen, la región, el grado de desarrollo de la nación, el sexo, el nivel educativo y la movilidad social son algunas de las variables que permiten explicar las preferencias de los consumidores por los alimentos funcionales.

Se han encontrado también diferencias en función de la percepción que tengan los consumidores de los componentes funcionales y los productos particulares a los que se añaden. Por ejemplo, en Venezuela la percepción de la soya incidiría en la reacción de los consumidores hacia una oferta que contenga tal componente: añadirla a un yogur, un cereal, una margarina o un aceite comestible afectaría

de forma diferencial su aceptación. La imagen de la marca también ejerce una influencia importante en la credibilidad de una oferta funcional, así como la madurez del mercado y el ciclo de vida del producto, para desarrollar una oferta ajustada a estas nuevas formas de concebir la salud. Es razonable que surjan dudas en los consumidores en cuanto a la promesa del desempeño de los productos o que pueda ser interpretada como una estrategia comercial. Sin embargo, las cifras globales de los AF muestran un crecimiento de ventas importante: las ventas de alimentos enriquecidos con calcio, vitaminas y nutrientes han aumentado más que las del sector de alimentos en su totalidad.

Sin duda han surgido nuevos mercados, pero también la necesidad de educar adecuadamente a consumidores más expertos y sensibilizados con la salud. La influencia notable de la publicidad en las decisiones de compra implica revisar y regular apropiadamente los contenidos difundidos, para evitar distorsiones sobre la acción de ciertos alimentos. En estudios cualitativos para evaluar la persuasión de los mensajes referidos a AF se ha encontrado que los mensajes más comprensibles para los consumidores son aquellos que combinan en su estructura el contenido y la función. Por ejemplo, mencionar que un producto es enriquecido con vitaminas y que, específicamente, esas vitaminas contribuyen a reducir el riesgo cardiovascular tiene un impacto más positivo en la audiencia que sólo mencionar beneficios generales para la salud. Esto ocurre con más frecuencia a medida que aumenta el nivel educativo y la identificación con la categoría (mujeres, deportistas, personas con estilos de vida saludables).

El consumo de alimentos funcionales puede coexistir con prácticas no tan saludables. Pero el surgimiento y el auge de este tipo de productos han traído consigo beneficios importantes, tales como reconocer el papel de la dieta en la prevención y el tratamiento de ciertas enfermedades, hacer asequible a los consumidores información relativa al cuidado de la salud y brindar una alternativa de sustitución más sana ante las dificultades para comer saludablemente en el mundo moderno. No obstante, estas virtudes tienen su lado negativo: difundir usos inapropiados de ciertos componentes funcionales y sobrestimar sus efectos. El volumen de información disponible es enorme, pero no todas las fuentes son confiables. Sin embargo, un beneficio incuestionable es la sensibilidad y la preocupación de los consumidores de hoy por la salud, lo cual ha contribuido no sólo al auge del mercado funcional sino también al surgimiento de otros mercados que también prometen salud. ■

REFERENCIAS

- Eberwine, D. (2003): «Globesidad: una crisis de proporciones crecientes». *Diabetes Voice*. Vol. 48. No. 1.
- Jeffery, R. W., J. Baxter, M. McGuire y J. Linde (2006): «Are fast food restaurants an environmental risk factor for obesity?». *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. Vol. 3. No. 2.
- Machado, C. (2007): *Consumo de alimentos en Venezuela*. Caracas: Ediciones IESA.
- Molini, M. D. (2007): «Repercusiones de la comida rápida en la sociedad». *Trastornos de la Conducta Alimentaria*. No. 6.
- Parales, C. J. (2006): «Representaciones sociales del comer saludablemente: un estudio empírico en Colombia». *Universitas Psychologica*. Vol. 5. No. 3.
- Sánchez, M. y M. Barrena (2004): «Comportamiento del consumidor navarro frente a los alimentos de nueva generación: alimentos transgénicos y alimentos funcionales». *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*. Vol. 1. No. 4.
- Soto, D., E. Wittig, L. Guerrero, F. Garrido y R. Fuenzalida (2006): «Alimentos funcionales: comportamiento del consumidor chileno». *Revista Chilena de Nutrición*. Vol. 1. No. 33.