RIVAR Vol. 7, nº 21. Setiembre 2020: 124-135. DOI https://doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4641 · ISSN 0719-4994

Vegetarianismo y veganismo: percepciones en el consumo de bebidas de origen vegetal en el Área Metropolitana de Buenos Aires

Vegetarianism and Veganism: Perceptions on the Consumption of Vegetable Beverages in Buenos Aires Metropolitan Area

Ana Alejandra Fuentes Cuiñas, Pablo Augusto Vailati y Gabriela Lilian Lazzatti[1]

Resumen

El avance de las dietas vegetarianas y veganas se relaciona con un aumento en el consumo de sustancias vegetales que permiten al consumidor limitar o abandonar la ingesta de alimentos de origen animal, como las leches vacunas. En tal sentido, el objetivo del presente estudio fue analizar el consumo y las percepciones relacionadas a bebidas fermentadas de base no láctea en individuos vegetarianos y veganos. Para ello se llevó a cabo una investigación cualitativa mediante trece entrevistas en profundidad con hombres y mujeres entre 18 y 35 años residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), siendo consumidores de bebidas de tipo vegetal que se identifican como vegetarianos o veganos. Como principales resultados destaca que el consumo de bebidas vegetales se da como reemplazo a leches de vaca. Además, los vegetarianos asocian el concepto de "leche vegetal" con las semillas y el origen natural de los productos, mientras que los veganos le atribuyen un significado simbólico relacionado con el hecho de que estos productos representarían un estilo de vida saludable. Adicionalmente, los consumidores entrevistados perciben que el precio de las bebidas vegetales es más elevado que el de las leches vacunas, lo que algunos consideran injusto.

Palabras clave: vegetarianismo, veganismo, leche vegetal, consumo, percepciones.

1 Ana Alejandra Fuentes Cuiñas: Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires, Argentina, ORCID 0000-0002-9349-4577, afuentescuinas@uade.edu.ar; Pablo Augusto Vailati: Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires, Argentina, ORCID 0000-0001-5067-5338, pvailati@uade.edu.ar; Gabriela Lilian Lazzatti: Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires, Argentina, ORCID 0000-0001-9361-5845, glazzatti@uade.edu.ar

Abstract

The advance of vegetarian and vegan diets is related to an increase in the consumption of vegetable substances that allow the consumer to limit or abandon the intake of foods of animal origin, such as cow milk. In this sense, the objective of this study is to analyze the consumption and perceptions related to non-dairy fermented beverages in vegetarian and vegan individuals. Qualitative research was carried out through 13 in-depth interviews with men and women between 18 and 35 years old, consumers of vegetable beverages, who identify themselves as vegetarians or vegans. As main results it is highlighted that the consumption of vegetable drinks is given as a replacement for cow milk. In addition, vegetarians associate the concept of "vegetable milk" with the seeds and the natural origin of the products, while vegans attribute a symbolic meaning related to the fact that these products would represent a healthy lifestyle. Additionally, consumers interviewed demonstrate a perception that the price of vegetable drinks is higher than that of cow milk, which some individuals consider unfair.

Keywords: vegetarianism, veganism, vegetable milk, consumption, perceptions.

Introducción

Las percepciones sobre los alimentos representan un acuerdo social y cultural, junto a la postura que los individuos toman ante diversas situaciones de la vida (Medina, 2018). En este sentido, el avance de las dietas vegetarianas y veganas es evidente, lo que se relaciona con un aumento en el consumo de productos que permiten limitar o abandonar la ingesta de lácteos (Sharma, 2005). Las bebidas vegetales constituyen uno de los principales impulsores del desarrollo de nuevos productos (Jiménez-Colmenero, 2013), considerando que gran número de personas decide reemplazar la ingesta de lácteos por opciones de origen vegetal (Pincay, 2017).

Objetivos

El objetivo general del presente estudio fue analizar las percepciones relacionadas a las bebidas fermentadas de base no láctea en individuos vegetarianos y veganos. Con la intención de alcanzar el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los métodos de compra o adquisición de las bebidas vegetales en vegetarianos y veganos.

- Reconocer las percepciones de vegetarianos y veganos sobre el precio de las bebidas vegetales en comparación a las leches de origen vacuno.

- Analizar el consumo de bebidas vegetales en individuos vegetarianos y veganos.

- Descubrir las percepciones sobre el concepto de bebida lechosa vegetal, indagando sobre las diferencias entre vegetarianos y veganos.

CC BY

Metodología y participantes

La metodología utilizada implica una investigación cualitativa en dos etapas. En primer lugar se realizó un relevamiento exploratorio de datos secundarios con el propósito de comprender el conocimiento actual sobre las percepciones relacionadas a las bebidas de origen vegetal en los consumidores. Habida cuenta de los limitados estudios existentes en la región relacionados con las percepciones sobre el consumo de bebidas fermentadas de base no láctea en consumidores veganos y vegetarianos, se optó por realizar una segunda etapa compuesta de entrevistas en profundidad. Las personas entrevistadas fueron contactadas por el método de bola de nieve (Biernacki y Waldorf, 1981). El trabajo de campo se desarrolló en el mes de septiembre de 2018.

Las entrevistas fueron grabadas, luego desgrabadas y finalmente analizadas mediante un grillado. Se realizó una condensación de significado en el estudio, ya que los párrafos extensos se resumieron en oraciones cortas, analizándolos e interpretándolos. Posteriormente se codificaron algunas variables en categorías. Esto permitió la interpretación de los resultados, tal como se detalla en la siguiente sección (Steinar, 1996). La metodología utilizada fue el análisis de contenido sobre las respuestas de los participantes (Krippendorff, 1980). Asimismo, se utilizaron preguntas abiertas, con el objetivo de entender en profundidad las motivaciones de los participantes. Por último, se decidió incluir dentro del diseño metodológico técnicas proyectivas de asociación de palabras a fin de incentivar a los sujetos a proyectar sus motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos subyacentes respecto al consumo de bebidas fermentadas de base no láctea (Malhotra, 2016).

La muestra se compone de 13 individuos con las siguientes características: hombres y mujeres entre 18 y 35 años residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires, consumidores de bebidas de tipo vegetal, y que se identifican como vegetarianos o veganos, donde se entiende por AMBA a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las localidades del primer cordón del conurbano bonaerense (Rodríguez *et al*., 2007). Asimismo, se solicitó y grabó en cada uno de los casos, al comenzar las entrevistas, un consentimiento informado. Los principales resultados se exponen en el siguiente apartado.

Resultados de la revisión bibliográfica

Consumo de bebidas alternativas

Cada vez resulta más fácil encontrar distintas opciones para sustituir los productos y derivados provenientes de animales. Un gran número de personas decide reemplazar la leche vacuna por opciones de origen vegetal (Pincay, 2017). Dichas alternativas se encuentran en la categoría de productos de especialidad, conocidos como alimentos funcionales, que son percibidos como más saludables y constituyen en la actualidad un mercado en alza y uno de los principales impulsores del desarrollo de nuevos productos (Jiménez-Colmenero, 2013).

CC BY

De acuerdo a lo establecido por la Unión Europea en el año 2017, los productos puramente vegetales no pueden comercializarse bajo las denominaciones tales como "leche", "nata", "mantequilla", "queso", o "yogur", reservadas por el Derecho de la Unión Europea a los productos de origen animal, criterio que también se aplica cuando dichas denominaciones se completan mediante menciones explicativas o descriptivas que indiquen el origen vegetal del producto que se trata (Jarasiunas, 2017).

Las principales razones que impulsan a diversas personas a abandonar o limitar el consumo de la leche vacuna y optar por alternativas a esta son las alergias, la intolerancia a la lactosa, el consumo de calorías en exceso y las dietas veganas (Sharma, 2005). La intolerancia se define como una reacción inmunológica a las proteínas de la leche de vaca (Trujillo y Ortega, 2017). Además de ser una tendencia, las bebidas vegetales son un producto de bajo costo que puede servir como una buena alternativa para países y regiones poco desarrolladas o para aquellos lugares en los cuales la leche tradicional mantiene una alta demanda que no se llega a satisfacer (Sethi *et al.*, 2016).

Las bebidas vegetales son líquidos que resultan de la descomposición (reducción en tamaño) del material vegetal (cereales, pseudocereales, legumbres, nueces), extraídos en agua que, a través de un proceso de homogeneización, resulta en tamaño de partículas que se distribuyen aproximadamente en 5-20 ml y que imitan en apariencia a la leche de vaca (Mäkinen *et al.*, 2016). Si bien no existe una clasificación oficial de las sustancias fermentadas de base no láctea, Sethi *et al.* (2016) mencionan como principales grupos a las siguientes cinco categorías:

a) Basadas en cereal: bebidas de avena, bebidas de arroz, bebidas de maíz, bebidas de trigo espelta.

b) Basadas en legumbres: bebidas de soja, bebidas de maní, bebidas de lupino, bebidas de frijol.

c) Basadas en nueces: bebidas de almendras, bebidas de coco, bebidas de avellanas, bebidas de pistacho, bebidas de nuez.

d) Basadas en semillas: bebidas de sésamo, bebidas de linaza, bebidas de semillas de girasol, bebidas de cáñamo.

e) Basadas en pseudocereales: bebidas de quínoa, bebidas de amaranto, bebidas de teff.

Por otro lado, Trejo Solis (2015) ha estudiado cinco tipos de bebidas vegetales desde el punto de vista químico: almendras, arroz, avena, coco y nuez.

Se evidencia así en la región una tendencia hacia la disminución del consumo de leche de origen animal, lo que representa una oportunidad creciente para las bebidas de origen vegetal (Fuentes Cuiñas, 2019). En este sentido, Zapata *et al.* (2016) dan cuenta de una disminución del consumo de la leche de origen vacuno en un 26% entre los años 1997 y 2013, destacando como principal motivo de esta tendencia a la disminución de casi 40% del consumo de postres de origen lácteo y las leches en distintas presentaciones. Al comparar el caso de Argentina con otros países de la región, resulta prudente el contraste con Chile, donde de acuerdo con Viñuela *et al.* (2007) el consumo de leche de origen animal presenta oscilaciones a lo largo de su historia.

CC BY

Valor nutricional de las bebidas vegetales

Si bien estas alternativas a la leche vacuna son promocionadas como una opción provechosa y saludable, no son numerosos los estudios que se han realizado para entender las implicaciones nutricionales de consumir dichos sustitutos de la leche tradicional. Como consecuencia, los consumidores asocian a estas bebidas como un sustituto directo de la leche vacuna que muchas veces no es adecuado (Vanga y Raghavan, 2017). Por ejemplo, el agregado obligatorio en algunos países de calcio en los niveles de la leche vacuna para prevenir su deficiencia en veganos ha llevado a la falsa creencia de que son aportadores de este mineral (Dyner *et al*., 2015). En Argentina es frecuente la elaboración casera de bebidas vegetales, especialmente aquellas a base de almendras, cuyo aporte de calcio no sería significativo (Dyner *et al*., 2016).

En un estudio realizado por Vanga y Raghavan (2017) fue posible concluir que, en general, existen diferencias nutricionales entre las distintas bebidas vegetales y la leche vacuna. Nutricionalmente, la opción de soja es la mejor alternativa para reemplazar a la leche vacuna en la dieta de los seres humanos por sus altos contenidos de proteínas de buena calidad y por el hecho de que carecen de colesterol y aportan compuestos que protegen al organismo frente a ciertas enfermedades, como los fitoestrógenos (Peñalvo, 2002). Sin embargo, uno de los principales problemas para los consumidores es su sabor particular que, en muchas ocasiones, dificulta su consumo, y también la presencia de antinutrientes en la soja (compuestos naturales que interfieren en la absorción de nutrientes), que ocasionan que los consumidores busquen otras opciones de mejor sabor, como las almendras (Enrique, 2017).

Epidemiológicamente, existe un efecto cardioprotector asociado a un mayor consumo de nueces (Sabaté y Ang, 2009). Se puede observar un claro gradiente de dosis-respuesta entre el consumo de nueces y un riesgo reducido de sufrir cardiopatía coronaria (CHD, por sus siglas en inglés). Estudios muestran una reducción del riesgo promedio de muerte por CHD en un 37% (riesgo relativo (RR): 0,63; IC del 95%: 0,51, 0,83) o un promedio de reducción del 8,3% en el riesgo de muerte por CHD por cada porción semanal de nueces. Se observa que los efectos beneficiosos del consumo de nueces son similares para diferentes resultados clínicos: infarto de miocardio no fatal, CHD mortal y muerte cardíaca súbita (Kelly y Sabaté, 2006).

Hecho en casa

En líneas generales se puede afirmar que los alimentos caseros son más económicos que los productos industriales (Brunner, 2016), considerando que el precio de las materias primas tiene poco peso en el precio final del fabricante, que debe cubrir sueldos, equipos industriales, gastos de comercialización y obtener un margen de beneficio que al final reflejará en el precio que los consumidores suelen pagar a la hora de comprarlo. La diferencia es aún mayor cuando se trata de productos que no benefician a las economías en escala porque son "bio", es decir, carentes de leche de vaca, y casi siempre artesanales (Brunner, 2016a). Según la investigación realizada por Brunner (2016b), la principal razón por la que las personas escogen preparar las bebidas vegetales en casa es el control de los ingredientes: a menudo los productos industrializados suelen contener leche vacuna o algún derivado de la misma. Por lo tanto, preparar uno mismo estos alimentos con ingredientes sencillos garantiza a los consumidores evitar la leche vacuna y saber con certeza qué se consume.

CC BY

Productos elaborados con bebidas vegetales

Con el creciente interés de adoptar distintas dietas saludables que ayuden a prevenir enfermedades, se percibe una tendencia en el estudio y desarrollo de diversos alimentos funcionales, como son los prebióticos y probióticos, que se encuentran principalmente en productos lácteos como el yogurt (Olagnero *et al.*, 2007). Sin embargo, con el aumento del consumo de distintos sustitutos a los productos lácteos, la industria aún busca desarrollar un producto a base de bebida vegetal con distintos cultivos bacterianos para poder ofrecer los mismos beneficios probióticos a personas que limitan su consumo, ya sea por decisión o por preocupaciones de salud (Heenan *et al.*, 2004).

Según un estudio de Bernat (2013) en el cual se comparó la fermentación de distintas sustancias bebibles vegetales, como la de avellanas, fue posible obtener un producto que podría ser considerado como un nuevo alimento funcional apto para segmentos como vegetarianos, intolerantes a la lactosa y alérgicos a proteínas provenientes de animales. Pero, por otro lado, se entiende que la bebida de almendras fermentada con bacterias probióticas puede ser aún mejor, pues es más beneficiosa para la salud digestiva. Si bien es aprobada en Estados Unidos como una excelente fuente de vitamina E, magnesio, manganeso, fibra, cobre, fósforo y una proteína rica en arginina, no se puede llamar "leche" dentro de dicho país, para que los consumidores no malinterpreten la etiqueta y la empleen como un sustituto de la leche tradicional (U.S. Food and Drug Administration, 2018). La misma restricción se presenta en la Unión Europea, donde se recomienda como correcta denominación de estas sustancias la frase "bebidas vegetales" (Jarasiunas, 2017).

Percepciones de veganos y vegetarianos

En un estudio sobre las percepciones de los consumidores acerca de la leche vacuna y sus alternativas, fue posible descubrir que las personas que consumen leche vacuna lo hacen principalmente por hábito o por preferencias sobre el sabor. Por otro lado, algunos individuos que consumen solamente sustancias alternativas de base no láctea manifestaron en dicha investigación que, si la leche animal viniera de un animal que fue alimentado de manera responsable y orgánica, además de que deje menos huellas de carbón en el ambiente, puede llegar a ser un producto atractivo para ellos, siempre y cuando tenga un buen sabor (McCarthy *et al.*, 2017).

No obstante, las dietas veganas y vegetarianas aumentan en popularidad. Incluso las dietas veganas más estrictas, en las cuales se evita el consumo de carne, pescado, lácteos y huevos, están ganando más popularidad, especialmente en jóvenes (Pincay, 2017). A pesar de que existan numerosos beneficios para la salud atribuidos a la dieta vegana, aún permanecen preocupaciones en torno a la integridad de este patrón dietético restrictivo (Craig, 2009). De hecho, existe la percepción de que una dieta vegetariana, y especialmente una vegana, son deficientes en nutrientes importantes como proteínas, calcio, hierro y vitamina B-12 (Clarys *et al.*, 2014).

CC BY

Resultados de las entrevistas en profundidad

Compra de bebidas vegetales

Al consultar con los consumidores sobre cómo realizan el abastecimiento de bebidas vegetales, afirman que en general suelen comprar estos productos en dietéticas, emprendimientos específicos que apuntan a este mercado y en ferias (principalmente ferias de productos orgánicos). Resulta también común que los consumidores, especialmente aquellos que llevan un estilo de vida vegano, prefieran optar por preparar estos alimentos fermentados de base no láctea en sus propias casas. Quienes deciden hacerlo reconocen que prepararlos no resulta una tarea difícil (lo que representa un motivador importante para decidir hacerlo) pero que muchas ocasiones les consume tiempo, por lo que en situaciones se ven obligados a comprar los productos.

Refiriéndose a la compra de productos terminados, los vegetarianos concuerdan en que es difícil conseguirlos en el mercado, siendo el principal motivo por el cual no consumen estos productos como reemplazo total de la leche vacuna. Pero los veganos proponen otra postura, afirmando que no es una tarea tan complicada la de conseguir estos productos, ya que a lo largo del tiempo lograron familiarizarse con aquellos lugares donde pueden abastecerse de productos vegetales. Los veganos transmiten su visión en frases como: "Antes era un poco más difícil pero ahora la encuentro en cualquier dietética"; "La 'leche' de almendras desde hace unos meses se está industrializando"; "Cuando dejé los lácteos animales me pasé a los 'lácteos' de soja por la facilidad de encontrarlos", y "Creo que cada vez es más fácil de conseguirlas; las compro en las dietéticas".

Percepciones sobre el precio

Existe la percepción de que las bebidas de origen vegetal son más caras que las de origen vacuno, evidenciada por ejemplo en las siguientes frases extraídas de las entrevistas: "Es más cara que un producto de origen animal"; "La 'leche' de coco es carísima, o "Creo que son productos caros".

El anhelo de los entrevistados es que el precio de las sustancias fermentadas de base no láctea se acerque al de las leches vacunas hasta igualarlo, ya que en general no consideran que sea justa la diferencia en cuanto al costo de adquisición ("Me gustaría que sea más económica, o por lo menos de igual precio que una leche de origen animal"). Según el análisis de contenido realizado, los consumidores vegetarianos consideran que los beneficios que proveen las sustancias lechosas de base no láctea no justifican los precios de venta más elevados, mientras que los veganos sí respaldan el alto precio, radicado en los beneficios otorgados por los productos vegetales. Cabe destacar que algunos veganos detallan no estar de acuerdo con que el precio sea mayor simplemente por los supuestos beneficios adicionales que los alimentos vegetales aportarían.

Los consumidores veganos y vegetarianos esperan que, cuanto más se consuman en un futuro, más baratas se vuelvan las bebidas vegetales: "Me gustaría pagar el mismo precio que se paga por la otra leche (vacuna)", afirmó un vegano entrevistado.

CC BY

Consumo de bebidas vegetales

Al momento del consumo, estos productos reemplazan a las leches animales. Suelen consumirse en conjunto con infusiones como el café, el té y el mate cocido, aunque también se ingieren acompañando cereales o con cacao (a modo de "leche" chocolatada). Varios consumidores deciden beber las distintas variedades (bebidas de almendras, de coco, de soja u otras) solas, endulzadas o no.

Otro de los usos de estos productos es la incorporación de los mismos al momento de cocinar. Es común que los entrevistados utilicen bebidas fermentadas de base no láctea en la preparación de alimentos como salsas, postres, biscochuelos, helados, galletas, y productos más específicos, como la mantequilla de coco o los licuados.

Las principales sustancias vegetales elegidas por los entrevistados son la de almendra y la de soja, aunque también se mencionan otras alternativas como la de arroz, coco y avena. Entre los motivos por los que deciden consumir dichos alimentos destacan cuestiones como su sabor y la facilidad de preparación.

Al consultarles sobre las diferencias percibidas entre las distintas bebidas vegetales, los consumidores afirman que cada tipo presenta características particulares en cuanto a su textura, aroma y sabor, que determinan las preferencias personales en cuanto a la elección del consumo. La predilección por una alternativa u otra radica, en general, en preferencias personales. Además, varios consumidores subrayan que el aroma de los alimentos influye más que el propio sabor. Los consumidores plasman sus preferencias mediante frases como "La de almendras es re rica, tiene ese gusto propio de la almendra"; "La 'leche' de arroz no me llama la atención, no siento que sea muy rica salvo que le pongan vainilla o algún dulzor", y "La 'leche' de coco es muy grasosa". Algunas bebidas vegetales se caracterizan, según los entrevistados, por no tener un sabor particular: "La de quínoa, amaranto, arroz, avena […] son muy suaves, diría que parecen agua con color".

Asociaciones en torno a las bebidas vegetales

En relación a las percepciones y asociaciones que el concepto de sustancias lechosas de tipo vegetal trae a la mente de los consumidores, se revela una diferencia entre veganos y vegetarianos. Los veganos la asocian con un estilo de vida saludable; según ellos, estos productos representan también un cambio en el paradigma instalado en la sociedad y modifican los hábitos de consumo aceptados socialmente. Son productos que representan su estilo de vida y apoyan sus creencias. En este sentido y según las afirmaciones de los consumidores veganos, las sustancias lechosas fermentadas de base no láctea resultarían ser, entonces, más saludables que los productos lácteos. Por su parte, los vegetarianos presentan percepciones distintas, al asociar el consumo de estos alimentos con las semillas y demás ingredientes naturales. El análisis de contenido permitió descubrir que, como los vegetarianos comparten el consumo de estos productos con el consumo de leches animales, pueden identificar y resaltar los beneficios que se relacionan con el origen natural de las semillas.

CC BY

Conclusiones y discusión

Los consumidores de bebidas vegetales que compran dichos productos en el mercado optan por acudir a dietéticas, emprendimientos específicos que apuntan a este nicho, y a ferias, mientras otros prefieren preparar estos alimentos en sus casas, lo que se encuentra en sintonía con lo expuesto por Dyner *et al.* (2016), quienes afirman que es frecuente la elaboración casera de estos productos en Argentina. En este sentido, Brunner (2016) destaca como principal motivador de la producción casera al hecho de que resulta más económico elaborar bebidas vegetales en el hogar antes que comprarlas; pero los resultados de la presente investigación sugieren que el principal motivador de la muestra consultada sería la facilidad de preparación. De todos modos, lo expuesto por Brunner (2016) concuerda con la percepción de esta muestra de que los precios de las sustancias fermentadas de base no láctea son más elevados que los de las leches vacunas, lo que se percibe como injusto por los vegetarianos y por algunos veganos.

El consumo de productos no lácteos tiene lugar en las situaciones en que otros individuos consumirían productos lácteos. La muestra analizada reemplaza el consumo de leche vacuna con el de bebidas vegetales, lo que concuerda con lo expuesto por varios autores (Pincay, 2017; Sharma, 2005; Vanga y Raghavan, 2017). Asimismo, los resultados de esta investigación dan cuenta de la relevancia de continuar estudiando el tema, debido a que podría existir una relación entre las variaciones en el consumo de leche vacuna (Zapata *et al.*, 2016) y los hábitos de consumo de lácteos y bebidas vegetales (Fuentes Cuiñas, 2019). Adicionalmente, la predilección por un tipo u otro de bebida vegetal radica en preferencias personales.

En cuanto a las asociaciones relacionadas con el concepto de "leche vegetal", fue posible encontrar diferencias entre los consumidores vegetarianos y aquellos veganos. Los primeros asocian el concepto con las semillas y el origen natural de los productos, mientras que los segundos le atribuyen un significado simbólico relacionado con el hecho de que estos productos representarían el estilo de vida sano, resultando ser, entonces, más saludables que los productos lácteos. Esta última asociación se relaciona con lo expuesto por Vanga y Raghavan (2017), quienes mencionan que los consumidores estiman estas bebidas como un sustituto directo de la leche vacuna que muchas veces no es adecuado. Además, algunos autores y autoras argumentan que, aunque las dietas veganas representan muchos beneficios en cuanto a la salud, todavía permanecen preocupaciones respecto a la integridad de este patrón dietético restrictivo (Craig, 2009) ya que podría ser deficiente en nutrientes elementales (Clarys *et al.*, 2014).

Agradecimientos

Se agradece la colaboración de Carla Zhou Sun, estudiante de grado en Universidad Argentina de la Empresa.

CC BY

Bibliografía

Bernat Pérez, N. (2013). *Desarrollo, caracterización y optimización de productos fermentados a base de líquidos vegetales como alternativa a los yogures convencionales*. Tesis doctoral. Valencia, Universitat Politècnica de València. DOI https://doi.org/10.4995/thesis/10251/33748

Biernacki, P. y Waldorf, D. (1981). "Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling". *Sociological Methods & Research* 10(2): 141-163. DOI https://doi.org/10.1177/004912418101000205

Brunner, A. (2016). "Leches y yogures vegetales hechos en casa". *Editorial Hispano europeo* 1: 7-11.

Clarys, P., Deliens, T., Huybrechts, I., Deriemaeker, P., Vanaelst, B., De Keyzer, W. y Mullie, P. (2014). "Comparison of Nutritional Quality of the Vegan, Vegetarian, Semi-Vegetarian, Pesco-Vegetarian and Omnivorous Diet". *Nutrients* 6(3): 1318-1332. DOI https://doi.org/10.3390/nu6031318

Craig, W.J. (2009). "Health Effects of Vegan Diets". *The American Journal of Clinical Nutrition* 89(5): 1627S-1633S. DOI https://doi.org/10.3945/ajcn.2009.26736n

Dyner, L., Batista, M., Cagnasso, C., Rodríguez, V. y Olivera Carrión, M. (2015) "Contenido de nutrientes de bebidas artesanales a base de almendras". *Actualización en Nutrición* 16: 12-7.

Dyner, L., Cagnasso, C., Ferreyra, V., Pita Martín de Portela, M., Apro, N. y Olivera Carrión, M. (2016). "Contenido de calcio, fibra dietaria y fitatatos en diversas harinas de cereales, pseudocereales y otros". *Acta Bioquímica Clínica Latinoamericana* 50(3): 435-443.

Enrique Rosón, F. (2017). *Antinutrientes de la soja*. Tesis de licenciatura. Valladolid, Universidad de Valladolid. En http://uvadoc.uva.es/handle/10324/24946 (consultado el 29/08/2020).

Fuentes Cuiñas, A.A. (2019). "Cambios en el consumo y percepciones en torno a la alimentación saludable de la leche tradicional y bebidas de origen vegetal". *Revista RIVAR* 6(17): 1-14. DOI https://doi.org/10.35588/rivar.v6i17.3910

Heenan, C.N., Adams, M.C., Hosken, R.W. y Fleet, G.H. (2004). "Survival and Sensory Acceptability of Probiotic Microorganisms in a Nonfermented Frozen Vegetarian Dessert". *Lebensmittel-Wissenschaft und-Technology* 37: 461-466. DOI https://doi.org/10.1016/j.lwt.2003.11.001

Jarasiunas, E. (2017). "Los productos puramente vegetales no pueden comercializarse con denominaciones tales como 'leche', 'nata', 'mantequilla', 'queso' o 'yogur'". *La Ley Unión Europea* 51.

Jiménez-Colmenero, F. (2013). "Emulsiones múltiples: compuestos bioactivos y alimentos funcionales". *Nutrición Hospitalaria* 28(5): 1413-1421.

CC BY

Kelly, J.H. y Sabaté J. (2006). "Nuts and Coronary Heart Disease: an Epidemiological Perspective". *Br J Nutr* 96: 61-7.

Krippendorff, K. (1980). *Reliability.* Nueva Jersey, John Wiley & Sons Inc.

Mäkinen, O.E., Wanhalinna, V., Zannini, E. y Arendt, E.K. (2016). "Foods for Special Dietary Needs: Non-Dairy Plant-Based Milk Substitutes and Fermented Dairy-Type Products". *Critical Reviews in Food Science and Nutrition* 56(3): 339-349. DOI https://doi.org/10.1080/10408398.2012.761950

Malhotra, N.K. (2016). *Investigación de mercados.* México D.F., Pearson Educación.

McCarthy, K.S., Parker, M., Ameerally, A., Drake, S.L. y Drake, M.A. (2017). "Drivers of Choice for Fluid Milk Versus Plant-Based Alternatives: What Are Consumer Perceptions of Fluid Milk?". *Journal of Dairy Science* 100(8): 6125-6138. DOI https://doi.org/10.3168/jds.2016-12519

Medina, F.X. (2018). "La construcción del patrimonio cultural inmaterial de carácter alimentario y sus retos en el área mediterránea: el caso de la Dieta Mediterránea". *Revista RIVAR* 5(14): 6-23.

Olagnero, G., Abad, A., Bendersky, S., Genevois, C., Granzella, L. y Montonati, M. (2007). "Alimentos funcionales: fibra, prebióticos, probióticos y simbióticos". *Diaeta* 25(121): 20-33.

Peñalvo, J.L. (2002). *Leche de soja tradicional: implicaciones en la salud.* Tesis de licenciatura. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

Pincay López, E.M. (2017). *Análisis del comportamiento del consumidor sobre las leches veganas ante la tendencia fitness.* Tesis de licenciatura. Guayaquil, Universidad de Guayaquil. En http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14532 (consultado el 29/08/2020).

Rodríguez, M.C., Di Virgilio, M.M., Procupez, V., Vio, M., Ostuni, F., Mendoza, M. y Morales, B. (2007). "Producción social del hábitat y políticas en el Área Metropolitana de Buenos Aires: historia con desencuentros". *Documentos de Trabajo* 49: 1-92.

Sabaté, J. y Ang, A. (2009). "Nuts and Health Outcomes: New Epidemiologic Evidence". *The American Journal of Clinical Nutrition* 58(5): 1643-1648. DOI https://doi.org/10.3945/ajcn.2009.26736q

Sethi, S., Tyagi, S.K. y Anurag, R.K. (2016). "Plant-Based Milk Alternatives an Emerging Segment of Functional Beverages: a Review". *Journal of Food Science and Technology* 53(9): 3408–3423. DOI https://doi.org/10.1007/s13197-016-2328-3

Sharma, R. (2005). "Market Trends and Opportunities for Functional Dairy Beverages". *Australian Journal of Dairy Technology* 60(2): 195-198.

Steinar, K. (1996). Interviews: an Introduction to Qualitative Research Interviewing. Lund, Studentlitteratur.

Sujatha, R. y Sabaté, J. (2009). "Preface". *The American Journal of Clinical Nutrition* 89(5): 1541-1542.

Trejo Solis, J.A. (2015). *Desarrollo y comparación de los principales componentes nutricionales de leches vegetales.* Tesis de licenciatura. Saltillo, Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro.

U.S. Food and Drug Administration. (2018). "Use of the names of dairy products in labeling plant plant-based products". *HHS Publication Mo (FDA)* 82-2163.

Vanga, S.K. y Raghavan, V. (2017). "How Well do Plant Based Alternatives Fare Nutritionally Compared to Cow's Milk". *Journal of Food Science and Technology* 55(1): 10-20. DOI https://doi.org/10.1007/s13197-017-2915-y

Viñuela, J.M., Schnettler, B., Sepúlveda, N. y Catalán, P. (2007). "Caracterización del proceso de decisión de compra de leche en la Región de La Araucanía, Chile". *Eco Agr.* 11: 38-50.

Zapata, M., Rovirosa, A. y Carmuega, E. (2016). La mesa argentina en las últimas dos décadas. Cambios en el patrón de consumo de alimentos y nutrientes. Buenos Aires, CESNI: 44-47.

* * *

Recibido: 11/06/2020
Versión final recibida: 06/07/2020
Aprobado: 25/07/2020

CC BY