

Saludable, sabroso y... listo para cocinar: Nuevo alimento a base de merluza

Por Dra. Ing. Marion Marchetti y Lic. Esp. Beatriz Lupín (*)

Durante los últimos años, diversas campañas impulsadas, fundamentalmente, por la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura de la Nación, incentivan el consumo de pescados y mariscos (PyM en adelante) de nuestro mar. Sin embargo, a pesar de estas acciones y del reconocimiento generalizado de las propiedades nutritivas de dichos alimentos, el consumo de PyM de los argentinos dista bastante de las recomendaciones científicas para transitar un estilo de vida saludable. La Organización Mundial de la Salud (OMS) y las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA) indican una frecuencia de consumo de PyM de 2 a 3 veces por semana. Estudios conducidos a nivel local concluyen que si bien solo una proporción menor de la población no consume PyM –ni siquiera en Semana Santa–, la mayoría de los que sí consumen presentan deficiencias tanto por la escasa frecuencia semanal como por la limitada variedad de especies elegidas.

Estos estudios, también, señalan que la “facilidad de preparación/cocción” es uno de los atributos valorados y que la merluza argentina –cuyo nombre científico es *Merluccius hubbsi*– es la especie preferida.

Precisamente, se desarrolló, en Mar del Plata, un alimento pesquero, a base de merluza argentina, “listo para cocinar”. Como es un alimento

nuevo, que no se encuentra aún disponible en el mercado, de forma complementaria, se relevó una encuesta exploratoria, orientativa, a fin de evaluar la aceptación que tendría el mismo. A los participantes de la encuesta, primero se les describió el nuevo alimento y, luego, se les indagó acerca de determinados aspectos.

El alimento en cuestión consiste en filetes de merluza desalada, sin espinas ni piel, envasados al vacío, con una vida útil en heladera –no freezer– de, aproximadamente, un mes. Asimismo, permite la preparación de platos sin que la carne se desmenuce y sin el agregado de sal; se encuentra debidamente etiquetado, con información sobre el proceso productivo implementado y presenta una alta calidad nutritiva y sensorial –destacándose su sabor, exquisito y suave–.

Con relación a la encuesta mencionada, la misma se relevó de forma *online* y autoadministrada, durante los meses de enero a marzo del año 2022. Se encuestaron a consumidores y no consumidores de PyM, de 18 años y más, residentes en el Partido de General Pueyrredon. Los encuestados participan en la compra y/o en la elaboración de los alimentos de sus hogares y presentan diferentes perfiles en cuanto a sus características demográficas y socioeconómicas.





Intención de consumir

Los resultados que surgen del análisis de los datos proporcionados por la encuesta señalan que, de los 180 encuestados totales, el 71% (127 casos) manifiesta su intención de consumir el nuevo alimento. Entre estos últimos, prevalecen las mujeres, los que tienen entre 35 y 59 años de edad, los graduados terciarios/universitarios y los de nivel socioeconómico medio. La gran mayoría (89%) consume PyM, comprados, generalmente, frescos/con escaso procesamiento o en conserva. Por otro lado, es de destacar que el resto (11%), aunque no consume PyM, bajo ninguna modalidad ni circunstancia, se encuentra interesado en probar el nuevo alimento. Lo anterior, podría deberse a las razones que brindan para justificar su no consumo: las espinas, la dificultad de preparación y la naturaleza perecedera de los productos pesqueros.

Tomando como referencia el precio promedio de 500 g de filetes de merluza frescos –comúnmente disponibles en el mercado interno– a la fecha de la encuesta (\$ 300), se consultó a los 127 encuestados que consumirían el nuevo alimento, si pagarían un precio superior por 500 g del mismo. El 82% está dispuesto a pagar un adicional. De esta manera, el mayor porcentaje pagaría \$ 360 (20%). Le siguen: \$ 330 y \$ 390 (15%, cada uno), \$ 420 (12%), \$ 315 (8%) y \$ 450 (6%). Con porcentajes inferiores, se ubican los extremos: menos de \$ 315 (5%) y más de \$ 450 (1%). Finalmente, un 16% no sabe cuánto más pagaría y un 2% no pagaría un adicional.

En general, estos encuestados opinan que agregar valor, como en el alimento bajo estudio, es importante pues incrementa la oferta de productos pesqueros, todo el año; extiende la vida útil de los mismos; facilita la preparación y potencia la industria pesquera.

Contribuir al consumo

Es de esperar que el alimento desarrollado contribuya a incrementar el consumo pesquero interno pues, además de “estar listo para cocinar” –lo que redundaría en ahorro de tiempo en la preparación–, es sabroso, alto en proteínas, bajo en grasas saturadas y tiene un período de conservación extendido. Por otra parte, puede aportar al dinamismo de la industria pesquera con un proceso productivo relativamente sencillo y de bajo costo, que no implica un alto consumo de energía y que propicia la generación de puestos de trabajo –tanto de forma directa como en otros sectores que brinden servicios vinculados a ella–. También queda abierta la posibilidad de comercializar al exterior este alimento pesquero, diferenciado, con agregado de valor, contribuyendo a la economía local mediante la entrada de divisas.

Actualmente, se continúa la línea de investigación en un nuevo proyecto interdisciplinario, incorporando especies menos tradicionales que la merluza argentina, aprovechando descartes e implementando métodos de producción ambientalmente sostenibles.

(*) Dra. Ing. Marion Marchetti. Docente y Becaria Postdoctoral. Carrera Ingeniería en Alimentos, Facultad de Ingeniería-Universidad Nacional de Mar del Plata; CONICET. mmarchetti@fi.mdp.edu.ar

Lic. Esp. Beatriz Lupín. Docente e Investigadora. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales-Universidad Nacional de Mar del Plata; Departamento de Ingeniería Pesquera, Universidad Tecnológica Nacional-Facultad Regional Mar del Plata.

Esta investigación fue realizada con motivo de la tesis doctoral de la Dra. Ing. Marchetti, Doctorado en Química Industrial, Facultad de Ciencias Exactas y Naturales-Universidad de Buenos Aires, y contó con el asesoramiento de la Lic. Esp. Lupín en el diseño del formulario de encuesta. A la tesis, se puede acceder mediante el siguiente enlace:

https://bibliotecadigital.exactas.uba.ar/download/tesis/tesis_n7103_Marchetti.pdf