

Influencia de la información sobre sustentabilidad en la respuesta del consumidor en etiquetas de hamburguesas enriquecidas con subproducto de la industria cervecera



Ana Curutchet¹, Patricia Arcia^{1,2}, Fátima Prisco¹, Amparo Tarrega³

¹Departamento de Ingeniería, Universidad Católica del Uruguay, Comandante Braga 2715, Montevideo, Uruguay.

²Latitud-Fundación LATU, Av. Italia 6201, Montevideo, Uruguay.

³Instituto de Agroquímica y Tecnología de los Alimentos (IATA), CSIC, Catedrático Agustín Escardino Benlloch, 7, 46980 Paterna, Valencia.

atarrega@iata.csic.es



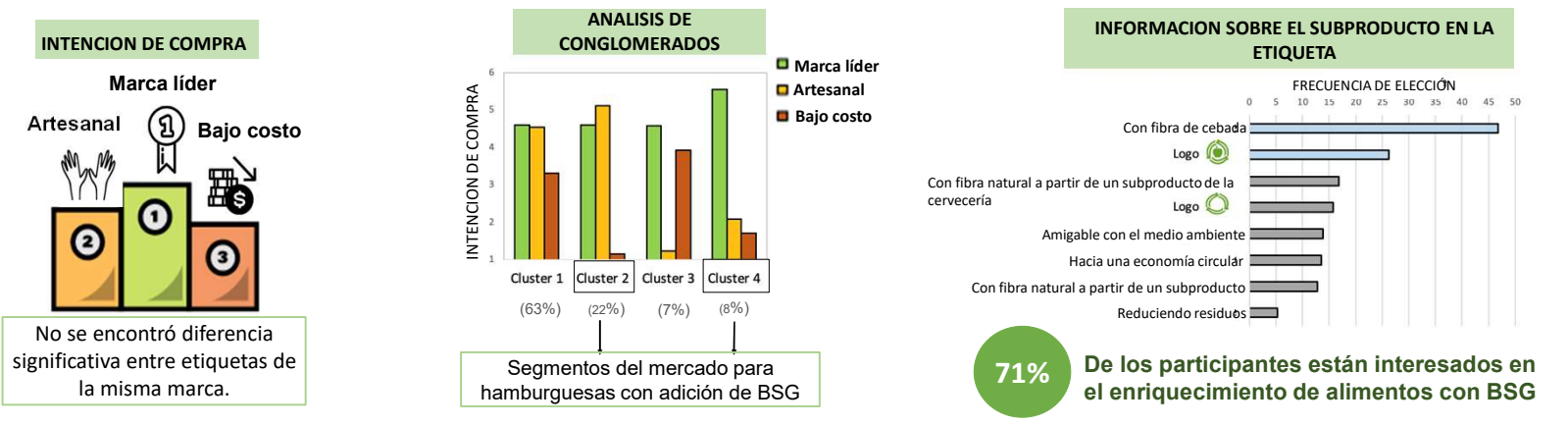
INTRODUCCION

Existe un interés creciente por el concepto de economía circular, para responder a los cambios globales y porque los productos sostenibles pueden tener un valor añadido para los consumidores [1]. La reutilización de subproductos supone una reducción del impacto ambiental y una disminución de costes para la industria. El bagazo de cerveza (BSG) es el principal subproducto de la cervecería y puede reutilizarse como ingrediente funcional por su composición rica en fibra. Este trabajo busca estudiar la respuesta del consumidor a la información incluida en la etiqueta de hamburguesas enriquecidas BSG como fuente de fibra.

MATERIALES Y METODOS



RESULTADOS



CONCLUSIONES

- La marca fue el único factor con efecto significativo en la intención de compra
- El 30% de los participantes mostraron interés en hamburguesas con BSG de la marca líder.
- El 22% compraría la hamburguesa con BSG si fuera de la marca artesanal.
- Los consumidores prefirieron que el subproducto fuera declarado en la etiqueta como “Con fibra de cebada”.

Agradecimientos: A Jorge García por su colaboración en el diseño de etiquetas.

REFERENCIAS

[1] Morató, J., Tollin, N., & Jiménez, L. (2017). Situación y evolución de la economía circular en España. Fundación COTEC para la Innovación.