

29 de junio de 2022

**COMUNICADO DE PRENSA**

**Una investigación de Arla Foods Ingredients destaca características de los compradores bien marcadas en la nutrición deportiva convencional**

Los consumidores tradicionales buscan cada vez más proteína para la nutrición deportiva, pero sus necesidades y motivaciones de compra varían, según un estudio global muy importante<sup>1</sup> llevado a cabo por Arla Foods Ingredients.

El 43 % de los 12 000 consumidores encuestados manifestaron que buscaron agregado de proteína al elegir alimentos y bebidas para el ejercicio, y el porcentaje aumentó al 52 % para la franja etaria de 18 a 29 años. Este interés por la proteína es cada vez mayor: el 31 % indica que ha incrementado su uso en los últimos dos años, en comparación con solo el 7 % que ha disminuido su uso.

La investigación exhaustiva, que analizó cómo la gente participa en el mercado de la nutrición deportiva y percibe la vida saludable, permitió a Arla Foods Ingredients identificar tres tipos de consumidores bien diferenciados, cada uno con distintas actitudes hacia el ejercicio, la nutrición y la proteína.

El primer grupo, llamado los Entusiastas, se ejercita vigorosamente al menos tres veces a la semana y suele elegir alimentos y bebidas para favorecer su rendimiento deportivo. Sus porcentajes son superiores a la media en muchas áreas: por ejemplo, el 93 % tiene un interés muy alto en la proteína y el 60 % busca activamente productos para la nutrición deportiva con agregado de proteína.

"Salud simple" es el segundo grupo de consumidores. Tienen un estilo de vida relativamente activo complementado con interés en la nutrición, y probablemente respondan de manera positiva a las tendencias de salud populares. Al igual que los Entusiastas, eligen alimentos ricos en proteína para apoyar áreas como la recuperación deportiva, pero es poco probable que sacrifiquen el sabor en pos de la funcionalidad.

---

<sup>1</sup> El Informe sobre los segmentos de consumidores globales de ejercicio y nutrición convencionales (Mainstream Exercise and Nutrition Global Consumer Segments Report) de agosto de 2021 utiliza el estudio de tendencias internacionales de 2020 Consumidores y vida saludable (Consumers and Healthy Living) de Health Focus International, que se basa en investigaciones llevadas a cabo con 12 336 consumidores de 22 países. Arla Foods Ingredients también posee los resultados de la investigación relacionados específicamente con los encuestados de Estados Unidos, Reino Unido, Brasil, China o Japón.

Los que están comprendidos en el tercer segmento –Alimentos para el bienestar– no priorizan el ejercicio; su atención se centra en cómo la dieta incide en su salud. Probablemente, los del grupo Alimentos para el bienestar prefieren productos bebibles como smoothies, aguas y kéfir, porque creen en sus beneficios para la salud (59 %) y quieren bebidas que agreguen vitaminas y nutrientes a su dieta general (56 %).

Troels Nørgaard Laursen, Director of Health & Performance Nutrition de Arla Foods Ingredients, comentó: "Ahora que la nutrición deportiva se ha vuelto de consumo masivo, es cada vez más importante que los productores de esta categoría comprendan la actitud de los consumidores hacia el ejercicio, la nutrición y los ingredientes esenciales como la proteína. Pudimos identificar tres tipos de consumidores bien diferenciados, lo que nos proporcionó algunas indicaciones útiles sobre cómo los productores pueden promover la proteína para estos segmentos diferentes".

Anne Høst Stenbæk, Head of Marketing de Arla Foods Ingredients, agregó: "Un alto porcentaje de Entusiastas señalan que realizan un esfuerzo consciente para seguir una dieta saludable y eligen alimentos para mejorar su rendimiento deportivo. Están dispuestos a resignar el sabor y la conveniencia para alcanzar ese objetivo, y por eso lo que más les interesa es la funcionalidad. En contraste, los consumidores del segmento Salud simple concuerdan en que un estilo de vida activo es muy importante para la salud general, pero este grupo no está dispuesto a ceder en lo que respecta al sabor, por lo que sería beneficioso para los productores abordarlos de otro modo.

Ella también dijo: "Y si bien para los consumidores del tercer grupo –Alimentos para el bienestar– el ejercicio no es un punto central, su interés en la nutrición es alto, quizás más alto que para los miembros de los otros grupos. Son muy receptivos a las declaraciones de salud documentadas, por lo que enfocarse en los beneficios para la salud de la proteína como superingrediente es una buena estrategia para los productores. Este grupo no busca necesariamente alimentos que tengan una relación directa con una vida activa, pero sí muestran un gran interés por la proteína para cosas como la energía, el control del peso y la energía mental".

Arla Foods Ingredients cuenta con años de experiencia en la provisión de ingredientes como proteínas aisladas de suero y concentrados e hidrolizados de proteína de suero para el mercado de la nutrición deportiva. Este último estudio forma parte de la estrategia de la empresa para mantener su liderazgo en esta industria.

**Para obtener más información, comuníquese con:**

Sonya Hook, Ingredient Communications

Tel: +44 (0)7498 539765 | Correo electrónico: [Sonya@ingredientcommunications.com](mailto:Sonya@ingredientcommunications.com)

**Acerca de Arla Foods Ingredients**

Arla Foods Ingredients es líder mundial en soluciones con suero que agregan valor. Descubrimos y proporcionamos ingredientes derivados del suero y ayudamos a la industria alimentaria a desarrollar y a procesar eficientemente alimentos más naturales, funcionales y nutritivos. Ofrecemos productos a los mercados globales para los sectores de nutrición en los primeros años de vida, nutrición médica, nutrición deportiva, alimentos saludables y otros alimentos y bebidas.

Estas son cinco razones para elegirnos:

- Tenemos I+D en nuestro ADN
- Ofrecemos calidad superior
- Somos su socio comercial de confianza
- Apoyamos la sostenibilidad
- Garantizamos la seguridad del suministro

Arla Foods Ingredients es una subsidiaria 100 % propiedad de Arla Foods. Nuestras oficinas centrales están en Dinamarca.

**LinkedIn**

<http://www.linkedin.com/company/arla-foods-ingredients>

**LinkedIn (América Latina)**

<https://www.linkedin.com/showcase/arla-foods-ingredients-latin-america/>

**LinkedIn (China)**

<https://www.linkedin.com/showcase/arla-foods-ingredients-china/>