



Facultad de Ciencias Económicas

Tesina de Licenciatura en Gastronomía

“Alimentación saludable y gastronomía urbana en Buenos Aires: transformaciones, tendencias y desafíos (2015-2025)”

Lara Muriel Ferrari

Nro. de ID: 000-18-0306

Tutor: Lic. Sandra Florez

2026

A small, square, light gray box containing a handwritten signature in dark ink. The signature appears to be "Sandra" written in a cursive, flowing style.

Resumen

La alimentación saludable cobró una importancia cada vez mayor en los patrones de consumo en las ciudades y en el sector de la gastronomía a lo largo de la última década. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, este fenómeno provocó cambios significativos en la oferta gastronómica, los hábitos de alimentación y las formas de consumo, fomentando la aparición de propuestas novedosas relacionadas con el bienestar, la sostenibilidad y la toma de decisiones conscientes al consumir.

La presente investigación tiene como objetivo analizar el efecto de la nutrición saludable en la gastronomía urbana de Buenos Aires entre 2015 y 2025, teniendo en cuenta la función de las políticas públicas, las tendencias de consumo y las modificaciones socioculturales ligadas a la alimentación en la actualidad. Asimismo, se pretende analizar el crecimiento de iniciativas gastronómicas saludables, el auge de movimientos como el veganismo y el vegetarianismo, la influencia de las redes sociales y el surgimiento de programas orientados a la educación alimentaria y a la sostenibilidad.

La investigación se llevó a cabo mediante un enfoque cualitativo-descriptivo, a través de la revisión de documentos, análisis bibliográfico y estudio de las regulaciones y programas relacionados con la alimentación saludable. También se implementaron encuestas como método de recopilación de datos, con el fin de investigar percepciones, hábitos de consumo y tendencias vinculadas a la nutrición saludable en el entorno urbano porteño.

El estudio tuvo como finalidad reflexionar sobre las transformaciones que experimentó la gastronomía urbana de Buenos Aires en el contexto de una creciente

preocupación social por la salud y el bienestar, identificando tanto los progresos como las barreras presentes en el acceso a una nutrición saludable. De igual manera, busco ofrecer una perspectiva interdisciplinaria sobre la relación entre la gastronomía, la salud pública, el consumo y la cultura alimentaria en los contextos urbanos actuales.

Palabras claves:

Alimentación saludable, gastronomía urbana, consumo consciente, tendencias alimentarias, salud pública, sustentabilidad, hábitos alimentarios.

Índice

1. Introducción

1.1. Justificación del tema

Importancia social, gastronómica y académica de la alimentación saludable en Buenos Aires.

1.2. Planteamiento del problema

Transformaciones en la alimentación y la gastronomía urbana entre 2015 y 2025.

1.3. Preguntas de investigación

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

1.4.2. Objetivos específicos

1.5. Antecedentes

Investigaciones previas relacionadas con alimentación saludable y gastronomía urbana.

2. Marco Teórico

2.1. Marco teórico

2.1.1. Alimentación saludable

2.1.2. Gastronomía urbana

2.1.3. Hábitos alimentarios y consumo consciente

2.1.4. Tendencias alimentarias contemporáneas

2.1.5. Veganismo, vegetarianismo y alimentación plant-based

2.1.6. Sustentabilidad y alimentación

2.1.7. Redes sociales y cultura wellness

2.2. Marco referencial

2.2.1. Contexto gastronómico de Buenos Aires

2.2.2. Políticas públicas y alimentación saludable

2.2.3. Ley N.º 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable

2.2.4. Ferias y propuestas gastronómicas saludables

2.2.5. Transformaciones en el consumo urbano

3. Desarrollo y Resultados

3.1 Generalidades del contexto gastronómico porteño

3.1.1. Evolución de la alimentación saludable en la Ciudad de Buenos Aires.

3.1.2. Transformación de la oferta gastronómica entre 2015 y 2025.

3.1.3. Nuevas demandas de los consumidores y cambios en los hábitos alimentarios.

3.1.4. Influencia de las tendencias globales en la gastronomía urbana local.

3.2 Diagnóstico del fenómeno

3.2.1. Crecimiento del interés por la alimentación saludable.

3.2.2. Incorporación de opciones vegetarianas, veganas y plant-based en establecimientos gastronómicos.

3.2.3. Influencia de las redes sociales y la cultura wellness.

3.2.4. Impacto de las políticas públicas y del etiquetado frontal.

3.2.5. Nuevos modelos de negocio vinculados al bienestar y al consumo consciente.

3.3 Resultados del trabajo de campo

3.3.1 Perfil de los encuestados.

3.3.2. Hábitos alimentarios y frecuencia de consumo saludable.

3.3.3. Influencia de las redes sociales en las decisiones de consumo.

3.3.4. Conocimiento del etiquetado frontal y otras políticas alimentarias.

3.3.5. Percepción de la oferta gastronómica saludable en Buenos Aires.

3.4 Propuesta de intervención

3.4.1. Estrategias para promover la alimentación saludable en establecimientos gastronómicos.

3.4.2. Acciones de comunicación y educación alimentaria dirigidas a consumidores.

3.4.3. Fortalecimiento de la oferta gastronómica saludable y sustentable.

3.4.4. Articulación entre sector gastronómico, organismos públicos y consumidores.

4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

4.2. Recomendaciones

5. Referencias Bibliográficas

5.1. Publicaciones académicas

5.2. Legislación y documentos oficiales

5.3. Publicaciones digitales y páginas web

6. Anexos

6.1. Encuesta aplicada

6.2. Gráficos y tablas complementarias

1. Introducción

Durante los últimos años, la alimentación saludable adquirió una creciente importancia en las dinámicas de consumo de las áreas urbanas y en el sector de la gastronomía. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, este fenómeno generó cambios sustanciales en los hábitos alimenticios, en las preferencias de quienes consumen y en la oferta culinaria existente, promoviendo la aparición de nuevas propuestas que se relacionan con el bienestar, la sostenibilidad y el consumo consciente. La gastronomía urbana moderna ha comenzado a integrar nuevas corrientes vinculadas a la salud y al bienestar, dejando atrás el enfoque exclusivo en el aspecto recreativo o tradicional de la alimentación. En este escenario, se ha notado un aumento en la demanda de productos orgánicos, alimentos de origen vegetal, así como en opciones vegetarianas y veganas, además de un incremento en la preocupación social por la información nutricional y las prácticas alimentarias saludables.

Asimismo, el desarrollo de políticas públicas centradas en la promoción de una alimentación más equilibrada, junto con el impacto de las redes sociales y las nuevas tendencias de consumo, contribuyó a cambiar la forma en que las personas se relacionan con la comida y los espacios gastronómicos urbanos. Estos cambios han afectado no sólo los hábitos de consumo, sino también la identidad de la gastronomía en Buenos Aires y el surgimiento de nuevos emprendimientos culinarios.

El objetivo de esta investigación es examinar cómo la alimentación saludable ha influido en la gastronomía urbana de Buenos Aires entre 2015 y 2025, identificando las transformaciones más relevantes, las tendencias y los desafíos que se presentan en este proceso. A través de un análisis bibliográfico, documental y de encuestas, se buscará entender la evolución de los hábitos alimentarios urbanos y cómo estas transformaciones han afectado la oferta gastronómica contemporánea.

Del mismo modo, el estudio propone reflexionar sobre las tensiones y limitaciones que existen respecto al acceso a una alimentación saludable, considerando aspectos económicos, sociales y culturales que influyen en las prácticas de consumo en los contextos urbanos actuales.

1.1. Justificación del tema

La presente investigación se considera significativa debido al aumento del interés por la alimentación saludable en la sociedad moderna y su impacto en la gastronomía urbana de Buenos Aires durante el lapso de 2015 a 2025. En los años recientes, los patrones alimenticios de los consumidores han comenzado a transformarse a raíz de una mayor atención hacia la salud, el bienestar y la calidad de vida, lo que ha originado cambios relevantes en las ofertas gastronómicas de la ciudad.

Desde una perspectiva social, el estudio permite comprender cómo las nuevas tendencias de consumo impactaron en la vida cotidiana de las personas, promoviendo prácticas alimentarias más conscientes y una mayor valoración de los alimentos saludables. Asimismo, la investigación analiza el papel de las políticas públicas, campañas de concientización y regulaciones alimentarias en la transformación de los hábitos de consumo de la población.

En el sector gastronómico, esta investigación es relevante debido a las modificaciones que experimentó la industria ante las nuevas exigencias del mercado. Establecimientos como restaurantes, cafeterías y emprendimientos gastronómicos integraron alternativas sanas, opciones vegetarianas y veganas, productos orgánicos, así como propuestas enlazadas al consumo sostenible, modificando así la oferta culinaria tradicional de la ciudad.

Por otra parte, desde una perspectiva académica, el trabajo tiene como objetivo proporcionar información y análisis sobre un tema contemporáneo que

sigue en expansión. La investigación enriquece el estudio de la conexión entre alimentación saludable y gastronomía urbana, facilitando la comprensión de las transformaciones ocurridas en Buenos Aires durante la última década y ofreciendo un insumo para futuras investigaciones en torno a la alimentación, la nutrición y las tendencias culinarias actuales.

1.2. Planteamiento del problema

A pesar del crecimiento de opciones saludables en la oferta gastronómica de Buenos Aires, todavía persisten conflictos entre las nuevas exigencias de los consumidores y la oferta culinaria tradicional que predomina en la ciudad. Aunque en los últimos años se ha incrementado el interés por iniciativas relacionadas con el bienestar, la alimentación consciente y la calidad nutricional de los productos, gran parte de la gastronomía urbana sigue destacándose por el uso de alimentos altamente procesados, platos con elevados niveles de grasas, sodio y azúcares, además de hábitos alimenticios asociados a la inmediatez y al acelerado estilo de vida urbano.

En este marco, se hace necesario entender cómo la alimentación saludable ha logrado integrarse en la gastronomía de la ciudad y cómo estas transformaciones han alterado tanto las propuestas culinarias como los hábitos de consumo de la población entre los años 2015 y 2025.

Igualmente, es crucial examinar de qué manera los factores sociales, culturales y económicos afectan el acceso y la elección de opciones saludables en la ciudad. A pesar de que ha aumentado la disponibilidad de gastronomía relacionada con este tipo de alimentación, no todos los segmentos de la población tienen las mismas capacidades de acceso, dado que existen diferencias económicas, disponibilidad de productos y cambios culturales vinculados a las prácticas alimentarias.

Por otro lado, la aparición de tendencias como el veganismo, vegetarianismo, alimentación basada en plantas y consumo sostenible modificó parcialmente la

identidad culinaria urbana, promoviendo la creación de nuevos modelos de negocio y opciones gastronómicas enfocadas en el bienestar. Sin embargo, aún persisten discusiones sobre si estas prácticas constituyen un cambio auténtico en los hábitos de alimentación de la población o si son principalmente una respuesta a tendencias de consumo fomentadas por el mercado y las redes sociales.

Ante esta situación, la investigación tiene como objetivo examinar el efecto de la alimentación saludable en la gastronomía de Buenos Aires, identificando las transformaciones significativas ocurridas durante el período 2015-2025 y entendiendo cómo estos cambios impactan actualmente en los métodos de producción, comercialización y consumo de alimentos en el contexto urbano.

1.3. Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles fueron las principales tendencias vinculadas a la alimentación saludable que se integraron en la gastronomía urbana de Buenos Aires entre los años 2015 y 2025?
2. ¿Qué transformaciones se produjeron en las propuestas gastronómicas y en los hábitos de consumo a partir del crecimiento de la alimentación saludable?
3. ¿Qué papel desempeñaron las redes sociales, las tendencias alimentarias y las políticas públicas en el desarrollo de la gastronomía saludable en la Ciudad de Buenos Aires entre los años 2015 y 2025?
4. ¿Qué nuevos modelos de negocio gastronómico surgieron a partir del crecimiento de la alimentación saludable en Buenos Aires?

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

Analizar cómo la alimentación saludable afecta la gastronomía en la ciudad de Buenos Aires entre 2015 y 2025, teniendo en cuenta los cambios en las ofertas gastronómicas, los hábitos de consumo y el surgimiento de nuevos modelos de negocios comerciales relacionados con el bienestar y el consumo consciente.

1.4.2. Objetivos específicos

Identificar las principales tendencias vinculadas a la alimentación saludable que se integraron en la gastronomía urbana de Buenos Aires durante el periodo analizado.

Examinar los cambios que ocurrieron en las ofertas gastronómicas y en los hábitos de consumo debido al aumento de la alimentación saludable.

Analizar el papel de las redes sociales, las modas alimentarias y las políticas públicas en el avance de la gastronomía saludable

Investigar la aparición de nuevos modelos de negocio en el ámbito gastronómico que se centran en la alimentación saludable, el bienestar y el consumo consciente en la Ciudad de Buenos Aires.

1.5. Antecedentes

Diversas investigaciones realizadas en Argentina abordaron la alimentación saludable desde distintas perspectivas, como los hábitos de consumo, las

percepciones sociales, las políticas públicas y las transformaciones de la gastronomía. La revisión de estos antecedentes resulta relevante para la presente investigación porque permite identificar los principales aportes académicos sobre el tema, reconocer los cambios observados en los últimos años y contextualizar el análisis de las transformaciones de la gastronomía urbana en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre 2015 y 2025.

Alimentación saludable y percepciones sociales

Diferentes estudios realizados en Argentina analizaron cómo las personas forman la idea de una alimentación saludable y de qué manera esto impacta en sus hábitos alimenticios diarios. En este contexto, Freidin (2016) investigó las percepciones y los hábitos alimentarios de personas de clase media en el Área Metropolitana de Buenos Aires, señalando que la alimentación saludable se vincula principalmente con la prevención de enfermedades y el bienestar. Además, la autora menciona que hay discrepancias entre las recomendaciones nutricionales y las posibilidades reales de implementarlas en la vida diaria.

Por otro lado, Demonte (2021) analizó los discursos y hábitos alimenticios de familias de clase media en la Ciudad de Buenos Aires. Los hallazgos sugieren que las elecciones alimentarias están fuertemente marcadas por la información médica y nutricional, aunque también están influidas por factores económicos, laborales y familiares que afectan la adopción de hábitos que se consideran saludables.

Estos antecedentes permiten comprender que la adopción de hábitos alimentarios saludables no depende únicamente de decisiones individuales, sino también de factores sociales, culturales y económicos que condicionan las elecciones alimentarias de la población urbana. Este aporte resulta fundamental para la presente investigación, ya que proporciona un marco de análisis para comprender cómo estos factores influyeron en las transformaciones de la gastronomía urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre 2015 y 2025.

Políticas alimentarias y desigualdades

En Argentina, uno de los antecedentes más importantes fue la aprobación de la Ley N.º 3704 Alimentación Saludable en las escuelas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el año 2010, que incentivó la inclusión de comidas más equilibradas y promovió la educación sobre nutrición en el entorno escolar.

Luego, en 2021 se aprobó la Ley Nacional N.º 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable, que implementó un sistema de etiquetado frontal de advertencias en productos alimenticios y bebidas. También motivó la realización de acciones de concientización para facilitar decisiones de compra más conscientes.

En el marco de estas iniciativas, Zapata, Rovirosa y Carmuega (2021) analizaron el cumplimiento de las Guías Alimentarias para la Población Argentina y observaron diferencias notables dependiendo del nivel económico y la región. Los aportes de estos estudios evidencian que el acceso a una alimentación saludable está condicionado por factores socioeconómicos y por el alcance de las políticas públicas, lo que genera desigualdades en las posibilidades de adoptar hábitos alimentarios saludables. Estos antecedentes resultan relevantes para la presente investigación, ya que permiten comprender el contexto en el que se desarrollaron las transformaciones de la gastronomía urbana de Buenos Aires y el papel que tuvieron las políticas alimentarias en ese proceso.

Transformaciones de la gastronomía urbana

Los cambios en las preferencias de consumo tuvieron un impacto directo en la gastronomía urbana. En este contexto, comenzaron a emerger nuevos modelos comerciales enfocados en propuestas que son saludables, sostenibles y naturales. Cafeterías, restaurantes y emprendimientos relacionados con la gastronomía asumieron menús vegetarianos, veganos, sin gluten y preparados con ingredientes frescos y con un bajo nivel de procesamiento, en respuesta a la creciente exigencia de los consumidores por opciones vinculadas al bienestar y a la calidad de vida.

Maceira, Ryan, Gutman y Fuster (2023) examinaron el cambio hacia sistemas alimentarios que sean más saludables y sostenibles en Argentina, resaltando las modificaciones en los patrones de consumo en las áreas urbanas y la urgencia de implementar políticas públicas que respalden estas transformaciones.

De manera similar, iniciativas como Buenos Aires Market y las ferias Sabe la Tierra jugaron un papel importante en la promoción de productos orgánicos, agroecológicos y artesanales. En este contexto, Nardacchione y Blasi (2025) argumentan que estos espacios favorecen la educación en alimentación, alientan hábitos de consumo más saludables y refuerzan la apreciación de productos locales y sostenibles en los entornos urbanos.

Además, el incremento de información sobre nutrición disponible en redes sociales, medios de comunicación y campañas de concientización contribuyó a la modificación de los hábitos alimenticios de una parte de la población, provocando una demanda creciente por alternativas saludables dentro de la oferta gastronómica de Buenos Aires.

En conjunto, los antecedentes revisados evidencian que la alimentación saludable dejó de constituir una tendencia aislada para convertirse en un fenómeno con importantes repercusiones sociales, económicas, culturales y gastronómicas. Asimismo, demuestran que las transformaciones observadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre 2015 y 2025 estuvieron impulsadas por cambios en las preferencias de los consumidores, el desarrollo de políticas públicas y la aparición de nuevas propuestas gastronómicas orientadas al bienestar. No obstante, aún resulta pertinente profundizar en el análisis integral de estas transformaciones y de su impacto sobre la gastronomía urbana porteña. En este sentido, la presente investigación busca contribuir a ese conocimiento mediante el estudio de la relación entre alimentación saludable, tendencias de consumo y evolución de la oferta gastronómica durante el período analizado.

2. Marco Teórico

2.1 Alimentación saludable

La alimentación saludable se puede describir como aquella que suministra los elementos necesarios para el adecuado funcionamiento del cuerpo, favoreciendo tanto el bienestar físico como mental de los individuos. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), una dieta balanceada debe incorporar frutas, verduras, legumbres, cereales integrales y reducir el consumo de alimentos ultra procesados, azúcares y grasas saturadas.

Desde una perspectiva académica, la alimentación no debe entenderse únicamente como un proceso biológico orientado a satisfacer necesidades nutricionales, sino también como un fenómeno social y cultural. Contreras y Gracia (2005) sostienen que las prácticas alimentarias están condicionadas por factores económicos, culturales, simbólicos y sociales, que influyen en la selección, preparación y consumo de los alimentos. En este sentido, el concepto de alimentación saludable trasciende la dimensión nutricional e incorpora aspectos vinculados con los estilos de vida, las costumbres y el contexto en el que las personas desarrollan sus hábitos alimentarios.

En los últimos años, el concepto de alimentación saludable dejó de estar vinculado exclusivamente a aspectos nutricionales y comenzó a asociarse con el bienestar integral, la prevención de enfermedades y la calidad de vida. Esta evolución refleja una concepción más amplia de la alimentación, en la que también adquieren relevancia la calidad de los alimentos, sus formas de producción, la sostenibilidad y los hábitos de consumo. Como consecuencia, los consumidores muestran un mayor interés por conocer el origen de los alimentos, sus ingredientes y los métodos de elaboración utilizados.

2.1.2 Gastronomía urbana

La gastronomía urbana puede entenderse como el conjunto de prácticas, expresiones y experiencias alimentarias que se desarrollan en el contexto de las ciudades y que reflejan las dinámicas sociales, culturales, económicas y territoriales propias de cada espacio urbano. Desde la perspectiva de la antropología de la alimentación, Contreras y Gracia (2005) sostienen que la alimentación constituye un hecho social y cultural, ya que las formas de producir, preparar y consumir alimentos están influenciadas por el contexto en el que viven las personas. En consecuencia, la gastronomía urbana expresa no sólo preferencias alimentarias, sino también transformaciones sociales, culturales y económicas.

2.3 Hábitos alimentarios y consumo consciente

Los hábitos alimentarios se definen como el conjunto de prácticas y comportamientos relacionados con la selección, preparación y consumo de alimentos, los cuales se construyen a partir de la interacción de factores biológicos, culturales, sociales, económicos y psicológicos. Estos hábitos se adquieren y modifican a lo largo de la vida de acuerdo con el contexto social y cultural en el que se desarrollan las personas (Contreras Hernández y Gracia Arnaiz, 2005). Asimismo, las Guías Alimentarias para la Población Argentina destacan que la incorporación de hábitos alimentarios saludables es fundamental para promover una alimentación adecuada, prevenir enfermedades crónicas no transmisibles y mejorar la calidad de vida de la población (Ministerio de Salud de la Nación, 2020).

En este contexto, el consumo consciente se entiende como la práctica mediante la cual los consumidores toman decisiones de compra considerando no solo aspectos relacionados con el precio o la satisfacción personal, sino también el impacto que dichas decisiones generan sobre la salud, la sociedad y el ambiente. Este concepto se encuentra estrechamente vinculado con el desarrollo sostenible y con la promoción de patrones de consumo responsables impulsados por las Naciones Unidas, especialmente a través del Objetivo de Desarrollo Sostenible 12, orientado a garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

(Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA], 2015; Naciones Unidas, 2015).

A partir de estos conceptos, los hábitos de consumo alimentario experimentaron transformaciones significativas durante la última década debido a diversas influencias sociales, culturales y tecnológicas. La mayor disponibilidad de información sobre salud y nutrición favoreció la formación de consumidores más informados y preocupados por la calidad de los alimentos que eligen. Asimismo, las redes sociales desempeñaron un papel importante en la difusión de tendencias vinculadas con la alimentación saludable, promoviendo estilos de vida asociados al bienestar, la actividad física y el consumo responsable. Por último, la pandemia de COVID-19 modificó la relación de muchas personas con su alimentación, incrementando el interés por productos naturales, artesanales y saludables.

2.4 Tendencias alimentarias contemporáneas

Las tendencias alimentarias contemporáneas pueden definirse como los cambios en las preferencias, prácticas y patrones de consumo de alimentos que surgen en respuesta a transformaciones sociales, culturales, económicas, tecnológicas y ambientales. Estas tendencias reflejan la manera en que las personas adaptan sus elecciones alimentarias a nuevas necesidades, valores y estilos de vida (Mintel, 2024).

En los últimos años, estas tendencias han estado estrechamente vinculadas con un creciente interés por la salud, el bienestar, la sostenibilidad y la calidad de los alimentos consumidos. En este contexto, se observa un aumento en la demanda de alimentos naturales, orgánicos y agroecológicos, así como una mayor preferencia por productos con menor contenido de azúcares, sodio, grasas y aditivos, en detrimento de los alimentos ultraprocesados.

Asimismo, se ha fortalecido el interés por la alimentación consciente, entendida como una forma de consumo que considera no solo el valor nutricional de los alimentos, sino también aspectos éticos, ambientales y sociales relacionados con su producción y comercialización. Como consecuencia, numerosos establecimientos gastronómicos incorporaron opciones saludables en sus menús,

adaptándose a las nuevas demandas de un público que prioriza el bienestar integral y la calidad de vida.

Por otra parte, las redes sociales y los medios digitales desempeñan un papel fundamental en la difusión de estas tendencias, ya que facilitan el acceso a información sobre alimentación saludable, promueven nuevos hábitos de consumo y contribuyen a la rápida expansión de prácticas alimentarias asociadas con el bienestar y la sostenibilidad (Euromonitor International, 2024).

2.4.1 Veganismo, vegetarianismo y alimentación plant-based

En los últimos diez años, se observó un notable aumento de las tendencias vegetarianas, veganas y *plant-based* en el ámbito de la alimentación urbana. Estas opciones alimenticias adquirieron mayor visibilidad debido a motivos vinculados con la salud, la ética animal, la sostenibilidad ambiental y el bienestar personal.

El vegetarianismo se caracteriza por excluir de la dieta las carnes de origen animal, aunque puede incluir otros productos como lácteos y huevos, dependiendo de la modalidad adoptada. Por su parte, el veganismo evita el consumo de cualquier alimento de origen animal y, además, constituye un estilo de vida que rechaza el uso de productos derivados de animales en otros ámbitos del consumo. En cambio, la alimentación *plant-based* prioriza el consumo de alimentos de origen vegetal, aunque puede admitir, en algunos casos, una ingesta ocasional de productos animales, según las preferencias de cada consumidor.

Si bien estos conceptos suelen utilizarse de manera indistinta, diferenciarlos resulta relevante para el presente trabajo. Esta distinción permite analizar con mayor precisión la oferta gastronómica urbana de Buenos Aires, ya que no todos los establecimientos que ofrecen propuestas *plant-based* son estrictamente vegetarianos o veganos. Asimismo, facilita la clasificación de los distintos tipos de establecimientos y la interpretación de las tendencias de consumo observadas durante el período de estudio (2015-2025).

Estas tendencias influyen de manera directa en la gastronomía urbana de Buenos Aires, favoreciendo la creación de restaurantes, cafeterías y otros

establecimientos especializados en propuestas vegetarianas y veganas, así como la incorporación de este tipo de opciones en los menús de locales gastronómicos tradicionales.

Asimismo, el incremento de la demanda de estos alimentos impulsó el desarrollo de nuevos productos y alternativas gastronómicas elaboradas a base de plantas, reflejando cambios en las preferencias y en los hábitos de consumo de una parte de la población urbana.

2.4.2 Sustentabilidad y alimentación

La sustentabilidad es un concepto que hace referencia a la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de que las futuras generaciones satisfagan las propias. Esta definición fue establecida por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el Informe Brundtland (1987), considerado uno de los principales antecedentes del desarrollo sostenible.

Según Elkington (1997), la sustentabilidad debe entenderse a partir del equilibrio entre tres dimensiones fundamentales: la ambiental, la social y la económica, enfoque conocido como el Triple Bottom Line. En el ámbito de la alimentación, este concepto implica promover sistemas alimentarios que minimicen el impacto ambiental, favorezcan la equidad social y sean económicamente viables.

En el campo de la gastronomía, la sustentabilidad comprende prácticas orientadas a reducir el impacto ambiental de la producción y el consumo de alimentos. Entre ellas se encuentran el aprovechamiento responsable de los recursos, la disminución del desperdicio alimentario, la utilización de productos locales y de estación, la reducción del uso de plásticos descartables y la elección de materias primas obtenidas mediante procesos sostenibles. En este sentido, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2012) sostiene que los sistemas alimentarios sostenibles deben garantizar la seguridad alimentaria y la nutrición de la población sin comprometer las bases económicas, sociales y ambientales para las generaciones futuras.

En los últimos años, la sustentabilidad se consolidó como uno de los principales ejes de transformación de la gastronomía urbana. Los consumidores muestran un interés creciente por conocer el origen de los alimentos, las condiciones en las que fueron producidos y el impacto ambiental asociado a su consumo. Como consecuencia, numerosos establecimientos gastronómicos comenzaron a incorporar prácticas sostenibles en sus procesos de elaboración y en la planificación de sus menús.

En el contexto de esta investigación, la sustentabilidad constituye un marco conceptual relevante para comprender las transformaciones de la gastronomía urbana en Buenos Aires durante el período 2015-2025. Este concepto permite analizar cómo las nuevas demandas de los consumidores influyen en la incorporación de propuestas gastronómicas que combinan criterios de alimentación saludable con prácticas responsables desde el punto de vista ambiental y social.

2.4.3 Redes sociales y cultura wellness

Las redes sociales desempeñan un papel central en la difusión de información, tendencias y estilos de vida relacionados con la alimentación saludable y el bienestar. Plataformas como Instagram, TikTok y YouTube permiten que contenidos sobre recetas, nutrición, actividad física y hábitos saludables alcancen una amplia audiencia en poco tiempo, influyendo en las decisiones de consumo de los usuarios.

Según Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), el entorno digital modificó la forma en que los consumidores buscan información, interactúan con las marcas y toman decisiones de compra, otorgando a las redes sociales un papel estratégico en la construcción de preferencias y hábitos de consumo.

La cultura *wellness* se refiere a un enfoque integral del bienestar que comprende dimensiones físicas, mentales y emocionales, promoviendo hábitos relacionados con la alimentación, la actividad física, el descanso y el autocuidado. En este contexto, la alimentación saludable adquiere un papel relevante como parte de un estilo de vida orientado al bienestar general.

Como consecuencia, muchos consumidores comenzaron a adoptar hábitos alimentarios influenciados por contenidos digitales, recomendaciones de profesionales de la salud, creadores de contenido e *influencers*, así como por tendencias virales vinculadas a la nutrición y la gastronomía. Estas plataformas también favorecieron una mayor difusión de información sobre productos, dietas y nuevas propuestas gastronómicas.

Asimismo, numerosos establecimientos gastronómicos incorporaron las redes sociales como una herramienta de comunicación y marketing, utilizando contenidos visuales para promocionar sus productos y transmitir valores asociados con la alimentación saludable, el consumo responsable y el bienestar.

En el marco de esta investigación, las redes sociales constituyen un factor relevante para comprender la transformación de la gastronomía urbana en Buenos Aires, ya que contribuyen a difundir nuevas tendencias alimentarias, modificar las preferencias de los consumidores e impulsar la incorporación de propuestas saludables en la oferta gastronómica.

2.2 Marco referencial

2.2.1 Contexto gastronómico de Buenos Aires

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires constituye uno de los principales centros gastronómicos de Argentina y de América Latina, caracterizándose por la diversidad de su oferta culinaria, la presencia de establecimientos de distintas especialidades y una permanente capacidad de adaptación a las nuevas tendencias de consumo. De acuerdo con el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires (2024), la gastronomía representa uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad y un sector estratégico para su desarrollo económico y cultural.

Durante el período comprendido entre 2015 y 2025, la gastronomía urbana experimentó importantes transformaciones impulsadas por cambios en los hábitos alimentarios, una mayor preocupación por la salud y el bienestar, y el crecimiento de consumidores interesados en opciones más saludables y sostenibles. En este contexto, numerosos establecimientos comenzaron a incorporar propuestas

basadas en alimentos frescos, productos orgánicos, opciones vegetarianas, veganas y *plant-based*, respondiendo a nuevas demandas del mercado.

Asimismo, el crecimiento de los cafés de especialidad, restaurantes orientados a la alimentación saludable, mercados gastronómicos y emprendimientos vinculados al consumo responsable refleja la evolución del sector gastronómico porteño. Estas transformaciones estuvieron acompañadas por una mayor valoración de la calidad nutricional de los alimentos, el origen de los productos y las prácticas de producción sustentable, aspectos que comenzaron a influir en las decisiones de consumo de la población urbana.

Por otra parte, las redes sociales y las plataformas digitales desempeñaron un papel relevante en la difusión de nuevas tendencias gastronómicas y en la promoción de emprendimientos innovadores. La posibilidad de acceder rápidamente a información sobre alimentación saludable, recomendaciones de establecimientos y contenidos relacionados con el bienestar contribuyó a modificar las preferencias de los consumidores y a fortalecer la visibilidad de propuestas gastronómicas diferenciadas.

En este escenario, Buenos Aires incorporó progresivamente influencias internacionales vinculadas con la sustentabilidad, el consumo consciente y la cultura *wellness*, consolidándose como un espacio donde convergen la innovación gastronómica y las nuevas demandas alimentarias de la población. Estas características convierten a la ciudad en un caso de estudio pertinente para analizar las transformaciones que experimentó la gastronomía urbana como consecuencia del creciente interés por la alimentación saludable durante el período 2015-2025.

2.2.2 Políticas públicas y alimentación saludable

Durante el período comprendido entre 2015 y 2025, las políticas públicas vinculadas con la alimentación saludable adquirieron una importancia creciente en Argentina como respuesta al aumento de las enfermedades no transmisibles asociadas a una alimentación inadecuada, como la obesidad, la diabetes y las enfermedades cardiovasculares. En este contexto, organismos nacionales e internacionales promovieron estrategias destinadas a mejorar los hábitos

alimentarios de la población y a generar entornos que favorecen elecciones más saludables.

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020) sostiene que la promoción de una alimentación saludable constituye una de las principales herramientas para prevenir enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida de la población. En la misma línea, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2019) destaca la necesidad de desarrollar sistemas alimentarios sostenibles que garanticen el acceso a alimentos nutritivos, seguros y de calidad para toda la población.

En Argentina, estas recomendaciones se tradujeron en el desarrollo de políticas orientadas a la educación alimentaria, la promoción del consumo de frutas y verduras, la reducción del consumo de productos ultraprocesados y el fortalecimiento del derecho de los consumidores a recibir información clara sobre los alimentos. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires también se implementaron programas y acciones destinados a fomentar hábitos alimentarios saludables en ámbitos educativos, comunitarios y sanitarios.

Asimismo, estas políticas tuvieron repercusiones en el sector gastronómico. La creciente preocupación por la alimentación saludable impulsó a numerosos establecimientos a incorporar opciones más equilibradas en sus menús, ofrecer información nutricional sobre sus productos y adaptar parte de su oferta a las nuevas demandas de los consumidores. De este modo, las políticas públicas no sólo promovieron cambios en los hábitos alimentarios de la población, sino que también favorecieron transformaciones en la oferta gastronómica urbana.

En el marco de la presente investigación, las políticas públicas constituyen un elemento fundamental para comprender el contexto en el que se desarrollaron las transformaciones de la gastronomía urbana de Buenos Aires entre 2015 y 2025. Su análisis permite interpretar de qué manera las acciones impulsadas por el Estado acompañaron los cambios en las preferencias de los consumidores y contribuyeron a la consolidación de una oferta gastronómica orientada hacia la alimentación saludable.

2.2.3 Ley N.º 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable

La Ley N.º 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable, sancionada en Argentina en octubre de 2021 y reglamentada en 2022, constituye una de las principales políticas públicas implementadas para promover una alimentación más saludable y garantizar el derecho de los consumidores a recibir información clara, veraz y accesible sobre los alimentos que consumen.

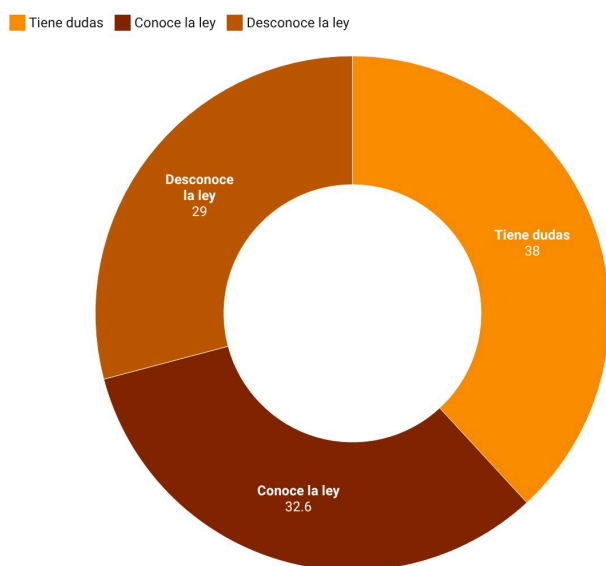
La normativa establece un sistema de etiquetado frontal de advertencias, mediante sellos negros octogonales que identifican a los productos con exceso de azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías. Asimismo, incorpora restricciones a la publicidad, promoción y patrocinio de productos dirigidos a niños, niñas y adolescentes, además de regular su comercialización en establecimientos educativos.

De acuerdo con el Ministerio de Salud de la Nación (2022), la finalidad de esta ley es contribuir a la prevención del sobrepeso, la obesidad y otras enfermedades no transmisibles, promoviendo decisiones de compra más informadas y favoreciendo entornos alimentarios más saludables.

La implementación de la Ley N.º 27.642 también generó cambios en la industria alimentaria y en el sector gastronómico. Muchas empresas reformularon sus productos para reducir el contenido de nutrientes críticos, mientras que diversos establecimientos comenzaron a otorgar mayor importancia a la calidad nutricional de sus preparaciones y a la información brindada a los consumidores.

En el contexto de la gastronomía urbana de Buenos Aires, esta normativa fortaleció el interés por la alimentación saludable y favoreció una mayor conciencia sobre la composición nutricional de los alimentos. Como consecuencia, contribuyó a impulsar una oferta gastronómica más alineada con las nuevas demandas de consumidores que buscan opciones saludables y una mayor transparencia en la información alimentaria.

Nivel de conocimiento de la Ley de Etiquetado Frontal en Argentina.



Nota: Elaboración propia a partir de Alberici, J., Czaczkowski, K. V., y Gonzalez, R. L. (2025). Conocimiento del etiquetado nutricional frontal en Argentina e impacto en la compra de alimentos. *Investigación Ciencia y Universidad*, 9(13), 88–96.

- Según se puede ver en la figura, el 32,6% de los encuestados dijo que conocía la Ley de Etiquetado Frontal, mientras que el 38% afirmó tener dudas sobre su contenido y alcance. Asimismo, el 29% indicó que no conocía la normativa. Estos datos muestran que, aunque la ley logró un nivel significativo de reconocimiento entre la población, todavía hay obstáculos relacionados con su entendimiento y difusión. Por lo tanto, varios expertos argumentan que es necesario complementar el etiquetado frontal con estrategias de educación sobre alimentación que ayuden a mejorar su efecto en las decisiones de compra y en los hábitos alimenticios.

2.2.4 Ferias y propuestas gastronómicas saludables

Durante el período 2015-2025, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires experimentó un crecimiento de ferias, mercados y propuestas gastronómicas orientadas a la alimentación saludable, el consumo responsable y la sustentabilidad. Estos espacios surgieron como respuesta al creciente interés de los consumidores

por acceder a alimentos frescos, de calidad y producidos mediante prácticas más respetuosas con el ambiente.

Entre las iniciativas más representativas se encuentran Buenos Aires Market y Sabe la Tierra, dos propuestas que promovieron la comercialización de productos orgánicos, agroecológicos, artesanales y de producción local. Además de facilitar el acceso a este tipo de alimentos, estos espacios impulsaron el desarrollo de pequeños productores y emprendimientos gastronómicos comprometidos con prácticas sostenibles y con una alimentación de mayor calidad nutricional.

Estas ferias también cumplieron un importante rol educativo, ya que promovieron hábitos de consumo más conscientes mediante actividades de difusión, talleres y acciones destinadas a informar a los consumidores sobre el origen de los alimentos, las formas de producción y la importancia de una alimentación equilibrada.

De acuerdo con Nardacchione y Blasi (2025), este tipo de iniciativas favorece la construcción de vínculos más directos entre productores y consumidores, fortalece los circuitos locales de comercialización y contribuye a consolidar una cultura alimentaria basada en la sustentabilidad y el consumo responsable.

En el contexto de la presente investigación, estas propuestas constituyen ejemplos concretos de las transformaciones que experimentó la gastronomía urbana de Buenos Aires durante el período estudiado, evidenciando cómo la creciente demanda de alimentos saludables impulsó la aparición de nuevos espacios de comercialización y consumo acordes con las preferencias de la población urbana.

2.2.5 Transformaciones en el consumo urbano

Entre los años 2015 y 2025, los hábitos de consumo alimentario en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires experimentaron cambios significativos como consecuencia de transformaciones sociales, culturales, tecnológicas y sanitarias. En este período, los consumidores comenzaron a mostrar un mayor interés por la calidad nutricional de los alimentos, el origen de los productos y las prácticas de

producción, priorizando opciones que contribuyen al bienestar y a una alimentación más saludable.

Diversos factores impulsaron este proceso de cambio, entre ellos el acceso a información nutricional, la influencia de las redes sociales, el crecimiento de la cultura wellness, las campañas de promoción de hábitos saludables y la implementación de políticas públicas orientadas a mejorar la alimentación de la población. En conjunto, estos elementos favorecieron una mayor conciencia sobre la importancia de adoptar hábitos alimentarios más equilibrados y sostenibles.

Asimismo, la pandemia de COVID-19 representó un punto de inflexión en las prácticas alimentarias, incrementando el interés por la preparación de comidas caseras, el consumo de alimentos frescos y naturales y la búsqueda de opciones que contribuyeran al fortalecimiento de la salud y el bienestar. Estas transformaciones modificaron las expectativas de los consumidores y generaron nuevas demandas hacia el sector gastronómico.

Como respuesta a este escenario, numerosos restaurantes, cafeterías y emprendimientos gastronómicos incorporaron opciones vegetarianas, veganas, plant-based, productos sin gluten y preparaciones elaboradas con ingredientes naturales o de producción local. Estas adaptaciones reflejan la capacidad del sector para responder a consumidores cada vez más informados y exigentes respecto de la calidad de los alimentos y su impacto sobre la salud y el ambiente.

En el contexto de la presente investigación, estas transformaciones permiten comprender cómo la alimentación saludable pasó de constituir una tendencia emergente a convertirse en un factor cada vez más relevante dentro de la gastronomía urbana de Buenos Aires. En este sentido, los cambios en los hábitos de consumo contribuyeron a redefinir la oferta gastronómica de la ciudad y consolidaron nuevas formas de producción, comercialización y consumo de alimentos durante el período 2015-2025.

Los aspectos desarrollados en este marco referencial permiten contextualizar las principales transformaciones que experimentó la gastronomía urbana en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre 2015 y 2025. El análisis del contexto gastronómico, las políticas públicas, la Ley N.º 27.642, las iniciativas vinculadas con

la alimentación saludable y los cambios en los hábitos de consumo brindan el escenario en el que se desarrolla la presente investigación. En conjunto, estos elementos permiten comprender el entorno social, cultural e institucional que favoreció la incorporación de propuestas gastronómicas más saludables y constituyen la base para el análisis de los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

3. Desarrollo y Resultados

3.1. Generalidades del contexto gastronómico porteño

Durante el período 2015 y 2025, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires experimentó importantes transformaciones en su escenario gastronómico como consecuencia de cambios sociales, culturales, tecnológicos y económicos que modificaron las preferencias y los hábitos de consumo de la población. En este contexto, la alimentación saludable dejó de ser considerada una práctica exclusiva de determinados grupos para consolidarse como una tendencia cada vez más presente en la oferta gastronómica de la ciudad.

El crecimiento de la demanda por alimentos frescos, naturales y de mejor calidad nutricional impulsó a numerosos establecimientos gastronómicos a diversificar sus propuestas mediante la incorporación de opciones vegetarianas, veganas, plant-based y elaboraciones con ingredientes de origen local. Paralelamente, el desarrollo de nuevos modelos de negocio vinculados al bienestar, la sustentabilidad y el consumo consciente permitió ampliar la oferta disponible para consumidores con diferentes necesidades y preferencias alimentarias.

Asimismo, la expansión de las redes sociales, el acceso a mayor información sobre nutrición y salud, el crecimiento de aplicaciones de delivery y la implementación de políticas públicas orientadas a promover una alimentación más saludable contribuyeron a modificar la forma en que las personas seleccionan, valoran y consumen alimentos tanto dentro como fuera del hogar.

En este marco, el presente capítulo analiza las principales transformaciones que atravesó la gastronomía urbana porteña durante la última década, identificando la evolución de la alimentación saludable, los cambios en la oferta gastronómica, las

nuevas demandas de los consumidores y los factores que impulsaron el desarrollo de este fenómeno en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Asimismo, se presentan los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo realizado y una propuesta de intervención orientada a fortalecer la promoción de hábitos alimentarios saludables y el desarrollo de una oferta gastronómica más sustentable.

3.1.1. Evolución de la alimentación saludable en la Ciudad de Buenos Aires

Los últimos 10 años, la alimentación saludable adquirió una creciente relevancia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, impulsada por una mayor conciencia de la población sobre la relación entre la alimentación, la prevención de enfermedades y el bienestar general. Este proceso estuvo acompañado por una mayor disponibilidad de información nutricional, la difusión de recomendaciones de organismos de salud y el desarrollo de políticas públicas destinadas a promover hábitos alimentarios más saludables.

Durante este período se observó un incremento en la demanda de alimentos frescos, preparaciones caseras, productos integrales y opciones con menor contenido de azúcares, sodio y grasas saturadas. Al mismo tiempo, aumentó el interés por dietas vegetarianas, veganas y plant-based, así como por alimentos elaborados con ingredientes naturales y de origen local. Estas tendencias influyen directamente en la evolución de la oferta gastronómica porteña, que comenzó a incorporar propuestas más variadas y adaptadas a las nuevas preferencias de los consumidores.

A pesar de estos avances, los informes del Programa Nutricional del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires indican que el sobrepeso y la obesidad continúan siendo los principales problemas nutricionales de la población. Esto evidencia que, aunque existe una mayor preocupación por la alimentación saludable y una oferta gastronómica más amplia, aún persisten desafíos importantes para consolidar hábitos alimentarios equilibrados y sostenibles en toda la población.

En consecuencia, la evolución de la alimentación saludable en Buenos Aires no solo refleja cambios en las preferencias de consumo, sino también una transformación cultural que involucra a consumidores, establecimientos gastronómicos, profesionales de la salud y organismos públicos. Esta evolución

constituye uno de los principales factores que explica el desarrollo de nuevas propuestas gastronómicas orientadas al bienestar y al consumo responsable durante la última década.

3.1.2. Transformación de la oferta gastronómica entre 2015 y 2025

La oferta gastronómica de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires atravesó una profunda transformación durante la última década como respuesta a los cambios en las preferencias de los consumidores, la innovación del sector y la incorporación de nuevas tendencias alimentarias. Los establecimientos gastronómicos comenzaron a adaptar sus propuestas para responder a una demanda creciente de opciones más saludables, variadas y alineadas con estilos de vida orientados al bienestar.

En este proceso, numerosos restaurantes, cafeterías y emprendimientos gastronómicos incorporaron a sus cartas preparaciones elaboradas con ingredientes frescos, productos integrales y alternativas vegetarianas, veganas y plant-based. Asimismo, se observó una mayor presencia de alimentos libres de gluten, bebidas naturales y opciones con menor contenido de azúcares, sodio y grasas, ampliando las posibilidades de elección para distintos perfiles de consumidores.

La transformación de la oferta no solo estuvo vinculada a los alimentos disponibles, sino también a nuevas formas de consumo. El crecimiento de las plataformas de delivery, el auge de los emprendimientos gastronómicos especializados y la utilización de redes sociales como herramienta de comunicación y promoción modificaron la relación entre los establecimientos y sus clientes. En este escenario, la innovación, la transparencia en la información sobre los productos y la experiencia del consumidor adquirieron un papel cada vez más relevante.

Por otra parte, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires impulsó distintas iniciativas orientadas al fortalecimiento del sector gastronómico y a la promoción de hábitos saludables, favoreciendo el desarrollo de propuestas que combinan calidad, innovación y bienestar. Estas acciones acompañaron la evolución de una gastronomía urbana cada vez más diversa y adaptada a las nuevas demandas de la sociedad.

3.1.3. Nuevas demandas de los consumidores y cambios en los hábitos alimentarios

En los últimos años, los consumidores porteños comenzaron a dar mayor importancia a la calidad nutricional de los alimentos, la procedencia de los ingredientes y el impacto de sus elecciones sobre la salud y el medio ambiente. Este cambio de perspectiva dio lugar a nuevos hábitos alimentarios, caracterizados por una mayor búsqueda de equilibrio, variedad y consumo consciente.

Las decisiones de compra y consumo dejaron de estar determinadas únicamente por el precio o el sabor de los productos. Aspectos como el valor nutricional, la presencia de ingredientes naturales, la información disponible en los envases, la sustentabilidad de los procesos productivos y la posibilidad de acceder a opciones adaptadas a diferentes necesidades alimentarias comenzaron a adquirir una importancia creciente para una parte significativa de los consumidores.

Al mismo tiempo, se registró un incremento en la demanda de preparaciones elaboradas con alimentos frescos, productos de estación y alternativas aptas para distintos estilos de alimentación, como las dietas vegetarianas, veganas o libres de gluten. Esta evolución también impulsó un mayor interés por conocer la composición de los alimentos y adoptar hábitos que favorecen el bienestar físico y la prevención de enfermedades.

Como consecuencia de estas transformaciones, los establecimientos gastronómicos debieron adaptarse a un consumidor más informado, exigente y participativo, capaz de valorar no solo la calidad de la propuesta culinaria, sino también la transparencia de la información, la responsabilidad ambiental y la experiencia integral ofrecida por cada establecimiento.

3.1.4. Influencia de las tendencias globales en la gastronomía urbana local

La gastronomía urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no permaneció ajena a las tendencias alimentarias que se consolidaron a nivel internacional durante la última década. La creciente preocupación por la salud, el bienestar y la sustentabilidad favoreció la incorporación de prácticas y propuestas

gastronómicas inspiradas en movimientos globales que promueven una alimentación más equilibrada y responsable.

Entre las principales tendencias se destacó el crecimiento de la alimentación plant-based, el consumo de productos orgánicos y de proximidad, el uso de ingredientes frescos y mínimamente procesados, así como la valorización de la producción local. Estas prácticas comenzaron a reflejarse en la oferta de restaurantes, cafeterías y emprendimientos gastronómicos, que adaptan sus menús para responder a las nuevas expectativas de los consumidores.

Asimismo, la rápida circulación de información a través de las redes sociales y los medios digitales facilitó la difusión de hábitos alimentarios, recetas y estilos de vida provenientes de diferentes países, acelerando la incorporación de estas tendencias en el ámbito gastronómico porteño. La posibilidad de acceder a contenidos especializados permitió que los consumidores conocieran nuevas alternativas de alimentación y demandaran propuestas cada vez más innovadoras y acordes con sus preferencias.

Como resultado, la gastronomía urbana de Buenos Aires logró integrar tendencias internacionales con productos, técnicas e ingredientes propios del contexto local, dando una oferta más diversa, saludable y orientada al bienestar. Esta evolución refleja la capacidad del sector gastronómico para adaptarse a un escenario en constante transformación y responder a las demandas de una sociedad cada vez más informada y consciente de sus elecciones alimentarias.

3.2. Diagnóstico del fenómeno

El crecimiento de la alimentación saludable en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires responde a un conjunto de factores sociales, culturales, económicos y tecnológicos que transformaron tanto la demanda de los consumidores como la oferta del sector gastronómico. Durante la última década, estas transformaciones dieron lugar a nuevos hábitos de consumo, al surgimiento de propuestas gastronómicas innovadoras y a una mayor participación de organismos públicos y privados en la promoción de estilos de vida saludables.

El diagnóstico permite identificar los principales elementos que impulsaron este proceso y comprender cómo interactúan entre sí aspectos como el interés por una alimentación equilibrada, la incorporación de alternativas vegetarianas, veganas y plant-based, la influencia de las redes sociales, las políticas públicas y el desarrollo de modelos de negocio orientados al bienestar y al consumo consciente.

En los apartados siguientes se analizan estos factores con el objetivo de ofrecer una visión integral de la evolución de la gastronomía urbana saludable en Buenos Aires y del contexto en el que se desarrolló la investigación.

3.2.1. Crecimiento del interés por la alimentación saludable

El interés por la alimentación saludable aumentó demasiado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como resultado de una mayor conciencia sobre la importancia de mantener hábitos alimentarios adecuados para prevenir enfermedades y mejorar la calidad de vida. Este cambio estuvo acompañado por una mayor difusión de información sobre nutrición, el acceso a contenidos especializados y la participación de instituciones públicas y privadas en campañas de promoción de la salud.

En este contexto, los consumidores comenzaron a priorizar alimentos con mejor perfil nutricional, preparaciones elaboradas con ingredientes frescos y opciones que respondieron a diferentes necesidades y preferencias alimentarias. La búsqueda de un estilo de vida más saludable también favoreció la incorporación de prácticas como la planificación de las comidas, la lectura de la información nutricional y una mayor valoración de la calidad de los alimentos por sobre otros criterios de elección.

El crecimiento de este interés impulsó cambios importantes en el sector gastronómico, que respondió ampliando su oferta de productos y desarrollando propuestas orientadas a satisfacer las nuevas expectativas del mercado. De este modo, la alimentación saludable dejó de representar un nicho específico para convertirse en un componente cada vez más relevante dentro de la gastronomía urbana porteña.

3.2.2. Incorporación de opciones vegetarianas, veganas y plant-based en establecimientos gastronómicos

Uno de los cambios más visibles dentro de la gastronomía porteña fue la incorporación de opciones vegetarianas, veganas y plant-based en la oferta de restaurantes, cafeterías y otros establecimientos gastronómicos. Lo que antes era una propuesta limitada a algunos locales especializados comenzó a formar parte de los menús de negocios tradicionales, ampliando las alternativas para los consumidores.

Este cambio respondió, en gran parte, al aumento de personas interesadas en reducir el consumo de productos de origen animal, ya sea por motivos relacionados con la salud, el cuidado del medio ambiente, el bienestar animal o simplemente por la búsqueda de una alimentación más variada. Como resultado, muchos establecimientos adaptaron sus cartas para ofrecer platos que respondieron a estas nuevas preferencias, sin dejar de lado la calidad, el sabor y la creatividad.

Además, el desarrollo de nuevos productos elaborados con proteínas vegetales y otros ingredientes alternativos facilitó la creación de preparaciones que antes eran difíciles de encontrar en el mercado. Esto permitió que la gastronomía saludable dejará de estar asociada únicamente a ensaladas o comidas básicas y pasará a ofrecer una mayor diversidad de platos, capaces de satisfacer distintos gustos y necesidades.

La incorporación de estas opciones no solo amplió la oferta gastronómica de la ciudad, sino que también reflejó la capacidad del sector para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo. De esta manera, las propuestas vegetarianas, veganas y plant-based se consolidaron como una parte importante de la gastronomía urbana de Buenos Aires durante el período analizado.

3.2.3. Influencia de las redes sociales y la cultura wellness

Las redes sociales tuvieron un papel muy importante en la forma en que las personas comenzaron a informarse sobre alimentación saludable y a tomar decisiones relacionadas con su consumo. Plataformas como Instagram, TikTok y YouTube facilitaron el acceso a recetas, recomendaciones nutricionales,

experiencias de otros usuarios y contenido generado por profesionales de la salud, influencers y creadores de contenido.

Al mismo tiempo, la cultura wellness ganó cada vez más presencia, promoviendo un estilo de vida basado en el bienestar físico y mental, la actividad física y una alimentación equilibrada. Esta tendencia influyó en los hábitos de muchas personas, que empezaron a buscar opciones gastronómicas acordes con esos valores y a prestar mayor atención a la calidad de los alimentos que consumían.

Como respuesta, muchos establecimientos gastronómicos comenzaron a utilizar las redes sociales no solo como una herramienta de promoción, sino también para comunicar la calidad de sus productos, mostrar el origen de sus ingredientes y generar una relación más cercana con sus clientes. La imagen de los platos, la transparencia en la información y la interacción con los consumidores pasaron a ser aspectos cada vez más valorados.

Sin embargo, también es importante señalar que la gran cantidad de información disponible en las redes sociales puede generar confusión cuando no proviene de fuentes confiables. Por este motivo, resulta fundamental que los consumidores desarrollen un criterio crítico al momento de buscar información sobre alimentación y nutrición, priorizando contenidos respaldados por profesionales y organismos especializados.

3.2.4. Impacto de las políticas públicas y del etiquetado frontal

Las políticas públicas también tuvieron un papel importante en la promoción de hábitos alimentarios más saludables. A través de distintas iniciativas, el Estado buscó brindar mayor información a los consumidores y fomentar decisiones de compra más conscientes, contribuyendo a mejorar la alimentación de la población.

Una de las medidas más relevantes fue la implementación de la Ley N.º 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable, conocida por incorporar el etiquetado frontal de advertencias en los alimentos y bebidas. Gracias a este sistema, los consumidores pueden identificar de manera rápida cuando un producto

presenta exceso de azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales o calorías, lo que facilita comparar opciones y realizar elecciones más informadas.

La aplicación de esta normativa también generó cambios dentro de la industria alimentaria y del sector gastronómico. Muchas empresas comenzaron a reformular algunos de sus productos para reducir la presencia de ingredientes críticos, mientras que distintos establecimientos incorporaron alternativas más saludables para responder a un consumidor cada vez más atento a la información nutricional.

Si bien el etiquetado frontal representa un avance importante en materia de salud pública, su efectividad depende, en gran medida, del nivel de conocimiento que tengan los consumidores sobre su significado y de la educación alimentaria que acompañe estas políticas. Por este motivo, resulta fundamental continuar promoviendo acciones de información y concientización que permitan aprovechar al máximo esta herramienta.

3.2.5. Nuevos modelos de negocio vinculados al bienestar y al consumo consciente

A medida que creció el interés por una alimentación más saludable, también surgieron nuevos modelos de negocio que buscaron responder a las necesidades de consumidores con hábitos y preferencias diferentes. En la Ciudad de Buenos Aires comenzaron a ganar protagonismo emprendimientos gastronómicos enfocados en el bienestar, la sustentabilidad y el consumo consciente, ofreciendo propuestas que combinan calidad, innovación y una alimentación equilibrada.

Entre estas iniciativas se destacan restaurantes y cafeterías con menús saludables, locales especializados en productos orgánicos, servicios de viandas nutritivas, emprendimientos de alimentación plant-based y comercios que priorizan el uso de ingredientes frescos, de estación y provenientes de productores locales. Además de ofrecer alimentos de calidad, muchos de estos negocios incorporaron prácticas responsables, como la reducción del desperdicio de alimentos, el uso de envases reciclables y la promoción de un consumo más sustentable.

El crecimiento de las plataformas digitales y los servicios de entrega a domicilio también favoreció la expansión de estos emprendimientos, permitiéndoles llegar a un público más amplio y adaptarse a las nuevas formas de consumo. Al mismo tiempo, las redes sociales se convirtieron en una herramienta clave para dar a conocer sus propuestas, generar una identidad de marca y fortalecer el vínculo con los clientes.

En conjunto, estos nuevos modelos de negocio reflejan cómo la gastronomía fue evolucionando para adaptarse a un consumidor cada vez más informado y comprometido con su bienestar. Más allá de ofrecer alimentos, muchos establecimientos comenzaron a brindar una experiencia alineada con valores como la salud, la calidad, la sustentabilidad y el consumo responsable.

3.3 Resultados del trabajo de campo

3.3 Introducción

Con el fin de recopilar datos sobre los hábitos de consumo, las preferencias alimentarias y la percepción que tienen los consumidores acerca de una alimentación saludable en la gastronomía urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se llevó a cabo una encuesta destinada a personas mayores de 18 años o más que residen en dicha área.

El relevamiento de datos se realizó a través de un formulario digital que se distribuyó por diversos medios, logrando un total de 65 respuestas válidas. La información reunida permitió obtener una visión sobre las características de los encuestados, sus comportamientos de consumo, la influencia de las redes sociales, su conocimiento sobre el etiquetado frontal de los productos alimenticios y su percepción de la oferta gastronómica saludable en la ciudad.

A continuación, se presentan los resultados más relevantes obtenidos, junto con un análisis e interpretación que se relaciona con los objetivos establecidos en esta investigación.

3.3.1 Perfil de los encuestados

En lo que respecta a la edad de los encuestados, se destacó un notable predominio de jóvenes. La mayoría de los participantes se encuentra en el rango de edad de 18 a 24 años, seguido por aquellos que tienen entre 25 y 34 años. En menor proporción participaron personas entre 35 a 44 años, 45 a 49 años y mayores de 50 años.

Este perfil se alinea con las características de la muestra analizada y facilita el estudio de las tendencias de consumo desde la perspectiva de un sector de la población que frecuentemente utiliza herramientas digitales, redes sociales y nuevas alternativas gastronómicas. Asimismo, se trata de un grupo de edad que generalmente exhibe mayor interés por una alimentación saludable, el bienestar y las tendencias relacionadas con el consumo consciente, aspectos desarrollados en el marco teórico de esta investigación.

3.3.2. Hábitos alimentarios y frecuencia de consumo saludable

A partir de las respuestas obtenidas en la encuesta fue posible conocer algunos de los principales hábitos alimentarios de los residentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, especialmente en relación con el consumo de comidas fuera de sus casas y la elección de opciones consideradas saludables.

En primer lugar, se consultó con qué frecuencia los participantes consumen comidas fuera de sus casas. Los resultados muestran que el 35,4 % lo hace algunas veces al mes, mientras que el 27,1 % respondió que come fuera varias veces por semana y el 25,0 % indicó hacerlo una vez por semana. En menor medida, el 8,3 % manifestó que casi nunca consume comidas fuera de la casa y solo el 4,2 % afirmó hacerlo todos los días.

Estos datos permiten observar que salir a comer o consumir alimentos preparados fuera de sus casas forma parte de la rutina de una gran parte de los encuestados, lo que refleja la importancia que tiene la oferta gastronómica dentro de los hábitos cotidianos de los consumidores porteños.

Por otra parte, al consultar con qué frecuencia eligen opciones que consideran saludables cuando comen fuera de su casa, se observó que el 41,7 % respondió que lo hace rara vez, el 25,0 % indicó que a veces, mientras que el 16,7 % manifestó que nunca prioriza este tipo de alternativas. En contraste, solamente el 14,6 % señaló que lo hace frecuentemente y apenas el 2,1 % respondió siempre.

Estos resultados evidencian que, aunque existe un creciente interés por la alimentación saludable, dicho interés no siempre se traduce en decisiones de consumo al momento de elegir dónde o qué comer fuera del hogar. Entre los posibles motivos pueden encontrarse cuestiones vinculadas con el precio, la disponibilidad de opciones, los gustos personales o la practicidad al momento de realizar la elección.

Asimismo, al comparar los hábitos actuales con los de hace cinco años, el 60,4 % de los participantes consideró que su alimentación es más saludable que anteriormente. En tanto, el 29,2 % indicó que sus hábitos se mantienen iguales, el 6,2 % expresó que su alimentación no es más saludable y el 4,2 % manifestó no estar seguro.

En conjunto, estos resultados muestran que los consumidores perciben una evolución positiva en sus hábitos alimentarios a lo largo de los últimos años. Sin embargo, esa percepción convive con una frecuencia relativamente baja en la elección de opciones saludables cuando se come fuera del hogar, lo que pone de manifiesto que todavía existen desafíos para lograr que la alimentación saludable forme parte de las decisiones cotidianas de consumo gastronómico.

3.3.3. Influencia de las redes sociales en las decisiones de consumo

Los resultados obtenidos en la encuesta permiten observar que las redes sociales ocupan un lugar importante en las decisiones relacionadas con el consumo gastronómico. Al consultar a los participantes sobre el grado de influencia que estas plataformas tienen al momento de elegir qué o dónde comer, el 47,9 % manifestó que influyen bastante, mientras que el 39,6 % indicó que la influencia es poca. Por su parte, el 12,5 % consideró que las redes sociales influyen mucho en sus decisiones de consumo.

Estos datos muestran que, aunque la intensidad de la influencia varía entre los consumidores, las redes sociales forman parte del proceso de búsqueda de información y descubrimiento de nuevas propuestas gastronómicas. En los últimos años, las plataformas digitales como Instagram y TikTok se transformaron en espacios donde los usuarios conocen restaurantes, cafeterías, productos saludables, recetas y tendencias alimentarias, generando un impacto cada vez mayor en sus hábitos de consumo.

Respecto de la red social utilizada con mayor frecuencia para buscar recomendaciones gastronómicas, Tik Tok fue la plataforma más elegida, representando el 52,1 % de las respuestas. En segundo lugar se ubicó Instagram, con el 41,7 %. En cambio, sólo el 2,1 % de los encuestados señaló utilizar YouTube, mientras que el 4,2 % manifestó no recurrir a las redes sociales para obtener este tipo de información.

Estos resultados evidencian un cambio en la manera en que los consumidores acceden a la información vinculada con la gastronomía. La preferencia por plataformas con contenido audiovisual breve y dinámico demuestra que los usuarios valoran la posibilidad de conocer experiencias de otros consumidores, visualizar los productos ofrecidos por los establecimientos y acceder rápidamente a recomendaciones antes de tomar una decisión.

En relación con los objetivos de esta investigación, puede afirmarse que las redes sociales constituyen uno de los factores que favorecieron la difusión de la alimentación saludable y de las nuevas tendencias gastronómicas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Si bien no determinan por completo las decisiones de consumo, sí funcionan como un medio de comunicación con una fuerte capacidad para influir en las preferencias de los consumidores y aumentar la visibilidad de establecimientos que ofrecen propuestas alineadas con los hábitos de alimentación saludable.

3.3.4. Conocimiento del etiquetado frontal y otras políticas alimentarias

La encuesta también permitió conocer el nivel de información que tienen los participantes acerca del sistema de etiquetado frontal de alimentos implementado en Argentina y su influencia en las decisiones de compra.

Al preguntar si conocían el sistema de etiquetado frontal de alimentos, representado por los octógonos negros presentes en los envases, el 81,3 % de los encuestados respondió que sí lo conoce, el 10,4 % manifestó conocerlo parcialmente y el 8,3 % indicó que no lo conoce. Estos resultados reflejan un alto nivel de reconocimiento de esta política pública entre los participantes de la encuesta.

Sin embargo, al analizar si el etiquetado frontal influye efectivamente en las decisiones de compra, los resultados muestran una realidad diferente. El 52,1 % afirmó que no influye en sus elecciones, mientras que el 33,3 % señaló que influye a veces. Solo el 14,6 % manifestó que el etiquetado frontal sí influye de manera directa al momento de comprar alimentos.

Estos datos permiten observar que el conocimiento del etiquetado frontal no necesariamente se traduce en un cambio de comportamiento por parte de los consumidores. Si bien la mayoría reconoce el significado de los octógonos y está familiarizada con esta herramienta, una parte importante continúa priorizando otros factores al momento de elegir un producto, como el precio, el sabor, la costumbre o las preferencias personales.

En relación con los objetivos de esta investigación, los resultados evidencian que las políticas públicas orientadas a promover una alimentación más saludable lograron una amplia difusión entre la población. No obstante, todavía existen desafíos para que estas medidas generen un impacto más significativo sobre los hábitos de consumo y contribuyan a modificar las decisiones de compra de manera sostenida.

En conclusión, el etiquetado frontal constituye una herramienta valiosa para brindar información clara y visible al consumidor. Sin embargo, los datos obtenidos sugieren que su efectividad depende también de otros factores, como la educación alimentaria, la concientización y el acceso a opciones saludables, aspectos que resultan fundamentales para fomentar cambios en los hábitos de consumo.

3.3.5. Percepción de la oferta gastronómica saludable en Buenos Aires

Con el objetivo de conocer la opinión de los consumidores sobre la evolución de la gastronomía saludable en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se consultó a los participantes acerca de la oferta disponible y los cambios observados durante los últimos años.

En primer lugar, los resultados muestran que la mayoría de los encuestados considera que la oferta gastronómica saludable creció en la ciudad. Esta percepción refleja que, en los últimos años, los establecimientos gastronómicos incorporaron una mayor variedad de opciones saludables, respondiendo a las nuevas demandas y preferencias de los consumidores.

Asimismo, al preguntar si consideran que actualmente existen más opciones saludables que hace cinco años, la mayoría respondió afirmativamente. Esta apreciación coincide con las transformaciones analizadas a lo largo de la investigación, donde se identificó un incremento en la presencia de propuestas vegetarianas, veganas, plant based, productos integrales, alimentos con menor contenido de azúcar y opciones adaptadas a distintos estilos de alimentación.

Por otra parte, los encuestados señalaron que la disponibilidad de alternativas saludables facilita la posibilidad de mantener una alimentación más equilibrada cuando comen fuera de su hogar. Sin embargo, también surgieron algunas limitaciones, como el mayor costo de ciertos productos saludables y la diferencia en la oferta según la zona de la ciudad, aspectos que pueden condicionar las decisiones de consumo.

En términos generales, los resultados permiten afirmar que los consumidores perciben una evolución positiva de la gastronomía urbana en Buenos Aires. La incorporación de nuevas propuestas alimentarias, junto con una mayor información sobre alimentación saludable y el crecimiento de la demanda por parte de los consumidores, impulsó cambios significativos en la oferta gastronómica durante el período analizado.

Finalmente, estos resultados respaldan el objetivo general de la investigación, ya que evidencian que entre 2015 y 2025 la gastronomía urbana de

Buenos Aires experimentó transformaciones vinculadas con la incorporación de opciones más saludables, el surgimiento de nuevas tendencias alimentarias y una mayor preocupación de los consumidores por la calidad de su alimentación.

3.4. Propuesta de intervención

A partir del análisis realizado y de los resultados obtenidos en el trabajo de campo, se identificó la necesidad de proponer acciones que contribuyan a fortalecer la alimentación saludable dentro de la gastronomía urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Las propuestas que se presentan a continuación surgen de las principales tendencias y problemáticas detectadas durante la investigación y tienen como objetivo promover hábitos de consumo más saludables, fortalecer la oferta gastronómica y favorecer el trabajo conjunto entre los distintos actores involucrados.

3.4.1. Estrategias para promover la alimentación saludable en establecimientos gastronómicos

Los resultados obtenidos en la investigación evidencian que existe un creciente interés por parte de los consumidores en acceder a opciones de alimentación saludable cuando comen fuera de sus casas. Sin embargo, también se observó que muchos participantes indicaron que solo ocasionalmente eligen este tipo de alternativas, lo que demuestra que aún existen desafíos para favorecer una mayor incorporación de estos hábitos.

En este contexto, se propone que los establecimientos gastronómicos continúen ampliando su oferta de comidas saludables, incorporando preparaciones elaboradas con ingredientes frescos, opciones vegetarianas y veganas, productos integrales y alternativas con menor contenido de azúcares, sodio y grasas saturadas. Asimismo, resulta importante que estas opciones sean variadas, atractivas y accesibles para diferentes tipos de consumidores.

Además, se considera conveniente que los establecimientos brinden información clara sobre los ingredientes utilizados y las características nutricionales de sus productos, permitiendo que los consumidores puedan realizar elecciones más conscientes e informadas. Estas acciones contribuirían a fortalecer la relación entre la gastronomía y la promoción de hábitos alimentarios saludables.

3.4.2. Acciones de comunicación y educación alimentaria dirigidas a consumidores

La educación alimentaria constituye una herramienta fundamental para fomentar cambios sostenibles en los hábitos de consumo. A pesar de que la mayoría de los participantes manifestó conocer el sistema de etiquetado frontal de alimentos, los resultados demostraron que este conocimiento no siempre influye en las decisiones de compra.

Por este motivo, se propone desarrollar campañas de comunicación que promuevan una mayor comprensión de la información nutricional y de los beneficios asociados a una alimentación equilibrada. Estas campañas podrían implementarse a través de redes sociales, medios digitales, instituciones educativas y espacios comunitarios, utilizando un lenguaje claro y accesible para distintos grupos de la población.

Asimismo, resulta recomendable incentivar la participación de profesionales de la nutrición y de la gastronomía en actividades de capacitación, con el objetivo de brindar información confiable y contribuir a la construcción de hábitos alimentarios más saludables.

3.4.3. Fortalecimiento de la oferta gastronómica saludable y sustentable

Durante los últimos años, la gastronomía urbana de Buenos Aires experimentó una importante incorporación de propuestas orientadas a la alimentación saludable y a la sustentabilidad. Sin embargo, los resultados obtenidos permiten considerar que todavía existen oportunidades para ampliar el acceso a este tipo de alternativas.

En este sentido, se propone incentivar la utilización de materias primas frescas y de producción local, promoviendo prácticas gastronómicas que contribuyan tanto a la salud de los consumidores como al cuidado del ambiente. Del mismo modo, resulta conveniente fomentar la reducción del desperdicio de alimentos, la utilización de envases reciclables o reutilizables y la implementación de procesos de producción más sostenibles.

El fortalecimiento de estas iniciativas permitiría responder a las nuevas demandas de los consumidores y consolidar una oferta gastronómica que combine calidad nutricional, innovación y compromiso con la sustentabilidad.

3.4.4. Articulación entre sector gastronómico, organismos públicos y consumidores

La promoción de una alimentación saludable necesita la colaboración de todos los involucrados. En este contexto, es muy importante mejorar la conexión entre la industria de la alimentación, las escuelas y los mismos consumidores.

Las organizaciones del Estado pueden seguir promoviendo políticas que fomenten hábitos saludables y difundan información sobre nutrición, mientras que la industria de la alimentación puede ayudar agregando opciones más sanas y siendo claro respecto a las características de sus productos.

Por otro lado, los consumidores juegan un rol clave al tomar decisiones de compra y al exigir opciones gastronómicas que cumplan con estándares de calidad nutricional y sostenibilidad. La colaboración entre estos grupos ayudaría a crear un entorno alimentario que haga más fácil elegir opciones saludables y que beneficie el bienestar de la sociedad.

4. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusión

La presente investigación permitió analizar las transformaciones que experimentó la gastronomía urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre los años 2015 y 2025 en relación con la incorporación de hábitos de alimentación saludable. A partir del análisis bibliográfico, la normativa vigente y los resultados obtenidos mediante el trabajo de campo, se comprobó que durante el período estudiado se produjo un crecimiento sostenido del interés de los consumidores por opciones alimenticias más saludables y por una mayor calidad nutricional en la oferta gastronómica.

Los resultados de la encuesta mostraron que una parte importante de los consumidores presta atención a los ingredientes de los alimentos, al etiquetado

nutricional y a la presencia de opciones saludables al momento de elegir un establecimiento gastronómico. Además, se observó que las redes sociales tienen una influencia considerable sobre las decisiones de consumo, ya que muchas personas descubren nuevos locales o tendencias a través de estas plataformas.

Asimismo, se evidenció que la gastronomía urbana de Buenos Aires logró adaptarse a estas nuevas demandas mediante la incorporación de menús vegetarianos, veganos, productos integrales, alimentos con menor contenido de azúcares y sodio, así como propuestas orientadas a consumidores con diferentes necesidades alimentarias. Este proceso demuestra que el sector gastronómico responde cada vez más a consumidores mejor informados y con mayor interés por el bienestar y la alimentación consciente.

Por otra parte, la investigación permitió identificar que aún existen desafíos importantes. Si bien la oferta saludable aumentó en los últimos años, todavía persisten diferencias en cuanto a la accesibilidad económica, la disponibilidad de este tipo de propuestas en distintos barrios y el nivel de conocimiento de algunas políticas públicas relacionadas con la alimentación, como el etiquetado frontal de alimentos.

En función de los objetivos planteados al inicio del trabajo, puede afirmarse que estos fueron alcanzados de manera satisfactoria. Se identificaron las principales tendencias de alimentación saludable presentes en la gastronomía urbana, se analizaron los cambios producidos en los hábitos de consumo y en la oferta gastronómica, y se evaluó la influencia de factores como las redes sociales y las políticas alimentarias durante el período comprendido entre 2015 y 2025.

En conclusión, la alimentación saludable dejó de ser una tendencia limitada a un grupo reducido de consumidores para convertirse en un aspecto cada vez más presente dentro de la gastronomía urbana de Buenos Aires. Este cambio refleja una transformación tanto en las preferencias de los consumidores como en las estrategias implementadas por el sector gastronómico para responder a nuevas demandas sociales y nutricionales.

Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos durante la investigación, se considera importante continuar promoviendo acciones que favorezcan la incorporación de hábitos de alimentación saludable dentro de la gastronomía urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Si bien en los últimos años se observaron avances significativos, todavía existen oportunidades para seguir fortaleciendo tanto la oferta gastronómica como el acceso de la población a opciones más saludables.

En primer lugar, se recomienda que los establecimientos gastronómicos continúen ampliando la variedad de propuestas saludables disponibles en sus menús. No se trata únicamente de incorporar opciones vegetarianas o veganas, sino también de ofrecer preparaciones equilibradas, elaboradas con ingredientes frescos y de calidad, que respondan a las distintas necesidades y preferencias de los consumidores.

Asimismo, resulta conveniente que los locales brinden información clara sobre la composición nutricional de sus productos, los ingredientes utilizados y la presencia de alérgenos. Una comunicación transparente permite que los consumidores puedan tomar decisiones más informadas y fortalece la confianza en los establecimientos gastronómicos.

Por otra parte, sería beneficioso continuar impulsando campañas de educación alimentaria y promoción de hábitos saludables desde los organismos públicos, las instituciones educativas y las organizaciones vinculadas a la salud y la alimentación. Estas iniciativas pueden contribuir a mejorar el conocimiento de la población sobre nutrición, lectura del etiquetado frontal y consumo responsable.

También se recomienda fomentar la articulación entre el sector público, el sector privado y las instituciones académicas para desarrollar proyectos que incentiven la innovación gastronómica, la incorporación de prácticas sustentables y la creación de propuestas accesibles para distintos sectores de la población.

En relación con las redes sociales, se considera importante promover contenidos responsables que difundan información basada en evidencia científica y eviten la circulación de mensajes erróneos sobre alimentación saludable. Dado que

estas plataformas ejercen una influencia significativa sobre las decisiones de consumo, pueden convertirse en una herramienta valiosa para la educación alimentaria cuando se utilizan de manera adecuada.

Por último, se sugiere que futuras investigaciones profundicen el análisis incorporando muestras más amplias y diversas, así como comparaciones con otras ciudades del país. También sería interesante estudiar cómo evolucionan las tendencias alimentarias en los próximos años y cuál será el impacto de las nuevas tecnologías, las aplicaciones de entrega de comida y las políticas públicas sobre la gastronomía urbana y los hábitos de consumo.

En síntesis, promover una alimentación saludable requiere el compromiso conjunto de consumidores, establecimientos gastronómicos, organismos públicos e instituciones educativas. El trabajo coordinado entre estos actores permitirá continuar fortaleciendo una oferta gastronómica que contribuya al bienestar de la población y responda a las nuevas demandas de una sociedad cada vez más interesada en cuidar su alimentación.

5. Referencias bibliográficas

Publicaciones académicas

- Alberici, J., Czackowski, K. V., & González, R. L. (2025). *Conocimiento del etiquetado nutricional frontal en Argentina e impacto en la compra de alimentos. Investigación, Ciencia y Universidad*, 9(13), 88-96.
- Contreras Hernández, J., & Gracia Arnaiz, M. (2005). *Alimentación y cultura: Perspectivas antropológicas*. Editorial Ariel.
- Demonte, F. C. (2021). *Prácticas alimentarias y discursos sobre alimentación saludable en familias urbanas*. CONICET.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- Freidin, B. (2016). *Alimentación, salud y vida cotidiana: Percepciones y prácticas alimentarias en sectores medios urbanos*. Universidad de Buenos Aires.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.

- Maceira, D., Ryan, M., Gutman, G., & Fuster, V. (2023). *Hacia sistemas alimentarios saludables y sostenibles en Argentina*.
- Mintel. (2024). *Global Food and Drink Trends 2024*.
- Nardacchione, G., & Blasi, A. (2025). *Consumo responsable, ferias alimentarias y transformaciones gastronómicas urbanas*.
- Zapata, M. E., Rovirosa, A., & Carmuega, E. (2021). *Cumplimiento de las Guías Alimentarias para la Población Argentina y desigualdades en el consumo alimentario*.

Legislación y documentos oficiales

- Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (2010). *Ley N.º 3704 de Alimentación Saludable*.
- Ministerio de Salud de la Nación. (2020). *Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA)*.
- Ministerio de Salud de la Nación. (2022). *Implementación de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2012). *Sustainable Diets and Biodiversity*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2019). *The State of Food and Agriculture*.
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020). *Healthy Diet*.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2015). *Sustainable Consumption and Production*.
- República Argentina. (2021). *Ley N.º 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable*.
- United Nations. (1987). *Our Common Future (Informe Brundtland)*.
- United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*.

Publicaciones digitales y páginas web

- Buenos Aires Market. *Sitio oficial*.
- Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. *Turismo Buenos Aires*.
- Euromonitor International. (2024). *Food and Nutrition Reports*.

- Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *Buenos Aires Ciudad*.
- Ministerio de Salud de la Nación. *Promoción de la Alimentación Saludable*.
- Organización Mundial de la Salud (OMS). *Healthy Diet*.
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). *Alimentación saludable*.
- Sabe la Tierra. *Sitio oficial*.

6. Anexos

6.1. Encuesta aplicada

Como parte del trabajo de campo, se diseñó y aplicó una encuesta en formato digital mediante la plataforma Google Forms. Esto estuvo dirigido a personas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ya que la investigación se centró en analizar las transformaciones de la alimentación saludable y la gastronomía urbana durante el período 2015-2025.

La encuesta tuvo como objetivo obtener información sobre los hábitos alimentarios de los participantes, la frecuencia de consumo de alimentos saludables, la influencia de las redes sociales en las decisiones de consumo, el conocimiento de las políticas públicas relacionadas con la alimentación saludable, especialmente el etiquetado frontal de alimentos, y la percepción de la oferta gastronómica saludable existente en la ciudad.

Eje 1: Datos generales del participante

- Edad:
- ¿Vivís en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)?

Eje 2: Hábitos alimentarios

- ¿Con qué frecuencia consumes comidas fuera de tu hogar?
- Cuando comes fuera de casa. ¿con qué frecuencia elegís opciones que consideramos saludables?

- En comparación con hace cinco años, ¿consideras que tu alimentación es más saludable?
- ¿Qué tipo de opciones saludables consumís con mayor frecuencia? (Podes seleccionar más de una opción)

Eje 3: Gastronomía urbana y tendencias

- ¿Consideras que en los últimos años aumentó la oferta de opciones saludables en bares, cafeterías y restaurantes de la Ciudad de Buenos Aires?
- ¿Cuáles son los factores que más influyen al momento de elegir un lugar para comer?

Eje 4: Redes sociales y consumo

- ¿Qué red social utilizas con mayor frecuencia para buscar recomendaciones gastronómicas?
- ¿Las redes sociales influyen en tus decisiones sobre qué o dónde comer?

Eje 5: Políticas alimentarias y etiquetado

- ¿Conoces el sistema de etiquetado frontal de alimentos (octógonos negros)?
- ¿El etiquetado frontal influye en tus decisiones de compra?

Eje 6: Experiencias de consumo

- ¿Consumís habitualmente en locales gastronómicos que ofrecen propuestas saludables (cafeterías saludables, restaurantes vegetarianos, veganos, comida natural, etc.)?
- ¿Consumís habitualmente en locales gastronómicos que ofrecen propuestas saludables (cafeterías saludables, restaurantes vegetarianos, veganos, comida natural, etc.)?

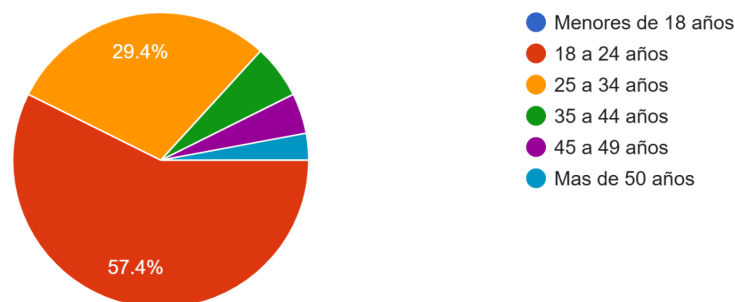
- En tu opinión, ¿Cuál es el principal desafío para mantener una alimentación saludable en la Ciudad de Buenos Aires?

6.2. Gráficos y tablas complementarias.

El formulario utilizado para esta investigación fue elaborado en Google Forms y se organizó en cinco bloques temáticos, con un total de 17 preguntas obligatorias. Se emplearon distintos tipos de respuesta, como opción múltiple, casillas de verificación y escalas de valoración, de acuerdo con los objetivos de la investigación.

Los bloques abordaron, respectivamente, el perfil de los encuestados, sus hábitos alimentarios, la influencia de las redes sociales en las decisiones de consumo, el conocimiento sobre el etiquetado frontal de alimentos y la percepción de la oferta de alimentación saludable en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

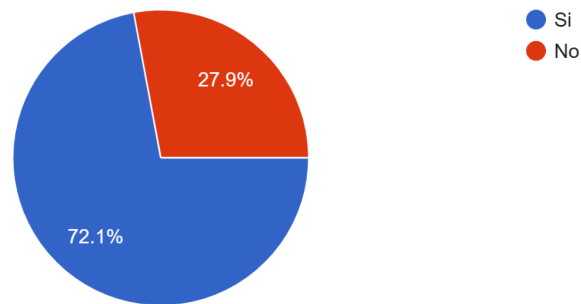
Figura 1: Edad



En relación con la edad de los encuestados, se observa un claro predominio del grupo de 18 a 24 años, que representa el 57,4 % de la muestra. En segundo lugar se encuentra el rango de 25 a 34 años, con un 29,4 %, mientras que los grupos de mayor edad registran una participación considerablemente menor. Estos resultados indican que la investigación refleja principalmente la percepción de adultos jóvenes, un segmento que suele estar más expuesto a las tendencias

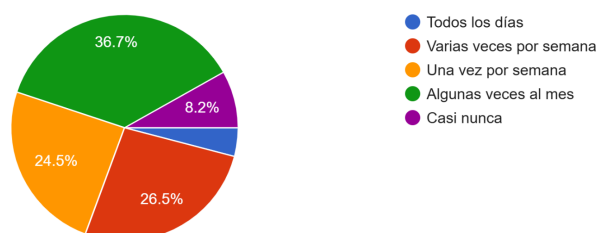
alimentarias contemporáneas, al uso de redes sociales y a nuevas propuestas gastronómicas vinculadas con la alimentación saludable.

Figura 2: ¿Vivís en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)?



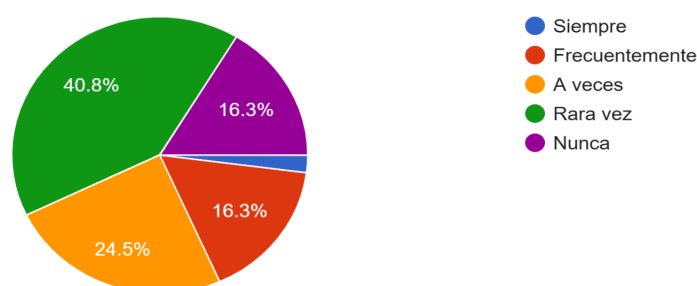
Los resultados obtenidos muestran que el 72,1 % de los participantes reside en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mientras que el 27,9 % indicó no vivir. Si bien el estudio estuvo dirigido principalmente a residentes de CABA, la participación de personas de otras localidades permitió contar con una referencia comparativa sobre la percepción de la alimentación saludable y la gastronomía urbana. No obstante, el predominio de respuestas provenientes de habitantes de la ciudad asegura que los resultados obtenidos sean representativos del ámbito geográfico definido para la investigación.

Figura 3: Cuando comes fuera de tu casa, ¿con qué frecuencia elegís opciones que consideras saludables?



Los resultados indican que la mayoría de los encuestados consume comidas fuera de su hogar con una frecuencia moderada. El 36,7 % manifestó hacerlo algunas veces al mes, mientras que el 26,5 % respondió que lo hace varias veces por semana y el 24,5 % una vez por semana. En menor proporción, un 8,2 % señaló que casi nunca consume comidas fuera del hogar y un porcentaje reducido indicó hacerlo todos los días. Estos datos reflejan que salir a comer o adquirir alimentos preparados forma parte de los hábitos de consumo de una parte importante de los participantes, lo que evidencia la relevancia de la oferta gastronómica en sus decisiones alimentarias y permite comprender mejor el contexto en el que se desarrollan las tendencias vinculadas a la alimentación saludable.

Figura 4: Cuando comes fuera de tu casa, ¿con qué frecuencia elegís opciones que consideras saludables?

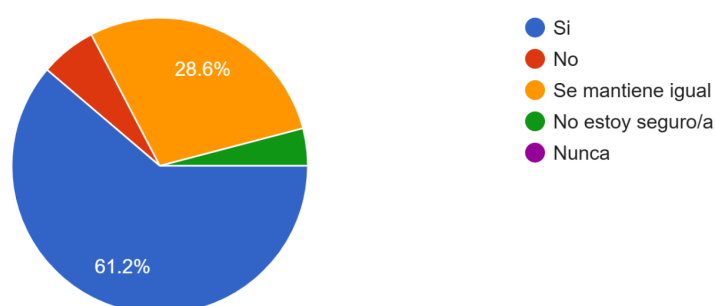


Los resultados reflejan que, aunque existe un interés creciente por la alimentación saludable, este no siempre se traduce en hábitos constantes cuando las personas comen fuera de sus hogares. El 40,8% de los encuestados manifestó que rara vez elige opciones saludables, mientras que el 24,5% respondió que lo hace a veces. En contraste, solo el 16,3% indicó que selecciona este tipo de alternativas frecuentemente, otro 16,3% afirmó que nunca lo hace y un porcentaje mínimo señaló que siempre opta por comidas saludables.

Estos datos evidencian que, a pesar del aumento en la preocupación por la alimentación y el bienestar, persisten diversos factores que condicionan las decisiones de consumo fuera del hogar, como la disponibilidad de opciones

saludables, los precios, las preferencias personales y la practicidad. En este sentido, los resultados coinciden con lo planteado en el marco teórico, donde se destaca que la incorporación de hábitos alimentarios saludables depende tanto de la motivación individual como del entorno gastronómico y de la oferta disponible. En consecuencia, puede afirmarse que aún existen desafíos para consolidar un consumo saludable de manera cotidiana en los establecimientos gastronómicos.

Figura 5: En comparación con hace cinco años, ¿consideras que tu alimentación es más saludable?

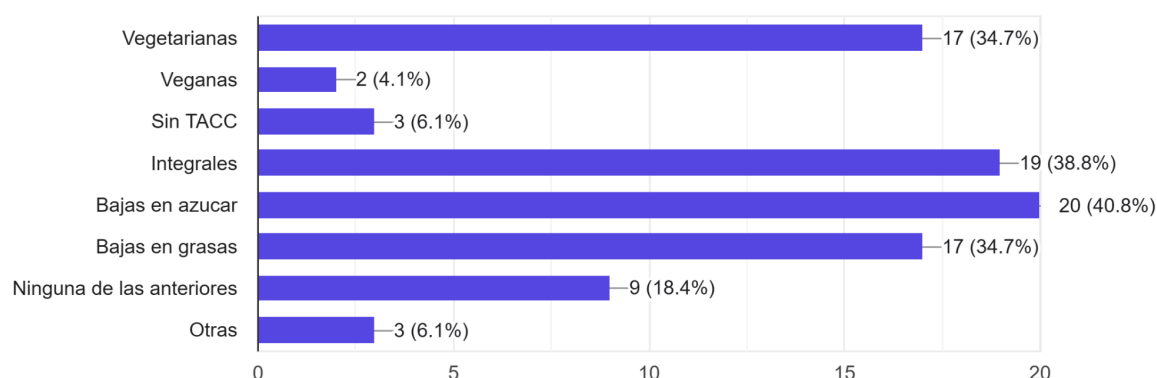


Los resultados muestran una tendencia positiva respecto a la evolución de los hábitos alimentarios de los participantes. El 61,2% considera que actualmente su alimentación es más saludable que hace cinco años, mientras que el 28,6% sostiene que se mantiene igual. Por otra parte, solo una pequeña proporción manifestó que su alimentación no ha mejorado o que no está segura de haber experimentado cambios.

Esta percepción evidencia un mayor interés por incorporar hábitos de alimentación más saludables, en línea con las transformaciones observadas durante la última década. El crecimiento de la información disponible sobre nutrición, la difusión de recomendaciones alimentarias, el impacto de las redes sociales y la ampliación de la oferta gastronómica saludable han favorecido una mayor conciencia sobre la importancia de una alimentación equilibrada. Estos resultados coinciden con los planteamientos desarrollados en el marco teórico, donde se sostiene que los consumidores actuales presentan una actitud más informada y participativa respecto de sus elecciones alimentarias. En consecuencia, puede

afirmarse que la tendencia hacia una alimentación más saludable constituye uno de los cambios más relevantes en los hábitos de consumo de los últimos años.

Tabla 6: ¿Qué tipo de opciones saludables consumís con mayor frecuencia? (Podes seleccionar más de una opción)

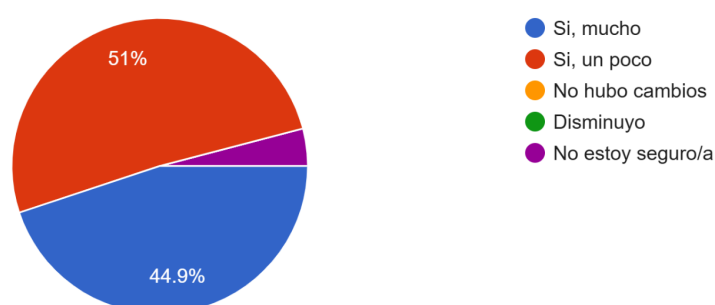


Los resultados muestran que las opciones saludables más elegidas por los participantes son aquellas vinculadas con una alimentación equilibrada tradicional. Las alternativas bajas en azúcar fueron seleccionadas por el 40,8% de los encuestados, seguidas por los alimentos integrales (38,8%). En tercer lugar se ubicaron las opciones vegetarianas y bajas en grasas, ambas con un 34,7% de las respuestas. En cambio, las opciones sin TACC (6,1%) y veganas (4,1%) registraron una menor frecuencia de consumo, mientras que un 18,4% indicó no consumir ninguna de las alternativas mencionadas.

Estos resultados reflejan que los consumidores asocian principalmente la alimentación saludable con la reducción de azúcares y grasas, así como con el consumo de productos integrales, más que con la adopción de patrones alimentarios específicos como el veganismo o las dietas libres de gluten. Esta tendencia coincide con lo desarrollado en el marco teórico, donde se plantea que el concepto de alimentación saludable evolucionó hacia elecciones más conscientes y equilibradas, sin que ello implique necesariamente la eliminación de productos de

origen animal. En consecuencia, puede afirmarse que las preferencias actuales se orientan hacia hábitos alimentarios más saludables, priorizando el equilibrio nutricional y la moderación antes que la adhesión a tendencias alimentarias específicas.

Figura 7: ¿Consideras que en los últimos años aumentó la oferta de opciones saludables en bares, cafeterías y restaurantes de la Ciudad de Buenos Aires?

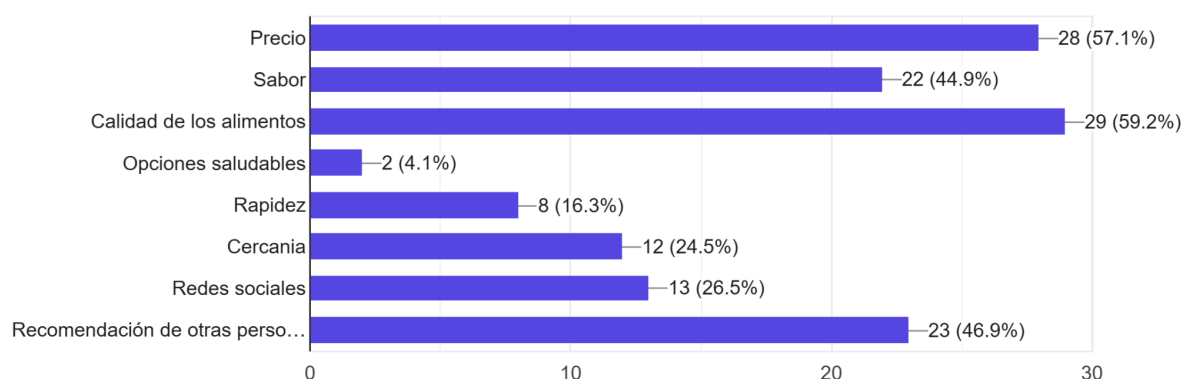


Los resultados evidencian una percepción ampliamente positiva respecto de la evolución de la oferta gastronómica saludable en la Ciudad de Buenos Aires. El 51% de los encuestados considera que la oferta aumentó un poco, mientras que el 44,9% sostiene que el incremento fue muy significativo. Solo una proporción mínima manifestó no estar segura, y ningún participante consideró que no hubo cambios o que la oferta hubiera disminuido.

Esta percepción demuestra que los consumidores reconocen una transformación en la propuesta gastronómica de bares, cafeterías y restaurantes durante los últimos años. La incorporación de platos con mejor perfil nutricional, opciones vegetarianas y veganas, productos integrales y alternativas adaptadas a distintas necesidades alimentarias refleja la respuesta del sector gastronómico frente a una demanda cada vez más orientada hacia el bienestar y el consumo consciente. Estos resultados coinciden con los objetivos de la investigación y con el marco teórico, donde se señala que la gastronomía urbana de Buenos Aires experimentó importantes cambios entre 2015 y 2025 como consecuencia de nuevas tendencias alimentarias y de un consumidor más informado. En este sentido, los

datos obtenidos respaldan la idea de que la alimentación saludable se consolidó como una tendencia cada vez más visible dentro de la oferta gastronómica de la ciudad.

Tabla 8: ¿Cuáles son los factores que más influyen al momento de elegir un lugar para comer? (Podes seleccionar más de una opción)



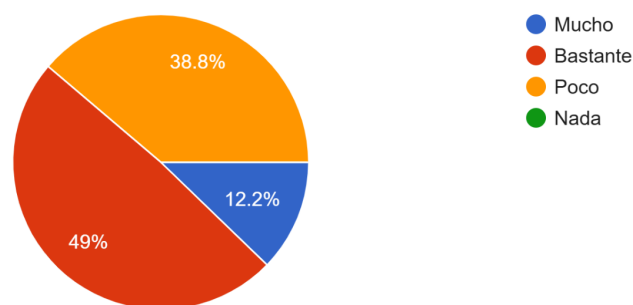
Los resultados evidencian que los principales criterios considerados por los encuestados al elegir un lugar para comer son la calidad de los alimentos (59,2%) y el precio (57,1%). En segundo lugar se ubican la recomendación de otras personas (46,9%) y el sabor de los alimentos (44,9%). En contraste, factores como la cercanía (24,5%), las redes sociales (26,5%) y la rapidez del servicio (16,3%) presentan una influencia menor, mientras que las opciones saludables fueron seleccionadas únicamente por el 4,1% de los participantes.

Estos resultados permiten observar que, si bien existe un creciente interés por la alimentación saludable, este aspecto no constituye el principal criterio al momento de elegir un establecimiento gastronómico. Los consumidores continúan priorizando atributos tradicionales, como la calidad de los productos ofrecidos, el precio y la experiencia gastronómica vinculada al sabor. Asimismo, la importancia otorgada a las recomendaciones de otras personas demuestra el peso que tiene el boca a boca y la confianza en experiencias previas dentro del proceso de decisión.

En relación con los objetivos de esta investigación, estos datos sugieren que la incorporación de opciones saludables, por sí sola, no garantiza la elección de un establecimiento. Para responder a las nuevas demandas del consumidor, los locales

gastronómicos deben ofrecer propuestas saludables sin descuidar factores fundamentales como la calidad, el sabor y una adecuada relación entre precio y valor percibido. De esta manera, la alimentación saludable se presenta como un elemento complementario dentro de una experiencia gastronómica integral.

Figura 9: ¿Las redes sociales influyen en tus decisiones sobre qué o dónde comer?

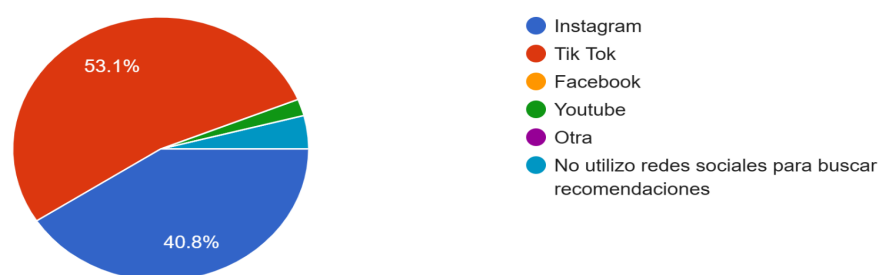


Los resultados muestran que las redes sociales ejercen una influencia importante en las decisiones de consumo gastronómico de los encuestados. El 49% manifestó que influyen bastante en la elección de qué o dónde comer, mientras que un 12,2% señaló que influyen mucho. En conjunto, el 61,2% reconoce una influencia significativa de estas plataformas, frente a un 38,8% que considera que su impacto es poco.

Estos datos reflejan el papel cada vez más relevante que desempeñan las redes sociales en el comportamiento del consumidor. La constante exposición a fotografías, reseñas, recomendaciones de influencers y publicaciones de establecimientos gastronómicos favorece el descubrimiento de nuevas propuestas y condiciona las decisiones de consumo. Si bien una parte de los encuestados manifiesta una influencia limitada, la mayoría reconoce que estos medios digitales participan activamente en el proceso de elección, evidenciando la transformación de los hábitos de consumo durante los últimos años.

En relación con los objetivos de esta investigación, los resultados confirman que las redes sociales constituyen un factor relevante dentro de la gastronomía urbana de Buenos Aires. Su capacidad para difundir tendencias, promover opciones alimentarias y posicionar establecimientos demuestra que la comunicación digital se ha convertido en una herramienta estratégica para el sector gastronómico. En consecuencia, los negocios que logran desarrollar una presencia activa y atractiva en estas plataformas cuentan con mayores posibilidades de captar la atención de los consumidores e influir en sus decisiones de compra.

Figura 10: ¿Qué red social utilizas con mayor frecuencia para buscar recomendaciones gastronómicas?



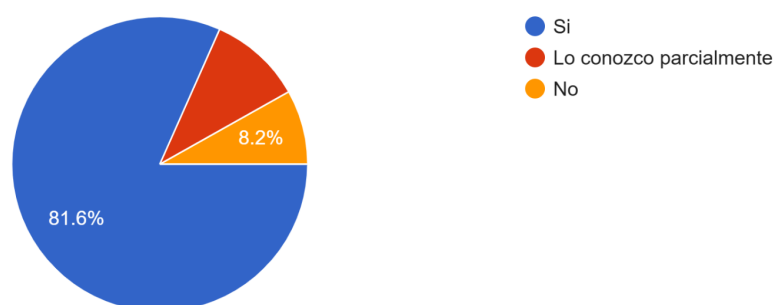
Los resultados evidencian que TikTok es la principal plataforma utilizada por los encuestados para buscar recomendaciones gastronómicas, con un 53,1% de las respuestas. En segundo lugar se ubica Instagram, con un 40,8%, mientras que solo un 4,1% manifestó no utilizar redes sociales para este tipo de consultas.

Estos datos permiten observar una clara preferencia por las plataformas basadas en contenido audiovisual de formato breve. El predominio de TikTok sugiere que los consumidores valoran especialmente los videos dinámicos, las reseñas rápidas y las experiencias gastronómicas mostradas en tiempo real, mientras que Instagram continúa siendo un canal relevante para la difusión de imágenes, publicaciones y recomendaciones de establecimientos.

En relación con los objetivos de esta investigación, los resultados confirman que las redes sociales, y particularmente TikTok, se han convertido en un canal central para la búsqueda de información y la toma de decisiones vinculadas al

consumo gastronómico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En consecuencia, los establecimientos que deseen fortalecer su visibilidad y captar nuevos clientes deben adaptar sus estrategias de comunicación a los formatos audiovisuales y a las dinámicas propias de estas plataformas digitales.

Figura 11: ¿Conoces el sistema de etiquetado frontal de alimentos (octógonos negros)?



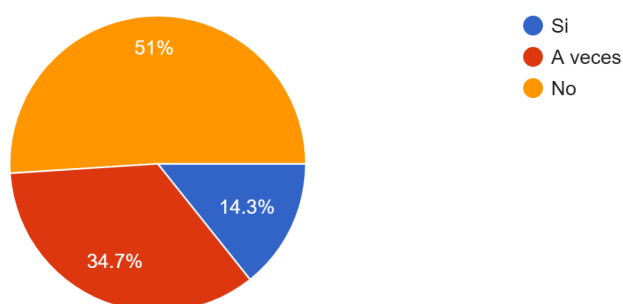
Los resultados evidencian un amplio nivel de conocimiento sobre el sistema de etiquetado frontal de alimentos entre los encuestados. El 81,6% conoce los octógonos negros implementados en los envases de alimentos, mientras que solo el 8,2% indicó no conocer este sistema. Estos datos reflejan una elevada visibilidad de esta política pública dentro de la población consultada.

Este alto nivel de reconocimiento puede atribuirse a la difusión que tuvo el etiquetado frontal desde su implementación, así como a las campañas de comunicación y al debate generado en torno a la alimentación saludable. La presencia de los octógonos en los productos de consumo cotidiano favorece que los consumidores se familiaricen con esta herramienta, permitiéndoles identificar con mayor facilidad los alimentos con exceso de azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales o calorías.

En relación con los objetivos de esta investigación, estos resultados indican que el sistema de etiquetado frontal logró un importante alcance en términos de conocimiento por parte de los consumidores. Sin embargo, conocer la existencia de esta herramienta no implica necesariamente que influya en las decisiones de

compra o en la elección de alimentos. Por ello, resulta relevante analizar, además del nivel de conocimiento, el impacto real que el etiquetado tiene sobre los hábitos de consumo y la adopción de prácticas alimentarias más saludables.

Figura 12: ¿El etiquetado frontal influye en tus decisiones de compra?



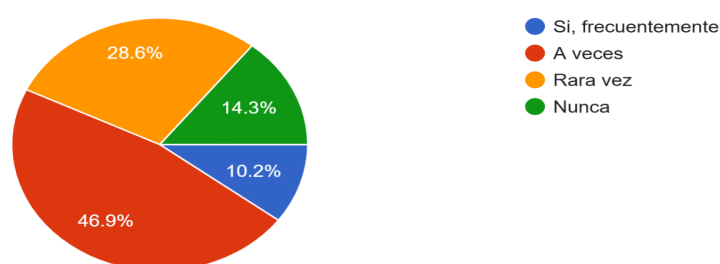
Los resultados muestran que el sistema de etiquetado frontal no constituye un factor determinante en las decisiones de compra para la mayoría de los encuestados. El 51% afirmó que los octógonos negros no influyen en su elección de alimentos, mientras que el 34,7% señaló que influyen a veces y solo el 14,3% manifestó que sí condicionan sus decisiones de compra.

Estos datos evidencian que, si bien el nivel de conocimiento sobre el etiquetado frontal es elevado, su impacto sobre el comportamiento del consumidor resulta más limitado. Esto sugiere que la decisión de compra continúa estando influenciada por otros factores, como el precio, el sabor, la calidad, los hábitos de consumo o las preferencias personales. En consecuencia, la disponibilidad de información nutricional no siempre se traduce en un cambio efectivo en la elección de los productos.

En relación con los objetivos de esta investigación, los resultados indican que la implementación del etiquetado frontal contribuye a mejorar el acceso a la información sobre la composición de los alimentos, pero aún enfrenta desafíos para modificar los hábitos de consumo de manera significativa. Esto pone de manifiesto la necesidad de complementar esta política pública con estrategias de educación

alimentaria y promoción de hábitos saludables que permitan fortalecer su efectividad y favorecer decisiones de compra más conscientes por parte de los consumidores.

Figura 13: ¿Consumís habitualmente en locales gastronómicos que ofrecen propuestas saludables (cafeterías saludables, restaurantes vegetarianos, veganos, comida natural, etc.)?

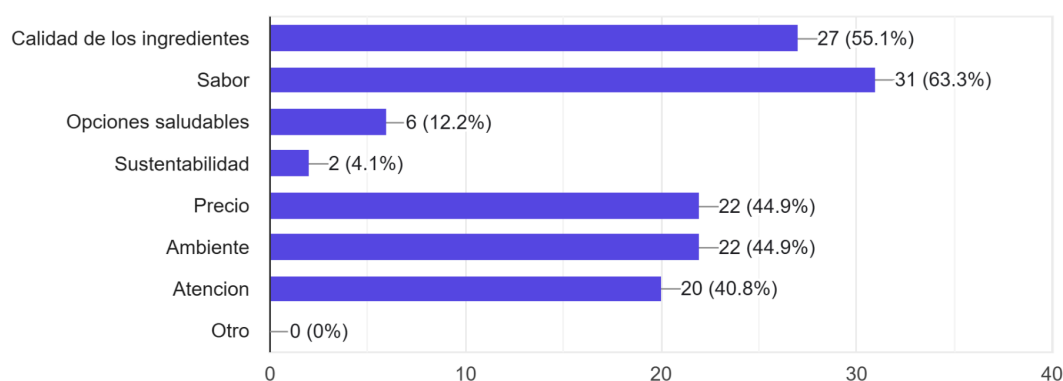


Los resultados muestran que el consumo de propuestas gastronómicas saludables forma parte de los hábitos de una proporción importante de los encuestados, aunque con diferente frecuencia. El 46,9% manifestó consumir a veces en cafeterías saludables, restaurantes vegetarianos, veganos o de comida natural, mientras que el 28,6% indicó hacerlo rara vez. Por su parte, el 10,2% afirmó asistir frecuentemente a este tipo de establecimientos y el 14,3% señaló que nunca los consume.

Estos datos reflejan que las propuestas gastronómicas saludables lograron incorporarse al mercado y despertar el interés de los consumidores, aunque todavía no forman parte de los hábitos cotidianos de la mayoría de la población. La elevada proporción de respuestas concentradas en la opción "a veces" sugiere que este tipo de consumo suele estar condicionado por diversos factores, como el precio, la disponibilidad de establecimientos, las preferencias personales o las ocasiones de consumo. En este sentido, las opciones saludables aparecen como una alternativa complementaria dentro de la oferta gastronómica, más que como la elección habitual de los consumidores.

En relación con los objetivos de esta investigación, los resultados evidencian que la gastronomía saludable incrementó su presencia en la Ciudad de Buenos Aires y logró captar el interés de una parte significativa del público. Sin embargo, la baja proporción de personas que consume este tipo de propuestas de manera frecuente demuestra que aún existen desafíos para consolidar estos establecimientos como una opción habitual. Esto pone de manifiesto la importancia de continuar desarrollando propuestas que, además de ser saludables, resultan atractivas en términos de calidad, sabor, accesibilidad y relación entre precio y valor percibido.

Tabla 14: ¿Qué aspecto valoras más en este tipo de establecimientos? (Podes seleccionar más de una opción)



Los resultados muestran que el sabor continúa siendo el atributo más valorado por los consumidores al elegir establecimientos gastronómicos con propuestas saludables, siendo seleccionado por el 63,3% de los encuestados. En segundo lugar se ubica la calidad de los ingredientes (55,1%), lo que evidencia que los consumidores no solo buscan una experiencia gastronómica agradable, sino también alimentos percibidos como frescos y de buena calidad.

En un nivel intermedio aparecen el precio y el ambiente, ambos con un 44,9%, seguidos por la atención (40,8%). Estos resultados indican que, además de la propuesta gastronómica, la experiencia integral del establecimiento influye significativamente en la elección del consumidor.

Por el contrario, las opciones saludables fueron seleccionadas únicamente por el 12,2% de los participantes y la sustentabilidad por apenas el 4,1%. Este hallazgo sugiere que, si bien existe un creciente interés por la alimentación saludable, al momento de elegir un establecimiento predominan factores tradicionales como el sabor, la calidad y el precio, por encima de aspectos vinculados específicamente con la salud o el impacto ambiental.

Figura 15: En tu opinión, ¿Cuál es el principal desafío para mantener una alimentación saludable en la Ciudad de Buenos Aires?

El análisis de las respuestas abiertas permitió identificar una serie de desafíos recurrentes que los participantes consideran determinantes para mantener una alimentación saludable en la Ciudad de Buenos Aires.

El aspecto mencionado con mayor frecuencia fue el costo económico de los alimentos saludables. Numerosos encuestados señalaron que este tipo de productos suele percibirse como más caro que las alternativas tradicionales, lo que dificulta su incorporación cotidiana, especialmente en contextos de restricción económica.

Otro factor destacado fue la falta de tiempo y el ritmo de vida acelerado, elementos que favorecen el consumo de comidas rápidas o ultra procesadas por su practicidad. Asimismo, varios participantes hicieron referencia a la escasa disponibilidad de opciones saludables, especialmente fuera del hogar, y a la fuerte influencia de la publicidad y el marketing de alimentos menos saludables.

También surgieron respuestas vinculadas a la motivación personal, los hábitos alimentarios y la necesidad de una mayor educación nutricional. En conjunto, estas percepciones reflejan que el mantenimiento de una alimentación saludable depende de una combinación de factores económicos, sociales, culturales y personales, lo que coincide con lo desarrollado en el marco teórico de la presente investigación.

