**Estudio de percepción de lactosuero de quesería y preferencia de consumo de sus productos derivados en el mercado argentino**

Cortez-Latorre JD (1), Leurino L (1), Bejarano B (1), Rozycki SD (1)

(1) Instituto de Tecnología de Alimentos-Universidad Nacional del Litoral, Santiago del Estero 2829, Santa Fe, Santa Fe, Argentina.

ju\_diecor@hotmail.com

Entre los efluentes y desperdicios de la industria láctea, el suero proveniente de la producción de queso es el más importante, tanto por los volúmenes que se generan, como por su rápido deterioro y elevado poder contaminante. Desde hace varios años, se ha aprovechado mediante la obtención de subproductos principalmente en polvo, mediante fraccionamiento y concentración por membranas. Sin embargo, para que dichas tecnologías sean rentables, se requiere de grandes volúmenes de suero, lo cual, es una limitante para los productores más pequeños o aquellos que se encuentran alejados de las usinas de procesamiento. Por otro lado, se ha evidenciado un rechazo o una campaña en contra de su consumo en forma líquida, principalmente como bebida láctea. Entre las principales alegaciones que se realizan es que son adulteradas con suero, inclusive son confundidas por sus empaques y mal publicitadas como “leche que no es leche”, a pesar que la normativa argentina permite su uso en líquido como ingrediente alimenticio. La FAO estima que para el 2050 se necesitará al menos un 70% más de alimento para la humanidad, por lo cual el aprovechamiento de suero liquido como ingrediente alimenticio es una alternativa viable para combatir el hambre y reducir la contaminación medioambiental. Es por ello que el presente trabajo propone identificar el grado de conocimiento que tienen los consumidores sobre el suero, y en el caso de consumir alimentos formulados a base de este, saber cuál sería el de su preferencia. Para ello se realizó una encuesta anónima en la Argentina, que también fue realizada en forma online (formulario de google forms) y difundida ampliamente a través de distintas redes de comunicación. El alcance de la misma fue de 575 personas, entre las cuales el 41% pertenecía al rango etario entre 18 y 25 años, el ~ 53% entre 26 y 50 años y el resto >60 años, siendo la mayor proporción mujeres (~ 67,3%). Se pudo evidenciar que aproximadamente el 50% de los encuestados desconocía que el suero representa el 90% de la leche destinada a quesería. Asimismo, se identificó que el 70% desconocía que el suero contiene ~ 50% de los sólidos de la leche. A su vez, se identificó que más del 70% está dispuesto a consumir alimentos a base suero, principalmente si estos otorgan cierto beneficio para la salud y si es de buen sabor. A su vez, el consumidor prioriza para su elección la calidad y el precio de estos productos. Entre los alimentos que estarían dispuestos a consumir, prefieren a los quesos untables, los helados, los postres lácteos y las bebidas lácteas (fermentadas y no fermentadas). En conclusión, existe un desconocimiento de los consumidores sobre qué es el suero proveniente de quesería, por lo cual, es fundamental para quienes trabajamos en Innovación, Desarrollo e Investigación de alimentos a partir de lactosuero, realizar campañas y encuentros de difusión sobre los beneficios y usos de este efluente con elevado potencial de generación de valor agregado.

Palabras Clave: Encuesta, percepción, lactosuero, consumo, productos lácteos