

Un 49,6% de consumidores españoles ha comprado productos plant based en los últimos meses

Según un estudio elaborado por AECOC Shopperview que ha contado con la colaboración de NeWind Foods

Es un hecho que el consumo de plant based está creciendo en el país. Una tendencia en los hogares españoles y que refleja el estudio 'El consumidor de productos plant based', elaborado por AECOC Shopperview, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores y que ha contado con la colaboración de NeWind Foods, la marca española pionera en la elaboración de productos de proteína 100% vegetal.

El análisis concluye que cerca de un 50% de los consumidores ha comprado productos de este tipo en los últimos meses, es decir, una de cada dos personas, donde cabe destacar que el 54,5% responde a un perfil femenino situado entre los 25 y 45 años, que conviven en pareja, tienen hijos menores de edad y residen en grandes ciudades.

Cabe destacar también que del 26% de la población que es vegana, un 57,7% se declara consumidor de plant based.

Un incremento del consumo que viene determinado principalmente porque la proteína vegetal cada vez más se asocia a una alimentación saludable y es sinónimo de cuidado, tanto de la salud como del planeta, en pro de una mayor sostenibilidad.

Aquí, se encuentran con dos tipos de actitudes, la tradicional que apuesta por comer todos los alimentos y la evolucionada que se inclina por comer todos los nutrientes, lo que da lugar a cuatro grupos de consumidores plant based:

Responsable: consumidor de proteína animal, principalmente de carne roja, pero que reduce su frecuencia y les resulta suficiente con su idea de cuidado.

Comprometido: en este caso, tienden a eliminar el consumo de proteína animal, independientemente del origen y están abiertos a su consumo ocasional.

Militante: perfil cercano al vegetariano y vegano, que además de eliminar por completo el consumo de proteína animal, no tolera ningún tipo de alimento procesado.

Salud-necesidad: este grupo corresponde a la parte de la población que deben llevar dietas especiales.

En cuanto a cómo se inicia el consumo de proteína vegetal, su origen responde a diversas procedencias siendo las principales: los hábitos familiares, la presencia en el punto de venta, el consejo profesional, recomendación de conocidos y el factor "moda" provocado por los distintos

canales de comunicación y promociones.

Una realidad que pasa porque hasta el 70% de la población prevé incrementar su consumo en un futuro próximo

Desde NeWind Foods se suman a esta tendencia de consumo a través del desarrollo de un producto diferencial en el competitivo universo de la proteína vegetal, elaborando una nueva generación de alimentos plant-based capaces de reflejar todo el sabor y la textura propios de la proteína animal. Lo ha hecho a través de un producto congelado, sin conservantes, ni colorantes artificiales, con un nivel de excelencia hasta ahora no alcanzado y que incluso ya ha obtenido el reconocimiento internacional del Taste Institute a través de los Superior Taste Awards.

Toda la producción se lleva a cabo íntegramente en su planta de Burgos, bajo la tecnología más avanzada adaptada los estándares de calidad y seguridad alimentaria, respetando al máximo el medio ambiente.

Nota al editor

NeWind Foods, marca española pionera en la elaboración de productos de proteína 100% vegetal, tiene su origen en 2021.

Desde sus inicios cuenta con el respaldo de Aviko, líder europeo en soluciones globales en el mercado de productos derivados de la patata, y Eurofrits, empresa española referente en la fabricación de productos precocinados congelados para grandes superficies de alimentación tanto en España, como Europa y el resto del mundo.

La compañía cuenta con una planta propia de producción en Burgos, donde elabora la totalidad de sus productos y que actualmente emplea a 160 profesionales.

Datos de contacto:

Sara Rodríguez
910 222 678

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nutrición](#) [Gastronomía](#) [Sociedad](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>