PERCEPCIÓN GENERAL

del consumo de insectos en el mundo

MDes. Pilar Fallas
MSc. Amaryllis Quirós
Febrero, 2021

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

CITA

Proyecto UCR: Consumo de insectos y su aplicación en matrices alimentarias en Costa Rica: retos y oportunidades de una estrategia potencial para el fortalecimiento de la seguridad alimentaria nacional.
Universidad de Costa Rica (UCR)
Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA)
cita.ucr.ac.cr/insectos
pilar.fallasrodriguez@ucr.ac.cr

REVIEW

60
publicaciones

LOCACIONES

Dinamarca
Italia
Bélgica
Australia
Alemania
China
Canadá
Hungría
Holanda
Suiza
Korea
Japón
Rusia
India
España
Estados Unidos
Reino Unido
Brazil
Tailandia
Perú
México

METODOLOGÍAS

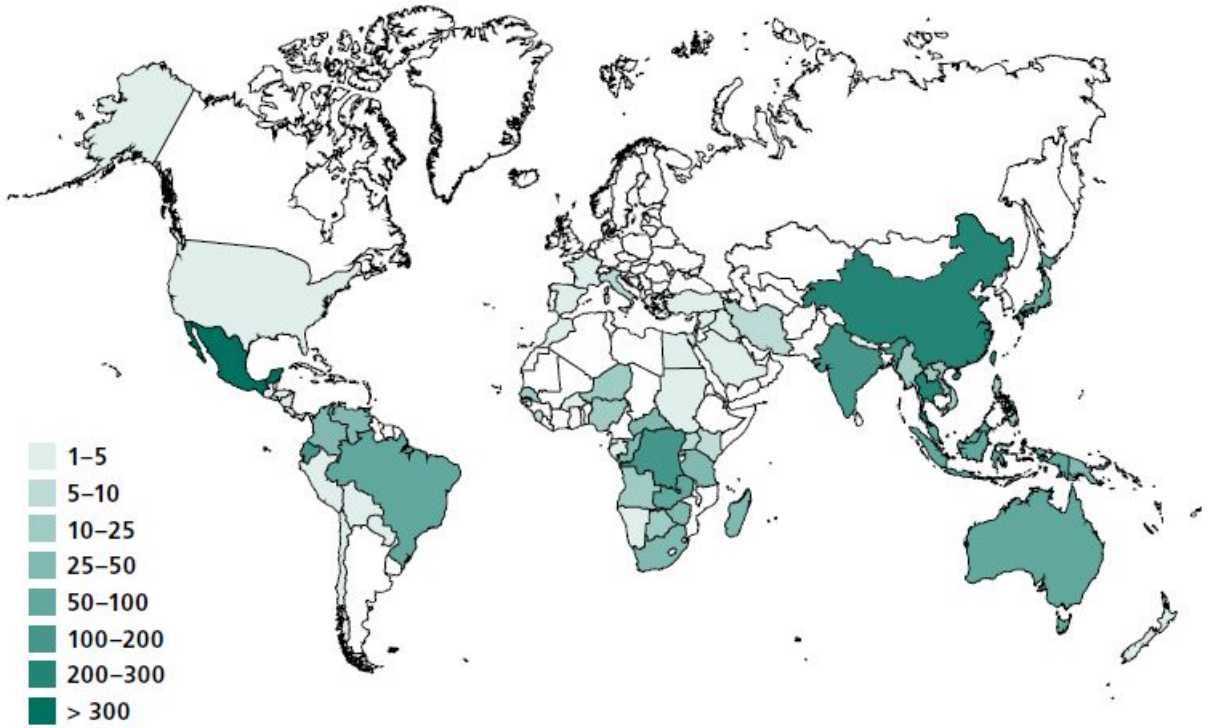
Cuestionarios
Encuestas
Entrevistas
Sesiones grupales
Experimentos

GLOSARIO

Percepción
Food-Non Food
Neofobia
Entomofagia
Fobia
Entomofobia

¿EN DÓNDE SE CONSUMEN INSECTOS?

FIGURE 2.1
Recorded number of edible insect species, by country



Source: Centre for Geo Information, Wageningen University, based on data compiled by Jongema, 2012.

En occidente contamos con 13 de 14 mamíferos domésticos existentes en el mundo (Diamond, 2005)

¿POR QUÉ NO SE CONSUMEN INSECTOS?

Existe

POCA ANUENCIA

ante el consumo de insectos

La mayoría de participantes en los estudios

NUNCA HAN PROBADO

insectos

IMAGINARIO

Lo que es real para el individuo, es lo que importa

¿Qué piensa cuando piensa en insectos comestibles?

ASOCIACIONES VIGENTES

El insecto completo

Vendedores de chapulines Oxaca, México

Venta de escorpiones, China

Venta de gusanos Kinshasa, República Democrática de Congo

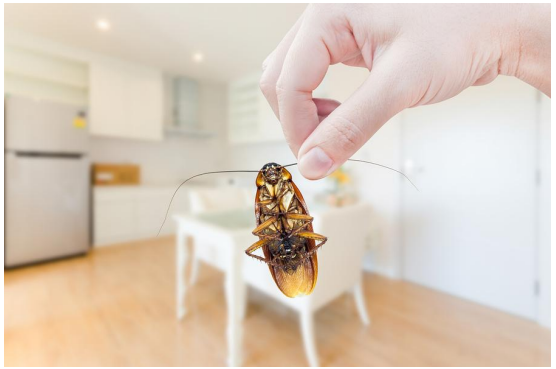
Granola con larvas de abeja con yogurt de larvas de abeja. Nordic Food Lab, Copenhagen (van Huis *et al.*, 2013)

La apariencia del insecto

La textura del insecto

¿De dónde viene el insecto?

El insecto como vector



“LAW OF SYMPATETIC MAGIC”

“Todo lo que está en contacto con el objeto del disgusto va a elicitar el disgusto por mera asociación” Chan (2019)

EXPECTATIVAS

RESPUESTA EMOCIONAL

Sensación de disgusto

“La leche de cucaracha ya está en el mercado y es más nutritiva que la leche convencional”

EXPERIENCIA

El individuo que descubre una nueva realidad

DRIVERS

Factores que motivan

CURIOSIDAD

Tienda japonesa ornamental de insectos (van Huis *et al.*, 2013)

Experiencias sensoriales positivas

Familiaridad

Sostenibilidad y nutrición

Procesamiento

DESDE LO RACIONAL

Informar acerca de los beneficios ambientales y nutricionales no es suficiente para convencer a las personas de que coman insectos, con esto solo se genera consciencia respecto a la entomofagia, pero no cambia actitudes preexistentes, no transforma el patrón de consumo

(Attila *et al.,* 2017; Sogari *et al.,* 2019; Verneau *et al.,* 2015)

DISEÑO DE PRODUCTO

La exposición al estímulo provoca y moldea la percepción del consumidor

CHIRPS
EAT BUGS
SRIRACHA CRICKET CHIPS
5G. OF PROTEIN
PER BAG
NON-GMO CORN

PROBAR NO ES CONSUMIR

¿Cómo lograr que la experiencia se repita consistentemente?

PRECIO

SABOR

ACCESO

(House, 2016)

PERCEPCIÓN GENERAL

del consumo de insectos en el mundo

MDes. Pilar Fallas
Msc. Amaryllis Quirós
Febrero, 2021

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

CITA

Proyecto UCR: Consumo de insectos y su aplicación en matrices alimentarias en Costa Rica: retos y oportunidades de una estrategia potencial para el fortalecimiento de la seguridad alimentaria nacional.
Universidad de Costa Rica (UCR)
Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA)
cita.ucr.ac.cr/insectos
pilar.fallasrodriguez@ucr.ac.cr