



Victoria Lacaze¹
mvlacaze@mdp.edu.ar

Beatriz Lupín²
beatrizlupin@gmail.com

Julieta Rodríguez²
jarodriguez@mdp.edu.ar

Guillermina Mujica²
guillemujica28@hotmail.com

Agustina Agulló²
agulloagustina@gmail.com

Ariana Adamini²
ariadamini@gmail.com

Mailen Fernandez¹
ma-aii@hotmail.com

¹Grupo de Investigación “Indicadores Socioeconómicos”

²Grupo de Investigación “Economía Agraria”

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales-Universidad Nacional de Mar del Plata

CONSUMO URBANO DE VERDURAS Y FRUTAS FRESCAS EN EL PARTIDO DE GENERAL PUEYRREDON

Resumen

El objetivo de la presente Comunicación es describir el consumo de verduras y frutas frescas (VyF) por parte de los residentes urbanos del Partido de General Pueyrredon (PGP). A tal fin, se analizan datos provenientes de una encuesta y de entrevistas, realizadas durante noviembre 2021-mayo 2022. Con ambas metodologías de indagación, se exploran cuestiones referidas a frecuencia y diversificación de consumo, canales de compra, valoración de atributos, percepciones de riesgo asociado al empleo de pesticidas y fertilizantes e higienización y sanitización, considerando género, edad y educación. En base a los primeros resultados, es posible señalar que, si bien una importante proporción parecería consumir VyF de acuerdo con las recomendaciones científicas sobre una alimentación sana, nutritiva y sustentable, otra importante proporción lo hace por debajo de ellas.

Palabras clave: alimentación saludable – calidad percibida – atributos de calidad – preferencias de los consumidores

Área temática: Economía de la producción, demanda y oferta de alimentos

URBAN CONSUMPTION OF FRESH VEGETABLES AND FRUITS IN GENERAL PUEYRREDON DISTRICT

Summary

The objective of this Communication is to describe the consumption of fresh vegetables and fruits (V&F) by urban residents in General Pueyrredon District (GPD). To this end, data from a survey and interviews, conducted during November 2021-May 2022, are analyzed. With both research methodologies, questions related to frequency and diversification of consumption, purchase channels, assessment of attributes, perceptions of associated risk the use of pesticides and fertilizers and hygiene and sanitization, are explored, considering gender, age and education. Based on the first results, it is possible to point out that, although a significant proportion would seem to consume V&F according to scientific recommendations

regarding a healthy, nutritious and sustainable diet, another significant proportion does so below them.

Keywords: healthy food – perceived quality – quality attributes – consumers' preferences

1. Introducción

La adopción de una alimentación saludable, equilibrada y diversificada ayuda a prevenir la malnutrición en todas sus formas, así como diferentes enfermedades no transmisibles y trastornos. Además, genera impactos positivos a nivel económico, social y ambiental, en concordancia con la agenda para el desarrollo sostenible de la ONU (FAO, 2020).

En este sentido, modelos de alimentación saludable, como la Dieta Mediterránea, incluyen el consumo diario de VyF. Por su parte, la OMS recomienda la ingesta de 5 porciones diarias –aproximadamente, 400 g– de VyF, con excepción de tubérculos feculentos –papa, batata, mandioca– que tienen que ser consumidos solo algunas veces durante la semana. A pesar de esta recomendación, y de su incorporación en planes alimentarios conforme lo aceptado culturalmente y lo disponible y asequible localmente, como las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA), el consumo promedio mundial de VyF alcanza las 2/3 partes del requerimiento (FAO, 2020; Ministerio de Salud-Argentina, 2020). Particularmente, la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo, relevada en 2018, registra un consumo promedio de 2 porciones diarias, cumpliendo solo el 6,00% de la población argentina con la recomendación de la OMS (INDEC, 2019). La ONU declaró al año 2021 como el de las VyF, con el propósito de intensificar las políticas, públicas y privadas, tendientes a promover el consumo de estos alimentos y la reducción de los desperdicios y de las pérdidas generados a partir de los mismos.

Conforme a dicha problemática, el objetivo general de la presente Comunicación es describir el consumo de VyF de la población urbana del PGP. Por su parte, las preguntas de investigación son: *la frecuencia y la variedad de consumo de VyF, ¿son compatibles con una alimentación saludable?, ¿se higienizan y sanitizan correctamente las mismas?, ¿cuáles son los atributos valorados?, ¿qué diferencias se observan por género, edad y educación?*

A su vez, la fundamentación conceptual se basa en el enfoque de Lancaster (1966), alternativo a la teoría tradicional del consumo, que plantea que la utilidad es una función de los atributos de un producto. De este modo, lo que brinda utilidad es el conjunto de atributos, no el producto en sí mismo (Scuriatti, 2012). Lo anterior, se relaciona directamente con la calidad subjetiva, vale decir, aquella que involucra la percepción y los juicios de valor del consumidor, canalizados mediante la evaluación de los atributos (Cárdenas Guerrero, 2015; Muñoz de Machado, 1999). Estos últimos pueden clasificarse, entre otros criterios, según su naturaleza, en intrínsecos y extrínsecos. Los primeros son características inherentes al producto –por ejemplo, el método de producción– y los segundos son señales e indicadores de calidad –por ejemplo, la certificación que garantiza un determinado método de producción– (Caswell *et al.*, 2002; Martín García & Gutiérrez Cillán, 1998).

Con relación a las investigaciones empíricas sobre el consumo de VyF en nuestro país, Kulichevsky (2006), en base a una encuesta en el Gran San Juan, encuentra que no se cumplen las recomendaciones en cuanto a las porciones y diversificación de las verduras, siendo la situación más grave en aquellos hogares con nivel socioeconómico (NSE) bajo. Asimismo, que el consumo gira en torno a las verduras consideradas tradicionales –“lechuga”, “zanahoria”, “papa”, “tomate”, “zapallo” y “cebolla”–; que los atributos más valorados son la “frescura”, el “sabor”, el “precio” y el “empleo racional de agroquímicos”, entre otros y que el canal de compra elegido es la “verdulería”, respondiendo a factores culturales y a la costumbre. Una cuestión a resaltar es la confianza en las “certificadoras” de calidad privadas por sobre las instituciones públicas. En tanto, Barbero (2012) estudia los hábitos de consumo

de VyF en la Ciudad de Córdoba. La compra de verduras se concentra en “papa”, “acelga”, “tomate” y “lechuga” y la de frutas en “banana”, “naranja”, “manzana” y “mandarina”. Si bien los encuestados consideran que su consumo es adecuado, el mismo se encuentra lejos del recomendado. Los atributos que producen mayor satisfacción son “valor nutritivo”, “apariencia” y “conveniencia”. Nuevamente, la “verdulería” ubicada en el barrio es el comercio preferido. Hay menos conocimiento sobre las propiedades nutritivas de las “verduras” que de las “frutas”.

Asimismo, es posible mencionar el trabajo de Vellini (2017) quien explora el consumo de verduras en la Ciudad de Mar del Plata. La mayoría de los encuestados consume verduras con una frecuencia de 3-6 veces por semana, siendo las principales “tomate”, “lechuga” y “papa”. En cuanto a los aspectos que tiene en cuenta el consumidor al momento de comprar, la “frescura” y la “apariencia externa” son relevantes. Aunque la “verdulería” es el lugar seleccionado, seguido por el “hiper/supermercado”, la “huerta” brinda mayor seguridad para comprar productos saludables. También para la Ciudad de Mar del Plata, Álzola & Lupín (2018) se refieren al consumo de verduras de jóvenes de 18-29 años. Si bien los encuestados son conscientes de la importancia de incorporar verduras a su alimentación, la mayoría indica una frecuencia de consumo de 3 días en la semana, inferior al promedio registrado para los mayores de 29 años. Luego de realizar una estimación econométrica, las autoras concluyen que aquellos que pertenecen a “estratos altos”, las “mujeres”, quienes se preocupan por el “cuidado de la salud” y los que practican “actividad física” de forma regular, *ceteris paribus*, tienen mayor probabilidad de consumir verduras frecuentemente.

Por su parte, Pérez & Delgado Codomí (2019) analizan el consumo de verduras de la población de San Miguel de Tucumán, destacando que no se cumplen las recomendaciones científicas. Las verduras más consumidas son “papa”, “tomate” y “cebolla”. A su vez, la imagen de alimentos “sanos” y el “gusto” que producen son las principales razones de consumo y la “frescura” el atributo que prevalece. Respecto a las variables demográficas y socioeconómicas, las “mujeres”, los de “mayor edad” y los de “ingresos y educación elevados” son los que más consumen. Recientemente, Castagnino *et al.* (2022), conforme a un relevamiento que cubre todo el país, señalan que únicamente 1 de cada 4 encuestados consume VyF según lo recomendado. La “verdulería” se mantiene como el principal canal de compra. Consultados sobre las “Buenas Prácticas Agrícolas” (BPA) en las producciones fruti-hortícolas intensivas, un porcentaje elevado de encuestados opina que son relevantes, pero desconoce la obligatoriedad de su aplicación.

Para finalizar este breve recorrido, es dable citar a Blanco *et al.*, (2017) y a Giacobone *et al.* (2018) quienes, tomando fuentes secundarias de datos, provenientes de organismos como el INDEC, marcan la diferencia entre el consumo de VyF de los argentinos y lo recomendado, siendo el déficit mayor entre la población de menores recursos.

2. Datos empleados y metodología aplicada

Los datos provienen de una encuesta *online* realizada a la población urbana del PGP, en noviembre-diciembre 2021. Participaron 480 consumidores de VyF, de 18 años y más, con decisión en la compra y/o en la preparación de alimentos de sus hogares. Por su parte, el formulario aplicado fue validado por expertos en el relevamiento primario de datos y en metodología estadística y por una prueba piloto. Dicho formulario contiene preguntas referidas a aspectos generales del consumo de VyF –tipos, frecuencia de consumo, lugar de compra, razones de consumo y atributos de calidad valorados–, a percepción de riesgo para la salud y el ambiente vinculado al empleo de químicos en la producción convencional y a otros hábitos saludables –alimentación elegida, actividad física, consumo de agua, agregado de sal en las comidas, controles médicos; etc.–. Asimismo, del total de encuestados, se entrevistaron virtualmente a 10 de ellos, durante marzo-mayo 2022, a fin de indagar sobre cuestiones adicionales, no tratadas en la encuesta: sanitización, conservación y modalidades de

preparación y consumo de VyF¹. Tanto la muestra de la encuesta como los entrevistados seleccionados de la misma, presentan heterogeneidad demográfica y socioeconómica.

Entre los encuestados, predominan las mujeres (72,71%) y los que pertenecen a los rangos etarios 35-59 años (51,04%) y 18-34 años (32,71%). Con relación a la educación formal, prevalecen aquellos que finalizaron estudios superiores –terciarios o universitarios– (55,83%). Por su parte, el 41,88% tiene nivel medio completo y solo el 2,29% cuenta con educación elemental². Respecto a la situación ocupacional, la mayor proporción trabaja (72,29%); de dicho total, el 52,29% lo hace en relación de dependencia y el resto por cuenta propia. Asimismo, se aprecia que el 80,63% de los encuestados reside en barrios de nivel medio y medio alto-alto y el 50,63% pertenece a hogares con 1-2 integrantes y el 41,67% a hogares con 3-4 integrantes.

A continuación, se presentan los primeros resultados, tomando algunas preguntas del formulario de encuesta. Según la naturaleza los datos, se calculan frecuencias relativas y medidas estadísticas resumen y se aplica la Prueba Chi Cuadrado de Pearson^{3,4}, mediante el *software* InfoStat Profesional®. Los datos son analizados para la muestra total y por variables demográficas –género y edad– y socioeconómica –educación⁵–. En cuanto a los datos de la entrevista, los mismos fueron procesados y sistematizados conforme a los ejes de análisis mencionados.

3. Resultados

La mayoría de los encuestados incorpora VyF a su alimentación ya que el 44,79% las consume con una **frecuencia semanal** de 3-6 veces, predominando los que superan las 6 veces (46,88%). La Prueba Chi Cuadrado revela asociación significativa entre “frecuencia semanal de consumo” y “educación” (Valor “p” = 0,0614). Considerando a quienes poseen educación superior, es posible indicar que prevalecen los que consumen con una frecuencia mayor a 6 veces semanales (50,37%). A su vez, las mujeres y los más jóvenes presentan mayor frecuencia de consumo: el 49,57% de ellas y el 52,87% de aquellos de 18-34 años consumen más de 6 veces semanales. Del total de encuestados, únicamente el 5,63% se reconoce vegetariano y el 1,04% vegano. En cambio, el 30,21% elige una alimentación flexitariana.

Respecto a la **recomendación** de la **OMS** vinculada al consumo, el 44,17% conoce y cumple la misma, pero solo el 25,21% de manera habitual. Por su parte, el 27,50% cumple tal recomendación aún sin conocerla. De todos modos, es de marcar que una gran proporción de los encuestados que consume las 5 porciones diarias, ingiere, asiduamente, “papa” (87,50%) y “batata” (50,29%). Con dicha salvedad, es posible indicar que la Prueba Chi Cuadrado verifica asociación significativa entre “frecuencia semanal de consumo” y “consumir las porciones diarias que recomienda la OMS” (Valor “p” < 0,0001). Así, el 40,00% de los que consumen con una frecuencia superior a 6 veces, declaran conocer y cumplir con la recomendación siempre/casi siempre,

La “verdulería y/o frutería” es el principal **lugar de compra** dado que el 58,35% de los encuestados lo elige de forma exclusiva y el 37,69% realiza allí sus compras, pero, también, en otro tipo de comercio. A su vez, el 14,38% y el 13,13% consumen productos de su “propia

¹En base a pautas del Hospital Privado de Comunidad (HPC)-Ciudad de Mar del Plata y Red Alimentar-UNC.

²De ahora en adelante, cuando se haga referencia a los niveles educativos, serán los finalizados.

³Para ampliar al respecto, se sugiere, entre otros textos, la lectura de Milton (2007).

⁴En esta Comunicación, se aceptarán Valores “p” inferiores al 1%, al 5% y al 10%.

⁵Se tomó esta variable por su vinculación con el NSE –medido en la encuesta por la variable “nivel del barrio de residencia”–. De hecho, la Prueba Chi Cuadrado verifica asociación entre ambas variables (Valor “p” = 0,0138). (Gamboa Delgado, 2010; Llambí & Piñeyro, 2012; Lupín & Rodríguez, 2012; Pérez & Delgado Cordoní, *op. cit.*).

huerta” o los compran en el “hiper/supermercado”, respectivamente; solo el 3,00% se abastece en cada uno de dichos lugares, de manera exclusiva.

Con relación a las **verduras consumidas**, las más mencionadas son: “zanahoria” (88,33%), “papa” (87,29%) y “cebolla” (86,88%). Le siguen: “zapallo” –calabaza y anco–, “lechuga”, “morrón”, “rúcula”, “espinaca”, “zapallito de tronco”, “ajo”, “choclo”, “berenjena”, “brócoli” y “acelga”, con porcentajes que van desde el 79,00% hasta el 50,00%. Respecto al **consumo de frutas**, se destacan: “banana” (92,71%), “tomate” (92,50%) y “manzana” (84,17%). Luego, se ubican: “naranja”, “limón”, “mandarina”, “frutilla”, “palta”, “pera”, “durazno” y “kiwi”, variando las proporciones de mención del 80,00% al 42,00%.

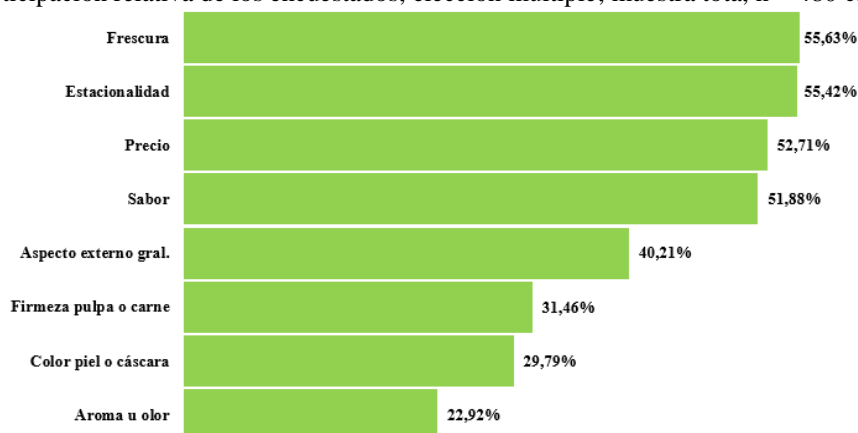
En cuanto a la **diversificación**, el 21,46% y el 22,92% de los encuestados consumen 8-10 y 11-13 tipos distintos de “verduras”. Asimismo, el 30,21% y el 22,50% consumen 7-9 y 10-12 “frutas” diferentes, con cierta frecuencia. Considerando conjuntamente los distintos tipos de VyF mencionados, es posible indicar que la Prueba Chi Cuadrado señala asociación significativa entre “frecuencia semanal de consumo” y “tipos consumidos de VyF” (Valor “p” < 0,0001). Entre quienes consumen con una frecuencia de más de 6 veces por semana, el 26,22% y el 29,33% mencionan 17-22 y 23-28 tipos diferentes de VyF. Estos porcentajes alcanzan el 34,42% y el 20,47% para quienes consumen con una frecuencia de 3-6 veces. Además, la Prueba Chi Cuadrado señala asociación significativa entre “tipos consumidos de VyF” y “género” (Valor “p” = 0,0044). Las mujeres son las que consumen la gama más amplia: el 32,00% menciona 17-22 tipos y el 24,36%, 23-28 tipos. A su vez, los encuestados que tienen 18-34 años son los que presentan el porcentaje superior de 23-28 menciones de tipos (28,66%) y los mayores de 34 años de 17-22 menciones (33,06% de encuestados de 35-59 años y 30,77% de encuestados de más de 59 años). Por su parte, el 31,34% y el 26,12% de quienes cursaron estudios superiores mencionan 17-22 y 23-28 tipos.

También se consultó acerca de las **razones para consumir** VyF, siendo el “gusto” que produce su consumo, la “salud” –propiedades saludables y riqueza nutritiva, indicación de un médico o nutricionista y problemas concretos de salud–, la adopción de una “alimentación equilibrada y balanceada” y la posibilidad de “acompañar otros alimentos” o de emplearlas como “ingredientes de un plato o de una comida”, las esgrimidas.

Respecto a los **atributos**, los más valorados son intrínsecos, con excepción del “precio” que es extrínseco. La “frescura”, el hecho de que las VyF sean “de estación”, el “sabor” y el “precio” constituyen los atributos más destacados. (Figura 1)

Figura 1: Atributos valorados

–Participación relativa de los encuestados; elección múltiple; muestra tota, n = 480 casos –



Fuente: Fuente: elaboración propia en base a la Encuesta 2021.

La “frescura”, la “estacionalidad” y el “precio” son los atributos más elegidos por las mujeres en tanto que el “sabor” es elegido por mujeres y por varones casi en la misma proporción (alrededor del 50,00%, cada uno). Considerando el rango etario, la Prueba Chi Cuadrado

indica asociación significativa con los atributos “frescura” y “estacionalidad” (Valores “p” = 0,0094 y 0,0912, respectivamente). Precisamente, los atributos que prevalecen entre los mayores de 59 años son la “frescura” (70,51%) y la “estacionalidad” (65,38%), pero, también, el “precio” (56,71%). Los que tienen 18-34 años aprecian el “sabor” (53,50%). Particionando por educación, se observa que, salvo la “estacionalidad”, los otros tres atributos registran porcentajes en torno al 52,00% de elección por quienes tienen nivel medio y nivel superior. En cuanto a la “estacionalidad”, la Prueba Chi Cuadrado señala asociación significativa (Valor “p” = 0,0163); aquellos con educación superior priorizan dicho atributo (61,19%).

Al indagar sobre la percepción del riesgo que para la salud implica el **empleo de “pesticidas”** y de **“fertilizantes” en la producción de VyF convencionales**, los encuestados se revelan más temerosos de los primeros. En una escala que va desde 1 *–nada riesgosos–* hasta 5 *–totalmente riesgosos–*, las calificaciones más elevadas corresponden a los “pesticidas”: el 73,33% le otorga 4-5 puntos (vs. el 42,71% para los “fertilizantes”). A su vez, los “pesticidas” presentan la mayor calificación media y la menor variación. (Tabla 1)

Tabla 1: Percepción de riesgo para la salud asociado a productos químicos

–muestra total, n = 480 casos–

Medidas estadísticas resumen	Pesticidas	Fertilizantes
Media	4,10 puntos	3,30 puntos
Desvío estándar	0,98 puntos	1,17 puntos
Coefficiente de Variación	23,82%	35,44%

Fuente: elaboración propia en base a la Encuesta 2021.

Para ambos productos químicos, las calificaciones más altas corresponden a las mujeres. De hecho, el 75,07% y el 45,27% de las mismas brindan calificaciones de 4-5 puntos para los “pesticidas” y los “fertilizantes”, siendo las medias iguales a 4,17 puntos y a 3,30 puntos. Segmentando por edad, se aprecia que la menor proporción de encuestados que califica más alto, tiene 18-34 años. Así, el 70,70% y el 38,22% de ellos brinda calificaciones de 4-5 puntos, con medias iguales a 3,99 puntos y a 3,39 puntos para “pesticidas” y “fertilizantes”. Considerando la educación, es de señalar que aquellos con nivel superior otorgan mayor puntaje. Del total de éstos, el 75,75% y el 45,90% califica con 4-5 puntos a “pesticidas” y a “fertilizantes”, promediando 4,16 puntos y 3,40 puntos. Se sigue observando que los “pesticidas” presentan calificaciones superiores en comparación con los “fertilizantes”. Siguiendo esta línea, es posible señalar que el 58,33% de la muestra total declara consumir, al menos ocasionalmente, VyF producidas sustentablemente.

Finalizando el análisis cuantitativo, se exponen los resultados sobre la confianza de los encuestados en las **certificaciones** que avalan producciones sustentables y su preocupación por los **desperdicios** generados por la actividad fruti-hortícola en general. De esta manera, debieron calificar afirmaciones en una escala que se extiende desde 1 *–nada de acuerdo–* hasta 5 *–totalmente de acuerdo–*. Así, el 45,00% y el 60,42% de los encuestados califica con 4-5 puntos a la afirmación sobre la necesidad de contar con una garantía que asegure la calidad de las VyF producidas sustentablemente y a la relacionada con la preocupación por los desperdicios. Las calificaciones medias ascienden a 3,34 puntos y 3,76 puntos, siendo las variaciones iguales a 40,49% y a 34,08%.

Respecto, a las “certificaciones”, las mujeres y los varones brindan, en similar proporción, las calificaciones más elevadas. Con relación a la edad, los menores de 35 años son los menos interesados en la certificación ya que el 40,13% de ellos otorga 4-5 puntos. Tomando la educación, aquellos con nivel medio se manifiestan más propensos hacia la certificación pues el 76,56% de los mismos califica con 4-5 puntos. En cuanto a la cuestión de los “desperdicios”, las mujeres y aquellos con 18-34 años son los más preocupados, registrándose

porcentajes iguales a 62,18% y a 66,24% en el rango de calificación 4-5 puntos. Alrededor del 60,00% de quienes cuentan con nivel medio y de quienes cuentan con nivel superior de educación, califican con 4-5 puntos. Para ambas cuestiones y, en todas las particiones anteriores, las medias rondan los 3,00 puntos y los 4,00 puntos, al igual que en la muestra total.

Pasando a los datos proporcionados por la entrevista y considerando las VyF que habitualmente consumen los entrevistados, sean convencionales o producidas sustentablemente, surge que la mayoría realiza **compras** con una frecuencia de 2-3 veces semanales. Asimismo, consumen en igual proporción verduras **crudas** o **cocidas**, acompañando otro plato, brindándoles seguridad respecto a su salud ambas formas de preparación. Respecto a las frutas, principalmente, las consumen “solas”, como postre luego del almuerzo o de la cena o en el desayuno o como colación.

Con relación al **lavado** y **sanitización de VyF**, los entrevistados, casi en igual proporción, emplean lavandina y agua o solo agua. El porcentaje más elevado que indica emplear lavandina, hace referencia a la común. Muy pocos conocen o emplean la apta para consumo humano. De igual modo, la mayoría que emplea lavandina no respeta la concentración informada en las etiquetas de los envases. Solo 2 entrevistados hacen referencia al tiempo de lavado y sanitización, el que se extiende 5-15 minutos.

Todos los entrevistados son conscientes de la importancia de evitar la contaminación cruzada empleando **distintas tablas** y **utensilios** para los diferentes tipos de alimentos. De hecho, los mismos cuentan con un *kit* de tablas y/o utensilios, de diferentes colores o, en su defecto, toman la precaución de limpiar exhaustivamente los implementos al pasar de un tipo de alimento a otro.

La mayoría de los entrevistados señala que, en sus hogares, no se lavan ni desinfectan las **bachas** o **piletas** y las **superficies contiguas** antes de manipular VyF sino que tales acciones forman parte del aseo cotidiano. Asimismo, manifiestan que, generalmente, se emplean agua y detergente para lavar y lavandina para desinfectar.

En cuanto al **almacenamiento** de las VyF, la heladera es el lugar elegido. Sin embargo, varios de los entrevistados indican que algunos productos se conservan en un recipiente especial, fuera de la heladera, a temperatura ambiente.

4. Consideraciones finales

Una importante proporción de encuestados que consume VyF con mayor frecuencia, diversifica y declara conocer y cumplir con la recomendación de la OMS habitualmente. Lo anterior, presenta diferencias por género, edad y educación. No obstante, si bien se conocen las propiedades saludables de estos productos, otra importante proporción de encuestados se encuentra lejos de los parámetros de consumo establecidos científicamente, verificándose en algunos de ellos una brecha entre lo declarado y lo efectivamente realizado.

Por su parte, el aspecto más valorado es la “frescura”, atributo intrínseco vinculado con la “apariencia externa”. Asimismo, se observa un consumo asiduo de productos regionales, tanto consolidados –“verduras de hoja”– como con gran potencial –“frutilla”, “kiwi”–, lo que se encuentra vinculado a la “estacionalidad” y al “comercio de cercanía”, con los beneficios sociales, económicas y ambientales que ello genera. Los “pesticidas” empleados en el manejo convencional preocupan más que los “fertilizantes”. Esto se registra tanto para la muestra total como particionando por las variables demográficas y por la socioeconómica. De las entrevistas, surge que, en general, las prácticas de higienización y sanitización de VyF dista de lo establecido por los profesionales de la salud.

Se ha cumplido con el objetivo general y se han respondido las preguntas de investigación planteadas. En futuras etapas de la investigación, se tiene previsto profundizar la caracterización de los consumidores mediante la aplicación de estadística multivariada y de

procedimientos econométricos. Asimismo, georreferenciar cuestiones indagadas en la encuesta sobre percepciones de riesgo para la salud y el ambiente vinculadas a la producción convencional y sobre conductas pro-ambientales, según barrio de residencia y distancia al periurbano fruti-hortícola productivo. De hecho, ya se ha avanzado en la codificación pertinente según el ordenamiento territorial establecido por el PGP.

5. Referencias bibliográficas

- Álzola, A. & Lupín, B. (septiembre 2018). *Alimentación saludable de los jóvenes. Estudio de caso para Mar del Plata, año 2014*. III Jornadas Argentinas de Econometría. Centro de Investigaciones Económicas, FCE-UBA, CABA-Argentina.
- Barbero, L. (agosto 2012). *Hábitos de consumo de frutas y verduras de los consumidores cordobeses*. Documento de Trabajo. Programa de Desarrollo Territorial en el Área Metropolitana de Córdoba-ADEC.
- Blanco, M. S.; Cipolletta, F. P.; Marchetti, A. & Otero, E. M. B. (junio 2017). *Una mirada integral hacia el consumo de frutas y hortalizas*. (Trabajo Final de Graduación). Escuela de Nutrición, Facultad de Medicina-UBA, CABA-Argentina.
- Cárdenas Guerrero, Á. P. (2020). *Las contradicciones de los sistemas de gestión de calidad: entre la innovación y la estandarización pedagógica*. Ciudad de Bogotá-Colombia: Universidad Santo Tomás.
- Castagnino, A. M.; Díaz, K. E.; Rogers, W. J.; González Ferrín, S.; Berriolo, J.; Zazzetta, M.; Cendón, M. L.; Fasciglione, G.; Yommi, A. (*Ex Aequo*); Rossini, M. B.; Díaz, H.; García Franco, A.; Marina, J. & Reubel, I. (mayo-agosto 2022), Tendencias del consumo argentino de hortalizas y frutas locales “Km 0”. *Horticultura Argentina*, 41(105): 61-109.
- Caswell, J. A.; Noelke, C. M. & Mojduszka, E. M. (2002). Unifying two frameworks for analyzing quality and quality assurance for food products. In B. Krissoff, M. Bohman & J. A. Caswell (Eds.), *Global Trade and Consumer Demand for Quality*, New York-USA: Springer-Verlag.
- FAO (2020). *Frutas y verduras – esenciales en tu dieta: Año Internacional de las Frutas y Verduras, 2021*. Documento de antecedentes. Ciudad de Roma-Italia.
- Giacobone, G.; Castronuovo, L.; Tiscornia, V. & Allemandi, L. (abril 2018). *Análisis de la cadena de suministro de frutas y verduras en Argentina*. Fundación Inter-Americana del Corazón-Argentina.
- HPC: <https://www.facebook.com/watch/?v=557861331787880>
- INDEC (octubre 2019). *4° Encuesta Nacional de Factores de Riesgo*. Resultados definitivos. CABA-Argentina: INDEC, Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación.
- Kulichevsky A. N. (2006). *El consumo de hortalizas en el Gran San Juan: un estudio exploratorio*. (Tesis de Maestría). FAUBA, CABA-Argentina.
- Llambí, C. & Piñeyro, L. (marzo 2012). *Índice de Nivel Socioeconómico*. Informe. Centro de Investigaciones Económicas (CINVE), Ciudad de Montevideo-Uruguay.
- Lupín, B. & Rodríguez, E. M. (August 2012). *Quality attributes and socio-demographic factors affecting channel choices when buying fresh potatoes in Argentina*. 28th Conference of the International Association of Agricultural Economists, Foz do Iguaçu City-Brazil.
- Milton, J. S. (2007). *Estadística para Biología y Ciencias de la Salud*. Madrid-España: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A.U.
- Ministerio de Salud-Argentina (2020) *Manual para la aplicación de las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA)*.
- Muñoz Machado, A. (1999). *La gestión de la calidad total en la administración pública*. Madrid-España: Ediciones Díaz de Santos S. A.

ONU. *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Pérez, G. A. & Delgado Cordero, M. (2019). El consumo de hortalizas en San Miguel de Tucumán, Argentina. *Revista Agronómica del Noroeste Argentino*, 39(2): 127-139.

Red Alimentaria-UNC:

<https://www.unc.edu.ar/vida-estudiantil/higiene-y-preparaci%C3%B3n-de-alimentos>

Scuriatti, L. E. (2012). El Modelo de Lancaster. La teoría del consumidor para la selección del destino turístico. *Notas en Turismo y Economía*, 5: 51-67.

Vellini, N. (marzo 2017). *Aceptación de un sello de calidad para verduras frescas por parte de los consumidores del Partido de General Pueyrredon*. (Tesis de Grado). FCEyS-UNMDP, ciudad de Mar del Plata-Argentina.