

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:

Nulan

**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/2691/>

El sello de calidad en las verduras frescas y su aceptación por parte de los consumidores

El denominado "nuevo consumidor" está demandando productos diferenciados, con mayor valor agregado, que sean saludables y amigables con el medioambiente.

El nivel de incertidumbre de los consumidores disminuye al comunicar efectivamente las características de calidad de un alimento. La presencia de un sello de calidad constituye la forma visible de demostrar que dichas características han sido fehacientemente verificadas. En este sentido, la etiqueta constituye un elemento de protección del consumidor y de mejora de su bienestar.

De esta manera, el denominado “nuevo consumidor” está demandando productos diferenciados, con mayor valor agregado pero, principalmente, que sean saludables y amigables con el medioambiente.

En el caso de las verduras frescas, la apariencia externa tiene una influencia inmediata en la decisión de compra. Así, el tamaño, el color y el estado general del producto son relevantes al igual que el sabor y el aroma.

Sin embargo, la confianza en el método de producción y en el origen del producto también influyen en la elección.

Esto implica que las verduras no solamente deben ser atractivas en cuanto a su apariencia, frescura, presentación y valor nutritivo sino, además, se debe asegurar que no sean perjudiciales para la salud debido a la presencia de residuos químicos y que fueron obtenidas mediante prácticas sustentables.

En este sentido, la participación del Estado es fundamental para incluir, en las etiquetas, información relacionada con aspectos de inocuidad y calidad y brindar el marco normativo para el cumplimiento de los sistemas de verificación. Esta información, verificable, ayuda a los consumidores a tener un comportamiento responsable en la compra de alimentos, evaluando el desempeño social y medio-ambiental de las marcas disponibles.

En la ciudad de Mar del Plata, se ha implementado un sello de calidad que permite llevar adelante un proceso de certificación que garantice la inocuidad del consumo de verduras y de frutas frescas mediante una producción con bajo impacto ambiental.

La ausencia de información sobre las percepciones y opiniones de los marplatenses respecto a dichas cuestiones y al consumo, en general, de verduras frescas motivó el desarrollo de la investigación que nos ocupa. Entre febrero y abril de 2016, se realizó una encuesta exploratoria a 127 consumidores de verduras frescas, mayores de 18 años, que decidían las compras de alimentos de sus hogares. Los encuestados fueron seleccionados respetando la representatividad censal de sexo y edad para la población local. Asimismo, el relevamiento se extendió a diversos barrios a fin de cubrir los distintos niveles socio-económicos (NSE).

Del análisis de los datos captados, surge que las verduras frescas se compran, principalmente, en verdulerías y en hiper/supermercados. Por su parte, la frecuencia de consumo oscila, en promedio, entre 3 y 6 veces por semana. Al momento de comprarlas, la simple observación de la apariencia externa y de la frescura orientan la elección.

La posibilidad de que un sello de calidad asegure que las verduras frescas se producen de manera sustentable, fue aceptada por el 90% de los encuestados. Cabe destacar que el 10% restante justificó su rechazo por temer que tal sello provoque un incremento en los precios. Las verduras frescas que fueron priorizadas para ser identificadas con el sello son el tomate, la rúcula, la lechuga y la papa.

Centrando el interés en quienes aceptarían el sello, es posible indicar que el 77% considera que el mismo les brindaría mayor confianza y el 72% está muy de acuerdo con que dicho sello cuente con el aval de organismos nacionales de control -como el INTA o el Senasa-. Respecto a un aval municipal, se evidencia cierta tendencia a estar de acuerdo con el mismo.

Más resultados

Siguiendo con los encuestados que aceptarían el sello, es de destacar que el 29% priorizó la inclusión, en la etiqueta, de datos del productor y el 32% de información acerca de la protección de la mano de obra empleada en la producción. Los porcentajes de acuerdo con la incorporación en las etiquetas de las leyendas “libre de agroquímicos” y “libre de aditivo y conservantes” aumentan considerablemente: 87% y 85%, respectivamente. De esta manera, se manifiesta una alta preocupación por parte del consumidor local por los riesgos que no pueden ser detectados a simple vista.

Asimismo, el 46% de estos consumidores eligió a la modalidad “bandeja cerrada” como la más adecuada para comercializar las verduras frescas que cuenten con el sello que las diferencie; le siguieron en importancia, las presentaciones “fraccionada y preseleccionada”. Sólo el 21% se mostró a favor de la modalidad más tradicional: “Sueltas/a granel”.

Al realizar el análisis según el barrio del encuestado, surge que los residentes en los barrios de NSE bajo son los que se encuentran más a favor de la existencia de un organismo contralor de calidad y que el mismo sea estatal y con la presencia de un aval municipal en el sello, respecto a los residente de barrios con NSE más alto. En general, los encuestados no están a favor de que el organismo de control sea privado, independientemente del nivel del barrio de residencia. Por su parte, los residentes en los barrios de NSE más alto demuestran mayor interés por conocer el origen y/o al productor/vendedor de las verduras fresca que el resto.

Esta investigación se realizó dentro del marco de la tesina para acceder al grado de Licenciado en Economía de Nicolás Vellini, bajo la dirección de la Lic. (MSc.) Elsa M. Rodríguez y de la Lic. (c/Mg.) Beatriz Lupín. La tesina se encuentra disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/2641/1/vellini-2017.pdf>. Grupo de Investigación “Economía Agraria”, FCEyS-UNMDP. Contacto: Elsa M. Rodríguez: emrodri@mdp.edu.ar