

Manual de Producción Integrada de las Principales Especies Hortícolas de Argentina

Compiladores:

María Eugenia Strassera

Liliana Ester Viglianchino

Carlos Alberto Bouzo

Roberto Daniel Huarte



Manual de Producción Integrada de las Principales Especies Hortícolas de Argentina

Compiladores:

*María Eugenia Strassera
Liliana Ester Viglianchino
Carlos Alberto Bouzo
Roberto Daniel Huarte*



Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria

*Estación Experimental Agropecuaria
Área Metropolitana de Buenos Aires.
2025*

Manual de Producción Integrada de las Principales Especies Hortícolas de Argentina/
Compiladores: María Eugenia Strassera; Liliana Ester Viglianchino; Carlos Alberto Bouzo y Roberto Daniel Huarte. - 1a ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones INTA, 2025.

1302 p.: il (PDF).

ISBN 978-631-00-8946-1 (digital)

i. María Eugenia Strassera. ii. Liliana Ester Viglianchino. iii. Carlos Alberto Bouzo. iiiii. Roberto Daniel Huarte

Horticultura – Producción Integrada - Sustentabilidad

Este documento es resultado del financiamiento otorgado por el Estado Nacional, por lo tanto, queda sujeto al cumplimiento de la Ley N° 26.899.

Compiladores:

María Eugenia Strassera, Liliana Ester Viglianchino, Carlos Alberto Bouzo y Roberto Daniel Huarte

Revisores Literarios:

Debora Andrea Mas, Federico Gastón Guerra y Alejandra Yommi

Fotografía de Tapa:

Federico Miri

Diseño:

Javier Ignacio Abián

Julio Mario Arca

Este libro

cuenta con licencia:



PERCEPCIONES Y VALORACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DE CALIDAD POR PARTE DEL CONSUMIDOR FINAL DE HORTALIZAS FRESCAS

Lupín, B., Lacaze, M. V. y Cendón, M. L.



INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se ha manifestado una tendencia en el comportamiento de los consumidores hacia un estilo de vida saludable, con sensibilidad y compromiso ambiental y social. De esta manera, el denominado “nuevo consumidor” requiere información clara y precisa sobre el proceso de producción de los alimentos y exige estrictos controles de calidad, expresando públicamente su derecho a una alimentación sana, que respete el entorno natural, la tradición cultural y los valores éticos y sociales.

De todos modos, las enfermedades no transmisibles (ENT), particularmente las crónicas –enfermedades cardiovasculares, diabetes, cáncer, enfermedades respiratorias crónicas–, siguen en aumento, siendo responsables del 73,40% de las muertes en Argentina, porcentaje similar al registrado mundialmente. La vinculación entre alimentación, hábitos y salud es un tema prioritario, dado que los principales causantes de estas enfermedades son: una alimentación inadecuada, falta de actividad física regular, abuso de bebidas alcohólicas y tabaquismo. A su vez, la degradación ambiental se profundiza paulatinamente, provocando cuestionamientos y reflexiones sobre las formas convencionales de consumo y producción. Tanto la crisis sanitaria como la ambiental significan tragedias individuales y sociales en sí mismas que afectan, además, el desarrollo económico de los países (Barreiro Fernández *et al.*, 2002; INDEC, 2019).

Uno de los grupos de alimentos especialmente indicados por los profesionales de la salud y la nutrición es el de las hortalizas y frutas frescas por su aporte de vitaminas, minerales, agua, antioxidantes y fibra dietética. Así, la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda el consumo de cinco raciones diarias –aproximadamente, 400 g–, con excepción de tubérculos feculentos como la papa o la batata que deben ingerirse de forma menos frecuente (OMS, 2018; 2019). Dicha recomendación, se corresponde con la de modelos y planes alimentarios como la Dieta Mediterránea y las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA), entre otros (Fundación Dieta Mediterránea, 2021; Ministerio de Salud-Argentina, 2020).

Siguiendo esta línea, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la

Agricultura (FAO) ha declarado al año 2021 como el Año Internacional de Frutas y Verduras con el propósito de destacar los beneficios de su consumo y propiciar la reducción de pérdidas y de desperdicios del sector, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) declarados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el año 2015, para la Agenda 2030 (ONU, 2021).

Sin embargo, a nivel mundial, el consumo de hortalizas y frutas es alarmantemente deficiente, ya sea por un bajo poder adquisitivo que impide acceder a ellas o por estilos de vida no saludables. Conforme a datos de la OMS, casi 4 millones de personas murieron en el año 2017 por enfermedades relacionadas a dicha deficiencia (FAO, 2020). Para nuestro país, la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR), relevada durante el año 2018, señala que el consumo promedio diario es de dos porciones y que solo el 6,00% de la población cumple con la recomendación de la OMS (INDEC, 2019).

Este Capítulo tiene como objetivo realizar un estudio económico de la demanda de hortalizas frescas, con énfasis en las percepciones y la valoración de los consumidores de los atributos de calidad de las mismas. Conforme a prácticas agronómicas que se focalizan en el cuidado la salud y el ambiente, entre las que se encuentra la Producción Integrada, el énfasis está puesto en aquellos atributos vinculados a la seguridad alimentaria, desde la perspectiva de la inocuidad, y al impacto ambiental. Por su parte, las preguntas de investigación planteadas son: ¿cuáles son las hortalizas preferidas?, ¿con qué frecuencia se consumen y a través de qué canales de compra?, ¿qué atributos son valorados?, ¿cuáles son las percepciones respecto a las hortalizas producidas con manejo sustentable?

Se propone un recorrido, desde el año 2009 hasta el año 2021, mediante el análisis de encuestas y entrevistas llevadas a cabo en la ciudad de Mar del Plata, que se inicia con una revisión conceptual y empírica sobre la problemática en cuestión. Luego, se describen los datos empleados, la metodología aplicada y se presentan los resultados derivados. Finalmente, se realizan las consideraciones finales.

REVISIÓN TEÓRICA Y ANTECEDENTES EMPÍRICOS

Esta sección comprende dos subsecciones: la primera, destinada a presentar el marco teórico y, la segunda, las principales conclusiones de los estudios nacionales e internacionales aplicados, con el propósito de dar sustento a los resultados obtenidos a partir de los datos primarios con que se ha elaborado el Capítulo.

Revisión teórica

Desde la teoría económica de la demanda, es posible estudiar las tendencias en el consumo de alimentos observadas en los últimos años, siguiendo la línea conceptual atributos-calidad percibida. Al respecto, el enfoque propuesto por Lancaster (1966) significó un aporte relevante a la concepción económica tradicional, dado que incorporó a los atributos como factores clave de la demanda, tal como ya lo eran el “precio de los productos” y el “ingreso del consumidor”. Dicho enfoque, asume que cada bien está compuesto por atributos, con distintos niveles o categorías.

Por lo tanto, la utilidad es una función de los atributos de un determinado producto. En consecuencia, los consumidores derivan utilidad de los atributos, no de los productos en sí mismos. Esta perspectiva de análisis fue tomada por diversos autores, destacándose Antle (1999) al resaltar la importancia de las características demográficas, socioeconómicas y los atributos en la demanda de alimentos. Por su parte, Engel *et al.* (1995) proponen un modelo de comportamiento del consumidor en el que los atributos son decisivos en el proceso de compra.

Con relación a la calidad, la misma es un concepto dinámico y relativo, dado que puede ser definida y valorada considerando múltiples aspectos y desde distintas perspectivas. Así, (FAO, 2019) distingue entre calidad “genérica” y “específica”. La primera se refiere al cumplimiento de normas para que un alimento pueda ser consumido con confianza. Dicha entidad, en sintonía con la OMS, postula que “*Los consumidores de todo el mundo tienen derecho a esperar que los alimentos que compran y consumen sean seguros y de alta calidad. Los alimentos buenos e inocuos son la base de una dieta nutritiva...*” y define a la inocuidad como “*la ausencia, o niveles seguros y aceptables, de peligro en los alimentos que pueden dañar la salud de los consumidores*”.

La inocuidad debe comprender la cadena de suministro íntegramente, desde la producción hasta el consumo, siendo una responsabilidad compartida entre todos los agentes intervinientes, incluidos los gobiernos, la academia y los medios de comunicación (Lupin *et al.*, 2019). Por su parte, la calidad “específica” es aquella vinculada con la diferenciación del producto. Aunque es complementaria de la calidad “genérica”, a diferencia de ésta, no es obligatoria.

Otra clasificación de interés es la presentada por Brunsø *et al.* (2002) y Grunert (2005). Básicamente, la calidad es dividida en dos tipos, interrelacionados: “objetiva” y “subjetiva”. La primera comprende la orientada a los aspectos físicos del producto –por ejemplo, el color de las hortalizas frescas–, la orientada al proceso de producción –tal es el caso del manejo integrado a nivel productivo– y el control correspondiente –cumplimiento de estándares específicos para las dos orientaciones anteriores–.

En tanto que la calidad subjetiva se focaliza en la percepción de la calidad de los individuos –consumidores, intermediarios–. Una diferencia fundamental entre ambos tipos, la constituye la medición de la calidad. Mientras que la medición de la calidad orientada a un producto y/o proceso puede ser realizada con precisión y se mantiene dentro de determinados rangos, la medición de la calidad subjetiva siempre es aproximada, dado que difiere de un individuo a otro y es variable ante estímulos que modifiquen las percepciones de éstos.

Ahora bien, como lo indica Grunert (2005), cuando se logra implementar en el producto las cualidades deseadas por los consumidores y cuando éstos pueden percibir las tal como las desearon, entonces la calidad se convierte en un parámetro competitivo para la industria alimentaria. Para que una mejora en la calidad objetiva tenga un impacto comercial positivo debe ser aceptada y valorada por los consumidores (Brunsø *et al.*, *op. cit.*). La Figura 1 ilustra acerca de la interrelación entre ambos tipos de calidad:

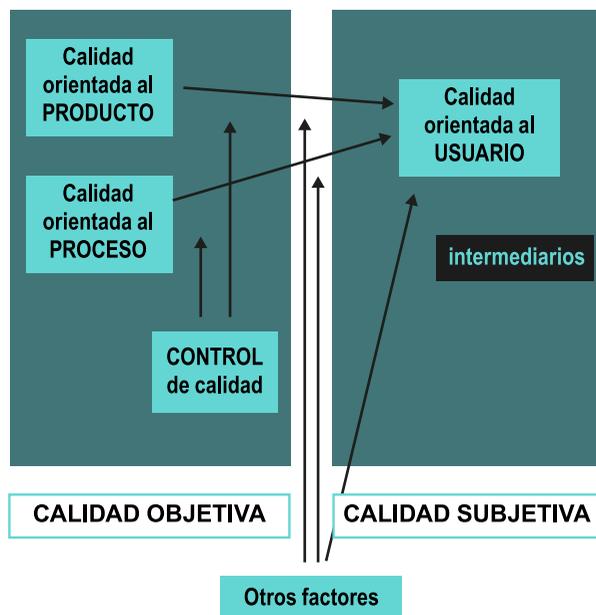


Figura 1. Calidad objetiva y calidad subjetiva. Fuente: Elaboración propia, adaptado de Brunso *et al.*, (*op. cit.*) y Buceta (2018).

A su vez, Issanchou (1996) sostiene que como la calidad de un alimento es un concepto estrechamente vinculado con el de aceptabilidad, es pertinente hablar de “calidad percibida”, la que depende del individuo, producto y contexto. Por su parte, Steenkamp (1990) señala que los juicios de calidad de los alimentos realizados por los consumidores se basan en sus percepciones, necesidades y objetivos. Dada la incertidumbre generada por la asimetría de información existente en el proceso de compra, resulta fundamental comprender cómo los consumidores forman los juicios de calidad (Grunert, 2005).

La evaluación de la calidad por parte de los consumidores comprende tres momentos: a) el de la compra, donde se crean las expectativas conformes a las cuales se efectivizará o no la elección del producto, b) el de la preparación del alimento y c) el del consumo, donde se experimentan las características reales del producto. En el último momento de la evaluación, si se confirman las expectativas, se generará satisfacción, aumentando las posibilidades de futuras compras.

Para la evaluación de un alimento, los consumidores requieren información, la que proviene, fundamentalmente, de los atributos. Éstos se definen como consecuencias funcionales y psicológicas derivadas de un producto (Steenkamp, *op. cit.*) y pueden ser clasificados

de manera multidimensional (Caswell *et al.*, 2002; Moser *et al.*, 2011). Así, es posible distinguir entre atributos “intrínsecos” y “extrínsecos”. Cabe aclarar que, si bien diversos autores subclasifican a los atributos extrínsecos en “indicadores” y “señales”, en este Capítulo, se obviará tal distinción.

Los primeros engloban a aquellas características de los alimentos que son propias de éstos (inherentes a ellos). Por lo tanto, su modificación cambia físicamente a los alimentos. Comprenden los atributos relacionados a una alimentación segura –residuos de fitosanitarios, conservantes y aditivos, metales pesados, toxinas, etc.– y nutrición –carbohidratos, proteínas, vitaminas, minerales, calorías, fibras y grasas–, los sensoriales –sabor, color, olor/aroma, frescura, firmeza; etc.– y los vinculados con la función y el valor de los alimentos –conveniencia, preparación, conservación, tamaño; etc.– y con los procesos productivos –sistemas de producción, impacto ambiental, lugar de origen, seguridad de los trabajadores, bienestar animal, etc.–.

Por su parte, los atributos extrínsecos, aunque están relacionados con los alimentos, no forman parte de su naturaleza: por ejemplo, certificaciones, etiquetado, empaque, sistemas de gestión de calidad, precio, marca y publicidad, entre otros. Además, considerando el entorno de la información, los atributos se clasifican en los “de búsqueda”, “de experiencia” y “de credibilidad”, según la calidad sea evaluada antes de la compra –precio, marca, etiqueta, empaque, color, apariencia externa, etc.–, durante el consumo real –sabor, frescura, conveniencia, etc.– o no pueda ser juzgada directamente, requiriendo garantías que inspiren confianza –composición nutricional, salud, sistema de producción, bienestar animal, etc.–.

Otra dimensión de análisis de la calidad es la diferenciación vertical y horizontal, según los consumidores tengan el mismo *ranking* respecto a un atributo –o sea, lo valoran de forma similar–, o bien, el *ranking* sea diferente, valorándolo de manera distinta. Un ejemplo de la primera diferenciación es que los consumidores, en general, prefieren hortalizas seguras y nutritivas y, de la segunda, que algunos consumidores pueden priorizar una hortaliza con una determinada apariencia externa, mientras que otros, la prefieran con otra apariencia. La recepción de los atributos se ve influenciada por la “situación de compra”,

la que forma parte del primer momento de la evaluación y se refiere a la cantidad y calidad de información provista, al tiempo dedicado a las compras y a la confortabilidad para realizarlas, entre otras cuestiones.

Antecedentes empíricos

Existe una vasta literatura empírica acerca de la valoración de los atributos de las hortalizas, especialmente los relativos a la seguridad alimentaria. Lo anterior, puede atribuirse a que la imagen de un alimento sano, que los consumidores asocian a las mismas, se ve distorsionada por el temor a las externalidades adversas de la producción convencional (Figura 2).

De esta manera, el trabajo de Underhill & Figueroa (1996) sobre etiquetado de hortalizas y frutas producidas con bajo impacto ambiental concluye que la mayoría de los encuestados del noreste de los Estados Unidos considera que los fitosanitarios son riesgosos para los consumidores, trabajadores y el ambiente. Asimismo, resaltan la importancia de la información para la aceptación de estas etiquetas.

Por su parte, Akgüngör *et al.* (1999), encuentran que la disposición a pagar (DAP) un precio superior de los consumidores turcos de las ciudades de

Estambul, Ankara y Esmirna, por tomates sin niveles de residuos de fitosanitarios perjudiciales para la salud está vinculada a la percepción de riesgo antes que a la certificación que garantice tal condición. Más recientemente, Niyaz & Demirbaş (2018) señalan que los consumidores de la costa asiática de Turquía perciben como igualmente nocivas las aplicaciones que modifican la estructura química o genética de hortalizas y frutas. Además, consideran que los sistemas de control son necesarios para garantizar una alimentación sana.

Para el caso de las mujeres casadas de Taipei-Taiwán, Fu *et al.* (1999) indican que los factores más influyentes en la disposición a pagar por hortalizas con bajo contenido de residuos de fitosanitarios son la reducción del riesgo para la salud, el precio y su calidad. Analizando a los consumidores del norte de Italia, Boccaletti & Nardella (2002) encuentran que la mayoría de ellos pagaría un adicional por hortalizas y frutas libres de fitosanitarios. La relación entre la disposición a pagar, el nivel de ingreso y la percepción de riesgo es directa, pero inversa con la educación superior. Otras conclusiones son que los consumidores necesitan tiempo para procesar la información sobre alimentos seguros y que los mismos no se encuentran lo suficientemente identificados en las góndolas.

Respecto a los consumidores del norte de Grecia, Karagianni *et al.* (2003) destacan la influencia de ciertos factores demográficos y socioeconómicos: los varones, los jóvenes y aquellos con menor nivel de educación se encuentran menos interesados por la seguridad alimentaria y la nutrición. De igual modo, quienes no cuentan con información sobre los sistemas de certificación de alimentos orgánicos y otros que garantizan la inocuidad. Las mujeres se muestran más preocupadas por los residuos de químicos en las hortalizas y frutas, declarando estar dispuestas a comprarlas certificadas, aunque el precio se incremente. Por otra parte, el grado de confianza en los sistemas de certificación disminuye al aumentar el nivel de información de los consumidores.

Con relación a los consumidores de la capital alemana, Grebitus *et al.* (2007), al contrastar papas orgánicas con convencionales, obtienen como resultado que el consumo de las primeras se intensifica cuando el nivel de educación es elevado, si la procedencia geográfica y los



Figura 2. Ejemplo de calidad objetiva de productos como **a.** Endivia, **b.** Tomate y **c.** Hortalizas denominadas normalmente como 'pesadas' (como Papa o Zanahoria) las que debieran estar etiquetadas con información acerca de sus métodos de producción. Fuente: Carlos Alberto Bouzo, López Camelo (1992).

métodos de producción son atributos valorados y ante alarmas alimentarias –tal es el caso de la enfermedad Encefalopatía Espongiforme Bovina (EBB), con una doble crisis en los años 1996 y 2001, que afectó principalmente a los países europeos–.

El estudio realizado por Kuhar & Juvancic (2010), en Eslovenia, revela que la frecuencia de compra de hortalizas y frutas obtenidas mediante manejo orgánico e integrado se encuentra determinada, fundamentalmente, por su disponibilidad en los comercios, el nivel de ingreso, el sabor, el atractivo visual, la percepción de ser alimentos saludables y la preocupación por el entorno natural.

Para la parte oriental de New Brunswick-Canadá, Haghirdi *et al.* (2009) encuentran que, si bien los consumidores están preocupados por el cuidado de la salud y del ambiente, priorizan la primera cuestión cuando eligen los alimentos. Cuanto más temerosos son del impacto negativo que en la salud provocan los residuos de fitosanitarios y cuanto mayor es el nivel de ingreso, aumenta la probabilidad de que paguen más por hortalizas y frutas orgánicas.

A su vez, Probst *et al.* (2010), para las ciudades de Kumasi y Acra, en Ghana, hallan que, si bien los consumidores valoran la apariencia fresca y saludable de las hortalizas, desconocen, en general, los riesgos asociados a los residuos de fitosanitarios en las mismas. Un mayor conocimiento sobre los alimentos orgánicos se encuentra vinculado a un nivel de educación más elevado.

Por su parte, Soto Zapata *et al.* (2014), en la ciudad Delicias-México, indican que los encuestados se muestran proclives a consumir hortalizas orgánicas, desconfiando de las hortalizas que compran habitualmente, dado que no poseen una marca de origen.

Una investigación de Adasme-Berríos *et al.* (2015), localizada en el centro de Chile, obtiene dos segmentos diferenciados de potenciales consumidores de hortalizas y frutas orgánicas. El primero de ellos conformado por consumidores más conscientes de los beneficios éticos, saludables, nutritivos y menos dependientes del nivel de ingreso. Con una mirada de género, para la misma región de dicho país, Adasme-Berríos *et al.* (2019) concluyen que las mujeres, a fin de

morigerar la asimetría de la información, son más propensas a aceptar una etiqueta de inocuidad para las hortalizas.

Del trabajo de Hayati *et al.* (2017) sobre hortalizas y frutas libres de fitosanitarios, se desprende que la gran mayoría de los encuestados estaban dispuestos a pagar un adicional por las mismas. Entre los factores que inciden positivamente en la disposición a pagar, se encuentra el nivel de ingreso, el cuidado de la salud, del ambiente y la adopción de una alimentación saludable. A su vez, la falta de certificación, el escaso suministro, el precio elevado y la publicidad insuficiente limitan la compra.

El trabajo de Castagnino *et al.* (2020b), basado en un relevamiento realizado en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, República Dominicana y Uruguay, plantea que, si bien el 57,50% de los encuestados declara consumir hortalizas orgánicas, únicamente el 21,20% lo hace con cierta frecuencia.

Centrando el interés en nuestro país, Lupín & Rodríguez (2009), en base a una encuesta a consumidores y no consumidores de alimentos orgánicos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), concluyen que los riesgos percibidos en cuanto a la presencia de residuos de fitosanitarios en las hortalizas convencionales, la procedencia del producto y el funcionamiento de los organismos de control de calidad de los alimentos promueven el consumo de hortalizas orgánicas. Asimismo, verifican que un alto porcentaje del total de encuestados percibe como muy riesgosos para la salud los residuos de fitosanitarios en las hortalizas convencionales.

Siguiendo esta línea, en base a un *Choice Modelling Experiment*, con la participación de consumidores de papa de la ciudad de Mar del Plata, Rodríguez *et al.* (2015b) estiman económicamente la contribución a la utilidad de diversos atributos, entre ellos el “contenido de fitosanitarios” y la “aptitud culinaria”. Para la muestra total, un “bajo contenido de fitosanitarios” y una “muy buena aptitud culinaria” aportan en este sentido, estando los participantes de la experiencia dispuestos a pagar un precio superior por ambos atributos, aunque más por la segunda que por el primero. Segmentando por nivel socioeconómico (NSE), los participantes

pertencientes al nivel medio están dispuestos a pagar más por papas producidas con “menor contenido de fitosanitarios” que las producidas convencionalmente.

También para la ciudad de Mar del Plata, Vellini (2017) investiga la aceptación de una certificación de calidad para hortalizas producidas sustentablemente. Los resultados señalan que quienes se preocupan por la presencia de residuos de fitosanitarios en las hortalizas, el origen geográfico o conocer al productor/vendedor, la apariencia externa y la riqueza nutricional son más propensos a aceptar tal certificación. Considerando a los consumidores que se encuentran a favor de dicha certificación (89,76% del total de casos relevados), los pertenecientes al nivel socioeconómico bajo son los más propensos a que el mismo tenga un aval municipal y a que los controles de calidad de alimentos sean estatales.

Por su parte, Rodríguez (2018), mediante una Subasta Experimental, contrasta dos variedades de papa, una convencional y otra producida con menor contenido de fitosanitarios –debidamente empaquetada y etiquetada–: Spunta y Frital INTA, respectivamente. De esta manera, se analiza la valoración de las mismas por parte de estudiantes y trabajadores docentes y no docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata (FCEyS-UNMdP).

La información recibida en las sucesivas rondas de la experiencia, el empaquetado y el etiquetado motiva a los participantes a estar dispuestos a pagar precios cada vez mayores por la papa de calidad diferenciada. Asimismo, detecta asociación entre aquellos que pagarían un adicional por esta última y el género femenino, la preferencia por hortalizas producidas sustentablemente, la aceptación de una certificación que garantice el menor empleo de fitosanitarios y el control estatal de la calidad de alimentos, entre otros atributos. La Figura 3 ilustra acerca de la experiencia conducida por Rodríguez (*op. cit.*).

Uno de los puntos de conexión de los trabajos de Barrientos *et al.* (2019) en las Sierras Chicas de la Provincia de Córdoba, de Cendón *et al.* (2021), Cendón & Viteri (2020) es que en los dos últimos realizados en el Sudeste Bonaerense, es la estrecha relación entre consumidores y

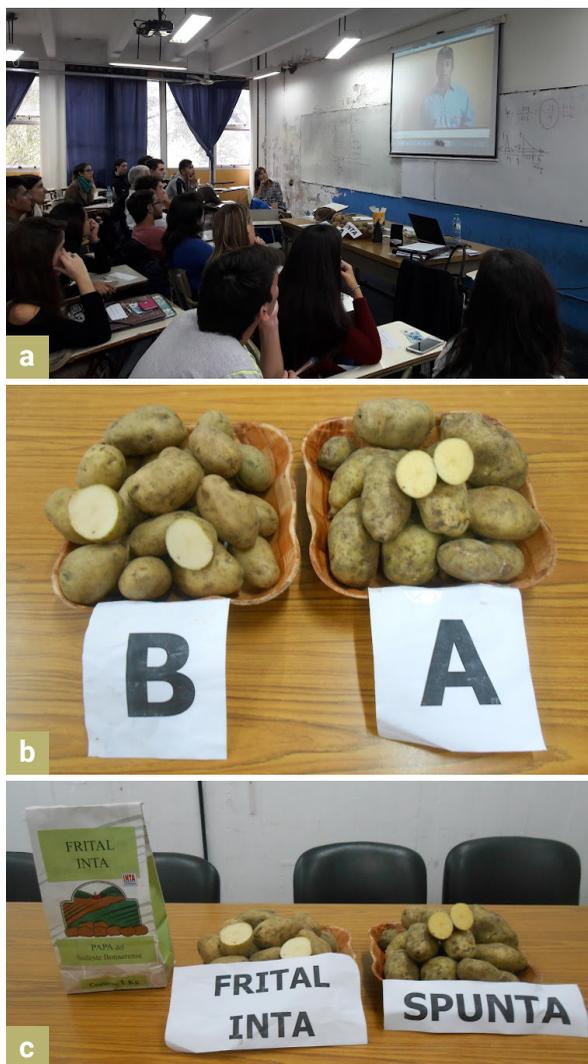


Figura 3a. Detalles de la subasta experimental realizada por Rodríguez (2018) consistente en la realización de una subasta experimental, **b.** Utilizando dos variedades de Papa B y A. **c.** Aspecto de la variedad Spunta producida convencionalmente y Frital INTA, con menor uso de fitosanitarios y una adecuada presentación comercial. Fuente: Rodríguez (*op. cit.*).

productores construida en redes alternativas de comercialización de hortalizas y frutas manejadas con enfoque agroecológico. Dicha relación, se funda en la confianza, conocimiento mutuo, intercambio de información, valores y principios compartidos. Asimismo, se resaltan los conceptos de calidad y precio justo.

En la ciudad de La Plata, Martínez *et al.* (2020) analizan consumidores de hortalizas que realizan sus compras en circuitos cortos de comercialización. Los autores indican que la mayoría de los encuestados consume hortalizas manejadas con enfoque agroecológico, prevaleciendo los jóvenes universitarios.

Surgen como atributos valorados la ausencia de fitosanitarios, el cuidado de la salud y la prevención de enfermedades. Por su parte, quienes no las consumen esgrimen dificultad de identificación y provisión, desconfianza en cuanto a su condición de ser obtenidas de una producción con enfoque agroecológico y precios elevados.

Paralelamente a la investigación ya citada sobre América Latina, Castagnino *et al.* (2020a) realizan un estudio específico para Argentina, aunque con predominio de casos en las Provincias de Buenos Aires y San Luis. Dicho estudio, al igual que el latinoamericano, apunta que, si bien un alto porcentaje de los encuestados consume hortalizas orgánicas, solo unos pocos lo hacen con regularidad. Los trabajos de Bellacomo *et al.* (2020a; 2020b), con preeminencia de la región centro-sur de la Provincia de Buenos Aires, concluyen que la mayoría de los consumidores valoran a las hortalizas y frutas producidas bajo Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) como así también que las mismas se encuentren certificadas.

FUENTE DE DATOS Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

Para este Capítulo se emplearon fuentes primarias de datos, comprendiendo dos modalidades de captación: a) encuestas – dispositivo cuantitativo– y b) entrevistas – dispositivo cualitativo–. La metodología aplicada es descriptiva-exploratoria, comprende las perspectivas descriptiva y analítica, siendo la población objetivo el consumidor de hortalizas. Respecto a las encuestas, las mismas fueron traducidas a variables que son tratadas según su naturaleza –categóricas o cuantitativas–, con análisis univariados, bivariados y multivariados. Así, se presentan los resultados obtenidos mediante frecuencias, medidas-resumen estadísticas –de posición central (media) y de dispersión (desvío estándar y Coeficiente de Variación)– y la prueba estadística no paramétrica Chi Cuadrado de Pearson (Fernández Loureiro de Pérez, 2000). Por su parte, el proceso de análisis de las entrevistas consistió en interpretar las mismas, integrando y sintetizando significativamente los datos.

De esta manera, primero se derivan resultados de datos proporcionados por dos encuestas

presenciales, realizadas a consumidores con participación en las decisiones de compra y/o en la preparación de los alimentos de su hogar, de 18 años y más, residentes en la ciudad de Mar del Plata. Las mismas fueron instrumentadas mediante cuestionarios semiestructurados –con preguntas cerradas y abiertas–, que incluían cuestiones coincidentes sobre el consumo de hortalizas y aspectos conexos, realizadas por encuestadores calificados en los hogares de los participantes (*face-to-face interviews*), logrando representatividad demográfica, geográfica y cubriendo diferentes realidades socioeconómicas. A continuación, se presentan los aspectos técnicos de ambos relevamientos (Tabla 1).

Tabla 1. Fichas técnicas de las encuestas. Fuente: Elaboración propia, adaptado de Rodríguez (2012; 2014; 2015a).

Concepto	Encuesta 2009	Encuesta 2014
Título	Consumo de papa fresca	Alimentación y hábitos saludables
Objetivo	Estudiar el potencial consumo de una papa fresca producida mediante manejo integrado	Estudiar la importancia relativa de los alimentos y los hábitos saludables en la estructura de consumo y en los estilos de vida
Período de relevamiento	junio 2009	marzo-abril 2014
Cobertura geográfica	ciudad de Mar del Plata	
Tamaño muestral	$n_1 = 500$ casos	$n_2 = 505$ casos
Tipo de muestreo	Estratificado proporcional en base a las fracciones censales	
Error muestral al 95%	$\pm 4,40\%$	

Seguidamente, se presenta una descripción demográfica y socioeconómica de los encuestados y sus hogares (Tablas 2A y 2B):

Tabla 2A. Caracterización de los encuestados. Fuente: Elaboración propia, tomado de las Encuestas de 2009 y 2014.

Variables Categorías	Encuesta 2009 (n ₁ = 500 casos)		Encuesta 2014 (n ₂ = 505 casos)	
	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas
Género				
Mujer	394 casos	78,80%	270 casos	53,47%
Varón	104 casos	20,80%	235 casos	46,53%
No responden	2 casos	0,40%		
Edad				
18-34 años	111 casos	22,20%	176 casos	34,85%
35-59 años	211 casos	42,20%	195 casos	38,61%
Más de 59 años	175 casos	35,00%	134 casos	26,53%
No responden	3 casos	0,60%		
Edad promedio	50,76 años		45,53 años	
Nivel de educación				
Solo hasta primaria completa	155 casos	31,00%	102 casos	20,20%
Secundaria completa e Incompleta	190 casos	38,00%	187 casos	37,03%
Superior completa e incompleta ^a	153 casos	30,60%	214 casos	42,38%
No responden	2 casos	0,40%	2 casos	0,40%
Situación ocupacional				
Trabaja	224 casos	44,80%	279 casos	55,25%
Jubilado/Pensionado	134 casos	26,80%	103 casos	20,40%
Desocupado	11 casos	2,20%	17 casos	3,37%
Tareas del hogar	111 casos	22,20%	17 casos	3,37%
Estudiante	17 casos	3,40%	59 casos	11,68%
No responden	3 casos	0,60%	47 casos	9,31%

Referencias: ^aIncluye estudios terciarios y universitarios.

La Tabla 2A permite observar el predominio de encuestadas en el año 2009 (78,80% vs. 20,80%), siendo la proporción entre mujeres y varones más equilibrada en el año 2014 (53,47% y 46,53%, respectivamente). Cabe aclarar que, de aquí en adelante, los valores de la Encuesta de 2009 serán presentados antes que los de la Encuesta de 2014, salvo la aclaración contraria.

En cuanto a la edad, para ambas encuestas, el porcentaje más elevado corresponde al rango etario de 35-59 años (42,20% y 38,61%). Sin embargo, se aprecian ciertas diferencias. Así, en la Encuesta de 2009 existe una mayor importancia relativa de los mayores de 59 años (35,00% vs. 26,53%) y, en la Encuesta de 2014, los menores de 35 años (34,85% vs. 22,20%). De hecho, la edad promedio es superior en el año 2009 que en el 2014 (50,76 años edad vs. 45,53 años).

Con relación a la educación formal, ambas encuestas registran el porcentaje más elevado, y

similar, de quienes cursaron el nivel medio (38,00% y 37,03%). Nuevamente, se presentan diferencias, ya que en el año 2009 hay una mayor proporción de aquellos que tienen hasta primaria completa (31,00% vs. 20,20%), pero una menor de aquellos con estudios superiores (30,60% vs. 42,38%).

Respecto a la situación ocupacional, la mayoría trabaja –por cuenta propia o en relación de dependencia– (44,80% y 55,25%), siendo las diferencias más notables las correspondientes a la presencia de jubilados/pensionados –en concordancia con la edad más avanzada de la muestra– y de personas dedicadas a las tareas del hogar en la Encuesta de 2009 (26,80% y 22,20% vs. 20,40% y 11,68%) (Tabla 2B).

Tabla 2B. Caracterización de los hogares de los encuestados. Fuente: Elaboración propia, tomado de las Encuestas de 2009 y 2014.

Variables	Encuesta 2009 (n ₁ = 500 casos)		Encuesta 2014 (n ₂ = 505 casos)	
	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas
Tamaño del hogar				
1-2 integrantes	190 casos	38,00%	188 casos	37,23%
3-4 integrantes	211 casos	42,20%	233 casos	46,14%
Más de 4 integrantes	99 casos	19,80%	83 casos	16,44%
No responden			1 caso	0,20%
Integrante promedio	3,30 integrantes		3,19 integrantes	
Composición etaria del hogar^a				
Adultos	283 casos	56,60%	304 casos	60,20%
Adultos y adolescentes	38 casos	7,60%	58 casos	11,49%
Adultos y niños	99 casos	19,80%	101 casos	20,00%
Adultos, adolescentes y niños	43 casos	8,60%	34 casos	6,73%
No responden	37 casos	7,40%	8 casos	1,58%
Estrato de ingreso mensual del hogar^b				
Estrato 1	213 casos	42,60%	133 casos	26,34%
Estrato 2	155 casos	31,00%	163 casos	32,28%
Estrato 3	19 casos	3,80%	80 casos	15,84%
No responden	113 casos	22,60%	129 casos	25,54%
Nivel del barrio de residencia^c				
Nivel 1	202 casos	40,40%	136 casos	26,93%
Nivel 2	163 casos	32,60%	167 casos	33,07%
Nivel 3	135 casos	27,00%	202 casos	40,00%

Referencias:

^aNiños= 0-12 años, Adolescentes = 13-17 años, Adultos= 18 años y más.

^bEstrato 1= hasta \$ 2.000 (2009), \$ 5.000 (2014); Estrato 2= \$ 2.001-\$ 6.000 (2009), \$ 5.001- \$ 12.000 (2014); Estrato 3= más de 6.000 (2009), más de \$ 12.000 (2014).

^cNivel 1= bajo/medio-bajo; Nivel 2= medio; Nivel 3= medio-alto/alto.

Tanto la mayoría de los hogares de la Encuesta de 2009 como los de la del 2014, se encuentran conformados por tres y cuatro integrantes (42,20% y 46,14%), con 3,30 y 3,19 integrantes promedio, respectivamente. Los hogares menos y más numerosos presentan porcentajes levemente superiores en la primera encuesta (38,00% y 19,80% vs. 37,23% y 16,44%).

En cuanto a la composición etaria, prevalecen los hogares solo con adultos –de 18 años y más– (56,60% y 60,20%), registrando un porcentaje algo mayor aquellos con adultos y adolescentes –de 13 años y más– en la Encuesta de 2014 (11,49% vs. 7,60%) y los compuestos por integrantes de todas las edades en la Encuesta de 2009 (8,60% vs. 6,73%). Un punto a destacar es el elevado porcentaje de no respuesta en la primera encuesta,

sobre todo porque se trata de una pregunta que no es controversial. Tal situación se debe a la forma de indagación implementada, cuestión que fue corregida en el instrumento de captación de datos del año 2014.

Respecto al nivel de ingreso, es posible indicar que predominan los hogares del estrato inferior en la Encuesta de 2009 (42,60% vs. 26,34%) y los del estrato medio en la Encuesta de 2014, aunque con un porcentaje muy cercano al de la Encuesta de 2009 (32,28% vs. 31,00%). Además, en la segunda encuesta, los hogares del estrato superior alcanzan un porcentaje mayor, en comparación con los de la primera encuesta (15,84% vs. 3,80%).

Cabe aclarar que según datos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH/INDEC), el ingreso

total familiar para Mar del Plata fue, en promedio, de \$59.774,52 (IV trimestre 2020) y de \$ 78.399,24 (I trimestre 2021), datos brindados por el Lic. (Dr.) Eugenio Actis Di Pasquale (Director del Grupo de Investigación Estudios del Trabajo, FCEyS-UNMdP). Dada la alta proporción de imprecisión y de no respuesta que registra la pregunta sobre el ingreso en este tipo de encuestas y a que el mismo no es el único, ni parámetro decisivo para evaluar la calidad de vida, resulta adecuado recurrir al barrio de residencia del hogar como variable *proxy*. En promedio, los habitantes de una misma zona presentan un nivel socioeconómico similar (Litonjua *et al.*, 1999; Mtimet *et al.*, 2015).

Conforme al trabajo de Lupín & Rodríguez (2012), se clasificaron los barrios de ambas encuestas en tres niveles, observándose que alrededor del 40,00% de los hogares de la Encuesta de 2009 se ubican en barrios de nivel bajo/medio-bajo y de los hogares de la Encuesta de 2014 en barrios de nivel medio-alto/alto. Siguiendo a De Irala-Estévez *et al.* (2000), al contrastar el “nivel del barrio de residencia” con el “nivel de educación” de los encuestados, la Prueba Chi Cuadrado evidencia asociación estadísticamente significativa (Valor “p” < 0,0001 y 0,0006). De hecho, el 47,53% de los encuestados del año 2009 residentes en barrios de nivel bajo/medio-bajo cuenta con hasta educación elemental (vs. 16,29% en nivel medio-alto/alto) y el 45,93% residente en barrios de nivel medio-alto/alto tiene estudios superiores (vs. 11,89% en nivel bajo/medio-bajo).

Un resultado similar se desprende al analizar la Encuesta de 2014, ya que el 27,21% de aquellos que residen en barrios de nivel bajo/medio-bajo cursó hasta primaria completa (vs. 14,93% en nivel medio-alto/alto) y el 53,73% de los residentes en nivel medio-alto/alto posee estudios superiores (vs. 32,35% en nivel bajo/medio-bajo).

Como los cambios en los patrones de consumo de alimentos requieren un tiempo prolongado, las encuestas que estudian los mismos tienen un período de vida más extenso que las destinadas a otras problemáticas. De todos modos, dado que el último relevamiento data del año 2014 y que la irrupción de la pandemia debida al SARS-CoV-2 ha modificado los hábitos alimentarios de gran parte de la población mundial (Berges *et al.*, 2020; Castagnino *et al.*, 2020a; Eftimov *et al.*, 2020; Gómez-Reyes & Ortiz, 2020; Muñoz Jauregui *et al.*, 2020; Vega, 2020; Acosta, 2021; Arumugam

et al., 2021; Bender *et al.*, 2022), los datos de las encuestas se actualizaron mediante entrevistas.

Las mismas fueron realizadas, de forma individual y virtual, a catorce consumidores de hortalizas, que participan en las decisiones de compra y/o en la preparación de los alimentos de sus hogares, residentes en la ciudad de Mar del Plata, durante el período octubre de 2020 a julio de 2021. Con una visión integral, de comportamiento saludable y ambientalmente responsable, el consumo de hortalizas se aborda desde las siguientes dimensiones de análisis: a) Relación alimentación y hábitos saludables-cuidado de la salud, b) Información sobre la calidad de los alimentos, c) Consumo de hortalizas y d) Preocupación por el ambiente.

Por su parte, los entrevistados fueron seleccionados conforme a un muestreo secuencial conceptualmente conducido (Meneses & Rodríguez Gómez, 2011), que responde a los propósitos del Capítulo y al carácter exploratorio de esta indagación cualitativa, considerando diferentes características demográficas y socioeconómicas a fin de captar heterogeneidad en las preferencias y elecciones de las hortalizas. Posteriormente se presenta la descripción de los entrevistados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Esta sección comprende dos subsecciones: la primera, con los principales resultados de las encuestas relevadas en los años 2009 y 2014 y la segunda, dedicada a las entrevistas realizadas durante el período de octubre de 2020 a julio de 2021. A su vez, la primera subsección, se divide en tres partes referidas a aspectos generales del consumo de hortalizas, información sobre los alimentos, controles de calidad y percepciones de riesgos asociados al consumo de hortalizas. Por su parte, en la segunda subsección, se presentan los resultados correspondientes a las entrevistas siguiendo las dimensiones de análisis comentadas en la sección precedente.

De las encuestas

Aspectos generales del consumo de hortalizas

En ambos relevamientos, se consultó la opinión acerca de la importancia del consumo de hortalizas en la alimentación. De este modo, se solicitó a los encuestados que califiquen su grado

de acuerdo con la afirmación “Comer hortalizas es muy importante para llevar una alimentación balanceada/equilibrada” –escala: 1 (nada de acuerdo) hasta 10 (totalmente de acuerdo)–. Tanto en el año 2009 como en el 2014, la media de la calificación es de aproximadamente 9 puntos, registrándose una variabilidad algo superior en la primera encuesta (15,26% vs. 12,81%). Consecuentemente, cerca del 90,00% de los consumidores de las dos encuestas brinda una calificación perteneciente al rango de 8-10 puntos (Figura 4).

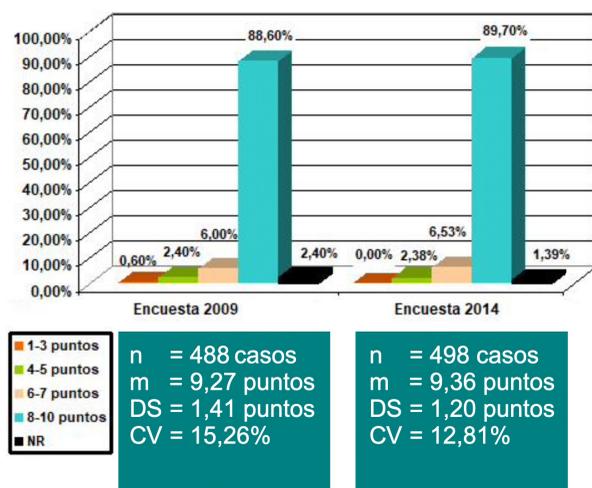


Figura 4. Importancia de las hortalizas en la alimentación – participación relativa de los encuestados por rangos de calificación y medidas estadísticas-. Referencias: n= número de casos, m= media, DS= desvío estándar, CV= Coeficiente de Variación. Fuente: Lupin et al., (2019).

Segmentando las muestras por las variables “género”, “edad” y “nivel de educación”, es posible indicar que, según la Prueba Chi Cuadrado, solo se presenta asociación estadísticamente significativa entre “género” y “rango de calificación” para ambos años (Valor “p” = 0,0736 y 0,0070, respectivamente). De hecho, la mayor calificación media y la menor variabilidad se presentan entre las mujeres: 9,34 puntos y 14,31% y 9,56 puntos y 10,36%. Lo anterior, coincide con lo hallado por Karagianni et al. (op. cit.) y constituye un indicio del rol de la mujer como cuidadora de su hogar, clave en la alimentación familiar.

Con relación a la frecuencia semanal de consumo, en la Encuesta de 2014 se aprecia un mayor consumo pues el 60,18% de los encuestados indica consumir más de seis veces, en cambio, en la Encuesta de 2009 predomina el consumo entre tres a seis veces (48,60%) (Tabla 3). Esto se corresponde con el hecho de que, en el año

2014, la mayoría de los encuestados señala haber aumentado el consumo de hortalizas *mucho más/más* durante los últimos años (52,28%). En este sentido, la Prueba Chi Cuadrado revela la asociación estadísticamente significativa entre “frecuencia semanal de consumo” y “evolución del consumo” (Valor “p” = 0,0011). Por frecuencia de consumo, se observa que aquellos que consumen más semanalmente, son los que más han aumentado su consumo en los últimos años (Figura 5).

Tabla 3. Frecuencia de consumo de hortalizas –participación relativa de los encuestados-. Fuente: Elaboración propia, tomado de las Encuestas de 2009 y 2014.

Frecuencia de consumo	Encuesta 2009	Encuesta 2014
Hasta dos veces por semana	16,80%	13,91%
Tres a seis veces por semana	48,60%	22,58%
Más de seis veces por semana	29,20%	60,18%
No responden	5,40%	0,20%

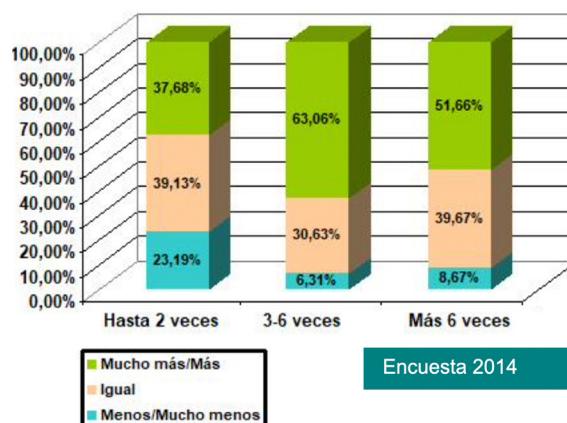


Figura 5. Evolución del consumo de hortalizas en los últimos años –participación relativa de los encuestados por frecuencia semanal de consumo-. Fuente: Elaboración propia, tomado de la Encuesta de 2014.

Respecto a las razones que impulsan el consumo de hortalizas, se cuenta únicamente con los datos de la Encuesta de 2014. Los encuestados mencionan el “cuidado de la salud” (33,07%), “porque les gustan” (21,39%), “para seguir una alimentación balanceada/equilibrada” (11,29%), por la “riqueza nutricional” (9,31%) y por el “sabor” (7,92%).

Por su parte, los datos sobre las principales hortalizas consumidas provienen, también, solo de la misma encuesta. Los consumidores debían

indicar sus tres hortalizas predilectas. Encabeza el listado, el tomate con 313 menciones, le sigue la lechuga con 278 menciones y, en tercer lugar, la zanahoria con 172 menciones. Para el tomate y la lechuga se destacan los atributos de frescura, sabor y color; y para la zanahoria a los tres anteriores, le agregan la riqueza nutricional seguramente por el conocimiento generalizado de su contenido de vitaminas del Grupo B –esenciales para fortalecer el sistema inmunológico– y el β -caroteno –antioxidante natural–.

Ante la pregunta de qué harían si sus hortalizas preferidas se encarecieran demasiado, el 51,03% responde que las reemplazaría por otras de menor precio, el 26,97% consumiría igual cantidad y el 20,95% consumiría menos de las mismas. Pero si fuesen producidas sustentablemente, con garantías al respecto y debidamente identificadas, el 65,98% estaría dispuesto a pagar un adicional en comparación con lo que paga habitualmente.

Para la Encuesta de 2009, la Prueba Chi Cuadrado verifica asociación estadísticamente significativa entre la “frecuencia de consumo de hortalizas”, el “tamaño del hogar” y la “composición netaria del hogar” (Valores “p” = 0,0363 y 0,0098, respectivamente). La mayor frecuencia de consumo –más de seis veces por semana– la registran los hogares integrados por uno o dos miembros (45,89%) y los conformados solo por adultos (67,81%).

Cuando se indaga sobre el principal canal de compra de las hortalizas, la mayor proporción de los encuestados, tanto de la Encuesta de 2009 como de la de 2014, indica la verdulería (72,58% y 75,56%, respectivamente), luego se ubican, aunque con porcentaje bastante inferiores, los hiper/supermercados y la feria comunitaria (Figuras 6 y 7).



Figura 7. Principales canales de compra de las hortalizas: a. Verdulería, b. Hiper/Supermercado, c. Ferias Fuente: Carlos Bouzo; López Camelo (1992).

Información sobre los alimentos y controles de calidad

Tanto en el año 2009 como en el 2014, se indagó acerca de la información que tenían los encuestados sobre la calidad de los alimentos. De esta manera, es posible indicar que de la primera encuesta surge que el 44,80% se informa con *asiduidad* y el 17,40% *a veces*. En cambio, en la segunda encuesta, quienes se informan *siempre/casi siempre* alcanzan el 22,77% y quienes lo hacen *de vez en cuando* el 20,99%.

Respecto a las fuentes de información, dejando de lado la lectura de etiquetas, ya que merece un tratamiento aparte por su relevancia, las principales son: medios de comunicación; Internet;

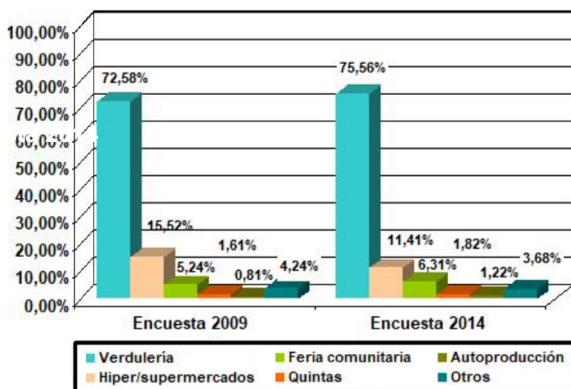


Figura 6. Principal canal de compra de las hortalizas –participación relativa de los encuestados–. Fuente: Elaboración propia, tomado de las Encuestas de 2009 y 2014.

profesionales de la salud, familiares, amigos y compañeros. Un punto vinculado con el anterior es la lectura de las etiquetas de los alimentos porque las mismas siguen cumpliendo un rol fundamental en la comunicación con los consumidores, particularmente en lo relacionado con la salud y nutrición, ya que se trata de atributos de credibilidad (Drichoutis *et al.*, 2006; Jin *et al.*, 2017).

En este sentido, las Encuestas de 2009 y 2014 reportan que la mayoría de los consumidores acostumbra a leer las etiquetas de los alimentos que compra (61,09% y 66,93%). Particularmente, la última encuesta, también, indagó acerca de la información buscada en las mismas, siendo la "fecha de vencimiento" la que despierta más interés (59,01%), seguida por la "composición nutricional" (30,30%) (Figura 8).

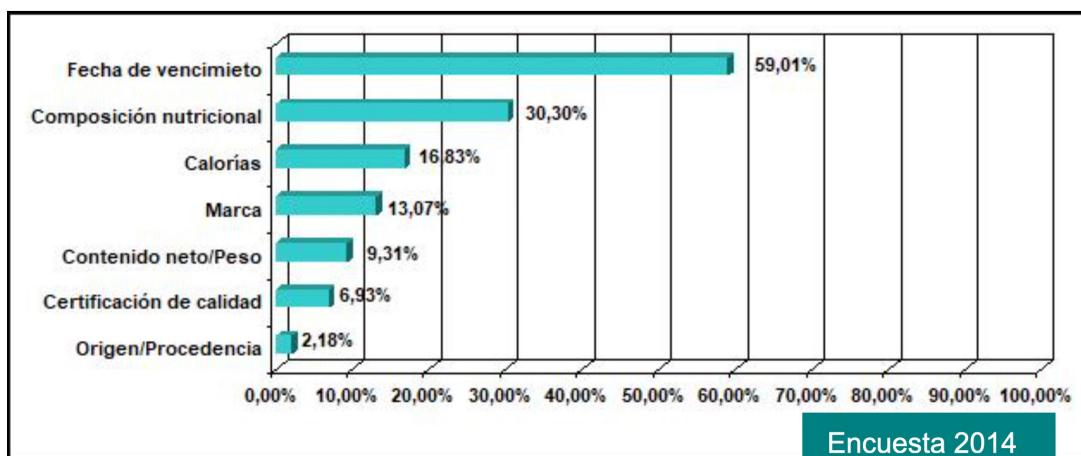


Figura 8. Información buscada en las etiquetas de los alimentos –participación relativa de los encuestados–. Fuente: Elaboración propia, tomado de la Encuesta de 2014.

Asimismo, para la última encuesta, mediante la Prueba Chi Cuadrado, se verifica asociación estadísticamente significativa entre "leer las etiquetas de los alimentos" y "nivel de educación" (Valor "p" = 0,0073). Entre quienes leen las etiquetas, el 46,45% cursó estudios superiores (vs. 34,13% entre quienes no las leen) y el 16,86% tiene solo hasta primaria completa (vs. 26,95% entre quienes no las leen). La vinculación entre "lectura de las etiquetas" y "nivel de educación" no presenta significación estadística en la Encuesta de 2009. Estos resultados son especialmente interesantes pues, según la literatura especializada, la educación está relacionada con la destreza para acceder y procesar la información (De Irala-Estévez *et al.* (op. cit.); Nayga, 1996).

Una cuestión a tener en cuenta es con qué conceptos el consumidor relaciona la calidad. Dado que diversos autores, como Ulloa & Gil

(2008) y Parras Rosa *et al.*, (2011), señalan que los consumidores, generalmente, vinculan "precio" y "calidad de los alimentos", en las encuestas se preguntó al respecto. De esta manera, el 39,80% de los consumidores de la Encuesta de 2009 dijo *realizar tal vinculación*, la mitad que *no* y el resto *no sabe*. La Prueba Chi Cuadrado señala asociación estadísticamente significativa entre "vincular precio y calidad de los alimentos" y "nivel de educación" (Valor "p" < 0,0001). Aquellos que consideran que el precio es un indicador de calidad tienen menor nivel de educación: el 38,19% cuenta con estudios básicos (vs. 24,40% de los que opinan que *no* y 35,71% de los que *no saben*).

En la Encuesta de 2014, se realizó la misma pregunta, pero referida específicamente a la calidad de las

hortalizas. Así, el 15,98% responde que *siempre*, el 44,81% que *a veces* y el 39,00% que *nunca* realizan tal vinculación. La Prueba Chi Cuadrado revela asociación estadísticamente significativa entre "vincular precio y calidad de las hortalizas" y "nivel de educación" (Valor "p" < 0,0001), apreciándose un menor nivel de educación entre aquellos que relacionan *siempre* precio y calidad: el 40,26% posee solo hasta primaria completa (vs. 16,67% de los que *a veces* y 15,96% de los que *nunca*).

Reforzando la indagación, en este relevamiento, se pidió a los consumidores que asociarán "calidad" de un alimento con diversos atributos. De un listado de opciones, los encuestados podían seleccionar varias, siendo las más elegidas "frescura" (52,08%) y "composición nutricional" (44,75%). Por su parte, el "precio" es el de menor porcentaje de elección (Figura 9).

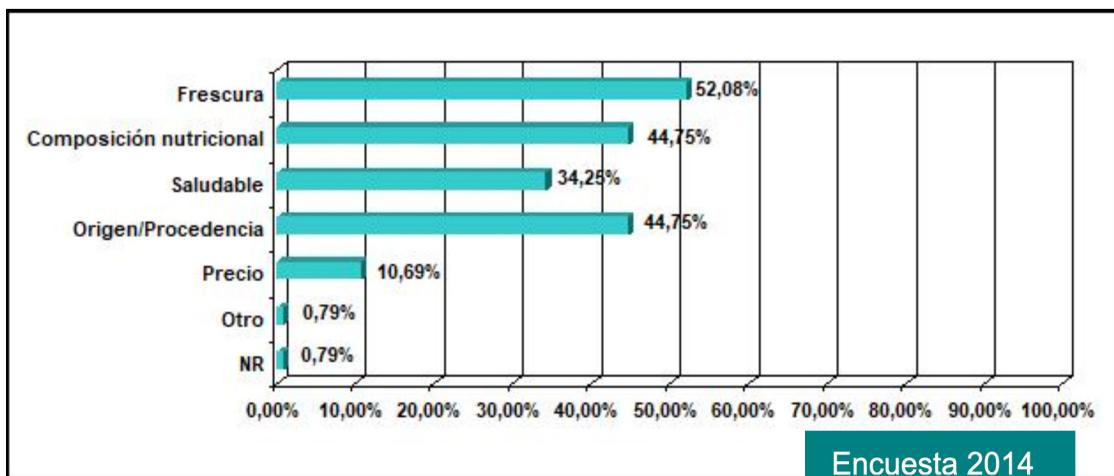


Figura 9. Atributos vinculados a la calidad de un alimento –participación relativa de los encuestados–. Fuente: Elaboración propia, tomado de la Encuesta de 2014.

Finalmente, se presentan resultados relacionados a la confianza de los consumidores en los sistemas de controles de calidad de los alimentos. Para esta cuestión, también, los encuestados debieron calificar su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones: “Los controles de calidad de los alimentos son confiables” y “Los controles de calidad de los alimentos deben estar a cargo del Estado” –escala: 1 (nada de acuerdo) hasta 10 (totalmente de acuerdo)–.

Respecto a la primera, el 34,00% de los encuestados en el año 2009 y el 22,77% de los encuestados en el año 2014 asignan calificaciones entre 8 y 10 puntos. La encuesta de 2009 presenta una media algo superior (6,09 puntos vs. 5,59 puntos), pero mayor Coeficiente de Variabilidad (50,62% vs. 45,59%) (Figura 10).

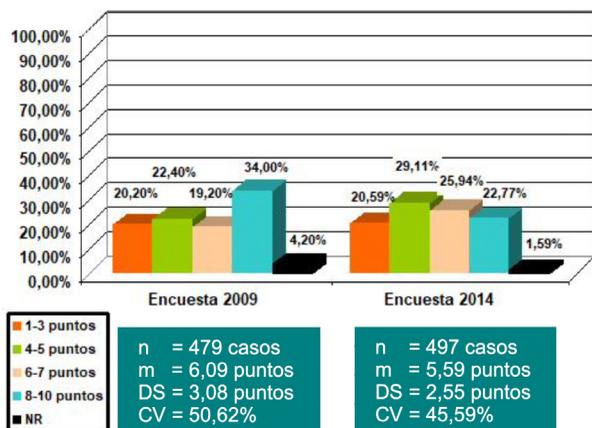


Figura 10. Confianza en los controles de calidad de los alimentos –participación relativa de los encuestados por rangos de calificación y medidas estadísticas–. Fuente: Lupín et al., (2019).

Por su parte, la segunda afirmación fue calificada por el 67,60% y el 63,37% de la muestra total de cada encuesta con 8 y 10 puntos. Si bien la calificación media es similar para ambos relevamientos –cerca a 8,00 puntos–, la del año 2009 registra una variabilidad mucho mayor (40,95% vs. 12,82%) (Figura 11).

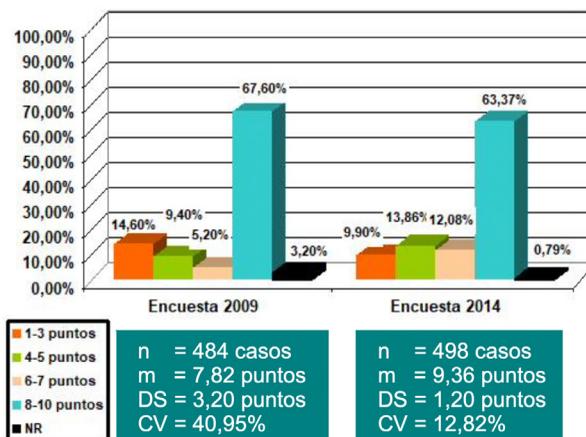


Figura 11. Controles estatales de calidad de los alimentos –participación relativa de los encuestados por rangos de calificación y medidas estadísticas–. Fuente: Lupín et al., (2019).

Si bien los encuestados opinan que los controles no son muy satisfactorios, prefieren que los mismos sean estatales. La Prueba Chi Cuadrado indica asociación estadísticamente significativa entre considerar confiables los controles de calidad de los alimentos y que los mismos se encuentren a cargo del Estado (Valores “p” = 0,0173 y < 0,0001). En este sentido, quienes califican con altos puntajes la confiabilidad de los controles también lo hacen respecto a su condición de estatales (72,35% y 76,25%). A una

conclusión similar, arriban los estudios de Lupín & Rodríguez (2009); Rodríguez (*op. cit.*) y Vellini (*op. cit.*).

Percepciones de riesgos asociados al consumo de hortalizas

Es importante destacar que una proporción no muy elevada de consumidores de ambas encuestas manifiesta su preferencia por alimentos sin residuos de fitosanitarios: 37,00% y 33,86%, respectivamente. Al indagar sobre el conocimiento de alimentos orgánicos, en la Encuesta de 2009 surge que el 37,00% los conoce e identifica mediante el sello correspondiente. La Prueba Chi Cuadrado señala asociación estadísticamente significativa entre “conocer un alimento orgánico” y “nivel de educación” (Valor “p” < 0,0001). Entre quienes saben qué es orgánico, el 50,81% cursó estudios superiores (vs. 18,41% entre quienes no saben), resultado acorde con el obtenido por Probst *et al.*, (*op. cit.*). Del total de conocedores de alimentos orgánicos, el 43,24% los consume; preferentemente hortalizas, siendo las más mencionadas tomate, lechuga, acelga y espinaca.

La Prueba Chi Cuadrado evidencia asociación estadísticamente significativa entre “consumir alimentos orgánicos” y “edad” (Valor “p” = 0,0727). Se trata de consumidores más grandes, ya que el 42,50% presenta entre 35 y 59 años y el 37,50% tiene más de 59 años. Lo anterior, podría relacionarse con una mayor preocupación por la salud a partir de un determinado momento de la vida, dado que el atributo más valorado en los mismos es su condición de alimentos “saludables”.

Por su parte, el relevamiento del año 2014 registra un porcentaje bastante inferior de encuestados que conoce e identifica correctamente a los alimentos orgánicos (11,68%). También, la Prueba Chi Cuadrado revela asociación estadísticamente significativa entre “conocer un alimento orgánico” y “nivel de educación” (Valor “p” < 0,0001). En este sentido, el 67,80% de quienes saben qué es orgánico posee estudios superiores (vs. 38,65% de quienes no saben). Del total de conocedores de alimentos orgánicos, el 48,28% los consume. A diferencia de la otra encuesta, en este caso, la Prueba Chi Cuadrado no arroja resultados significativos entre “consumir alimentos orgánicos” y “edad”.

Seguidamente, se comentan resultados que derivan únicamente de la Encuesta de 2009 referidos a la Producción Integrada, dado el objetivo de la misma (Tabla 1). Solo el 6,40% de los encuestados leyó o escuchó sobre este tipo de producción. Como el cuestionario correspondiente tenía un bloque destinado al Método de Valoración Contingente (MVC) –debido a Hanemann (1984)–, se informó a los participantes acerca del manejo integrado y se les planteó una situación hipotética de compra de papas producidas de dicha manera pues las mismas no se encontraban disponibles en el mercado. Posteriormente, se les preguntó de forma directa sobre su intención de pagar más por estas papas de calidad diferenciada, respondiendo afirmativamente el 78,80%. A su vez, se estimó económicamente, mediante el Modelo Heckit –debido a Heckman (1979)–, cuánto más estaban dispuestos a pagar.

Los resultados generales indican que, en promedio, los participantes están dispuestos a pagar algo menos de \$1,00 adicional por kilogramo de papas integradas, siendo algunos de los factores que más influyen en esta decisión: priorizar el cuidado de la salud al comprar alimentos, conocer los nutrientes que aportan las papas y las variedades de las mismas, tener una menor frecuencia de consumo semanal de papas convencionales y considerar que el precio es un buen indicador de su calidad, *ceteris paribus* (Lupín & Lacaze, 2011; Lacaze, 2014; Rodríguez *et al.*, 2014). Cabe aclarar que, al momento de relevar la Encuesta de 2009, el precio promedio de 1 kg de papas convencionales era de \$1,67. Al año 2021, año corte de este Capítulo, el precio del kilogramo de papas convencionales era de \$35,00, en promedio.

Para estudiar las percepciones de riesgo, a los consumidores de ambos relevamientos se les consultó, separadamente, por residuos de “pesticidas” y “otros fitosanitarios”, pues como lo señalan Underhill & Figueroa (*op. cit.*), los primeros preocupan especialmente. Los encuestados tuvieron que calificar cuán riesgoso para su salud consideraban que eran los residuos de “pesticidas” en las hortalizas –escala: 1 (nada riesgosos) hasta 10 (seriamente riesgosos)–. De esta manera, el 79,60% y el 59,01% de cada muestra total otorgan una calificación entre 8 y 10 puntos. Por su parte, las medias son iguales a 8,66 puntos y a 7,60 puntos, con una mayor variabilidad en el último año. Una cuestión a resaltar del último relevamiento es que, si bien es menor la

proporción de encuestados que califica más alto, presenta porcentajes algo mayores en el resto de los rangos de puntaje (Figura 12).

Considerando la literatura especializada (Nayga, *op.cit.*), las percepciones de riesgo pueden diferir según factores demográficos y socioeconómicos. A continuación, se analizan las muestras segmentadas conforme a algunas de estas variables. Para los dos relevamientos, la Prueba Chi Cuadrado revela asociación estadísticamente significativa entre “género”, “edad” y “educación” de los encuestados y los “rangos de calificación” (Valores “p” = 0,0724; 0,0478 y 0,0045, Encuesta de 2009 y Valores “p” = 0,0441; 0,0102 y 0,0399, Encuesta de 2014). En ambas encuestas, se observa que entre quienes califican con puntajes más elevados su grado de preocupación, predominan las mujeres (81,10% y 59,73%), entre 35 y 59 años (45,41% y 37,92%) y los que tienen estudios superiores (31,15% y 38,52%).

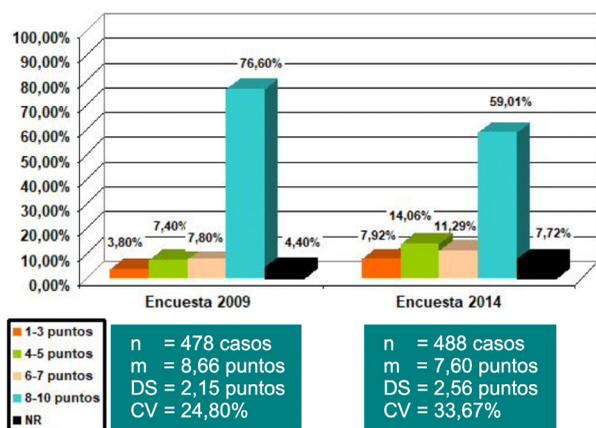


Figura 12. Percepción del riesgo de residuos de pesticidas en las hortalizas –participación relativa de los encuestados-. Fuente: Lupin *et al.*, (2019).

Siguiendo el mismo procedimiento que con residuos de “pesticidas”, los encuestados tuvieron que expresar su opinión respecto al riesgo de residuos de “otros fitosanitarios”. Nuevamente, las mayores proporciones pertenecen a los rangos más altos: 66,80% y 59,21% para las calificaciones entre 8 y 10 puntos. Las calificaciones medias ascienden a 8,13 puntos y a 7,67 puntos, con un Coeficiente de Variación igual a 30,74% y 32,72%. Al igual que lo comentado para residuos de “pesticidas”, la Encuesta de 2014 consigna porcentajes de elección más elevados en las otras categorías de calificación que la Encuesta de 2009 (Figura 13).

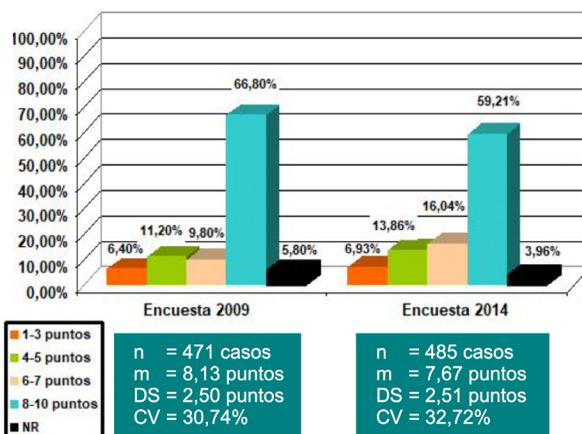


Figura 13. Percepción del riesgo de residuos de otros fitosanitarios en las hortalizas –participación relativa de los encuestados-. Fuente: Lupin *et al.*, (2019).

Las características de los encuestados que brindaron calificaciones entre 8 y 10 puntos, en las dos encuestas, coinciden con lo indicado respecto a residuos de “otros fitosanitarios”. Para la Encuesta de 2009, la Prueba Chi Cuadrado solo señala asociación estadísticamente significativa entre “género” y los “rangos de calificación” (Valor “p” = 0,0248). De esta manera, el 81,24% de aquellos que asignan las calificaciones más elevadas son mujeres.

Adicionalmente, es posible indicar que el rango de edad predominante para las mayores calificaciones es 35-59 años y la educación superior. Considerando la Encuesta de 2014, la Prueba estadística verifica asociación significativa entre “género”, “edad” y “educación” y “rangos de calificación” (Valores “p” = 0,0460; 0,0374 y 0,0088). Entre quienes califican con los puntajes más elevados, prevalecen las mujeres (58,53%), los del rango etario 35-59 años (36,79%) y los que poseen estudios superiores (38,38%).

A continuación, se presentan ciertas cuestiones relacionadas con las anteriores que fueron indagadas únicamente en la Encuesta de 2014. Así, se consultó a los encuestados su opinión sobre la forma de producción de los alimentos. Los mismos tuvieron que calificar su grado de acuerdo con las afirmaciones: “Los alimentos obtenidos mediante un proceso productivo convencional son riesgosos para quienes los consumen” y “Prefiero comer hortalizas que sean producidas con métodos sustentables” –escala: 1 (nada de acuerdo) hasta 10 (totalmente de acuerdo)–. De modo que, para la primera afirmación, si bien el mayor porcentaje de los encuestados brinda una calificación entre 8 y 10 puntos, el

mismo no es tan elevado (33,86%). Lo anterior, es consecuente con una relativa baja calificación media y alta variabilidad (6,26 puntos y 42,25%) (Figura 14).

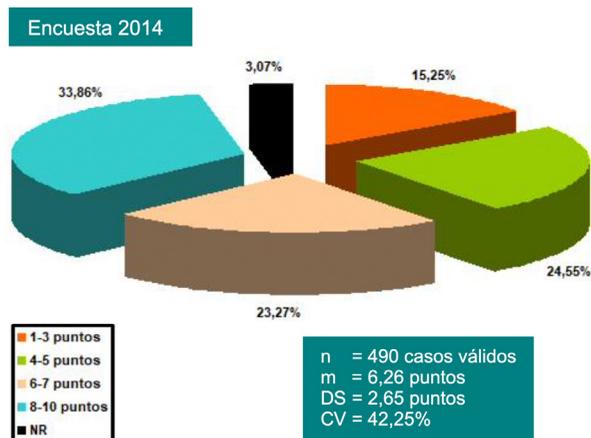


Figura 14. Percepción del riesgo de los alimentos producidos convencionalmente –participación relativa de los encuestados por rangos de calificación y medidas estadísticas–. Fuente: Elaboración propia, tomado de la Encuesta de 2014.

Respecto a la otra afirmación, la proporción de quienes califican con los mayores puntajes es más elevada, ascendiendo al 61,39%. Asimismo, la calificación media es superior y la variabilidad inferior (7,88 puntos y 31,46%) (Figura 15).

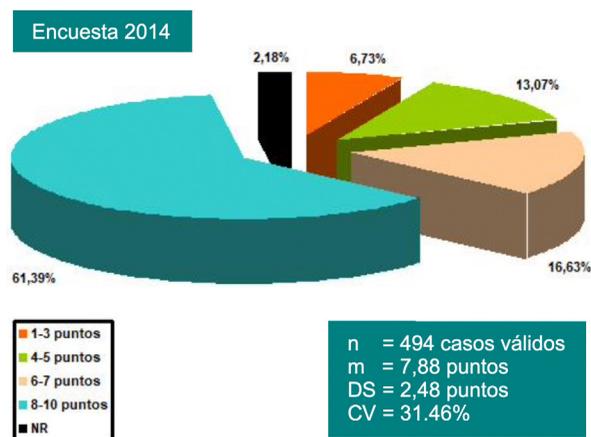


Figura 15. Preferencia por hortalizas producidas sustentablemente –participación relativa de los encuestados por rangos de calificación y medidas estadísticas–. Fuente: Elaboración propia, tomado de la Encuesta de 2014.

La Prueba Chi Cuadrado indica asociación estadísticamente significativa entre los rangos de calificaciones de “riesgo percibido” respecto a las preferencias por “alimentos producidos convencionalmente” y por “hortalizas obtenidas mediante manejo sustentable” (Valor “p” < 0,0001, para cada asociación). Entre quienes consideran muy riesgosos los alimentos convencionales, el

70,76% se inclina por hortalizas producidas con bajo impacto ambiental.

Otro punto indagado fue la confianza que merecen los productores/comerciantes habituales de las hortalizas que consumen los encuestados del año 2014. En tal sentido, es posible indicar que el 72,48% califica a la afirmación “Conocer al productor o al negocio donde habitualmente compro las hortalizas que consumo me genera confianza”, –escala: 1 (nada de acuerdo) hasta 10 (totalmente de acuerdo)–, con una calificación entre 8 y 10 puntos, siendo la media igual a 8,19 puntos y el Coeficiente de Variabilidad igual al 28,88% (Figura 16).

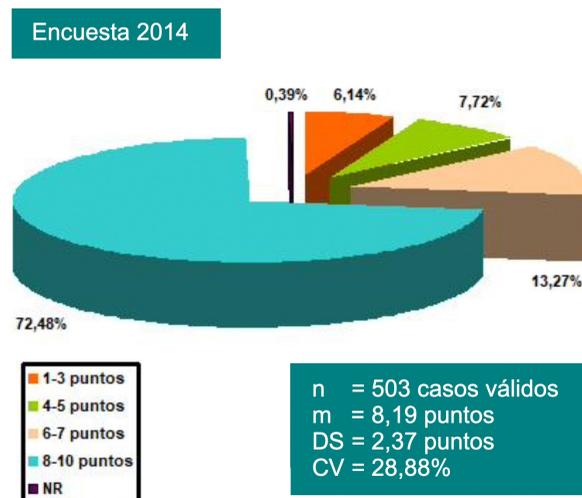


Figura 16. Confianza en el productor o comerciante de hortalizas –participación relativa de los encuestados por rangos de calificación y medidas estadísticas–. Fuente: Elaboración propia, tomado de la Encuesta 2014.

Analizando la relación entre preferir hortalizas producidas sustentablemente y la confianza que merecen los comerciantes/productores habituales, la Prueba Chi Cuadrado señala asociación estadísticamente significativa (Valor “p” 0,0423). De esta manera, es posible indicar que al 75,81% de aquellos que tienen una fuerte preferencia por las hortalizas producidas con bajo impacto ambiental, les genera confianza conocer a los proveedores. Esto podría interpretarse como un atenuante de la asimetría de información existente en la compra de un producto con una fuerte impronta de los atributos “de credibilidad”.

Finalmente, cabe indicar que la Encuesta de 2014 incluía preguntas tendientes a evaluar la relación compromiso ambiental-elección de alimentos saludables. Dichas preguntas, comprendían los

siguientes aspectos: “sensibilidad ambiental”, “preocupación ambiental” y “comportamiento proambiental” (Rodríguez *et al.*, 2015a). Respecto al primer aspecto, se exponen las respuestas a la pregunta sobre qué entiende el consumidor por “sustentabilidad”. Como se puede apreciar en la Figura 17, la mayoría lo relaciona con la “conservación de los recursos naturales” (47,80%). Este resultado, es coincidente con otro relevamiento realizado durante el año 2012 en la ciudad de Mar del Plata, donde se aplicó un *Choice Modelling Experiment* a fin de estimar la disposición a pagar por determinados atributos de una papa producida con menor cantidad de fitosanitarios (Buceta, *op. cit.*).

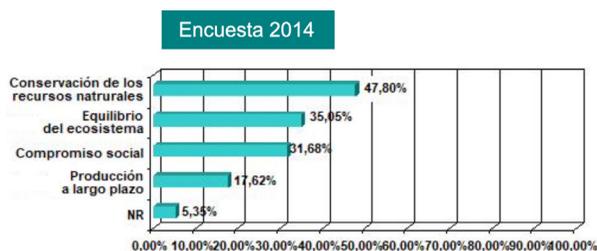


Figura 17. Conceptos vinculados a sustentabilidad –participación relativa de los encuestados-. Fuente: Elaboración propia, tomado de la Encuesta de 2014.

En cuanto al aspecto de “preocupación ambiental”, es posible indicar que a la mayoría de los encuestados les preocupa ciertos desafíos que enfrenta la humanidad como el “mundo en el que vivirán las generaciones futuras” (74,40%) y el “cambio climático” (64,80%) (Rodríguez *et al.*, 2015a).

Por último, con relación al “comportamiento proambiental”, una elevada proporción “usa racionalmente el agua” (70,49%), “emplea lámparas de bajo consumo” (91,88%) y “separa en origen los residuos” –conforme a las disposiciones municipales (mardelplata.gob.ar/ Noticias/separación de residuos)- (66,74%), de forma habitual (Rodríguez *et al.*, 2015a).

De las entrevistas

Esta subsección se encuentra destinada a exponer los resultados derivados de las entrevistas. Primero, se realiza una descripción de los consumidores de hortalizas entrevistados (Tabla 4).

Tabla 4. Caracterización de los entrevistados. Fuente: Elaboración propia, tomado de las Entrevistas 2020-2021.

Entrevistados	Aspectos demográficos y socioeconómicos
E1	Mujer – 57 años de edad – Educación superior completa – Trabaja por cuenta propia – Hogar integrado por tres adultos – Reside en un barrio de nivel medio-alto/alto.
E2	Mujer – 45 años de edad – Educación secundaria incompleta – Trabaja en relación de dependencia – Hogar integrado por dos adultos – Reside en un barrio de nivel bajo/medio-bajo.
E3	Mujer – 39 años de edad – Educación superior completa – Trabaja en relación de dependencia – Hogar integrado por dos adultos y tres niños – Reside en un barrio de nivel medio-alto/alto.
E4	Mujer – 41 años de edad – Educación superior completa – Trabaja en relación de dependencia – Hogar unipersonal – Reside en un barrio de nivel medio.
E5	Mujer – 33 años de edad – Educación secundaria completa – Trabaja por cuenta propia – Hogar integrado por dos adultos – Reside en un barrio de nivel bajo/medio-bajo.
E6	Mujer – 42 años de edad – Educación superior completa – Trabaja en relación de dependencia – Hogar integrado por tres adultos y un niño – Reside en un barrio de nivel medio-alto/alto.
E7	Varón – 79 años de edad – Educación primaria completa – Jubilado – Hogar integrado por dos adultos – Reside en un barrio de nivel medio-alto/alto.
E8	Varón – 51 años de edad – Educación superior completa – Trabaja por cuenta propia – Hogar integrado por dos adultos – Reside en un barrio de nivel bajo/medio-bajo.
E9	Varón – 19 años de edad – Educación superior incompleta – Trabaja por cuenta propia y es estudiante universitario – Hogar integrado por tres adultos y una adolescente – Reside en un barrio de nivel bajo/medio-bajo.
E10	Mujer – 28 años de edad – Educación superior incompleta – Estudiante – Hogar integrado por dos adultos – Reside en un barrio de nivel medio.
E11	Varón – 51 años de edad – Educación superior completa – Trabaja por cuenta propia – Hogar integrado por dos adultos, una adolescente y un niño – Reside en un barrio de nivel medio.
E12	Mujer – 18 años de edad – Educación secundaria incompleta – Estudiante – Hogar integrado por tres adultos y una adolescente – Reside en un barrio de nivel bajo/medio-bajo.
E13	Mujer – 48 años de edad – Educación superior incompleta – Trabaja en relación de dependencia – Hogar integrado por tres adultos y una adolescente – Reside en un barrio de nivel medio alto/alto.
E14	Varón – 28 años de edad – Educación secundaria completa – Trabaja en relación de dependencia – Hogar integrado por tres adultos – Reside en un barrio de nivel medio.

A continuación, se desarrollan los resultados según las distintas dimensiones de análisis:

Relación alimentación y hábitos saludables-cuidado de la salud

Si bien los entrevistados declaran consumir muchas y variadas hortalizas, solo [E12] y [E13] son vegetarianas y [E14] es vegano. A la entrevistada [E4], le gustaría adoptar una alimentación vegetariana o vegana –ya casi no consume carnes rojas, solo cuando visita a su madre– y [E5] se considera flexitariana. Cabe aclarar que, según un estudio a nivel nacional sobre 1.100 casos, el 34,00% de los encuestados adoptó una forma alternativa de alimentación a la convencional: el 3,00% es vegetariano, el 2,00% vegano y el 29,00% flexitariano Bifaretti & Brusca (2020).

Las entrevistadas [E12] y [E13] son ovo-lacto-vegetarianas, vale decir, que consumen huevos, lácteos y hortalizas, pero ningún tipo de carne. La primera expresa su deseo de disminuir el consumo de huevos y lácteos, en tránsito al veganismo. Por su parte, la segunda consume pocos lácteos, solo queso. No tiene intenciones de adoptar una alimentación vegana pues considera que es complicado y que no lo podría sostener en el tiempo.

Con relación a la principal motivación que los impulsó a adoptar su alimentación actual, [E12], [E13] y [E14] coinciden en el amor y el respeto por los animales. Luego de un tiempo de reflexión y de investigación, tomaron la decisión de cambiar la alimentación: [E12] y [E14] hace, aproximadamente, tres años y [E13] durante el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) por la pandemia debida al SARS-CoV-2. En sus hogares, son los únicos no omnívoros, pero tienen amigos, compañeros y familiares vegetarianos y veganos. Su compromiso con la decisión tomada es tal que la alimentación no limita su vida social. Asimismo, la “tentación” por determinados alimentos, sobre todo carnes, no constituye un problema para ellos (Figura 18).

Sumando al resto de los entrevistados [E1 a E11], es posible indicar que, si bien todos manifiestan que su alimentación y la de sus hogares es diversificada, solo cuatro la perciben como saludable [E3, E7, E13, E14] y uno de ellos indica explícitamente que es equilibrada [E11]. También, dos entrevistadas reconocen complementar las



Figura 18. Algunos de los numerosos productos hortícolas que constituyen la elección de consumidores que optaron por una alimentación alternativa a la omnívora. **a.** Berenjena, **b.** Lechuga **c.** Frutilla y **d.** Pepino. Fuente: Federico Miri.

elaboraciones caseras con compras en rotiserías y en lugares de venta de comidas rápidas, dada la falta de tiempo por las múltiples actividades de los miembros del hogar [E1, E6]. Por su parte, [E13] y [E14] prefieren las elaboraciones caseras, evitando consumir alimentos industrializados. El entrevistado [E8] califica a su alimentación como “medianamente saludable”, manifestando su deseo de consumir más hortalizas y tener una alimentación más variada. Asimismo, seis entrevistados diferencian la alimentación entre los miembros del hogar, debido a preferencias y a edades distintas [E1, E2, E6, E7, E9, E13].

Comen –esposo y madre– variado, pero muchos alimentos no son saludables. Mucha fritura. [E1].

Estoy comiendo distinto a mi madre. La alimentación de ella es variada, pero no saludable. [E2].

Mi mamá y una de mis hermanas –adolescente– no comen hortalizas. Mi otra hermana y yo sí, pero, también, comemos hamburguesas, panchos, papas fritas, empanadas, pizzas [E9].

Respecto al cuidado en las comidas, todos los entrevistados a excepción de seis indican hacerlo [E4, E5, E9, E10, E12, E14]. Algunos, para mantener el peso, por voluntad propia y otros por cuestiones relacionadas más directamente con la salud, por recomendación médica.

Estoy comiendo muchas hortalizas porque estoy haciendo una dieta para adelgazar [E2].

Me dio el colesterol alto y la presión alta, estoy medicada ... los análisis me asustaron... No agrego más sal [E6].

Me hago un estudio por año ..., me mantengo en peso desde hace 20 años y, entonces, si me siento bien con esa comida sigo así ... Me cuido para sentirme bien, sal prácticamente no consumo, a la sopa la sazono con levadura virgen y carozo de palta rallado. No uso azúcar blanca común, uso orgánica o edulcorante [E7].

No creemos en las dietas demasiado estrictas porque no se sostienen en el tiempo. Comemos lo más variado y sano posible, con mayoría de hortalizas, sin sal. Tengo una escuela de hábitos adquiridos –antes, trabajaba en un gimnasio-. Los chicos consumen de todo, hasta repollo y brócoli, pero no le podés quitar las salchichas y las pastas porque les encanta. Mi esposa es hipertensa, pero tiene la costumbre, que viene de su familia, de comer sin sal, a mí me gusta con más sabor [E11].

Con diferente frecuencia, todos los entrevistados consumen “hortalizas y frutas” y, la mayoría, “semillas”, “legumbres”, “arroz integral”, “frutos secos”, “aceite de oliva virgen extra” y “cereales”. Por lo general, las semillas son consumidas si se encuentran incorporadas en galletitas, panes o adicionadas a ensaladas y, en el caso de los que consumen lácteos, a yogures. El aceite de oliva virgen extra es empleado para sazonar ensaladas y pastas. También acostumbran a consumir legumbres como hamburguesas. El entrevistado [E11] tuvo que dejar de comer frutos secos, en particular hace referencia a las nueces, por un problema de salud.

Respecto al pescado, de los entrevistados que lo consumen, dos marcan la importancia de contar con una pescadería próxima a sus domicilios. Así, [E3] indica que comenzó a consumir cuando abrió una pescadería cerca de su casa. Caso contrario, es el de [E7] quien mermó el consumo cuando cerró una pescadería próxima. Por su parte, [E11] comenta que programa la compra de pescado, pues considera que de jueves a sábado el producto está más fresco y [E4] que lo consume solo si se trata de sushi.

A excepción de las entrevistadas vegetarianas

[E12 y E13], ninguno de los entrevistados usa abundante sal. La entrevistada [E13] consume sal del Himalaya. Para endulzar las infusiones, los entrevistados emplean edulcorante, miel, stevia, coco, azúcar mascabo, pero, también, suelen consumirlas naturales, sin agregado de endulzantes. Solamente [E9] y [E12] emplean azúcar rubia. Casi todos beben los litros de agua potable/mineral por día recomendada por los especialistas. Tampoco consumen bebidas endulzadas en demasía. A propósito, las entrevistadas con niños y adolescentes indican:

Los fines de semana son “desbande”, tanto en alimentos como en bebidas. Los niños toman leche chocolatada, ahí incorporan azúcar. Toman gaseosas en reuniones sociales. Regulamos, pero no prohibimos [E3].

Al niño, le doy muy poca azúcar, pero si toma leche chocolatada no se la agrego... Antes consumíamos a diario bebidas azucaradas, ahora los fines de semana. Esto lo cambiamos un poco antes del aislamiento. En la semana, tomamos más agua [E6].

En cuanto a suplementos nutritivos, [E3] consume aminoácidos o un batido proteico según la etapa de entrenamiento para correr carreras en que se encuentre. También, por cuestiones deportivas, [E4] ingiere comprimidos de hígado de bacalao para cuidar sus articulaciones, pues está operada de los ligamentos. Por su parte, [E6] ingiere vitamina D, [E12] y [E14], vitamina B12 y [E13], espirulina. Todos estos suplementos fueron recomendados por profesionales de la salud. Los entrevistados, con excepción de [E5], [E8] y [E10], realizan alguna actividad física de forma regular. Adicionalmente, [E13] practica yoga.

Hay una vinculación, haces deporte, reforzás el sistema inmunológico, endorfinas y, así, se contribuye a mejorar la salud en general. A eso, súmale una buena alimentación. Mi marido corre todos los días, yo cinco veces por semana. Durante el aislamiento, los chicos iban todos los días a la plaza en bici [E3].

Durante un año normal, dos o tres veces por semana, iba al gimnasio o caminaba. Ahora casi todos los días camino. Mi marido iba a natación. Mi hijo adolescente arrancaba y dejaba el gimnasio y el más chico practicaba natación dos veces por semana e iba a comenzar fútbol cuando justo

empezó el aislamiento [E6].

Camino tres veces por semana como mínimo, más de veinte cuadras hasta la costa, ida y vuelta. Sino salgo a caminar unas quince cuadras para hacer las compras... En mi casa, hago ejercicios que me enseñó mi hijo. A la mañana, cuando me despierto me estiro y hago otros ejercicios para ponerme en movimiento. Por la noche, se me acalambran las piernas entonces, para subir la escalera, me paro con la punta de los dedos en un escalón y dejo caer la otra pierna y cambio de pie. Además, bailo folklore que ayuda, también, a la mente porque hay que recordar las coreografías [E7].

Si voy al centro camino, dejo el auto lejos. También me gusta salir en bici, pero sin rutina ... En casa, tengo bici fija y mancuernas. Hago flexiones... Hago un circuito programado, pero no regulo días ni horarios fijos [E11].

Solo dos entrevistados fuman [E1, E9]. A [E1] se le hace muy difícil abandonar el hábito, ya que ha intentado dejar en más de una oportunidad. En promedio, estos entrevistados fuman nueve cigarrillos por día. Por otra parte, todos duermen entre seis y ocho horas diarias, con excepción de [E14] que duerme cinco horas y de [E7] y [E12] que duermen de diez a doce horas. En particular, [E13] y [E14] indican que, a pesar de dormir menos de ocho horas diarias, descansan muy bien atribuyéndolo a su alimentación y hábitos saludables. Asimismo, todos se realizan controles médicos anuales o cada dos años.

Hay coincidencia en que existe una relación entre el estilo de vida y el cuidado de la salud. Las entrevistadas vegetarianas y el entrevistado vegano ([E12], [E13], [E14]) coinciden en que el cuidado de la salud requiere de una alimentación diversificada, equilibrada y de hábitos saludables, más allá del tipo específico de alimentación que ellos eligen.

Estoy convencida de la relación. Que no actúe en consecuencia, es otra cosa. Pero estoy convencida [E1].

Creo que hay una relación entre hábitos-salud-fortalecimiento de la inmunidad. Dentro del modo de vida socialmente impuesto, puedes adoptar un estilo de vida que tiene que ver mucho con la salud. Entre los hábitos saludables, incluyo al deporte. A nosotros, el deporte nos marca mucho. Si me

desbando hoy, mañana lo padezco, la pasas mal, no rendís lo que querés [E3].

Me parece que estar sano es estarlo de cuerpo, mente y espíritu. Comer sano te hace pensar sano, sentir sano, enfocar en cosas más naturales y, por ende, tener una vida saludable [E5].

... la alimentación es básica para enfrentar cualquier tipo de enfermedad, pero una buena alimentación ayuda a estar mejor. Para mí, una buena alimentación es básica en todo... totalmente, para la piel, para estar mejor de ánimo, para que los valores de los análisis te den bien. Me estoy dando cuenta ahora, de más grande, ... más este año. Para el cabello, para la vista, para todo [E6].

Si no te cuidas, si no comes bien, no salís a hacer actividad, no salís. También, por la mente, sobre todo a esta edad, los años no vienen solos... [E7].

La relación es directa. Como verás nos interesa (el entrevistado y su grupo familiar) el tema de la alimentación para nosotros es importante, comemos consciente y tratamos de mejorar [E11].

De los entrevistados, siete son las que manifiestan estar más preocupadas por la inocuidad de los alimentos [E4, E5, E6, E10, E11, E13, E14].

... cada vez pienso más. Bastante preocupada, más que nada pensando en mi hijo menor que es chico. Que empiece a alimentarse mejor. Somos lo que comemos [E6].

... es sabido que hay que vigilar la higiene cuando cocinas. No hacer contaminación cruzada: tabla para carne, tabla para hortalizas, lo crudo y lo cocido. Mi esposa me ayuda mucho a ver esas cosas [E11].

Finalizando en este bloque, los entrevistados se refieren a su comportamiento alimentario durante el aislamiento social preventivo y obligatorio. En términos generales, se aprecia una intensificación del consumo de hortalizas. Además, en algunos casos, se observan cambios en la elección de alimentos durante el transcurso del aislamiento. De esta manera, cuando comenzó el mismo, algunos entrevistados se volcaron hacia la preparación y el consumo de alimentos azucarados, ricos en carbohidratos y grasas. Luego, con su extensión, reconfiguraron estas prácticas, asumiendo la necesidad de comenzar o de retomar una alimentación consciente.

Como más fruta [E1].

Dejé el pan y las harinas. Consumo más hortalizas y frutas, yogur, carnes magras al horno [E2].

Tras la pandemia, mejoraron nuestros hábitos. Mi marido se puso las pilas para tratar de bajar de peso. Consultó con una nutricionista y gracias a la pandemia, por tener que hacer teletrabajo y estar en casa, pudo seguir el plan alimentario a rajatabla y organizamos mejor las compras de los alimentos. Esto evitó el picoteo tradicional de comer afuera. Yo me entusiasmé y, entonces, comemos sano los dos –pollo, carne, pescado, arroz, ensaladas–. En realidad, todos comemos lo mismo. Los chicos ya comen vegetales, ensaladas... [E3].

En el contexto del aislamiento, cambié de hábitos. Durante la primera parte, comí muchísimo más pensando que era algo pasajero, por estar aburrida y en casa, muchas harinas y comida procesada. Tampoco hacía ejercicio. Pero me di cuenta de que iba para largo y retomé mi dieta y agregué ejercicios vía plataformas virtuales [E4].

En realidad, siempre me gustaron las hortalizas, pero con el aislamiento consumí mayor cantidad y, además, tuve más tiempo de elegir mis alimentos [E5].

Modifiqué mi alimentación, no totalmente, pero sí... Al principio del aislamiento, empecé haciendo varios postres... ya los eliminé [E6].

No cambié de hábitos durante el aislamiento. Trato de mantener y superar, pero yo venía así. No he cambiado, estoy más asentado... Lo que hay que tratar es de no bajonearse... Me cuido ... [E7].

En mi casa, incorporamos más hortalizas. Iba a una verdulería que vende productos sin agroquímicos [E10].

A su vez, el entrevistado varón más joven [E9] comenta que él desmejoró su alimentación durante el ASPO, sobre todo al comienzo, consumiendo más comida “chatarra” y que lo hacía porque le daba hambre estar todo el día en la casa. Por su parte, [E11] hace mención a una alteración de horarios en las comidas, debido a que en su hogar todos se levantan más tarde y confiaba que esta situación iba a cambiar cuando sus hijos retomen las clases normales y presenciales.

Información sobre la calidad de los alimentos

Consultados sobre si acostumbraban a informarse sobre la calidad de los alimentos, la mayoría de los entrevistados indica que sí. De esta manera, [E3] comenta que viene con una tradición familiar de conocer que ciertos alimentos son beneficiosos, aunque sin saber bien por qué. Con el tiempo, comenzó a consultar con nutricionistas y a interesarse por la medicina ayurveda, informándose sobre las vitaminas y demás nutrientes.

Asimismo, [E6] señala que recién ahora, a una determinada edad, comenzó a informarse. Sin lugar a duda, las redes sociales constituyen una fuente de información a la que acuden usualmente varios de los entrevistados [E3, E4, E5, E6, E8, E11], complementando con preguntas a los profesionales de la salud y con quienes les venden los alimentos.

Las entrevistadas vegetarianas [E12 y E13] y el entrevistado vegano [E14] son guiados por nutricionistas, quienes les brindan recetas y sugerencias. Particularmente, [E13] subraya la importancia de consultar siempre medios oficiales y recomendados por especialistas. Por su parte, [E10] manifiesta que su madre, con quién convive, es la que más se informa de la calidad de los alimentos y [E7] se encuentra muy atento a sus propiedades. Este último, junto con su hijo, se informa por Internet y opina: *A los médicos no les podés preguntar estas cosas, porque te dan remedios y no te dan un remedio sino que te dan tres: uno para curar una cosa, otro para proteger de lo otro y otro para otra cosa. Si tengo picazón de garganta, si me estoy por resfriar, a la noche, me hago gárgaras con bicarbonato de sodio o un té con limón y miel y, al otro día, no tengo nada. No me vacuno contra la gripe, no me resfrío nunca.*

Todos los entrevistados, menos [E7], acostumbran a leer las etiquetas de los alimentos que consumen, aunque con distinto grado de detalle. Principalmente, leen la “fecha de vencimiento” y la “composición nutricional”. La entrevistada [E3] repara en la “procedencia” y el entrevistado [E11] presta atención a ciertas distinciones: *no es lo mismo mineral que mineralizado*. A su vez, la entrevistada [E10] expresa que presta más atención a las etiquetas si compra un alimento nuevo y que dejó de consumir ciertos caldos por el contenido de grasa.

Respecto a la “fecha de vencimiento”, agrega que, si bien, la lee supone que al estar disponible un alimento en la góndola es porque se encuentra apto para el consumo. Por su parte, la entrevistada [E6], preocupada por los resultados de sus análisis clínicos, comenta: *Ahora miro el sodio, carbohidratos, grasas. Si te pones a leer, no comes nada industrializado. Lo ideal sería empezar a reemplazar las latitas de choclo por choclo natural, por ejemplo.*

Consumo de hortalizas

Entre las principales hortalizas que los entrevistados consumen, se encuentran la zanahoria y el zapallo, con once menciones cada una; le siguen, el tomate y la papa, con diez y nueve menciones, respectivamente (Tabla 5). Se observa que varias de las hortalizas mencionadas coinciden con las indicadas como preferidas en la Encuesta de 2014, tal es el caso del tomate, la zanahoria y la lechuga.

Tabla 5. Hortalizas consumidas –ranking según menciones de los entrevistados–. Fuente: Elaboración propia, tomado las Entrevistas 2020-2021.

Orden	Hortalizas	Menciones
1º	Zanahoria – Zapallo (calabaza y anco)	11 cada una
2º	Tomate	10
3º	Papa	9
4º	Lechuga – Zapallito	7 cada una
5º	Cebolla – Choclo – Espinaca – Morrón	6 cada una
6º	Acelga – Berenjena – Brócoli	5 cada una
7º	Batata – Remolacha – Rúcula	4 cada una
8º	Chauchas	3
9º	Repollo – Zucchini	2 cada
10º	Ajo – Apio – Cebolla de verdeo – Coliflor – Perejil – Puerro – Rabanito – Repollito de Bruselas	1 cada una

Por entrevistado, los que más diversifican el consumo de hortalizas son [E10], con catorce menciones y [E3], [E7] y [E11], con doce menciones, cada uno. Solo la entrevistada [E5], aclara que consume hortalizas de estación (Tabla 6).

Tabla 6. Diversidad de hortalizas consumidas –ranking según menciones de los entrevistados–. Fuente: Elaboración propia, tomado de las Entrevistas 2020-2021.

Orden	Entrevistados	Cantidad de hortalizas distintas mencionadas
1º	E10	14
2º	E3 – E7 – E11	12 cada uno
3º	E6	11
4º	E1	10
5º	E12	9
6º	E14	8
7º	E2 – E9	7
8º	E4 – E8 – E13	6 cada uno
9º	E5	4

Con excepción de [E10], [E11], [E12], [E13] y [E14] que indican consumir hortalizas todos los días, el resto de los entrevistados lo hace con una frecuencia semanal de tres a cinco veces promedio. De todos modos, [E8] y [E9] reconocen que deberían consumirlas diariamente.

Los entrevistados señalan la importancia de un consumo consciente, atento a una alimentación sana y nutritiva. En este sentido, [E10] expresa: –el consumo de hortalizas– *es re fundamental. Tiene que haber un balance con el resto de los alimentos porque ser vegetariano o vegano es difícil. Hay que saber qué combinar para no enfermarse. Carnes, hay que consumir. Pescado, hay que consumir.* La mayoría procura diversificar el consumo de hortalizas, incluso combinando diferentes colores, consumiéndolas tanto crudas como cocidas.

Sin embargo, [E6] señala que, en su hogar, se consume con mayor frecuencia las hortalizas cocidas, ya que de esa forma son aceptadas por todos los miembros de la familia, no siendo habitual la variedad de colores. Por ejemplo, sus hijos –un adulto joven y un niño– prefieren la espinaca y acelga en tartas y empanadas, y la cebolla y morrón salteados como parte del relleno. También [E7], se inclina hacia hortalizas cocidas, en sopas, pucheros y complementando carnes. A su vez, [E5] comenta que combina hortalizas con legumbres, pero no sabe si lo hace correctamente por lo que consultará con un nutricionista.

... si no hay hortalizas es como que no hay comida... [E3].

No siempre consumimos hortalizas de distintos

colores. Lo hago para fajitas, por ejemplo, con los tres tipos de morrones [E6].

Catorce hortalizas tenía el puchero que hice ayer. ¿Te las nombro?... Todo eso en la sopa. Es una olla enorme... [E7].

Durante los últimos años, el consumo de hortalizas de los entrevistados creció o se mantuvo igual, remarcando varios de ellos que ahora conocen más y se encuentran mejor informados sobre la problemática de los fitosanitarios. Solo [E9] declara consumir menos, haciendo referencia a que su padre antes tenía verdulería y proveía al hogar de hortalizas y frutas.

Las razones principales que esgrimen para el consumo de hortalizas son porque les gustan y para mantener una alimentación saludable y diversificada. A propósito del consumo de hortalizas, [E5] señala: *Me siento más liviana*. Entre los atributos más valorados se encuentran: "riqueza nutricional", "sabor", "color" y "frescura". Particularmente, [E12] aprecia la "textura", [E13] destaca respecto a la "aparición externa": *cuánto más tierra tenga, mejor* y [E14] manifiesta: *los colores son fascinantes*.

A su vez, dos entrevistadas se refieren al atributo "conveniencia" en el sentido de que, en general, son alimentos prácticos y versátiles [E4, E5]. Por su parte, algunas entrevistadas hacen mención al mayor precio relativo respecto a otros alimentos [E4, E6] y a la disposición de pagar más por hortalizas de muy buena calidad global [E1].

Respecto a los canales en los que los entrevistados compran las hortalizas, todos acuden a la verdulería del barrio en el que residen, aunque algunos de ellos, ocasionalmente, concurren a comercios más alejados en busca de una mejor relación precio-calidad como es el caso de [E5]. La entrevistada [E13], también, visita ferias verdes y compra bolsones con hortalizas obtenidas bajo el enfoque agroecológico a productores que contacta mediante las redes sociales y [E14] concurre a pequeñas quintas, algunas de las cuales le venden dichas hortalizas, aunque señala que le quedan lejos de su casa.

A su vez, la entrevistada [E6] indica que, al comienzo del aislamiento, empezó a comprar hortalizas a un intermediario que, debido a la falta de trabajo, abordó el emprendimiento de armar bolsones y

venderlos bajo la modalidad de *delivery*. Con la flexibilización de las restricciones, esta persona regresó a su actividad habitual por lo que la entrevistada volvió a la verdulería del barrio. Rescata que, mientras recibió el bolsón, organizaba mejor las comidas, priorizando las hortalizas que contenía el mismo. Comenta: *las hortalizas provenían de un campo porque venían con tierra, eran ricas, pero no agroecológicas* y expresa su deseo de contactar a otro proveedor domiciliario.

Los entrevistados [E3] y [E7] valoran poder seleccionar las hortalizas en las verdulerías a las que concurren, eligiendo las frescas, que no estén marchitas ni picadas. Incluso, [E7], sabe el día de la semana en que ingresan las hortalizas al comercio, procurando concurrir dicho día. De igual modo, descarta la compra de bolsones argumentando que debería conformarse con lo que contienen los mismos y la opción de venta domiciliaria no le convence. Esta postura puede estar relacionada con una cuestión generacional, priorizando concurrir casi a diario a un comercio, pudiendo elegir entre las variedades ofrecidas. Por su parte, [E11] compra las hortalizas en la misma verdulería porque los precios son convenientes y por las recomendaciones de los vendedores en cuanto a la frescura de los productos (Figura 19).



Figura 19. Hortalizas producidas bajo el enfoque agroecológico disponibles para el consumidor final marplatense: a., b., c., d. y f. Puesto en la feria verde de la Plaza Dardo Rocha. e. Bolsones. Fuente: Beatriz Lupín, María Victoria Lacaze y María Laura Cendón.

Algunos de los entrevistados, cultivan hortalizas en su casa, complementando las compras que realizan en los comercios. De esta manera, [E7] tiene un huerto, produciendo todo de forma orgánica y [E14] lo armó con semillas proporcionadas por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) de forma gratuita. La entrevistada [E6] comenta que su hijo mayor tenía una huerta, pero que ahora se complica por las mascotas. A ella, le gustaría retomarlo en el futuro. Por su parte, [E10] optó por macetas y un cajón huertero debido, también, a la presencia de mascotas en su hogar. Asimismo, [E5] tiene un huerto, que incluye macetas y un cajón, obsequio de un familiar, en el que sembró repollo, tomates perita y cherry, acelga, aromáticas, frutilla y melón. Expresa: *Conectar con lo que uno come... es gratificante.*

En general, a los entrevistados les genera confianza el vendedor que les provee habitualmente, pues señalan que los orienta adecuadamente en cuanto a la calidad de los productos, destacando la amabilidad de la atención y la limpieza del local. De todos modos, muy pocos entrevistados conocen la procedencia/el origen de las hortalizas que consumen y manifiestan que, en escasas ocasiones y para productos puntuales, son informados por el vendedor. Al respecto, varios de ellos dicen saber o suponer que provienen del mercado central.

Estaría bueno conocer el origen.... A veces, es desagradable lo artificial, por ejemplo, que vienen los tomates... Tendría que organizarme para pedir otros bolsones. Con las manzanas, también, es impresionante la cantidad de cera que tienen [E6].

Me da confianza porque venden mucho, porque elijo yo y porque los precios están bien y podés comprobar el ticket... Antes, teníamos una verdulería de confianza por años y eran amigos, re conocidos, nuestros hijos iban juntos a la escuela. Íbamos siempre ahí, te daban lo mejor, te recomendaban ... [E7].

Durante la entrevista, surge la problemática del empleo de fitosanitarios en la producción de hortalizas. A los entrevistados, con diferente intensidad, les preocupa el tema. La entrevistada [E3] declara desconocer exactamente los riesgos que implica para la salud el consumo de hortalizas convencionales. De todos modos, le gustaría incorporar alimentos orgánicos porque los percibe como más sanos. Sin embargo, manifiesta que eso conllevaría a un cambio de hábito, complejo,

que insume mayor gasto y tiempo. Piensa que es preferible consumir hortalizas, cualquiera sea el método de producción, que no consumir ninguna.

Por su parte, [E4] cree que los riesgos de consumir hortalizas con residuos de fitosanitarios no están determinados con precisión. No obstante, considera que el consumo de alimentos convencionales es perjudicial para la salud a largo plazo, que tiene efectos acumulativos. Sabe que hay ferias que venden hortalizas producidas sin fitosanitarios, pero nunca las ha visitado.

No tenemos tanto conocimiento, pero, ahora, hay más información. Es riesgoso, pero tampoco es que te va a matar. Pero sí, es riesgoso. La realidad es que todo lo que consumimos habitualmente tiene agroquímicos... uno intenta buscar lo menos nocivo [E6].

Yo no tengo conocimiento... A todas las hortalizas, le ponen. Compró las hortalizas bien frescas, las lavo bien, las seco y las pongo en un recipiente en la heladera. No compro si están marchitas.... A veces, me doy cuenta, por ejemplo, en la papa o en la batata, que no le han puesto tanto porque tienen picaduritas, se ve que anduvieron bichitos porque no les han puesto. Es riesgoso, pero no queda otra. Hoy todo tiene, pero yo no tengo otra alternativa. Si tuviera donde ir a comprar algo orgánico, seguro iba. Por eso, yo me hago la huertita, para comer más sano... [E7].

Frente a la posibilidad de pagar más por hortalizas producidas con menor cantidad de fitosanitarios o directamente sin ellos, ocho entrevistados [E1, E2, E5, E8, E9, E10, E13, E14] se manifiestan dispuestos, enfatizando el cuidado de consumidores, trabajadores agrícolas y poblaciones expuestas a pulverizaciones y la preservación del ambiente. Además, otros entrevistados tienen ciertos reparos: [E4] indica que pagaría un precio más elevado porque vive sola, siempre y cuando no signifique un gasto muy superior al acostumbrado.

De manera similar, [E6], cuyo hogar está compuesto por tres integrantes más, dice que pagaría un monto adicional al usual si el mismo no es exorbitante. A su vez, [E7] declara que, si realmente las hortalizas son orgánicas, no tendría problemas en pagar más. También, es de resaltar el caso de otras tres entrevistada. Si bien [E2] y [E12] no se encuentran tan preocupadas por los residuos de fitosanitarios en las hortalizas,

no dudan en señalar que pagarían más por las producidas sustentablemente siempre que el adicional no sea demasiado elevado.

Por su parte, [E3] valora la producción de hortalizas desde un enfoque agroecológico, pero no pagaría un adicional, debido al nivel de gasto en alimentos que su hogar ya tiene. Respecto a la forma de entrega domiciliar de bolsones con hortalizas producidas bajo el enfoque agroecológico, indica que la cantidad que contienen los mismos es escasa para su grupo familiar y que hay que estar pendiente de la llegada del pedido. También, dice que le desagrada tener que lavar más dichas hortalizas y su apariencia externa. A [E1], tampoco, le convencen estos bolsones, pues indica que, si las hortalizas que contienen no se consumen rápidamente, se echan a perder.

Continuando con el tema de las hortalizas producidas con prácticas respetuosas del ambiente, con excepción de [E13], a los entrevistados les generaría confianza el hecho de que contarán con una certificación que garantizara su condición. Respecto a la naturaleza de esta certificación, solo [E11] se inclina por una privada, el resto prefiere que sea otorgada por un organismo estatal – universidades, INTA, Servicio de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENSA)–. De todos modos, algunos de ellos valoran las recomendaciones de referentes en la temática o conocedores:

... en realidad, es más el boca en boca. Por ejemplo, te da confianza si te lo recomiendan ..., pero para el que no sabe, para el que no tiene a nadie. ..., para el que no tiene información, creo que le conviene. Son muchas las personas que conozco que se cuidan más y buscan comprar alimentos más saludables, sobre todo hortalizas y frutas. Tendría que haber más información porque uno en general no conoce la diferencia entre (productos) agroecológicos y orgánicos, por ejemplo. Certificado, todo investigado y consensuado, que lo expliquen, me da confianza. Que sea el INTA o el SENASA. Si no sabés, ..., si está certificado está bueno, que esté investigado y con sello [E6].

Una certificación te trae más tranquilidad, pero si compras esas hortalizas por recomendación, también, sirve... [E7].

Ver para creer. Confío más en alguien que me las recomiende. De todas formas, si hay un sello que sea la universidad [E9].

A su vez, una entrevistada considera que una certificación pública es una forma imparcial de brindar garantías, ya que, de esa manera, la cuestión no recae en confiar en el proveedor [E4]. Otra entrevistada manifiesta sus temores ante un eventual encarecimiento del producto:

Confiaría en alguna certificación, pero la certificación encarece..., pero estaría bueno. Una certificación pública sería en la que confiaría. Igual levanta sospecha, donde empiezan a aparecer organismos que tienen que certificar... [E3]. Y [E11], a pesar de estar, en un principio, de acuerdo con una certificación, aporta: Hay que educar, fomentar, auspiciar e impulsar... hay que dejar que la actividad se desarrolle, si arrancamos con un control de arranque le ponemos palitos en las ruedas ... Tendría que otorgarse beneficios a los que hacen las cosas bien.

En coincidencia con Rodríguez (op. cit.) y Vellini (op. cit.), en el caso de comprar hortalizas producidas sustentablemente y certificadas, la mayoría de los entrevistados se inclina porque las mismas se encuentren envueltas –en bandejas o bolsones–, aclarando que el empaque debería ser reutilizable. De todos modos, para algunos de los entrevistados el empaque no es prioritario. Por ejemplo, [E3], [E10] y [E11] prefieren la presentación “a granel” básicamente porque es mejor apreciar la calidad de las hortalizas y [E7] expresa: *Eso que viene en bandeja no sé... sabiendo que es realmente bueno, que es orgánico, que es recomendable, no me interesa cómo viene presentado. Si viene en paquete, por ahí te da más tranquilidad de que está más protegido ... no sé.*

Solo algunos entrevistados consumen hortalizas producidas mediante manejo orgánico o bajo el enfoque agroecológico, con cierta regularidad. Al respecto, [E5] expresa *no consumo, pero me encantaría.*

Para finalizar esta dimensión de análisis, es posible indicar que la mayoría de los entrevistados no tienen una idea cabal de la importancia del cinturón frutihortícola del Municipio. La mayoría lo asocia con Sierras de los Padres, mencionando, especialmente, el cultivo de frutilla y kiwi. A la entrevistada [E1], no le parece ni más sano ni más seguro consumir hortalizas provenientes de allí y [E3] comenta que ha escuchado los problemas con fitosanitarios que han sucedido en el mismo. Por su parte, [E7] señala *... hay cantidad de quintas, les*

queda el mercado ahí cerca para llevar la producción, pero después el mercado la encarece...

Preocupación por el ambiente

Seguidamente, se desarrolla la última dimensión de análisis de la entrevista. Todos ensayaron, aunque con dudas, una definición de “sustentabilidad”:

Modo de producción que no daña el medio ambiente y saludable para las personas. Da la posibilidad de producir sin desgastar. Rotación y diversidad [E1].

Algo sustentable es algo que se sostiene. Sostener el ritmo de producción sin que el equilibrio ambiental se te venga en contra [E3].

La producción a largo plazo, con compromiso con el medio ambiente [E4].

No sé cómo explicarlo. Que no genere un sistema en contra de las personas y del planeta en general. No contraproducente al planeta y a las personas [E5].

... poder mantenernos con lo que tenemos en la tierra. Con la idea de nosotros, de ingerir alimentos producidos de manera ecológica y sin fumar que afecte la tierra. Que nosotros aprovechemos sin perjudicar las generaciones futuras [E6].

Poder mantenerse bien comprando bien. Subsistir uno mismo bien [E7].

Equilibrio entre la conservación de los recursos naturales y la actividad económica [E8].

Algo relacionado con la conservación de los recursos naturales [E9].

Está relacionado con los recursos renovables, la teoría de la producción a largo plazo y con acciones más amigables con el medio ambiente [E10].

Algo que se sostiene en el tiempo. Que la materia prima o lo que fuere se pueda renovar en el mismo proceso... [E11].

Todo pasa por el ecosistema. Proteger los recursos naturales más que nunca [E13].

Equilibrio del ecosistema, conservación de los recursos naturales, responsabilidad y compromiso social, producción a largo plazo. Proteger al medio ambiente [E14].

Luego, se les consultó acerca de si se encontraban preocupados por el “cambio climático”, la “salud de los trabajadores y de las poblaciones expuestas a pulverizaciones”, la “pérdida y desperdicio de alimentos” y el “bienestar animal”. Todos manifestaron, aunque con diferente grado, su preocupación sobre dichas problemáticas. Así, [E1] declara que se siente más comprometida en esta etapa de su vida, más sensibilizada y que si bien actúa con más conciencia ambiental tiene que trabajar más al respecto. En tanto, [E3] confiesa que le preocupan –pero que no se ocupa– que las formas de producción y consumo perjudiquen el sostenimiento del ambiente. Reconoce pequeñas iniciativas de su parte como, por ejemplo, dejar de comprar viandas envueltas en plástico. Por su parte, [E10] comenta el aumento de la temperatura en la ciudad –antes no era necesario el uso de aire acondicionado– y en el mar, producto del cambio climático.

Sí, totalmente preocupada. Pensando en nuestros hijos y en las generaciones que vienen. Es muy terrible que no haya conciencia. Uno trata de hacer algo, un granito de arena, hay muchas incongruencias que son malísimas. Estamos inmersos en un sistema terrible que nos da angustia. Tala de árboles... No sé hasta dónde somos conscientes de no consumir tanto, de que no te dan la bolsa en el supermercado ... Ya desde el jardín de infantes, los chicos están más concientizados. La isla de basura del Pacífico, del tamaño de Japón, flotando en el mar, desechos que no son reciclables... [E6].

Desde luego, muy preocupado porque están destruyendo todo, porque nos estamos quedando sin pajaritos. Está lleno de chimangos y eso se relaciona con los agroquímicos que están echando por todos lados. El “cambio climático” se asocia mucho a las barbaridades que hace el hombre, la destrucción de bosques ... es una injusticia con los animales, cómo los hacen sufrir para sacarle todo el provecho. Yo vivía en el campo y veía lo sano, lo bueno... Ahora son fábricas, no hay nada natural. Respecto a las fumigaciones, un peligro cuantas enfermedades, cuantas pestes se agarran con esas fumigaciones. Es un peligro, es una pena ... no sé si ahora estará cambiando lo de fumigaciones [E7].

Como no estar preocupado... Yo trato de cuidar las abejas y los insectos y planto lavandas porque quedan lindas y porque les gustan a las abejas me hace feliz convivir con una naturaleza que se

mantiene y que comparte ciclos conmigo y que podemos disfrutar todos... [E11].

Por último, los entrevistados se refieren a las prácticas proambientales llevadas a cabo en sus hogares. Casi todos, “cuidan el agua”, “separan residuos hogareños” y “reciclan y reutilizan”. En este último caso, indican los nuevos destinos que les dan a los frascos de mermeladas-dulces y a las botellas de plástico, transformándolas en ecobotellas. Asimismo, varios realizan o se encuentran averiguando respecto al compost, aunque, también, señalan el precio elevado de las composteras hogareñas que se ofrecen en el mercado.

CONSIDERACIONES FINALES

En general, los consumidores son conscientes de la importancia de las hortalizas en la alimentación a fin de gozar de una vida plena y saludable, valorando su riqueza nutricional. No obstante, se aprecia una brecha con el accionar concreto. Si bien la proporción de encuestados que consume hortalizas más de seis veces por semana es notablemente superior en el año 2014 que en el año 2009, el porcentaje de aquellos que consumen menos no es despreciable. Asimismo, la mayoría de los entrevistados durante el período de octubre de 2020 a julio de 2021 no consume hortalizas todos los días. Lo anterior, se corresponde con los resultados de la ENFR (INDEC, *op. cit.*) y de otros relevamientos como los conducidos por Bellacomo *et al.*, (2020a; 2020b), Castagnino *et al.*, (2020a) en el país y por Vellini (*op. cit.*) en la ciudad de Mar del Plata, indicando la necesidad de implementar estrategias que promuevan la recomendación de la OMS acerca de la ingesta sana de hortalizas y frutas.

Cabe destacar que, durante el ASPO, al igual que en otros trabajos para la ciudad de Mar del Plata (Berges *et al.*, 2020) y para el país (Bellacomo *et al.*, 2020a, 2020b; Castagnino *et al.*, 2020a; Soteras Da Silva, 2020), se registró un aumento en el consumo de hortalizas.

Con relación a los fitosanitarios, la mayoría de los encuestados y de los entrevistados los perciben riesgosos para la salud. Para ambas encuestas, la preocupación por la producción convencional es más robusta si se trata de hortalizas que de otros alimentos. Este resultado se podría atribuir al conocimiento generado a partir de manifestaciones de vecinos ambientalistas y del

tratamiento normativo en el Partido de General Pueyrredón (PGP), del que Mar del Plata es ciudad cabecera, sobre el empleo de fitosanitarios en la producción hortícola a partir del año 2000 (Molpeceres *et al.*, 2017).

Los encuestados del año 2014 están dispuestos a pagar un adicional por sus hortalizas predilectas si fueran producidas con menor o nula cantidad de fitosanitarios, si se encuentran identificadas correctamente y si hay garantías de su diferenciación. Además, a la mayoría de ellos les genera confianza conocer al productor y/o comerciante de las hortalizas que consumen habitualmente, valorando un vínculo fundado en la comunicación transparente que asegure una alimentación saludable y de calidad.

Por su parte, casi la totalidad de los entrevistados prefiere que las hortalizas producidas sustentablemente cuenten con una certificación de naturaleza pública, que garantice la forma de producción, coincidiendo con resultados derivados de las Encuestas de 2009 y 2014 y con los obtenidos por Lupín & Rodríguez (*op. cit.*), Rodríguez (*op. cit.*) y Vellini (*op. cit.*). Paralelamente, algunos entrevistados, también, señalan que la recomendación por parte de expertos o conocedores del tema les generaría confianza, relativizando el rol de las certificaciones para comunicar atributos de credibilidad –como los relacionados con producciones de bajo impacto ambiental–. Los entrevistados están dispuestos a pagar un adicional por dichas hortalizas siempre y cuando no se trate de una suma excesiva.

Adicionalmente, con una visión integral de la problemática bajo estudio, es posible indicar que, tanto en la Encuesta de 2014 como en las entrevistas, se aprecia preocupación por la cuestión ambiental, como así también la realización asidua de ciertas prácticas proambientales –separación de los residuos en origen, cuidado del agua, etc.–.

La información proporcionada en este Capítulo implica un avance en el estudio de las preferencias y elecciones de los consumidores finales, que puede servir de orientación para la toma de decisiones respecto a la producción y comercialización de hortalizas, la prevención en materia de salud y la gestión ambiental. Asimismo, adquiere relevancia, dado que en el Partido de General Pueyrredón se encuentra uno de los cinturones fruti-hortícolas más importantes del país, siendo objeto de

controversias y regulaciones acerca del empleo de fitosanitarios desde principios de este milenio.

Finalmente, en este Capítulo fueron abordados las preferencias de hortalizas actuales por parte de los consumidores, la frecuencia de su consumo y opciones de aprovisionamiento de las mismas. Un aspecto de gran importancia que fue tratado aquí también se refiere a los atributos que en especial, son valorados como importantes por los consumidores.

AGRADECIMIENTOS

Se agradece al Fotógrafo Profesional y Comunicador de INTA EEA-Balcarce Federico Miri por su gentileza y gran predisposición en aportar fotografías para enriquecer este Capítulo. Este capítulo se enmarca en el Proyecto “Enfoque transdisciplinar para el estudio socioeconómico, sanitario y ambiental del cinturón frutihortícola de General Pueyrredon y aportes para la generación de herramientas de gestión pública y privada para el desarrollo sustentable” (UNMdP, RR N° 3.502/2020, convocatoria PI3cET 2019), bajo la dirección de M. Victoria Lacaze, la coordinación de los relevamientos a los consumidores urbanos de Beatriz Lupín y la participación de María Laura Cendón. Proyecto “Canales cortos de comercialización: construcción de redes para el desarrollo local” (FONCyT, ANPCyT, PICT 2019-785), bajo la dirección de María Laura Cendón y la participación de M. Victoria Lacaze como integrante del grupo responsable.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, O. (2021). El consumo global post pandemia. *The Food Tech Magazine*, XXVII(01), 12-13.
- Adasme-Berríos, C., Sánchez, M., Jara-Rojas, R., Engler, A., Rodríguez, M., & Mora, M. (2015). Who are the potential consumers of organic fruits and vegetables in Central Chile? A CHAID approach. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza. Argentina*, 47(1), 193-208.
- Adasme-Berríos, C., Sánchez, M., Mora, M., Díaz, J., Schnettler, B., & Lobos, G. (2019). The gender role on moderator effect of food safety label between perceived quality and risk on fresh vegetables.
- Akgüngör, S., Miran, B., & Abay, C. (1999). Consumer willingness to pay for reduced pesticide residues in tomatoes: the Turkish case.
- Antle, J. M. (1999). The new economics of agriculture. *American Journal of Agricultural Economics*, 81(5), 993-1010.
- Arumugam, S., Özkan, B., Jayaraman, A., & Mockaisamy, P. (2021). Impacts of COVID-19 pandemic on global agriculture, livelihoods and food systems. *Journal of Agricultural Sciences*, 27(3), 239-246.
- Barreiro Fernández, J. M. B., Cabarcos, M. Á. L., Pérez, F. L., & Sanmartín, E. R. (2002). Análisis de las dimensiones cognoscitiva y afectiva del comportamiento ecológico del consumidor. *Revista galega de economía*, 11(2), 0.
- Barrientos, M. A., Carrizo, L., Ferrer, G., Francavilla, G., Coseano, M., Rojas, M., ... & Varela, F. (2019). Promoción del paradigma agroecológico. Favoreciendo la transición hacia la producción, comercialización y consumo de alimentos sanos en córdoba.
- Bellacomo, C., Berriolo, J., Caracotche, V., Castagnino, A. M., Cendón, M. L., Díaz, K. E., González Ferrín, M. S., Martinoia, G., Mairosser, A., Rogers, W. J., Villagra C., & Zazzeta, M. (Ex aequo). (2020a). Panorama de las producciones vegetales intensivas de alimentos saludables- "Proalim Km 0", en tiempos de pandemia por la Covid-19-Parte 1. Predisposición de los consumidores de hortalizas, frutas y aromáticas medicinales a su producción, agroindustria y consumo. *Horticultura argentina*, 39(100), 285-356.
- Bellacomo, M. C., Berriolo, M. J., Caracotche, M. V., Castagnino, A. M., Cendon, M. L., Diaz, K. E., ... & Zazzetta, M. L. (2020b). *Panorama de las producciones vegetales intensivas de alimentos saludables- "Proalim Km 0", en tiempos de pandemia por la Covid-19-Parte 2 Preferencias de la producción, agroindustria, comercialización y consumo de diversidad de hortalizas*. Asociación Argentina de Horticultura.
- Bender, K. E., Badiger, A., Roe, B. E., Shu, Y., & Qi, D. (2022). Consumer behavior during the COVID-19 pandemic: An analysis of food purchasing and management behaviors in US households through the lens of food system resilience. *Socio-Economic Planning Sciences*, 82, 101107.
- Berges, M., Lupín, B., Rodríguez, J. A., Ariza, M., Mujica, G., Roldán, C., ... & Agullo, A. (2020). Tendencias del consumo de alimentos durante la pandemia en el Municipio de General Pueyrredón. In *Jornadas INVESTIGAR UNMDP-2020*.
- Bifaretti, A., & Brusca, E. (2020). *Argentinos en cuarentena, ¿qué está pasando con la compra el consumo de carnes?* Departamento de Promoción Interna-Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA). http://www.ipcva.com.ar/documentos/2132_1588264843_informeipcvaargentosencuarentena27deabril.pdf

- Boccaletti, S., & Nardella, M. (2000). Consumer willingness to pay for pesticide-free fresh fruit and vegetables in Italy. *The International Food and Agribusiness Management Review*, 3(3), 297-310.
- Brunsnø, K., Fjord, T. A., & Grunert, K. G. (2002). Consumers' food choice and quality perception.
- Buceta, W. (2018). *Caracterización de potenciales consumidores de una papa fresca producida con bajo impacto ambiental. Un estudio para Mar del Plata (Argentina), año 2012* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Mar del Plata).
- Castagnino, A. M., Castro, M., Díaz, K. E., Bazán, P., Marina, J. A., Echeverría, M. S., ... & Miranda Lasprilla, D. (2020a). Realidad latinoamericana de la producción y consumo de hortalizas 2020, en tiempos del Covid-19.
- Castagnino, A. M., Marín Castro, M. A., Bazán, P., Díaz, K. E., Marina, J. A., Echeverría, S., Galizio, R., Martinoia, G. I., Rogers, W. J., Díaz, H., Reina, R., Rubel, I., & Miranda Lasprilla, D. (Ex aequo). (2020b). Realidad latinoamericana de la producción y consumo de hortalizas 2020, en tiempos del Covid-19. *Horticultura argentina*, 39(100), 149-188.
- Caswell, J. A., Noelke, C. M., & Mojduszka, E. M. (2002). Unifying two frameworks for analyzing quality and quality assurance for food products. In *Global food trade and consumer demand for quality* (pp. 43-61). Boston, MA: Springer US.
- Cendón, M. L., & Lacaze, M. V. (2021). Canales cortos de comercialización: construcción de redes para el desarrollo local. In *52 Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria*.
- Cendón, M. L., & Viteri, M. L. (2020). Intermediarios comerciales, tiendas sanas y TIC en el fortalecimiento de las redes de comercialización de frutas y hortalizas agroecológicas en el Sudeste de Buenos Aires (Argentina). (Taller N°4, Sesión N° 4). *Foro Origen, Diversidad y Territorios. Le Campus, Écosite du Val de Drôme*. Eure-Francia.
- Cendón, M. L., Bisso Castro, V., Kemelmajer, Y., & Galeotti, P. (2021). La intermediación solidaria en el abastecimiento de verduras agroecológicas en el contexto del Covid-19. *Revista Brasileira de Agroecologia, [S.l.]*, 15(4), 153-166.
- De Irala-Estevez, D., Groth, M., Johansson, L., Oltersdorf, U., Prättälä, R., & Martínez-González, M. A. (2000). A systematic review of socio-economic differences in food habits in Europe: consumption of fruit and vegetables. *European journal of clinical nutrition*, 54(9), 706-714.
- Drichoutis, A. C., Lazaridis, P., & Nayga Jr, R. M. (2006). Consumers' use of nutritional labels: a review of research studies and issues. *Academy of marketing science review*, 2006, 1.
- Eftimov, T., Popovski, G., Petković, M., Seljak, B. K., & Kocev, D. (2020). COVID-19 pandemic changes the food consumption patterns. *Trends in food science & technology*, 104, 268-272.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Dryden.
- FAO. (2019). Inocuidad alimentaria. <http://www.fao.org/food-safety/es/>
- FAO, OMS, ODS. (2019). *Inocuidad de alimentos, un asunto de todos. Guía mundial de la inocuidad de alimentos 2019*. <http://www.fao.org/3/ca4449es/ca4449es.pdf>
- FAO. (2020). Frutas y verduras-esenciales en tu dieta. Año Internacional de las Frutas y Verduras, 2021. (Documento de Antecedentes). FAO. Roma-Italia. <https://doi.org/10.4060/cb2395es>

- FAO, 2021. Año Internacional de las Frutas y Verduras. <https://www.fao.org/fruits-vegetables2021/es/#:~:text=La%20Asamblea%20General%20de%20las,Sostenible%20de%20las%20Naciones%20Unidas.&text=%C3%9Anase%20a%20nosotros%20en%20la,Internacional%20o%20de%20la%20FAO>.
- Fernández Loureiro de Pérez, E. (2000). Estadística no paramétrica. *A modo de introducción*, Buenos Aires, Ediciones Cooperativas.
- Fu, T. T., Liu, J. T., & Hammitt, J. K. (1999). Consumer willingness to pay for low-pesticide fresh produce in Taiwan. *Journal of Agricultural Economics*, 50(2), 220-233.
- Fundación Dieta Mediterránea. (2021). ¿Qué es la Dieta Mediterránea? <https://dietamediterranea.com/>
- Gómez-Reyes, E., & Ortiz, V. (2020). Covid-19 impactará la forma de ver y comer los alimentos. *É Alimentación*, XXVI(6), 60-61.
- Grebitus, C., Yue, C., Bruhn, M., & Jensen, H. H. (2007). What Affects Consumption Patterns of Organic and Conventional Products?
- Grunert, K. G. (2005). Food quality and safety: consumer perception and demand. *European review of agricultural economics*, 32(3), 369-391.
- Haghiri, M., Hobbs, J. E., & McNamara, M. L. (2009). Assessing consumer preferences for organically grown fresh fruit and vegetables in Eastern New Brunswick. *International Food and Agribusiness Management Review*, 12(4), 1-20.
- Hanemann, W. M. (1984). Welfare evaluations in contingent valuation experiments with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics* 66:332-341.
- Hayati, B., Haghjou, M., & Pishbahar, E. (2017). Effecting factors on consumers' willingness to pay a premium for pesticide-free fruit and vegetables in Iran. *MOJ Food Process Technol*, 4(5), 137-145.
- Heckman, J. J. (1979). Sample selection bias as a specification error. *Econometrica* 47(1):153-161.
- INDEC. (2019). 4° Encuesta Nacional de Factores de Riesgo. Resultados definitivos. INDEC, Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación. CABA-Argentina. https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/publicaciones/enfr_2018_resultados_definitivos.pdf
- Issanchou, S. (1996). Consumer expectations and perceptions of meat and meat product quality. *Meat science*, 43, 5-19.
- Jin, S., Zhang, Y., & Yu, X. (2017). Amount of information and consumers' willingness to pay for food traceability in China. *Food Control*, 77, 163-170.
- Karagianni, P., Tsakiridou, E., Tsakiridou, H., & Mattas, K. (2003, July). Consumer perceptions about fruit and vegetable quality attributes: Evidence from a Greek survey. In *International Conference on Quality in Chains. An Integrated View on Fruit and Vegetable Quality* 604 (pp. 345-352).
- Kuhar, A., & Juvancic, L. (2010). Determinants of purchasing behaviour for organic and integrated fruits and vegetables in Slovenia. *Agricultural Economics Review*, 11(2), 70-83.
- Lacaze, M. V. (2014). Valoración contingente de hortalizas frescas obtenidas bajo manejo integrado de plagas: El caso de la papa (patata) en Argentina. *ITEA-Información Técnica Económica Agraria*, 110(1), 102-118.

- Lancaster, K. J. (1966). A new approach to consumer theory. *Journal of political economy*, 74(2), 132-157.
- Litonjua, A. A., Carey, V. J., Weiss, S. T., & Gold, D. R. (1999). Race, socioeconomic factors, and area of residence are associated with asthma prevalence. *Pediatric pulmonology*, 28(6), 394-401.
- López Camelo, A. F. (1992). Principios básicos de la postcosecha de frutas y hortalizas con especial énfasis en ajo, cebolla y tomate. En: Producción, Postcosecha, Procesamiento y Comercialización de Ajo, Cebolla y Tomate. FAO.
- Lupín, B., & Lacaze, M. V. (2011). *Detección de variables que influyen en la disposición a pagar por papas frescas integradas* (No. 1469). Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Documentación.
- Lupín, B., & Rodríguez, E. M. M. (2009). El consumo de hortalizas orgánicas: atributos valorados de calidad. *FACES*, 15(32-33), 25-47.
- Lupín, B., & Rodríguez, E. M. M. (2012). Quality attributes and socio-demographic factors affecting channel choices. In *28 Conference of the International Association of Agricultural Economists*.
- Lupín, B., Minich, L., Rodríguez, J. A., Franco, N. G., Brillanti, C., & Pérez Guerra, J. J. J. (2019). Consumo de verduras frescas en Mar del Plata, Argentina. Percepciones y regulación. In *XI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos*.
- Martínez, A. M., Velarde, I., & Fasulo, S. (2020). Consumo de hortalizas en transición agroecológica en circuitos cortos de comercialización de ciudad de La Plata, Argentina: Elecciones alimentarias en construcción. *Revista Americana de Emprendedorismo e Inovação*, 2(1), 384-394.
- Meneses, J., & Rodríguez-Gómez, D. (2011). El cuestionario y la entrevista.
- Ministerio de Salud-Argentina. (2020). *Manual para la aplicación de las Guías Alimentarias para la Población Argentina*. https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-08/guias-alimentarias-para-la-poblacion-argentina_manual-de-aplicacion_0.pdf
- Molpeceres, M. C., Ceverio, R., & Brieva, S. (2017). Regulaciones y prácticas: controversias en torno al uso de agroquímicos en el cinturón hortícola marplatense. *Redes. Revista de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología*, 23(44), 103-131.
- Moser, R., Raffaelli, R., & Thilmany, D. D. (2011). Consumer preferences for fruit and vegetables with credence-based attributes: A review. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2), 121-142.
- Mtimet, N., Walke, M., Baker, D., Lindahl, J., Hartmann, M., & Grace, D. (2015). Kenyan awareness of aflatoxin: An analysis of processed milk consumers.
- Muñoz Jáuregui, A. M., Gómez Mendoza, J., Conchay, F. I., Barriga Rodríguez, D., Portugal Melgar, A., & Baquerizo Sedano, L. (2020). *Nutrición e inmunidad*. Luciana de la Fuente de Diez Canseco (Ed. General). Fondo Editorial. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima-Perú.
- Nayga Jr, R. M. (1996). Sociodemographic influences on consumer concern for food safety: the case of irradiation, antibiotics, hormones, and pesticides. *Review of Agricultural Economics*, 467-475.
- Niyaz, Ö. C., & Demirbaş, N. (2018). Food safety perceptions of fresh fruits and vegetables consumers. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 15(2), 36-44.

- OMS. (2018). Alimentación sana. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
- OMS. (2019). Inocuidad de los alimentos. https://www.who.int/topics/food_safety/es/
- ONU. (2021). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Parras Rosa, M. (2002). El comportamiento del consumidor y la demanda de aceites vegetales en España: oliva virgen vs oliva/girasol. *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 192, 161-193.
- Probst, L., Aigelsperger, L., & Hauser, M. (2010). Consumer attitudes towards vegetable attributes: potential buyers of pesticide-free vegetables in Accra and Kumasi, Ghana. *Ecology of food and nutrition*, 49(3), 228-245.
- Rodríguez, J. (2018). *Valoración de los atributos de una papa diferenciada: aplicación del Método Subasta Experimental* (Doctoral dissertation, Master's Thesis). FCA-UNMDP, Mar del Plata-Argentina).
- Rodríguez, E. M., Lupín, B., & Lacaze, M. V. (2012). Factors affecting the frequency of fresh potatoes' purchasing: an urban study case in Argentina. *Economía Agro-Alimentare*, 14(2), 139-152.
- Rodríguez, E. M. M., Lupín, B., & Lacaze, M. V. (2014). Identificación de potenciales consumidores de papa fresca producida con bajo impacto ambiental. *FACES*, 20(42-43), 51-79.
- Rodríguez, E. M. M., Lupín, B., Alfonso, N. M., Bertoni, M., Gualdoni, P., Pagani, A. N., ... & Alzola, A. (2015a). Aportes para el análisis de actividades productivas y del nivel de bienestar de la población del Partido de General Pueyrredón. Análisis de la evolución del consumo de alimentos de las familias del Partido de Gral. Pueyrredón.
- Rodríguez, E. M. M., Lupín, B., & González, J. (2015b). Willingness to pay for a differentiated potato applying a choice modelling experiment by socioeconomic levels of Argentinean consumers. In *29 International Conference of Agricultural Economists*.
- Steenkamp, J. B. E. (1990). Conceptual model of the quality perception process. *Journal of Business research*, 21(4), 309-333.
- Soteras Da Silva, M. L. (2020). El 83,5% de los hogares modificó la forma de comprar alimentos durante la pandemia. *Télam*. <https://www.telam.com.ar/notas/202007/491145-el-835-de-los-hogares-modifico-la-forma-de-comprar-alimentos-durante-la-pandemia.html>
- Soto Zapata, M., Magaña Magaña, E., Licón Trillo, L. P., Kiessling Davison, C. M., & Saenz Solis, J. I. (2014). Estudio de mercado sobre la venta y consumo de hortalizas orgánicas en ciudad Delicias, Chihuahua. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 35(2014), 1035-1042.
- Ulloa, R., & Gil Roig, J. M. (2008). Valor de mercado y disposición a pagar por la marca "Ternasco de Aragón". *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*.
- Underhill, S. E., & Figueroa, E. E. (1996). Consumer preferences for non-conventionally grown produce. *Journal of Food Distribution Research*, 27(2), 1-11.
- Vega, G. (2020). El consumo después del Covid-19. *É Alimentación*, XXVI(10), 66-67.
- Vellini, N. A. (2017). *Aceptación de un sello de calidad para verduras frescas por parte de los consumidores del Partido de General Pueyrredón*. (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Mar del Plata).