

RESUMEN

El objetivo de la presente tesis fue indagar en los hábitos de consumo de vegetales mínimamente procesados (VMP) en la ciudad de Mar del Plata. En particular, se buscó identificar los principales productos frutihortícolas mínimamente procesados (VMP) ofrecidos en el mercado y evaluar las preferencias y motivaciones de los consumidores frente a ellos.

La metodología de la investigación constó de dos etapas: un relevamiento en 12 verdulerías y 8 supermercados para identificar la oferta de VMP, y la aplicación de 169 encuestas en línea, con preguntas abiertas y cerradas, destinadas a indagar sobre los hábitos de consumo, la frecuencia de compra, las motivaciones y las percepciones de la población respecto a este tipo de alimentos.

Los resultados mostraron que la oferta de VMP varía según el canal de comercialización. Los supermercados ofrecen VMP de elaboración propia o de proveedores externos que cumplen con la normativa del Código Alimentario Argentino y se mantienen refrigerados. En las verdulerías la situación es más heterogénea: en el 75 % de los establecimientos los productos estaban refrigerados, en este canal los productos de proveedores externos cumplen con la normativa, pero los de elaboración propia no alcanzan los estándares de calidad de cuarta gama. Esto podría tener un impacto sobre la inocuidad de los alimentos y la percepción del consumidor.

En cuanto al consumo, el 44,4 % de los encuestados declaró incluir VMP en su dieta, mientras que el 55,6 % no los consume. Entre los consumidores, predominan personas de entre 25 y 49 años, con nivel educativo superior e ingresos medios a altos. La frecuencia de consumo fue baja: la mayoría los utiliza una vez por semana o menos, como complemento ocasional y no como parte central de la dieta. Las motivaciones más mencionadas fueron la practicidad, la percepción de salud y la posibilidad de incorporar más vegetales en poco tiempo.

Por otro lado, entre los no consumidores, las principales razones fueron la preferencia por preparar vegetales frescos, la desconfianza en la calidad de los productos (especialmente en aquellos sin etiquetado o refrigeración adecuada), y la preocupación por el exceso de envases plásticos. En menor medida, se mencionó el precio como barrera.

Las conclusiones del estudio señalan que, aunque existe un segmento de la población que valora los VMP por su conveniencia y beneficios nutricionales, su consumo aún no está generalizado. La preferencia por vegetales frescos y las dudas sobre la inocuidad y el impacto ambiental limitan su incorporación. El trabajo evidencia la necesidad de mejorar la calidad, el etiquetado, la trazabilidad y las presentaciones de estos productos, así como de promover estrategias de educación alimentaria y políticas públicas que impulsen un mayor consumo en línea con las recomendaciones nutricionales nacionales e internacionales.

Palabras clave: Hábitos de consumo, vegetales, cuarta gama, relevamiento, Sudeste de la provincia de Buenos Aires