

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



Nulan

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

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

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/1069/>

Factores que condicionan la elección de compra de alimentos frescos orgánicos: El caso del pollo¹

Victoria Lacaze²

Introducción

Desde fines del siglo XX, la demanda de alimentos diferenciados por calidad y precio ha experimentado una fuerte expansión, la que es explicada por la creciente preocupación de los consumidores acerca de la calidad de los alimentos que adquieren. De esta forma, son los atributos presentes en dichos productos los factores que condicionan tanto las elecciones de compra como la disposición a pagar por esos alimentos.

Este trabajo constituye una investigación de carácter exploratorio, siendo sus objetivos detectar los atributos de calidad determinantes en la elección de un producto orgánico e indagar la medida en que los mismos condicionan la disposición a pagar por dicho producto.

La investigación se realizó en base a una degustación comparativa de dos variedades de carne de pollo.

Marco teórico

La Teoría Económica del Consumidor de Lancaster (1966) postula que los consumidores obtienen utilidad a partir de los atributos y de las características de los productos y, por lo tanto, asume que la relación entre los bienes y sus atributos es objetiva. La explicación de los cambios en las decisiones de compra se analiza desde la comprensión de las reacciones de los consumidores respecto a los diferenciales de calidad percibidos entre productos ya disponibles en los mercados y de reciente aparición.

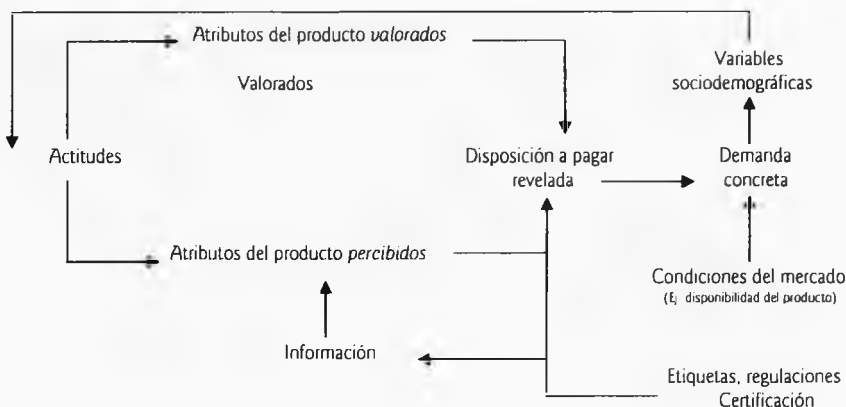
¹ Este capítulo fue elaborado en base al trabajo presentado en la XXXIV Reunión de la Asociación Argentina de Economía Agraria, Argentina, Octubre 2003. Sus resultados fueron incluidos en el trabajo presentado en el 15th Organic World Congress of the International Federation of Organic Movements (IFOAM), Adelaida, Australia, Septiembre 2005.

² Becaria de Investigación, categoría Estudiante Avanzado (2002-2003). Beca otorgada por la Universidad Nacional de Mar del Plata y desarrollada bajo la dirección de la Lic. Elsa Rodríguez.

El mercado de alimentos orgánicos

La elección del consumidor es un proceso donde el individuo forma expectativas sobre la calidad del bien (Grunert, 2001) en el que juegan un rol central la educación del consumidor y la información que disponga sobre el producto, cuya interacción permite comprender la manera en que procesa dicha información. Las percepciones que el consumidor se forme respecto de la calidad del producto definirán su intención de adquirirlo. (Caswell, 2001; Verdurme *et al*, 2001) Por ello cobran notable importancia los factores asociados a la comunicación, las características objetivas del producto y el proceso productivo. Vinculada a la comunicación, se halla el concepto de conciencia del consumidor sobre la seguridad alimentaria, dado que habitualmente los consumidores emplean información referida al cuidado de la salud al definir sus decisiones de consumo, factor que incide sobre la disposición a pagar por determinados productos. (Henson, 2001; Unnevehr *et al*, 2000)

Esquema I. Atributos de calidad y disposición a pagar



Fuente: Lacaze, MV. & Rodríguez, E. (2003)

El modelo de degustación de alimentos concebido a partir del concepto de evaluación sensorial mide las preferencias y la aceptabilidad del producto por parte del consumidor, teniendo en cuenta los atributos que pueden ser captados a través de los sentidos. (Bognar, 2003) En este contexto, la calidad de un alimento puede ser definida como el grado de excelencia que éste posee; involucra ciertos rasgos distintivos o características del alimento -como su sabor, aspecto, textura, composición nutricional y bacteriológica- y está estrechamente vinculada con la aceptabilidad que tenga. La calidad percibida se encuentra relacionada con un amplio conjunto de factores, como *el tiempo* dispuesto para degustar un determinado alimento; *la concentración* de la sustancia responsable del sabor; *la tempe-*

ratura, que afecta los sabores, la volatilidad de las sustancias vinculadas al aroma y la receptividad de las glándulas gustativas; la intensidad *del color*; y, además, factores de tipo psicológico. La medición de la calidad de un alimento constituye una compleja tarea, dada la subjetividad presente -e imposible de aislar- en las opiniones que los consumidores realizan al adquirir cierto producto. Por tal motivo en la evaluación de la calidad de los alimentos deben intervenir métodos sensoriales -los que resultan imprescindibles en el desarrollo de nuevos productos- y objetivos -importantes en los controles de calidad de rutina-. (Vaclavik, 1999).

Materiales y métodos³

En la presente investigación se aplicó una combinación de metodologías; el análisis sensorial en la degustación comparativa de carne de pollo y la economía experimental -específicamente, el método de valuación contingente- para el análisis de la aceptación que un consumidor tiene por un alimento y sus efectivas decisiones de compra.

Dos paneles de consumidores -divididos según fueran consumidores/conocedores de alimentos orgánicos o no conocedores; de ambos sexos y diferentes edades y niveles socioeconómicos- degustaron dos variedades de pollo: la variedad Campero y la de Granja.⁴ Seguidamente evaluaron para ambas variedades un conjunto de atributos: olor, color, ternera, jugosidad y sabor. Finalmente respondieron un breve cuestionario orientado a indagar sus preferencias de consumo entre ambas variedades de pollo y su disposición a pagar por la variedad Campero. Con los datos obtenidos y a fin de captar las diferencias sensoriales observadas se realizó un conjunto de test estadísticos, como los de Chi-Cuadrado de Pearson y las Pruebas de Medias.

La muestra seleccionada en este experimento piloto fue conformada por un total de 21 personas adultas. El panel 1 quedó conformado por 11 consumidores/conocedores de alimentos orgánicos y el panel 2, por 10 no conocedores de esta clase de alimentos.⁵

Principales resultados obtenidos

Para los panelistas intervinientes en el experimento, el perfil sociodemográfico promedio es el siguiente:

³ La realización del experimento de degustación comparativa que se describe en este apartado contó con el asesoramiento del Ing. Carlos del Valle, Director de la Carrera Ingeniería en Alimentos de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Mar del Plata, a quien se agradece su valiosa colaboración.

⁴ El pollo Campero constituye una variedad criada bajo el Protocolo de Calidad establecido en la Estación Experimental Pergamino del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), el que ha sido diseñado con el propósito de generar un producto natural y próximo a la variedad de pollo Ecológico en términos de las líneas que conforman el proceso productivo y la calidad bromatológica del producto final.

⁵ Cabe destacar que para la realización del presente estudio los integrantes del panel 1 (consumidores/conocedores) se autodefinieron como tales puesto que previamente habían declarado consumir algún alimento orgánico en forma habitual.

El mercado de alimentos orgánicos

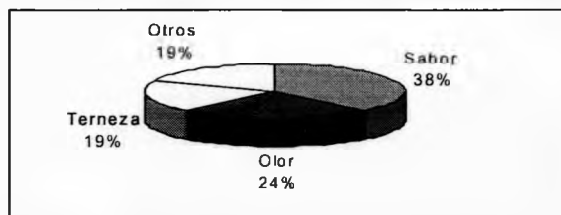
- Miembro de un hogar tipo (3-4 personas).
- Ingresos mensuales del hogar entre \$500 y \$1500.
- Mujer de entre 41 y 65 años de edad.
- Nivel educativo superior: terciario (57%) o universitario (14%).

Luego de la degustación, los panelistas debían revelar la variedad de pollo degustada que preferían. El análisis sensorial develó que el sabor y el olor fueron los atributos destacados como los motivos principales que definieron las elecciones a favor de una de las variedades degustadas. La carne de la variedad de Granja fue percibida como más blanda y menos consistente; en tanto que la de la variedad Campero, más firme y fibrosa.

Entre los consumidores-conocedores de alimentos orgánicos (panel 1), quienes prefirieron la carne de la variedad Campero manifestaron que tanto el olor (calificado como desagradable) así como la acuosidad de la carne de la variedad de Granja les produjeron rechazo. En tanto que quienes prefirieron la variedad de Granja manifestaron que su sabor y terneza fueron los determinantes de la elección.

Los panelistas no conocedores (panel 2) que optaron por la variedad Campero, calificaron como gelatinosa a la carne de la variedad de Granja. Los que prefirieron esta última variedad concordaron en que la carne de la variedad Campero resultó ser más fibrosa y menos tierna.

Gráfico 1. Preferencias entre ambas variedades degustadas. Motivos de elección



N = 21 (ambos paneles)

Fuente: Lacaze, MV. & Rodríguez, E. (2005)

Es indudable que todas estas preferencias están condicionadas tanto por los gustos de los participantes así como por el grado de familiaridad percibida en una u otra variedad.

El análisis de los datos sugiere que las elecciones de los participantes no estuvieron asociadas a los paneles en los cuales intervinieron; es decir, no fueron condicionadas por el grado de conocimiento previo sobre la existencia de alimentos orgánicos y/o su consumo.

Únicamente la evaluación sensorial subjetiva fue la responsable de las elecciones de los consumidores, más allá del grado de información, conocimiento y las convicciones referidas a los alimentos orgánicos que tuvieran. No obstante, es posible afirmar que en las decisiones reales de compra inciden efectivamente la información, la educación y el nivel de ingresos de los participantes de ambos paneles, los que finalmente consumen productos considerados mejores o de mayor calidad por sus características nutricionales -caso de los participantes del panel 1- o productos con una amplia disponibilidad en el mercado y más accesibles en términos de precios -en el caso de los participantes del panel 2-.

Cuadro 1. Preferencias entre ambas variedades degustadas. Motivos de elección

PANEL 1 – Consumidores de alimentos orgánicos	
Muestra degustada preferida / motivo principal	Muestra descartada / motivo
Pollo orgánico / Sabor	Pollo convencional / Olor, contenido de agua
Pollo convencional / Sabor	Pollo orgánico / Mayor fibrosidad

PANEL 2 – No Conocedores de alimentos orgánicos	
Muestra degustada preferida / motivo principal	Muestra descartada / motivo
Pollo orgánico / Sabor	Pollo convencional / Falta de consistencia
Pollo convencional / Terneza	Pollo orgánico / Mayor fibrosidad y menor terneza

Fuente: Lacaze, MV. & Rodríguez, E. (2004)

En función de los resultados obtenidos en este experimento, la variedad Campero presenta un alto potencial de compra entre los participantes de ambos paneles, ya que todos los consumidores manifestaron un notable grado de desconfianza respecto del proceso productivo y de disconformidad con la calidad de las variedades de pollo convencional comercializadas en el mercado local. La carne de pollo es asociada a carne con un alto contenido de aditivos y hormonas. Por otra parte, los participantes del panel 1 manifestaron que su consumo de pollo Campero es prácticamente nulo debido a la no disponibilidad del producto en el mercado marplatense.

La indagación de la disposición a pagar por kg de pollo de la variedad Campero asciende, para el promedio de todos los panelistas, a un 140% respecto del precio por kg. de la variedad de Granja.⁶ Aún los panelistas de menores ingre-

*El dato de precio fue proporcionado por el encuestador y la pregunta realizada, aplicando la metodología de valuación contingente, es: «Sabiedo que el precio por kg. de pollo variedad de Granja es \$xx, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por un kg. de la variedad Campero?».La disposición a pagar, en el panel de consumidores de alimentos orgánicos, resultó ser levemente superior al promedio.

El mercado de alimentos orgánicos

sos relativos manifestaron esta disposición de pagos y aseveraron estar dispuestos a reducir la frecuencia de compra y así poder acceder a un producto de mejor calidad y más sano. Por lo que esta menor capacidad de compra relativa no constituiría un impedimento para adquirir este alimento de mayor precio.

La falta de información respecto del sistema de producción orgánica quedó evidenciada entre los panelistas no conocedores (panel 2), particularmente en el desconocimiento de la existencia de los sistemas de certificación y del rol que cumple el sello certificador en la identificación de estos productos.

Consideraciones finales

Los métodos de economía experimental empleados en el presente trabajo constituyen una contribución novedosa a la aplicación empírica de esta metodología, la que presenta una escasa utilización en los estudios de consumo realizados en nuestro país. Dado que estos resultados tienen carácter exploratorio, para realizar predicciones rigurosas sobre el comportamiento de la demanda de estos nuevos productos resulta necesario repetir esta prueba de laboratorio ampliando el tamaño de la muestra.

Estos resultados, aunque preliminares, muestran la importancia de los atributos de calidad en las decisiones de compra de los productos orgánicos. Una mayor difusión de los mismos contribuiría a incentivar la producción y el consumo de estos nuevos productos.

Referencias

Bognar, K. (2003) «Modelling the taste of food. Tasting by computer.» <http://www.google.com>

Caswell, J. (2001) «Food safety and U.S. consumer.» 71st EAAE Seminar 'The Food Consumer in the Early 21st Century', April 19-20, Zaragoza, Spain.

Grunert, K. (2001) «Current issues in the analysis of consumer choice.» The Aarhus School of Business, Denmark.

Henson S. (2001) «Food safety and the european consumer.» 71st EAAE Seminar 'The Food Consumer in the Early 21st Century', April 19-20, Zaragoza, Spain.

Lacaze MV. & Rodríguez E. (2004) «El rol de la degustación y la información en la elección de los alimentos orgánicos.» *Revista Nexos*, Universidad Nacional de Mar del Plata, Año 11, N° 18, julio de 2004.

Lacaze MV. & Rodríguez E. (2003) «La incidencia de los atributos de calidad en el consumo de alimentos orgánicos: el caso del pollo orgánico.» *Anales de la XXXIV Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria*, Rio Cuarto, Córdoba, Argentina, octubre de 2003.

Lancaster K. (1966) «A new approach to consumer theory.» *Journal of Political Economy* 74 (April): 132-57.

Rodríguez E. & Lacaze MV. (2005) «Consumer preferences for organic food in argentina.» *Handbook of the 15th Organic World Congress* of the International Federation of Organic Agricultural Movements (IFOAM), September 20-23, Adelaide, South Australia, Australia.

Unnevehr L. & Villamil A. (2000) «Demand for the long term health benefits of food: how does information change valuation?» *Food Demand, Nutrition and Consumer Behavior* 1998 Meeting and Workshop, October 22-28, St. Louis, Missouri, U.S.A.

Verdume A. & Gellynck X. (2001) «Consumer´s acceptability of gm food.» 71st EAAE Seminar 'The Food Consumer in the Early 21st Century', April 19-20, Zaragoza, Spain. www.graniamacovo.com.ar