

Grupo de Investigación Economía Agraria

Informe Actividad
“Valoración del kiwi producido en el Sudeste de la
Provincia de Buenos Aires”



Directora:
Lic. (Dra.) Miriam Berges

Equipo de trabajo:
Lic. Beatriz Lupín
CP (Mg.) Julieta Rodríguez
Lic. (Mg.) Lucía Echeverría
Lic. Mariano Ariza
Sr. Luciano Menéndez
Srta. Camila Roldán
Sr. Juan José Jesús Pérez Guerra
Srta. Carla Brillanti
Srta. Delfina Lobbosco

Julio 2019

Introducción

Los días 11 y 12 de julio del presente año la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Mar del Plata llevó a cabo el Encuentro “Ciencia y mar” en el Museo MAR de la Ciudad. Bajo el tema convocante “El futuro es ciencia”, el propósito del Encuentro fue acercar el trabajo de los investigadores de la Universidad Nacional de Mar del Plata a la comunidad. De este modo, aproximadamente 3.000 personas, de las cuales una gran proporción eran estudiantes de distintos colegios secundarios, participaron de 40 mesas experimentales, 30 charlas cortas y 20 disertaciones especiales desarrolladas por investigadores de todas las unidades académicas. Asimismo, se presentaron contenidos de divulgación científica y cultural del Canal Universidad -Televisión Digital Abierta TDA (Canal 28), Cablevisión Digital (Canal 34), canal.mdp.edu.ar, plataforma internacional Dailymotion-, una muestra fotográfica con expresiones artística captadas mediante microscopios electrónicos y una gala a cargo del Cuarteto de Cuerdas y el Coro de la Universidad.



Imágenes del Encuentro de la Universidad Nacional de Mar del Plata en el Museo MAR

Explicación de la experiencia desarrollada

En este contexto, se realizó la mesa experimental “Valoración del kiwi producido en el Sudeste de la Provincia de Buenos Aires”. La misma tuvo carácter exploratorio y constituye una prueba piloto de algunas de las actividades del Proyecto “Agregando valor a la producción de kiwi del Sudeste de la Provincia de Buenos Aires: análisis de calidad, comercialización y consumo”, Programa Universidades Agregando Valor, Secretaría de Políticas Universitarias-Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación, Convocatoria 2018, bajo la dirección de la Lic. (Dra.) Miriam Berges (FCEyS-UNMDP). Particularmente, la experiencia pertenece al Módulo “Comercialización y consumo” de dicho Proyecto, el que se encuentra coordinado por la Lic. Beatriz Lupín (FCEyS-UNMDP).



Equipo de trabajo que llevó a cabo la actividad en el Museo MAR

El objetivo de la actividad fue analizar la variación de la valoración del kiwi producido en la Región por parte de los participantes a medida que los mismos recibían información. A tal fin, los participantes mediante una propuesta con matices lúdicos debían responder una encuesta que contenía preguntas referidas a cuánto estaban dispuestos a pagar por kiwis de distinto origen -Sudeste Bonaerense y Chile- frente a diferentes estímulos. También se les preguntaba la edad y el nivel educativo. La experiencia tuvo una duración de 40 minutos aproximadamente y participaron 34 asistentes, en su mayoría adolescentes.



Escenario de la actividad

Primero se les explicó a los participantes la dinámica de la actividad. Luego, se les indicó cómo acceder al formulario de encuesta a través de un Código QR que remitía al formulario localizado en Google Drive¹.



Inicio de la actividad

En la Ronda 1, los participantes debieron evaluar el producto por simple observación pues se les presentaron los kiwis, en dos bandejas, sólo identificados por las letras “A” y “B”. Así, se les consultó cuánto estaban dispuestos a pagar por 1 kg de cada uno, debiendo elegir entre un rango de precios que iba dese \$ 40 hasta \$ 80 el kg².



Ronda 1

¹A aquellos participantes que tuvieron inconvenientes por esta vía, se les suministró el formulario en papel.

²El rango de precios fue definido conforme los precios relevados en las verdulerías de la Ciudad.

Por su parte, en la Ronda 2, los kiwis fueron presentados con información acerca del origen geográfico de los mismos. Nuevamente, se les solicitó a los participantes que indicaran cuánto estaban dispuestos a pagar por 1 kg de cada uno de ellos, considerando el mismo rango de precios.



Ronda 2

Para la tercera y última Ronda se dividió a los participantes en dos grupos. A un grupo, se le proporcionó información sobre el aporte de la producción de kiwi a la economía de la Región y sus perspectivas de crecimiento. Por su parte, al otro grupo se le brindó información acerca de la calidad nutricional del kiwi y los beneficios que para la salud implica su consumo y de las condiciones agroecológicas regionales que favorecen su producción. Una vez más se les solicitó a los participantes que indicarán cuánto estaban dispuestos a pagar por 1 kg de kiwi bonaerense y por 1 kg de kiwi chileno, tomando el mismo rango de precios.

A fines de la década de 1990, comenzó un proceso de expansión de la producción nacional de kiwi centrado, principalmente, en los Partidos del Sudeste de la Provincia de Buenos Aires: General Pueyrredon, General Alvarado, Mar Chiquita y Balcarce.

En la actualidad:

- la Región es responsable del 50% del kiwi producido en el país (4.000 tn)
- su producción abarca más de 400 ha
- contribuye a generar más empleo en la zona:
 - »por los requerimientos de mano de obra artesanal de su cultivo
 - y
 - »porque dinamiza y promueve otras actividades productivas -empaque, refrigeración, transporte, comercialización-
- como la demanda nacional supera la producción del país, en el mercado interno se comercializan kiwis importados de Chile y de Italia
- la actividad en la Región tiene buenas perspectivas de crecimiento:
 - »sustituyendo kiwis importados por kiwis regionales de excelente calidad
 - y
 - »exportando kiwis regionales bajo condiciones competitivas para el país

Ronda 3-Texto Grupo 1



El consumo diario de kiwi puede ser una buena estrategia para promover la salud y prevenir numerosas enfermedades.

Comparado con otras frutas, el kiwi tiene una gran calidad nutricional:

- contiene un alto nivel de fibras, antioxidantes, vitaminas y minerales
- el nutriente más destacado en su composición es la Vitamina C -duplica a su contenido en frutas como las fresas y la naranja-
- 100 g de kiwi cubre alrededor del 150% de Vitamina C recomendada para un adulto de 20 a 40 años de edad

El kiwi es una fruta originaria de Nueva Zelanda que es uno de los principales productores mundiales.

- Las primeras plantas de kiwi fueron introducidas en la Argentina durante los años 1980 procedentes de Nueva Zelanda
- Las condiciones climáticas y los suelos fértiles del Sudeste Bonaerense son similares a los de Nueva Zelanda
- El kiwi regional es de calidad superior al de otros países como Chile e Italia

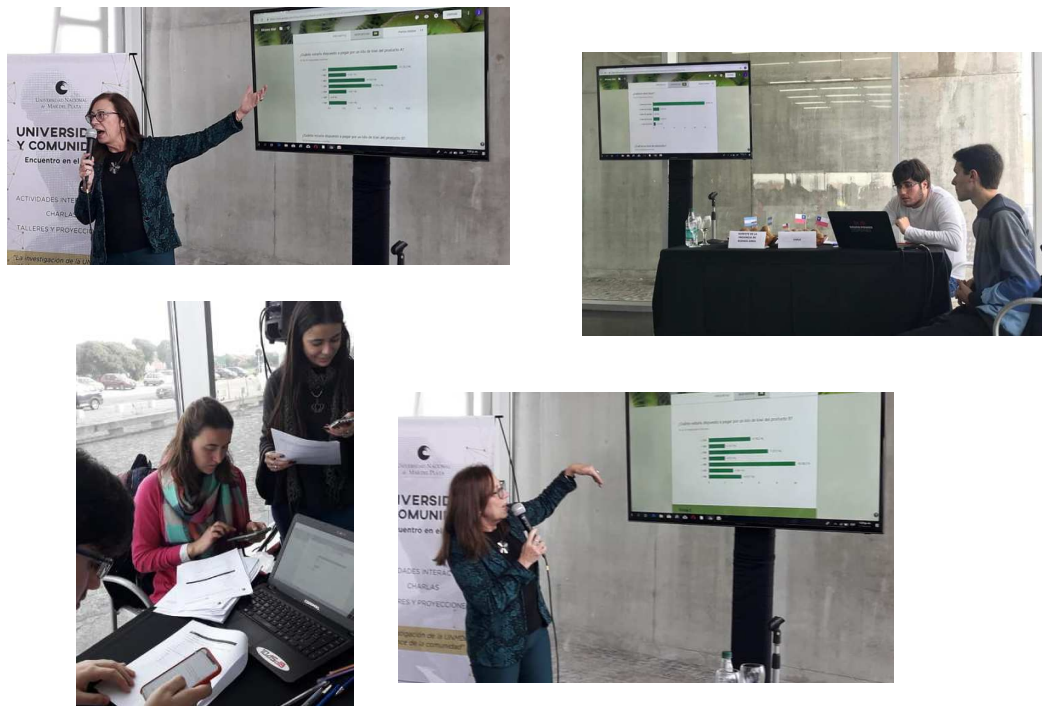
Ronda 3-Texto Grupo 2

A lo largo de toda la experiencia, la moderadora de la misma -Lic. (Dra.) Miriam Berges- y resto del equipo de trabajo fueron guiando a los participantes.



Orientación durante la actividad

Después de cada Ronda, integrantes del equipo de trabajo procesaban inmediatamente los datos provenientes de las respuestas de la encuesta. Los resultados eran mostrados gráficamente a los participantes en una pantalla y explicados por la moderadora.



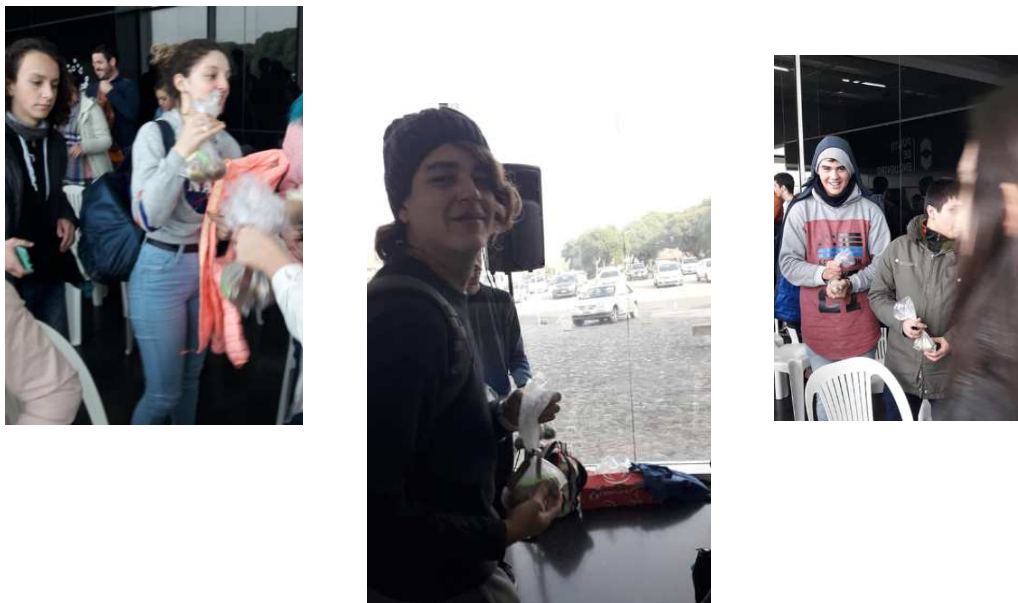
Procesamiento de los datos y comunicación de los resultados

En todo momento de la experiencia, se invitó a los participantes a observar los kiwis enteros y, al final de la misma, fueron cortados para permitirles apreciar mejor el color, la consistencia y otros atributos.



Observación de los kiwis por parte de los participantes

Por último, se les obsequió a los participantes una bolsa con dos kiwis, uno de cada procedencia y se les pidió que luego de probarlos en sus hogares comunicarán, a través de una dirección electrónica, cuál les había agradado más y por qué.



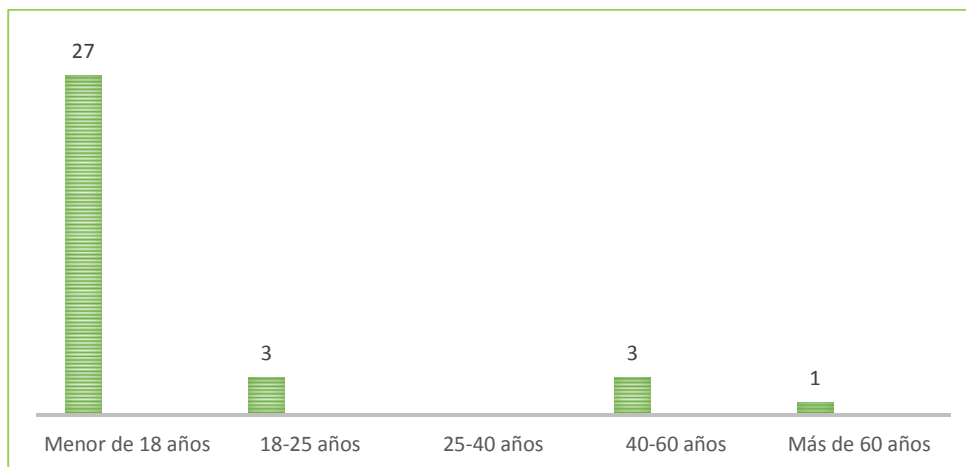
Los participantes con sus obsequios

Seguidamente, se comentan los principales resultados obtenidos de la experiencia.

Resultados exploratorios

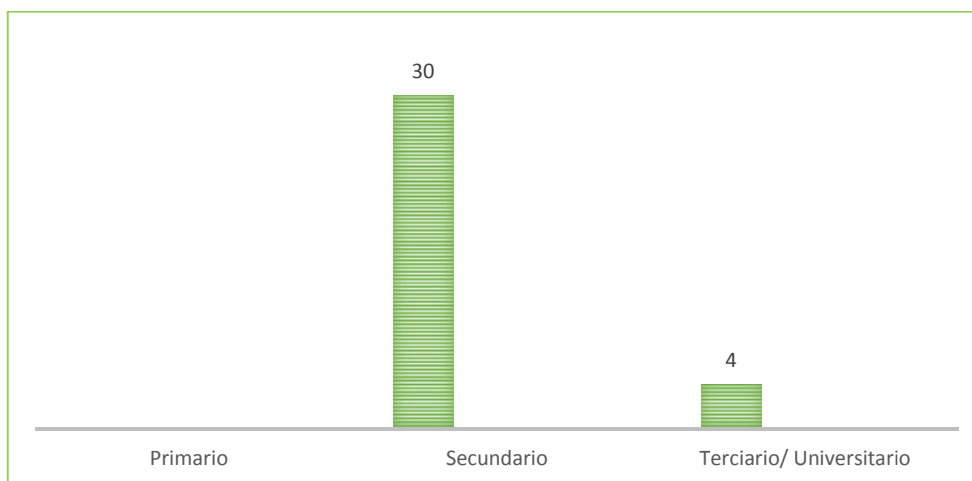
La mayoría de los asistentes a la experiencia eran estudiantes de colegios secundarios, tal como se desprende del rango de edades que se indica en la Figura 1.

Figura 1: Distribución por edad de los encuestados participantes



En consonancia, el nivel de educación de los participantes era, en su mayoría, secundario. El resto del grupo posee educación terciaria o universitaria (Figura 2).

Figura 2: Distribución por nivel de educación de los participantes

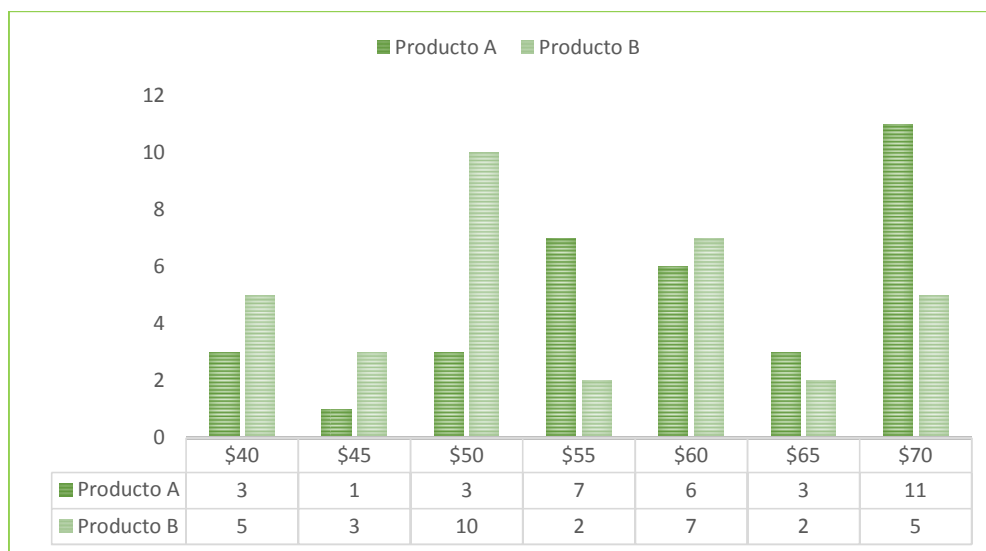


En la primera secuencia de preguntas, los participantes valoraban el producto indicando el monto que estarían dispuestos a pagar por 1 kg de kiwi, sin información acerca de los mismos. La valoración se realizó, en esta Ronda, sólo por la observación de los kiwis ubicados en dos bandejas.

Los productos se indicaban con las letras A -la bandeja ubicada en la mesa del lado izquierdo- y B -la bandeja ubicada en la mesa a la derecha-. Los resultados se muestran en la Figura 3. Es interesante comentar que ambas bandejas contenían productos seleccionados de aspecto muy similar y dispuestos de idéntica forma

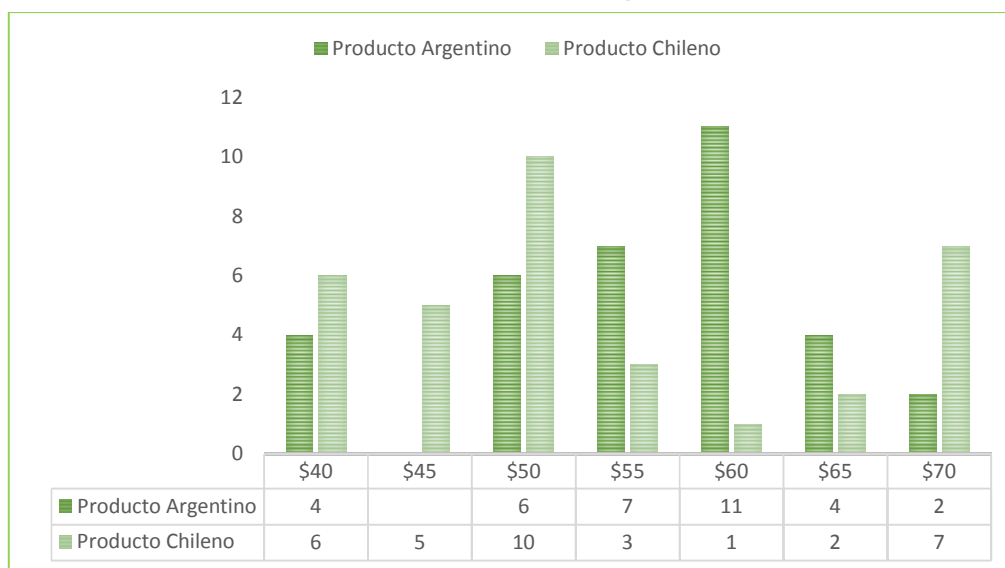
-levemente más grandes, pese a la selección, los productos contenidos en la bandeja identificada con A³.

Figura 3: Disposición a pagar de los participantes por 1 kg de ambos kiwis (A y B)



Por su parte, en la segunda ronda de respuestas, se les informó a los participantes que los productos identificados con la letra A eran procedentes del Sudeste Bonaerense y que los productos identificados con la letra B eran de origen chileno. Con esta nueva información, los resultados de la disposición a pagar por ambos kiwis se muestran en la Figura 4.

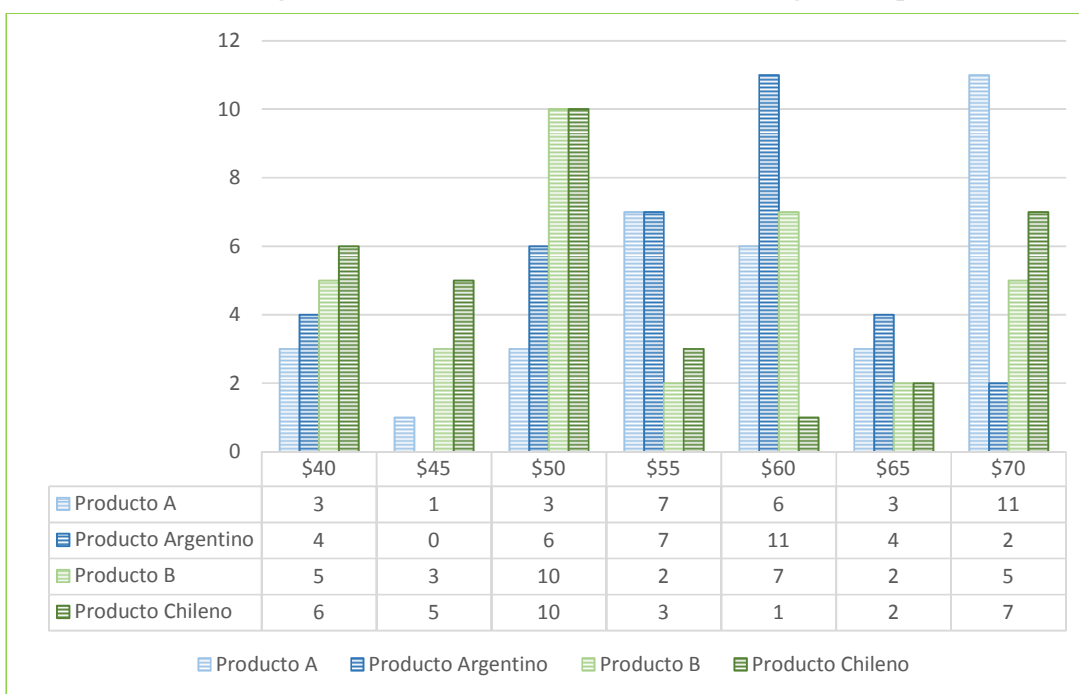
Figura 4: Disposición a pagar por 1 kg de ambos productos de acuerdo a su origen



³Este aspecto era sólo observable por quienes se acercaran hacia la mesa, incorporándose de su asiento.

Tal como surge de la comparación de ambas Figuras, la indicación del origen afecta la valoración de los productos. En particular, la mención del origen nacional disminuye la cantidad de participantes dispuestos a pagar los precios más altos. Este efecto se observa más claramente si se superponen las respuestas obtenidas para el producto A, previo a conocer su origen, con las que surgen para el mismo producto ya identificado como argentino (Figura 5).

Figura 5: Comparación de las valoraciones sin indicación de origen y las valoraciones luego de recibir información sobre el origen del producto



En la tercera y última ronda de respuestas, se incluye mayor información sobre los productos y la actividad de producción en la región. Los participantes, antes de indicar su disposición a pagar por los productos, fueron agrupados en los Grupo 1 y Grupo 2. Cada Grupo tenía acceso a un texto informativo diferente tal como se describe en la sección anterior de este informe.

El Grupo 1 estaba integrado por 20 participantes que tuvieron acceso a información que daba cuenta de la importancia de la actividad y su aporte al desarrollo de la Región. Por su parte, en el Grupo 2, los 14 participantes que lo conformaban leyeron sobre los aportes nutritivos y la calidad del producto regional. La nueva información modifica las valoraciones tal como se aprecia en la Figura 6.

Figura 6: Disposición a pagar de los participantes por ambos productos en presencia de nueva información sobre la actividad y su aporte al desarrollo local (Grupo 1)

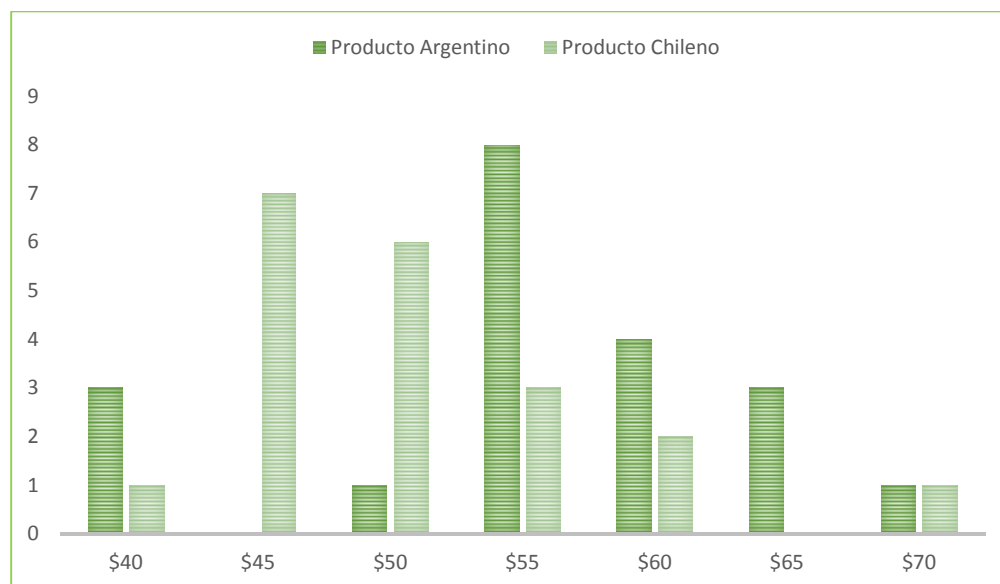
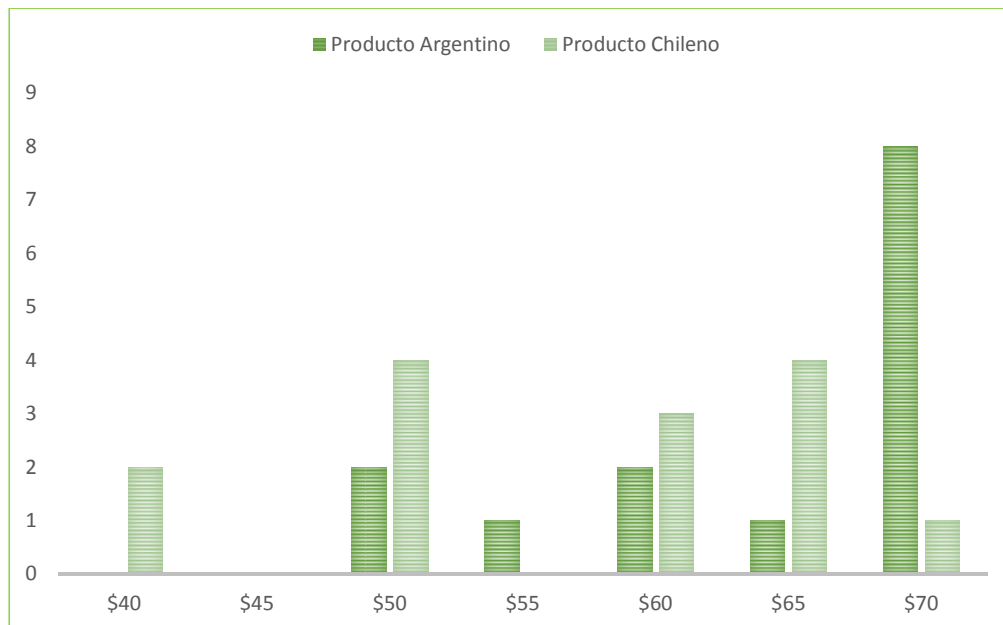


Figura 7 - Disposición a pagar de los participantes por ambos productos en presencia de nueva información sobre la calidad del producto local y sus aportes nutricionales (Grupo 2)



En ambos grupos, tal como se observa en las Figuras 6 y 7, la información adicional modifica las preferencias y una mayor cantidad de participantes está dispuesto a pagar precios más altos por el producto regional. Una observación importante es que la información relativa al producto en sí mismo parece tener un impacto mayor que la información que tiene en cuenta la importancia zonal del

desarrollo de la actividad de producción. Para visualizar este aspecto, se superponen las valoraciones del mismo grupo de personas para el kiwi regional, antes y después de tener conocimiento de la información contenida en cada texto. (Figuras 8 y 9)

Figura 8 - Valoración del kiwi local antes y después de leer sobre la contribución de la actividad al desarrollo local (Grupo 1)

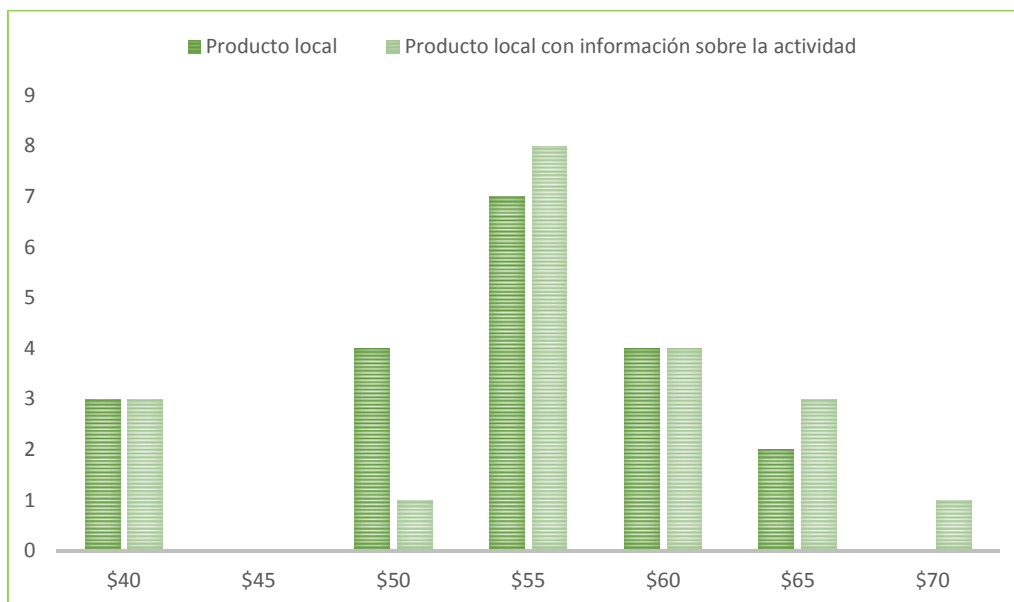
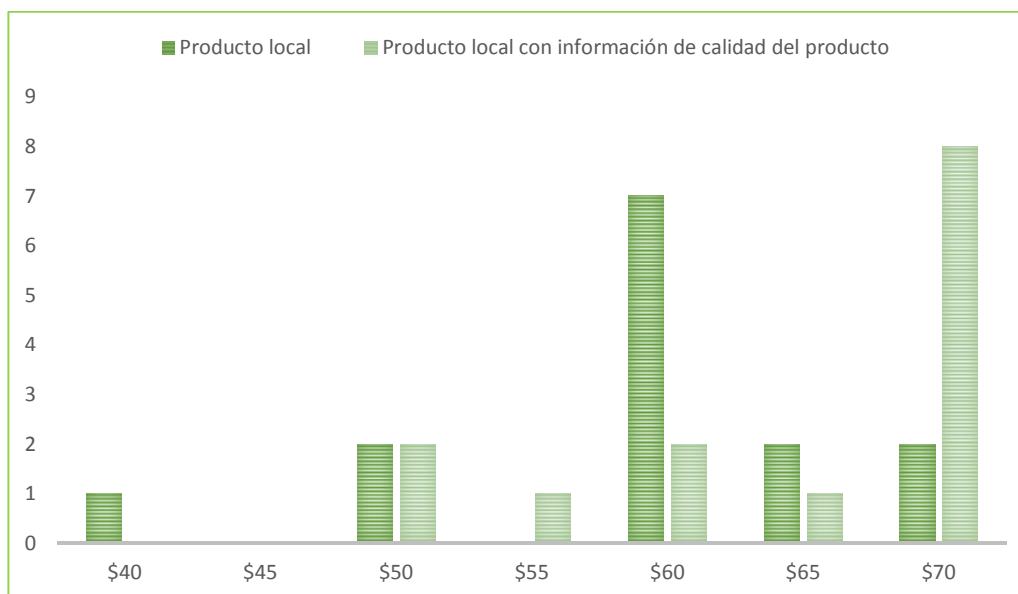


Figura 9: Valoración del kiwi local antes y después de leer sobre la contribución nutritiva del producto y su calidad (Grupo 2)



Debido a las características del lugar y la forma en que desarrolló la experiencia, en las instalaciones del Museo MAR y en el contexto de una exhibición de ciencia, no fue posible realizar una cata del producto con las condiciones que se recomiendan para su implementación. No obstante, y a modo de ensayo, se

implementó un mecanismo que permitiera obtener algún comentario de la experiencia de prueba y comparación de ambos productos. Se procedió a entregar un obsequio con dos kiwis, de forma que pudieran identificar cada uno por su procedencia -local ó chilena- junto con una tarjeta indicando una dirección de mail a la cual comunicar sus impresiones y opiniones luego de probar ambos productos.

Finalmente, la tasa de respuesta fue baja, sólo 7 de los 34 participantes respondieron la consigna. Y las respuestas obtenidas en esos casos pueden sintetizarse de la forma siguiente:

1) Todos coincidieron en argumentar que el producto local era más dulce y 5 de 7, afirmaron “me gustó más”.

2) La calificación “más ácido” del producto chileno, mereció las preferencias de 2 participantes y, vale destacar, ambos eran adultos de más de 40 años.

3) Todos calificaron al producto local con adjetivos que ponderaban su aspecto y sabor: textura agradable, muy buen sabor y lindo color verde.

Conclusiones

Aunque la edad de la mayoría de los participantes sugiere que probablemente muchos de ellos no son decisores de compra en sus hogares y pueden no estar en conocimiento de los precios del producto, lo que se busca con este experimento es indagar en las percepciones individuales y el impacto de la información. En este sentido, los adolescentes construyen sus percepciones frente a sus propios conocimientos y la influencia del entorno, cultural y comercial, en el que toman decisiones.

De este análisis exploratorio, surge la importancia de revalorizar la producción regional con el agregado de información que contextualice el origen geográfico. Es relevante destacar no sólo la contribución social de una actividad que promueve el crecimiento económico y genera empleo sino también posicionar la calidad del producto con el objetivo de mejorar las percepciones de los consumidores.

Agradecimientos

El equipo de trabajo que realizó esta actividad agradece especialmente la colaboración del Lic. (Mg.) Sebastián Ianantuony (Secretario de Producción, Desarrollo Local, Empleo y Medio Ambiente del Municipio de General Alvarado) y del Sr. Laureano Goycoa (Cámara de Productores de Kiwi de Mar del Plata).

La información consignada en este informe cuenta con la documentación de respaldo correspondiente. El diseño de la experiencia fue pensado con un doble propósito, aportar una actividad interactiva apta para acercar la investigación de la UNMDP a la comunidad y realizar, un análisis de tipo exploratorio sobre las percepciones del consumidor local sobre el kiwi de la región. Se trató de una experiencia piloto, en el marco del Programa Universidades Agregando Valor, Secretaría de Políticas Universitarias-Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación, Convocatoria 2018, bajo mi dirección.

Dra. Miriam Berges
Directora del Grupo de Investigación
Vicedecana de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata
