

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



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

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



ALAP
2014
Colombia

XXVI CONGRESO DE LA
ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA
DE LA PAPA - ALAP

Papa, alimento ayer, hoy y siempre



Organizadores

Medición de atributos y preferencias de consumo de una papa fresca producida con bajo impacto ambiental

Lupin, Beatriz¹; Rodríguez, Elsa¹ y Rodríguez, Julieta A.¹

¹ Universidad Nacional de Mar del Plata, Fac. de Cs Económicas y Sociales. Grupo Investigación Economía Agraria. Mar del Plata, Argentina. E-mail: july22r@yahoo.com.ar

Introducción

Ante la necesidad de medir y analizar las preferencias de los consumidores por alimentos cuyas valoraciones se vinculan a cuestiones de salud y ambientales, los enfoques económicos tradicionales, basados en las preferencias reveladas, fueron reemplazados a partir de los años noventa por la teoría de las preferencias declaradas [2, 1].

La aplicación de un modelo de elección (Choice Modelling) permite representar preferencias de los consumidores por bienes descriptos en términos de niveles de atributos. Este trabajo presenta una aplicación en la medición de las preferencias de los consumidores combinando niveles de agroquímicos, de aptitud culinaria, de tratamiento –cepillada, lavada o sucia- y niveles de precio de una papa fresca producida con bajo impacto ambiental, que aún no está disponible en el mercado.

Objetivo

Medir los atributos valorados y las preferencias de los consumidores de una papa fresca producida con bajo impacto ambiental según el nivel de educación y socioeconómico del consumidor.

Materiales y Métodos

Se realizaron entrevistas a 402 individuos mayores de 18 años de edad, en canales de comercialización ubicados en diferentes barrios socioeconómicos de la Ciudad de Mar del Plata, Argentina en octubre del año 2012 [3].

Estos individuos seleccionaron productos alternativos de papa resultantes de combinaciones de niveles de atributos obtenidos con un “diseño factorial fraccionado” -ortogonal- aplicando un algoritmo orthoplan-Software SPSS-. Este diseño de perfiles permite indagar la valoración que los consumidores realizan de los atributos considerados. Se aplicó un Modelo Logístico Condicional (CLM), asumiendo que la utilidad es una función aleatoria (Random Utility Models -RUM-);[4, 5]. Se estimó el modelo primero en función de los atributos de calidad de la papa - efectos

principales- y luego se incluyeron interacciones con las características demográficas y socio-económicas de los consumidores.

Resultados

Un bajo contenido de agroquímicos y una muy buena calidad culinaria favorecen la elección de una papa con estos atributos y contribuyen en mayor medida a la utilidad del consumidor. A su vez, a medida que el precio de la papa disminuye, aumenta la utilidad de los individuos. Que la papa se encuentre cepillada/lavada o sucia no es relevante. Los consumidores más jóvenes eligen papas con bajo contenido de agroquímicos debido a la mayor conciencia generacional a consumir alimentos saludables y con menor daño ambiental. La utilidad de los que residen en barrios de Nivel Socioeconómico (NSE) alto es menos sensible a cambios en el precio de la papa que la utilidad de los que residen en barrios de NSE medio. La utilidad de los individuos que residen en barrios de NSE bajo está más afectada a variaciones en el precio que la utilidad de los que residen en barrios de NSE medio, debido al mayor consumo de papa en estos estratos y cambios en el precio repercuten más en el presupuesto los de NSE bajo.

Conclusiones

Los resultados sugieren que los atributos más valorados por los consumidores en términos de utilidad son contenido de agroquímicos, aptitud culinaria y el precio. Aparecen diferencias entre los consumidores según la educación, edad del consumidor y el nivel socioeconómico de su hogar.

Referencias bibliográficas

- [1] Bennet, J.&Blamey, R. (2001): “The choice modeling approach to environmental valuation”. Cheltenham: Edward Elgar.
- [2] Louviere, J. J.; Hensher, D. A.&Swait, J. D. (2000): “Stated Choice Methods. Analysis and applications”. Cambridge University Press, New York.
- [3] Lupin, B. & Rodríguez, E. (2011): “Quality attributes and socio-demographic factors affecting channel choices when buying fresh potatoes in Argentina”. The International Association of Agricultural Economists Triennial Conference, Foz do Iguaçu-Brazil, August/12.
- [4] Maddala, G. S. (1983): “Limited-dependent and qualitative variables in econometrics”. Cambridge University Press, New York.
- [5] McFadden, D. (1974): “Conditional logit analysis of qualitative choice behavior”. In P. Zarembka (ed.), “Frontiers in Econometrics, Academic Press, New York, 105-142.