

Estudio de las decisiones de consumo de alimentos de calidad diferenciada

Beatriz Lupín¹, María Victoria Lacaze², Julieta A. Rodríguez³

Resumen de la propuesta

Dada la tendencia, observada en los últimos años, hacia la adopción de una alimentación saludable y ambientalmente sostenible, el sector alimentario requiere profundizar el conocimiento acerca de las decisiones de los consumidores a fin de lograr una comunicación efectiva de las propiedades de los productos. Por tal motivo, el objetivo principal de la propuesta es presentar métodos de captación de datos y su aplicación empírica, al considerar la papa fresca cultivada con menor impacto ambiental —integrada, agroecológica, orgánica— en el sudeste bonaerense (SEB), bajo el esquema conceptual de calidad percibida por los consumidores-atributos de calidad (Caswell et al., 2002; Issanchou, 1996; Lancaster, 1966). Se toma dicho producto pues se trata de un alimento nutritivo, versátil,

ampliamente incorporado a los hábitos alimentarios de la población argentina —39 kg/PC/año de papa fresca (Guido, 2024)— y con un precio relativamente más bajo en comparación con otros alimentos.

Los tres estudios empíricos expuestos fueron desarrollados en el partido de General Pueyrredón (PGP), durante el período 2009-2023. Dicho partido cuenta con regulaciones sobre el empleo de agroquímicos desde principios del 2000 y se encuentra emplazado en el SEB, región papera por excelencia —41,10 % del total de la superficie del país, campaña 2023-2024 (Guido, 2024)—.

Los métodos abordados son recomendados por la literatura especializada para estudiar la valoración de productos con nula o escasa disponibilidad en el mercado, generalmente, con calidad dife-

¹Docente e Investigadora, Licenciada en Economía (UNMDP), Especialista en Docencia Universitaria (UNMDP), Cursando Doctorado en Ciencias Sociales (UNMDP). Grupo de Investigación “Economía Agraria”; CIEyS, FCEyS-UNMDP.

Correo: beatrizlupin@gmail.com

²Docente e Investigadora, Licenciada en Economía (UNMDP), Doctora en Economía (UCA), Cursando Postdoctorado Interdisciplinario Internacional (UNMDP) Grupo de Investigación “Economía Agraria”; CIEyS, FCEyS-UNMDP.

Correo: mvlacaze@mdp.edu.ar

³Docente e Investigadora, Contadora Pública (UNMDP), Magister en Agroeconomía (UNMDP), Cursando Doctorado en Ciencias Agrarias (UNMDP) Grupo de Investigación “Economía Agraria”; CIEyS, FCEyS-UNMDP.

Correo: julietarodriguez1989@gmail.com

renciada, manifestada de forma directa por los consumidores —preferencias declaradas—. Este es el caso de la papa producida de forma ambientalmente sostenible dado que, en el PGP, predomina la producida convencionalmente, variedad Spunta. Dichos métodos tienen en común enfrentar a los consumidores a una situación simulada de compra, lo que les permite evaluar el producto y expresar su disposición a pagar (DAP) —*proxy* de valoración—. Cabe aclarar que los dos primeros métodos suponen una función de utilidad aleatoria (Marschak, 1960), compuesta por una parte sistemática —que depende de las elecciones de los atributos y de las características personales del consumidor— y otra aleatoria —que comprende todos los factores no identificados que impactan en las elecciones—. Se inicia el recorrido con **valoración contingente** (VC), la que asume que las preferencias declaradas reflejan la valoración del producto en su totalidad, admitiendo la pregunta referida a la DAP diversos formatos —abierta, cerrada binaria, cerrada múltiple—. En 2009, en colaboración con la EEA-INTA/Balcarce, que se encontraba desarrollando tecnologías y protocolos que permitieran producir y certificar una papa bajo manejo integrado, se emprendió el estudio de la aceptación de dicho producto. A tal fin, se relevó una encuesta, uno de cuyos módulos estuvo destinado a VC, versión paramétrica, de acuerdo con Hanemann (1984).

La muestra, de diseño aleatorio, estra-

tificado proporcional con base en las fracciones censales, incluyó 500 casos. Se acercó paulatinamente a los participantes a la situación problemática, con preguntas binarias. Primero, se les presentó el caso general de una papa con muy buena calidad culinaria y se les preguntó si pagarían más por esta respecto de la papa que habitualmente compraban. En caso afirmativo, se preguntaba cuánto más, con rangos de precios. Luego, se les informó, específicamente, sobre la papa integrada y se los ubicó en el mercado hipotético de esta, preguntándoles si estaban dispuestos a pagar un precio diferencial. Ante una respuesta positiva, se indagaba sobre el monto adicional, mediante una pregunta abierta. Los hallazgos derivados de la estimación del Modelo Heckit (Heckman, 1979), bietápico, que corrige el sesgo de selección, verifican la relación entre el nivel de información de quienes trabajan o estudian y su capacidad de valorar positivamente el sistema de producción integrada. Aunque el contenido de residuos de agroquímicos en los alimentos parecería no constituir una preocupación entre quienes pagarían más por la papa integrada, estos potenciales compradores se encuentran interesados en la vinculación cuidado de la salud-contenido nutricional de los alimentos. Además, consideran que el precio de la papa señala correctamente su calidad. Por su parte, el *Choice Modelling* (CHM) significa un avance metodológico dado que permite estimar la DAP por cada

atributo del producto (Louviere et al., 2000). Siguiendo un determinado diseño estadístico, se combinan los niveles de los atributos seleccionados para la experiencia, y surgen diferentes perfiles de producto, mutuamente excluyentes, que son dispuestos en bloques. Luego de leer la situación simulada de compra, los participantes eligen un perfil por bloque. Durante 2012, se implementó un CHM, al relevarse 402 casos con representatividad demográfica y socioeconómica. El producto en cuestión fue papa producida con menor contenido de agroquímicos. Se evaluaron los atributos —y los niveles—: contenido de agroquímicos —poco, mucho—, aptitud culinaria —muy buena, mala—, tratamiento —lavada, sucia— y precio —\$ 6/kg, \$ 8/kg, \$ 10/kg—. Estos fueron combinados mediante un diseño factorial fraccionado ortogonal, del que surgieron 9 perfiles, ninguno dominante ni dominado ni poco realista, más la alternativa de no compra, al ser dispuestos en 3 bloques de elección. La elección de un bloque era independiente de las elecciones en el resto de los bloques. A fin de reducir el riesgo de elecciones sesgadas, cada perfil fue denominado con una letra y el orden de presentación de los bloques fue rotado aleatoriamente de participante en participante. Con los datos relevados, se estimó el Modelo Logit Condicional (McFadden, 1974), de efectos principales, cuyos resultados indican que los participantes pagarían más por papa con menor contenido de agroquímicos y muy buena calidad culinaria.

Finalmente, se presenta otro método que supera metodológicamente a los dos anteriores ya que ubica a los participantes en una situación de compra más realista brindándoles, incluso, dinero para adquirir el producto. Se trata de la **subasta experimental** que, en su versión Segundo Precio (Vickrey, 1961) (SESPV), consiste en solicitar a los participantes que emitan una apuesta que corresponde al máximo precio que pagarían por un producto en particular. Las apuestas son individuales y no deben ser conocidas por el resto de los participantes, el ganador será el que realice la mayor apuesta, pero el precio que tendrá que abonar es el precio de la segunda apuesta más alta. En cada ronda de la SESPV, los participantes reciben diversos estímulos —impresos, audiovisuales— que los ayudan a tomar sus decisiones. En 2023, se desarrolló una SESPV a fin de estudiar, desde la perspectiva del consumidor, la papa Spunta obtenida mediante dos métodos de producción: convencional y agroecológico. La muestra comprendió 156 participantes, con heterogeneidad controlada demográfica y socioeconómicamente. Se llevaron a cabo 10 subastas, de 5 rondas cada una. En general, se registra una valoración superior por la papa agroecológica ya que la gran mayoría de los participantes declara que pagaría más por ella. De hecho, a medida que se suceden las rondas, la diferencia en las apuestas de ambos tipos de papa se amplía a favor de la agroecológica. Resta agregar que, aproximadamente, el

67 % de los participantes se manifiesta a favor de una certificación que garantice la calidad ambiental de la papa.

Los dos primeros métodos presentan ventajas como menor costo en relación con otras alternativas y diversidad de estudios empíricos sobre alimentos para consultar. La principal desventaja marcada por gran parte de la bibliografía se debe al carácter hipotético de la situación de compra planteada, lo que podría promover una reflexión poco profunda. Contrariamente, otra parte de la bibliografía considera que al involucrar instrumentos vinculados al presupuesto real de los participantes resulta difícil que estos no se comprometan. Asimismo, se suele indicar como desventaja la posibilidad de que los participantes brinden respuestas estratégicas. Sin embargo, algunos autores señalan que es necesaria mucha información para seguir una conducta así. Por otra parte, con un gran número de participantes, una conducta de este tipo, adoptada por unos pocos —como lo demuestra la práctica empírica—, pierde relevancia en los resultados finales. Respecto al tercer método, aunque es más costoso y el mecanismo debe ser bien entendido por los participantes, al incorporar nuevos estímulos en cada ronda permite medir la influencia de la información en la valoración, por ello es importante, al igual que en el CHM, que el número de atributos a evaluar no sea elevado debido a la carga cognitiva que implica.

Es fundamental que el investigador sea

consciente de las potencialidades y limitaciones del método aplicado. Los efectos negativos pueden morigerarse formulando situaciones de compra y preguntas creíbles, con un correcto análisis de datos y una precisa interpretación de los resultados, sin descuidar el diseño muestral. La propuesta presentada constituye un aporte a futuras investigaciones sobre el comportamiento de los consumidores, focalizadas en alimentos saludables y sostenibles, que generen externalidades como reducciones de costos ambientales y sanitarios, derivados de la mejor calidad de los productos elegidos, no solo en términos de inocuidad sino, también, de satisfacción.

Referencias bibliográficas

Caswell, J. A., Noelke, C. M. & Mojduszka, E. M. (2002). Unifying Two Frameworks for Analyzing Quality and Quality Assurance for Food Products. In B. Krissoff, M., Bohman & J. A. Caswell (Eds.), *Global Trade and Consumer Demand for Quality* (pp. 43-61). Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-1-4757-5329-5_3

Guido, G. (16 de noviembre de 2024). *Con el respaldo*

- de la industria, la papa se hace fuerte en la Argentina.* Clarín. https://www.clarin.com/rural/respaldo-industria-papa-hace-fuerte-argentina_0_lWutxSfiLC.html?utm_source=chatgpt.com
- Hanemann W. (1984). Welfare evaluations in contingent valuation experiments with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics*, 66(3), 332-341. <https://doi.org/10.2307/1240800>
- Heckman, J. J. (1979). Sample selection bias as a specification error. *Econometrica*, 7(1), 153-161. <https://doi.org/10.2307/1912352>
- Issanchou, S. (1996). Consumer expectations and perceptions of meat and meat products quality. *Meat Science*, 43(S1), 5-19. [https://doi.org/10.1016/0309-1740\(96\)00051-4](https://doi.org/10.1016/0309-1740(96)00051-4)
- Lancaster, K. J. (1966). A new approach to consumer theory. *Journal of Political Economy*, 74(2), 132-157. <https://typeset.io/papers/a-new-approach-to-consumer-theory-eh8oxxriej>
- Louviere, J. J., Hensher, D. A. & Swait, J. D. (2000). *Stated Choice Methods. Analysis and applications*. Cambridge University Press.
- Marschak, J. (1960). *Binary choice constraints on random utility indication*. Stanford Symposium on Mathematical Methods in Social Science. In K. Arrow (Ed.), *Economic Information, Decision, and Prediction. Theory and Decision Library* (pp. 218-239, vol. 1-7). Stanford University Press.
- McFadden, D. (1974). Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior. In P. Zarembk (Ed.), *Frontiers in Econometrics* (pp. 105-142).

Academic Press.

Vickrey, W. (1961, March). Counter speculation, auctions, and competitive sealed tenders. *Journal of Finance*, 16(1), 8-37. <https://doi.org/10.2307/2329296>