

Cómo orientar la promoción de las hortalizas tradicionales para su comercialización en fresco: ¿Existe una estrategia única?



Azucena Gracia

Unidad de Economía Agroalimentaria

Cristina Mallor

Departamento de Ciencia Vegetal

**CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA
AGROALIMENTARIA DE ARAGÓN**

Introducción

- Las variedades tradicionales se definen como poblaciones dinámicas de una especie cultivada que tienen un origen histórico, una identidad propia y que no han sido sometidas a procesos formales de mejora genética.
- Para conseguir que la comercialización de las variedades locales de las hortalizas frescas sea sostenible resulta fundamental conocer la demanda de los consumidores y poder atenderla con un margen de ganancia.
- El proceso de comercialización tiene que estar orientado al consumidor por lo que, conocer sus preferencias y satisfacer sus demandas es la clave del éxito de la producción de estas hortalizas.



* Proyecto HortalizaTE “Hortalizas y Legumbres tradicionales de Teruel” (Responsable: C Mallor), financiado por el Gobierno de Aragón, a través del Fondo de Inversiones de Teruel (año 2020) con participación del Gobierno de España (Ministerio de Hacienda)



Averiguar cómo se deben promocionar las hortalizas frescas para ayudar a los productores a comercializar sus productos

- Determinar qué distintivos o sellos de calidad, que informan y certifican diferentes características de las hortalizas, deberían llevar éstas para aumentar su demanda.
- Medir la importancia asignada por los consumidores a la hora de comprar hortalizas a diferentes distintivos utilizando el **Método Mejor-Peor (Best-Worst, en inglés)**:

Denominación de Origen Protegida (DOP), Marca regional C'Alial, venta directa o circuito corto, producción ecológica, kilómetro cero o de proximidad (Km0), variedad local y marca colectiva del productor.



Método

Encuesta online a consumidores de hortalizas de Aragón en 2021

Información recopilada: 571 encuestados estratificados por género, edad y provincia

Trabajo de campo: 15-27 diciembre 2021

Cuestionario:

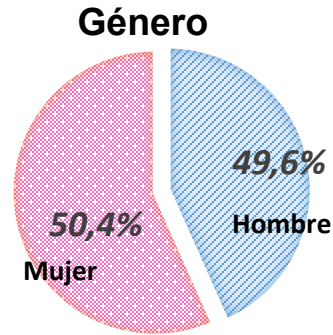
- Características personales de los encuestados
- Hábitos de compra y consumo de hortalizas
- Información sobre las hortalizas
- Variedades locales de hortalizas (compra actual, intención de compra, lugar preferido de compra y disposición a pagar)



Características de la muestra

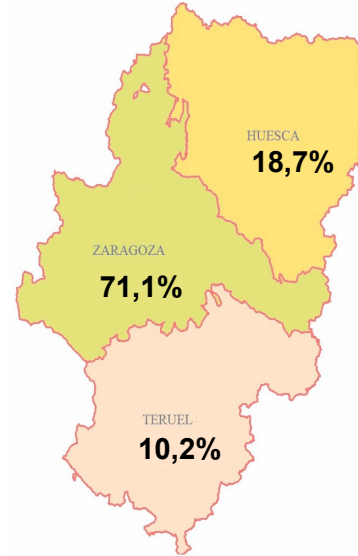


571



Tamaño del hogar (media y desviación típica)	2,8 (1,1)
Menores de 18 años	
Ninguno	60,2
1 niño	21,5
2 niños	15,0
3 niños o más	3,20

Edad (media y desviación típica)	46,6 (12,0)
menos de 24 años	3,5
de 25 a 34 años	14,4
de 35 a 44 años	25,6
de 45 a 54 años	30,5
de 55 a 64 años	19,0
más de 65 años	7,0



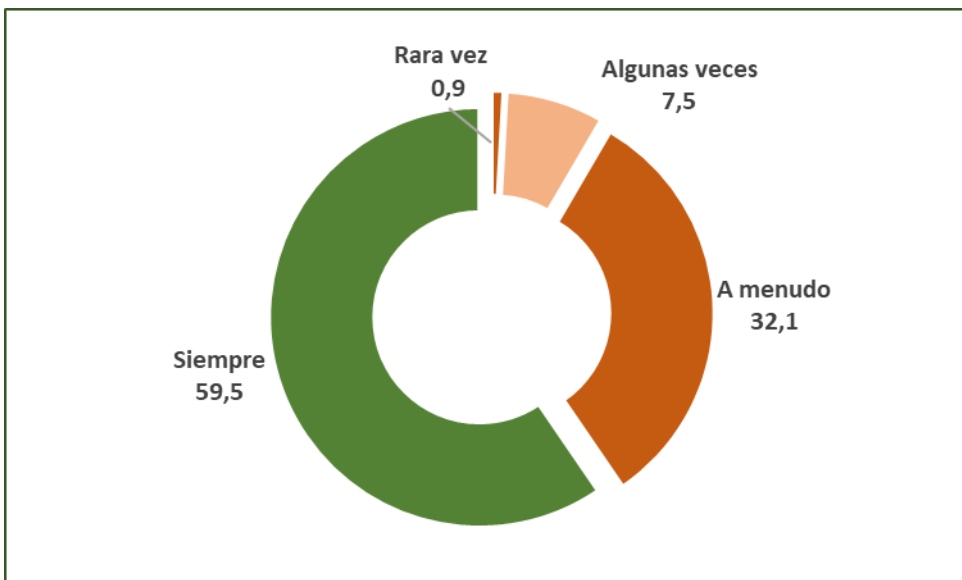
Zona urbana	82,1
Zona rural	17,9
Renta mensual neta del hogar	
Hasta 1.000€/mes	5,4
Entre 1.001 y 1.500€/mes	12,3
Entre 1.501 y 2.500€/mes	27,8
Entre 2.501 y 3.500€/mes	22,1
Más de 3.500€/mes	8,9
Prefiero no contestar	23,5

Nivel de estudios	
Obligatorios (EGB – ESO)	16,6
Bachiller o equivalentes (BUP – FP Medio)	41,3
Superiores (FP superior, Universitarios)	42,1

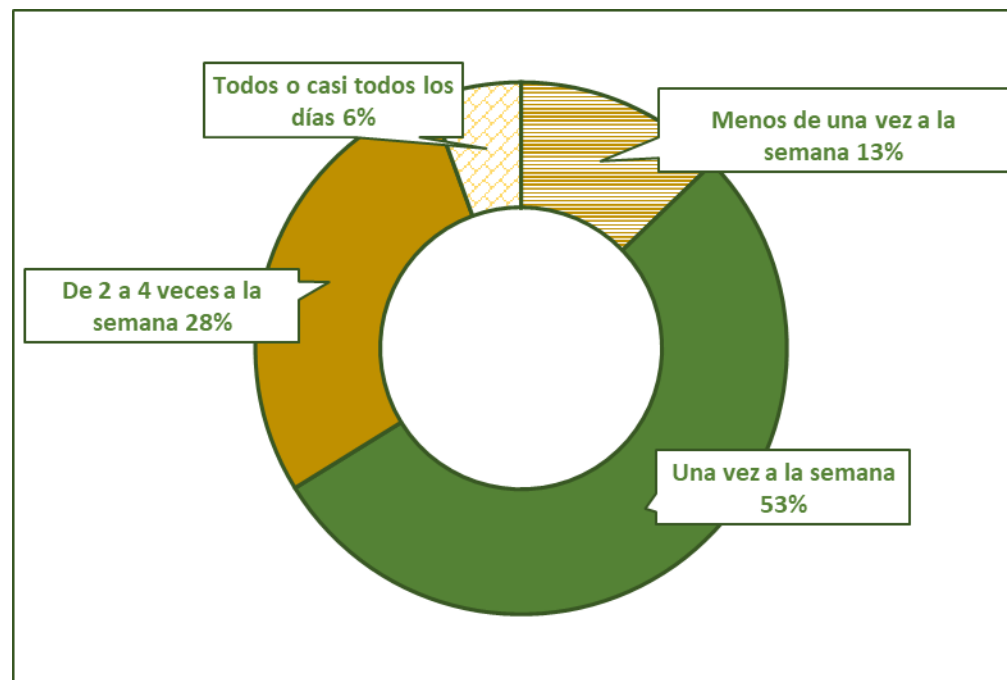
Tiempo de residencia en Aragón	
Menos de 3 años	3,1
Entre 3 y 10 años	3,9
Más de 10 años	93,0

Características de la muestra

Frecuencia de compra de **alimentos** para el hogar

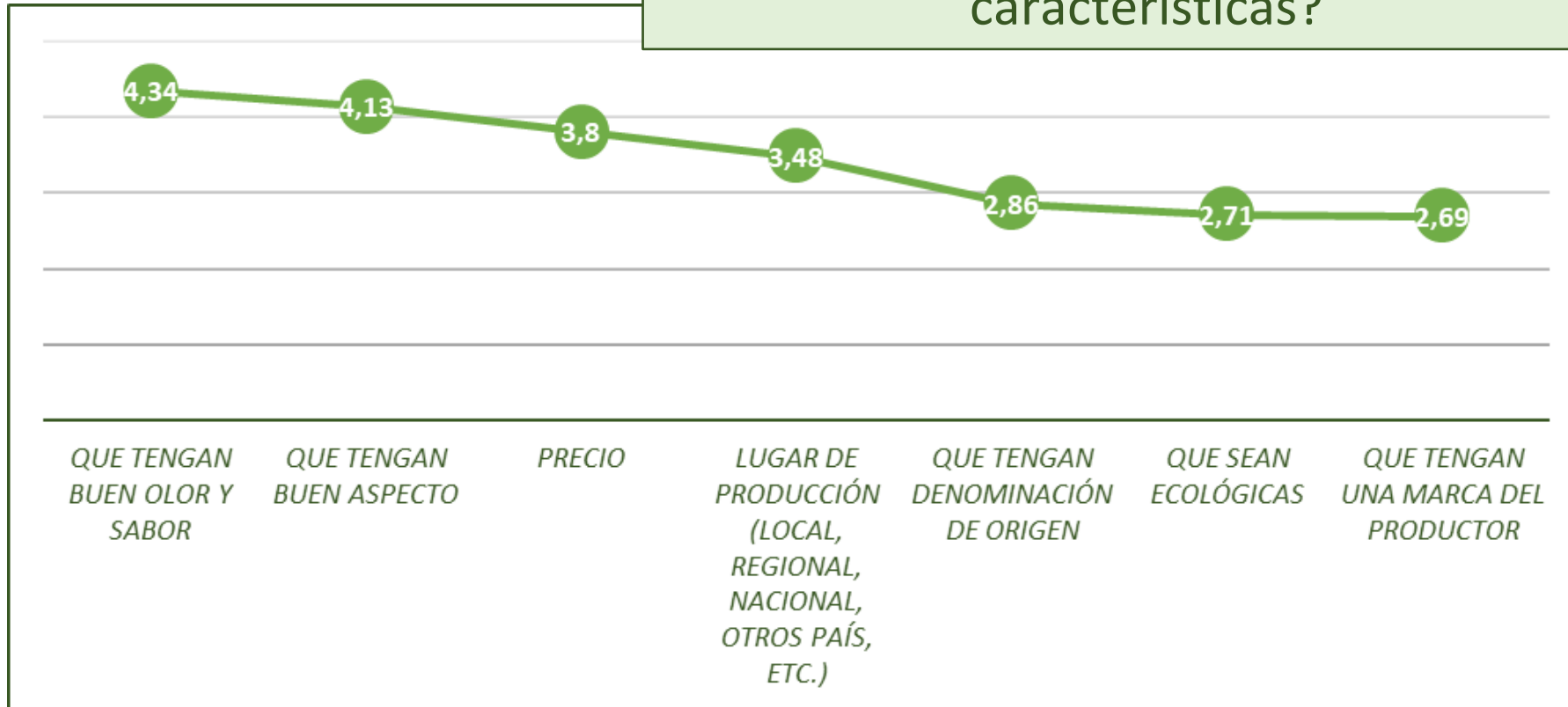


Frecuencia de compra de **hortalizas** para el hogar

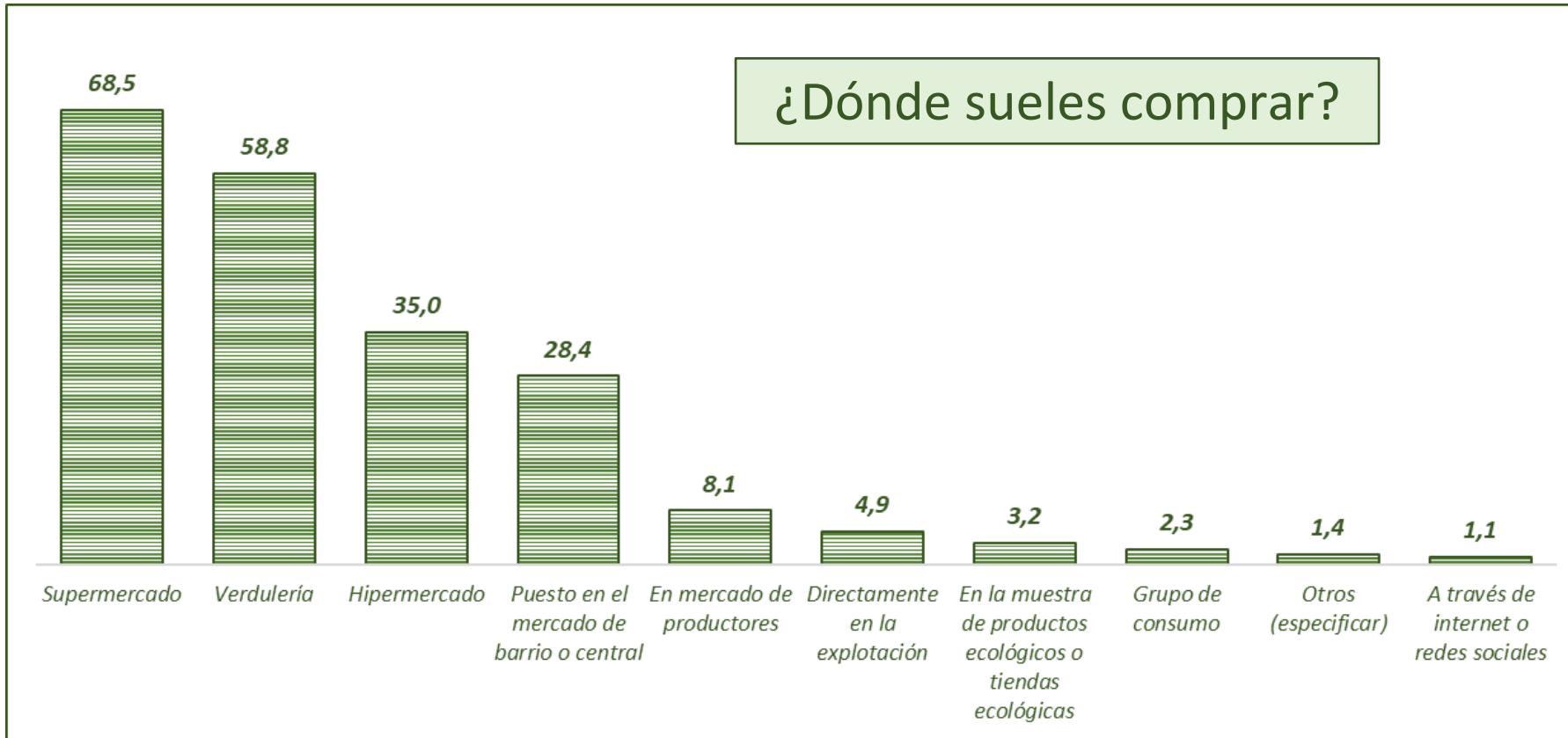


Valoración de las características de las hortalizas

¿Qué importancia le das a las siguientes características?



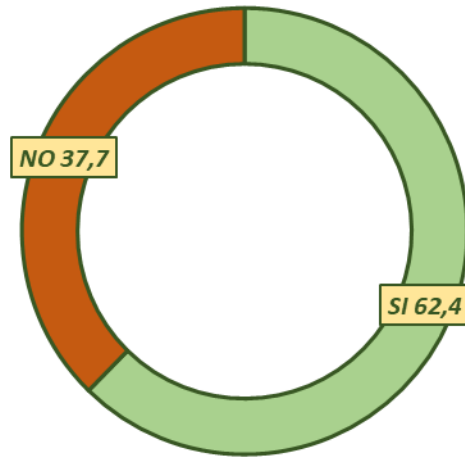
Lugar de compra



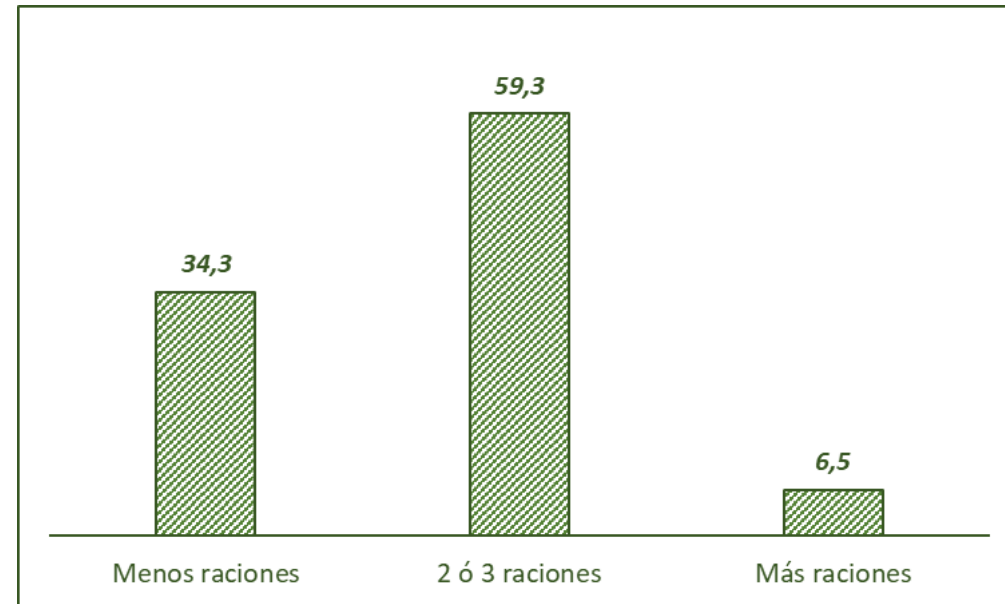
En “otras” mencionan: huerto familiar (3 menciones), mercado ecológico (1 mención)

Frecuencia de consumo

¿Comes hortalizas todos los días?



Se recomienda comer 2 o 3 raciones de hortalizas por persona y día, tu consumes.....



Valoración de diferentes distintivos o sellos de calidad

El objetivo es identificar la importancia asignada por el consumidor a los diferentes sellos que informan y certifican las características que pueden diferenciar a las hortalizas. Estos distintivos son los siguientes:

<p>Denominación de Origen Protegida (DOP)</p> 	<p>Identifica un alimento producido en una región determinada cuya calidad se debe fundamentalmente al medio geográfico particular y cuyas fases de producción tienen lugar en su totalidad en la zona geográfica definida.</p>
<p>Marca C'alia</p> 	<p>Es una marca de garantía del Gobierno de Aragón que indica la calidad de los alimentos que cumplen los requisitos establecidos por el Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.</p>
<p>Venta directa o circuito corto</p> 	<p>Indica que el alimento se vende mediante venta directa o utilizando un canal corto de comercialización. La venta directa es la realizada directamente por el agricultor o agrupación (en la propia explotación, domicilio, tienda del productor, en ferias o mercados locales o a grupos de consumo). La venta en canal corto es la realizada por el productor o agrupación a través, como máximo, de un único intermediario.</p>

Valoración de diferentes distintivos o sellos de calidad




<p>Producción ecológica</p> 	<p>Indica que el alimento ha sido producido mediante una combinación de las mejores prácticas ambientales, un alto nivel de biodiversidad, la preservación de los recursos naturales y la aplicación de altos estándares de bienestar animal.</p>
<p>Producto Kilómetro cero o de proximidad</p> 	<p>Indica que el alimento se ha cultivado cerca de donde vive el consumidor, en un radio máximo de unos 100 kilómetros.</p>
<p>Producto de variedad local tradicional</p> 	<p>Indica que el alimento proviene de una variedad local tradicional, que es la que está adaptada a las condiciones de cultivo locales y que se ha producido en una determinada región a lo largo del tiempo por los agricultores locales. Los agricultores transmiten el conocimiento, las técnicas de cultivo y las semillas de generación en generación.</p>
<p>Marca colectiva del productor</p> 	<p>Es una marca que pertenece a una asociación de productores y que sirve para distinguir en el mercado los productos de sus asociados. Estos productos tienen una calidad o características diferenciadas establecidas en el reglamento de uso de la marca.</p>



Valoración de diferentes distintivos o sellos de calidad




Método Mejor-Peor (Best-Worst)

A los entrevistados se les muestra 7 tarjetas con 3 combinaciones distintas de los sellos anteriores.

Más importante	Tarjeta 1	Menos importante
<input type="text"/>	Marca C´Alial 	<input type="text"/>
<input type="text"/>	Producto de variedad local tradicional 	<input type="text"/>
<input type="text"/>	Producción ecológica 	<input type="text"/>




Valoración de diferentes distintivos o sellos de calidad

Para la totalidad de la muestra (Aragón)

Atributos		Mejor	Peor	(Mejor-peor)/n	Escala de razón Raíz(B/W)	Escala de razón estandarizada
Venta directa		828	310	0,91	1,63	100,00
KM Zero		834	371	0,81	1,50	91,74
Variedad local		657	441	0,38	1,22	74,68
DOP		640	436	0,36	1,21	74,13
Ecológico		499	625	-0,22	0,89	54,67
C´Alial		415	786	-0,65	0,73	44,46
Marca colectiva productor		124	1028	-1,58	0,35	21,25




Valoración de diferentes distintivos o sellos de calidad

HUESCA

Atributos		Mejor	Peor	(Mejor-peor)/n	Escala de razón Raíz(B/W)	Escala de razón estandarizada
KM Zero		168	62	0,99	1,65	100,00
Venta directa		153	58	0,89	1,62	98,67
Variedad local		119	87	0,30	1,17	71,05
DOP		96	96	0,00	1,00	60,75
Ecológico		107	110	-0,03	0,99	59,92
C´Alial		80	144	-0,60	0,75	45,28
Marca colectiva productor		26	192	-1,55	0,37	22,36




Valoración de diferentes distintivos o sellos de calidad

TERUEL

Atributos		Mejor	Peor	(Mejor-peor)/n	Escala de razón Raíz(B/W)	Escala de razón estandarizada
Venta directa		83	32	0,88	1,61	100,00
DOP		71	40	0,53	1,33	82,72
KM Zero		79	49	0,52	1,27	78,84
Variedad local		67	43	0,41	1,25	77,51
Ecológico		56	51	0,09	1,05	65,06
C´Alial		37	88	-0,88	0,65	40,26
Marca colectiva productor		13	103	-1,55	0,36	22,06

Valoración de diferentes distintivos o sellos de calidad

ZARAGOZA

Atributos		Mejor	Peor	(Mejor-peor)/n	Escala de razón Raíz(B/W)	Escala de razón estandarizada
Venta directa		592	220	0,92	1,64	100,00
KM Zero		587	260	0,81	1,50	91,60
DOP		473	300	0,43	1,26	76,55
Variedad local		471	311	0,39	1,23	75,02
Ecológico		336	464	-0,32	0,85	51,88
C'Alial		298	554	-0,63	0,73	44,71
Marca colectiva productor		85	733	-1,60	0,34	20,76

Conclusiones

¿Cómo promocionar las hortalizas frescas?

Los distintivos de calidad más valorados son:

Venta directa o circuito corto

Kilómetro cero (Km0)

Variedad local

Denominación de Origen (en zonas con DOs de larga tradición)



¿Existe una estrategia única?

No, al menos habría que tener en cuenta que existen diferencias por provincias

Próximos pasos

¿Existe una estrategia única?

Estudiar la heterogeneidad entre los consumidores



- Transformar los datos de las puntuaciones mejor-peor en pseudo-elecciones.
- Especificar un Modelo Aleatorio de la Utilidad basado en Lancaster:

$$U_{nkt} = \beta_{1n} VDirecta_{nkt} + \beta_{2n} Km0_{nkt} + \beta_{3n} VLocal_{nkt} + \beta_{4n} DOP_{nkt} + \beta_{5n} Ecologico_{nkt} + \beta_{6n} MarcaColectiva_{nkt} + \varepsilon_{nkt}$$

- Estimar algún modelo que tenga en cuenta la heterogeneidad: Modelo de Parámetros Aleatorios, Modelo de Clases Latentes.
- Analizar las diferencias entre los consumidores.



Gracias por su atención

Azucena Gracia agracia@cita-aragon.es

Cristina Mallor cmallor@cita-aragon.es