

**VIII Conferencia Anual Internacional
de Desarrollo Regional y Local**

SAER, RSAI, IIEP BAIREs, CONICET, FCE-UBA

26-27 septiembre 2019, CABA-Argentina

Avance de tesis de graduación LE

**ASPECTOS REGIONALES DEL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA
DEL SUDOESTE BONAERENSE-ARGENTINA**

Camila Roldán

Grupo de Investigación Economía Agraria , FCEyS-UNMdP

Beatriz Lupín

Grupo de Investigación Economía Agraria , FCEyS-UNMdP

Lorena Tedesco

IIESS-CONICET, Dpto. de Economía-UNS



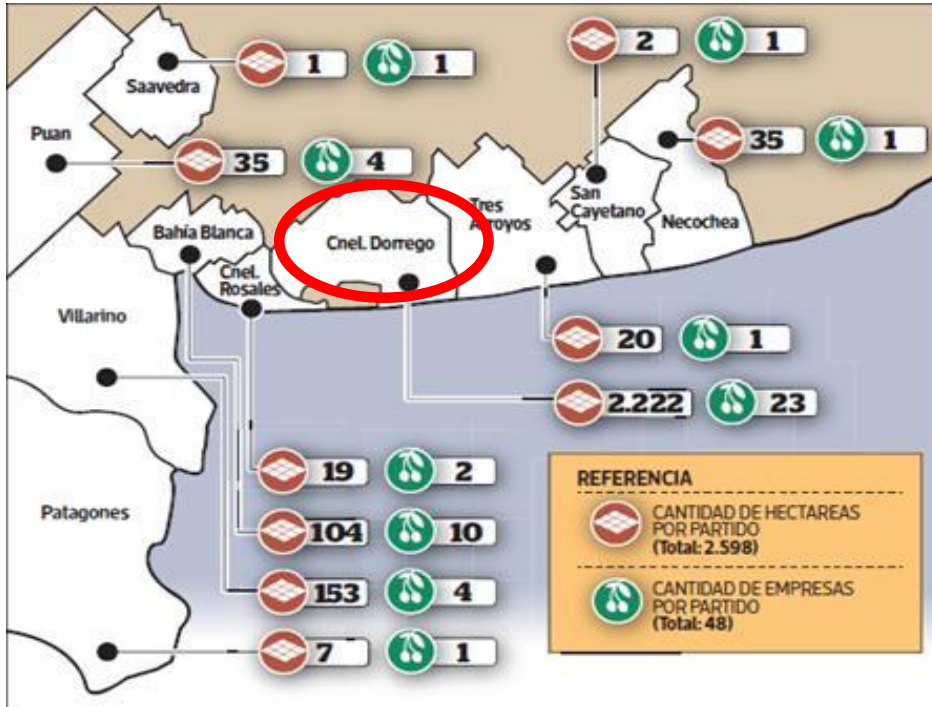
Proyecto
“Desarrollo del olivo del SOB”
Programa “Agregando Valor”, SPU-Ministerio de
Educación, 2017-2018
Directora: Lic. (Dra.) Lorena Tedesco (UNS)



INTRODUCCIÓN

SOB

Producción de AO del SOB



- Características agroecológicas, climáticas y de *expertise* favorables
- AO de excelente calidad
- Ventajas comparativas/competitivas
- 48 explotaciones, 2.598 ha de olivos implantados –Cnel Dgo.: 46% de los establecimientos (85,5% de ha)–
- Superficie explotación: hasta 15 ha
- Variedad de aceituna: arbequina
- Producción: 1.250 tn (2019)
- Principal destino: mercado interno
- Marca colectiva territorial

Fuente: ASNES-La Nueva (Rueda, 2016: 8).

Plans Stall for Buenos Aires 'Quality Stamp'

Researchers found that a regional mark to identify local olive oils would add value, but a lack of cooperation among producers has led to inaction.

By MÓNICA CORREA on September 9, 2019
Filed in Business

“(The goal was to) give producers the tools to evaluate and give them guidance in their business strategies.”

- Beatriz Lupin, an economics professor at the National University of Mar de Plata



11ª Fiesta Provincial
del 7 al 14 de abril

Show de Jairo
Cocinero "Coco Carreño"
Impro Delivery

Nuevos Concursos de Platos **Visitas guiadas**

Patio de Comidas Paseo de Artesanos

Degustación y muchas actividades

inBAHIA BLANCA

Un producto de InfoNegocios

Nota Principal

miércoles 12 de junio | 2019

El aceite de oliva "El Faro" premiado internacionalmente



Originario de Coronel Dorrego, recibió el primer premio en la categoría "Frutado Intenso" en la **Expoliva 2019** en Jaén, España.



FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Competencia e internacionalización de los mercados agroalimentarios



Consumidores informados, exigentes, concientizados

ORIGEN GEOGRÁFICO



Calidad específica

Tradición y autenticidad

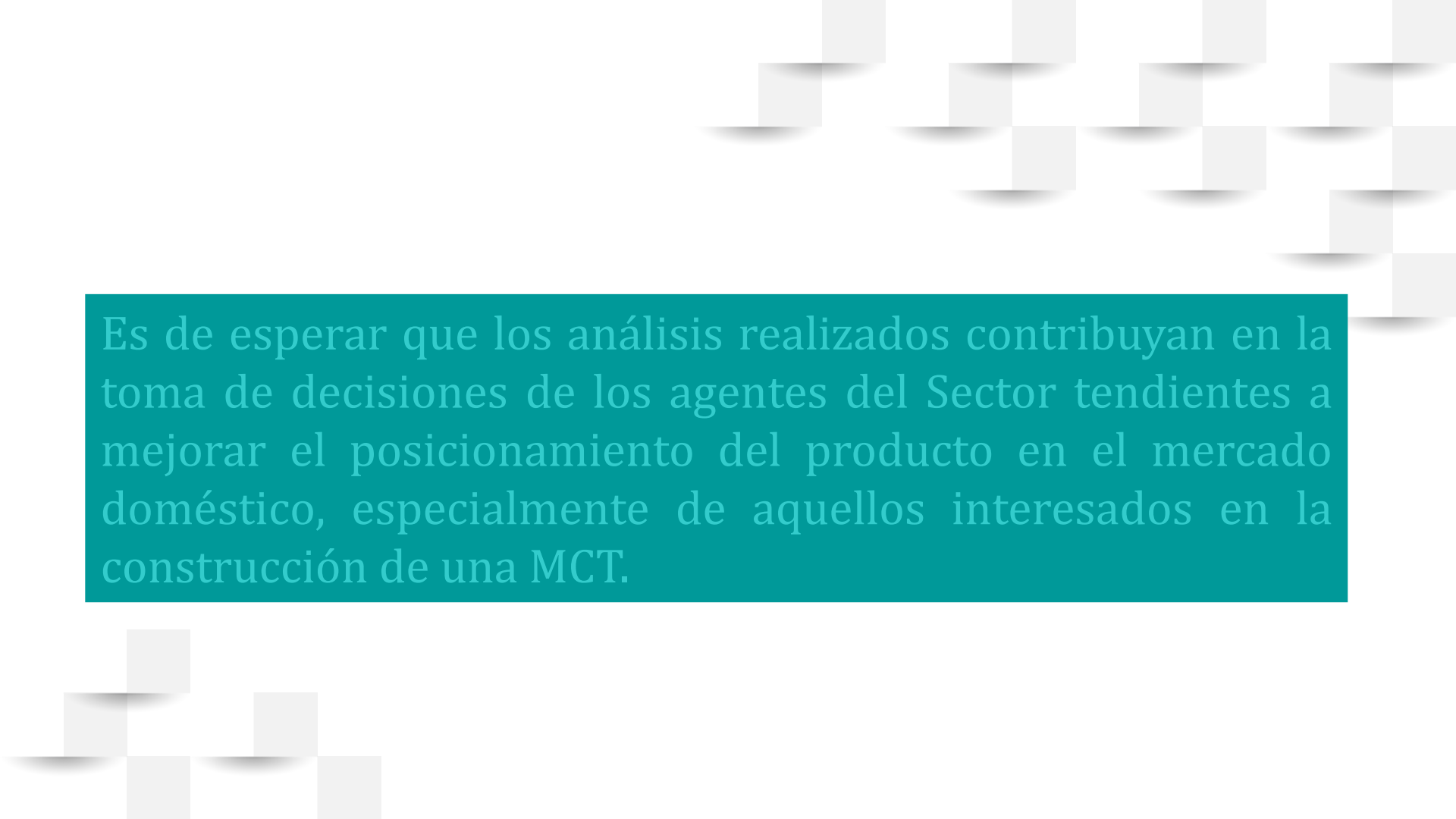
Desarrollo socioeconómico local

Diferenciación del producto

**Valoración de los recursos del territorio
Certificación –asimetría de la información–**



OBJETIVO E HIPÓTESIS



Es de esperar que los análisis realizados contribuyan en la toma de decisiones de los agentes del Sector tendientes a mejorar el posicionamiento del producto en el mercado doméstico, especialmente de aquellos interesados en la construcción de una MCT.

OBJETIVO

Estimar la valoración de determinados atributos del AOVE del SOB por parte de los consumidores residentes en Bahía Blanca, con especial interés en el atributo “origen geográfico” pues los productores se encuentran evaluando la posibilidad de construir una MCT.

HIPÓTESIS

- H1) De los atributos bajo análisis, el “origen geográfico” es el de mayor importancia relativa para los consumidores.
- H2) La disposición a pagar por los atributos de calidad del AO regional se encuentra influenciada por factores demográficos y socioeconómicos.
- H3) Cuánto más frecuente es el consumo de AO, mayor será la disposición a pagar un diferencial por el producido en el SOB con un sello que garantice su calidad.



DATOS Y METODOLOGÍA

DATOS

ENCUESTA

- 223 consumidores de AO
- 18 años y más
- Decisor compras
- Comercios (*mall intercept*)
- Ciudad de BB, nov/dic 2017

Módulo
I

Consumo de AO

Módulo
II

Experimento de Elección
(*Choice Modelling*)

Módulo
III

DAP Sello de calidad territorial

Módulo
IV

Aspectos demográficos y
socioeconómicos

DATOS

CHOICE MODELLING

Atributos	Niveles		
	1	2	3
SABOR	Suave	Fuerte/Intenso	
ORIGEN GEOGRÁFICO	SOB	Otra región	
ENVASE	Vidrio	Plástico	
PRECIO (\$ / litro)	\$ 150	\$ 175	\$ 200

Diseño factorial fraccionado

**Ortogonal
*Orthoplan***

**9 combinaciones
+
"No elección"**

ESCENARIO

Suponga que Ud. puede comprar AO producido en esta Región –SOB–. Se trata de un AO de excelente calidad –VE–. Además, suponga que dicho AO se encuentra identificado correctamente para diferenciarlo del AO producido en otras regiones del país –por ejemplo, Cuyo, Córdoba– o en el exterior –por ejemplo, España, Italia– y que hay garantías de que realmente fue producido en el SOB cumpliendo con índices internacionales de calidad.

Producto	Sabor	Origen geográfico	Envase	Precio
X	Suave	SOB	Plástico	\$ 150 / l
Y	Fuerte/Intenso	Otra región	Plástico	\$ 150/ l
Z	Suave	Otra región	Vidrio	\$ 175 / l
Ninguna				

BLOQUE DE ELECCIÓN

DATOS

MUESTREO

**Representatividad
demográfica**



Cuotas de sexo y edad

(Censo Nacional de Población, Hogares y
Vivienda, Pdo. de BB, INDEC/oct. 2010)

**Representatividad
geográfica y socioeconómica**



Barrios de la Ciudad de BB

METODOLOGÍA

CONDITIONAL LOGIT MODEL (CLM)

Enfoque de Lancaster (1966)

La utilidad es una función del conjunto de atributos

Modelo de Utilidad Aleatoria
(RUM; Marschack, 1960)

El Modelo permite describir cómo las “probabilidades” de elección responden a cambios en los atributos y/o en las características personales

Parte sistemática

$n = 1, 2, \dots, N; i = 1, 2, \dots, I; k = 1, 2, \dots, K$

$$U_{nik} = V_{nik}(Z_{ik}, S_n) + \varepsilon_{nik}$$

Donde: U_{nik} = utilidad -latente-; Z_{ik} = vector de atributos del producto; S_n = vector de características personales del participante; ε_{nik} = componente aleatorio de la utilidad

Componente aleatorio

Modelo de Elección Discreta



Conditional Logit Model (McFadden, 1973)

Las variables explicativas se circunscriben a las características de las alternativas

- Residuos iid a través de las alternativas y de los individuos y que poseen una distribución valor-extremo de tipo I -Gumbel-
- Alternativas Independientes Irrelevantes (IIA)

Probabilidad de elección de la alternativa i del bloque k, por parte del individuo n:

$$p_{nik} = \frac{e^{\lambda v_{nik}}}{\sum_{j=1}^J e^{\lambda v_{nj k}}}$$

Donde: λ = factor de escala -parámetro de precisión- = 1



RESULTADOS PRELIMINARES

Entre los resultados descriptivos, es posible señalar que el 55% de los participantes declara estar dispuesto a pagar un sobreprecio por un sello que garantice la calidad del AOVE regional. De éstos, el 48% consume AO de una determinada región –SOB u otra– y el 33% lo hace con una frecuencia de más de 4 veces por semana –consumidores habituales–. En promedio, se está dispuesto a pagar hasta un 50% más del precio habitual.

Modelo de efectos principales

Variables	Descripción
OG***	1 = SOB, 0 = caso contrario
SAB***	1 = suave, 0 = caso contrario
ENV**	1 = vidrio, 0 = caso contrario
PRE	1 = bajo (\$ 150/l), 0 = medio (\$ 175/l), 2 = alto (\$ 200/l)*

Codificación variables
Dummy -0 = *baseline*-

STATA®
 código asclogit

***, **, * = significación estadística al 1%, 5% y 10%, respectivamente

n = 1, 2, ..., 218; i = 1, 2, 3, 4; k = 1, 2, 3

Wald (χ^2) = 93,62; Probabilidad > χ^2 ; Log Likelihood = - 903,98885

El sabor suave (**SAB**), la procedencia del SOB (**OG**) y el envase de vidrio (**ENV**) favorecen la elección de un AOVE con cada uno de estos atributos, siendo los dos primeros los que más contribuyen a la utilidad del consumidor. Asimismo, se cumple la Ley de la Demanda pues a medida que el precio (**PRE**) disminuye aumenta la utilidad, siendo sólo el nivel “alto” estadísticamente significativo.



PRÓXIMOS PASOS A SEGUIR

Se ampliará la especificación anterior con la inclusión de interacciones entre los atributos y las variables demográficas y socioeconómicas con el propósito de captar heterogeneidad en las preferencias.

Con relación a las variables, hasta el momento, las mismas fueron codificadas como *Dummy* debido a su sencilla interpretación y a que no se incluyó todavía intercepto en el modelo. Se tiene previsto tratarlas, también, como efectos a fin de que el intercepto refleje solamente la media general de la función de utilidad. De esta manera, se evita la confusión en el intercepto entre la utilidad asociada con el nivel de un atributo tomado como referencia y la utilidad global promedio que provoca la primera categorización.

Se calculará la DAP por los atributos evaluados.

Gracias por su atención

Camila

camila.anto.roldan@gmail.com

Beatriz

beatrizlupin@gmail.com

Lorena

ltesesco@iess-conicet.gov.ar

