

XI ECOECO

VII Congreso Iberoamericano
Desarrollo y Ambiente

XI ENCONTRO NACIONAL DA ECOECO
Araraquara-SP - Brasil

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DE VEGETALES ORGÁNICOS
VS-CONVENCIONALES EN CALI, PROYECTADO AL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2013

Ligia Gomez Racines (Universidad santiago de cali) - ligora80@gmail.com
Administradora Profesor departamento de ciencias economicas

Sesión temática: Agricultura y medio ambiente

Resumen

Se realizó un enfoque cualitativo donde se hizo una descripción de la percepción del consumidor frente a los vegetales orgánicos vs los convencionales. Estudio cuantitativo donde se aplicaron modelos econométricos para los pronósticos de demanda. Análisis de las variables axiales del consumidor y la fluctuación de la demanda de los vegetales orgánicos y convencionales. Los resultados mostraron que el desconocimiento de los vegetales orgánicos y sus beneficios y los altos precios en los supermercados afectan la demanda de estos vegetales, el uso de insecticidas contra plagas de último momento en la cosecha por parte de los campesinos afecta igualmente la calidad del producto. Los consumidores de vegetales orgánicos tuvieron un alto grado de cuidado de la salud y mostraron sensibilidad al campesino y a la tierra.

Antecedentes

Hoefkens, Verbeke, Aertsens, Mondelaers y Camp (2009) estudiaron la percepción de un grupo de consumidores acerca de verduras orgánicas frente a las verduras convencionales en Bélgica y hallaron que las verduras orgánicas contienen menos contaminantes y más nutrientes.

Según Buder, Feldman, Hamm (2014) las razones más importantes para no comprar productos orgánicos entre consumidores de comida orgánicos regulares eran precio la disponibilidad insuficiente, y la calidad del producto

Objetivo General:

Determinar el comportamiento de la demanda de vegetales orgánicos y convencionales en Cali en 2012 proyectado al primer semestre 2013

Objetivos Específicos:

1. Identificar la percepción del consumidor frente a los vegetales orgánicos vs convencionales.

2. Aplicar modelos econométricos para el pronóstico de la demanda de la categoría de vegetales orgánicos y convencionales.
3. Analizar variables axiales del consumidor y la fluctuación de la demanda de los vegetales orgánicos y convencionales.

Diseño Metodológico

Se aplicó un cuestionario estructurado, (software Atlas.Ti 6.0) El diseño de la metodología en los grupos focales se realizó teniendo en cuenta heterogeneidad en la edad y el estrato al que pertenece en Cali. Los consumidores pertenecían a los estratos 4, 5 y 6. Se realizaron 8 sesiones de grupos focales, cada grupo con 8 participantes. Se hizo un protocolo de preguntas para los dos grupos de interés los cuales son consumidores de productos orgánicos y no consumidores de productos orgánicos. Estas preguntas ayudaron a identificar los determinantes que influyeron en las actitudes y percepciones de las personas hacia los productos orgánicos

Se utilizó el programa de Econometría E-views 7.0 a través del cual se realizaron análisis de comportamientos de demanda de vegetales orgánicos y vegetales convencionales con datos de grandes supermercados de cadena como son La 14 y Carrefour así como también el análisis de los pronósticos de sus respectivas demandas para el año 2013.

Resultados

Respecto a los vegetales orgánicos los resultados son los siguientes:

Existe un bajo consumo de la población respecto a productos orgánicos.

Se deduce que el cambio porcentual de los precios de (-6) y (-12) meses atrás explican el comportamiento de los cambios porcentuales en unidades demandadas en un 40% y el otro 60% se explican por otras variables que no se han medido.

El precio es un factor definitivo en el proceso de decisión de compra y por esto lo sustituyen por un vegetal convencional.

Se utilizan como insecticidas naturales en aspersión el ají, la ruda, el cimarrón, romero, barbasco, laurel, aunque comenta que cuando la plaga es muy fuerte se acude a plaguicidas como: Enlosan, Manzate, Vitigran y oxiclоро de cobre. Una de las plagas más fuertes que menciona este agricultor es la gota o chamusquina.

En los supermercados de estrato 6 existe una mejor señalización donde encontrar los orgánicos, quienes consideran que son para consumo del estrato 6. Cuando en las góndolas se agotan los orgánicos los consumidores los reemplazan por vegetales convencionales. No existen empaques distintivos para distinguir los productos en las góndolas.

Desconfianza de los consumidores en las leyes y controles de alimentos orgánicos.
Hay la creencia de que los alimentos orgánicos son aconsejados para cáncer de mama.

Conclusiones

Los consumidores que realizan ejercicio frecuentemente, asisten al médico a realizar sus chequeos con regularidad, tienen un autocuidado de su cuerpo, alimentación saludable, no consumen alcohol ni fuman son más propensos a consumir estos productos.

En el grupo orgánico se percibe más conciencia ambiental.

En el grupo orgánico como en el grupo no orgánico consideran que no existe la suficiente publicidad, identificación y disponibilidad de los productos orgánicos en el supermercado.

Grupo orgánico enfocado en la naturaleza y cuidado de la tierra.

Ambos grupos consideran el precio que el precio de los vegetales orgánicos es muy alto y también coinciden en que son productos posicionados para un estrato 6 donde existe un alto poder adquisitivo.

2. Los precios y las cantidades de los vegetales son muy volátiles, razón por la cual para aplicar los modelos económicos se utilizó el cambio porcentual en los precios y cambio porcentual en las unidades.

Las lechugas orgánicas son algunos productos Giffen, donde la pendiente es positiva, lo que significa que si el precio aumenta, los consumidores demandarán el producto. Estos vegetales orgánicos son productos estacionales, ya que se observa que la demanda aumenta en épocas de vacaciones de colegio es decir julio y agosto, épocas navideñas, día del padre y día de la madre.

3. Cuando el consumidor tiene unos ingresos altos y vive en un estrato 6 tiene más posibilidades de comprar estos productos.

Además se puede observar que el aumento de la demanda de estos productos, es debido a que los consumidores orgánicos tienen un alto cuidado de la salud, al no ingerir toxinas para su cuerpo, estos compradores quieren ayudar al campesino, prevenir enfermedades, a los consumidores orgánicos no les afecta mucho el precio como si le afecta a los consumidores no orgánicos, ya que en ellos prevalecen más los valores que el precio del producto.

Ciertos consumidores de vegetales orgánicos demandan estos productos porque ya tienen desde la niñez, unas costumbres de huertas caseras y de finca, donde se produce lo que van a consumir.

Continuación del estudio se hará con Dr. Saulo Bravo.

Bibliografía

Hoefkens , Christine, Verbeke , Wim, & Aertsens , Joris (2009). *The nutritional and toxicological value of organic vegetables*. Volumen 111 pp1062-1077. Recuperado el 1 de junio del 2012 [base de datos Emerald-Library] en www.emeraldinsight.com/0007-070X.htm

Buder, F., Feldmann, C., & Hamm, U. (2014). Why regular buyers of organic food still buy many conventional products. *British Food Journal*, 116(3), 390-404. doi:http://dx.doi.org/10.1108/BFJ-04-2012-0087

