PERCEPCIÓN DIFERENCIAL DE ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE MENDOZA

Baroni, Alfredo[1]; Guardia, Gabriel[2]; Antonietti, Andrea[3]; Fernández Cecilia[4].

Palabras claves: Aceite de oliva virgen extra, Mendoza, consumidor, percepción

RESUMEN

La historia del cultivo del olivo en Argentina, así como la geografía de los diferentes lugares donde el mismo fue prosperando, dio lugar a diferentes aceites, que se comercializan en todo el país, y donde la diferenciación, resulta una herramienta más que necesaria.

El presente trabajo se plantea ante la necesidad de evaluar la percepción por parte de los consumidores, acerca de las principales características de los AOVE mendocinos.

Para ello se planteó una encuesta, respondida por una importante cantidad de consumidores, cuyos datos fueron analizados segmentando las respuestas en función del sexo, grupo etario y provincia de residencia.

Existen claros caracteres que identifican el AOVE mendocino y una imagen por parte de los consumidores acerca del mismo que aparece como consensuada. El AOVE mendocino se pude identificar como un aceite con cuerpo, fuerte, frutado y con un picante intermedio de acuerdo a la percepción de los consumidores.

INTRODUCIÓN

La olivicultura se ha desarrollado desde sus inicios sobre el costado oeste de la Argentina, principalmente en los oasis de las provincias de Mendoza, San Juan, La Rioja y Catamarca, para luego extenderse a Córdoba, Patagonia y la costa bonaerense.

Esto permitió contar con oliviculturas muy diferentes, influidas por las diferentes condiciones agro meteorológicas imperantes en cada oasis, y por las diferencias culturales y antropogénicas de los mismos.

Así, tenemos una olivicultura tradicional, basada en la variedad Arauco, en baja densidad de plantación, lo que dio lugar a plantas grandes y añosas, regadas en forma superficial y cosecha totalmente manual; y una olivicultura mucho más moderna, dada en propiedades mucho más

[1] Coordinador Técnico, Fundación IDR.
[2] Profesor titular Industrias Oleícolas, Tecnicatura Superior en Enología e Industria de los Alimentos Don Bosco.
[3] Responsable Área Gestión de Proyectos, Fundación IDR.
[4] Responsable Área Gestión de Información, Fundación IDR.

grandes en tamaño, y con una mayor densidad de plantación, con genética europea básicamente, riego presurizado y cosecha mecanizada.

Todo ello dio lugar a diferentes aceites, que se comercializan en todo el país, y donde la diferenciación, resulta una herramienta más que necesaria.

En este sentido se planteó el presente trabajo, el cual busca esclarecer cual es la percepción que tiene el consumidor de aceite de oliva, tanto a nivel local (provincia de Mendoza) como a nivel nacional.

METODOLOGÍA

El principal elemento tomado como base para la realización del presente trabajo, fue una encuesta de alcance nacional, que se realizó a través de un formulario google forms, colocado on-line con preguntas de múltiple opción.

Para fomentar la cantidad de respuestas se dispuso un sorteo de kits de aceites de oliva entre quienes respondían; lo que además evitó al solicitar un mail de contacto, la duplicidad de respuestas por parte de la misma persona.

Las respuestas consideradas en el presente análisis fueron obtenidas entre el 14 y el 21 de abril de 2021.

Es importante señalar que, dado el valor al que se comercializa el aceite de oliva virgen extra (AOVE), su consumo no se encuentra tan extendido en la Argentina como si ocurre en otros países europeos (España o Italia); por lo cual la población sobre la que realizar la encuesta, debía responder a consumidores de AOVE, en diferente medida (consumidores esporádicos, habituales, etc.), pero siempre consumidores de AOVE. No tendría sentido consultar a consumidores de aceites vegetales como girasol, soja o mezclas; acerca de un producto que desconocen.

En consecuencia, como primer medida, se buscó difundir la encuesta en forma abierta, pero entre diferentes canales a los cuales acceden normalmente consumidores de AOVE (por ejemplo redes sociales de empresas productoras de AOVE), y, como segunda medida, en la propia encuesta se consultaba acerca del consumo de AOVE, en una escala numérica de 1 a 10. Las respuestas correspondientes a 1 y 0 (es decir personas que no consumen AOVE) fueron descartadas del análisis.

También se distribuyó y publico la misma encuesta a través de redes sociales de instituciones de investigación, tales como IDR y CFI.

A los efectos de analizar las respuestas en forma segmentada conforme a las principales variables que, a primera instancia, podían influir sobre las respuestas, se consultó y analizó las respuestas en función de:

- Sexo: Se consultó a los encuestados respecto del sexo dando las opciones: Masculino/Femenino
- Edad: Se consultó la edad de los encuestados, solicitándoles respondieran de acuerdo a su grupo etario bajo las siguientes opciones: <18 años / Entre 18 y 60 años / Mayor de 60 años. Cabe mencionar que las respuestas obtenidas en el primer grupo (<18 años) fue muy escasa, por lo que no se consideraron representativas y fueron eliminadas del análisis.
- Provincia de residencia: Se consultó a los encuestados acerca de la Provincia de residencia del encuestado, siendo luego agrupadas al momento del análisis las respuestas de la provincia de Mendoza (las que se presuponía podían estar sesgadas por la localía) y las respuestas de las restantes provincias del País.

El total de respuestas recibidas durante el período indicado ascendió a 328, siendo luego eliminadas 8 respuestas por encontrarse incompletas o, tratarse de menores de edad en cantidades no representativas.

RESULTADOS

De las 320 encuestas recibidas, una vez depuradas, se destaca que el 72,9% correspondía a respuestas de personas residentes en la provincia de Mendoza, siguiéndole en importancia las respuestas de personas residentes en Buenos Aires (correspondientes a 52 personas), a las cuales se les puede sumar 14 personas de Capital Federal, totalizando más del 20% de la muestra. El resto de las encuestas siguió una distribución muy similar en casi todo el País, totalizando 20 respuestas más, es decir que se totalizó 86 respuestas fuera de Mendoza.

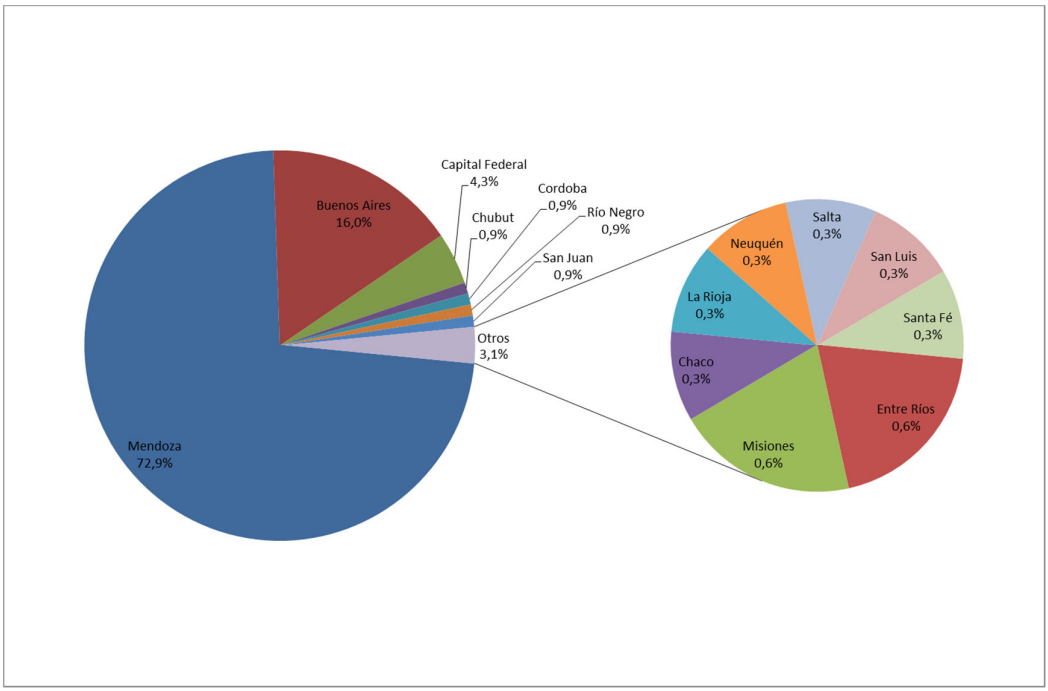


Gráfico 1: Respuestas recibidas por lugar de residencia del encuestado.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Los encuestados fueron mayoritariamente mujeres 63% del total, con una mayoría abrumadora cuando se analiza por separado la provincia de Mendoza (67% de respuestas femeninas) y 54% de respuestas femeninas en el resto de las provincias.

En cuanto al grupo etario de los encuestados, el 91% de los encuestados declaro encontrarse en el rango entre 18 y 60 años, el 9% restante en el grupo de más de 60 años, y solo tres respuestas que fueron descartadas del análisis correspondieron a menores de 18 años.

Estos grupos etarios se distribuyeron en idéntica forma por sexo y por provincias de origen.

Una de las primeras preguntas sobre AOVE que se realizó a los encuestados, se refirió al consumo de aceite de oliva por su persona, a los efectos de descartar aquellas respuestas cuyo

consumo no fuese cuando menos esporádico. Para ello se dio una escala numérica de 0 a 10, y las respuestas identificadas como 1 y 2 fueron descartadas de la muestra por entenderse que no pueden responder sobre un producto que desconocen.

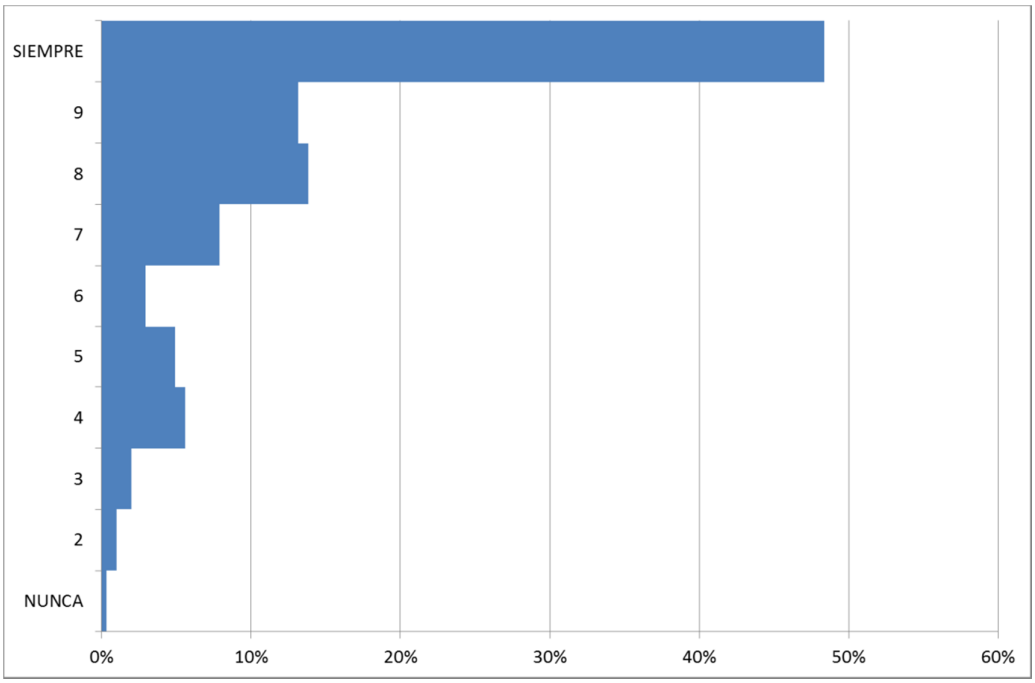


Gráfico 2: Respuestas recibidas conforme al consumo de AOVE por los encuestados.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

A continuación se consultó a los encuestados, si, a un mismo rango de precios, preferían comprar AOVE originarios de: Mendoza/Otras Pcias./Italia/España/No le interesa el origen.

Las respuestas alcanzadas en este ítem favorecen fuertemente a los AOVE mendocinos, ya que las ¾ partes de los encuestados prefirió estos aceites.

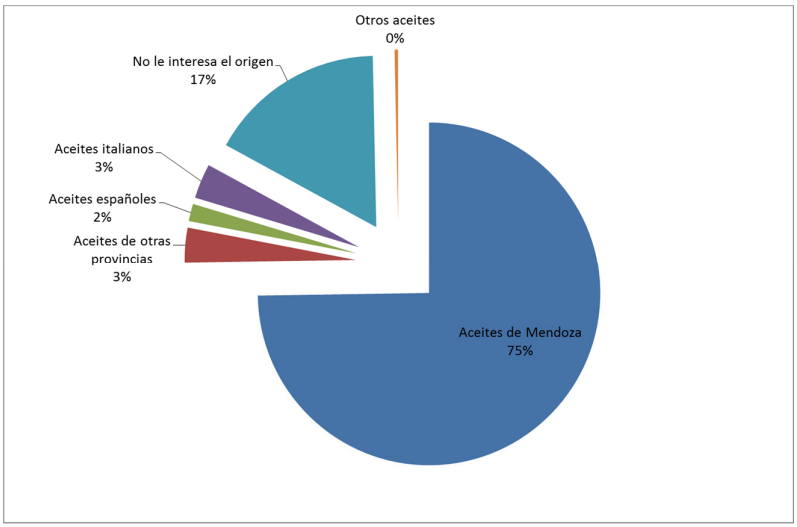


Gráfico 3: Preferencias de los encuestados en cuanto al origen de AOVE.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Una de las primeras inquietudes que se presenta ante esta respuesta, es que la misma esta sesgada por el origen lugar de pertenencia de los encuestados, que como dijimos fueron en su mayoría mendocinos.

Sin embargo, cuando separamos y analizamos el lugar de residencia de los encuestados, y analizamos por separado las respuestas de los mendocinos, frente a los de los residentes en otras provincias, nos encontramos con que la opción mayoritaria en ambos casos fue la de los AOVE mendocinos; si bien el porcentaje de las respuestas cambio conforme el origen (81% de los mendocinos prefieren el AOVE de Mendoza, mientras que el 58% de los habitantes de otras provincias prefieren el mismo aceite).

Cabe destacar en este sentido el muy bajo porcentaje de encuestados (17%) que respondieron que no les interesaba el origen del AOVE, lo cual indica que, ya sea que prefieran unos u otros, encuentran claras diferencias que los llevan a elegir un determinado AOVE, en función del lugar de producción.

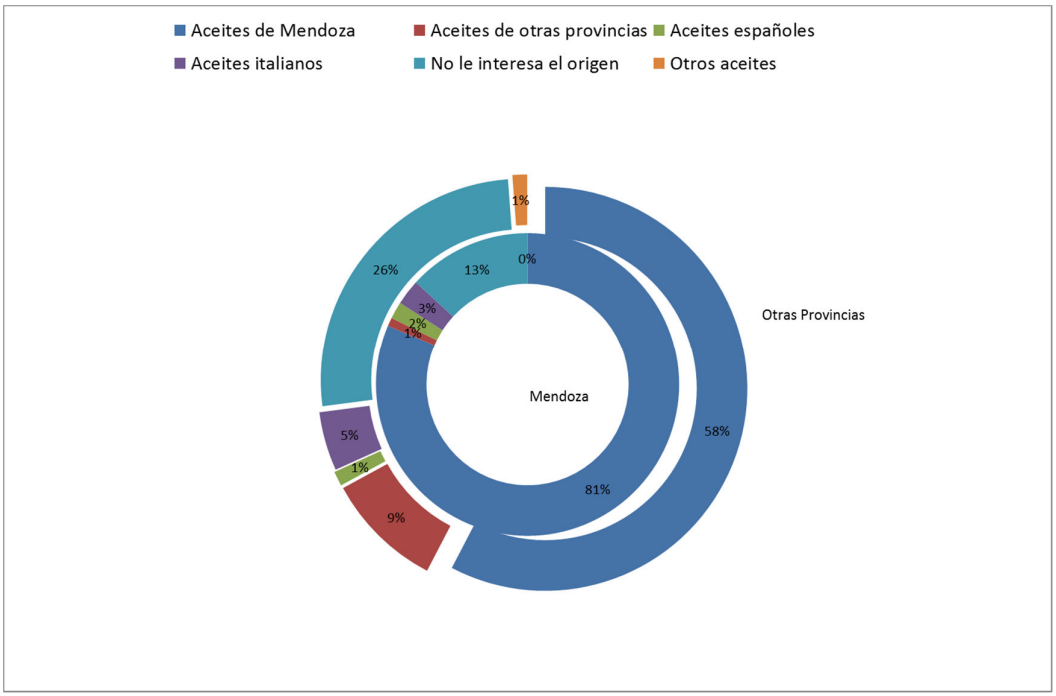
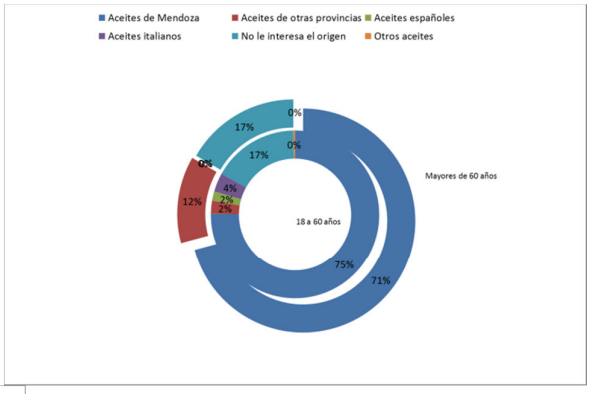
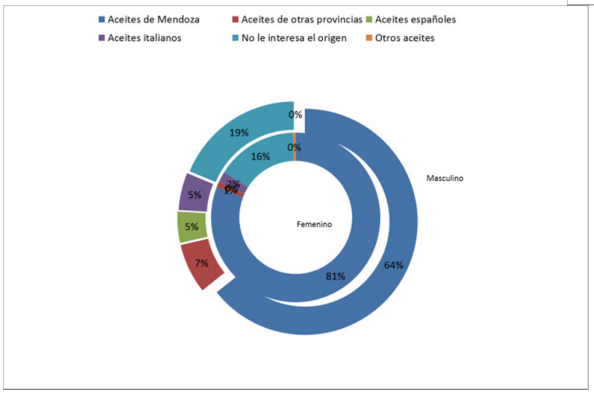


Gráfico 4: Preferencias en cuanto al origen de AOVE por lugar de residencia del encuestado.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Cuando analizamos la respuesta a esta pregunta, por grupo etario y por sexo, encontramos una cierta preferencia por parte del grupo femenino por el AOVE Mendocino, independientemente del grupo etario que se comportó en forma casi idéntica en ambos casos.

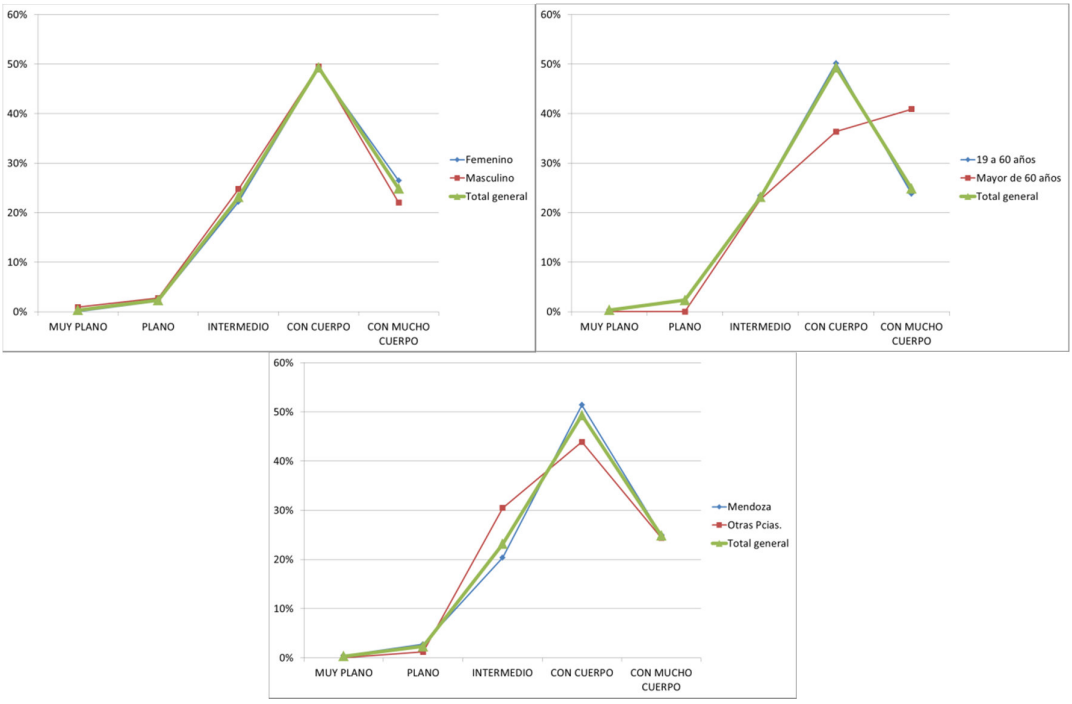




Gráficos 5 y 6: Preferencias en cuanto al origen de AOVE por sexo y grupo etario del encuestado.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Las siguientes preguntas apuntaban, a identificar la imagen que los consumidores de aceite tienen del AOVE Mendocino, y en consecuencia se dio a elegir en 4 preguntas, referidas al cuerpo, picante, frutado y fortaleza del aceite, dando siempre 5 opciones en cada una de ellas, de menos a más.



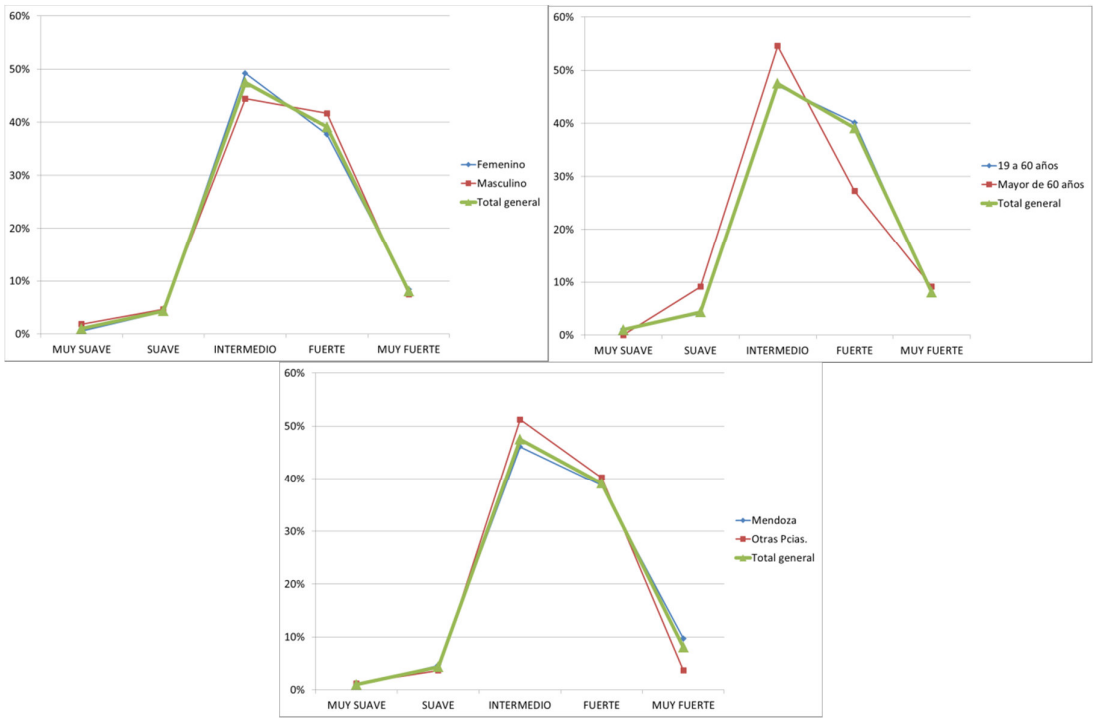
Gráficos 7, 8 y 9: Imagen del AOVE mendocino, en referencia al cuerpo, por sexo, grupo etario del encuestado y lugar de residencia.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Como se puede observar en los gráficos 7, 8 y 9, las respuestas fueron muy consistentes y agrupadas fuertemente en torno a un aceite con cuerpo (50% de los encuestados), con mucho cuerpo o bien intermedio. Prácticamente no hubo ningún encuestado que considerará al AOVE mendocino, como un aceite plano o muy plano.

Esta característica no mostró diferencias en cuanto al comportamiento por sexo de los encuestados (con una distribución casi idéntica) o por lugar de residencia; y solo en el grupo etario de más de 60 años, se registró un cambio de comportamiento hacia la opción “mucho cuerpo”.

Esta respuesta muestra claramente un concepto por parte de los consumidores de AOVE mendocino, de aceites “con cuerpo”, muy diferentes de los aceites considerados “planos”; y es consistente con los análisis químicos que en general indican aceites con mayor contenido de ácido oleico.



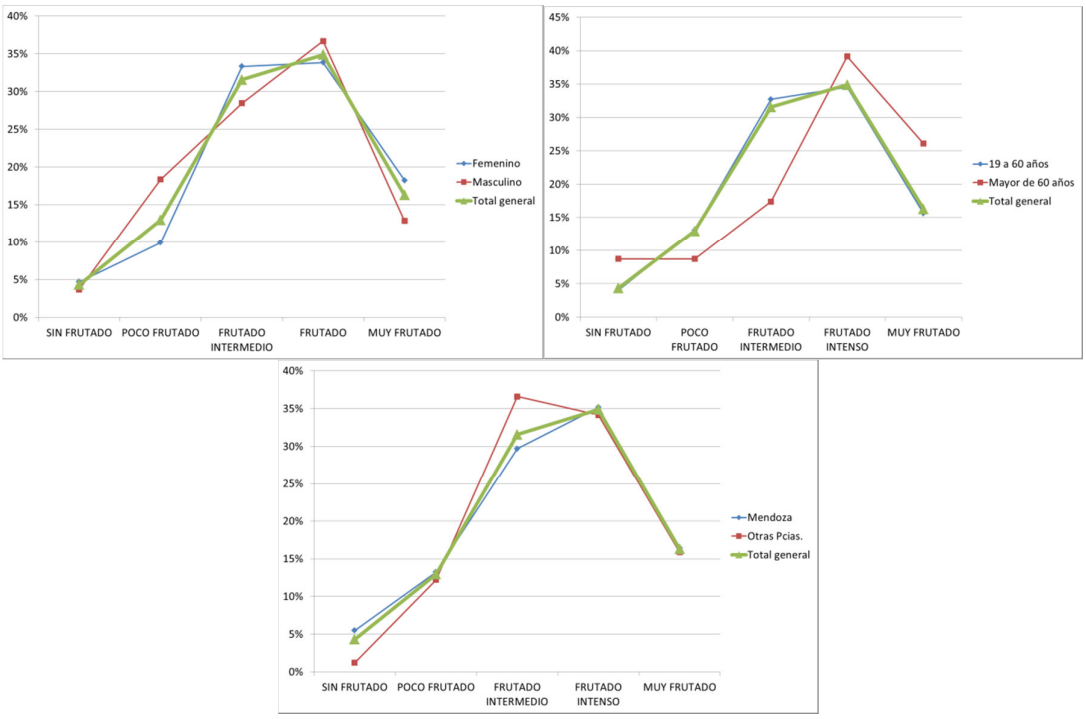
Gráficos 10, 11 y 12: Imagen del AOVE mendocino, en referencia a la fuerza, por sexo, grupo etario del encuestado y lugar de residencia.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Si analizamos ahora, la percepción o imagen que tienen los consumidores respecto de la fuerza o suavidad del AOVE mendocino, nos encontramos también con un comportamiento muy claro y definido. En todos los casos se estableció como una característica un aceite intermedio o fuerte, y muy pocas opciones se posicionaron sobre las características suave o muy suave.

El análisis por grupo etario, sexo o lugar de residencia permite consolidar más aún estos resultados, por cuanto en todos los casos el comportamiento fue muy similar.

Es importante señalar que una distribución de respuestas aleatoria, o de tipo similar entre todas las opciones, nos indicaría un AOVE con características poco definidas o no reconocidas por los consumidores, pero la concentración y distribución normal de las respuestas en determinados rangos, habla a las claras de características muy definidas y propias, que además son conocidas y reconocidas.

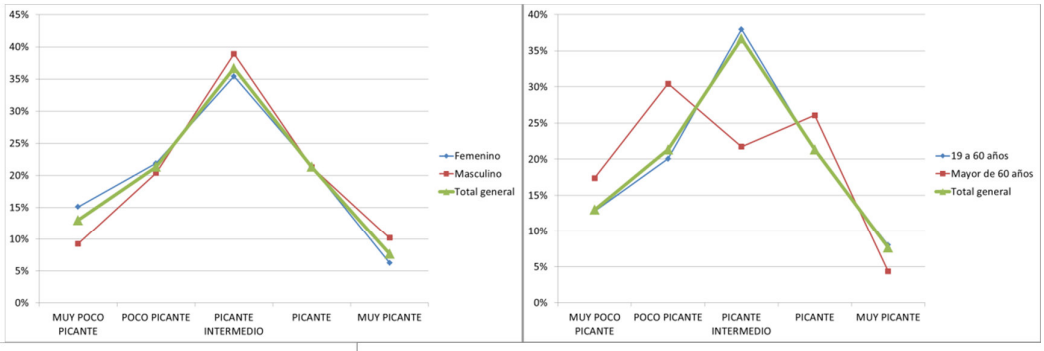


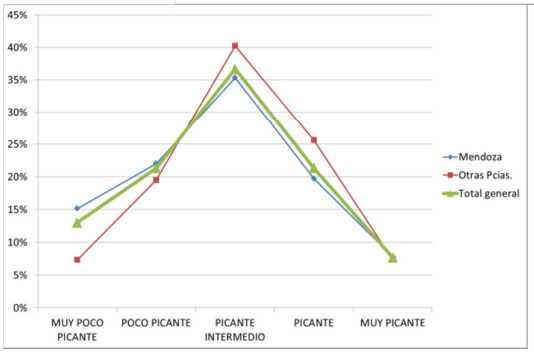
Gráficos 13, 14 y 15: Imagen del AOVE mendocino, en referencia al frutado, por sexo, grupo etario del encuestado y lugar de residencia.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

En las imágenes previas se puede observar la respuesta de los encuestados, separado para las diferentes variables. En las mismas se puede observar claramente que existe un reconocimiento acerca de las características frutado intermedio y frutado intenso, independientemente de cómo se segmenten las respuestas.

Solo en el caso del segmento de personas de más de 60 años, muestran un sesgo a considerar en mayor proporción a los AOVE mendocinos como de mayor frutado.





Gráficos 16, 17 y 18: Imagen del AOVE mendocino, en referencia al picante, por sexo, grupo etario del encuestado y lugar de residencia.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Finalmente se analizó el picante, como característica de los AOVE mendocinos, resultando también una curva con distribución normal (valores concentrados respetando un patrón), con valores intermedios.

En este caso, también el segmento de más de 60 años, mostró un comportamiento ligeramente diferente.

Finalmente, la encuesta se cerró con una pregunta acerca de que tan saludable percibían los encuestados al AOVE mendocino, siendo muy mayoritaria la respuesta que indicaba una percepción como muy saludable del aceite.

En este caso la escala fue dividida en 10 puntos, y el 67% de los encuestados lo consideraron como muy saludable escogiendo la máxima puntuación.

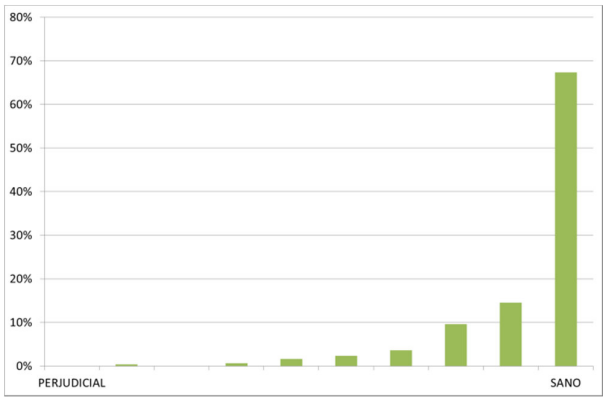


Gráfico 19: Imagen del AOVE mendocino, en relación a los efectos sobre la salud.

Fuente: Elaboración en base a datos propios.

Cabe mencionar que no se determinaron diferencias entre los diferentes segmentos analizados, ni por sexo, grupo etario o provincia de residencia.

CONCLUSIONES

La gran mayoría de los encuestados respondió tener preferencias en cuanto al AOVE a adquirir o emplear, en función del origen del mismo, dando lugar a una clara vinculación entre la zona de producción y la preferencia al momento de adquirirlo. En este sentido, las ¾ partes de los encuestados prefirieron el AOVE mendocino, no siendo una cuestión de localia lo que primo en las respuestas, ya que el patrón se repitió al analizarse por separado las respuestas de los encuestados de otras provincias.

Existen claros caracteres que identifican el AOVE mendocino y una imagen por parte de los consumidores acerca del mismo que aparece como consensuada. El AOVE mendocino se pude identificar como un aceite con cuerpo, fuerte, frutado y con un picante intermedio de acuerdo a la percepción de los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Estudio de la calidad sensorial en aceites de oliva argentinos para evaluar su posible posicionamiento comercial. Maraulo, G. E., & Alderete, J. M. (2020). *INNOVA UNTREF*, (5). Recuperado a partir de http://revistas.untref.edu.ar/index.php/innova/article/view/567

- CLAO 2021-Proyecto SIIP-UNCUYO 2019-2021-Araniti EV; Mirabile, M y otros.
- La cata de aceites: Aceite de oliva virgen. Características organolépticas y análisis sensorial. Instituto de investigación y formación agraria y pesquera, Consejería de agricultura y pesca, Junta de Andalucía. 2008. ISBN 978-84-8474-271-5
- Método de valoración organoléptica del aceite de oliva virgen extra que opta a una denominación de origen. Resolución Nº RES-2/93-IV/05. Documento Nº 22. Consejo Oleícola Internacional. 2005.