

Determinación de los atributos de la calidad subjetiva de los frutos secos mediante QDA (Qualitative Data Analysis).

Damico, A.B.^{1,2}, Aulicino, J.Ma.^{1,2}.

¹Universidad Nacional de Lomas de Zamora-Facultad de Ciencias Agrarias. ² Instituto de Investigación sobre Producción Agropecuaria Ambiente y Salud. Llavallol – Buenos Aires. correo-e: andydamico@hotmail.com

El sector de las frutas secas, no es uno de los más investigados y la bibliografía normalmente se centra en definir los frutos, su valor nutricional, y los beneficios para la salud, pero no en los atributos de la calidad subjetivos, determinantes de la compra y consumo. Este trabajo pretende estudiar ‘la voz del consumidor’ identificando cuales son los atributos relevantes de la calidad subjetiva en los frutos secos. Para ello, se realizaron 20 entrevistas cualitativas orientadas alcanzando el punto de saturación teórica. Para ello, se indagaron 10 hombres y 10 mujeres de nivel socioeconómico C amplio en el área metropolitana de Buenos Aires. Los datos fueron procesados con el software Nvivo 11 Edición Pro de QSR International. Las respuestas se codificaron en 4 nodos temáticos respondiendo al ‘Conocimiento de los frutos secos’, ‘Atributos negativos’ (A-), ‘Atributos positivos’ (A+) y ‘Producto ideal’, y de su análisis surgieron 16 nodos emergentes. Se asociaron atributos con respecto al significado y sinonimia de palabras en 4 grupos y se realiza su promedio ponderado. El ordenamiento de los primeros cuatro atributos negativos es “Cáscara” (8,59%), “Alto precio” (6,33%), “Calidad organoléptica” y “Aporte Calórico” ambos con 2,26%. La “Cáscara” es mayormente valorado por las mujeres y la “Calidad organoléptica” por los hombres. En los atributos positivos, el primero es “Aspectos nutricionales” (20,06%), seguido de “Placer” (1,91%), “Características físicas” (1,59%) y “Otros” (2,23%), siendo los tres primeros más valorados por las mujeres que por los hombres. Estos resultados pretenden ampliar el conocimiento de los atributos subjetivos requeridos por los consumidores, acercar la demanda de los frutos secos a la oferta del sector, y mejorar las oportunidades comerciales beneficiándose de los atributos descubiertos.

Financiamiento: Lomascyt FCA49