

Con el número 49 (julio-diciembre), finaliza el proceso editorial correspondiente al año 2019 de nuestra Revista, abriendo las puertas a un nuevo hito en nuestro recorrido iniciado en 1995: en 2020 arribamos a 25 años de labor ininterrumpida, en nuestro rol como publicación científica especializada en el sector agroalimentario. Para ello, ya está en preparación un *Número Especial Aniversario*, en el tomarán parte destacados académicos e investigadores –tanto de Venezuela como de otras latitudes–, reconocidos por sus pares como autores destacados en los diversos ámbitos abordados a lo largo de su historia; esto es, en las ciencias sociales relacionadas con los estudios sobre agricultura, alimentación, desarrollo rural, nutrición y otros temas relacionados con el ambiente y la sustentabilidad de los sistemas alimentarios.

En este N° 49 nuevamente damos la bienvenida a los investigadores que desde diversas latitudes eligen a nuestra *Agroalimentaria* para publicar sus producciones científicas. En este número 49 se incluyen diez contribuciones iberoamericanas provenientes de Brasil, Colombia, Ecuador, Portugal y Venezuela. El primer artículo, escrito en castellano, nos llega desde Ecuador bajo el título «*Aproximación epistemológica a la gastronomía*». Corresponde su autoría a Rafael Cartay, destacado investigador de la Universidad Técnica de Manabí (UTM, en Manabí, Ecuador) y también profesor jubilado de la Universidad de Los Andes (Mérida, Venezuela). Estructurado en diez secciones y empleando diversas fuentes documentales y bibliohemerográficas, el autor examina los fundamentos y la evolución del concepto «gastronomía» desde la visión de otras tantas disciplinas académicas: desde la epistemología (relación entre el ente y su realidad como objeto de cada disciplina) y desde la ontología (lo que existe y puede pensarse en dicha disciplina). Así mismo, sintetiza la interrelaciones existentes entre ella y la etimología, la historia, la fisiología sensorial, la semiología, la socioantropología, la lingüística, la psicología social, la economía y la administración, la nutrición, las ciencias agropecuarias y la actividad culinaria, a partir de las cuales históricamente se ido nutriendo y enriqueciendo. Sobre estas bases, finalmente y desde una perspectiva múltiple –multidisciplinaria, interdisciplinaria e intradisciplinaria–, presenta una síntesis cuyo fin último es coadyuvar a la comprensión de la epistemología de la gastronomía y sus alcances, su fundamento, interacciones y esencia. El tema y el camino escogido los justifica en la propia naturaleza del fenómeno

alimentario, pues según el autor se trata de un hecho social total, complejo, multifactorial y polisémico, cuya exacta dimensión solo puede comprenderse con el concurso de múltiples disciplinas. Así, el hilo conductor del estudio ha sido el abordaje epistemológico del término desde la perspectiva de tres grupos de disciplinas, a saber: i) la de las ciencias de la salud, para las que la alimentación se percibe como condición imprescindible para la vida, que garantiza las funciones fisiológicas del organismo y el equilibrio del cuerpo y de la mente en sus relaciones con el medio ambiente; ii) la de las ciencias de la producción primaria y otras actividades económicas y sociales, combinadas con un entorno normativo de salubridad, sustentabilidad y factibilidad económica; y, iii) finalmente, el la de las ciencias sociales, bajo las cuales la alimentación es considerada la base de sistemas de organización socioeconómica y de las jerarquías de poder, expresados a su vez en prácticas culturales alimentarias y como elemento creador de imaginarios, de identidades culturales y de códigos de comportamiento social; todos ellos fundamentales en los procesos de interrelación humana y de convivencia social.

El segundo artículo, si bien procede del Brasil, está escrito en lengua inglesa y se titula «*Influential factors in the adherence to the certified organic production system in relation to the profile of the establishments and rural producers in Brazil*». Son sus autores *Andréa Rossi Scalco* (Profesor de la Universidade Estadual Paulista-UNESP, Brasil e Investigador del Centro de Pesquisas em Administração e Agronegócio-CEPEAGRO, Brasil; *Sandra Cristina de Oliveira* (Profesora de la Universidade Estadual Paulista-UNESP, Brasil; Coordinadora del Programa de Postgrado en Agronegocios y Desarrollo de dicha institución e Investigadora del CEPEAGRO); y *Leonardo de Barros Pinto* (Profesor de la Escuela de Ciencias Agrarias de la Universidade Estadual Paulista-UNESP, Brasil). Dada la certificación obligatoria que rige en Brasil desde el año 2011 como requisito para que los productores rurales puedan comercializar su producción en establecimientos comerciales del país, la investigación realizada tuvo por objetivo identificar y analizar los factores que determinan la adopción de la certificación orgánica por parte de ellos. Con este propósito diseñaron y aplicaron una encuesta de selección múltiple, con 12 variables asertivas, a una muestra final de 200 productores rurales que ya habían adoptado la certificación orgánica. Los datos fueron analizados mediante estadística descriptiva, análisis factorial exploratorio y pruebas de hipótesis, a fin de derivar los constructos o factores determinantes de dicha adopción. De esta forma, fueron tres los factores determinantes de la adopción de una certificación: los principios de producción orgánica (variables relativas a la obtención de productos que no dañen al ambiente, que no afecten la salud de los consumidores y productores y para llevar al consumidor un producto en el que son agregadas tales características); el mercado (variables como requerimientos del comprador, comercialización en establecimientos comerciales y acceso a nuevos mercados); y los grupos externos (influencia de otros productores que ya habían adoptado sellos orgánicos y grupos de investigación asesores en dichos procesos), siendo el primero el que mayor expresión tuvo en los productores estudiados. Otros hallazgos revelaron la existencia de heterogeneidad en cuanto a la importancia de estos factores como determinantes de la decisión de obtener la certificación como producto orgánico. Luego, con respecto a las características de los establecimientos rurales, los aspectos más destacados fueron el estado donde se encuentra el productor y el nivel de procesamiento del producto obtenido. Por último, en cuanto a las características de los productores, destacan el nivel de escolaridad y el tipo de certificación utilizada como determinantes de la adopción. Destacan también la influencia del tipo adoptado, pues en los casos de haber optado por la certificación por terceros, el aspecto relevante era que se trataba de una

exigencia por parte de los compradores del producto. También fueron claves el contacto e intercambio de información con otros productores y organizaciones de apoyo a la producción en la acogida de los procesos de certificación, más allá del tipo de certificación adoptada.

El tercer artículo, en portugués y también procedente del Brasil, se titula «*A nova configuração no mercado de milho no Brasil e a dinâmica de formação de preços*». Corresponde su autoría a *Lucilio Rogerio Aparecido Alves* (investigador del Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada-CEPEA/ESALQ de la Universidade de São Paulo-USP, Brasil); *André Luís Ramos Sanches* (igualmente investigador del CEPEA/ESALQ/USP, Brasil); y *Geraldo Sant'Anna de Camargo Barros* (Profesor Sénior de la Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz-ESALQ de la Universidade de São Paulo-USP, Brasil y Coordinador Científico del CEPEA). Los autores llevaron a cabo un estudio con el objetivo central de analizar las relaciones causales y la transmisión de los precios en el caso del mercado brasileño del maíz, tomando como referencia información de precios de Campinas-estado de São Paulo (región base de la liquidación financiera de futuros contratos negociados en la Bolsa Brasil Bolsa Balcão-B3), Cascavel-estado de Paraná (PR), Paranaguá-estado de Paraná (PR), Rio Verde-estado de Goiás (GO) y Sorriso-estado de Mato Grosso (MT). A fin de identificar posibles cambios en la relación entre los mercados mencionados, el análisis efectuado fue dividido en dos períodos: el primero, entre enero 2009 y diciembre 2014; y el segundo, entre enero 2015 y diciembre 2019, períodos de gran dinámica en la cadena del maíz, con importantes crecimientos tanto en la producción como de las exportaciones. Fueron considerados los precios en el mercado físico en las regiones Campinas/SP, Cascavel/PR, Paranaguá/PR, Rio Verde/GO y Sorriso/MT, de periodicidad diaria y previamente corregidos por el Índice General de Precios-Disponibilidad Interna (IGP-DI) del mes de diciembre de 2019, que luego fueron analizados mediante la técnica de vectores autorregresivos (VAR) mediante un modelo con Corrección de Errores (VAR-VEC). Los resultados indican que, en general, en los últimos años los precios de Campinas comenzaron a afectar más intensa y rápidamente las variaciones registradas en otras regiones (ajustes en la dinámica de precios), al tiempo que también pasaron a absorber más rápido los cambios de los precios de las regiones productoras y exportadoras. Por tanto, concluyen que los precios de Campinas-SP interactúan rápida e intensamente con los mercados analizados, reafirmando que la región es una importante referencia en la formación de los precios del maíz en el mercado brasileño. Esa interacción de los precios en Campinas con otros mercados es atribuida en el estudio a la necesidad de que los compradores en la región adquieran el maíz en otras regiones, debido al déficit interno. Finalmente destacan que los agentes económicos podrían beneficiarse si consideran los precios de los mercados a futuro correspondientes a la BM & FBOVESPA (región base de Campinas) al momento de realizar sus análisis de compras y/o ventas anticipadas, así como para la planificación de sus cosechas.

Procedente desde Colombia y en castellano, el cuarto artículo lleva por título «*Competitividad sistémica del Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL) de la piña de El Peñón (Departamento de Bolívar, Colombia)*». Son sus autores *Adriana Marcela Santacruz Castro* (Investigador Máster de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria-AGROSAVIA, Colombia); *Gonzalo Alfredo Rodríguez Borray* (Investigador Máster Sénior de AGROSAVIA, Colombia); y *Yesid Vicente Aranda Camacho* (Profesor

Asociado del Departamento de Desarrollo Rural y Agroalimentario, Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Colombia-UNAL, sede Bogotá e Investigador del Grupo de Investigación en Gestión y Desarrollo Rural-GIGDR). La zona objeto de estudio se localiza en municipio de El Peñón (Departamento de Bolívar, Colombia), con una tradición del cultivo de piña (*Ananas comosus*) de más de cien años. Allí, el objetivo fue analizar el nivel de competitividad del Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL) de la piña, ejecutada en dos fases: la primera, una investigación documental que les permitiera identificar los elementos explicativos de la competitividad de los SIAL; y la segunda, la construcción de un modelo analítico bajo el enfoque sistémico de la competitividad, junto con la estimación de indicadores del caso (incorporando como variables elementos relacionados a los niveles macro, meso, meta y micro), con base en fuentes primarias y secundarias de información. De acuerdo con el estudio, la competitividad de los territorios rurales requiere tanto de la articulación como de la cooperación de los agentes para poner en valor recursos específicos en ellos localizados. Al analizarla es posible identificar los factores de producción propios del sistema, las capacidades para establecer las sinergias entre actores individuales, sus organizaciones e instituciones que permitan alcanzar en última instancia el desarrollo del territorio. También los procesos de innovación, las políticas sectoriales, así como las comerciales, de fomento y arancelarias inciden en la competitividad de los SIAL. Los resultados destacados dan cuenta que: i) la competitividad a nivel meta en el SIAL de piña, de acuerdo con las características propias de la producción agroalimentaria y las relaciones de los actores allí presentes presenta nivel Alto-Medio; ii) la competitividad a nivel meso, entre Medio y Bajo (escaso impacto en la promoción y acompañamiento en los procesos de adopción de tecnologías en el sistema productivo); iii) la competitividad a nivel macro, un nivel Alto (políticas y normatividad del Estado como elemento articulador para la comercialización, la inversión, el desarrollo tecnológico e innovador entre los restantes actores del SIAL); y iv) la competitividad a nivel micro, entre Medio-Bajo (en cuanto a eficacia, recursos y capacidad de innovación en la producción). Con base en estos hallazgos, el diagnóstico del desempeño actual en cada nivel de la competitividad para el SIAL de piña de El Peñón reveló que los niveles micro y meso son los más débiles en cuanto a sus variables características, por lo que los actores del territorio deberían enfocar y priorizar en ellas sus estrategias para mejorar la competitividad de los productos y servicios del SIAL objeto de estudio.

El quinto artículo nos llega igualmente desde Colombia, en lengua castellana, bajo el título «*Estilos de vida promotores de salud como moderadores de compra y consumo de alimentos saludables*». Son sus autores *Marly Jobana Bahamón* (Docente de la Universidad Simón Bolívar-USB, Colombia); *Hilda Estrada-López* (Docente de planta de la Universidad del Atlántico, Facultad de Ciencias Económicas, Barranquilla, Colombia); y *María Auxiliadora Iglesias-Navas* (también Docente de la USB, Barranquilla, Colombia). Inician señalando que la obesidad, las afecciones cardíacas, la hipertensión y la diabetes constituyen las enfermedades de mayor carga al estado de salud de los habitantes colombianos, evidenciando así la necesidad de una nueva oferta alimentaria para que aquellos puedan acceder a productos más saludables y nutritivos. En este escenario, el estudio cuantitativo realizado tuvo como objetivo medir el papel moderador del estilo de vida promotor de salud, sus dimensiones y las características sociodemográficas, sobre la compra y consumo de alimentos saludables en Barranquilla, Colombia. Con este fin aplicaron un cuestionario del Perfil del Estilo de Vida (PEPS-I, por sus siglas en inglés), a una muestra de 370 adultos responsables de adquirir los alimentos en sus hogares. La hipótesis de parti-

da era que el estilo de vida promotor de salud y las características sociodemográficas se asociaban significativamente con la frecuencia de compra y consumo de alimentos saludables; igualmente, que el estilo de vida promotor de salud y algunas características sociodemográficas podían predecir la compra y consumo de alimentos saludables. Entre los resultados destacan que tres de los seis estilos promotores de salud (nutrición, responsabilidad en salud y manejo del estrés) explicaban en un alto porcentaje dicha conducta en la zona estudiada. Por tanto, se trata de información valiosa que permite identificar las características específicas de potenciales consumidores de alimentos saludables. También evidenciaron la existencia de un segmento del mercado, con características específicas y que muestra mayor interés por la compra y consumo de este tipo de productos (personas mayores de 50 años, mujeres y pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2 y 3). Por último, señalan que este tipo de estudios no solo proporcionan información pertinente para el análisis del perfil psicográfico del consumidor activo o potencial de alimentos saludables, sino que también proporcionan elementos valiosos para el diseño de programas de prevención de enfermedades y de promoción de la salud.

El sexto artículo, en castellano, procede de Venezuela y se titula «*Análisis de la prohibición de siembra de palma aceitera en el Sur del Lago de Maracaibo basado en indicadores de sostenibilidad ecológica*». Corresponde su autoría a *Misael Molina* (Profesor Titular e Investigador de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago-UNESUR, Venezuela); *María Alejandra Gutiérrez* (Profesora Titular e Investigadora de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago «Jesús María Semprum»-UNESUR, Venezuela); *Renzo Gutiérrez* (también Profesor Titular e Investigador de UNESUR, Venezuela); y *Jesús Vargas* (Profesor Asociado e Investigador de UNESUR, Venezuela). El estudio estuvo centrado en el cultivo de la palma aceitera (*Elaeis guineensis* Jacq), tradicional en países de África Ecuatorial y de creciente expansión e importancia económica en países como Brasil, Colombia y Venezuela. En este último se concentra particularmente en los estados Zulia, Monagas y Yaracuy. El problema está en que, a pesar de potencial económico es considerado como causante de algunos problemas ambientales, particularmente la pérdida de biodiversidad. Así, los autores llevaron a cabo una investigación en la región del Sur del Lago de Maracaibo, con el objetivo de analizar una resolución gubernamental que limita la expansión del cultivo de palma aceitera en tipos específicos de tierras en dicha región. Para ello estimaron indicadores de sostenibilidad ecológica, comparando explotaciones representativas de palma aceitera y de plátano (plátano macho o *Musa AAB Simmonds*). De los resultados destacan la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre ambos cultivos, así como también la inexistencia de estudios científicos para fundamentar –en la región estudiada– la proliferación de plagas, al igual que de evidencias del desplazamiento de «rubros estratégicos» aludidas en la prohibición legal objeto de examen. De otro lado –basados en el análisis de disposiciones constitucionales vigentes–, afirman que dicha Resolución incumplió con el paso previo de la consulta ciudadana estipulada en la normativa ambiental para este tipo de instrumentos, por lo que recomiendan su modificación o anulación. Además, si el argumento jurídico de peso es el impacto negativo sobre el medio ambiente, también debería limitarse –por ejemplo– la expansión del cultivo de plátano. Finalmente señalan que la baja biodiversidad registrada en los cultivos de palma aceitera es debida a su manejo agronómico como monocultivo y no a la destrucción de bosque natural para su establecimiento, ya que estos cultivos se han establecido en tierras que se destinaban previamente a actividades ganaderas. Por tanto, la aplicación de este argumento como soporte legal de la Resolución resulta incorrecta.

El séptimo artículo, redactado en inglés, nos llega desde Portugal y se titula «*Eating habits and food knowledge in a sample of Portuguese university students*». Son sus autores *Raquel Pinho Ferreira Guiné* (Directora del Departamento de Industrias Alimentares, Profesora de la Escola Superior Agrária del Instituto Politécnico de Viseu-IPV, Portugal y Coordinadora del Centro de Investigação CERNAS-IPV); *Raquel Pinho Ferreira Guiné* (Becaria de Investigación en la Escola Superior Agrária de Viseu, Portugal); *Ana Cristina Ferrão* (Vicepresidenta del IPV; Profesora Coordinadora del Centro de Investigación UICISA:E-IPV y Coordinadora de la Escola Superior de Saúde del IPV, Portugal); *Manuela Ferreira* (Profesora Coordinadora del IPV, Portugal); *João Duarte* (Profesor Coordinador del IPV, Portugal); y *Bruno Nunes, Patrícia Morais, Rafaela Sanches* y *Romana Abrantes* (Estudiantes de la Escola Superior de Saúde de Viseu, Portugal). La idea de partida era que la adopción de una dieta saludable es un proceso complejo, condicionado no solo por la selección de los alimentos sino también por las conductas alimentarias de cada individuo. Estas a su vez son influenciadas por una serie de factores de diversa índole (biológicos, sociales, ambientales, demográficos y psicológicos). En el caso del grupo etario en el que se ubican los estudiantes universitarios, aquel es todavía más particular, ya que el proceso de transición que inicia en la secundaria se corresponde con un período crítico en que los jóvenes experimentan ingentes cambios ambientales, sociales y físicos, que les pueden conducir a adoptar estilos de vida poco saludables. Tales aspectos resultan claves para entender los niveles de conocimientos alimentarios, conocimientos sobre los alimentos y nivel de información sobre una dieta saludable en los estudiantes universitarios, que permitan promover estrategias para mejorar sus hábitos alimentarios. En ese escenario y basados en una muestra no probabilística de 670 estudiantes universitarios de 5 escuelas en dos universidades de Portugal, diseñaron y aplicaron un cuestionario estructurado en cuatro secciones: datos sociodemográficos, conocimientos alimentarios, hábitos alimentarios e información sobre una dieta saludable. Entre los hallazgos más relevantes destacan que, en general, los encuestados tenían buen conocimiento sobre los alimentos, hábitos alimenticios satisfactorios y un nivel satisfactorio de información sobre una dieta saludable. No obstante, hallaron diferencias significativas en cuanto al conocimiento alimentario entre los grupos de edad considerados, según el área de estudios y quienes se dedicaban a la práctica de deportes de alta competición. Finalmente subrayan la necesidad de mejorar los programas educativos, a fin de aumentar el conocimiento sobre los alimentos y mejorar los hábitos alimenticios de los estudiantes universitarios.

El octavo artículo, escrito en portugués, procede desde Brasil y lleva por título «*Agregação de valor: como a embalagem pode contribuir com a valorização de produtos piscícolas?*». Corresponde su autoría a *Josiane Polles* (Graduada en Administração de la Universidade Estadual do Oeste do Paraná-UNIOESTE, Brasil); *Eliana Cunico* (Profesora Doctora de la UNIOESTE, Campus de Marechal Cândido Rondon, Brasil); *Silvana Anita Walter* (Profesora de la UNIOESTE, Campus de Marechal Cândido Rondon, Brasil); y *José Paulo de Souza* (Profesor Posdoctor de la Universidade Estadual de Maringá-UEM, Brasil). En él se presentan resultados de un estudio cuantitativo realizado en ciudad de Marechal Cândido Rondon (estado de Paraná, Brasil), con el propósito de analizar cuáles son los atributos del embalaje observados y considerados por los consumidores de pescados al momento de la compra; ello, con el fin último de identificar las características del embalaje que podrían agregarle más valor a ese tipo de productos. Con este propósito diseñaron y aplicaron un cuestionario de 14 preguntas en escala *Likert* a 396 consumidores de algunos supermercados de dicha ciudad. La hipótesis de partida era que por tratarse de productos con bajo valor

agregado (resultantes en este caso de la industrialización de la proteína de pescado), factores como el flujo de información disponible a través del empaque y otras cualidades a él asociadas podrían incidir favorablemente en la evaluación de los compradores al momento de la compra. Además, el embalaje está asociado también con la seguridad alimentaria, el transporte y el acondicionamiento, siendo por tanto un factor decisivo en dicha elección. El estudio se realizó en dos fases: una exploratoria, para verificar si en las respuestas de los consumidores estaban contenidos todos los atributos considerados como importantes en la elección producto, susceptibles de ser analizados a través del envase, que identificaron en la revisión de la literatura; la segunda, la aplicación del cuestionario ajustado. Los principales hallazgos revelaron que los consumidores están dispuestos a pagar más por un envase de su preferencia, al tiempo que valoran la seguridad alimentaria por él proporcionada frente a la compra de pescado a granel. Otras variables relevantes fueron los colores, la practicidad, la transparencia, la facilidad de almacenamiento y los atributos de sabor, todos ellos asociados con la valorización que el embalaje confiere al producto. Sin embargo esa mayor disposición a pagar, más que asociarse con sugerencias de preparación, la posibilidad de congelación individual e informaciones nutricionales, fue atribuida por los autores a la posibilidad de ver el pescado en el momento de la compra (probablemente relacionada con la visualización del corte o la presencia o no de piel y espinas). Finalmente, subrayan la importancia de estos resultados para el sector piscícola, tanto por brindar más seguridad e inocuidad al producto envasado, como por la oportunidad poco explotada (por ejemplo, mediante nuevas, más atractivas y rentables formas de envases como con cremallera, orificio para añadir condimentos antes de abrirlos o del tipo «directo al horno»), que podría traducirse en mayores retornos financieros.

El noveno artículo, en castellano y remitido desde Venezuela, se titula «*Lealtad del consumidor en una empresa estatal distribuidora de alimentos: el caso Mercal en Venezuela*». Corresponde su autoría a José Ovidio Flores (Docente de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú); Sandra Lizbeth Flores (Asesora-consultora privada de empresas); Rolando Andrés Mora (Coordinador de Infraestructura en Mercal del estado Portuguesa, Venezuela); y Carlos Ortega Muñoz (Docente Nombrado de la Facultad de Ciencias Matemáticas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú). En él se presentan los principales hallazgos de un estudio sobre la lealtad de los consumidores de la red Mercal, una empresa propiedad del Estado venezolano cuyo objetivo es suministrar de productos alimenticios y otros de primera necesidad, a precios bajos (subsidiados) a la población de escasos recursos económicos. A partir de la revisión de literatura, los autores subrayan la importancia que tiene la lealtad para cualquier empresa, en tanto se erige como una fuente de ventajas competitivas para el marketing y que se convierte en consecuencia en un factor clave para que aquella pueda alcanzar su rentabilidad y supervivencia en el largo plazo. El otro factor evaluado fue la calidad percibida por los consumidores. Así, el objetivo central fue determinar las relaciones entre la política pública de seguridad agroalimentaria, los fines del gobierno y el modelo de lealtad del usuario de Mercal, siendo un estudio pionero en su tipo en el país (por tratarse de una empresa pública, con objetivos políticos y cobertura especial). Con base en información de una muestra aleatoria de 420 usuarios del Supermercado Guanare (localizado en el estado Portuguesa, Venezuela) estimaron un modelo de ecuaciones estructurales empleando mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Entre los principales hallazgos destacan la identificación de un nuevo tipo de usuario

(denominado minorista alimentario de propiedad pública), cuya lealtad está influenciada tanto por la imagen política de la empresa como por los clásicos determinantes del minorista privado (la satisfacción y la calidad), con la particularidad que el usuario del Mercal es en general menos exigente en calidad. El otro aspecto relevante es que las evidencias físicas (en este caso, apariencia y conveniencia de compra) resultó ser la única dimensión válida para medir la calidad percibida del servicio de Mercal. Este último es un constructo que tiene influencia positiva sobre la satisfacción de los usuarios, que a su vez influye positivamente en la lealtad mostrada hacia dicho establecimiento (o marca de distribución). Finalmente señalan como aporte original la definición y medición del constructo «imagen política», también relacionado positivamente con la lealtad de los usuarios hacia el Mercal.

El último artículo, procedente del Brasil y en lengua portuguesa, lleva por título «*Perfil de consumidores de alimentos orgánicos: validação da escala VALS-2 em Mato Grosso do Sul, Brasil*». Corresponde su autoría a *Wilson Ravelli Elizetu Maciel* (Profesor Adjunto de la Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-UFMS, Brasil); *Danilo Moraes de Oliveira* (Tecnólogo en Gestión Pública del Instituto Federal de Mato Grosso do Sul-IFMS, Brasil); *Dario de Oliveira Lima-Filho* (Profesor Titular de la Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-UFMS, Brasil); y *Filipe Quevedo-Silva* (Profesor Adjunto de la Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-UFMS, Brasil). El artículo aborda el estudio el segmento de productos orgánicos, uno de los de mayor crecimiento en el sector alimentario estadounidense en años recientes y que a su vez se ha erigido como el mercado de orgánicos más grande del mundo. A esto se suma el creciente interés al nivel mundial por alimentos saludables y más seguros, así como una mayor conciencia ambiental por parte de los consumidores. En este escenario llevaron a cabo un estudio cuantitativo con el objetivo de identificar y explorar el perfil psicográfico de los consumidores de alimentos orgánicos en la ciudad de Campo Grande (localizada en el estado de Mato Grosso do Sul-MS, Brasil). Con este fin aplicaron, a una muestra no probabilística de 127 consumidores, un cuestionario estructurado de 35 ítems basados en las variables del modelo de análisis psicográfico VALS-2 (acrónimo inglés de *Values and Life Style*), con cuyos datos efectuaron un análisis factorial confirmatorio basado en mínimos cuadrados parciales (mediante ecuaciones estructurales). De la caracterización de la muestra, los autores destacan como rasgos relevantes la predominancia de mujeres, con edades comprendidas entre 40 y 60 años y un elevado nivel educativo. Por su parte, los resultados el análisis factorial permitieron identificar siete factores o dimensiones de estilo de vida para los consumidores de productos orgánicos en Campo Grande (a saber, creyente, director, experimentador, innovador, luchador, pensador y hacedor). De ellas, la dimensión con mayor ocurrencia entre los consumidores de alimentos orgánicos fue la del «Realizador», que corresponde a individuos más seguros de sí mismos y que buscan una diferencial que les permita destacarse de las restantes. Le seguían en importancia las categorías de «Hacedores», «Pensadores» y «Experimentadores». En general, estos grupos están conformados por individuos que se caracterizan por estar en una posición de liderazgo, que buscan un diferencial y más conocimiento. Finalmente destacan las bondades del uso de la psicografía para la segmentación de mercados, práctica que frecuentemente se realiza solo con base en datos socioeconómicos, lo que constituye un avance significativo en el estudio del comportamiento del consumidor (en este caso, verificado en el ámbito empírico). Ello, además de enriquecer el quehacer académico e investigativo, puede explotarse en el campo comercial: la segmentación psicográfica puede conducir a la prestación de servicios más efectivos a las necesidades de los clientes por parte de las

empresas, creando así una relación más valiosa que se traduzca en una mayor ventaja competitiva para estas últimas.

Nuevamente, como venimos haciendo en números recientes, en la sección de *Reseñas y Misceláneos* incluimos dos Reseñas con los contenidos recientemente publicados por dos revistas hermanas: i) la *Revista de Economía Agraria y de los Recursos Naturales* (EARN, o *Agricultural and Resource Economics Journal*), una publicación de la Asociación Española de Economía Agraria (AEEA) y de la Universitat Politècnica de València (UPV, España), ahora con la Catedrática Mercedes Sánchez (de la Universidad Pública de Navarra) como su Editora Ejecutiva. Se trata en este caso de un número especial (Nº 2, Vol. 19), que está disponible en línea, libre acceso, en el enlace <https://polipapers.upv.es/index.php/EARN/index>; y, ii) la *Revista Agronegocios*, con el volumen 44 (año XXIII, julio-diciembre 2019), órgano oficial de la Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria y bajo la nueva presidencia en el Comité Directivo Nacional de la Dra. *Martha H. Martí*. También está disponible en línea, acceso libre, a través del enlace <http://www.somexaa.com.mx/liga2.html>

Como siempre, reiteramos nuestro agradecimiento a todos los investigadores, docentes, estudiantes, árbitros y miembros del Consejo y del Comité Editorial; a los traductores, asistentes y diagramadores de la Revista; a todo el personal de la Comisión de Publicaciones del Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes (CDCHTA, Universidad de Los Andes, Venezuela) y del Repositorio Institucional de la Universidad de Los Andes SABER-ULA (Dirección de Telecomunicaciones y Servicios de la ULA, donde se aloja digitalmente *Agroalimentaria*). Todos ustedes son fundamentales para llevar a cabo, en condiciones cada vez más adversas, nuestra tarea de difusión científica. ¡Hasta la Edición Aniversario!

Alejandro Gutiérrez S.
Coordinador del Comité Editorial

José Daniel Anido R.
Editor Adjunto