

EL GUSTO POR EL VINO

Comprendiendo las preferencias de sus consumidores desde los modelos de elección discreta



Juan de Dios Ortúzar

Profesor Titular del Departamento de Ingeniería de Transporte y Logística, Pontificia Universidad Católica de Chile.

En el mundo del vino confluyen cientos de elementos que le dan su carácter más allá de la bebida en sí misma. Bohemia, elegancia, placer de sibarita, tradición y una historia que se remonta al origen de la vida sedentaria del ser humano junto a sus clanes.

El vino, brebaje santo de la antigüedad y símbolo de fiesta y alegría, es un bien altamente valorado en todo el mundo y si bien los mercados históricos se situaban principalmente en Europa, el crecimiento de la demanda en Estados Unidos y China le está dando un nuevo impulso a la producción mundial, de la cual Chile ocupa el séptimo lugar.

Así es como las exportaciones de vino chileno alcanzaron un record histórico en 2011 con 1.700 millones de dólares, situando a este pequeño país del sur como quinto exportador mundial.

Detrás del mercado del vino existen potentes iniciativas protocolares de posicionamiento regadas de estrategias de marketing que han dado sus frutos, pero hoy la ciencia también tiene un importante campo de acción en este sector. Mediante el estudio y la comprensión de las preferencias de las personas sobre uno u otro tipo de vino, se pueden crear variedades específicas para los distintos paladares. Descubrir, por ejemplo, qué atrae a los consumidores chinos de vino podría servir para ajustar la producción a sus preferencias y así conquistar este prominente mercado.

Comprendiendo la dimensión de esta labor, un equipo de trabajo conformado por Juan de Dios Ortúzar y Luis Ignacio Rizzi, académicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC) y miembros del Instituto Sistemas Complejos de Ingeniería; Eduardo Agosín, profesor de Ingeniería Química y Bioprocesos de la PUC y Director del Centro de Aromas y Sabores DICTUC, y Gerard Casaubon, Gerente de dicho centro, con el apoyo de Wines of Chile Cavas Reunidas, formuló el proyecto Fondecyt “Understanding Wine Preferences: Integrating Sensometrics, Chemometrics and Discrete Choice Analysis”.

El proyecto se extenderá por cuatro años y participarán las viñas Anakena, Caliterra, Concha y Toro, Intriga, Montes, Morande, SurAndino, Ventisquero, Veramonte, San Pedro



de Tarapacá y Hacienda Chada. Cada viña elegirá dos parcelas experimentales que seguirán durante el proceso, tomando como unidad experimental el tanque de vinificación. Se caracterizará química y sensorialmente dos componentes de su mezcla final, partiendo del viñedo hasta previo embotellado.

Según el proyecto, uno de los objetivos hacia estas viñas asociadas es entregarles información objetiva del mercado, los productos internacionales exitosos y de su materia prima, lo cual integrado a su conocimiento particular del proceso de elaboración, les pueda permitir crear un vino “con más grados de libertad”.

Un aspecto curioso de este proyecto es que el profesor Juan de Dios Ortúzar ha desarrollado la mayor parte de su trabajo en el área de Transporte y es conocido mundialmente por sus aportes a la teoría de las Elecciones Discretas en este sector. Es Co-Chairman de la International Association for Travel Behaviour Research y el año 2010 recibió el Humboldt Research Award de la fundación Alexander von Humboldt en Alemania, por su contribución en este mismo campo.

Sin embargo ahora se aventura en un proyecto diferente, el de las preferencias en el consumo chileno del vino. La Elección Discreta tiene un sinnúmero de situaciones más en donde poder aplicarse.

¿Cuál es tu contribución en el proyecto Understanding Wine Preferences?

Yo trabajo generalmente en el área de transporte en la cual cuando alguien elige un medio, toma en cuenta una serie de variables entre las que destacan el precio y el tiempo. En el caso del vino, el problema es bastante más complejo ya que la forma cómo la persona se aproxima a la botella que está a punto de comprar se diferencia en caso de que sea para llevarla de regalo, comprarla para un asado o conservarla para una ocasión especial. Además la cantidad de atributos considerados es mucho más alta que en el caso anterior. Ambos temas no los entendemos cabalmente aún, por lo cual vamos a empezar la investigación trabajando con grupos focales con el fin de aproximarnos a las motivaciones sociológicas que puedan estar detrás del proceso de selección en distintos casos.

El equipo del Centro de Aromas y Sabores dispone de “paneles entrenados” para detectar sensométricamente las características intrínsecas de cada vino (como cuerpo, aroma, astringencia, etc.) y la gente de Ingeniería Química y Bioprocesos descubre la composición química de los distintos vinos. Luego nosotros, con nuestros modelos de elección discreta podemos incorporar atributos extrínsecos (recomendaciones, premios, tipo de etiqueta, precio) a los intrínsecos anteriores para estimar en cuánto valora la gente cada uno de esos atributos. Entender por qué las personas prefieren algún tipo de vino por sobre otro es un problema súper complejo.

¿Cuál es el beneficio de trabajar con modelos de elección discreta?

Estos modelos pueden ser útiles para que, por ejemplo, los productores de vinos chilenos entiendan cuáles son, en el mercado nacional, las preferencias relativas de la gente por los distintos atributos del vino y que puedan utilizar esta información para producir vinos más apreciados por los consumidores. Este experimento, que va a durar cuatro años, se dedicará a las preferencias chilenas, pero posteriormente podríamos considerar el mercado chino y producir vinos más adecuados para el gusto o costumbres de esa gente.

El aporte está en poder ponerle números a las preferencias. En este caso podemos saber en qué medida la gente prefiere un vino premiado a otro que no tiene reconocimiento o cuánto importan el diseño de la etiqueta y la botella en relación al precio. Nuestros resultados permiten estimar la disposición al pago por incorporar ciertos atributos.

Parece bastante humanista

Es súper humanista, porque lo que tratamos de hacer es entender cómo se comporta la gente. Y lo lindo que tienen los modelos de elección discreta, es su universalidad. No son de transporte sino de cualquier ámbito que se pueda modelar de esta forma.

¿Cómo se trabaja esta área?

En primer lugar está el diseño del experimento, que es la etapa más larga y compleja. Luego

viene la recolección de datos en terreno y por último el análisis, etapa en que se plantea un modelo de comportamiento con una base técnica econométrica. El modelo se estima con los datos recolectados y a partir de sus resultados se derivan las disposiciones al pago.

¿Se puede usar por ejemplo para elección de perfumes?

Si, la metodología es aplicable a la elección de cualquier cosa cuyas alternativas no sean infinitas, por ejemplo, distintos perfumes. De hecho, hemos trabajado en seguridad ciudadana (en función de la percepción de seguridad versus precio); elección residencial, considerando problemas de contaminación ambiental y ruido; valoración de atributos de la vivienda social, etcétera. Yo me considero un modelador de elección discreta aunque prácticamente todo lo que he hecho hasta ahora tiene relación con la ciudad.

Tu nombre es conocido en el área de elección discreta y en ingeniería en transporte. ¿Cómo se dio tu inmersión en ese ambiente?

En el área de Ingeniería de Transporte, cuando yo estaba estudiando mi doctorado los modelos más usados eran muy agregados; se basaban en teorías prestadas de la física (por ejemplo el modelo gravitacional) que para grandes números no funcionaban mal, pero si se quería saber qué pasaba con personas individuales, este modelo no era suficiente.

En los años '70 estaban apareciendo los modelos desagregados, basados en teorías de comportamiento del ser humano. Uno de los padres de este enfoque es Daniel McFadden, quien ganó el Nobel de economía el año 2000 por su trabajo en esa época. McFadden trabajaba con un modelo bastante sencillo (el multinomial logit). Mi supervisor y gran amigo, Huw Williams, inventó un modelo más interesante (simultáneamente con otro investigador británico a quien no conocía, Andrew Daly), el logit jerárquico o anidado; éste, a diferencia del multinomial, permitía considerar alternativas correlacionadas lo que es muy importante en el caso de transporte (por ejemplo, al analizar elecciones entre auto, bus y metro, los dos últimos son más similares entre sí y esto se interpreta como correlación).

Posteriormente McFadden tomó el logit jerárquico y lo generalizó. Así se fue avanzando en el conocimiento, dentro de lo que la tecnología permitía en esa época en que la capacidad de cómputo era muy limitada.

Cuando terminé mi doctorado, junto a un colega organizamos una conferencia internacional sobre modelos de elección discreta en Leeds. Invitamos a participar a todos los que estaban desarrollando el enfoque en distintas partes del mundo y, sorpresivamente, llegaron casi todos. Fue la primera vez que se reunían, y yo era el host, el típico chileno que siempre se encuentra uno por ahí. Fue así, casi casualmente que pasé a formar parte de un club en el que estaban McFadden, Ben Akiva y unos 15 investigadores de distintas partes del mundo que estaban trabajando sobre elección discreta en ese momento. Entonces, como me enrolé en este cuento desde muy joven, adquirí experiencia y, al final, bastante notoriedad.