

Avanzando en el análisis de la caracterización de consumidores en barrios urbanos: Caso Salcedo, Cotopaxi

Ross M. Borja & Pedro J. Oyarzún

Sucre, Julio 11 de 2017



Estructura



- Introducción: Por qué este estudio de consumidores?
- Metodología y marco de referencia
- Resultados preliminares del estudio
- Reflexiones y Conclusiones: Qué nos enseña este estudio?

Por qué un estudio de consumidores?



Cómo dar oxígeno a productos de la pequeña economía campesina y lograr mayores oportunidades dentro del sistema local de alimentos para el acceso a mercado a pequeños campesinos?

- Los consumidores son vistos como actores cada vez más importantes en la dinamización del sistema alimentario y para la IAE.

Por qué un estudio de consumidores cont.?



**Apoyo a los
movimientos
AE**

**Creación de
innovaciones
de mercado**



Por qué un estudio de consumidores (cont.)?

- **Necesidad:** Expandir nuestra comprensión sobre cómo establecer, y a través de qué metodología, la intensidad con que la población (urbana principalmente) está percibiendo los mensajes en alimentos, y qué oportunidades abren estos entendimientos para los productos frescos, locales, orgánicos u agroecológicos?
- Construir un instrumento que nos permita, basado en conocimiento a priori, medir el grado de disposición de los consumidores en Salcedo hacia/por los productos agroecológicos → pistas del comportamiento del consumidor

Por qué un estudio de consumidores cont.?

Mapeo de actores → selección de grupos de
actores potenciales → 200 encuestas en
Riobamba y Salcedo → Índice de Disponibilidad
hacia Productos Agroecológicos, HEI, etc. →
Tipologías de Consumidores



Estudio de consumidores en Salcedo

Metodología y marco de análisis

1. Revisión de literatura: por qué los consumidores compran productos locales y cómo lo hacen?

- **Tipologías:** ¿Cuál es el perfil de los consumidores

- **Motivaciones:** ¿Cuáles son las motivaciones/factores conducen a los consumidores a comprar? ¿Cuál es disponibilidad de los consumidores a pagar por este tipo de productos AGE?

- **Hábitos/Comportamiento de comprar:** ¿Dónde compran los consumidores sus alimentos?

Metodología (cont.)

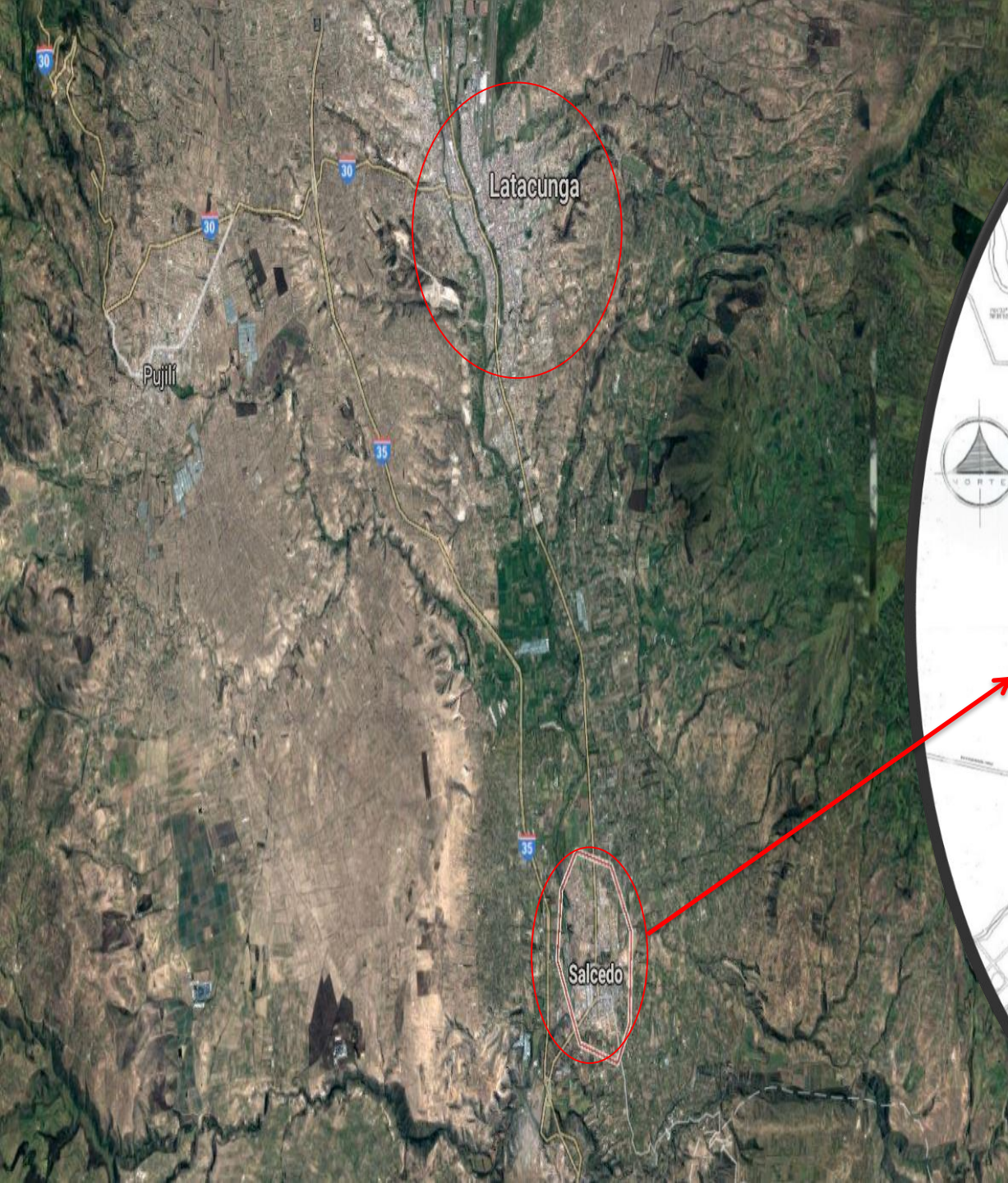
- Detalle del protocolo de investigación
- Desarrollamos el instrumento a aplicar: Encuesta de 20 preguntas con respuestas múltiples, tipo Si/No, algunas abiertas y dos tablas.
- Acercamientos a las autoridades locales
- Selección de barrios del catastro (n=20 de 40; 10 familias/barrio. 200 encuestados)
- Capacitación al equipo; y,
- Prueba piloto del instrumento y aplicación

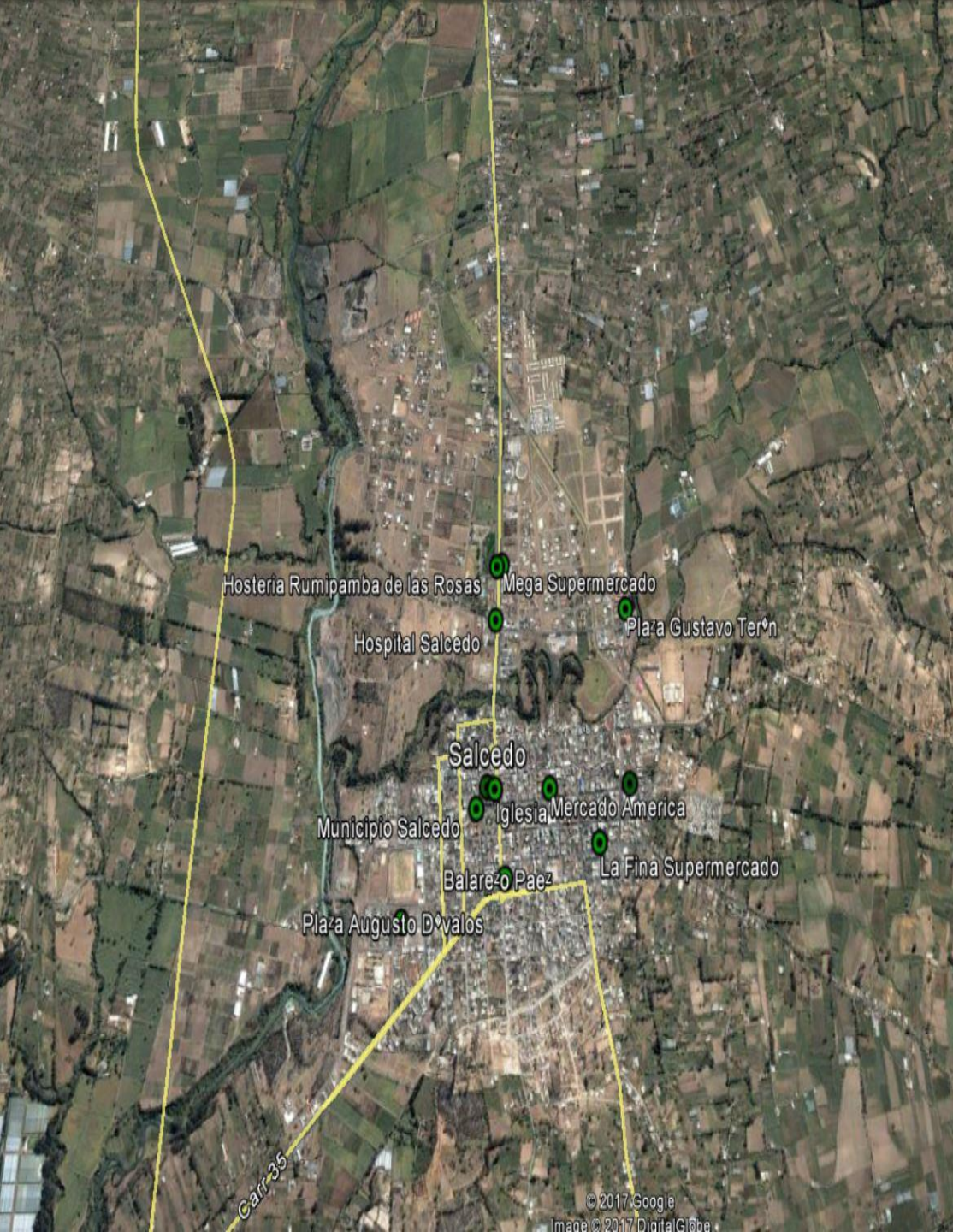
Pregunta de investigación

- ¿Cómo están las motivaciones, prácticas, conocimientos, percepciones, hacia productos AE para consumidores en barrios de Salcedo?
-
- a) Situación socio-económica de los encuestados
 - b) Hábitos de consumo y de compra de alimentos
 - c) Conocimiento y actitudes sobre los alimentos AGE (definición de producto AGE, atributos, disponibilidad a comprar, barreras a la compra, formas de apreciación del producto AGE, involucramiento en acciones concretas, etc.)

Localización







Mercados y Supermercados en Salcedo. 2017

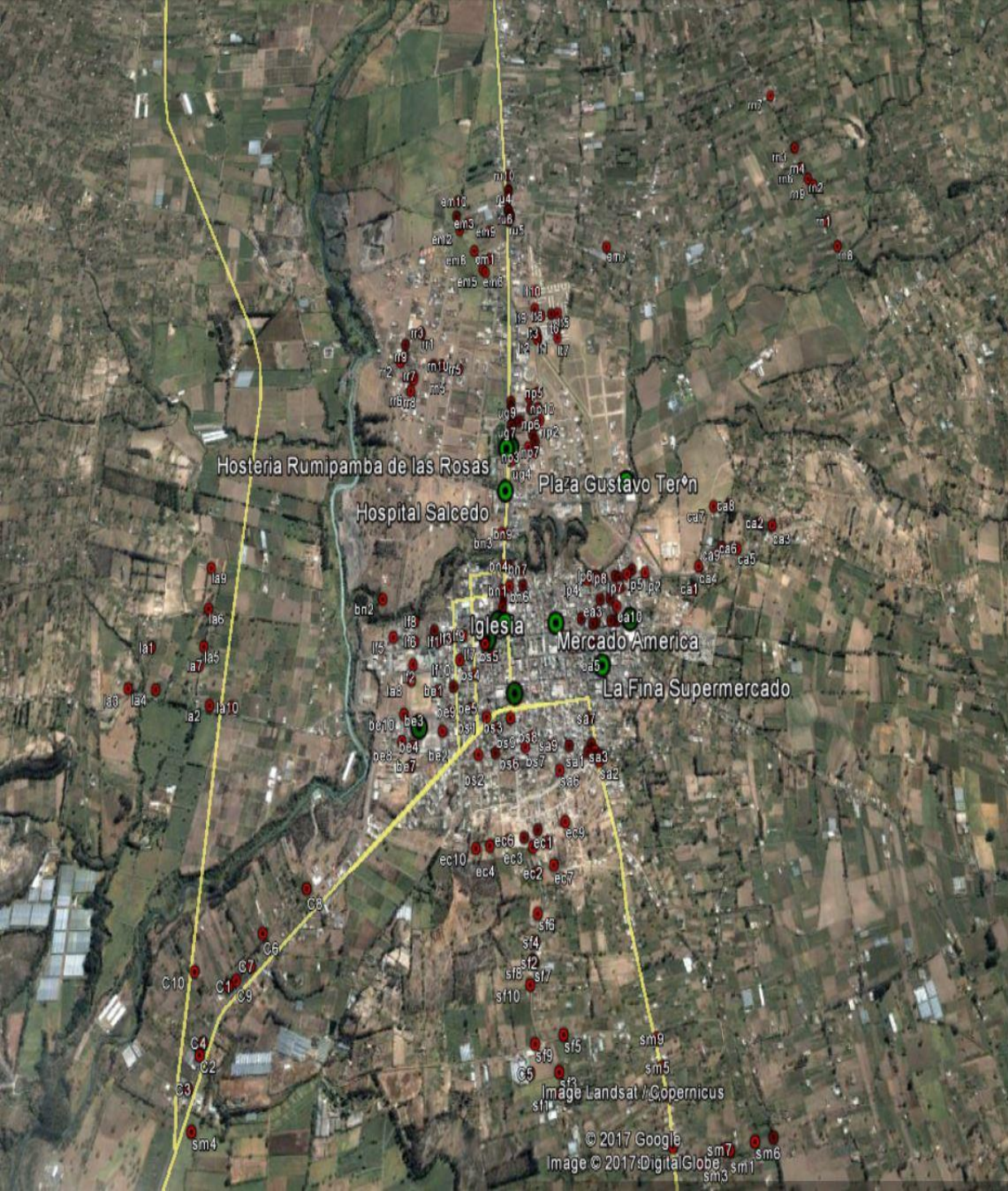
Espacio	Tipo	Funciona	Gestion	Productos
Plaza Gustavo Terán	Feria	Do. y Ju.	Interm	Granos, AF,ropa, comida
Plaza Eloy Alfaro	Mercado	Do, Mi y Ju.	May - Prod.	RyT, AF Granos, comida
Plaza Augusto Dávalos	Feria	Do. y Ju.	Interm	RyT, AF Granos, comida
Mercado America	Mercado	Permanente	Inter - Prod	AF,Carnes, Viveres,
Camari	Tienda Camp.	Permanente	OEC Prod	Prod Campesinos
Cemoplaf	Feria	Domingo	Productores	AF, Hortalizas,
Tia Salcedo	Supermercado	Permanente	Empresarial	Todo tipo detalle
La Fina Supermercado	Supermercado	Permanente	Empresarial	Granos, AF, Detalle
Mega Supermercado	Supermercado	Permanente	Empresarial	Todo tipo detalle
Balarezo Paez	Supermercado	Permanente	Empresarial	Todo tipo detalle
Multiusa Latacunga	Mayorista	Permanente	Mayorista	Todo tipo detalle
Supermaxi Latacunga	Supermercado	Permanente	Mayorista	Todo tipo detalle
Sta María Latacunga	Supermercado	Permanente	Mayorista	Todo tipo detalle

Algunos resultados

Barrios en la encuesta. Salcedo 2017

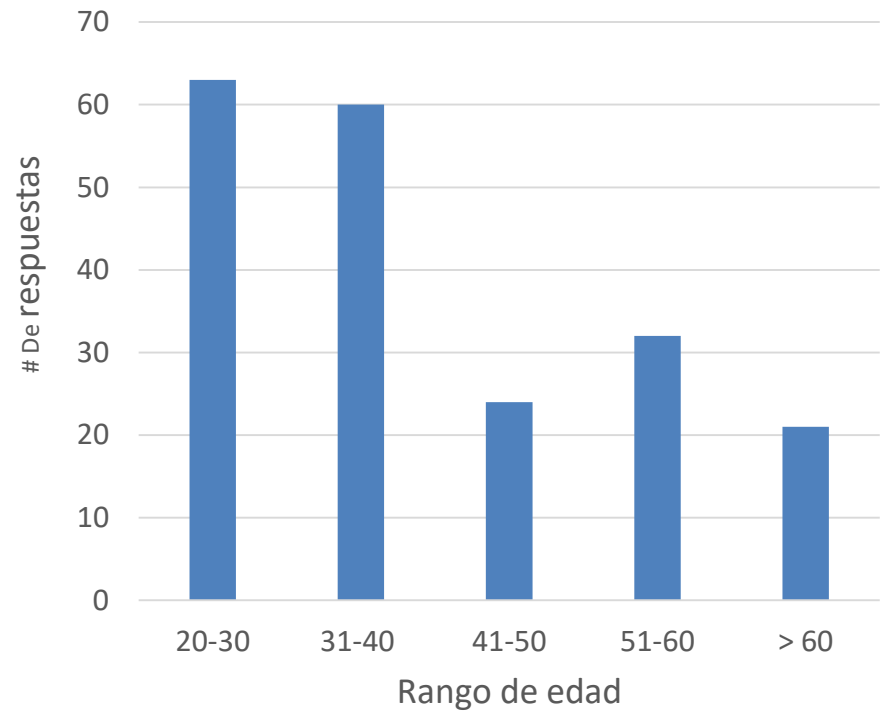
Barrio	Code	BarrioSE	#Hab_HH
Barrio Económico	be	Comercial	3.2
Barrio Norte	bn	Comercial	3.7
Barrio Sur	bs	Comercial	3.9
Campo Alegre	ca	Sector Medio	4.1
Chipoaló	C	Sector Medio	2.8
El Calvario	ea	Comercial	3.9
El Molino	em	Popular	4.0
Eloy Alfaro	ea	Popular	3.6
La Argentina	la	Sector Medio	4.5
La Florida	lf	Comercial	5.1
La Palmira	lp	Comercial	4.0
La Tebaida 2	lt	Sector Medio	3.3
Nuestro Pueblo	np	Sector Medio	3.8
Rumipamba La Universidad	ru	Popular	3.6
Rumipamba de las Rosas	rr	Sector Medio	4.3
Rumipamba de Navas	rn	Sector Medio	4.8
San Antonio 1	sa	Popular	4.0
San Francisco	sf	Popular	4.5
San Marcos	sm	Sector Medio	4.4
Urbanización Gómez	ug	Popular	4.1

- Forma acceso a Mercado: caminando, buses o carros.
- Tiempo medios caminando en general menos de 30 minutos a la Fuente mas cercana de abastecimiento.

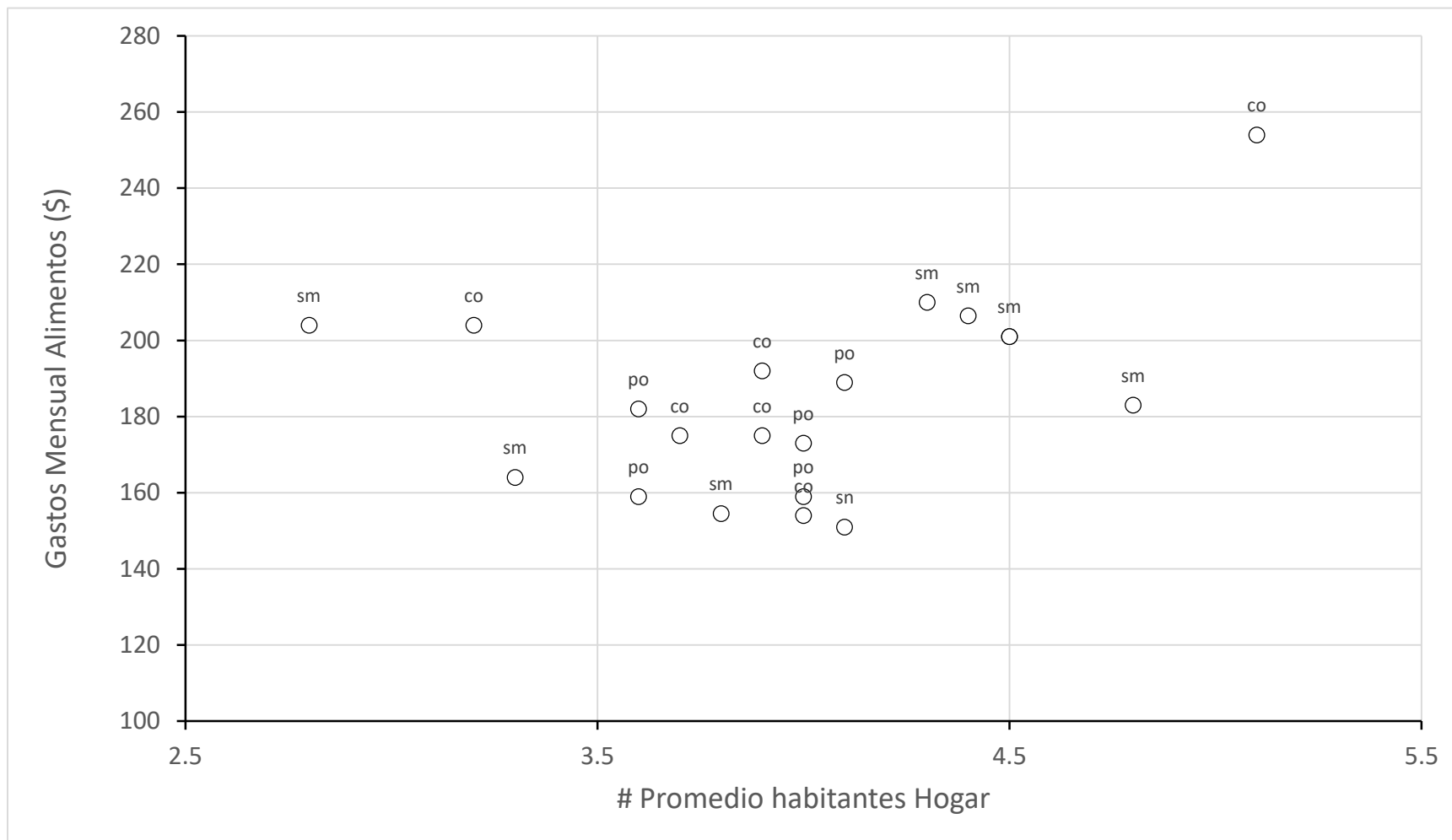


Datos Generales

- **Género:** 84 H y 116 M
- **Ocupación:** Ama de casa y jubilados, profesionales y servicio (70%)
- **Ingreso medio en alimentos:** US\$200

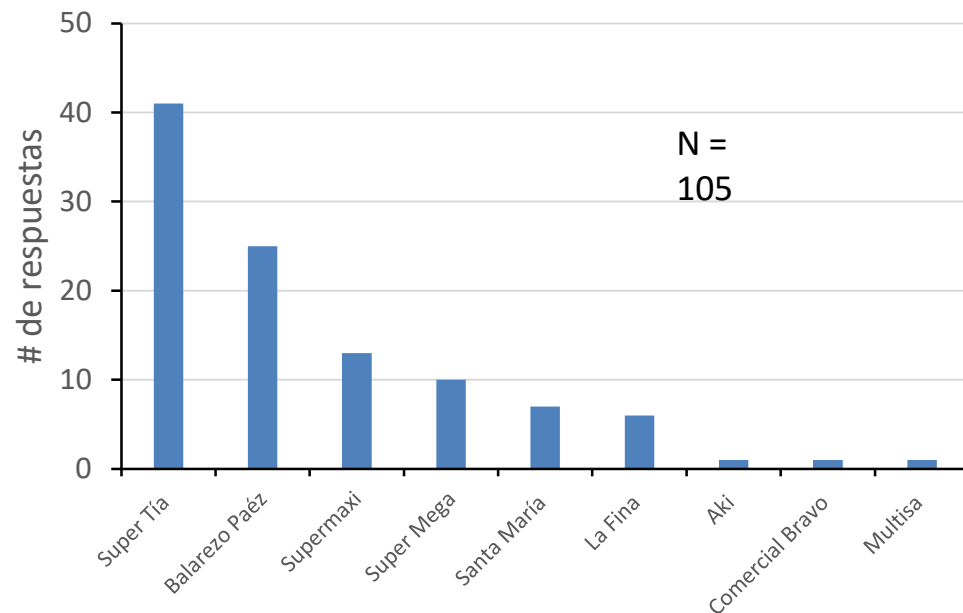


Gastos en alimentos

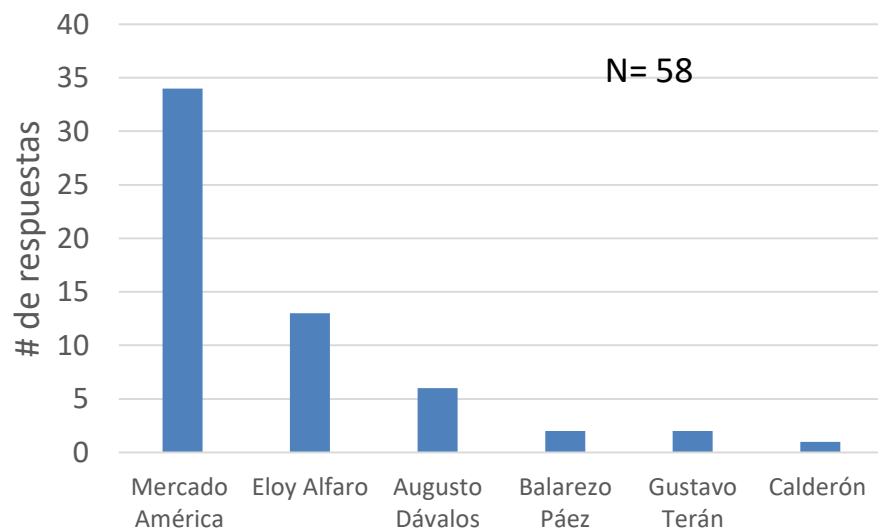


Sm: Sector Medio; Co: Comercial; Po: Popular

Dónde hace las compras PG?

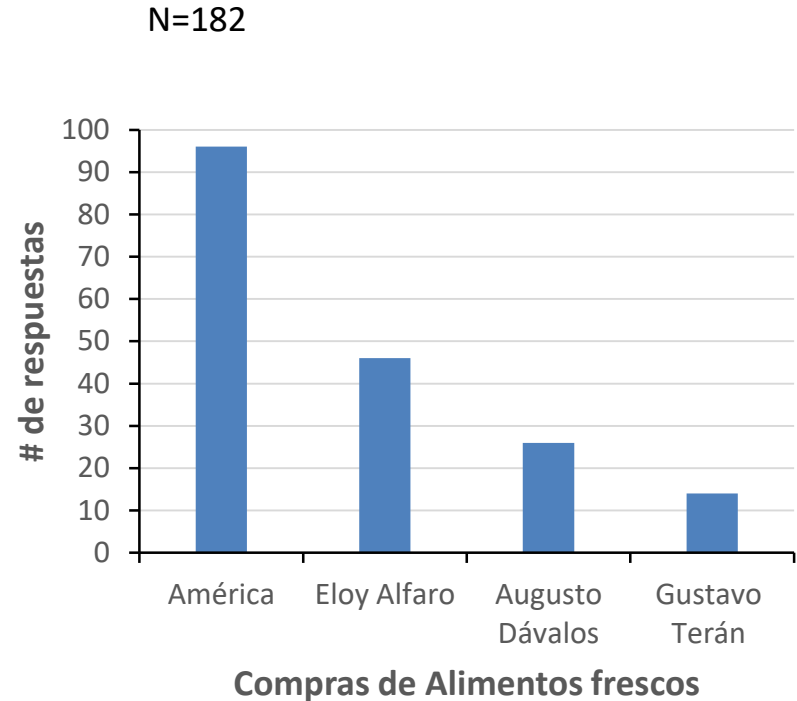


Compras generales en Supermercados



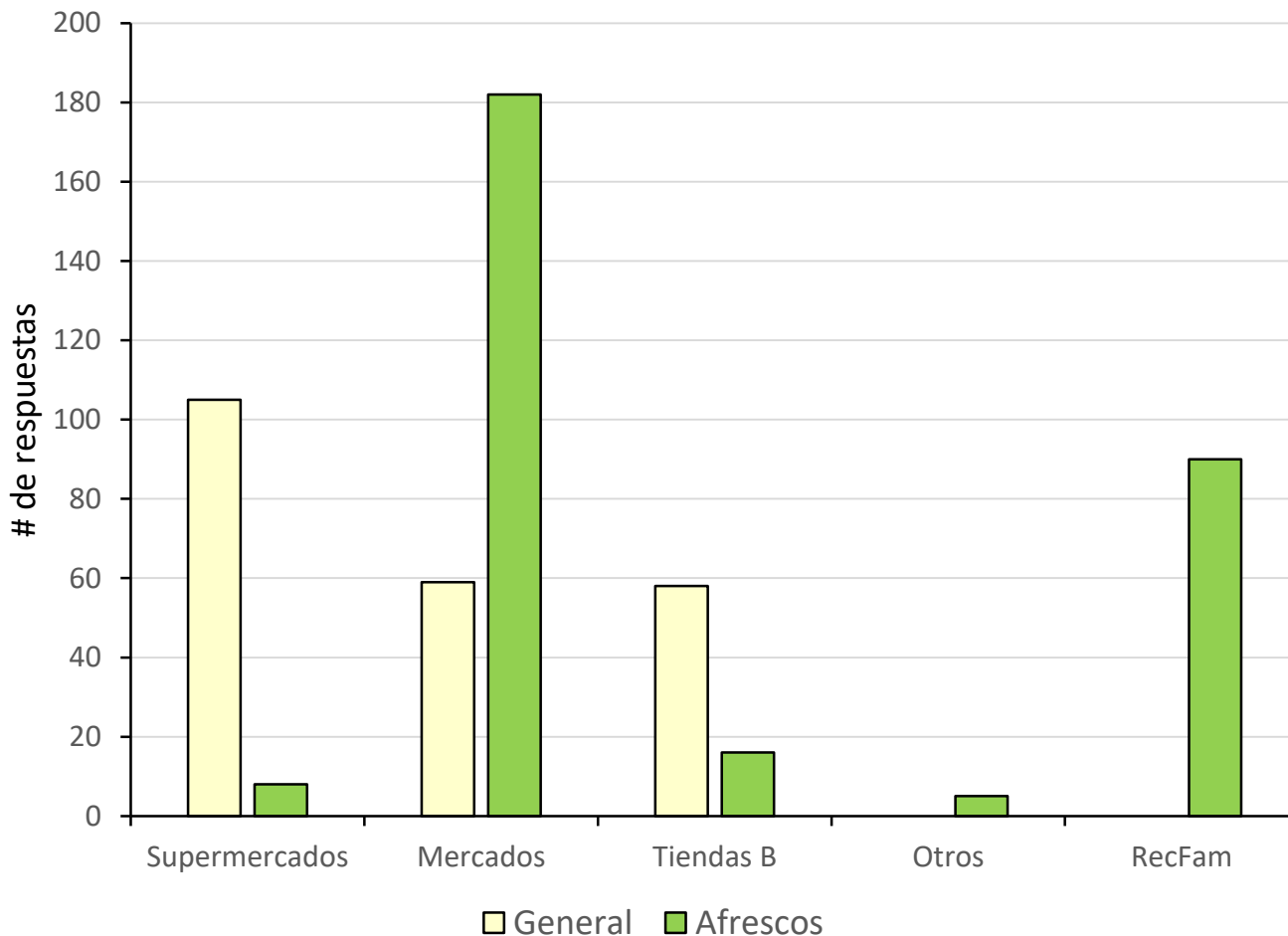
Compras generales en mercados

Dónde hace las compras de AF? (cont.)

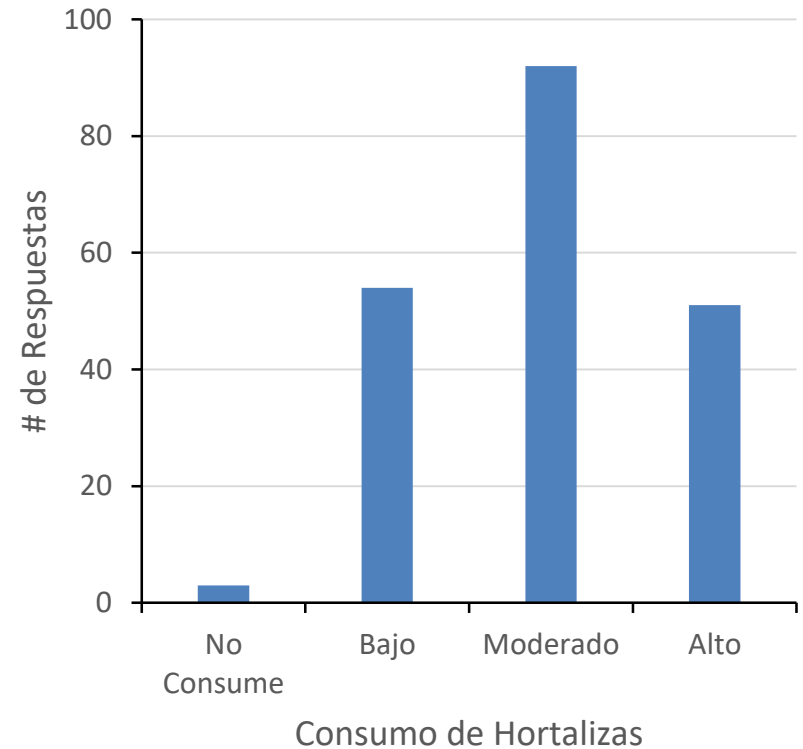
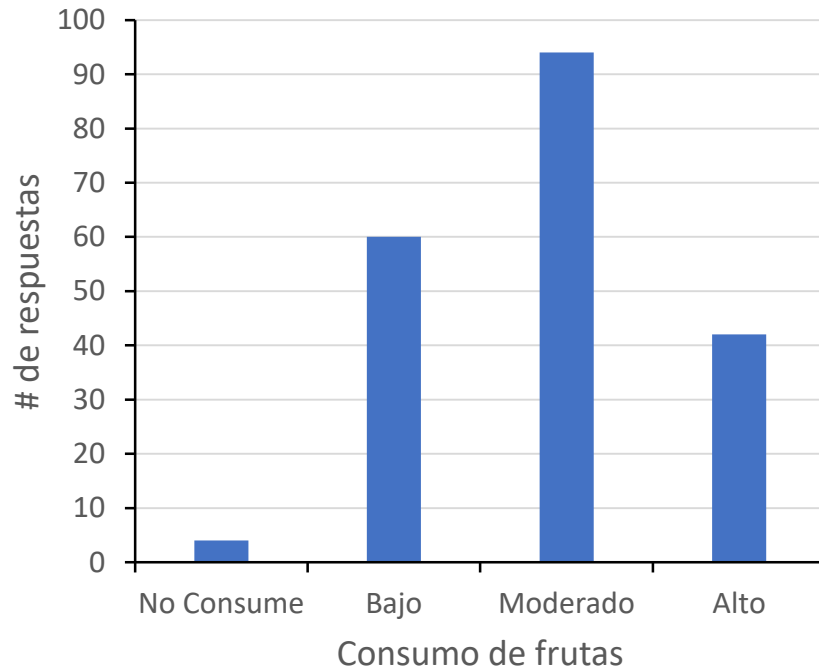


**Nota: solo 8 personas
compran AF en
supermercados.**

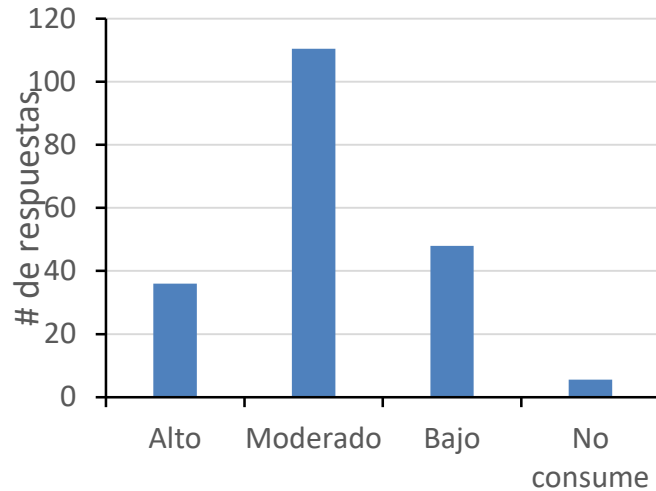
Conductas de compra para productos generales y productos frescos en consumidores de 20 barrios de Salcedo, 2017



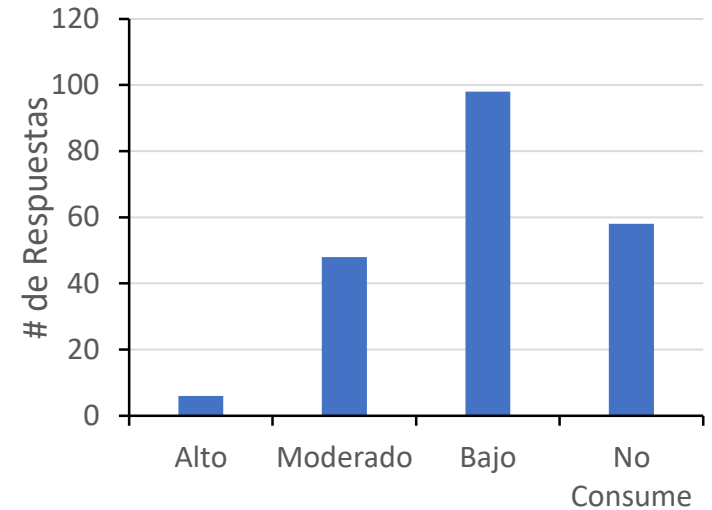
Consumo por grupo de alimentos



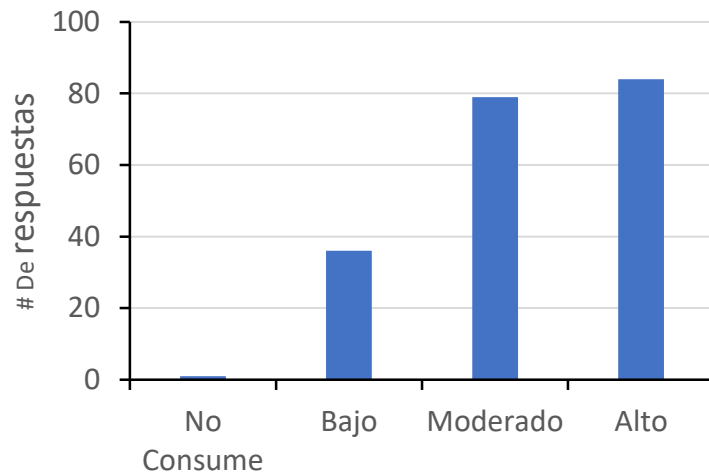
Consumo por grupo de alimentos (cont.)



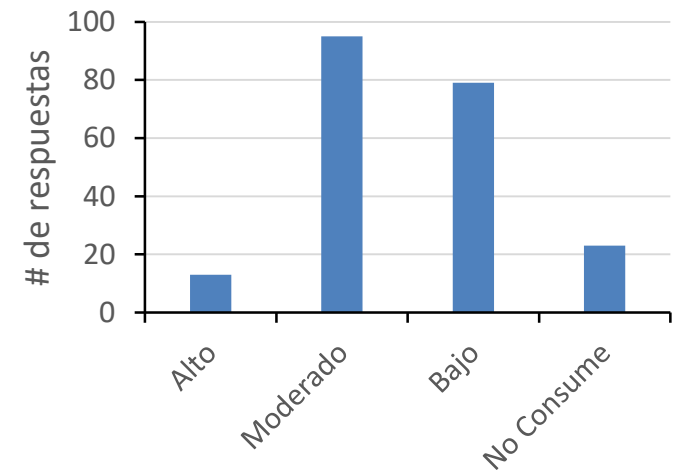
Consumo Procesados



Consumo Carnicos



Consumo de Cereales



Consumo Pescado y Marisco

Índice de Comer Saludable

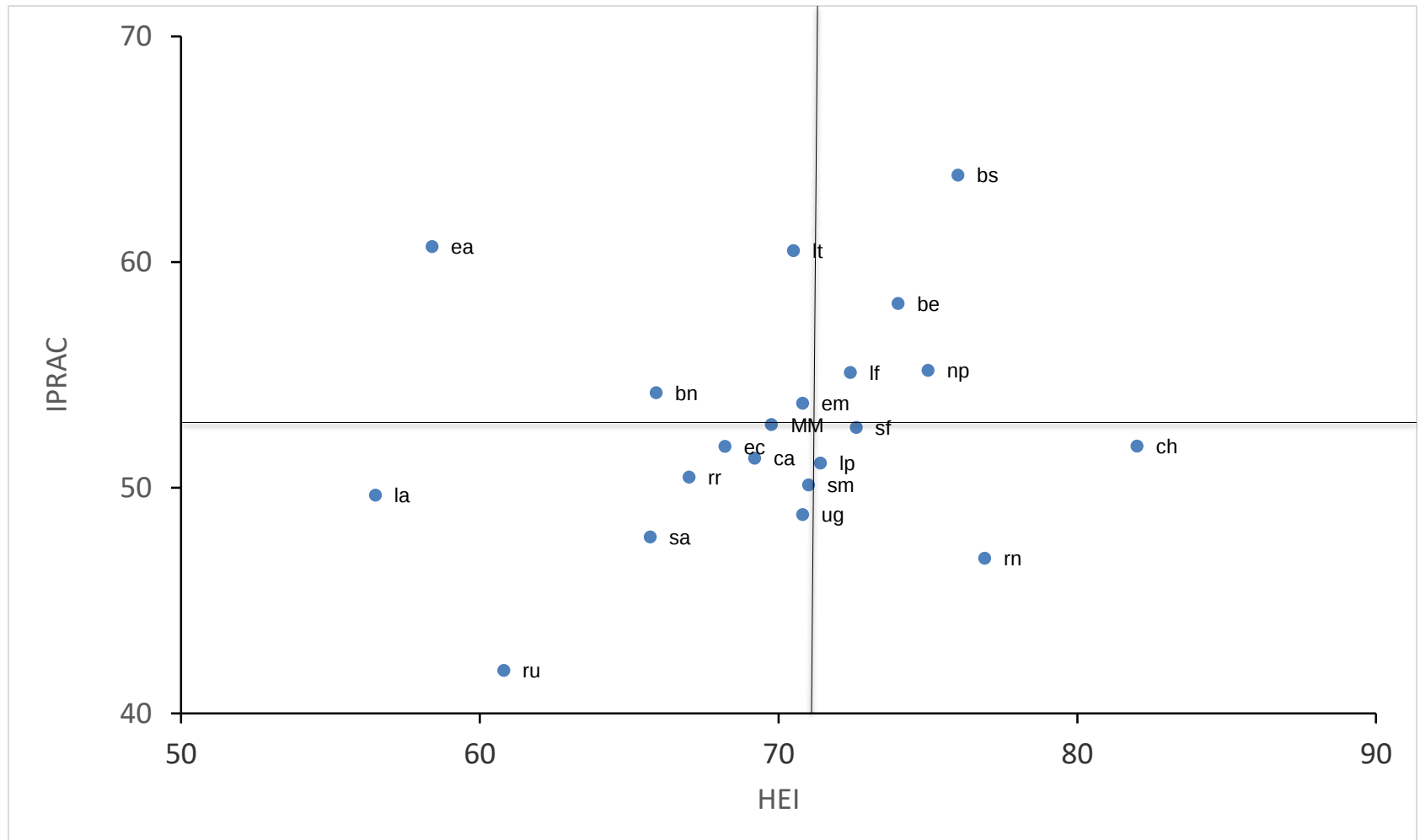
Indice de alimento saludable, Salcedo										
Todas las variabes suman 100.						Ponderado				
Score en la encuesta:						1	2	3	4	
Mas puntos para ellos que comen mas						Nada	Bajo	Mod.	Alto	tot
Frutas	0	2	10	8	20	0	4	20	16	20
Hortalizas	0	2	8	10	20	0	4	16	20	20
Plantas aromáticas/medicinales	0	1	2	2	5	0	2	5	5	5
Cereales (arroz, quinua, granola)	0	1	4	5	10	0	2	8	10	10
RyT	0	1	7	7	15	0	2	15	15	15
Productos cárnicos (pollo, carne, embutidos, etc.)	0	3	6	6	15	0	7	15	15	15
Pescados y mariscos	0	2	5	10	15	0	3	8	15	15

Hay que notar que estas respuestas solo aceptan 1 valor y por ello no se pueden suma diferentes scores para lograr un total Elvalor ,maximo individual en moderado o mucho debe asumir el peso total de la variable para cada individuo.

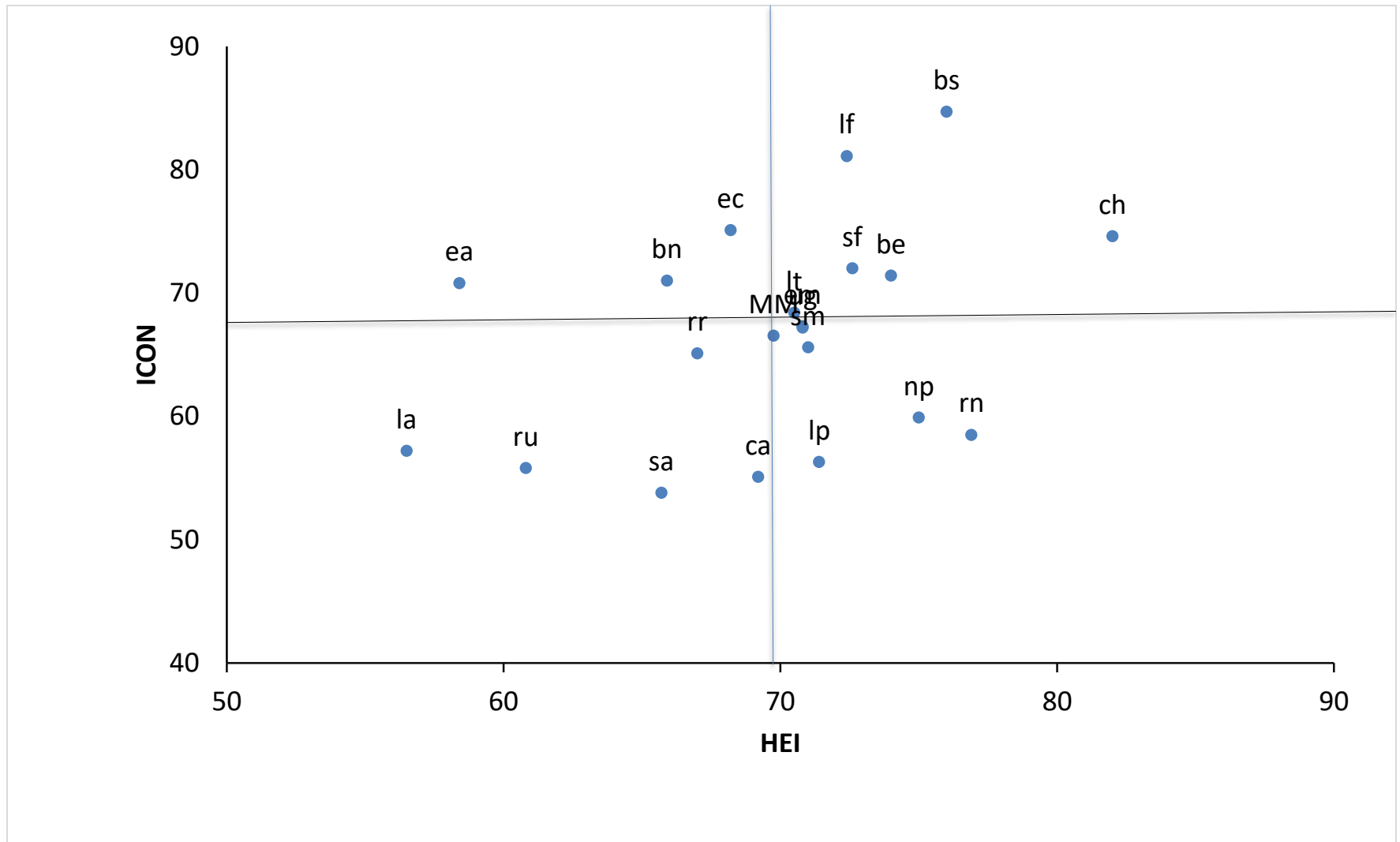
I_Pract	Var	Procesados (no)	CMerca1	AF_Merc2	AF_Feria2	Rec_Fam	FrecMens	Cons_PAE	Come Hogar				
	P	5%	10%	10%	20%	20%		20%	20%				
I_Act	Var	Cons_PAE Futuro	Pagar mas PAE	Fuente_directa	I_Eventos	I_Pmec	P_Contacto						
	P	10%	10%	30%	15%	30%	5%						
I_Con	Var	Marca (no)	Presentacion (no)	Fresco	Origen	Sabor	Conserv	Quimicos	Nutritivo	Ambiente	Campesino	AE	PQ_ConsAE
	P	4%	4%	2%	4%	2%	4%	5%	10%	15%	20%	15%	15%

Elementos que entran en el índice de disposición hacia Productos AE	Dato en XL	Recibe puntos?	Peso interno (o)	Peso de variable	
1. Productos procesados (comidas preparadas, embutidos, galletas, conservas, etc)*					
Todos los días	1	0	0	2	0
1-6 veces por semana	2	0	0	2	0
Menos de 1 vez a la semana	3	0	0	2	0
Nunca	4	1	1	2	2
2. Generalmente dónde hace las compras? (marcar todos los que aplican)					
Supermercado	1	0	0	7	0
Mercado	1	1	0.3	7	2.1
Tienda de barrio	1	0	0	7	0
Ferias ecológicas, canastas u otras formas de compra directa al productor	1	1	0.7	7	4.9
Otro	1	0	0	7	0
3. Generalmente, a dónde acude para comprar productos frescos (frutas y hortalizas) (marcar todos los que aplican)					
Supermercado	1	0	0	14	0
Mercado	1	1	0.1	14	1.4
Tienda de barrio	1	0	0	14	0
Ferias ecológicas, canastas u otras formas de compra directa al productor	1	1	0.9	14	12.6
4. Reciben algunos productos alimentarios de sus familiares que viven y tienen sus chackras/fincas en el campo?					
Si	1	1	1	2	2
No	0	0	0	2	0
.					
.					
11. Consume productos ecológicos (agroecológicos) actualmente?					
si	1	1	1	10	10
no	0	0	0	10	0
12. Estaría interesado en consumir productos ecológicos (agroecológicos) en el futuro?					
si	1	1	1	7	7
no	0	0	0	7	0
13. Estaría dispuesto a pagar algo extra por productos ecológicos (agroecológicos)?					
si	1	1	1	10	10
no	0	0	0	10	0
14. Estaría interesado en ser invitado a eventos que proporcionan información sobre alimentos sana?					
si	1	1	1	7	7
no	0	0	0	7	0
15. Estaría usted dispuesto a participar o promover mecanismos de compra directa de alimentos agroecológicos a organizaciones de productores?					
si	1	1	1	12	12
no	0	0	0	12	0
no	0	0	0	12	0

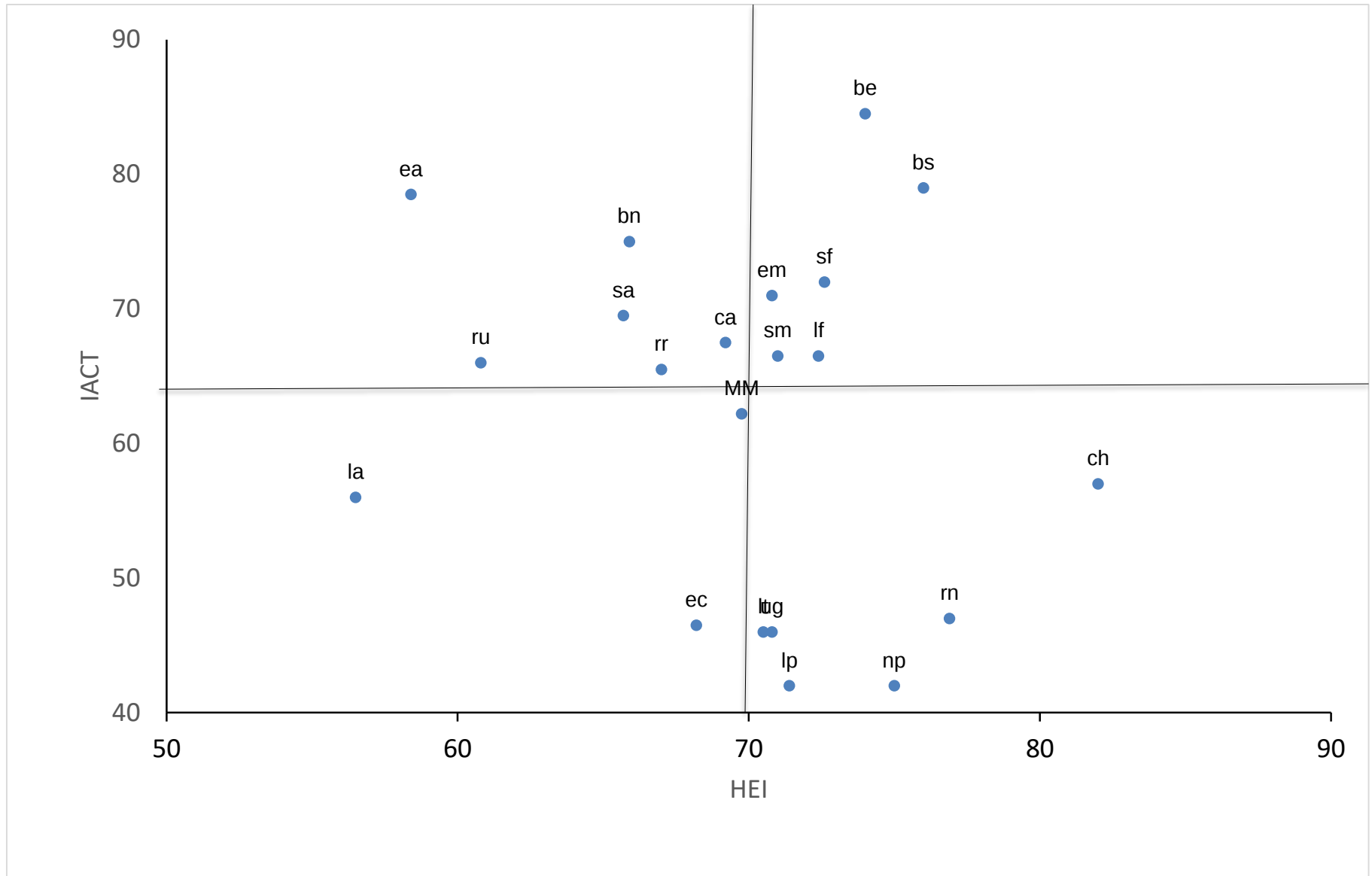
Índice de Prácticas vs Comer Saludable



Índice de Conocimiento vs Índice de Comer Saludable



Índice de Actitudes vs Índice de Comer Saludable



Nombre	Code	Rank	HEI	IdePract	I_CON	IACT	Media
Barrio Sur	bs	20	76	64	85	79	75.9
Barrio Economico	be	19	74	58	71	85	72.0
La Florida	lf	18	72	55	81	67	68.8
San Francisco	sf	17	73	53	72	72	67.3
Eloy Alfaro	ea	16	58	61	71	79	67.1
Barrio Norte	bn	15	66	54	71	75	66.5
Chipoalo C	ch	14	82	52	75	57	66.4
El Molino	em	13	71	54	67	71	65.7
San Marcos	sm	12	71	50	66	67	63.3
Rumipamba Rosa	rr	11	67	50	65	66	62.0
La Tebaida	lt	10	71	61	68	46	61.4
Campo Alegre	ca	9	69	51	55	68	60.8
El Calvario	ec	8	68	52	75	47	60.4
San Antonio	sa	7	66	48	54	70	59.2
Urb Gomez	ug	6	71	49	67	46	58.2
Nuestro Pueblo	np	5	75	55	60	42	58.0
Rumipamba Navas	rn	4	77	47	59	47	57.3
Rumipamba Univ	ru	3	61	42	56	66	56.1
La Palmira	lp	2	71	51	56	42	55.2
La Argentina	la	1	57	50	57	56	54.8

**Comparando
índices**

Algunas conclusiones

- Salcedo en términos generales se ve como una ciudad rural con familias relativamente pequeñas y que hacen uso intensivo de las comidas preparadas en el hogar.
- Los gastos en alimentos en general en los hogares aparece bajos y con poca relación con el número de habitantes en el hogar.
- Una importante fracción de la población recibe productos alimenticios de sus familiares en el campo, pero no se pudo establecer su importancia en términos de ingresos en alimentos.
- Visto a través del consumo de grupos de alimentos podríamos decir que los encuestados tienen hábitos saludables de consumo (moderado o alto de granos, hortalizas, RTAs y frutas)
- Aunque los supermercados son un fenómeno relativamente recientes en el área han cobrado importancia como proveedores de productos generales.
- Los mercados y ferias y otros puntos siguen siendo muy importantes en el abastecimiento de productos frescos como verduras, hortalizas, RTAs, etc.

Algunas conclusiones (cont.)

- Mirado a través de los índices vemos una variabilidad interesante pero no muy grande de la población respecto al consumo de PAE.
- La distribución de los barrios obtenida del cruce de índices permite separar barrios con distintas prácticas, actitudes y conocimientos.
- La distribución global indica que la práctica y actitud son menores que lo que se ve en los índices de comer saludable y conocimiento.
- Como desafío queda todavía probar la robustez de estos índices con los colegas del grupo SAL y ver cuán consistentemente pueden ser usados para comparar conductas de consumidores en los SLA.