



2021

Policy Brief

Tendencia de consumo en cadenas cortas de productos agroforestales en Costa Rica

Sith Sánchez-Mora
Anthony Gamboa-Chavarría
Eduardo Corrales-Brenes
Adriana Escobedo-Aguilar

La tendencia de consumo en productos agroforestales

Existe una oferta y demanda de productos de sistemas agroforestales (SAF), los cuales forman parte clave de la canasta básica alimentaria (CBA). Se estima que en Costa Rica está conformada por 52 alimentos que son clasificados en 15 grupos, en los que los productos frescos son altamente relevantes (especialmente frutas, vegetales, leguminosas, carnes y tubérculos, raíces y musáceas) como fuentes de vitaminas, minerales, fibra, fitoquímicos y antioxidantes, a pesar de su importancia, se ha identificado que la variedad de frutas y vegetales en la CBA es baja y se debe aumentar el consumo de estos alimentos (Hidalgo et al, 2020).

Para comprender las tendencias de consumo de productos frescos en el país, se consultó a consumidores finales, aspectos que pretenden comprender sus preferencias en términos de compra a productores locales, lugares, tipos de productos y características que buscan en los productos.

Zona de estudio y metodología aplicada



Para estudiar las tenencias de consumo de productos de fincas con SAF, se usó una encuesta en línea (Google forms), que fue difundida por redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) de forma orgánica y por una pauta pagada. La segmentación se realizó con un alcance a nivel nacional, con énfasis en las provincias de Limón y San José, donde se ubican los cantones priorizados. En Total 1,579 personas contestaron de forma correcta la encuesta.

Los datos fueron analizados usando el programa estadístico InfoStat, donde se hicieron correlaciones entre las diferentes variables (edad, sexo, educación, lugar e ingresos) para determinar la contingencia (basada en p-valor) sobre la compra a productores locales, los lugares donde se compran productos frescos y valoración de características deseables. Además, se hizo un análisis de conglomerados para definir grupos de variables que explicaran la compra de un tipo de producto, ya sea a productores locales, como a los que no compran a este actor.

Caracterización de las tendencias de consumo de productos frescos

Perfil del consumidor

El 61,6% de las personas que contestaron la encuesta fueron mujeres que pertenecen principalmente a la generación Millennial¹ (62,5%) y en su mayoría (60%) poseen educación universitaria (pregrado y posgrado). En lo que respecta a ingresos la mayoría (49,6%) reporta ingresos mensuales de menos de US\$1000. Por otra parte, en promedio la conformación familiar es de 3,6 miembros ($\pm 1,4$), así que si una familia gana US\$500/mes tendría a disposición un monto de US\$139/persona para suplir sus necesidades. Se obtuvieron respuesta de 64 cantones del país, siendo la provincia de Cartago la que reportó más participaciones (51%) seguido de San José (19%).



¹ Son las personas que nacieron entre los años 1981-1993 y se caracterizan especialmente por ser una generación digital (nacieron con el internet), estar constantemente conectados a la red y tener una gran sensibilidad y afinidad a temas sociales y éticos.

Asociación con disposición de compra a productores locales

Se evaluó la asociación entre la variable disposición de compra a productores locales y las variables sociodemográficas: sexo, generación, escolaridad, provincia de residencia e ingreso familiar mensual.

Análisis de contingencia para las variables sociodemográficas según disposición de compra de productos a productores locales

Variable	Chi-Cuadrado	p-valor
Sexo	2.5	0.1140
Generación	5.33	0.1491
Escolaridad	20.79	0.0020
Provincia de residencia	27.07	0.0001
Ingreso familiar mensual	30.65	<0.0001

Fuente: elaboración propia por medio del programa estadístico InfoStat.

Según los datos obtenidos la única variable que estadísticamente tiene relevancia en la toma de decisión de comprar a productores locales es la de ingreso familiar, las demás variables son relevantes (provincia y escolaridad) pero no son estadísticamente significativas, siendo la menos relevante el sexo ($p=0.114$). A partir de estas variables se realiza un análisis segmentado para los consumidores que compran directamente a productores locales y los consumidores que no compran directamente a productores locales:

- **Consumidores que compran directamente a productores locales:** Del total de personas entrevistadas, el 86% indicó que compra productos frescos y procesados directamente a los productores locales, mientras que solamente el 14% respondió lo contrario. Los productos que principalmente se compra a productores locales en orden de importancia son: queso, cítricos, plátano, chile dulce, banano y aguacate. Además, estos consumidores adquieren estos productos a través de ferias del agricultor, seguido por comercios, ventas ambulantes, en la finca del productor, en la casa del productor y/o puntos de venta. Por otra parte, los atributos que más valoran los consumidores sobre los productos alimenticios ofrecidos por los productores locales son: la calidad (sabor y apariencia), seguido del precio competitivo, variedad de productos, certificación, cantidad ofrecida y en menor medida apoyo al productor.



- **Consumidores que no compran directamente a productores locales:** Del total de encuestados 217 personas (13,7%) indicaron que no compran a productores locales, siendo la principal razón “porque no sé dónde los venden” en un 57,3% de los casos, seguido de “No tengo facilidades o cercanía para comprar estos productos” en un 16,7%. Un aspecto relevante para mencionar es que muchos de los que no compran pertenecen a los cantones centrales de las provincias (zonas urbanas o periurbanas). Los principales productos que compran estos consumidores se encuentran a continuación: arroz, frijoles, leche, café, queso y chile dulce. Además, este tipo de consumidores indicaron que sus productos los compran en supermercados, verdulerías, pulperías y en menor medida a intermediarios y ferias / mercados. Por otra parte, lo que más valoran de los productos es la calidad, seguido por precio, variedad, certificaciones, cantidad y acceso.

Otros aspectos relevantes

Independientemente de si el consumidor compra o no a productores locales, la mayoría de ambos grupos indicó en un 93.6% de los casos, que sí consideran de valor para comprar en un comercio local si saben que este comercio compra a productores locales. Además, el 91.1% comentó que elegiría comprar a pequeños productores locales, un 7.9% indicó que no tiene preferencia y un 0.9% indicó que preferiría comprar al intermediario. Dichas respuestas siguen el comportamiento esperado.

Reflexiones generadas a través del estudio

- La variable que tiene mayor incidencia en la disposición de compra a productores locales es el ingreso familiar, en donde a menor ingreso es mayor la probabilidad de compra. Del total de productos que compran hay una coincidencia en la relevancia de los productos en el caso del queso y chile dulce, siendo ambas listas de productos, demandados en los comercios locales y en una buena parte producidos en las fincas SAF.
- En lo referente al lugar de compra, sólo se encontró significancia estadística entre las variables de supermercados y escolaridad, encontrándose que la mayoría de las personas que compran productos en este tipo de establecimientos indicaron tener un posgrado universitario.
- Independientemente de la compra o no a productores locales se mantienen el orden de importancia de las características que el consumidor busca a la hora de comprar productos frescos.
- Se evidencia falta de información y acceso a lugares para que los consumidores compren a productores locales, teniendo claro que entre más lejos se esté de las zonas productivas (fincas SAF) menor probabilidad tiene las personas de tener una relación directa, volviéndose relevante la identificación o construcciones de nuevos modelos de negocio para reducir intermediación.
- Se identificó que el hecho de que un comercio local compre productos frescos a productores locales representa valor para el consumidor final. Es importante resaltar la necesidad de comunicar esta información de buena manera y de seguir coordinando acciones para que la oferta local vaya acorde a la demanda.



Referencias

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. 2020. La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19. Editorial CEPAL, UNESCO. Santiago, Chile. 21 p.
- Hidalgo, C; Andrade, L; Rodríguez, S; Dumani, M; Alvarado, N; Cerdas, N; Quirós, G. 2020. Análisis de la canasta básica alimentaria de Costa Rica: oportunidades desde la alimentación y nutrición. Revista Población y Salud en Mesoamérica 18 (1). Versión electrónica.
- Instituto Nacional de Desarrollo Rural – INDER. 2014. Breve caracterización del territorio Talamanca-Valle de la Estrella. Documento en línea disponible en: BREVE CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO TALAMANCA-VALLE DE LA ESTRELLA (inder.go.cr)
- Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica – MAG. 2020. Caracterización del área de influencia de la agencia de extensión agropecuaria: Cahuita – Talamanca. Dirección Nacional de Extensión Agropecuaria. San José, Costa Rica. 19 p.
- Ministerio de Planificación - MIDEPLAN. 2017. Índice de Desarrollo Social Huetar Caribe. Ficha técnica. San José, Costa Rica. Disponible en: Ficha IDS Región Huetar Caribe.pdf
- Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (COSTA RICA). 2013. Indicadores Cantonales / PEN- INEC. – San José C.R. : ICE 2013. 196 p. : il. 28 cm



RESEARCH
PROGRAM ON
Forests, Trees and
Agroforestry

Esta investigación fue realizada por el CATIE como parte del Programa de Investigación de CGIAR sobre bosques, árboles y agroforestería (CRP-FTA). El objetivo del programa es mejorar el manejo y uso de los bosques, agroforestería y los recursos genéticos de los árboles a lo largo del paisaje, desde bosques hasta plantaciones. El CATIE forma parte del programa CRP-FTA en asociación con Bioversity, CIRAD, CIFOR, CIAT, INBAR, TROPENBOS y el ICRAF

2021