



2021

## Policy Brief

# Tendencia de consumo en cadenas cortas de productos agroforestales en Nicaragua

Anthony Gamboa-Chavarría  
Norvin Sepúlveda-Ruíz  
Eduardo Corrales-Brenes  
Adriana Escobedo-Aguilar

## La tendencia de consumo en productos agroforestales

La demanda de productos frescos ha aumentado en respuesta a la necesidad de una alimentación sana. Asimismo, los consumidores valoran que dichos productos sean generados bajo un modelo productivo respetuoso con el ambiente y el bienestar animal (principios de los sistemas agroforestales -SAF-). Dichos cambios reflejan una modificación en los hábitos de consumo, que, a su vez, son una oportunidad para las fincas que tienen SAF y que pueden producir productos frescos de temporada, con menor cantidad de agroquímicos y ecológicamente responsables (Martínez *et al.*, 2021).

En Nicaragua los SAF siempre han sido un proveedor importante de productos frescos para el mercado nacional. Para conocer las tendencias de consumo de dichos productos, se realizó un estudio, en donde se analizó aspectos demográficos, preferencia de compra a productores locales (SAF) así como las características que los nicaragüenses prefieren en el proceso de compra (calidad, diferenciación, precio competitivo, variedades, cantidades).



## 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<sup>1</sup> a nivel nacional, con énfasis en los departamentos Matagalpa, Carazo y Masaya. En Total 1,159 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 55.5% de las personas encuestadas fueron mujeres que pertenecen principalmente a la generación “*Millennial*” (69.2%) y en su mayoría (77.4%) poseen educación universitaria (pregrado y posgrado). Se obtuvo la participación de consumidores de 15 departamentos y 2 regiones autónomas del país, siendo el Departamento de Managua el que reportó más participaciones (45%) seguido de Matagalpa (18.4%) y Jinotega (10.5%). Por otra parte, los ingresos reportados por los consumidores en la mayoría son bajos (menos de US\$500), donde en promedio la conformación familiar es de 4.8 miembros ( $\pm 1.9$ ), así que si una familia gana US\$500/mes tendría a disposición un monto de US\$102/persona para suplir sus necesidades.



<sup>1</sup> Se refiere a la cantidad de personas que ven la pauta en redes sociales cuidando tener la menor cantidad de impresiones (número de veces que una persona ve el anuncio)

## **Asociación con disposición de compra a productores locales**

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

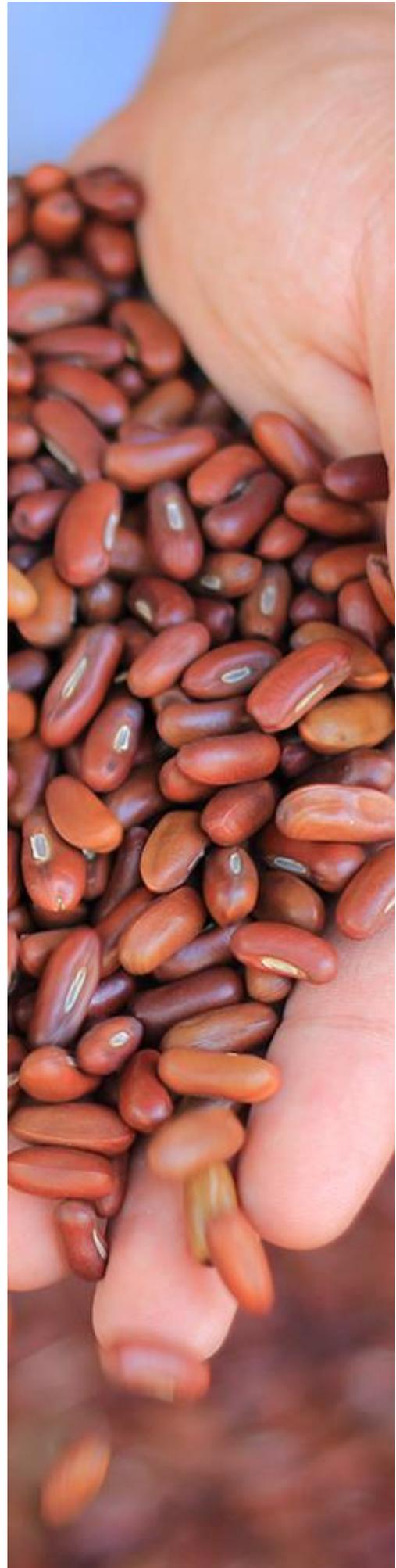
Análisis de contingencia para las variables sociodemográficas según disposición de compra de productos a productores locales

| Variable                 | Chi-Cuadrado | p-valor       |
|--------------------------|--------------|---------------|
| Sexo                     | 1.38         | 0.2402        |
| Generación               | 8.37         | <b>0.0390</b> |
| Escolaridad              | 13.99        | <b>0.0297</b> |
| Departamento             | 40.08        | <b>0.0008</b> |
| Ingreso familiar mensual | 8.08         | 0.1521        |

Fuente: elaboración propia por medio del programa estadístico InfoStat.

Según los datos obtenidos, las variables que estadísticamente tienen relevancia en la toma de decisión de comprar a productores locales es el departamento donde vive, las variables escolaridad y edad-generación. 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:** De total de los encuestados, el 79.5% indicó que compra productos frescos y procesados directamente a productores locales mencionando en orden de relevancia los siguientes productos: frijol, queso, cítricos (limón y naranja), plátano, aguacate leche, arroz, café y carne de cerdo. Además, los consumidores adquieren los productos a través de comercios, ventas ambulantes, ferias, y en menor medida en la casa del productor y 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), el precio competitivo, la variedad de productos, la cantidad ofrecida, las certificaciones y el apoyo que se le da al productor.



- **Consumidores que no compran directamente a productores locales:** El 20.5% de los entrevistados indicó que no compran productos directamente a productores locales por razones como: desconocimiento de puntos de venta, existencia de intermediación, falta de la calidad buscada y falta de facilidades de compra. No obstante, existe una demanda de productos por parte de estos consumidores, donde se destaca el consumo de: arroz, queso, frijoles plátano, cítricos, café y leche. Al comparar los productos según tipo de consumidor se observa una coincidencia del 100% en los productos enlistados, donde se resalta el desconocimiento de donde se venden los productos de los productores locales como principal razón de no compra.

### **Otros aspectos relevantes**

El conocimiento de comprar en un comercio local que apoye a un productor local por medio de la compra de sus productos es de gran valor para los consumidores (independientemente si compran o no productos a productores locales), lo cual fue mencionado por la mayoría de encuestados (83.4%). Además, a nivel general el 90.7% de los encuestados menciona que, si tuviera la posibilidad de elegir, compraría en primer lugar a pequeños productores locales.

### **Reflexiones generadas a través del estudio**

- Al estar en un contexto de pandemia (COVID-19), se vuelve indispensable consumir alimentos sanos como las frutas y vegetales, para mejorar el sistema inmunológico. La diversidad de productos frescos dentro de la canasta básica alimentaria para Nicaragua es baja (solo incluye una fruta y 7 hortalizas), por ende, los SAF son una fuente importante para aumentar la variedad y cantidad de los productos que se consumen en los núcleos familiares.
- Se evidencia una coincidencia de al menos 75% entre los productos demandados por los consumidores con los producidos en las fincas y los comprados lo que evidencia la importancia de los SAF como proveedores de productos base para el consumo en Nicaragua.
- El principal punto de compra (consumidores) son los comercios (supermercados y tiendas), lo que refleja la falta de relación directa entre consumidor y productor (condición base para el establecimiento de cadenas cortas).
- 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 que son: la calidad, seguido por precio, variedad, certificaciones, cantidad y acceso.
- Se evidencia falta de información y acceso a lugares para que los consumidores compren a productores locales (esas son las dos principales razones de no hacerlo) teniendo claro que entre más lejos se esté de las zonas productivas (fincas SAF) menor probabilidad tiene las personas de tener una relación directa con los productos locales.



## Referencias

- Acuña, A. 2020. Recomendaciones nutricionales y alimentarias para la población ante la presencia del COVID-19. Ministerio de Salud de Costa Rica – INCIENSA, San José. 23p
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2020. Departamento de países del impacto del COVID-19 en las economías de la Región Centro América: Haití, México, Panamá y República Dominicana. 58p
- 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.
- FAO. s.f. Algunos problemas en la comercialización de alimentos en las ciudades (en línea). Consultado el 13 de agosto del 2021. Disponible en: <http://www.fao.org/3/x6997s/x6997s04.htm>
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). 2010. Censo Económico Urbano CEU 2010 Carazo. INIDE Managua. 126p.
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). 2017. Canasta básica. INIDE Managua. 11p.
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). s.f. Estadísticas de los departamentos Matagalpa, Carazo y Masaya. Consultado el 13 de agosto del 2021. Disponible en: <https://www.inide.gob.ni/>
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE); Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR). 2012. IV Censo Nacional Agropecuario. INIDE-MAGFOR. 70p.
- Martínez, O; Iriondo, A.; Gómez, J.; Dolores del Castillo, M. 2021. Nuevas tendencias en la producción y consumo alimentario. Distribución y Consumo (1), 51-62.
- Sepúlveda, N; Barrios, M; Bustos, G; Castro, J; Bucardo, E. MEFCCA – Nicadapta” estudio sobre resiliencia de la vulnerabilidad en la adaptación al cambio climático desde la perspectiva de género en el área rural de Nicaragua. Managua- CATIE. 178p
- Solís, N. 2015. Identidades y relaciones sociales entre los comerciantes del Mercado Oriental 2013-2015. Tesis de licenciatura UNAN-Managua. 166p.



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