



ECA Sinergia
ISSN: 2528-7869
revistaecasinergia@gmail.com
Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

Merino Toro, Jorge Luis; Fernández Ulloa, Walter
Comportamiento del consumidor de productos agroecológicos
frente a la aplicación de buenas prácticas agrícolas
ECA Sinergia, vol. 7, núm. 1, 2016, Enero-Junio, pp. 34-44
Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

DOI: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v7i1.242

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588562211003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS AGROECOLOGICOS FRENTE A LA APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS

CONSUMER BEHAVIOR OF AGROECOLOGICAL PRODUCTS AGAINST THE APPLICATION OF GOOD AGRICULTURAL PRACTICES

Jorge Luis Merino Toro
Estudiante Doctorado Universidad
de Concepción-Chillán Chile
jorgemerino@udec.cl

Walter Fernández Ulloa
Docente Universidad Tecnológica
Indoamérica-Ecuador
ups.walter.fernandez@gmail.com

Recibido: 20/01/2016

Aceptado: 21/07/2016

Código Clasificación JEL: D12, G1, E5, E2

RESUMEN

La presente investigación evalúa el comportamiento del consumidor de productos agroecológicos comercializados por productores de PACAT (Corporación de Asociaciones de Productores Agroecológicos y Comercio Asociativo de Tungurahua) frente a la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), tomando como punto de partida el aumento descontrolado de ferias que comercializan productos bajo la denominación de agroecológicos en la provincia de Tungurahua. La principal herramienta utilizada en esta investigación fue la encuesta, aplicada a una muestra de 217 consumidores y 33 productores agroecológicos, con el uso de esta herramienta se determinó el comportamiento del consumidor de la Plaza Pachano y además se analizó la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas. Se reconoce la alta calidad como la principal razón para consumir productos agroecológicos, la frescura constituye la característica física que más atrae, y el producto más comprado fueron las hortalizas. Respecto a productores se determinó que aplican correctamente BPA.

Palabras clave: Economía del consumidor, mercados agrarios y marketing, análisis de la oferta y de la demanda, producción, consumo.

ABSTRACT

This investigation evaluates the consumer behavior of agro ecological products sold by farmers of (Corporación de Asociaciones de Productores Agroecológicos y Comercio Asociativo de Tungurahua) PACAT contrasting to the application of good agricultural performances, (BPA), taking as its starting point the uncontrolled increase of marketplaces that sell products under the name of agro ecological in the province of Tungurahua. Surveys applied to a sample of 217 consumers and 33 agroecological producers were used as main tool used in the development of this work, with the use of this tool consumer behavior Pachano marketplace was determined and also the application of Good Agricultural Practice was analyzed. High quality as the main reason to consume agro-ecological products is recognized, freshness is the physical characteristic that attracts, and the vegetables were the most purchased product. Regarding producers it was determined that they applied BPA correctly.

Key words: Consumer economics, agricultural markets and marketing, analysis of offer and demand, production, consumption.



INTRODUCCIÓN

Ambato es la ciudad del Ecuador con la más alta tasa de consumo proveniente de las fincas agroecológicas y orgánicas, esta tasa corresponde al 20,1%. La degradación de los suelos es considerada como un serio problema en la región con graves consecuencias para la actual y futura seguridad alimentaria de las familias rurales. La insuficiente semilla de calidad, los limitados conocimientos sobre el uso correcto de semillas, el manejo inadecuado de plagas y enfermedades; y, el inoportuno control de malezas, son algunos limitantes para el mejoramiento de los rendimientos de la región. Al referirse al control de malezas, Pedreros et al. (2009) manifiesta que existen cuatro métodos básicos de control: biológico, cultural, mecánico y químico, además ningún método por sí sólo es suficiente, por lo que se recomienda utilizar control integrado que considera el uso de todos los métodos para evitar una sobre dependencia del control químico de malezas el Manejo integrado del cultivo.

La proporción de fincas agroecológicas aumentan pero no todas tienen espacio, conocimiento o animales necesarios para hacer biofertilizantes. El incremento de ferias donde se comercializan productos bajo la denominación de agroecológicos es una problemática que arrastra consigo la desconfianza del consumidor, al no existir una entidad que regule y garantice que los productos que se están comercializando, cumplen con ciertas medidas de sanidad e inocuidad. Según González (2011), la inocuidad alimentaria es la condición de los alimentos que garantiza que no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso al que se destina.

En este mismo tema La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO (2011), al referirse a la inocuidad de alimentos señala que la producción de alimentos inocuos requiere que todas aquellas personas que intervienen a lo largo de la cadena alimentaria, reconozcan que la responsabilidad principal la tienen quienes producen alimentos, los elaboran y los comercializan.

La “Corporación de Asociaciones de Productores Agroecológicos y Comercio Asociativo de Tungurahua” (PACAT) es una organización de segundo grado legalizada según Acuerdo Ministerial MIES 109 el 21 de diciembre de 2006. Para su acceso al mercado, con el fin de evitar la participación de intermediarios y fomentar la comercialización directa entre productores y consumidores, la organización gestionó con el Municipio de Ambato un espacio en la plaza Pachano los días sábados, PACAT asumió la limpieza de la plaza, previo a la comercialización de los productos. Entre los principales productos agroecológicos que se comercializan están: hortalizas, legumbres, frutas, granos procesados.

El enfoque agroecológico considera a los ecosistemas agrícolas como las unidades fundamentales de estudio, en este tema Sarandon y Flores (2014), manifiestan que la agroecología busca la conservación y rehabilitación de los recursos naturales a nivel local, regional y global utilizando una perspectiva holística y un enfoque sistémico que atienda a todos los componentes y relaciones del agroecosistema, que son susceptibles a ser deteriorados por las decisiones humanas. Muchos autores consideran que la materia orgánica del suelo es un factor importante al momento de hablar de agroecología, en este tema Conyers et al. (2014) manifiesta que la acumulación de materia orgánica es considerada como positiva para la agricultura, la retención de residuos de cultivos y pasturas pueden contribuir a su acumulación en el suelo, incrementando la productividad.

En la ciudad de Ambato existe escasa información sobre el comportamiento del consumidor de productos agroecológicos, por ello los resultados que arroje la presente investigación serán novedosos no solo para consumidores y productores sino para actores

tanto públicos como privados que estén relacionados con el sector agrícola, así como el estudio de las Buenas Prácticas Agrícolas de la provincia y del país. El Servicio Nacional de Sanidad Agraria de Perú SENASA (2014), manifiesta que este tipo de Prácticas Agrícolas son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a diversas etapas de producción, para ofrecer al consumidor productos inocuos y sanos.

Con el progresivo aumento del mercado de productos agroecológicos en el país y la creciente necesidad de conocer la situación del mercado interno, es necesario apoyarse en técnicas de investigación de mercado para conocer la situación del mercado de productos agroecológicos en la plaza Pachano. El presente trabajo espera beneficiar a consumidores y productores agroecológicos de la Plaza Pachano, además tiene la intención de presentar al lector una síntesis rápida de las principales tendencias del mercado sobre el consumo de productos agroecológicos, también aportará al debate de actores públicos y privados con información sobre el consumo de productos agroecológicos. Al referirse al comportamiento del consumidor, Schiffman y Lazar (2010), manifiestan que es el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades.

La presente investigación evalúa el comportamiento del consumidor de productos agroecológicos comercializados por los productores de la PACAT frente a la aplicación de las Buenas Prácticas Agrícolas, tomando como punto de partida la problemática del aumento descontrolado de ferias que comercializan productos bajo la denominación de agroecológicos en la provincia de Tungurahua. La principal herramienta utilizada en esta investigación es la encuesta, y como objetivos específicos se pretende determinar el comportamiento del consumidor de la Plaza Pachano y analizar la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas.

METODOLOGÍA

Población y muestra

La población estudiada estuvo conformada por: Los productores de la PACAT y los consumidores de productos agroecológicos. Para los primeros, se aplicó una encuesta a 33 agricultores, representantes de sus asociaciones, los cuáles se encuentran distribuidos en varios cantones de la provincia, la selección para este proceso se realizó mediante muestreo aleatorio simple. Para aplicar la encuesta a los consumidores, se tomó en cuenta que la feria de comercialización de productos agroecológicos de PACAT se realiza solo los días sábados en la plaza Pachano; y, según Rovayo (2007), al mercado acuden 500 consumidores semanales.

Se realizó el cálculo del tamaño de la muestra con la siguiente fórmula (Anderson et al. 2008):

$$n = \frac{Z^2 pq N_{\infty}}{E^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

Donde

Tamaño de la población (N) = 500

Probabilidad de éxito (p) = 50 %

Probabilidad de fracaso (q) = 50%

Nivel de significancia (α) = 5%

Distribución Normal Estándar (Z) = 1.96

Error máximo permitido (E) = 0.05

Tamaño de la muestra (n) = 217

Plan de recolección de la información

Para la recolección de la información se utilizó un plan que contempló las estrategias metodológicas siguientes:

- Definición de la población: Consumidores de productos agroecológicos
- Selección de las técnicas: Encuestas
- Explicación de procedimientos: Se realizó un acercamiento inicial a la directiva de la PACAT para explicar los objetivos del presente estudio, luego se acudió los días sábados a la plaza Pachano a realizar las encuestas a los consumidores, y a los productores agroecológicos.

Tabla 1.- Plan de recolección de información

Preguntas básicas	Explicación
¿Para qué?	Para que se cumplan los objetivos de la investigación
¿De qué personas u objetos?	Consumidores y productores agroecológicos
¿Sobre qué aspectos?	Sobre los indicadores de operacionalización de las variables
¿Quién, quiénes?	El investigador
¿Cuándo?	Febrero a junio del 2011
¿Dónde?	En el lugar donde se producen los hechos
¿Cuántas veces?	Dos incluida la prueba piloto
¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas
¿Con qué?	Cuestionarios
¿En qué situación?	En la plaza Pachano

Fuente: Elaborado por los Investigadores. Reunión con técnicos de la PACAT.

En la tabla 1, se observan los planteamientos básicos realizados por el investigador y su respectiva explicación, mismos que sirven para elaborar el plan de recolección de la información

Técnicas de investigación

La principal técnica de investigación de campo utilizada para la recolección de la información primaria fue la encuesta dirigida a productores y consumidores de productos agroecológicos en la plaza Pachano, la misma que fue construida y recogida por el propio investigador. Según Bernal (2010), en investigación científica en la actualidad, hay gran variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información en el trabajo de campo de una determinada investigación. La investigación cuantitativa utiliza algunos instrumentos y técnicas para la recolección de información, además, cuando se necesita recolectar información detallada ocurrida en el lugar de los hechos, se acude a la encuesta.

Las preguntas utilizadas fueron de tipo cerradas, de elección múltiple y enfocadas al cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Encuesta personal

Se encuestó por separado a cada uno de los individuos que constituyeron la muestra. El investigador formuló las preguntas mientras que el encuestado contestó de acuerdo a las opciones de elección. El papel del investigador/encuestador fue muy importante porque pudo motivar al entrevistado para ofrecer respuestas o recoger información

complementaria sobre las características personales del encuestado. Este proceso se realizó tanto para consumidores como para productores.

Fases de la técnica de investigación

Identificar el problema, plantear objetivos

El problema identificado fue el aumento descontrolado de ferias que comercializan productos bajo la denominación de agroecológicos en la provincia de Tungurahua. Una vez identificado el problema, se planteó el objetivo principal: Evaluar el comportamiento del consumidor de productos agroecológicos comercializados por los productores de la PACAT frente a la aplicación de las BPA, además los objetivos específicos fueron: determinar el comportamiento del consumidor de la Plaza Pachano y analizar la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas.

Selección y definición de variables.

Se seleccionaron las variables: dependiente e independiente, definidas de la siguiente manera:

Variable Independiente: Comportamiento del consumidor de productos procedentes de los miembros de la PACAT.

Variable dependiente: Aplicación de las Buenas Prácticas Agrícolas en la producción Agroecológica.

Diseño de cuestionarios.

Se diseñó el cuestionario para consumidores y productores agroecológicos, se elaboraron preguntas cerradas de opción múltiple para facilitar el procesamiento de la información.

Validez y fiabilidad.

Antes de proceder a realizar las encuestas a los consumidores agroecológicos en la plaza Pachano y a los productores de la PACAT, se realizó una prueba piloto, la misma que fue aplicada a diez consumidores y a cinco productores seleccionados al azar, se la realizó una semana antes de realizar las encuestas definitivas. El objetivo primordial de esta prueba piloto fue conocer si existía algún inconveniente en el formato de encuesta presentada a los consumidores y productores. No hubo ningún problema y las preguntas formuladas en las encuestas fueron entendidas con facilidad por los encuestados. Con estos resultados se procedió a encuestar a 217 consumidores y 33 productores sin ningún inconveniente.

Cálculo y selección de la muestra.

Como se lo explicó anteriormente, la población estuvo formada por los productores de la PACAT y los consumidores de productos agroecológicos. Para los primeros, se aplicó una encuesta a 33 agricultores, representantes de sus asociaciones, la selección para este proceso se realizó mediante muestreo aleatorio simple. Para aplicar la encuesta a los consumidores, se calculó la muestra a una población de 500 consumidores, determinándose un tamaño muestral correspondiente a 217 consumidores.

Aplicación y procesamiento.

Esta fase fue propiamente el trabajo de campo realizada por el encuestador. Ésta fue la persona encargada de localizar a los consumidores, convencerles de que participen en la investigación, leer las preguntas, tomar nota de las respuestas y comprobar que

la respuesta se ajuste a los objetivos de la pregunta. Para aplicar la encuesta a los productores, se visitó sus viviendas y se recorrieron sus parcelas para constatar que la información era verídica. La información resultante de las encuestas fue analizada en el Software de Procesamiento Estadístico SPSS Versión 22 y los datos se presentaron a través de gráficos en hoja de cálculo Microsoft Excel 2013.

Presentación de resultados

Los datos procesados fueron presentados a través de tablas y gráficos.

Planes de procesamiento y análisis de la información

Plan de procesamiento

- Se realizó una revisión crítica de la información recolectada
- Se tabularon los datos según las variables
- Se procedió a realizar el manejo de la información
- Se realizó el análisis estadístico para la presentación de resultados
- Se presentaron gráficamente los resultados

Análisis de la información

- Se analizaron los resultados estadísticos destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos
- Se interpretaron los resultados con el apoyo del marco teórico.
- Se procedió a comprobar la hipótesis
- Se establecieron conclusiones y recomendaciones

RESULTADOS

Consumidores

El promedio de edad de las 217 personas encuestadas fue de 45 años, con una edad máxima de 86 años y una mínima de 18 años. En lo que se refiere al número de personas que conforman el grupo familiar, fueron de 4 personas por familia, con un máximo de 9 personas y un mínimo de 2. El 58,45 % de las personas entrevistadas correspondieron al género femenino. Según estos datos la población fue casi homogénea, con una diferencia pequeña entre el porcentaje de hombres y mujeres que acuden a la plaza Pachano a adquirir sus productos agroecológicos.

Tabla 2: Consumo de productos agroecológicos

Consumo del Producto Agrícola	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mejor sabor	50	23,0	23,0	23,0
Ausencia de pesticidas	65	30,0	30,0	53,0
Calidad de los productos	70	32,3	32,3	85,3
Conservación del medio ambiente	32	14,7	14,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores. Consumos productos agroecológicos

La Tabla 2 muestra la calidad de los productos ya que el 32,26% de la población entrevistada consume productos agroecológicos por buena calidad y el 14,75% dice

consumir productos agroecológicos porque este tipo de agricultura ayuda a conservar el medio ambiente.

Tabla 3: Periodicidad de productos agroecológicos

Periodicidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diaria	4	1,8	1,8	1,8
Semanal	164	75,6	75,6	77,4
Quincenal	39	18,0	18,0	95,4
Mensual	9	4,1	4,1	99,5
Otro	1	,5	,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores. Periodicidad productos agroecológicos

En la frecuencia de compra, el encuestado tenía cinco alternativas, en donde, el 75,6% de la población manifiesta que la plaza Pachano a comprar productos agroecológicos cada semana, apenas una persona que corresponde al 0,5% manifestó ser la primera vez que acuda al lugar. En la Tabla 3 ratifica lo anterior, mostrando que la frecuencia más alta está en la segunda categoría (semanal)

Tabla 4: Característica física de los productos agroecológicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mejor presentación	24	11,1	11,1	11,1
Mayor Limpieza	37	17,1	17,1	28,1
Productos Frescos	152	70,0	70,0	98,2
Otro	4	1,8	1,8	100,0
Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores. Encuestas a consumidores agroecológicos

De las cuatro alternativas presentadas sobre la características físicas de los productos, la tercera la escogida el 70% de la población según la Tabla 4, manifestando que la frescura de los productos es la particularidad que más les atrae, apenas el 1,8% de la población indicó que otro factor como el olor agradable de los productos agroecológicos (sin demasiados químicos) es una característica física también importante.

En la Tabla 5 se observa que de las 7 alternativas, la segunda (hortalizas) es la que posee la frecuencia más alta, ya que el 61,30% de la población dijo adquirir más frecuentemente hortalizas, entre las principales hortalizas que compra están: Brócoli (Brassica oleracea), coliflor (Brassica oleracea var. Botrytis), col (Brassica oleracea var. capitata), lechuga (Lactuca sativa), tomate riñón (Lycopersicon esculentum), espinaca (Spinaca oleracea). El 0,5% de personas indican que otro producto que, no está en la lista es el que ellos consumen; legumbres: fréjol (Phaseolus vulgaris), arveja (Pisum sativum).

Tabla 5: Frecuencia y porcentaje de la variable Producto agroecológico más comprado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válidos	Porcentaje acumulado
Frutas	60	27,6	27,6	27,6
Hortalizas	133	61,3	61,3	88,9
Cereales	8	3,7	3,7	92,6
Raíces y tubérculos	9	4,1	4,1	96,8
Plantas Medicinales	3	1,4	1,4	98,2
Productos industrializados	3	1,4	1,4	99,5
Otro	1	,5	,5	100,00
Total	217	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por el investigador. Encuestas a consumidores agroecológicos.

Productores Agroecológicos

El promedio de edad de los 33 productores encuestados fue de 42 años, con una edad máxima de 63 años y una mínima de 25 años.

El 57,60% de las personas entrevistadas correspondieron al género femenino. Este resultado es un reflejo de la realidad el sector campesino, en donde la mayoría de hombres han migrado a las ciudades en busca de trabajos más estables, y las mujeres son las que se quedan en la casa, a cargo de las actividades agrícolas, y en este caso hasta de la comercialización. Los datos obtenidos indican también el 51,50% de los productores entrevistados poseen un nivel de instrucción primaria, apenas el 9,1 % manifiesta que posee nivel de instrucción superior y el 27,30 % señala que no tiene ningún nivel de instrucción.

Tabla 6: Uso de semilla certificada

	Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	12,1	12,1	12,1
No	29	87,9	87,9	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Al preguntarles sobre el uso de semilla certificada, el 87,9% de los productores encuestados señalaron que no usan este tipo de semilla, según el Cuadro 6.

Cuadro 7. Frecuencia y porcentaje de la variable Forma de fertilización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pastoreo de animales en el terreno	7	21,2	21,2	21,2
Aplicación directa fertilizante suelo	20	60,6	60,6	81,8
Fertirrigación	3	9,1	9,1	90,9
Ninguna	3	9,1	9,1	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por el investigador. Encuestas a productores agroecológicos.

En lo que tiene que ver a la forma de fertilización del suelo, el Cuadro 7, indicaron que 60,60% de los productores realizan la aplicación directa del fertilizante orgánico al suelo previa descomposición, mientras que el 9,1% manifestaron que no realiza fertilización al momento de la siembra por la escasez de recursos económicos.

Tabla 8. Método de control de plagas y enfermedades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Uso variedades resistentes	7	21,2	21,2	21,2
Biológico	1	3,0	3,0	24,2
Manejo integrado	18	54,5	54,5	78,8
Mecánico	7	21,2	21,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Según la Tabla 8, se observa que el 54,5% de los productores utilizan un manejo integrado para el control de plagas y enfermedades, apenas el 3% utilizan un método biológico con el uso de *Trichoderma harzianum*, *Bacillus thuringiensis*, *Beauveria brassiana*. El uso de variedades resistentes y el método mecánico de control de plagas y enfermedades es utilizado por el 21,2% de los productores.

Tabla 9. Frecuencia y porcentaje de la variable Producto agroecológico más vendido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Frutas	9	27,3	27,3	27,3
Hortalizas	15	45,5	45,5	72,7
Cereales	3	9,1	9,1	81,8
Raíces y tubérculos	3	9,1	9,1	90,9
Productos industrializados	1	3,0	3,0	93,9
Derivados lácteos	1	3,0	3,0	97,0
Otro	1	3,0	3,0	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Al referirse al producto agroecológico más vendido según la Tabla 9, el 45,5 % de productores afirmaron que los productos agroecológicos más vendido son las hortalizas como: brócoli (*Brassica oleracea*), col (*Brassica oleracea* var. capitata), lechuga (*Lactuca sativa*), apenas el 3% de los productores afirmaron que los productos agroecológicos más vendido son raíces y tubérculos, derivados lácteos y otros productos como: chocho (*Lupinus mutabilis*) y trucha (*Salmo trutta*).

Tabla 10: Aplicación de buenas prácticas agrícolas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	60,6	60,6	60,6
No	13	39,4	39,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Según la Tabla 10, el 60,6% de los productores afirmaron aplicar Buenas Prácticas Agrícolas en sus cultivos.

Tabla 11: Comportamiento del consumidor de productos agroecológicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	60,6	60,6	60,6
No	13	39,4	39,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por los investigadores.

Según la Tabla 11, se observa que el 60,6% de los productores contestaron afirmativamente, considerando que los consumidores de los productos agroecológicos ofrecidos están conformes y se comportan de acuerdo a las prácticas agroecológicas en sus cultivos.

DISCUSIÓN

Según Heifer (2014), los diferentes esfuerzos de comercialización agroecológica incluyen en: ferias, tiendas, canastas comunitarias, restaurantes, catering, y otras formas alternativas de comercialización como son las fincas educativas turísticas y talleres, además la oferta agroecológica es amplia e incluye productos frescos, productos elaborados y cárnicos. El estudio del comportamiento del consumidor de productos agroecológicos de la plaza Pachano, permite obtener información más detallada sobre sus gustos, preferencias y decisiones de consumo. Al respecto Cortés (2010), manifiesta que el objetivo de este tipo de estudios es aproximarse al comportamiento del consumidor a través de modelos que integren de la mejor forma posible los principales patrones de consumo de un individuo.

El consumidor de productos agroecológicos de la plaza Pachano, en su mayoría mujeres con un nivel de instrucción superior, valora mucho la calidad de los productos agroecológicos, y constituye la principal razón para su consumo, es un comprador

semanal, la característica física que les atrae es la frescura de los mismos, y el producto más comprados son las hortalizas. Al respecto Vasco (2015) señala que los resultados obtenidos en su estudio sobre los determinantes socioeconómicos del consumo de productos ecológicos, sugieren que los consumidores de alimentos ecológicos tienen un nivel educativo y un poder adquisitivo considerablemente más alto que la media nacional, y que el gasto en alimentos producidos ecológicamente está positivamente correlacionado con el ingreso y el número de años de educación formal.

Los productores agroecológicos de la PACAT afirman recibir capacitación encaminada al mejoramiento de la producción de sus cultivos una vez al mes, además el nivel de instrucción de la mayoría de productores es primario. La mayoría de productores afirman que la mayor parte de la semilla que utilizan proviene de su propia finca y además acostumbran realizar selección de su semilla antes de la siembra. Todos los productores afirman utilizar solo fertilizantes orgánicos en sus cultivos, y la mayoría lo aplica directamente al suelo, previo un proceso de descomposición, además el método para el control de plagas y enfermedades que ellos utilizan es el manejo integrado, también señalan que los productos agroecológicos más vendidos son las hortalizas. Los productores agroecológicos aplican de forma correcta las Buenas Prácticas Agrícolas, y consideran que los consumidores están conformes con sus productos y con las prácticas agroecológicas que realizan en sus cultivos, cumpliendo así con los objetivos de las Buenas Prácticas Agrícolas y beneficiando a su entorno. En este tema SENASA (2014), manifiesta los principales beneficiarios son los agricultores y sus familias, los consumidores y la población en general.

CONCLUSIONES

El comportamiento del consumidor de la Plaza Pachano fue determinado mediante la aplicación de encuestas, esta información permitirá a la PACAT tomar decisiones sobre la forma de comercializar sus productos. Según Schiffman y Lazar (2010), el proceso de toma de decisión del consumidor se visualiza en tres fases distintas aunque entrelazadas: las fases de entrada, de proceso y de salida. La fase de entrada influye en el consumidor para que reconozca que tiene la necesidad de un producto, y consiste en dos fuentes de información principales: las campañas de marketing y las influencias sociológicas externas sobre el consumidor.

Las encuestas aplicadas a los consumidores de productos agroecológicos, ratifican que la tendencia hacia este tipo de comercio está marcada por las mujeres, pues se observa que el mayor porcentaje de compradores pertenecen al género femenino, la mayoría poseen nivel de instrucción superior.

La principal razón por la que se consume productos agroecológicos es por la alta calidad de los mismos, tanto para los hombres como para las mujeres, lo mismo sucede con la frecuencia de compra, el mayor porcentaje de hombres como mujeres señalan que acuden a la plaza Pachano cada semana, y la principal característica física que les atrae de los productos agroecológicos es la frescura de los mismos. Los productos agroecológicos más comprados son las hortalizas, y la mayoría de éstas en la actualidad son cultivadas con aguas contaminadas llegando a convertir en una fuente de enfermedades, este hecho ratifica la seguridad que aun poseen los consumidores en los productos de la plaza Pachano.

En las encuestas realizadas a los productores representantes de las organizaciones que conforman la PACAT, se observa que la mayoría son mujeres, con lo

que se corrobora la ausencia de mano de obra masculina para las labores agrícolas en el campo. El nivel de instrucción de la mayoría de productores es primario. La mayoría de productores aplican correctamente algunas Buenas Prácticas Agrícolas

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anderson, D. ;Sweeney, D. y Williams, T. (2008). Estadística para Administración y Economía. Décima Edición. México D.F, México: Cengage Learning Editores

Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Tercera edición. Bogotá. Colombia: Editorial Pearson. ISBN: 978-958-699-128-5

Conyers, M. ;Liu, D. ; Kirkegaard, J. ; Orgill, S. ; Oates, A. ; Li, G. ; Poile, G. and Kirkby, C. (2014). A review of organic carbón accumulation in soils within the agricultural context of southern New South Wales, Australia. Field Crops Research 184 (2015): 177–182

Cortes, A. (2010). Modelos de comportamiento del consumidor de productos alimenticios con valor agregado. Tesis Doctoral. Universidad de Salamanca, España.

González, E. (2011). Inocuidad de los Alimentos. Extraído el 26 de marzo de 2011, desde <http://www.monografias.com/trabajos41/inocuidad-alimentos/inocuidad-alimentos2.shtml>.

Heifer (2014). La Agroecología está presente. Mapeo de productores agroecológicos y del estado de la agroecología en la Sierra y Costa Ecuatoriana. Quito. Ecuador: Manthra Comunicación Integral. ISBN: 978-9942-8551-1-4

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO (2011). Inocuidad de los alimentos a través de la cadena alimentaria. Extraído el 26 de marzo de 2011, desde http://www.fao.org/ag/agn/agns/foodcontrol_.asp.

Pedrerros, A. ; Morales, C. ;Riquelme, J. ;Uribe, H. y San Martín, J. (2009). “Aspectos Relevantes En La Producción de Frambuesa. Boletín Divulgativo No. 192.”

Rovayo, A. (2007). Análisis socio-económico de los sistemas de producción agroecológica y comercialización asociativa del PACAT: Una comparación entre sistemas de producción Agroecológicos vs. Convencionales en Tungurahua, Ecuador. Tesis de Maestría. Georg-August-University de Göttingen, Alemania.

Sarandon, S. y Flores, C. (2014). Agroecología: bases teóricas para el diseño y manejo de agroecosistemas sustentables. Primera Edición. La Plata Argentina: Editorial de la Universidad de la Plata. ISBN 978-950-34-1107-0

Servicio Nacional de Sanidad Agraria SENASA (2014). Manual Práctico: Implementación de Buenas Prácticas Agrícolas. Piura Perú.

Schiffman, L y Lazar, L. (2010). Comportamiento del Consumidor. Décima Edición. México DF. Mexico: Editorial Pearson. ISBN. 978-607-442-969-5

Vaco, C. Palacios, P. y Paspuel, S. (2015). Determinantes socioeconómicos del consumo de productos ecológicos en Quito. Siembra 2 (2015): 023–028