Nadir: Rev. elect. geogr. Austral ISSN: 0718-7130
Año 9, n° 1 enero - julio 2017.

Comparación de los resultados de las encuestas realizadas en la Feria de Productores de la Universidad Nacional de La Matanza: abril - octubre 2016.[1]

Mariano Jäger[2]; Cecilia Pellizzari[3];
Camila Solari[4]; Silvana Mateu[5];
Carolina Feito[6]; Susana Battista[7]
mariano@jager.com.ar

Palabras clave: agricultura familiar, feria, orgánico, encuestas, consumo alimentos

Contenidos

1. Introducción 1
2. Objetivos 2
3. Metodología y modelo de encuesta 3
4. Resultados 2
5. Conclusiones 31
6. Bibliografía 33

1. Introducción

El Instituto de Medio Ambiente de la Universidad Nacional de La Matanza realizó cuatro encuentros de la **Feria del Productor al Consumidor**, bajo el lema: *"La soberanía alimentaria entra a las aulas"*. En su organización contó con el apoyo del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

La feria se desarrolla en un contexto en el que se considera necesario promover la agricultura familiar, generar nuevos espacios de participación ciudadana y, por sobre todo, de concientizar ambientalmente en aquellos aspectos que hacen a un consumo y alimentación saludables.

---

[1] El presente trabajo forma parte del PICT 2015-1389 titulado "Politicas publicas, ruralidades y medioambiente en el periurbano bonaerense. El partido de La Matanza".
[2] Director. Instituto de Medio Ambiente y Coordinador Maestría en Gestión Ambiental- Universidad Nacional de La Matanza.
[3] Investigadora. Instituto de Medio Ambiente - Universidad Nacional de La Matanza.
[4] Asistente. Instituto de Medio Ambiente - Universidad Nacional de La Matanza.
[5] Investigadora. Instituto de Medio Ambiente - Universidad Nacional de La Matanza.
[6] Investigadora CONICET. Secretaría de Extensión Universitaria - Universidad Nacional de La Matanza.
[7] Investigadora. Secretaría de Extensión- Universidad Nacional de La Matanza.

No es menos importante el hecho de que ha aumentado la preocupación por el uso de agroquímicos en varios puntos del país y de la provincia de Buenos Aires. Esta preocupación, ha ido tomando forma de reclamo y, ante la falta de respuesta por parte de las autoridades, ha llegado a transformarse en un conflicto social que adquiere día a día más legitimidad y representatividad en la comunidad pero que carece de respuestas institucionales.

El contexto al que se hace mención en el párrafo anterior también ha llamado a la reflexión a las instituciones científico-académicas sobre cual es el papel de la ciencia y la tecnología en la resolución de algunos problemas estructurales de la sociedad argentina. Ante estos nuevos planteos, muchas universidades expresaron su apoyo ofreciendo espacios para la organización y desarrollo de ferias que promuevan la agricultura y producción familiar y el consumo responsable y saludable.

A lo largo del 2016 se han mantenido reuniones con los productores que participaron como feriantes y con miembros del INTA para acordar cuestiones organizativas de la feria. Como resultado de estos encuentros, se identificó la necesidad de capacitar a los productores. Es así que durante el año se capacitó, en dos encuentros, a más de 90 productores en *Manipulación de Alimentos y Formación de Costos*.

En el marco de las actividades de investigación del Instituto se decidió realizar encuestas, tanto a los productores como al público visitante de la feria. Como se mencionó anteriormente, a la fecha el Instituto de Medio Ambiente de la Universidad ha realizado cuatro ferias de productores, habiendo sido la primera de ellas hacia fines de 2015. En la primera feria no se realizaron encuestas, lo que resta posibilidades de análisis.

La Universidad cuenta con un Comedor Universitario, un Buffet y en los últimos meses de 2016 un grupo de alumnos de la carrera Nutrición una vez por semana instaló un "kiosco saludable" (frutas, cereales, semillas, frutos secos y panificados).

Dado que el "kiosco saludable" es una iniciativa afín a la Feria, el IMA ha convocado a los alumnos a participar de la misma.

2. Objetivos

Los objetivos de la feria *"Del Productor al Consumidor*" son generar un espacio para sensibilizar a la comunidad educativa y a la población local en relación a la agricultura familiar y a la Economía Social y Solidaria y dar a conocer formas de producción más amigables con el ambiente dentro de un modelo de producción socialmente inclusivo.

Entre los objetivos de la encuesta, están los expuestos a continuación:

- conocer las preferencias e inquietudes de los consumidores y del público visitante de la feria;
- indagar sobre los aspectos referentes al nivel de conciencia ambiental en relación al consumo de alimentos en el hogar, a las alternativas del mercado actual, y a la posturas adoptadas en relación a éstos; y
- conocer los hábitos de compra de alimentos.

3. Metodología y modelo de encuesta

La encuesta comprende los aspectos considerados más relevantes que permitan obtener un perfil de los visitantes a la feria, dentro del marco de los objetivos propuestos. Seguidamente se expone un modelo de la misma:

 ISSN: 0718-7130

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
Instituto de Medio Ambiente

FERIA DE PRODUCTORES
"DEL PRODUCTOR AL CONSUMIDOR"
"La soberanía alimentaria entra a las aulas"

Sr. Visitante, la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) están realizando un estudio para conocer sus preferencias, hábitos de compra alimentarios y tendencias de consumo. Para poder realizar este estudio necesitamos su colaboración, por lo que le pedimos por favor que conteste la siguiente encuesta anónima.

1. ¿Qué me**dio de transporte usó para llegar hasta aquí?**

☐ Caminando ☐ Colectivo ☐ Coche ☐ Otro

2. **¿Cuál es su municipio de residencia actual?** _____

3. **¿Vino a la UNLaM exclusivamente a la feria?**

☐Si ☐ No ☐ No contesta ☐ No sabe

4. **¿Cuánto tiempo estima que estará en la feria?** __ [hs y min]

5. **¿Visitó la feria de la UNLaM anteriormente?**

☐ No ☐ Sí → ¿Cuántas veces? _____

6. **¿Cuáles son los dos motivos principales por los que visita hoy esta feria?** [Señalar con 1 y 2, por orden de importancia, los dos más relevantes]

☐ Comprar productos de la agricultura familiar
☐ Comprar productos "sanos"
☐ Buscar precios más baratos
☐ Otros motivos [especificar]:
☐ Disfrutar de un paseo
☐ Conocer la UNLaM
☐ Curiosidad
☐ No responde
☐ No sabe

7. **¿Cómo se enteró de la Feria?**

☐Web ☐Blog ☐Volantes ☐Radio ☐Boca a boca ☐Otros _____.

8. **¿Podría decirnos qué productos compró?**

_____ _____ _____

 ISSN: 0718-7130

_____ _____

_____

9. **¿Por qué motivos compro esos productos en la Feria?** (Marque los dos principales en orden de importancia, con 1 el más importante y con 2 el segundo

- ☐ Buena calidad
- ☐ Precios baratos
- ☐ Buena relación calidad– precio
- ☐Porque son Productos de agricultura familiar
- ☐ Porque son productos naturales
- ☐ Porque no quiero pagar precios más altos por los intermediarios
- ☐ Otros- ¿Por qué? _____

_____

- ☐ No responde
- ☐ No sabe

10. **¿Qué productos le gustaría comprar y no encontró?**

_____ _____ _____

_____ _____ _____

_____ _____ _____

11. **¿Con qué frecuencia compra en Ferias?**

☐ Semanalmente ☐ Mensualmente ☐ A veces

☐ Nunca ☐ No responde ☐ No sabe

12. ¿Qué productos compra habitualmente en las ferias?

☐ Fruta	☐ Panificados	☐ Tés
☐ Verdura	☐ Golosinas	☐ Sopas
☐ Huevos	☐ Legumbres	☐ Pastas caseras
☐ Aceite	☐ Quesos	☐ Plantas
☐ Chacinados	☐ Frutas secas	☐ Ropa
☐ Embutidos	☐ Carne	☐ Cosméticos
☐ Miel	☐ Hongos	☐ Artesanías
☐ Dulces	☐ Especias	
☐ Jugos	☐ Yerba	

Otros _____ _____ _____

 ISSN: 0718-7130

13. **Califique de 1 a 10 los siguientes aspectos de la feria**

- Presentación ____
- Variedad de productos ____
- Trato de los feriantes ____
- Calidad ____
- Higiene ____
- Entorno _

14. **¿Hay alguna otra actividad que le gustaría que se realizara en la Feria? Especifique**

_____

_____

15. **¿Hay alguna otra actividad que le gustaría que se realizara en la Feria? Especifique**

_____

_____

16. **Después de visitar la Feria, ¿cree que ha valido la pena su visita hoy?**

☐ Mucho ☐ Bastante ☐ No demasiado ☐ Nada

17. ¿Diría que el promedio de sus ingresos de su grupo familiar mensualmente está incluido en alguno de estos tramos? [Marcar la casilla que corresponda]

	Menos de 5.000 pesos
	Entre 5.000 y 10.000 pesos
	Entre 10.000 y 15.000 pesos
	Entre 15.000 y 20.000 pesos
	Entre 20.000 y 25.000 pesos
	Entre 25.000 y 30.000 pesos
	Entre 30.000 y 35.000 pesos
	Más de 40.000 pesos

18. Año de nacimiento: _____

19. Sexo: ☐ Varón ☐ Mujer.

MUCHAS GRACIAS!

La toma de opinión fue realizada al azar. Se destacaron dos personas que trabajaron en promedio cuatro horas cada día, dos días en cada evento. No se siguió una metodología en la selección de los encuestados.

El procedimiento fue entregar el formulario y hacer una brevísima explicación a quienes se acercaban a la feria y pedirles que lo llenen y depositen en un buzón.

Para procesamiento de datos, se volcó la información obtenida en una matriz. Esta matriz presentó las unidades de análisis (encuestado) en las filas y las variables (preguntas con sus respuestas alternativas) en las columnas. Posteriormente se elaboraron y contabilizaron los resultados por pregunta. Finalmente se realizó un análisis de las respuestas con el objetivo de identificar los aspectos relevantes y conocer si se hubo cambios en alguna variable en particular.

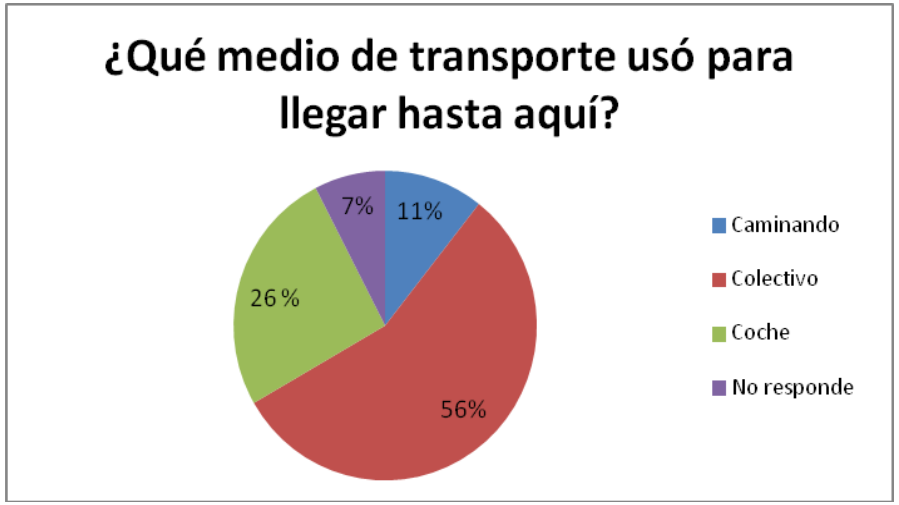
4. Resultados

Durante la feria realizada en el mes de abril de 2016, en total se hicieron 66 encuestas válidas. Sólo una, la 67, debió ser anulada.
En la feria de octubre del 2016 se hicieron 155 encuestas válidas de 157 realizadas.
Inicialmente se procedió a revisar y numerar las encuestas, anulando aquellas cuyas respuestas no se adecuaron a las preguntas. También se anularon las que no alcanzaron a completar el 50 % del total de las preguntas.

A continuación se exponen en forma comparada los resultados de las encuestas en dos columnas: a la izquierda los que corresponden a la feria realizada en abril y a la derecha los de de la realizada en el mes de octubre. Por cada pregunta se presenta un gráfico con los resultados porcentuales de las respuestas y una tabla con los porcentajes y el número de respuestas obtenidas. Después de la exposición de los resultados se presentan algunos comentarios de los encuestados y un breve análisis de cada respuesta.

FERIA DE ABRIL DE 2016

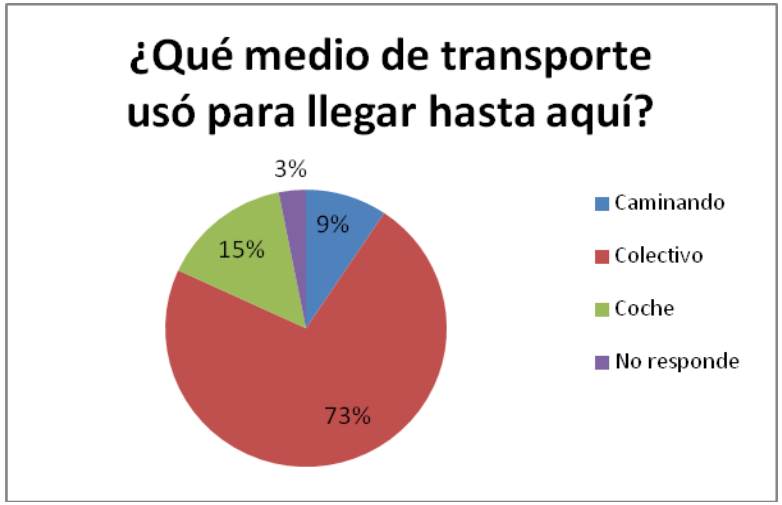
Pregunta 1



Preg. 1	¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta aquí?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Caminando	11	7
Colectivo	56	37
Coche	26	17
No responde	8	5
Total	100	66

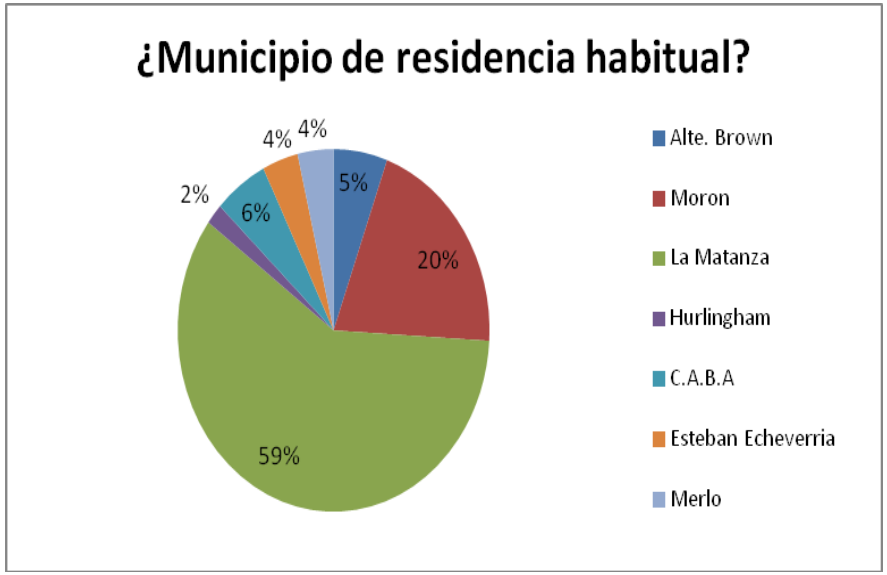
FERIA DE OCTUBRE DE 2016

Pregunta 1

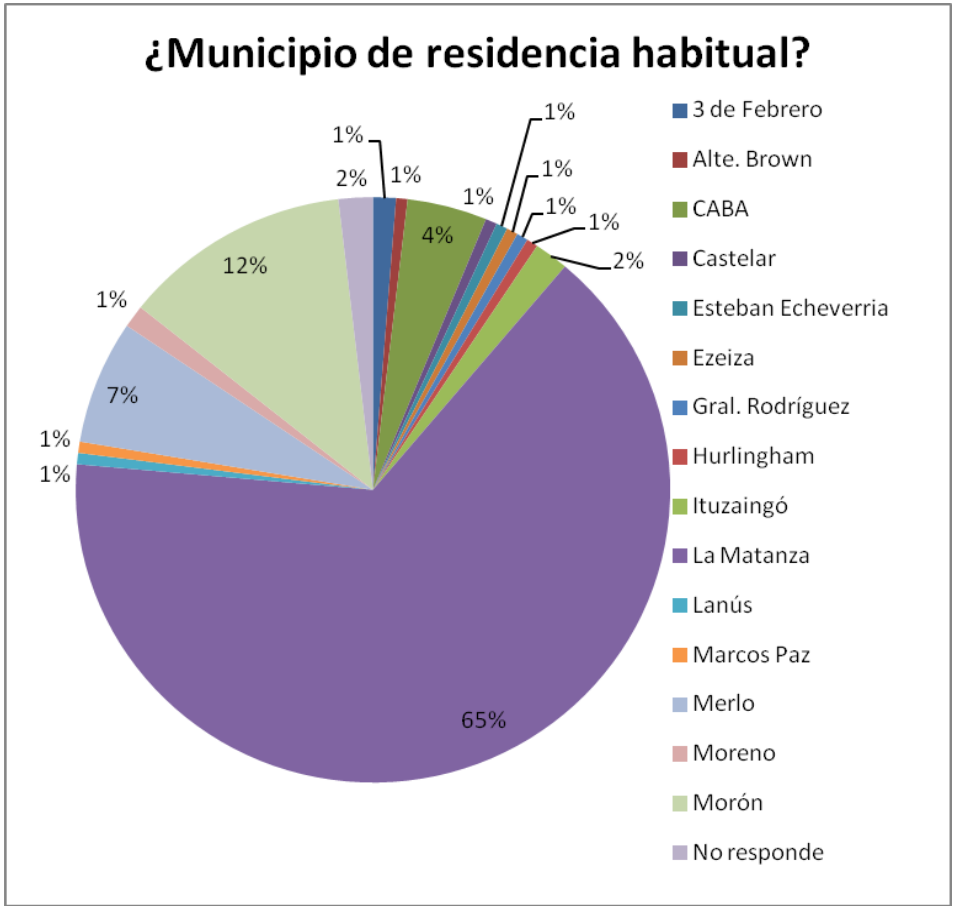


Preg. 1	¿Qué medio de transporte usó para llegar hasta aquí?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Caminando	9	15
Colectivo	73	116
Coche	15	24
No responde	3	5
Total	100	160

Pregunta 2 Abril de 2016



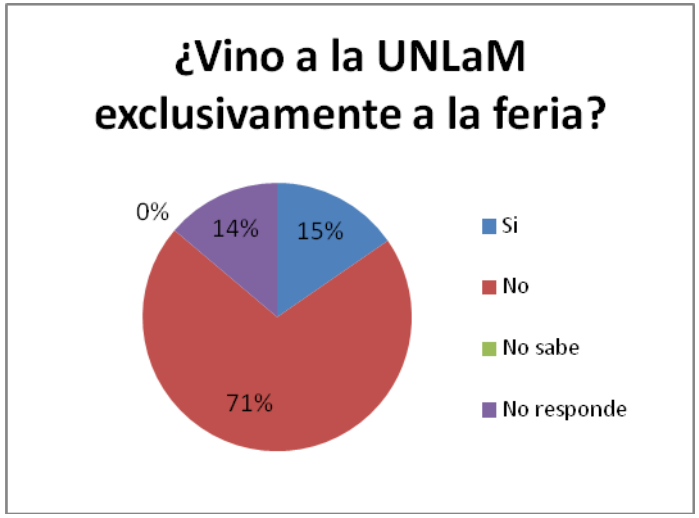
Pregunta 2 Octubre de 2016



Preg. 2	¿Municipio de residencia habitual?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Alte. Brown	5	3
Morón	19	11
La Matanza	56	32
Hurlingham	2	1
C.A.B.A	5	3
Esteban Echeverría	4	2
Merlo	4	2
Total	100	57

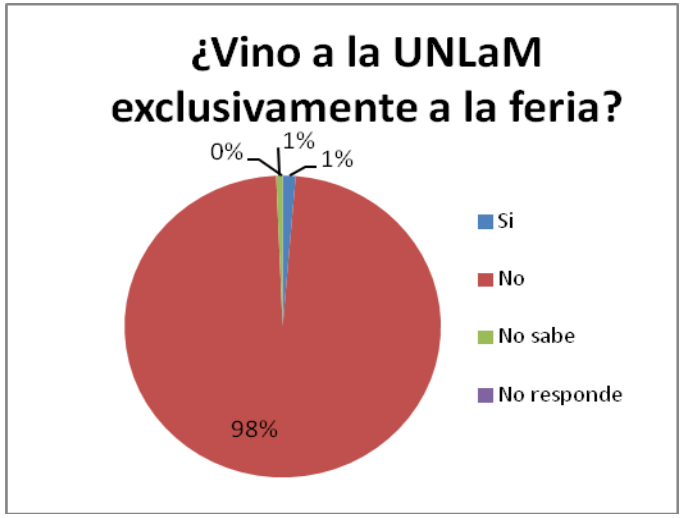
Preg. 2	¿Municipio de residencia habitual?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
3 de Febrero	1	2
Alte. Brown	1	1
CABA	4	7
Castelar	1	1
Esteban Echeverría	1	1
Ezeiza	1	1
Gral. Rodríguez	1	1
Hurlingham	1	1
Ituzaingó	2	3
La Matanza	65	105
Lanús	1	1
Marcos Paz	1	1
Merlo	7	11
Moreno	1	2
Morón	12	20
No responde	2	3
Total	100	161

Pregunta 3 Abril de 2016



Preg. 3	¿Vino a la UNLaM exclusivamente a la feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Si	15	10
No	71	46
No sabe	0	0
No responde	14	9
Total	100	65

Pregunta 3 Octubre de 2016



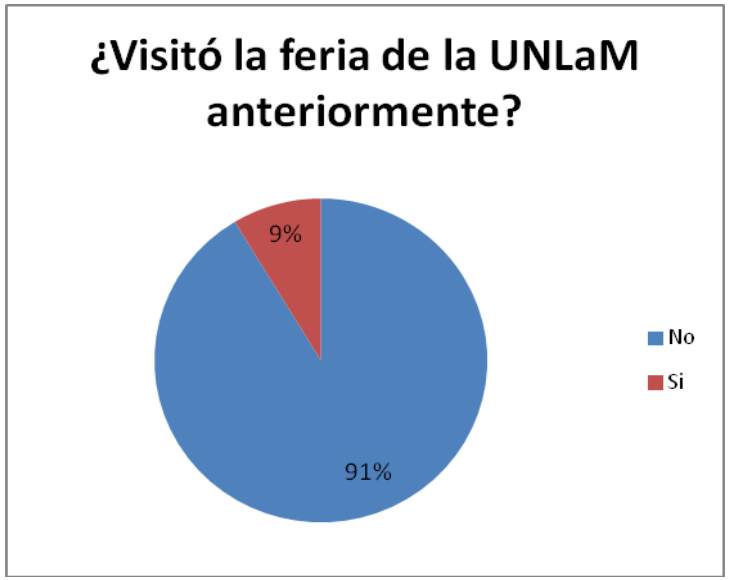
Preg. 3	¿Vino a la UNLaM exclusivamente a la feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Si	1	2
No	98	150
No sabe	1	1
No responde	0	0
Total	100	153

Pregunta 4 Abril de 2016

¿Cuánto tiempo estima que estará en la Feria?

25 minutos promedio

Pregunta 5



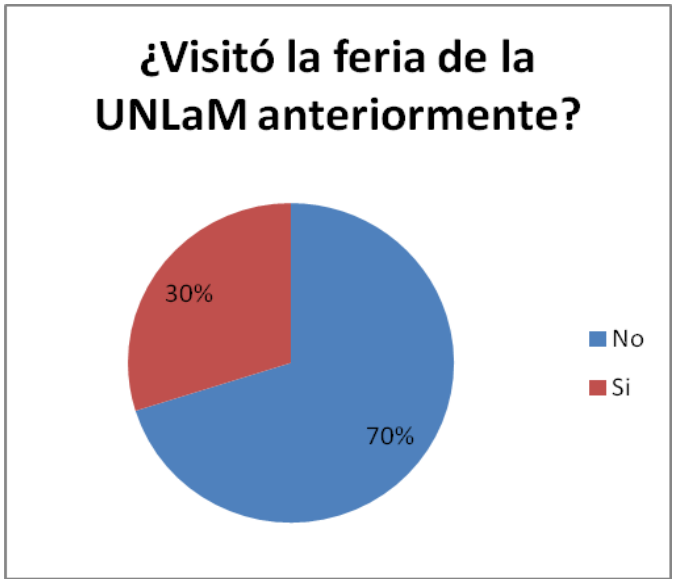
Preg. 5	¿Visitó la feria de la UNLaM anteriormente?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
No	91	53
Si	9	5
Total	100	58

Pregunta 4 Octubre de 2016

¿Cuánto tiempo estima que estará en la Feria?

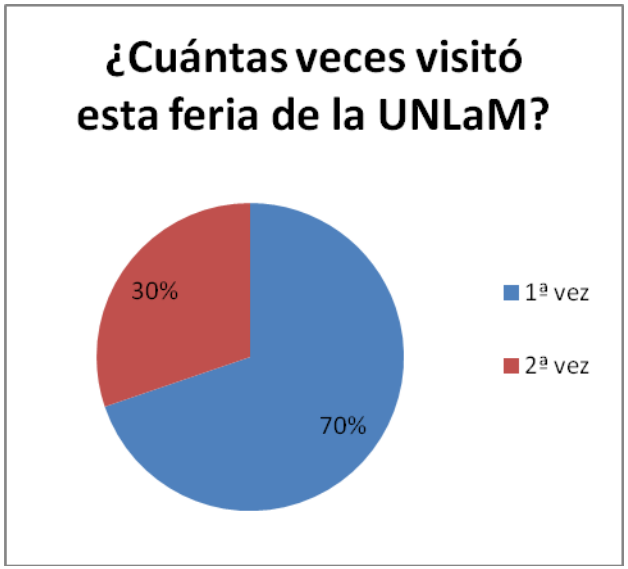
20 minutos promedio

Pregunta 5



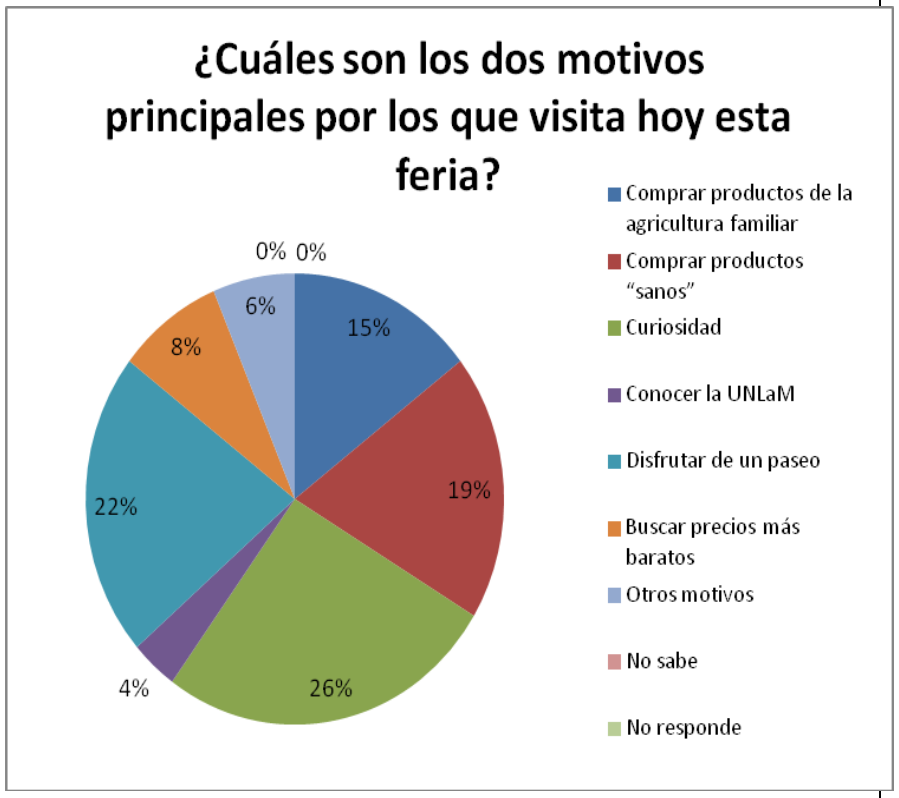
Preg. 5	¿Visitó la feria de la UNLaM anteriormente?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
No	70	108
Si	30	46
Total	100	154

Pregunta 5´ (continuación)

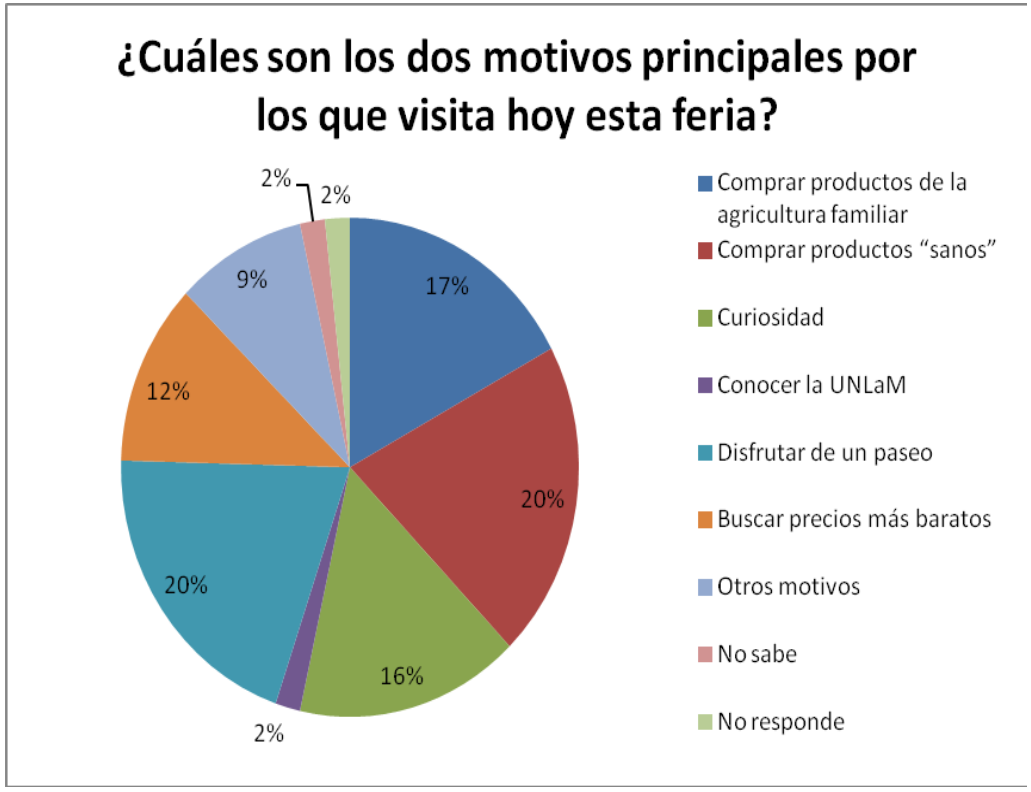


	¿Cuántas veces visitó esta feria de la UNLaM?	
Opciones	**Porcentaje**	**Nº de respuestas**
1ª vez	70	30
2ª vez	30	13
Total	**100**	**43**

Pregunta 6 Abril de 2016



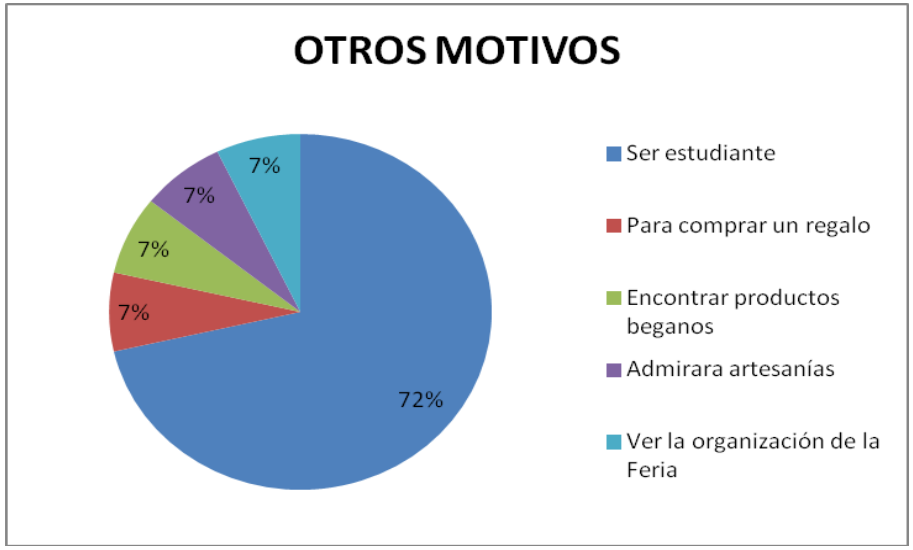
Pregunta 6 Octubre de 2016



Preg. 6	¿Cuáles son los dos motivos principales por los que visita hoy esta feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Comprar productos de la agricultura familiar	15	16
Comprar productos "sanos"	19	21
Curiosidad	26	29
Conocer la UNLaM	4	4
Disfrutar de un paseo	22	24
Buscar precios más baratos	8	9
Otros motivos	6	7
No sabe	0	0
No responde	0	0
Total	100	110

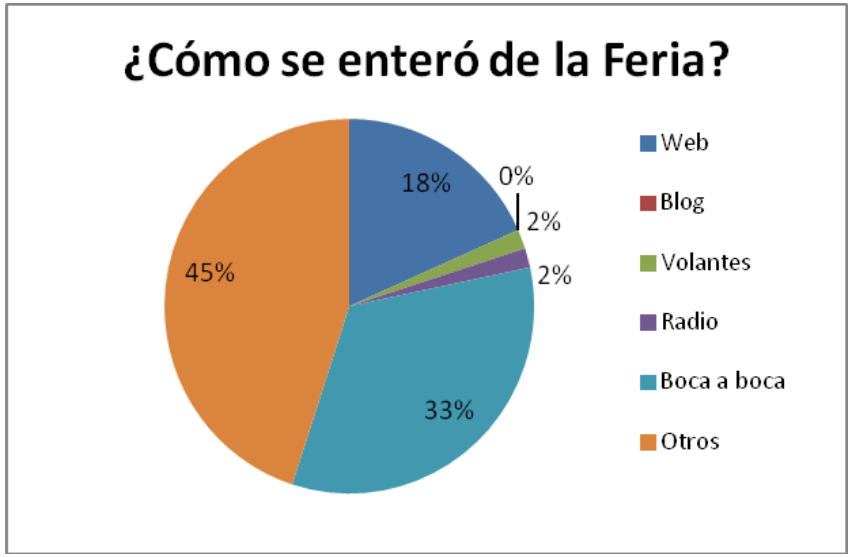
Preg. 6	¿Cuáles son los dos motivos principales por los que visita hoy esta feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Comprar productos de la agricultura familiar	17	39
Comprar productos "sanos"	21	47
Curiosidad	16	36
Conocer la UNLaM	2	4
Disfrutar de un paseo	20	46
Buscar precios más baratos	12	27
Otros motivos	9	21
No sabe	2	4
No responde	2	4
Total	100	228

Pregunta 6´ (continuación) Octubre de 2016



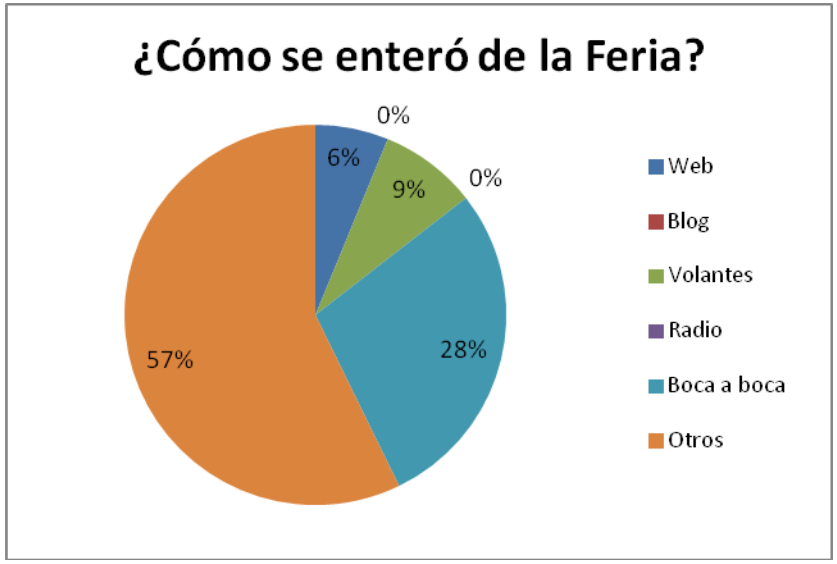
OTROS MOTIVOS	Porcentaje	Nº de respuestas
Ser estudiante	71	10
Para comprar un regalo	7	1
Encontrar productos veganos	7	1
mirar artesanías	7	1
Ver la organización de la Feria	7	1
Total	**100**	**14**

Pregunta 7 Abril de 2016



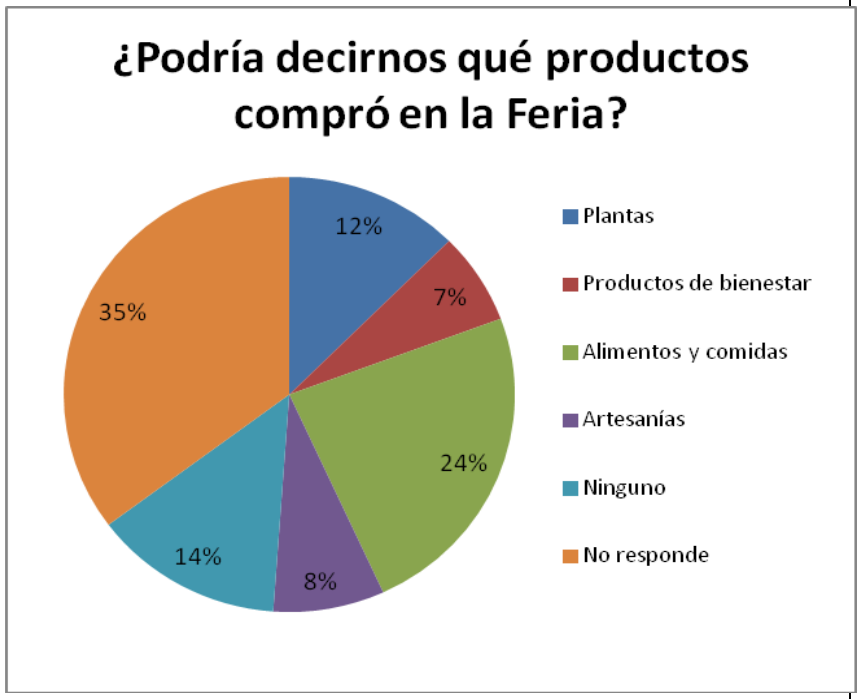
Preg. 7	¿Cómo se enteró de la Feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Web	18	11
Blog	0	0
Volantes	2	1
Radio	2	1
Boca a boca	33	20
Otros	45	27
Total	100	60

Pregunta 7 Octubre de 2016

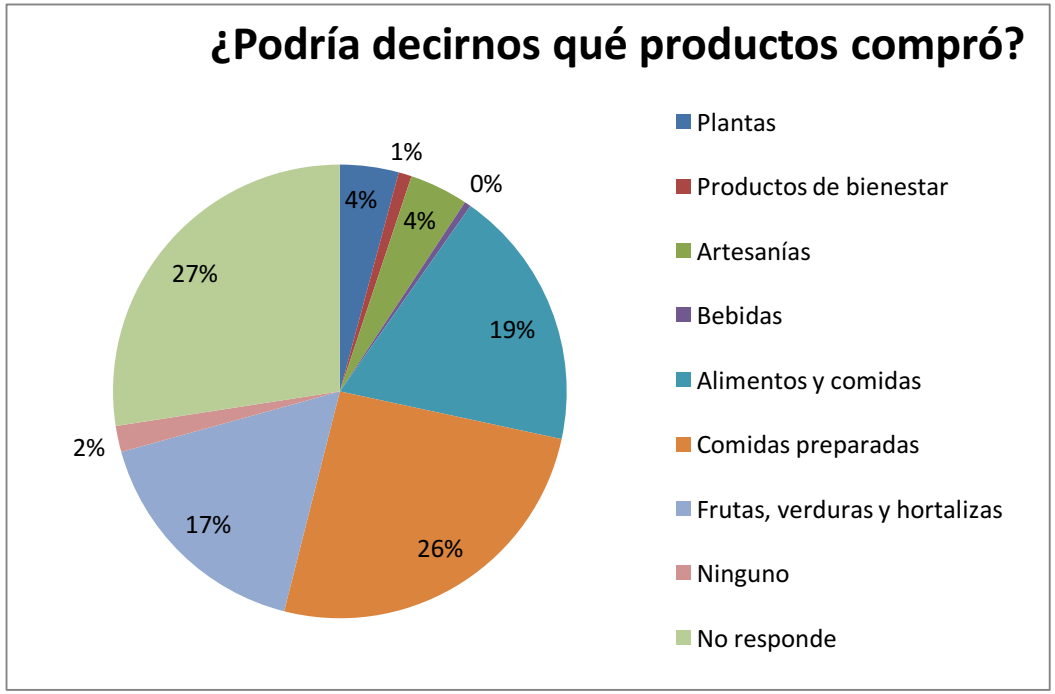


Preg. 7	¿Cómo se enteró de la Feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Web	6	9
Blog	0	0
Volantes	8	12
Radio	0	0
Boca a boca	28	41
Otros	57	83
Total	100	145

Pregunta 8 Abril de 2016



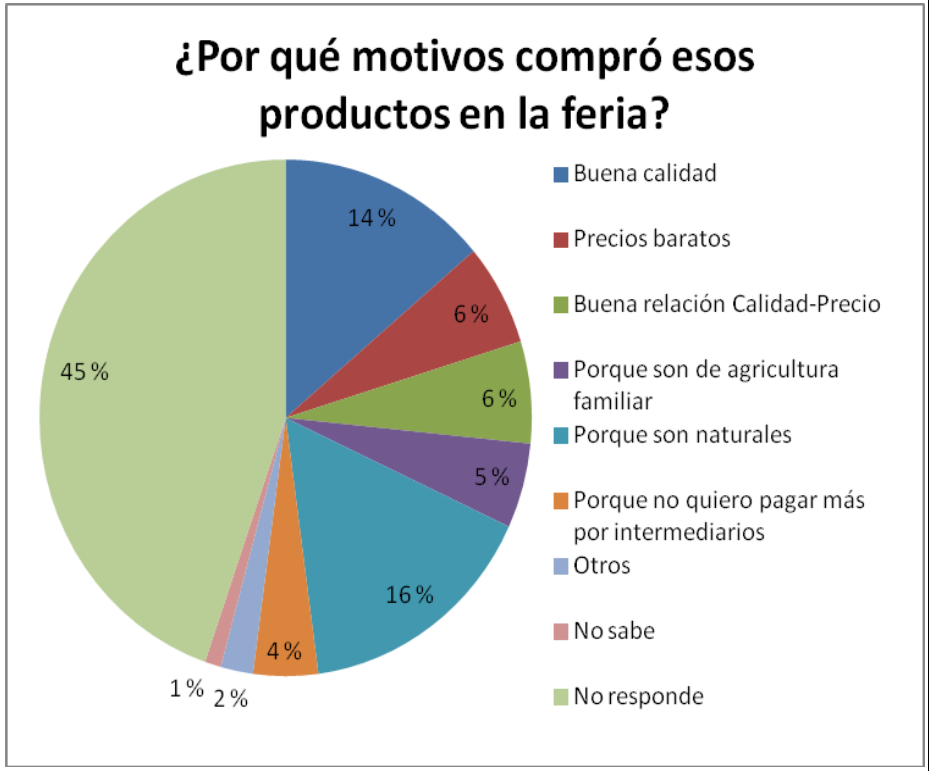
Pregunta 8 Octubre de 2016



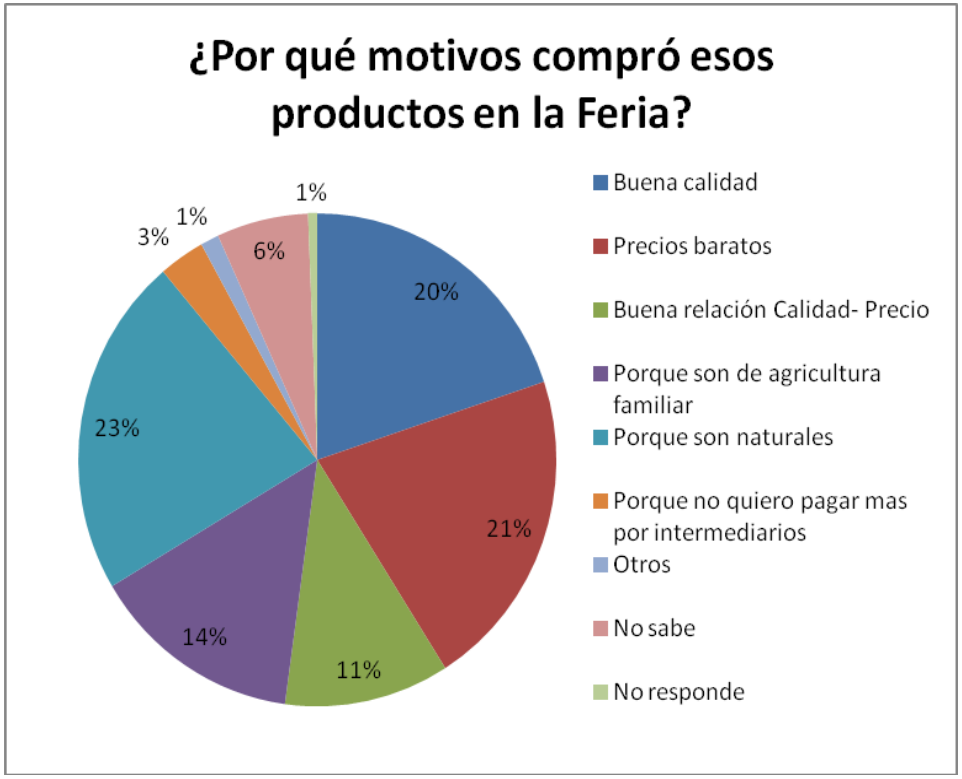
¿Podría decirnos qué productos compró?		
Rubros	Porcentaje	Nº de respuestas
Plantas	13	11
Productos de bienestar (cremas, lociones, cosméticos, etc.)	7	6
Alimentos y comidas	24	21
Artesanías	8	7
Ninguno	14	12
No responde	35	31
Total	100	88

¿Podría decirnos qué productos compró?		
Rubros	Porcentaje	Nº de respuestas
Plantas	4	9
Productos de bienestar	1	2
Artesanías	4	9
Bebidas	0	1
Alimentos y comidas	19	40
Comidas preparadas	26	55
Frutas, verduras y hortalizas	17	36
Ninguno	2	4
No responde	27	59
Total	100	215

Pregunta 9 Abril de 2016



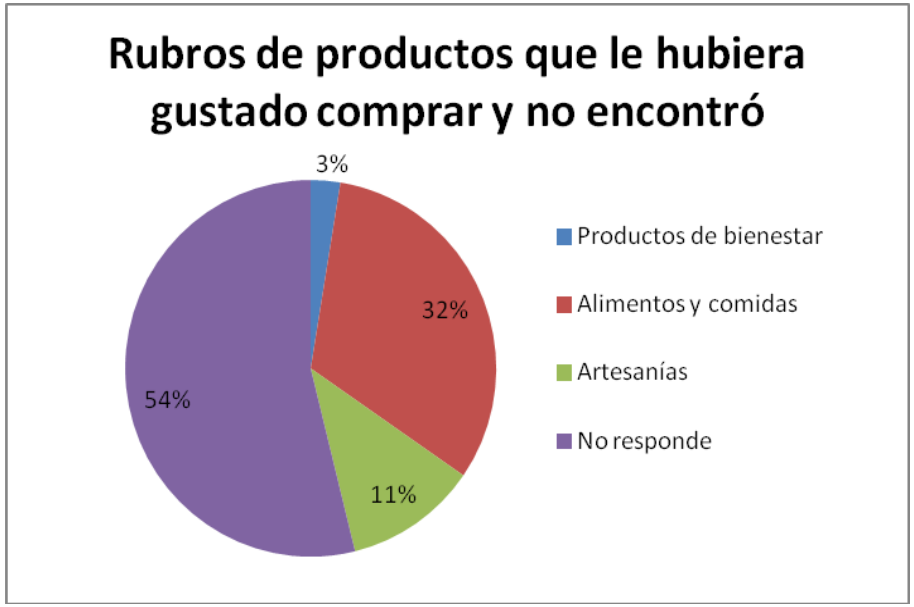
Pregunta 9 Octubre de 2016



Preg. 9	¿Por qué motivos compró esos productos en la Feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Buena calidad	14	13
Precios baratos	6	6
Relación Calidad- Precio	6	6
Porque son de agricultura familiar	5	5
Porque son naturales	16	15
Porque no quiero pagar más por intermediarios	4	4
Otros	2	2
No sabe	1	1
No responde	45	42
Total	100	94

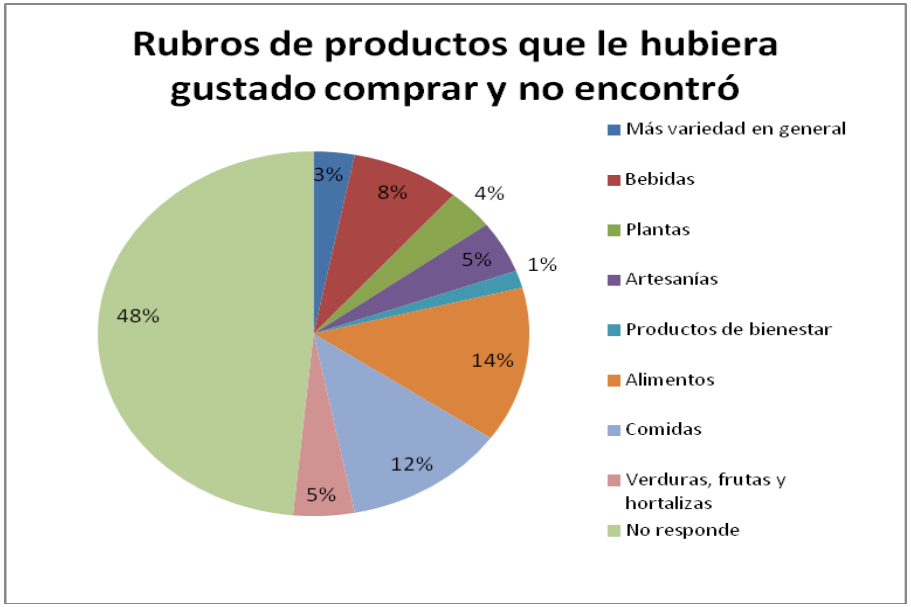
Preg. 9	¿Por qué motivos compró esos productos en la Feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Buena calidad	20	32
Precios baratos	21	34
Buena relación Calidad- Precio	11	18
Porque son de agricultura familiar	14	23
Porque son naturales	22	36
Porque no quiero pagar más por intermediarios	3	5
Otros	1	2
No sabe	6	10
No responde	1	1
Total	100	161

Pregunta 10 Abril de 2016



¿Qué productos le gustaría comprar y no encontró?		
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Productos de bienestar	3	2
Alimentos y comidas	32	25
Artesanías	12	9
No responde	54	42
Total	100	78

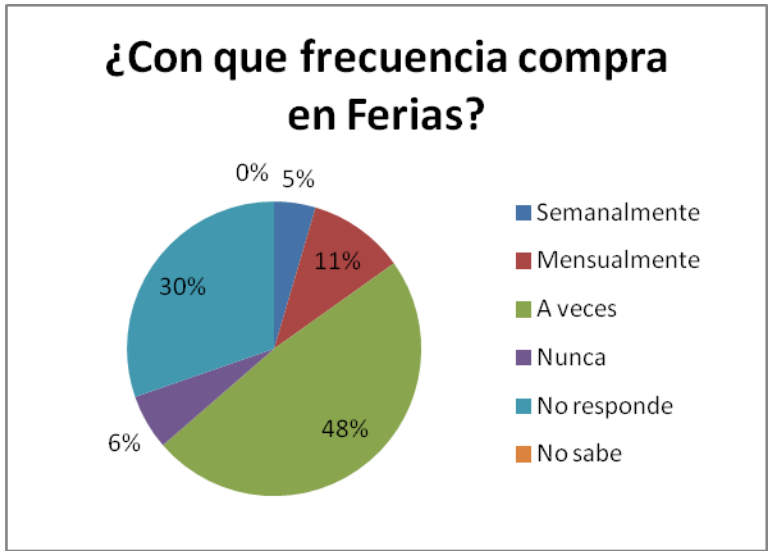
Pregunta 10 Octubre de 2016



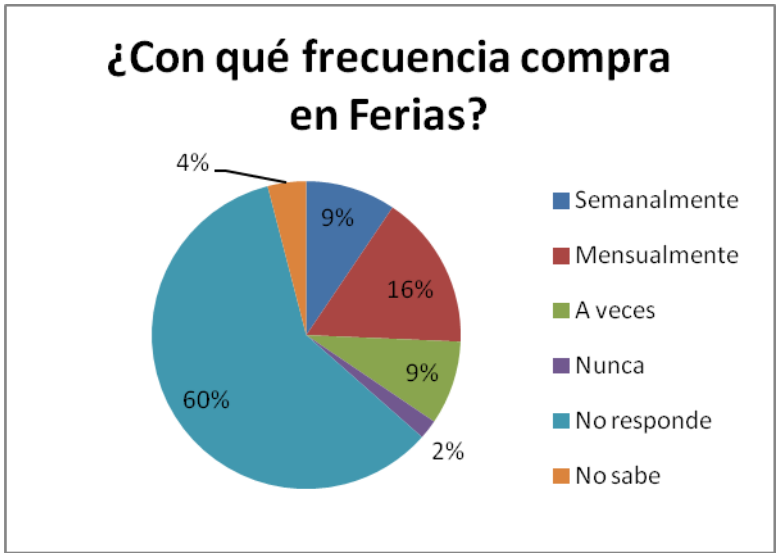
¿Qué productos le gustaría comprar y no encontró?		
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Más variedad en general	3	6
Bebidas	8	16
Plantas	4	7
Artesanías	5	9
Productos de bienestar	2	3
Alimentos	14	27
Comidas	12	24
Verduras, frutas y hortalizas	5	9
No responde	48	95
Total	100	196

Pregunta 11 Abril de 2016

Pregunta 11 Octubre de 2016

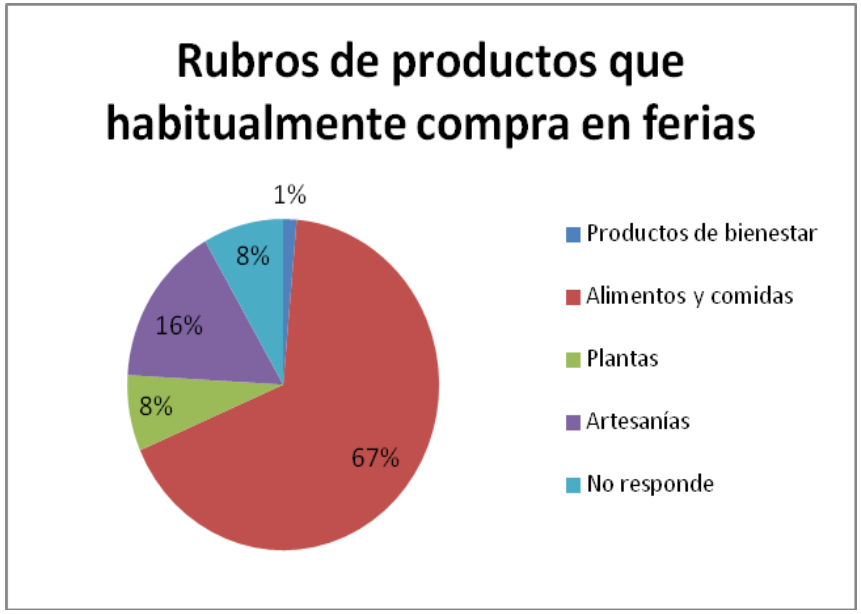


Preg. 11	¿Con que frecuencia compra en Ferias?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Semanalmente	5	3
Mensualmente	11	7
A veces	48	32
Nunca	6	4
No responde	30	20
No sabe	0	0
Total	100	66



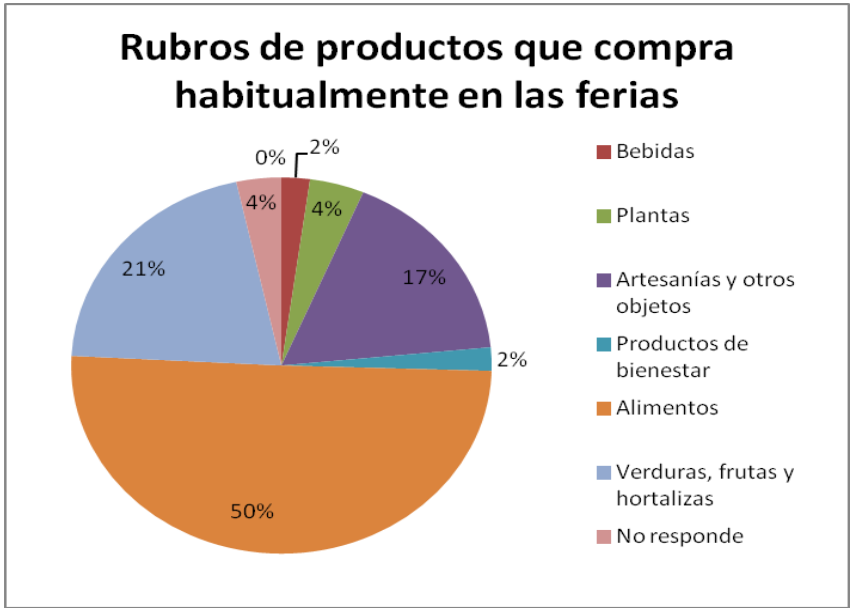
Preg. 11	¿Con que frecuencia compra en Ferias?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Semanalmente	9	14
Mensualmente	16	24
A veces	9	13
Nunca	2	3
No responde	59	88
No sabe	4	6
Total	100	148

Pregunta 12 Abril de 2016



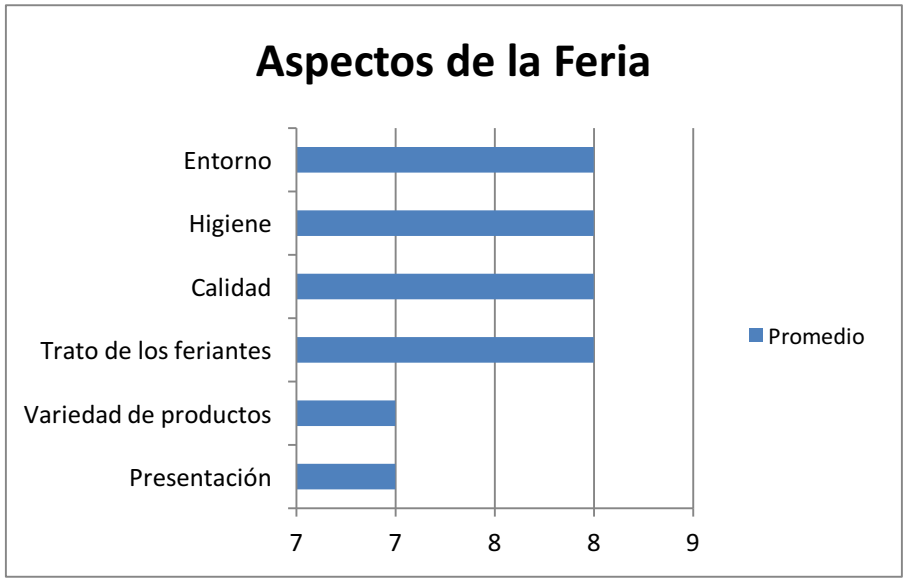
Preg. 12 ¿Qué productos compra habitualmente en las ferias?		
Rubros	Porcentaje	Nº de respuestas
Productos de bienestar	1	3
Alimentos y comidas	67	145
Plantas	7	16
Artesanías	16	34
No responde	8	18
Total	100	216

Pregunta 12 Octubre de 2016



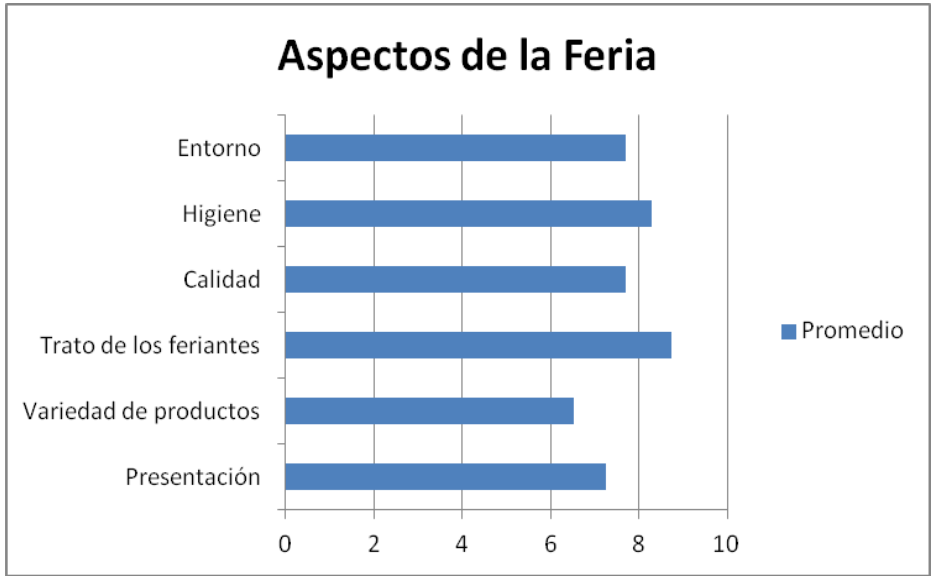
Preg. 12 ¿Qué productos compra habitualmente en las ferias?		
Rubros	Porcentaje	Nº de respuestas
Bebidas	2	12
Plantas	4	23
Artesanías y otros objetos	17	94
Productos de bienestar	2	11
Alimentos	50	277
Verduras, frutas y hortalizas	21	114
No responde	3	19
Total	100	550

Pregunta 13 Abril de 2016



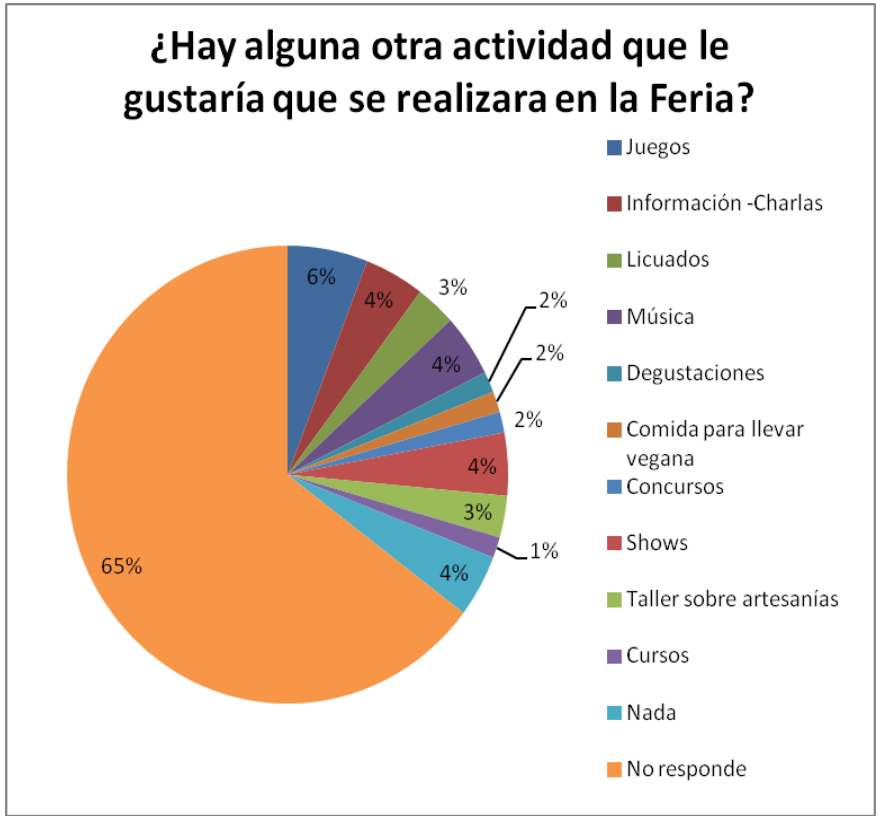
Preg. 13	Aspectos de la Feria (promedio)
Presentación	7
Variedad de productos	7
Trato de los feriantes	8
Calidad	8
Higiene	8
Entorno	8
No responden 17 personas	-
Promedio	8

Pregunta 13 Octubre de 2016

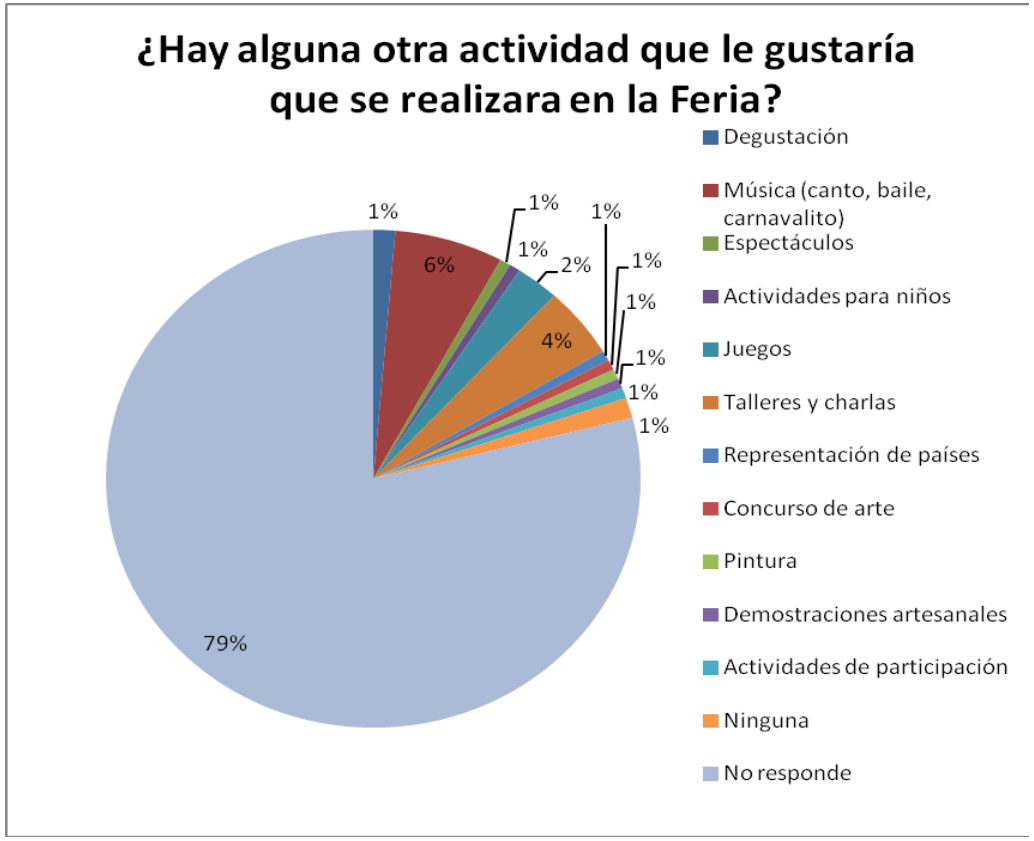


Preg. 13	Aspectos de la Feria (promedio)
Presentación	7
Variedad de productos	7
Trato de los feriantes	9
Calidad	8
Higiene	8
Entorno	8
No responden 14 personas	-
Promedio	8

Pregunta 14 Abril de 2016



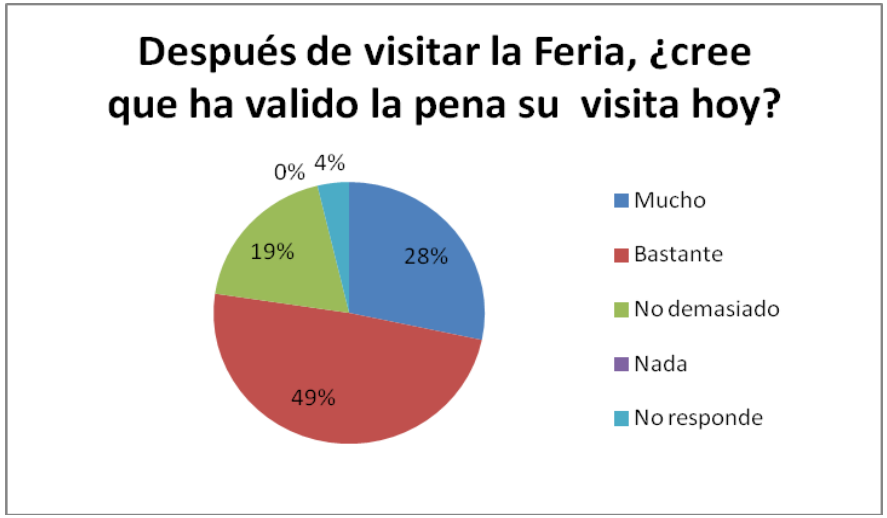
Pregunta 14 Octubre de 2016



Preg. 14	¿Hay alguna otra actividad que le gustaría que se realizara en la Feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Juegos	6	4
Información -Charlas	4	3
Licuados	3	2
Música	4	3
Degustaciones	1	1
Comida para llevar vegana	1	1
Concursos	1	1
Shows	4	3
Taller sobre artesanías	3	2
Cursos	1	1
Nada	4	3
No responde	65	44
Total	100	68

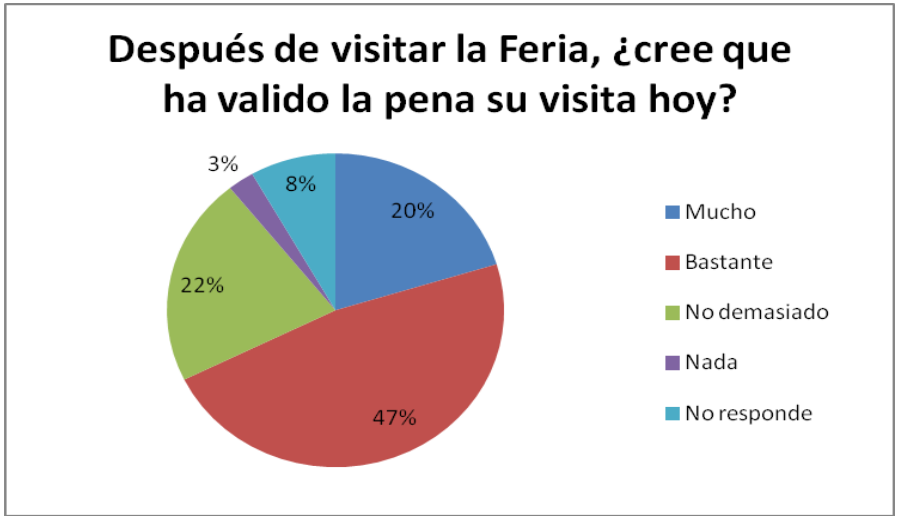
Preg. 14	¿Hay alguna otra actividad que le gustaría que se realizara en la Feria?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Degustación	2	2
Música (canto, baile, carnavalito)	8	10
Espectáculos	1	1
Actividades para niños	1	1
Juegos	3	4
Talleres y charlas	6	7
Representación de países	1	1
Concurso de arte	1	1
Pintura	1	1
Demostraciones artesanales	1	1
Actividades de participación	1	1
Ninguna	2	2
No responde	96	120
Total	100	125

Pregunta 15 Abril de 2016



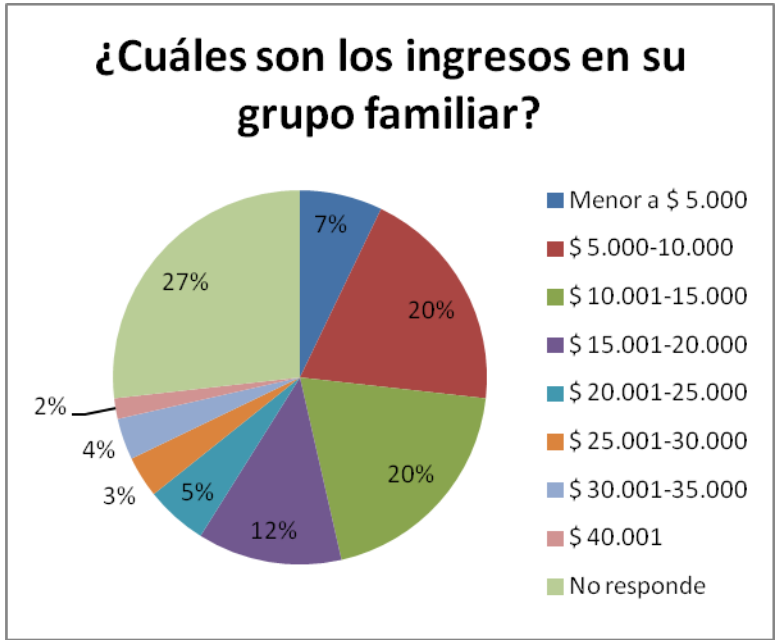
Preg. 15	Después de visitar la Feria, ¿cree que ha valido la pena su visita hoy?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Mucho	28	15
Bastante	49	26
No demasiado	19	10
Nada	0	0
No responde	4	2
Total	100	53

Pregunta 15 Octubre de 2016



Preg. 15	Después de visitar la Feria, ¿cree que ha valido la pena su visita hoy?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Mucho	20	32
Bastante	47	75
No demasiado	22	34
Nada	3	4
No responde	8	13
Total	100	158

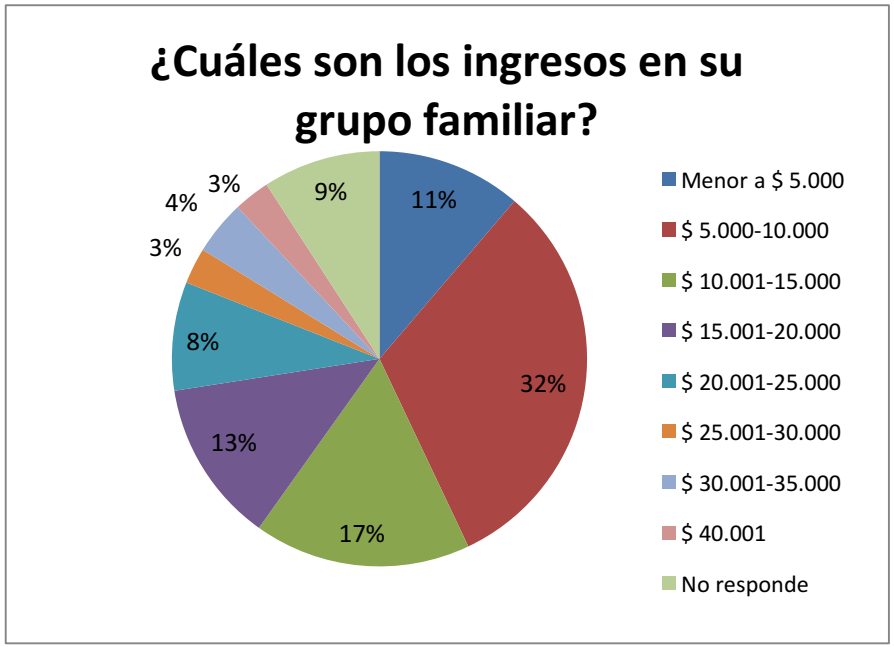
Pregunta 16 Abril de 2016



Preg. 16	¿Cuáles son los ingresos del grupo familiar?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Menor a $ 5.000	7	4
$ 5.000-10.000	20	11
$ 10.001-15.000	20	11
$ 15.001-20.000	13	7
$ 20.001-25.000	5	3
$ 25.001-30.000	4	2
$ 30.001-35.000	4	2
$ 40.001	2	1
No responde	27	15
Total	100	56

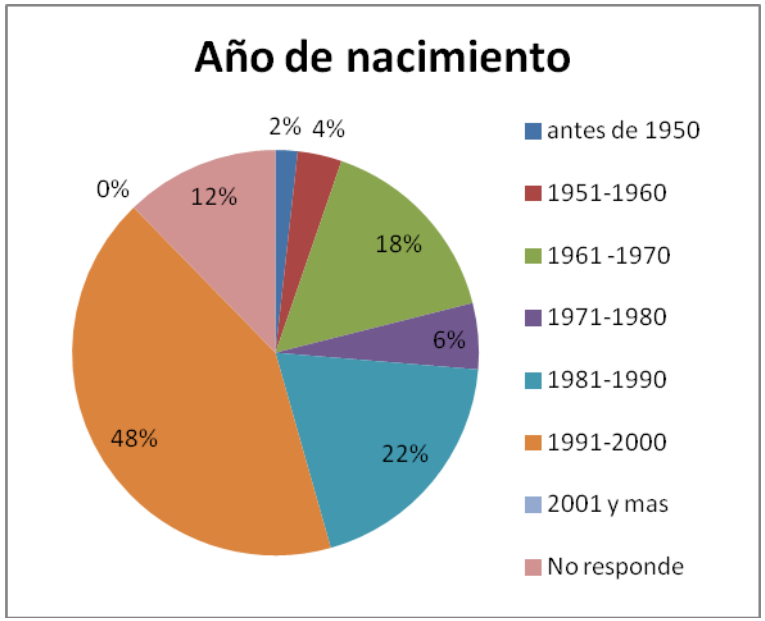
Pregunta 17 Abril de 2016

Pregunta 16 Octubre de 2016

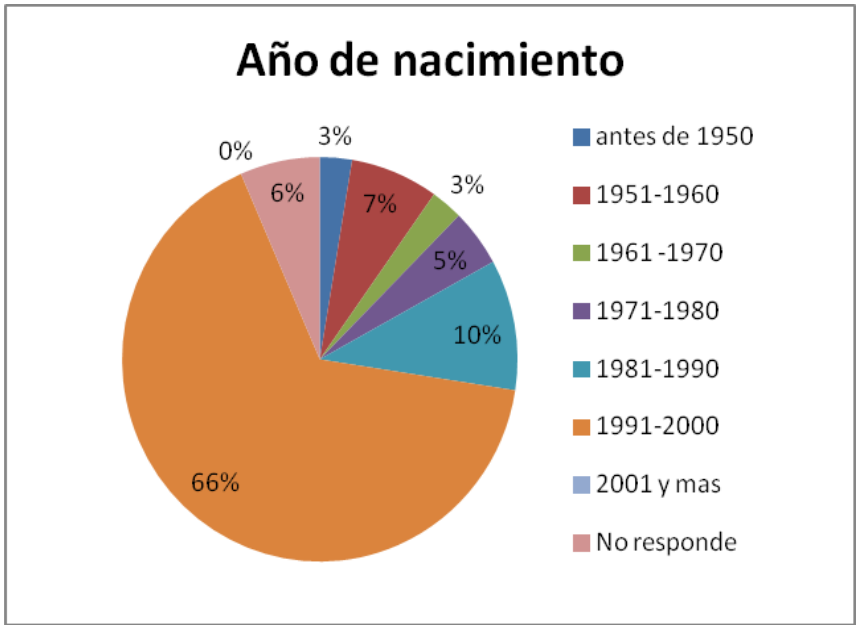


Preg. 16	¿Cuáles son los ingresos del grupo familiar?	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Menor a $ 5.000	11	16
$ 5.000-10.000	32	45
$ 10.001-15.000	17	24
$ 15.001-20.000	13	18
$ 20.001-25.000	8	12
$ 25.001-30.000	3	4
$ 30.001-35.000	4	6
$ 40.001	3	4
No responde	9	13
Total	100	142

Pregunta 17 Octubre de 2016

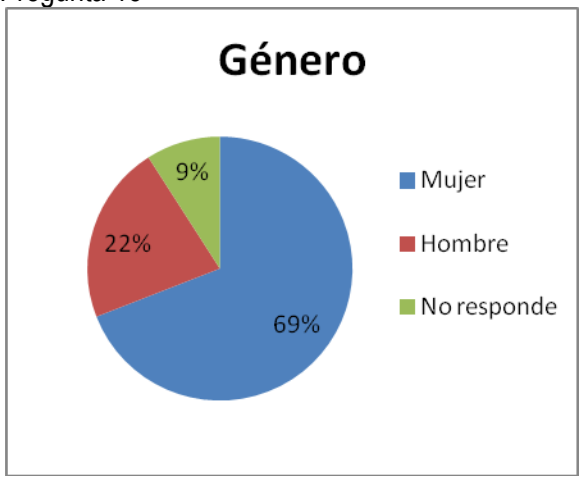


Preg. 17	Año de nacimiento	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
antes de 1950	2	1
1951-1960	4	2
1961 -1970	16	9
1971-1980	5	3
1981-1990	19	11
1991-2000	42	24
2001 y mas	0	0
No responde	12	7
Total	100	57



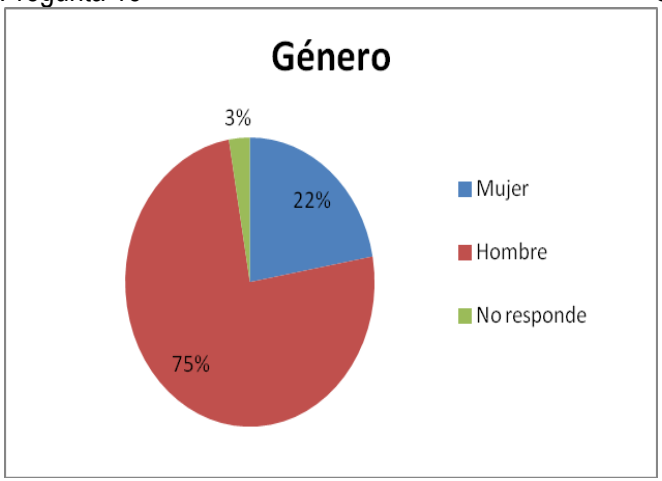
Preg. 17	Año de nacimiento	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
antes de 1950	3	4
1951-1960	7	11
1961 -1970	3	4
1971-1980	5	7
1981-1990	10	16
1991-2000	66	101
2001 y mas	0	0
No responde	7	10
Total	100	153

Pregunta 18 Abril de 2016



Preg, 18	Género del encuestado	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Mujer	69	38
Hombre	22	12
No responde	9	5
Total	100	55

Pregunta 18 Octubre de 2016



Preg. 18	Género del encuestado	
Opciones	Porcentaje	Nº de respuestas
Mujer	22	33
Hombre	75	112
No responde	3	4
Total	100	149

COMENTARIOS DESTACADOS

Durante la feria de octubre de 2016, los encuestados se tomaron la libertad de dejar algunos comentarios al final de la encuesta. Entre éstos, los más destacados hicieron referencia a la extensión de la encuesta y a la falta de diversidad de rubros de venta y productos en la presentación de la Feria.

Observaciones

Pregunta 1

Se observa que es mayoritario el uso del transporte público de pasajeros en ambas fechas. El desplazamiento en vehículo privado representa la segunda opción, con porcentajes notablemente menores. Asimismo, es importante destacar que en algunos casos se han señalado combinaciones entre una y otra forma de desplazamiento.

Pregunta 2

El municipio de residencia mayoritario, con un porcentaje de alrededor del 60 % en ambas ferias es La Matanza. El segundo municipio de residencia de los concurrentes a las ferias es el partido de Morón. Luego, se puede mencionar partidos como Merlo y CABA, entre otros.

Pregunta 3

La mayor parte de los encuestados indicó que la feria no fue el motivo exclusivo de su presencia en la Universidad. Esta circunstancia se repitió las dos ferias.

Pregunta 4

Las respuestas respecto del tiempo requerido para recorrer la feria fueron muy similares en ambas fechas: alrededor de 20 minutos.

Pregunta 5

En abril un porcentaje menor al 10 % indicó haber visitado la feria anteriormente; información que contrasta con el resultado de la feria realizada en octubre, ya que un 30 % indicó haber concurrido anteriormente (se recuerda que estas encuestas arrojan resultados de la 2ª y 3ª Feria de Productores realizadas en la Universidad). Luego, un 30 % indicó haber visitado la feria por 2da vez.

Pregunta 6

En este caso, si bien la pregunta solicitaba dar prioridad únicamente a 2 motivos, la mayor parte de los encuestados indicó más de 2 alternativas. El motivo principal de visita a la feria manifestado por el público visitante en abril fue: "curiosidad" (26%), seguido de "disfrutar de un paseo" (22%) y "comprar productos sanos" (19%). En octubre hubo una pequeña variación ya que en primer lugar se indicó "comprar productos sanos" (21%), en segundo "disfrutar de un paseo" (20%) y en tercero "comprar productos de la agricultura familiar"(17%). Se observa que "buscar precios más baratos" no se encontró entre los motivos prioritarios (en ambas encuestas, en promedio resultó ser una alternativa de 5ta prioridad).

Pregunta 7

De acuerdo a las alternativas para dar respuesta, el público que concurrió a la feria se enteró "de boca a boca". No obstante, debe destacarse que mayoritariamente (del 45 al 57 % en abril y octubre respectivamente), los encuestados señalaron la alternativa "otros", manifestando haberse dado cuenta caminando por la Universidad, o que se enteraron "por ser alumno".

Pregunta 8

Se observa en ambas encuestas un porcentaje alto de personas que no responden a esta pregunta. Los productos más comprados pertenecen a los rubros de comidas preparadas y alimentos. Durante la feria de octubre, es importante la incorporación del rubro "frutas, verduras y hortalizas" entre los productos más comprados, lo cual se debe seguramente al aumento de la oferta de estos productos en la Feria.

Pregunta 9

La principal motivación para la compra en las dos ferias corresponde a la alternativa que indica "porque son productos naturales". Luego se destacan alternativas referentes a la relación Calidad-Precio y a los precios baratos. En la encuesta realizada en octubre, el 14 % indicó comprar por ser productos de agricultura familiar.

Pregunta 10

Con respecto a los productos no encontrados, alrededor de la mitad de los encuestados no respondió en ambas ferias. Durante la feria realizada en abril, el 32 % indicó no haber encontrado algunos productos de los rubros de alimentos y comidas; y en octubre, los resultados son similares, ya que los productos indicados como faltantes, corresponden a los rubros de alimentos y comidas (26%) y bebidas (8%).

Pregunta 11

En la feria de abril, la respuesta mayoritaria respecto de la frecuencia con que el encuestado realiza una compra en ferias, fue "a veces", con un 48 %. Debe tenerse en cuenta que el 30 % no respondió. En octubre, casi un 60 % no respondió y el 16 % mencionó que compra mensualmente.

Pregunta 12

Los rubros más comprados habitualmente en ferias de acuerdo a lo manifestado en ambas encuestas son en primer lugar alimentos y comidas (entre el 67 % y el 70%), en segundo lugar verduras y hortalizas (21% en octubre) y finalmente artesanías con porcentajes de entre el 16 y el 17 %.

Pregunta 13

Los aspectos de la feria fueron valorados satisfactoriamente en términos generales. El promedio de ambas ferias fue 8. El menor puntaje asignado (7) se atribuyó a aspectos de Presentación y Variedad de productos.

Pregunta 14

La mayor parte de los encuestados no indicó una preferencia por la realización de actividades complementarias en la Feria (65 y 79 %). Quienes lo hicieron demandaron una variada cantidad de opciones entre las que primaron las actividades vinculadas con la música y espectáculos, los talleres y charlas informativas y las actividades lúdicas y culturales.

Pregunta 15

Las respuestas respecto de la conformidad con la visita a la feria ("ha valido la pena su visita hoy?) en primer lugar, han sido positivas ("bastante", con el 49 y el 47 % respectivamente para abril y octubre). Las opciones "mucho" y "no demasiado" arrojaron valores no muy disímiles en ambas ferias, que rondan el 28 y 20 %.

Pregunta 16

De acuerdo a lo indicado tanto en abril como en octubre, los ingresos mayoritarios manifestados en las encuestas son de entre $ 5.000 y $15.000 (esto rango alcanza al 40 % de los encuestados).

Pregunta 17

De acuerdo a lo indicado, los encuestados han sido en su mayoría de entre 16 y 25 años (42 y 66 % respectivamente para abril y octubre). El segundo rango de edades fue de entre 26 y 35 años (19 y 10 % para abril y octubre respectivamente).

Pregunta 18

En abril el 69% de las encuestadas fueron mujeres y en octubre el 22 %.

5. Conclusiones

En términos generales, las encuestas han tenido una muy buena aceptación por parte del público visitante. Fue una buena oportunidad de interacción y de mutuo conocimiento entre organizadores y visitantes. Al recibir y devolver las encuestas, las personas aprovechaban para informarse sobre la Feria y cuestiones relacionadas a ella.

En cuanto a la estructura de la encuesta y las respuestas obtenidas, se hizo notable la dificultad por parte del encuestado de respetar las indicaciones de las preguntas referidas a la asignación de prioridades ante una serie de alternativas de respuesta. Esto puede ser debido a la falta de atención o a la falta de tiempo. Frente a esto, aunque el nivel de respuesta fue alto, puede considerarse para futuras ocasiones la posibilidad de realizar una encuesta más breve o alguna modalidad alternativa de captar el interés del público visitante de la feria frente a la realización de la encuesta.

Con respecto a la situación y preferencias económicas de los consumidores y del público de la Feria, se observa que al consultar acerca de las motivaciones por visitarla, la “búsqueda de precios más baratos” no resultó ser indicada como una prioridad. Sin embargo, al indicar los motivos al momento de realizar una compra en la Feria, la proporción de encuestados que se orientaron hacia respuestas como “buena relación Calidad- Precio” y “precios baratos” presentó fue alto (en especial durante la Feria de octubre).

Otro aspecto destacado reiteradamente, es la inclinación y preocupación del público y consumidores en relación a la búsqueda de alimentos más sanos y saludables, lo que está principalmente asociado al uso de agroquímicos en los cultivos. Asimismo, existe mucho interés en el consumo de: alimentos “saludables y naturales”, vinculando esto también a las formas de elaboración de los alimentos; de “comida rápida”, lo cual se relaciona a la actividad estudiantil; y de alimentos vegetarianos. En términos generales, existe una gran demanda de alimentos listos para su consumo.

En referencia a lo mencionado en el párrafo anterior, es muy probable que exista un margen notablemente dispar en cuanto a las consideraciones individuales acerca de lo que es una “alimentación sana” y cuáles son los productos de origen saludable, natural, agroecológico u orgánico. Esto abre toda una serie de

interrogantes interesantes para ser estudiados con mayor profundidad, tanto como debate académico como social general.

Tanto durante la primera feria, realizada en noviembre de 2015, como las dos ferias posteriores, las expectativas del equipo organizador afortunadamente han sido superadas: hubo muy buena aceptación por parte de la comunidad local y se ha despertado un creciente interés en los alumnos. Asimismo, los productores han agradecido por la oportunidad y el espacio brindado gratuitamente, comprometiendose a ofrecer productos de buena calidad, a capacitarse en forma periódica y a brindar talleres informativos a la comunidad durante las ferias.

No obstante, considerando las observaciones y comentarios de los visitantes de la Feria, sería importante avanzar en dos aspectos fundamentales. El primero es la necesidad de aumentar la diversidad de rubros y productos en cada puesto, en especial en cuanto a la oferta de frutas, verduras y hortalizas y alimentos en general. El segundo aspecto observado en las respuestas de las encuestas está relacionado con la necesidad de ofrecer actividades complementarias a la Feria. Entre las más solicitadas se pueden mencionar realizar talleres de educación y concientización, y distintas formas de exposiciones y actividades artísticas y culturales (musicales, concursos, etc.). Este segundo aspecto se considera muy relevante para ampliar los lazos del Instituto de Medio Ambiente y de la Universidad con su Comunidad Educativa.

Por lo tanto, como planes futuros se pretende: aumentar la frecuencia de la feria, aumentar la variedad de productos e incorporar eventos culturales que contribuyan a los espacios y actividades de educación y concientización ambiental.

6. Bibliografía

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). Estrategias de Investigación Cualitativa. Herramientas Universitarias. Biblioteca de Educación. Editorial Gedisa. Barcelona.

Jäger, M. (Compilador) (2016). Gobernabilidad, Percepción, Control y Efectos del Uso de Agroquímicos en la Región Metropolitana de Buenos Aires. Presunta contaminación por el uso inadecuado de agroquímicos. Universidad Nacional de La Matanza. Editorial UNLaM. ISBN 978-987-3806-55-1. Buenos Aires.