



Sede Guayaquil
Carrera de Administración de Empresas

Artículo académico previo a la obtención de título en
Licenciada en Administración de empresas

Título:

Perspectiva del consumidor guayaquileño respecto a las certificaciones de
productos orgánicos

Perspective of the consumer from Guayaquil regarding the certifications of
organic products

Autora: Karen Angelica Aguirre Tapia

Tutora: Econ. Ercilia Franco Cedeño. Msc.

Guayaquil - Ecuador

2021

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Karen Angelica Aguirre Tapia, con documento de identificación 0931484042, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de grado titulado: “Perspectiva del consumidor guayaquileño respecto a las certificaciones de productos orgánicos” mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de : Ingeniera Comercial en Administración de empresas , en la Universidad Politécnica Salesiana , quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, miércoles 08 de diciembre del 2020

Karen Aguirre T.

Karen Aguirre

C.I. 0931484042

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Karen Angelica Aguirre Tapia, con documento de identificación 0931484042, autora del trabajo de grado titulado: “Perspectiva del consumidor guayaquileño respecto a las certificaciones de productos orgánicos” certifico que el total contenido del *Artículo Académico* es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, miércoles 08 de diciembre del 2020



Firma

Karen Aguirre

C.I. 0931484042

CERTIFICACIÓN

Yo, ERCILIA MARÍA FRANCO CEDEÑO con C.I. 0915611537 declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ***Perspectiva del consumidor guayaquileño respecto a las certificaciones de productos orgánicos*** realizado por Karen Angélica Aguirre Tapia, obteniendo el artículo académico que cumple con todos los requisitos estipulados por la UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA.

Guayaquil, 11 de noviembre del 2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ercilia Franco Cedeño', with a long horizontal line extending to the right.

Econ. Ercilia María Franco Cedeño
C.I. 0915611537

Perspectiva del consumidor guayaquileño respecto a las certificaciones de productos orgánicos

Perspective of the consumer from Guayaquil regarding the certifications of organic products

Resumen

El sector agrícola principalmente en la industria alimenticia crece cada vez más a nivel mundial, los productos orgánicos representan una gran innovación en la calidad y seguridad alimentaria, esta investigación determina la variedad de productos de este tipo en Guayaquil, se aplicó la técnica de la observación puesto que se visitaron 3 supermercados: Mi Comisariato, Gran AKI y Supermaxi. Así mismo, mediante una encuesta dirigida a 384 jefes de hogar de la ciudad, se hace un análisis sobre el nivel de conocimiento y preferencias del tipo de productos orgánicos que consumen los guayaquileños. Como resultado, se determina que principalmente los vegetales, frutas y cacao son los productos de esta clase que cuentan con certificación orgánica, además se tiene un concepto cercano de lo que se define como producto orgánico al considerarlo como natural, siendo lo más importante al elegir estos bienes, la certificación ya que el mayor conocimiento que se tiene es el revisar la etiqueta certificadora en el empaque para verificar su autenticidad, tomando en cuenta que los productos preferidos de esta clase son las frutas y vegetales. Finalmente, se pudo concluir que, aun cuando, una de las dificultades más grande es el precio alto, se busca un producto con calidad, pero a un precio justo y que se distribuya con más variedad en los supermercados para mayor comodidad.

Abstract

The agricultural sector especially in the alimentary industry is increasing more and more worldwide, the organic products represent a great innovation to the quality and alimentary security, this investigation determines the variety of products of this type in Guayaquil through the technique of observation, in which the 3 most important supermarkets were visited, Mi Comisariato, Gran AKI and Supermaxi. Likewise, through a survey directed to 384 heads of household in Guayaquil, an analysis is made of the range of awareness and preferences about the type of organic products they consume. The result is that mainly vegetables, fruits and cocoa are the organic products that have organic certification. In addition, there is a close concept of what is defined as an organic product when considering it as natural, considering that the most important thing when choosing an organic product is the certification since the greatest knowledge that one has is to check the certification label on the packaging to verify its authenticity, taking into account that the preferred organic products are fruits and vegetables. Finally, it was concluded that even though one of the greatest difficulties is the high price, a product with quality is sought, but at a fair price and that it is distributed with more variety in the supermarkets for greater comfort.

Palabras clave

Productos orgánicos, certificaciones, seguridad alimentaria, agricultura orgánica, pesticidas.

Keywords

Organic products, certifications, food safety, organic agriculture, pesticides.

1. Introducción

A medida que cambian las preferencias del consumidor la industria de agricultura orgánica ha tenido grandes oportunidades de incursionar con clientes que cuidan de su salud y optan por productos libres de pesticidas respondiendo a la demanda en crecimiento de nuevas tendencias conscientes con el ambiente y seguridad alimentaria. (NIGH, 2005)

Los productos orgánicos se denominan como aquellos que se producen, elaboran, almacenan y comercializan según las normas técnicas de la organización especializada que otorga la certificación (FAO, 2015). Certificación es el proceso por el cual se entrega una garantía según los requisitos especificados que se están cumpliendo las normas orgánicas establecidas. (Agrocalidad, 2018)

Por consiguiente, algunas de las características principales de un producto orgánico es que al menos el 95 por ciento de sus ingredientes sean orgánicos, de manera que no poseen plaguicidas los cuales son sustancias artificiales que se manipulan para preservar a los cultivos. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2013)

Se considera que la producción orgánica se originó en Alemania e Inglaterra durante el siglo XX pues se tenía la meta de nombrar una nueva familia de productos que sean saludables para sus habitantes. Por consiguiente, esta inclinación por consumir productos orgánicos empezó a crecer durante los últimos 30 años en todo el mundo debido a que la población ha comprendido el perjuicio que le ocasionan al entorno y a la salud humana los agroquímicos (Carlos Arze, 2001)

A nivel mundial, se puede destacar que, según la información más reciente del IFBL y la IFOAM, el año 2018 tuvo gran éxito para la agricultura orgánica. Los continentes con mayor superficie de tierras agrícolas orgánicas son Oceanía con 36 millones de hectáreas y Europa con 15,6 M de 10000 m². (IFOAM, 2018)

En África, habían más de 2 M de hectáreas de agricultura orgánica certificada en el año 2018, contando con 806,000 productores, sus cultivos más notables son el café, las aceitunas, las nueces, el cacao, las semillas oleaginosas y el algodón, señalando que en su mayoría son destinados para exportación.

Asia contó con más de 6,5 millones de hectáreas de superficie de cultivo agrícola orgánica en el año 2018 siendo sus principales países por superficie, China con 3,1 M de hectáreas y la India con 1,9 M de hectáreas, además en el año 2019 la Junta Nacional de Agricultura Orgánica de Filipinas aprobó la resolución para la inclusión de los Sistemas de Garantía Participativa (SGP) en las normas orgánicas nacionales.

Europa tiene 15,6 M de hectáreas de tierras de agricultura, 13,8 millones de hectáreas fueron gestionadas orgánicamente por más de 418000 productores. Los países con mayor superficie de

agricultura orgánica fueron España con 2,2 M de hectáreas, Francia con 2,2 M de 10000 m² e Italia con 2 M de 10000 m².

En América Latina, casi 228000 productores manejaron más de 8 M de 10000 m² de tierras agrícolas orgánicas durante el año 2018, esto constituía el 11% de la tierra orgánica y el 1,1 por ciento de la tierra agrícola del territorio. Los países líderes fueron Argentina con 3,6 M de hectáreas, Uruguay con 2,1 millones y Brasil con 1,2M, los países con mayor extensión de agricultura orgánica se encontraban en Uruguay 14,9 por ciento, la Guayana Francesa con 10,1 por ciento y la Republica Dominicana (7,2 por ciento). (IFOAM, 2020)

En Perú, según los datos del año 2017 de FIBL & IFOAM, se cultivaron 0.33 M de hectáreas asumiendo un incremento del 76%. (Campos, 2017)

En Colombia en su mayoría se destina la producción orgánica para el café (25%), frutas (18%), caña de azúcar (15%), palmito (14%) y aceite de palma (15%) (Restrepo, 2017).

En Oceanía, había casi 21000 productores que administraban 36 millones de hectáreas, esto constituía 8,6 % de sus tierras rurales y la mitad de las tierras orgánicas a nivel mundial, en Samoa (34,5 por ciento), Vanuatu (13,7%), Fija (9,7%), Australia (8,8%), Kiribati (4,7%) y las Islas Salomón (4,4%) se encontraba la mayor parte de cultivos orgánicos. (IFOAM, 2020).

En Ecuador, la producción agrícola orgánica comenzó con el documento legitimo número 34 en el año 2013 del Acuerdo Ministerial número 299 encargado por el director de Inocuidad donde se establecía oficialmente la norma para promover la producción libre de pesticidas en el país. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2013).

Sin embargo, hay que añadir que en Ecuador hace falta mejorar el uso de la tecnología e investigación para competir en el exterior con el chocolate del país ya que existe una tendencia mundial de consumir productos orgánicos. (Ministerio de Producción, 2019)

El principal ingreso económico de la agricultura orgánica local constituye el banano siendo un rubro importante también como exportación, en Guayas, Los Ríos y El Oro son las provincias que destacan produciendo banano orgánico. (Cevallos, 2019) . Sin embargo, Guayas lidera teniendo 1161 productores específicamente 262 en el cantón Bolívar. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018). Además, que la mayor parte de bananos orgánicos que se exportan en Latinoamérica según la ONU pertenecen a Ecuador. (Capa Benítez, 2016) Así mismo el banano ha contribuido significativamente a la economía del país en tiempos de pandemia representando el 10% de las ventas del presente año. (Agrocalidad, 2020)

Es necesario mencionar que actualmente el país no sólo exporta productos tradicionales como el banano, sino también maracuyá, piña hawaiana, uvilla, limón, guayaba, aguacate, granadilla, pitahaya, siendo oportunidad para productores que desean incursionar en este sector. (Cabanilla Guerra, 2018). También están certificados productos como la quinua, panela, café, brócoli, mango, chocolates, chifles y frutas deshidratadas, entre ellos 190 son naturales y 374 procesados

Actualmente se destinan 45000 hectáreas de tierra para productos orgánicos, 518 operadores están registrados en Agrocalidad. (Agrocalidad, 2018), de estos se exportan a EE. UU. la banana, el mango, la uvilla, pitahaya y cacao, siendo el banano orgánico ecuatoriano el top 10 en Estados Unidos. (Ministerio de Producción, 2019)

El mercado orgánico ecuatoriano también ha logrado posicionarse en Suiza, significando un gran crecimiento en lo que fue el año 2017, aumentando 8,1% con respecto al año anterior, según Bio Suisse. (Ministerio de Comercio Exterior, 2018)

Las provincias que poseen mayor cantidad de productores orgánicos son: Napo (3334), Guayas (1782), Loja (1409), Chimborazo (1355), Zamora Chinchipe (1239), Manabí (1199), Esmeraldas (1171) y Pichincha (1045), siendo la provincia del Guayas la que mayor superficie de tierra agrícola orgánica posee con 15211. (Agrocalidad, 2020)

La razón por la que los productores se cambian de la agricultura convencional a la orgánica es porque consideran que los químicos que se usan perjudican la salud, analizaron el rápido crecimiento de la industria y el poder de ganar con los precios altos (Andersen, 2003). No obstante los productores interesados en este sector, debe obtener un registro el cual lo otorga AGROCALIDAD y se comprometerá a dirigirse con empresas que otorguen la certificación como Usda organic, Eu organic, etc. (Acosta, 2017) Igualmente otra obligación que el productor debe saber es que las etiquetas deberán obtener el código POA otorgado también por Agrocalidad, el cual es el código único de productor agropecuario (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2013). Además de que es importante destacar que antes de tener el permiso de sacar la etiqueta debe mantener metodologías de producción orgánica durante mínimo 2 o 3 años, tomando en cuenta que el organismo que verifica que se están cumpliendo todos los estatutos de la certificación orgánica deben estar acreditados por el servicio de acreditación ecuatoriano. (SAE, 2018)

Referente a las consecuencias de utilizar pesticidas en la vida cotidiana, también hay que considerar que un factor importante para decidir comprar un producto orgánico o no, es la preocupación por los riesgos en la salud, sin embargo, todo depende de la situación del país y la disponibilidad del producto. (Macas, 2018). De igual importancia cabe señalar que los productos orgánicos en su mayoría conllevan a un estilo de vida saludable y se puede deducir su poca demanda en el mercado local ya que según las estadísticas la razón principal de fallecimientos en el país es por malestares del corazón, con 8574 defunciones en el año 2019 (INEC, 2019) además que el 35% de niños de 5 a 11 años, padecen de exceso de peso. (INEC, 2018) y también hay que considerar que existe cierta costumbre en los ecuatorianos de fijarse en las etiqueta nutricional de los productos, en el año 2016 el mercado de gaseosas light creció un 47,6% (Diaz, 2017) marcando una pequeña tendencia de consumidores, en el caso de los productos orgánicos quizás haga falta propagar su existencia y beneficios.

De la misma forma la pandemia actual, COVID 19, también ha sido parte de los nuevos cambios

que se han implementado para que la producción orgánica no se detenga. Se han realizado eventos virtuales para apoyar el sector, en especial a los productores impartiendo conocimientos y capacitación, sociedades entre los organismos públicos y privados y diseñar proyectos hacia el crecimiento de la industria. (Agrocalidad, 2020). Así mismo los organismos de control extenderán el tiempo de vigencia de las certificaciones, pero este no debe ser mayor a 6 meses de la fecha de caducidad, sino será reportado por la agencia que se lo otorgó en máximo 5 días laborables. (Agrocalidad, 2020). Cabe destacar que dicha enfermedad ha obligado a generar cambios a las empresas en la actualidad, el comportamiento de los clientes con respecto al e-commerce ha resultado positivo generando que las ventas en línea se incrementen siendo un aspecto importante la rapidez que demandan los clientes, además que consideran importante generar confianza con el consumidor a través de campañas de marketing digital. (Ortega-Vivanco, 2020)

También a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería, agricultores de Santo Domingo de los Tsáchilas venden productos orgánicos en ferias integradas por 30 agricultores donde ofrecen canastas de 20 productos sin químicos. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020) y en Napo se otorgó préstamos de hasta 10000 dólares para empezar huertos orgánicos y certificaciones apoyando a los pobladores y al sector orgánico. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

2. Materiales y método

De acuerdo con los objetivos propuestos y para abordar los objetivos específicos, se realizó un estudio exploratorio, descriptivo y analítico. Como punto de partida, se realizó la revisión documental de los requisitos para certificar productos orgánicos en Ecuador, instituciones que intervienen en este proceso, etc.

Así mismo, se realizó una investigación de campo donde se utilizó la técnica de observación en los primordiales autoservicios de Guayaquil, Mi Comisariato, Supermaxi y Gran AKI con el objetivo de lograr investigar acerca de qué tipo de productos orgánicos cuentan con certificación orgánica.

Además, se procedió a recoger la opinión de los jefes de hogar respecto a la percepción que tienen sobre la certificación de productos orgánicos y cómo inciden las certificaciones en su intención de compra de productos, así como también sus preferencias por tipos de productos orgánicos.

Población

La población objeto de estudio está compuesta por los 614,453 hogares de la ciudad de Guayaquil que registraba el INEC en el año 2010. (INEC, 2010)

Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula y los jefes de hogar fueron elegidos a conveniencia porque debían reunir las siguientes características: que decida sobre las compras de alimentos para el hogar y que tenga cierto grado de conocimiento referente a los productos orgánicos. Además, que tenga disponibilidad para participar voluntariamente en el estudio.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 (614,453) (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (614,453 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)} = 384$$

3. Resultados

En el proceso de observación se identificó que en Mi Comisariato de 150 productos naturales apenas un 30% cuentan con certificación orgánica, entre ellos vegetales, frutas, bebidas vegetales y cacao. También se visitó el Supermaxi en el cual de 210 productos naturales apenas un 51% cuentan con certificación orgánica, entre ellos vegetales, frutas, bebidas vegetales, huevos, cárnicos, mariscos, cacao, cereales y bolsas de té. Así mismo se visitó el Gran Aki, en el cual de 70 productos naturales apenas el 17% cuentan con certificación orgánica, entre ellos vegetales, bebidas vegetales y cacao.

Se encuestó a 384 personas, siendo el 56% mujeres y el 44% hombres. Respecto al sector de residencia el 32,8% son del norte, el 31,5% del centro, el 29,2% del sur, el 3,6% del este y el 2,9% del oeste. En cuanto al nivel de estudios: el 71,6% son universitarios, 19,8% secundarios; 4,4% posgrados y 4,2% primarios. Así mismo el 59,90% tienen ingresos bajo relación de dependencia y el 40,1% es independiente. Las edades de los encuestados en un 34.64% van desde 26-36, seguido del 28.65% que van desde 18-25, 25.26% de 37-47 y 11.45% de 48-58 años.

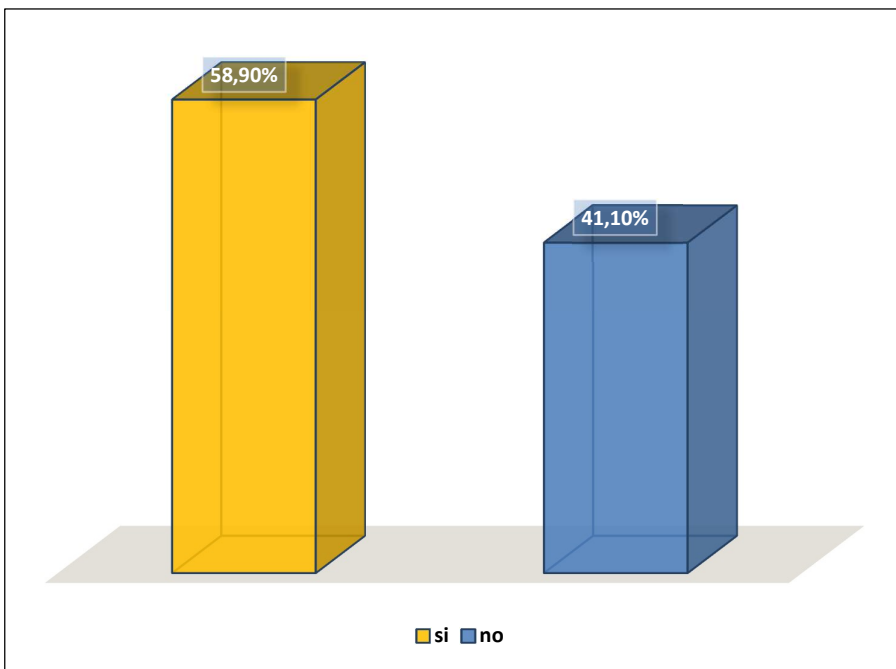


Figura 1. ¿Consumes o ha consumido productos orgánicos?

La Figura 1 muestra que el 58.90% de los encuestados si consume productos orgánicos y el 41.10% no los consume.

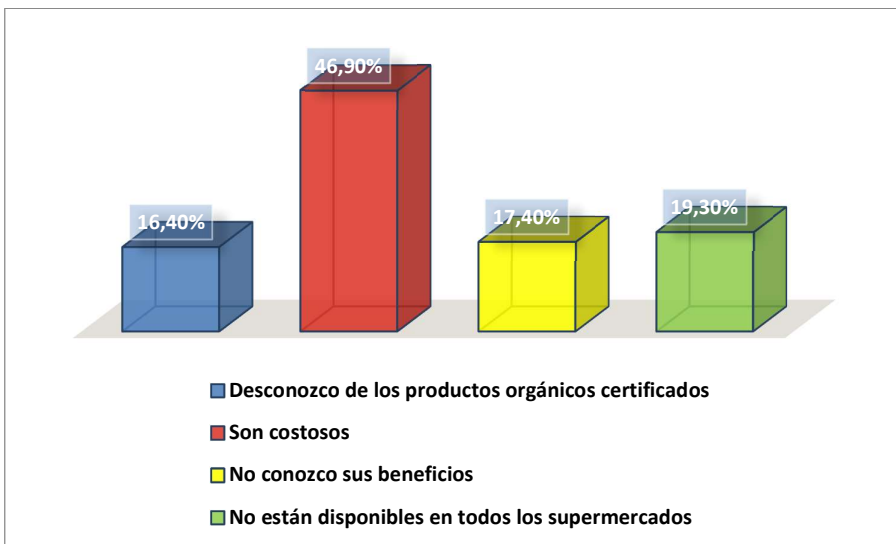


Figura 2. Si su respuesta fue no ¿Por qué razón no los consume?

La Figura 2 muestra que el 46,90% de los encuestados no consumen productos orgánicos principalmente porque son costosos, un 19,30% porque no están disponibles en todos los supermercados y un 17,40% porque no conocen sus beneficios.

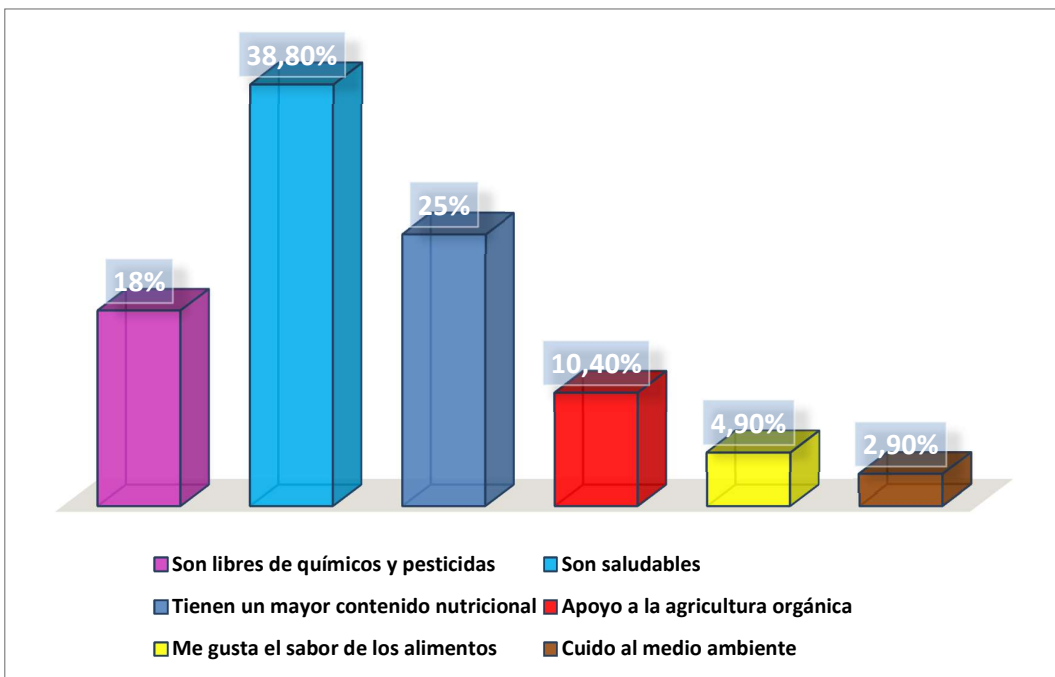


Figura 3. Consume o consumiría productos orgánicos principalmente por:

El 38,80% de los encuestados consume o consumiría productos orgánicos principalmente porque son saludables, seguido de un 25% porque tienen un mayor contenido nutricional y un 18% porque son libres de químicos y pesticidas (Figura 3).

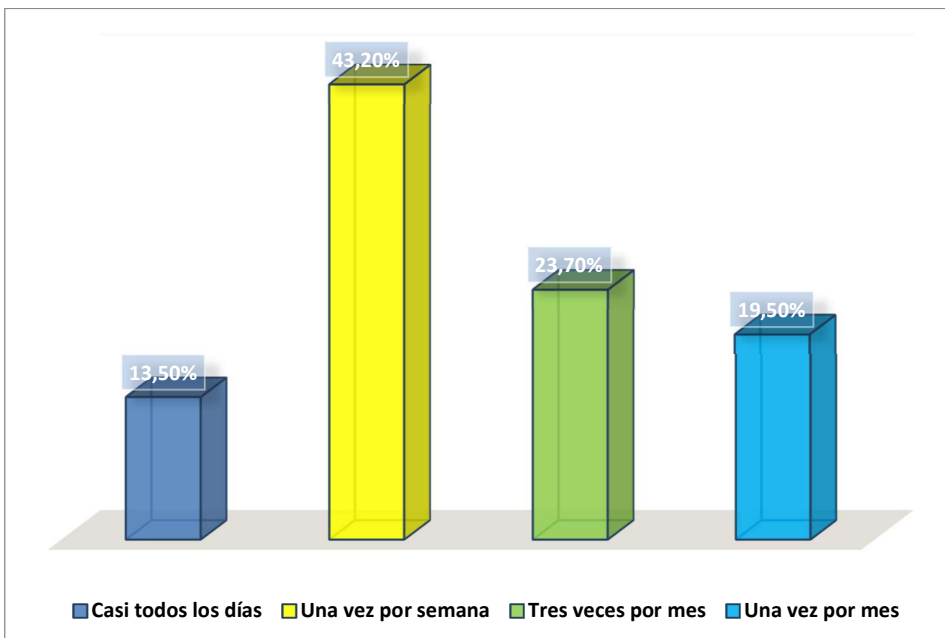


Figura 4. Con qué frecuencia consume o consumiría productos orgánicos

En la Imagen 4 se evidencia que el 43.20% de los encuestados consumen o consumirían productos orgánicos una vez por semana, seguido de un 23.70% tres veces por mes.

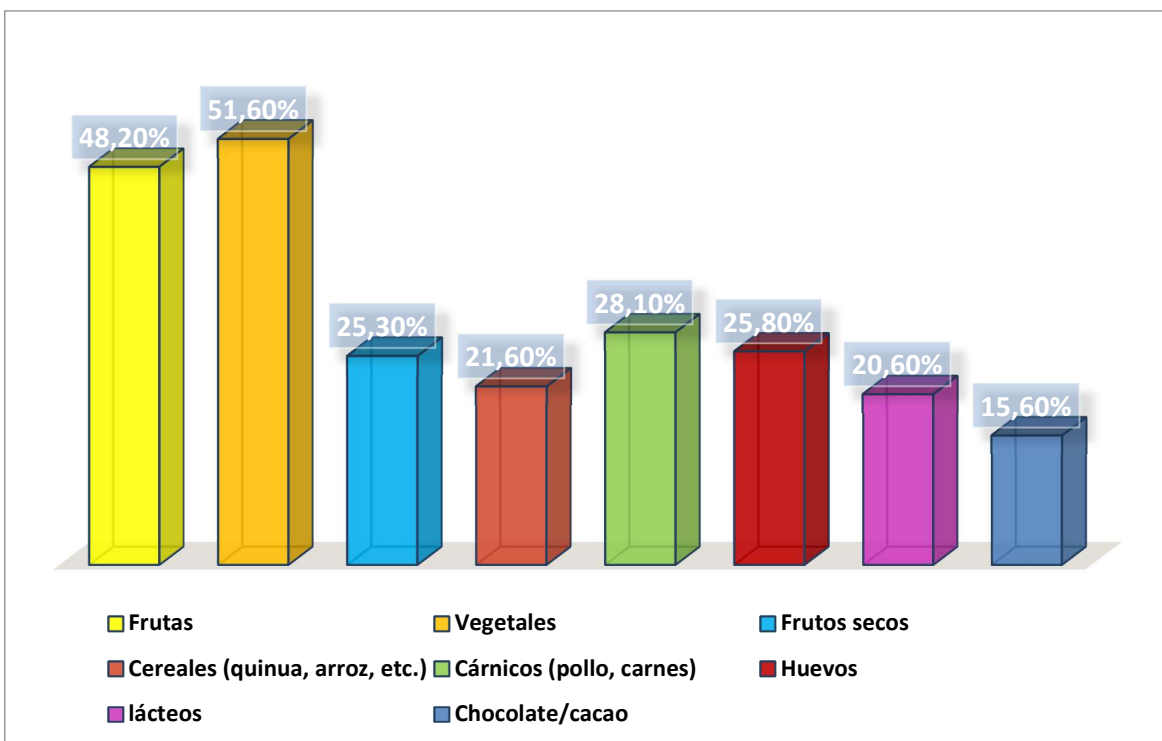


Figura 5. ¿Qué productos orgánicos son los que más consumiría?

La Figura 5 muestra que el 51.60% de los encuestados consumirían más productos orgánicos como los vegetales, seguido de un 48,20% de frutas y un 25.80% de huevos.

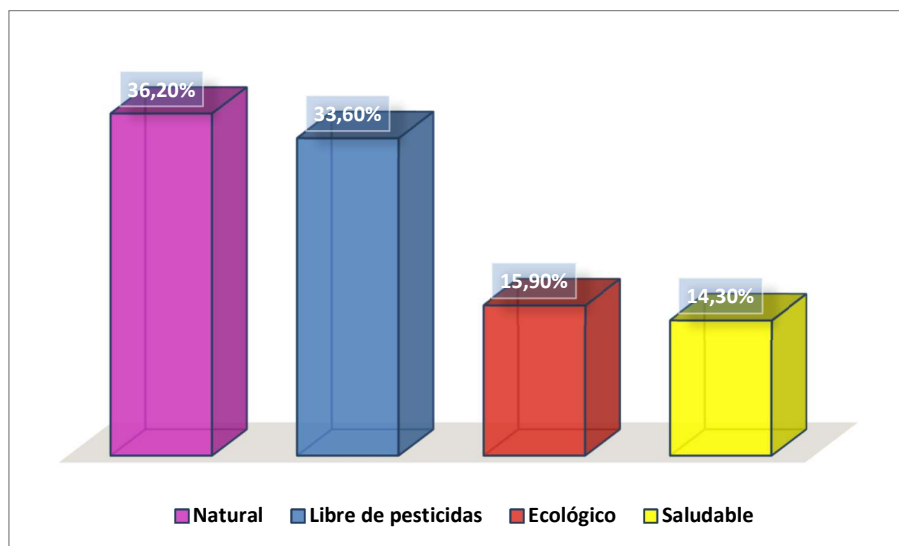


Figura 6. Para usted un producto orgánico es:

El 36.20% de los encuestados considera que un producto orgánico es natural, seguido de un 33.60% libre de pesticidas y un 15.90% ecológico. (Figura 6)

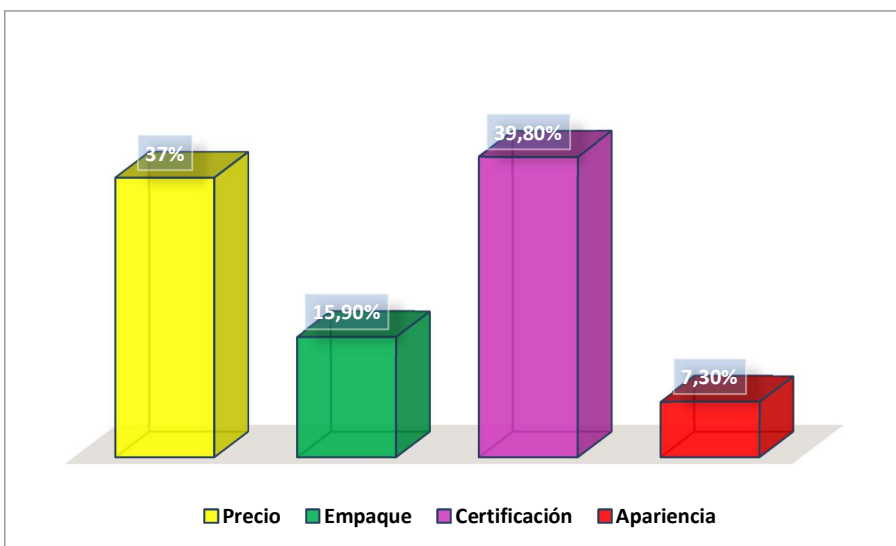


Figura 7. El factor más importante para elegir un producto orgánico

La Figura 7 muestra que el 39.80% de los encuestados considera la certificación como el factor más importante para elegir un producto orgánico, seguido de un 37% el precio y el 15.90% el empaque.

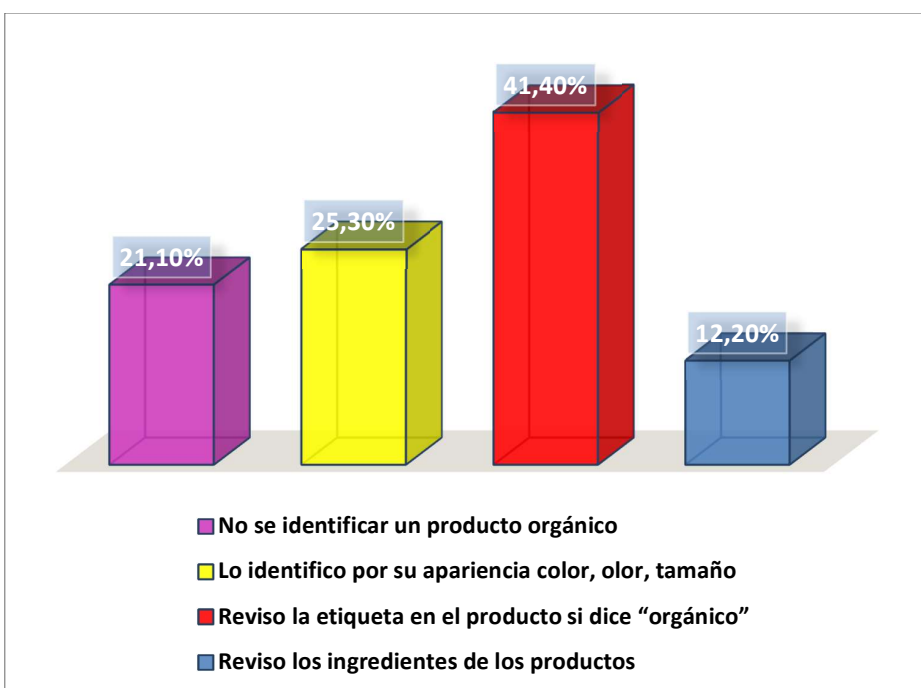


Figura 8. ¿Qué nivel de conocimiento usted posee para identificar un producto orgánico?

La Figura 8 muestra que el 41.40% de los encuestados revisa la etiqueta en el producto si dice "orgánico", seguido de un 25.30% lo identifica por su apariencia, color, olor, tamaño y el 21.10% no sabe identificar un producto orgánico.

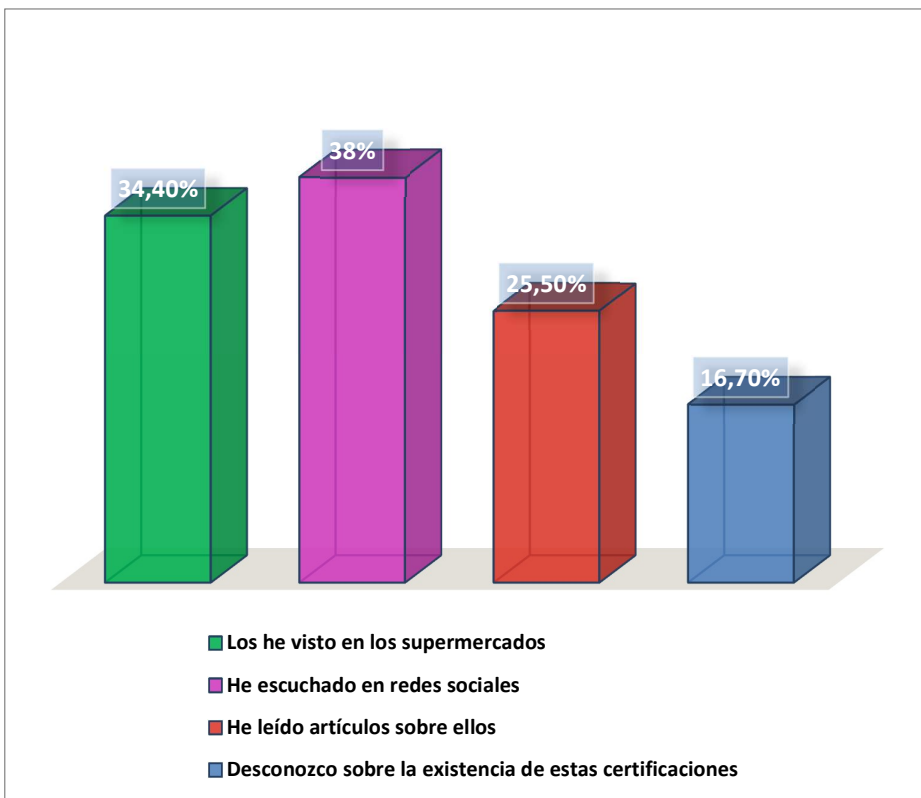


Figura 9. ¿Tiene usted conocimiento acerca de que existen productos orgánicos certificados en Guayaquil?

La Figura 9 muestra que el 38% de los encuestados ha escuchado en redes sociales, seguido de un 34.40% los ha visto en los supermercados y el 25.50% ha leído artículos sobre ellos.

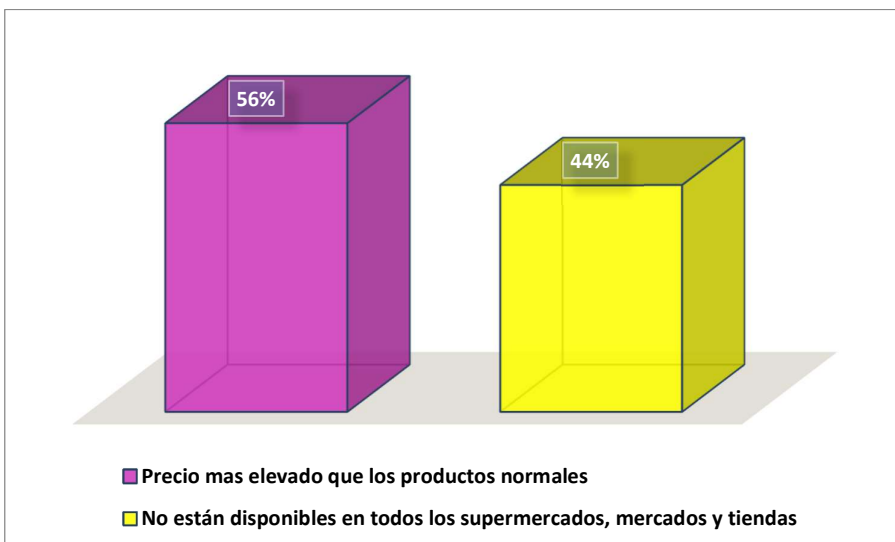


Figura 10. La mayor dificultad para consumir productos orgánicos es:

El 56% de los encuestados considera que la mayor dificultad para consumir productos orgánicos es el precio más elevado que los productos convencionales y el 44% porque no están disponibles en todos los supermercados, mercados y tiendas. (Figura 10)

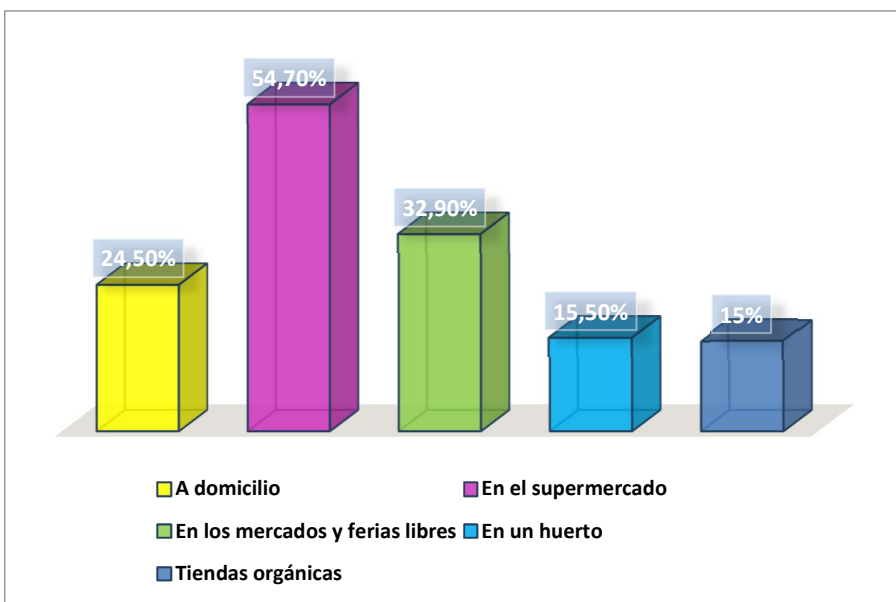


Figura 11. ¿En qué lugar adquiriría los productos orgánicos?

La Imagen 11 muestra que el 54.70% de la muestra adquiriría productos orgánicos en el supermercado, seguido de un 32.90% en los mercados y ferias libres y el 24.50% a domicilio.

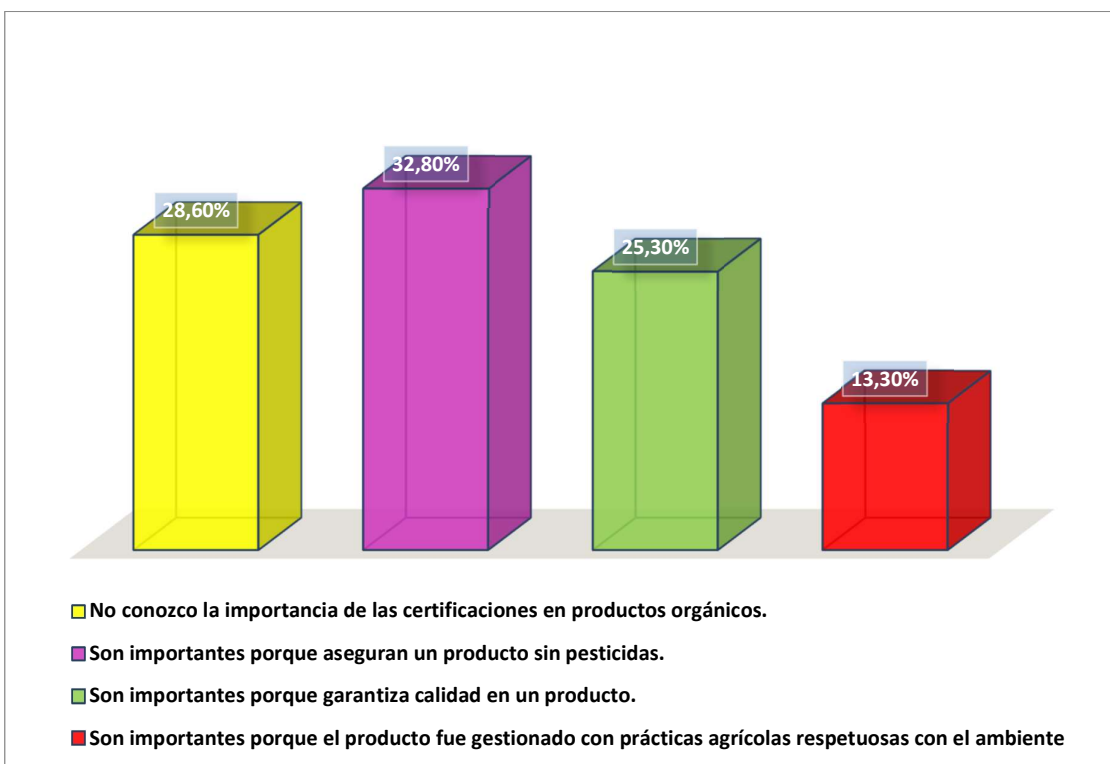


Figura 12. ¿Conoce la importancia de las certificaciones en productos orgánicos?

La Figura 12 muestra que el 32.80% de los encuestados considera que los productos orgánicos son importantes porque aseguran un producto sin pesticidas, seguido de un 28.60% no conoce la importancia de las certificaciones y el 25.30% son importantes porque garantiza la calidad de un producto.

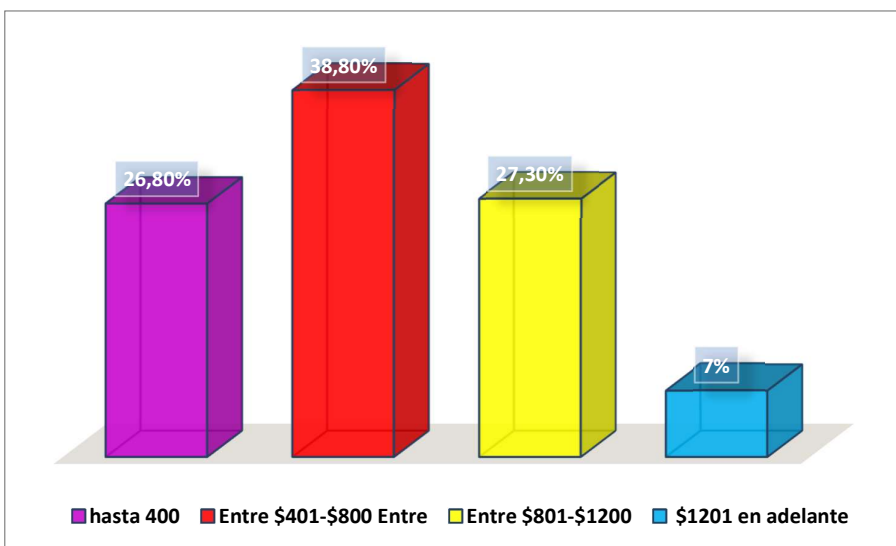


Figura 13. ¿Cuáles son tus ingresos?

La Figura 13 muestra que el 38.80% de los encuestados tienen ingresos entre \$400-\$800, seguido de un 27.30% entre \$801-\$1200 y un 26.80% de hasta \$400.

4. Discusión y conclusiones

El 58.90% de la muestra indica que sí consume productos orgánicos y el 41.10% no los consume, lo cual evidencia que existe cierta tendencia hacia el consumo orgánico generando una demanda de productos más naturales sin embargo falta mucho por explotarlo.

Además, se pudo conocer que, en Ecuador, las personas que más consumen productos orgánicos son aquellas que poseen ingresos mayores a 1500 dólares tomando en cuenta también que este segmento gasta aproximadamente 24.74 dólares al mes en frutas y hortalizas orgánicas siendo los principales productos para consumir seguido de los cereales y el azúcar orgánica. (Ortiz, 2008). Sin embargo, también se refleja que, a pesar de que los productos orgánicos más consumidos son las frutas y hortalizas, son las que en su consumo tradicional más se desperdician, seguido de cereales y productos cárnicos, lo cual indica que no son totalmente agradables si se desea incurrir en un mercado más amplio y aumentar la demanda, es preciso recalcar el alcance del consumo de estos alimentos ya que no son tan valorados, perdiendo las vitaminas y nutrientes que estos brindan. (Franco, 2016)

También se ha podido conocer que los productos orgánicos en Colombia son consumidos en su mayoría por personas con un título universitario y que se encuentran económicamente activas, los consumen de 2 a 3 veces al mes, seguido de 1 a 2 veces. (Cardona, 2016)

Así mismo, se puede medir el nivel de conocimiento de los mexicanos al identificar productos orgánicos, en la manera que ellos lo reconocen por las etiquetas, seguido del sello de certificación

y por la publicidad en el empaque. (Viquez, 2015)

No obstante, en Chile, se considera que los alimentos orgánicos se refieren a que fueron producidos libre de pesticidas, sin embargo, se confunde el termino con productos modificados genéticamente, cabe señalar que las causas por las que no se consumen productos orgánicos es la falta de información, seguido de escasez de lugares de venta poco conocimiento del término como tal. (Tobar, 2013)

Por ello es preciso mencionar que, en un estudio realizado en Loja, se demostró que el consumo de productos orgánicos aumenta cuando el consumidor tiene conocimiento de los beneficios del producto, además de que tengan consciencia medio ambiental lo cual genera un mayor interés en incluir alimentos orgánicos en su dieta. (Toledo, 2018)

Al mismo tiempo, las principales razones de su consumo son la salud la cual se ve manifestada en la ausencia de químicos en sus alimentos deseando un producto más natural con mejor sabor, menor impacto negativo al medio ambiente. (Casañas, 2017)

Se asocia la palabra orgánico con bienestar, es decir brindar un mejor estilo de vida a las familias, buscando mejorar la salud, en la ciudad de Guayaquil, el lugar donde más se consume productos orgánicos es en los supermercados (Supermaxi) seguido de ferias orgánicas sin embargo no tienen tanta acogida debido a que es más costoso y menos variado que el anteriormente mencionado, los medios por los que se da a conocer son principalmente por internet. (Sarsosa, 2015)

Con referencia a las relaciones que tienen los consumidores de productos orgánicos se establece que existe una conexión con la naturaleza debido a que tienen mayor consciencia del medio ambiente y desean protegerlo, lo cual aumenta su elección en el proceso de compra teniendo afinidad por ayudar a la ecología sin usar agroquímicos. (Pinheiro, 2020)

En la ciudad de Guayaquil, los productos más consumidos son las frutas, hortalizas, carnes, huevos, café y lácteos, el medio por el cual las personas conocieron los productos orgánicos fueron por medio de campañas en redes sociales, dejando de lado la televisión y radio, siendo los supermercados del norte los más abastecidos de estos productos lo cual se puede deducir que hay mayor demanda en ese sector. (Moreira W. , 2016)

De igual manera, los productos orgánicos que los guayaquileños tienen mayor interés en consumir son las frutas y verduras seguido de cereales; sin embargo, la soya es la que menos se consume seguido de los granos. (Carpio & Castillo, 2018). Adicionalmente, se encontró en otro estudio del norte de la ciudad que la lechuga es el producto orgánico predilecto con un 44% frente a los convencionales, seguido de la espinaca con un 28% y la vainita con un 17%, tomando en cuenta que los vegetales son los productos orgánicos con mayor variedad en los supermercados. (Moreira V. , 2019)

Es necesario resaltar el nivel de conocimiento que tengan los consumidores del producto, mientras más alto es, el interés del consumidor aumenta, en la actualidad, los medios sociales han sido de

gran ayuda para generar información específica debido a los cambios tecnológicos. (Kashif, 2020). Otro factor que influye en la apreciación de los consumidores de alimentos orgánicos es la presión social, si se evidencia un hecho como positivo se crea una norma de querer ejecutarlo por el resto del grupo, lo que aumenta el valor que se tiene por el producto, resaltando la importancia de la comercialización boca a boca tomando en cuenta las referencias sociales para realizar la compra (Branco, 2020). Por esta razón, también están relacionadas otras causas para elegir productos orgánicos sobre los convencionales, se pensaría que el precio es el detonante para hacer un producto orgánico competitivo; sin embargo, la calidad percibida y la credibilidad de la marca influye en cuanto se esté dispuesto a pagar, tomando en cuenta que esta teoría se aplica en consumidores habituales de estos productos. (Eberle, 2019)

Así mismo, los agricultores de productos orgánicos destacan la importancia de conocer realmente a sus clientes, sabiendo que son individuos informados, buscan ser saludables y formar relaciones basadas en la confianza, un producto con calidad y a un precio justo, consideran el marketing de relaciones como una herramienta útil para aplicar. (Fantini, 2018). Una generación que no se debe ignorar con respecto a productos que apoyen al medio ambiente como lo son los productos orgánicos, son los millenials, ya que se sienten identificados con la conservación de la naturaleza y el marketing ecológico, en este estudio se determinó que esta población prefiere que los productos tengan un empaque amigable con el medio ambiente o de ingredientes más naturales como los orgánicos, también que se destaque con gráficos más llamativos que se está aportando a cuidar el entorno, lo que genera valor en el consumidor final en vista de que cada vez crece más la tendencia ecologista. (Palm & Cueva, 2020).

Mediante la técnica de observación se pudo constatar que el Supermaxi es el supermercado con mayor variedad de productos orgánicos que cuentan con certificación, entre los que se encuentran los vegetales, frutas, huevos, cacao, cárnicos, mariscos, cereales, bolsas de té y bebidas vegetales. Los resultados de la encuesta determinan que los consumidores guayaquileños de productos orgánicos tienen el conocimiento que existe una etiqueta con el nombre “orgánico” frente a los convencionales y que es libre de pesticidas, pero no conocen que existe un sello que es otorgado por un ente certificador y pueden confundirlo con cualquier otro producto que en su empaque tenga la palabra orgánico sin el sello, además que es mayormente conocido por redes sociales. También se determinó que el tipo de producto orgánico con certificación que los consumidores prefieren son los vegetales y frutas tomando en cuenta que se encuentra mayormente en los supermercados.

Para finalizar, se concluye que los productos orgánicos en Guayaquil están ganando cada vez más mercado debido a los beneficios que ofrece, sin embargo, los supermercados deberían evaluar que el crecimiento de estos productos se limita debido a la baja oferta existente, precios elevados y principalmente poca difusión de estos y sus propiedades positivas.

Referencias

- Acosta, M. (2017). Estrategias de Marketing para el mercado de productos orgánicos en el Ecuador. *Espacios*.
- Agrocalidad. (2018). *En Ecuador más de 500 productos orgánicos están certificados*. Obtenido de Agrocalidad: www.agrocalidad.gob.ec
- Agrocalidad. (2018). *Instructivo para evaluar y aprobar el restablecimiento de la certificación orgánica*. Quito.
- Agrocalidad. (2020). *Jornadas virtuales para promover la producción orgánica en el Ecuador*. Obtenido de Agrocalidad: www.agrocalidad.gob.ec
- Agrocalidad. (2020). *Oportunidades y desafíos del mercado internacional para el banano orgánico*. Obtenido de Agrocalidad: <https://www.agrocalidad.gob.ec>
- Agrocalidad. (2020). *Resolucion 0092*.
- Andersen, M. (2003). *¿Es la certificación algo para mi?* Series de publicaciones ruta.
- Branco, T. V. (2020). Consciencia saudavel e confianca do consumidor. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 16.
- Cabanilla Guerra, M. (2018). Empresas no tradicionales de productos alimenticios orgánicos y su gestión estratégica. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*.
- Campos. (2017). Tendencia del mercado y la producción de los productos orgánicos en el Perú. *Altoandin*.
- Capa Benítez, L. B. (2016). Importancia de la producción de banano orgánico. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*.
- Cardona, M. M. (2016). Alimentos orgánicos: Factores de satisfacción del consumidor. *CPmark*, 63.
- Carlos Arze, J. (2001). El mercado internacional de productos orgánicos. *Comuniica Magazine*, 8.
- Carpio, D., & Castillo, C. (2018). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec>
- Casañas, D. (2017). Consumidores y características del mercado de productos orgánicos en la ciudad de Medellín. *publicidad*, 92.
- Cevallos, V. A. (2019). Introducción de marca de banano orgánico en el mercado ecuatoriano. *Innova research journal* , 167.
- Díaz, A. (2017). Etiquetado de alimentos en Ecuador: implementación, resultados y acciones pendientes. *Scielo*.
- Eberle, L. E. (2019). Um estudo sobre determinantes da intencao de compra de alimentos orgánicos. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 13.
- Fantini, A. (2018). Agroturismo e Circuitos Curtos. *resr*, 529.
- FAO. (2015). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org>
- Franco, E. (2016). El desperdicio de alimentos: una perspectiva desde los estudiantes de Administración de Empresas de la UPS Guayaquil. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(1), 51-64. doi: <https://doi.org/10.17163/ret.n11.2016.04>
- IFOAM, F. (2018). Suiza.

- IFOAM, F. (2020). Suiza.
- INEC. (2010). *Información censal*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC. (2018). *ENSANUT 2018 - 2019*. Obtenido de INEC: www.ecuadorencifras.gob.ec
- INEC. (2019). *Estadísticas de defunciones generales en Ecuador*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Kashif, U. (2020). Consumer preferences toward organic food and the moderating role of knowledge: *ciencia rural*, 5.
- Macas, E. T. (2018). Determinantes del consumo de productos orgánicos. *Axioma*.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2013). *Acuerdo ministerial 299*.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2013). *Instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica - ecológica - biológica del Ecuador*. Quito.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2018). *Impulsan siembra de banano orgánico en Guayas*. Obtenido de Agrocalidad: <https://www.agricultura.gob.ec>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *MAG apoya la reactivación productiva de Napo*. Obtenido de Agrocalidad: <https://www.agrocalidad.gob.ec>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *MAGAP impulsa venta de productos orgánicos*. Obtenido de Agricultura: <https://www.agricultura.gob.ec>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2018). *Productos orgánicos en Suiza*.
- Ministerio de Producción. (2019). Obtenido de Investigación y aplicación de tecnología son necesarias para alcanzar competitividad del chocolate ecuatoriano: <https://www.produccion.gob.ec>
- Ministerio de Producción. (2019). *Ministro de Producción llama al desarrollo de una nueva industria en el país*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec>
- Ministerio de Producción. (2019). *Tendencia de consumo de frutas, vegetales orgánicos y oportunidades de ingreso de nuevos productos a EEUU*. Quito.
- Moreira, V. (2019). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec>
- Moreira, W. (31 de marzo de 2016). *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec>
- NIGH, A. A. (2005). ¿Quién dice qué es orgánico? La certificación y la participación de los pequeños propietarios en el mercado global. *Redalyc*, 19.
- Ortega-Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 233-247. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03>
- Ortiz, D. A. (2008). Consumo de productos orgánicos/ agroecológicos en los hogares ecuatorianos. *Veco Ecuador*, 44.
- Palm, K. M., & Cueva, J. M. (2020). Incidencia del marketing ecológico de productos alimenticios en la compra del consumidor millennial de Guayaquil. *Revista Publicando*, 7(25), 11-38. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2079>
- Pinheiro, L. V. (2020). De saberes e sabores a escolha alimentar . *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 15.

- Restrepo, D. C. (2017). Consumidores y características del mercado de productos orgánicos en la ciudad de Medellín. *Revista latinoamericana de publicidad*.
- SAE. (2018). *Certificación de procesos en la producción orgánica*. Obtenido de Servicio de acreditacion ecuatoriano: <https://www.acreditacion.gob.ec>
- Sarsosa. (2015). *Universidad Pontificia Central del Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec>
- Tobar, B. D. (2013). Variables que influyen en el consumo de alimentos orgánicos en la Región del Maule. Chile. *Economía Agraria*, 50.
- Toledo, E. (2018). Determinantes del consumo de productos orgánicos. *Axioma*, 57.
- Viquez, A. D. (2015). Caracterización del consumidor de productos orgánicos en la ciudad de Toluca, Méx. *Revista mexicana de Agronegocios*, 8.