

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año XI. Vol. XI. N°2. Edición Especial II. 2025

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía. (IIEAK). Santa Ana de Coro. Venezuela

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

[DOI 10.35381/cm.v11i2.1740](https://doi.org/10.35381/cm.v11i2.1740)

Producción de alimentos orgánicos y su impacto nutricional en el consumidor

Organic food production and its nutritional impact on consumers

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez

rosadss96@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes; Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0007-9924-7191>

Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi

anthonycg24@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes; Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0007-6761-7397>

Jhonny Marcelo Jácome-Medina

jhonnyjm04@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes; Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0006-6562-1694>

Aníbal Fernando Franco-Pérez

us.anibalfranco@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes; Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-1237-4627>

Recibido: 20 de abril 2025

Revisado: 25 de mayo 2025

Aprobado: 15 de julio 2025

Publicado: 01 de agosto 2025

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año XI. Vol. XI. N°2. Edición Especial II. 2025

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía. (IIEAK). Santa Ana de Coro. Venezuela

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue proponer estrategias y acciones de producción de alimentos orgánicos y su impacto nutricional en el consumidor. El estudio fue de diseño no experimental de nivel descriptivo, el mismo fue transversal. Los resultados del estudio permitieron identificar que, aunque existe un creciente interés por una alimentación saludable, todavía hay desconocimiento significativo sobre estos productos. La poca información, la escasa promoción y los costos elevados han limitado su consumo en la ciudad. Esto resalta la importancia de implementar una mejora en la educación alimentaria, facilitando la comercialización de estos productos y generando políticas de apoyo para los productores locales. En conclusión, existe un bajo nivel de conocimiento sobre la producción y los beneficios de los alimentos orgánicos. Esto se debe a la escasa educación alimentaria.

Descriptor: Producción, nutrición, consumidor, costo, mercado. (Tesauro UNESCO)

ABSTRACT

The objective of this research was to propose strategies and actions for organic food production and its nutritional impact on consumers. The study was a non-experimental, descriptive, cross-sectional design. The results of the study identified that, although there is growing interest in healthy eating, there is still significant ignorance about these products. Limited information, poor promotion, and high costs have limited their consumption in the city. This highlights the importance of improving food education, facilitating the marketing of these products, and generating support policies for local producers. In conclusion, there is a low level of knowledge about the production and benefits of organic foods. This is due to poor food education.

Descriptors: Production, nutrition, consumer, cost, market. (UNESCO Thesaurus)

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

INTRODUCCIÓN

La creciente preocupación por la salud y el medio ambiente ha impulsado un interés cada vez mayor en los alimentos orgánicos. Sin embargo, a pesar de sus beneficios, existe un considerable desconocimiento sobre estos productos, incluyendo la ciudad de Ambato. Esta investigación busca explorar los factores que contribuyen a este desconocimiento y su impacto en los hábitos alimenticios de los consumidores.

El consumo y la producción de alimentos orgánicos en Ecuador ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, impulsado por una creciente conciencia sobre la salud, el medio ambiente y la importancia de una alimentación sostenible. Este cambio en los hábitos de consumo y producción ha generado una serie de impactos positivos y desafíos que vale la pena analizar.

La producción orgánica promueve prácticas agrícolas que respetan el medio ambiente, como la rotación de cultivos, el uso de compost y la reducción del uso de pesticidas químicos. Esto contribuye a la conservación de los suelos, la biodiversidad y la calidad del agua. Ecuador se ha posicionado como uno de los principales exportadores de productos orgánicos a nivel mundial, lo que ha mejorado su imagen como país productor de alimentos saludables y sostenibles. (Molina, 2024)

El consumo de alimentos orgánicos se asocia con una mejor salud, ya que estos productos suelen tener menores niveles de residuos de pesticidas y pueden contener mayor cantidad de nutrientes. La creciente demanda de alimentos orgánicos ha impulsado el desarrollo de mercados locales y circuitos cortos de comercialización, lo que fortalece la economía local y reduce la dependencia de las grandes cadenas de distribución. (Agrocalidad, 2022)

La provincia de Tungurahua, con su rica diversidad agrícola y su creciente conciencia ambiental, se ha convertido en un escenario propicio para el desarrollo de la agricultura orgánica. El consumo de alimentos orgánicos se asocia con una menor exposición a residuos de pesticidas y una mayor ingesta de nutrientes esenciales. Esto puede contribuir a prevenir enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida de los habitantes de Tungurahua. (León López et al., 2017)

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

La producción y comercialización de alimentos orgánicos ha generado nuevas fuentes de interés por una alimentación más saludable en la ciudad de Ambato, a la vez los productos orgánicos suelen tener un mayor valor agregado, lo que beneficia a los productores por lo que es necesario fortalecer la capacitación de los productores en técnicas de producción orgánica y promover el conocimiento de los consumidores sobre los beneficios de estos alimentos.

La presente investigación se relaciona con el objetivo 1 del plan nacional de desarrollo para un nuevo Ecuador “Mejorar las condiciones de vida de la población de forma integral, promoviendo el acceso equitativo a salud, vivienda y bienestar social” tomando la política 1.7 “Implementar programas de prevención y promoción que aborden los determinantes de la salud alrededor de los diferentes problemas de malnutrición en toda la población, con énfasis en desnutrición crónica infantil” haciendo principal énfasis en la estrategia C “Fortalecer las estrategias públicoprivadas para actuar frente a los determinantes de la salud en la primera infancia, fomentando la participación ciudadana y la articulación con las entidades gubernamentales locales y del sector privado”.

Así mismo se toma en cuenta la política 1.10 “Fortalecer la bioeconomía de los Pueblos y Nacionalidades” con la estrategia b “Brindar asistencia técnica, capacitación para la ejecución de proyectos productivos sostenibles; y, asistencia humanitaria a pueblos y nacionalidades en condiciones de riesgo”. (Secretaría Nacional de Planificación, 2024)

La provincia de Tungurahua, los cantones de Ambato, Baños y Cevallos en conjunto tienen una población económicamente activa - PEA del 27.61% concentrado en el sector agrícola, manufacturero el 19.4%, comercio al por mayor y menor con el 16.88 construcción el 5,29%, transporte y almacenamiento 4,64%, servicios financieros el 1.20% otras actividades y servicios varios el 25.34%. La economía de la provincia presenta una estructura laboral socialmente inclusiva que combina economías campesinas agropecuarias con actividades de manufactura a pequeña escala. (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2023)

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

El estudio realizado por Andrade et al. (2018) “Demanda y Consumo de Productos Orgánicos en el Cantón Riobamba, Ecuador”, determinó que el consumo de productos orgánicos se ve limitado por la baja oferta disponible, la falta de garantía de que los productos sean realmente orgánicos, su corta vida útil y los altos precios. A pesar de estas barreras, los consumidores están dispuestos a pagar un precio más alto por estos productos en mercados especializados.

Zambrano et al. (2025) en su estudio “Percepción, Actitud e Intención de Compra de Productos Orgánicos en Supermercados de Ecuador” identifican la necesidad de desarrollar estrategias que conciencien a los consumidores sobre los beneficios y el alto valor nutricional de los productos orgánicos. Se concluyó que la comercialización de estos alimentos es viable, ya que no contienen químicos perjudiciales para la salud, y se destacó la importancia de crear una cultura alimentaria saludable.

Según León López et al., (2017) es su estudio “Análisis de los factores determinantes de consumo y disposición a pagar por alimentos orgánicos de los estratos socioeconómicos medio y medio-alto de Hermosillo, Sonora” reveló que el 79% de las familias consumen alimentos orgánicos o agroecológicos frescos, siendo las de ingresos medios las que presentan un mayor consumo. Sin embargo, la oferta de estos productos podría cubrir hasta el 54% de la demanda, evidenciando una brecha entre la oferta y la demanda que debe ser abordada.

Aspectos teóricos

Los cambios ambientales percibidos en los últimos años como el calentamiento global, la contaminación por basura doméstica, las sequías, inundaciones y el incremento de plagas y enfermedades en los cultivos, han obligado al sector agrícola a emplear técnicas de producción insostenibles debido a los impactos negativos al ambiente, como el uso excesivo de fertilizantes químicos y plaguicidas para garantizar el abastecimiento de alimentos en los mercados ante la creciente demanda de consumo.

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

En este sentido Cardozo, Rodríguez, y Guaita (2011) indican que relativa escasez de ciertos recursos naturales, han hecho que se exploren nuevas fuentes de provisión de materia prima, nuevas formas de transformación y se diversifiquen los procesos productivos que en muchos casos generan un impacto ambiental negativo. A este modo de producción se conoce como sistema tradicional o convencional. Al respecto Cruz et al., (2010), indican que, en la actualidad, diversos factores de carácter ambiental, social, económico, cultural y político han motivado el interés por el desarrollo de la agricultura orgánica, reconociéndose como una alternativa económicamente eficiente, socialmente justa y ecológicamente sostenible con potencial para atenuar los impactos negativos atribuidos a la agricultura convencional.

La agricultura orgánica es una estrategia de desarrollo que trata de cambiar algunas de las limitaciones encontradas en la producción convencional. Más que una tecnología de producción, la agricultura orgánica es una estrategia de desarrollo que se fundamenta no solamente en un mejor manejo del suelo y un fomento al uso de insumos locales, pero también un mayor valor agregado y una cadena de comercialización más justa. (Soto, 2003)

La agricultura orgánica es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos (Cruz, Ángel, Rindermann, Rufino, y Tovar, 2010). Cabe señalar por ejemplo que el control de plagas, busca actuar sobre las causas de aparición de las plagas, y no sobre la población misma. Busca quebrar las condiciones ideales de alimentación, reproducción y crecimiento de las plagas y fomentar la protección de sus enemigos naturales. (Soto, 2003)

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

MÉTODO

El estudio fue de diseño no experimental de nivel descriptivo, también en cuanto a la aplicación de la encuesta, el mismo fue transversal debido a que la recolecta de datos se realizó en un solo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, de igual manera para el análisis de datos se utilizó la estadística descriptiva.

RESULTADOS

Los resultados de la entrevista reflejan un escaso de conocimiento sobre los alimentos orgánicos en la ciudad de Ambato. A pesar de un creciente interés por una alimentación saludable, la mayoría de los entrevistados consideran que el nivel de información sobre los beneficios nutricionales de estos productos es bajo. Esta percepción se relaciona con la insuficiente educación sobre prácticas orgánicas, lo que demuestra la necesidad de implementar estrategias de concienciación más efectivas.

En cuanto a la promoción de los alimentos orgánicos, los entrevistados coincidieron en que es limitada. La inexistencia de campañas informativas y la poca visibilidad en el mercado impiden que más personas accedan a estos productos de una manera adecuada, el costo elevado de los alimentos orgánicos fue identificado como una barrera significativa, ya que su producción requiere técnicas específicas y certificaciones que aumentan su valor en el mercado.

DISCUSIÓN

Los entrevistados consideraron que la educación y la difusión efectiva pueden cambiar esta situación. La mayoría considera que una mayor comprensión sobre los beneficios de los alimentos orgánicos impulsaría su producción y su consumo. Además, se destacó que una campaña de promoción a través de redes sociales, radio y televisión podría aumentar significativamente las ventas y la aceptabilidad de estos productos en la población.

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

Los resultados de la encuesta revelan datos clave sobre la percepción y el conocimiento de los alimentos orgánicos en Ambato. El 80,8% de los encuestados afirmó no conocer sobre estos productos ni sus beneficios nutricionales, lo que confirma la necesidad de programas educativos y campañas informativas. También, el 91,2% indicó que la educación sobre prácticas orgánicas en la ciudad es insuficiente, reforzando la importancia de iniciativas que fomenten el acceso a información clara y verificada. Otro hallazgo relevante es que el 90,9% de los participantes considera que los alimentos orgánicos no se promocionan adecuadamente. Las pocas estrategias de difusión limitan el conocimiento y la disponibilidad de estos productos en el mercado. Asimismo, el 67,6% de los encuestados percibe que los precios de los productos orgánicos son elevados, lo que representa una barrera para su consumo masivo.

A pesar de estos desafíos, el 92% de los encuestados mostró interés en mejorar su conocimiento sobre los beneficios nutricionales de los alimentos orgánicos, y el 84,1% cree que una mayor educación al respecto impulsaría su consumo en Ambato. Asimismo, el 87,3% de los participantes opina que una campaña de difusión efectiva a través de medios de comunicación aumentaría las ventas de estos productos. Finalmente, el 86,8% afirmó que compraría productos orgánicos si fueran más accesibles económicamente, lo que sugiere la importancia de implementar políticas de apoyo para reducir los costos y mejorar la accesibilidad.

CONCLUSIONES

El estudio sobre la producción de alimentos orgánicos y su impacto nutricional en los consumidores de Ambato permitió identificar que, aunque existe un creciente interés por una alimentación saludable, todavía hay desconocimiento significativo sobre estos productos. La poca información, la escasa promoción y los costos elevados han limitado su consumo en la ciudad. Esto resalta la importancia de implementar una mejora en la educación alimentaria, facilitando la comercialización de estos productos y generando políticas de apoyo para los productores locales.

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año XI. Vol. XI. N°2. Edición Especial II. 2025

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía. (IIEAK). Santa Ana de Coro. Venezuela

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

Los alimentos orgánicos representan una alternativa más saludable en la alimentación debido a su menor contenido de pesticidas y mayor aporte nutricional. A pesar de estos beneficios, el desconocimiento sobre sus propiedades sigue siendo una barrera para su consumo. La difusión de información científica y la educación alimentaria pueden jugar un papel clave en la promoción de estos productos entre los consumidores.

Los resultados obtenidos indican que en Ambato existe un bajo nivel de conocimiento sobre la producción y los beneficios de los alimentos orgánicos. Esto se debe a la escasa educación alimentaria, promoción insuficiente y escaso acceso a estos productos en los mercados locales. Sin embargo, la mayoría de los consumidores muestran interés en aprender más y estarían dispuestos a consumirlos si fueran más accesibles.

Para la mejora del consumo de alimentos orgánicos, es fundamental la implementación de estrategias de educación en salud nutricional, las cuales fortalecerán su visibilidad a través de campañas de difusión en redes sociales y medios de comunicación, así mismo se fomentará la accesibilidad económica mediante incentivos para los productores locales. Además, la creación de ferias y mercados especializados puede facilitar su comercialización.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A todos los factores sociales que influyeron en el desarrollo de esta investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Agrocalidad. (2022). BOLETÍN INFORMATIVO Producción Orgánica 2020 - 2021.
<https://n9.cl/ipdyu>

Rosa de Los ángeles Sánchez-Sánchez; Anthony Gabriel Chicaiza-Guachi; Jhonny Marcelo Jácome-Medina;
Aníbal Fernando Franco-Pérez

Andrade, Claudia M., & Ayaviri, Dante. (2018). Demanda y Consumo de Productos Orgánicos en el Cantón Riobamba, Ecuador. *Información tecnológica*, 29(4), 217-226. <https://n9.cl/omdnfb>

Cardozo, E.R., Rodríguez, C. y Guaita, W. (2011). Las Pequeñas y Medianas Empresas Agroalimentarias en Venezuela y el Desarrollo Sustentable: Enfoque basado en los Principios de Manufactura Esbelta, *Información Tecnológica*, 22(5), 39-48. <https://n9.cl/inqhx>

Cruz, G., Ángel, M., Rindermann, S., Rufino, O. y Tovar, G. (2010). Situación y Desafíos del Sector Orgánico de México. *Revista Mexicana de Ciencia Agrícola*, 1(4), 1-17.

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2023). Agenda Tungurahua 2023-2030: Seguimos construyendo tus sueños. Ambato. <https://n9.cl/0n9ku>

León López, L., Espejel Blanco, J. y Alvarado Herrera, A. (2017). Análisis de los factores determinantes de consumo y disposición a pagar por alimentos orgánicos de los estratos socioeconómicos medio y medio-alto de Hermosillo, Sonora. <https://n9.cl/nfhvw>

Molina, M. (2024). Desarrollo Sostenible y Competitividad: El Impacto de la Certificación Orgánica en la Exportación de Productos Agrícolas de Pequeña Escala en Ecuador. *Sapientia Technological*, 26–32. <https://n9.cl/x4c2n>

Secretaría Nacional de Planificación. (2024). PLAN DE DESARROLLO PARA EL NUEVO ECUADOR 2024-2025. Quito. <https://n9.cl/m67zw>

Soto, G. (2003). Agricultura Orgánica: Una Herramienta para el Desarrollo Rural Sostenible y la Reducción de la Pobreza, *Memoria Del Taller*, (1), 111.

Zambrano Verdesoto, G. J., Fayos Gardó, T., & Calderón García, H. (2025). Percepción, Actitud e Intención de Compra de Productos Orgánicos en Supermercados de Ecuador. *Erevna Research Reports*, 3(2), e2025018.