



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN MARKETING

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN
DE CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

TEMA: ANÁLISIS DEL CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS
FRENTE A LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS
CONVENCIONALES.

Autor: RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ JENNY JAMILEX
VÉLEZ TREJO LISBETH ROCÍO

Acompañante: MORENO CASTRO DENNY WILLIAM

Milagro, junio del 2018
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **VÉLEZ TREJO LISBETH ROCÍO** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL MERCADO LOCAL** del Grupo de Investigación **GESTIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 13 días del mes de junio de 2018



Firma del Estudiante

VÉLEZ TREJO LISBETH ROCÍO

CI: 0928640317

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ JENNY JAMILEX** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL MERCADO LOCAL** del Grupo de Investigación **GESTIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 13 días del mes de junio de 2018

Jamilex Rodríguez F.

Firma del Estudiante

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ JENNY JAMILEX

CI: 0942439613

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **MORENO CASTRO DENNY WILLIAM** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por las estudiantes **RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ JENNY JAMILEX** y **VÉLEZ TREJO LISBETH ROCÍO**, cuyo título es **ANÁLISIS DEL CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS FRENTE A LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS CONVENCIONALES**, que aporta a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD** previo a la obtención del Grado **INGENIERA EN MARKETING**; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 13 días del mes de junio del 2018.



MORENO CASTRO DENNY WILLIAM
Tutor
C.I.: 0913743530

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Msc. Moreno Castro Denny William

Msc. Benítez Astudillo Javier Antonio

Msc. Arteaga Arcentales Evelin del Cisne

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de **INGENIERA EN MARKETING** presentado por la señorita **VÉLEZ TREJO LISBETH ROCÍO**

Con el título: **ANÁLISIS DEL CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS FRENTE A LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS CONVENCIONALES.**

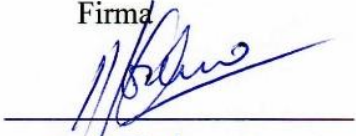


Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[55]
Defensa oral	[20]
Total	[75]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 13 de junio del 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Denny William Moreno Castro	
Secretario /a	Evelin del Cisne Arteaga Arcentales	
Integrante	Javier Antonio Benítez Astudillo	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Msc. Moreno Castro Denny William

Msc. Benítez Astudillo Javier Antonio

Msc. Evelin del Cisne Arteaga Arcentales

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de **INGENIERA EN MARKETING** presentado por la señora **RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ JENNY JAMILEX**.

Con el título: **ANÁLISIS DEL CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS FRENTE A LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS CONVENCIONALES.**

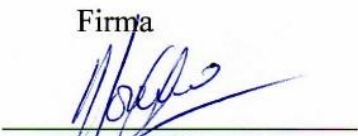

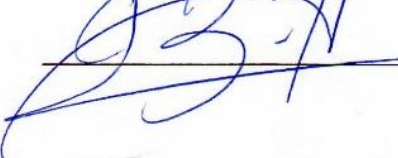
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[55]
Defensa oral	[20]
Total	[75]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO.

Fecha: 13 de junio del 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Denny William Moreno Castro	
Secretario /a	Evelin del Cisne Arteaga Arcentales	
Integrante	Javier Antonio Benítez Astudillo	

DEDICATORIA

Dedico este Proyecto a Dios por ser quien me ha dado las fuerzas para dar cada uno de mis pasos en mi diario vivir; a mi Madre por ser el apoyo incondicional tanto en lo material como en lo emocional; a mi hermana y en especial a mi esposo y a mi pequeño hijo quien me inspira a seguir adelante y alcanzar mis metas.

Jenny Rodríguez Fernández

Este proyecto es dedicado en primer lugar a Dios que me ha dado la sabiduría para culminar mis estudios, a mis padres en especial a mi madre que hasta el último día de su vida me fortaleció con sus consejos y desde pequeña me inculcaron valores como el respeto, responsabilidad y la honestidad los cuales me han ayudado a llegar a la meta, junto de la mano con mi familia que no me han abandonado.

Lisbeth Vélez Trejo

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios, por guiarme por el camino correcto e iluminarme en todo lo que realizo dándome sabiduría y entendimiento.

A mi madre por apoyarme en todo tiempo y circunstancia de la vida, por inculcarme valores que me han servido en mi diario vivir.

A mi esposo por su comprensión y apoyo incondicional para conmigo, a mi hijo por ser fuente de inspiración, mi motor en mi vida.

A mi hermana por sus consejos, por apoyarme en mis decisiones y sobre todo por su confianza en mí.

Jenny Rodríguez Fernández

Agradezco a Dios quien me ha dado la fortaleza de culminar mis estudios después de la irreparable pérdida de mi madre, de la misma manera a mi padre que me siguió dando los estudios a mis familiares y amigos quienes me aconsejaban me fortalecían y me brindaban la ayuda que necesitaba, para seguir adelante y llegar a la meta.

Lisbeth Vélez Trejo

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	v
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	11
METODOLOGÍA	20
DESARROLLO DEL TEMA	21
CONCLUSIONES	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	5
---------------	---

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	4
Figura 2.....	7
Figura 3.....	7
Figura 4.....	23

ANÁLISIS DEL CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS FRENTE A LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS CONVENCIONALES

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo se lo hace considerando los malos hábitos alimenticios y el porcentaje de muertes y enfermedades por el escaso acceso en temas de seguridad alimentaria, a nivel mundial los casos de muertes por enfermedades como el cáncer y la diabetes producto de una mala alimentación se han incrementado, por lo que Organismos Mundiales invierten en información y grandes campañas para concientizar a la población sobre el daño que genera la mala alimentación frente al consumo de productos orgánicos. En la actualidad en los países desarrollados existe mayor conciencia respecto al consumo de alimentos seguros, los japoneses que llegan a los 60 años de vida vivirán hasta una edad promedio de 86 años más que en cualquier otro lugar en el mundo (Senthilingam, 2015). Este aumento de años de vida se debe a la dieta saludable que llevan los habitantes gracias a las medidas de control por parte del gobierno de dicho país.

En América Latina y El Caribe, la esperanza de vida femenina se coloca en 78,9 años y la de los hombres en 72,8 (AFP, 2017). Se empieza a observar que las personas tienden a consumir productos naturales, en el caso de Ecuador se observa que la apertura de negocios respecto a los alimentos naturales y el uso de plantas medicinales están presentando un despunte, resultado de las enfermedades por la mala alimentación, lo que busca este trabajo de investigación es incentivar el consumo alimenticio de productos orgánicos a través de herramientas de marketing.

A través del Marketing es posible la aplicación de estrategias por parte de las entidades del Estado que son las encargadas de cuidar de la población ya que el costo de mantener y medicar a las personas con enfermedades producto de la mala alimentación representa altos costos para los Gobiernos frente a las campañas de prevención que se aplican mediante las instituciones del estado.

PALABRAS CLAVE: Marketing, mala alimentación, productos orgánicos, enfermedades, seguridad alimentaria.

ANALYSIS OF THE CONSUMPTION OF ORGANIC PRODUCTS AGAINST THE DEMAND OF CONVENTIONAL PRODUCTS

ABSTRACT

The development of this work is done considering the bad dietary habits and the percentage of deaths and diseases due to the scarce access to food safety issues, worldwide cases of deaths from diseases such as cancer and diabetes due to poor diet they have increased, so that World Organizations invest in information and large campaigns to raise awareness among the population about the damage generated by poor diet compared to the consumption of organic products.

Currently in the developed countries there is greater awareness regarding the consumption of safe food, the Japanese who reach 60 years of life will live to an average age of 86 years more than anywhere else in the world (Senthilingam, 2015). This increase in years of life is due to the healthy diet that the inhabitants take thanks to the control measures by the government of that country.

In Latin America and the Caribbean, female life expectancy stands at 78.9 years and that of men at 72.8 (AFP, 2017). It begins to be observed that people tend to consume natural products, in the case of Ecuador it is observed that the opening of businesses with respect to natural foods and the use of medicinal plants are showing a blunting, result of diseases due to poor diet, What this research work seeks is to encourage the consumption of organic products through marketing tools.

Through Marketing, it is possible to apply strategies by State entities that are responsible for taking care of the population, since the cost of maintaining and medicating people with diseases caused by poor diet represents high costs for governments. In front of the prevention campaigns that are applied through the institutions of the state.

KEY WORDS: Marketing, poor nutrition, organic products, diseases, food safety.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se analizaron factores que inciden en la mala alimentación a nivel mundial, como son: el escaso conocimiento acerca de seguridad alimentaria, el bajo nivel económico, la cultura, insuficiente control por parte de las entidades estatales, entre otros. Se sabe que alrededor de 10 millones de personas murieron el año pasado que representa el 18,8% del total de muertos a nivel mundial por la mala alimentación. Según la (AFP, 2017), "Entre todas las formas de malnutrición, las malas costumbres alimenticias representan el mayor factor de riesgo de mortalidad".

Para el desarrollo de este trabajo se ha considerado los malos hábitos de alimentación y el escaso acceso a alimentación segura, la manera desordenada de alimentación origina problemas de obesidad, diabetes, osteoporosis, anemia, cáncer, hipertensión entre otras, según la AFP, Agencia Francesa Mundial informó que sólo en diabetes hubieron 1,43 millones de muertes y 9 millones por cáncer, estas cifras despierta el interés y se considera relevante el análisis de estos hábitos de consumo y en qué puede aportar la carrera de Marketing y en base al análisis y la difusión de seguridad alimentaria para mejorar el consumo de productos convencionales frente a los productos orgánicos, naturales o con alto valor proteínico.

Dentro del desarrollo de este trabajo de investigación se recopiló información y criterios de autores y organizaciones de reconocimiento, con la finalidad de darle la relevancia al tema de la salud respecto a una buena alimentación y el consumo de productos orgánicos con el aporte de estrategias de marketing enfocadas para este fin.

En el desarrollo del marco teórico se establecieron diversos criterios científicos de los malos hábitos de alimentación y el marketing comunicacional con la finalidad de fomentar la cultura respecto al consumir alimentos orgánicos.

El trabajo desarrollado recopiló información a nivel global y nacional, la misma que servirá como guía de información, para que el lector se informe de manera sencilla y práctica, de la misma forma el consumidor tenga pleno conocimiento de las consecuencias que conlleva una alimentación no adecuada.

Es fundamental realizar el análisis básico del problema, que genera la mala alimentación o el consumo de productos convencionales frente al consumo de los productos orgánicos, naturales o con alto valor proteínicos.

Actualmente las altas tasas de muertes y enfermedades generadas por los malos hábitos de consumo en los alimentos, han llevado a las Instituciones del Estado, en este caso el ministerio de Salud Pública a aplicar como una estrategia de marketing y promover la cultura en el consumo de alimentos seguros, para el caso de nuestro país existe la disposición de que los productos alimenticios que se comercializan presenten el etiquetado o semáforo nutricional, impuesta el 15 de mayo del 2014, esta estrategia es para inducir al consumidor a una alimentación más saludable.

En el desarrollo del trabajo se recopiló datos estadísticos para conocer la población con sobrepeso y obesidad (véase figura 1), se presentan estadísticas de las enfermedades y los índices de muertes producidos a nivel nacional, esta información es de tipo documental, con la finalidad de evidenciar la problemática que tiene la población y la importancia de crear estrategias dentro del trabajo para contribuir a mejorar una nueva cultura de alimentación o conocida a nivel mundial como seguridad alimentaria (véase tabla 1).

Figura 1

Población con sobrepeso y obesidad a nivel nacional

PREVALENCIA DE SOBREPESO Y OBESIDAD EN LA POBLACION ADULTA DE 20 A MENOS DE 60 AÑOS	
ENSANUT: Nivel Nacional 20>60 años (62.8%)	4 876 076
SABE I (2010): Adultos mayores ≥ 60 años (59.0%)	682 109
TOTAL	5 558 185

EN TOTAL LA POBLACIÓN CON SOBREPESO Y OBESIDAD EN EL PAÍS ES DE 5 558 185

FUENTE: ENSANUT- ECUADOR 2011-2013

Tabla 1

Estadísticas de las enfermedades y los índices de muertes en Ecuador

INDICADOR	AGREGACIONES:	AÑO	MUERTES
Mortalidad General(número)	I20-I25 Enfermedades isquémicas del corazón	2014	4430
Mortalidad General(número)	E10-E14 Diabetes Mellitus	2014	4401
Mortalidad General(número)	I60-I69 Enfermedades cerebrovasculares	2014	3777
Mortalidad General(número)	I10-I15 Enfermedades hipertensivas	2014	3572
Mortalidad General(número)	J10-J18 Influenza y neumonía	2014	3418

FUENTE: INEC

Los productos que se consumen hoy en día se encuentran afectados por la contaminación ambiental, la misma que pone en peligro al pueblo, el cultivo y a los campesinos que intervienen en la transformación. Por ende, la crisis alimentaria se da en muchos países del mundo, reflejando los riesgos de la escasez alimenticia en todo el mundo debido a los cambios climáticos que afectan la agricultura y sus ciclos de producción junto con el garrafal uso de los recursos naturales y el uso de químicos que han contaminado el agua y el suelo. Se analizará en este trabajo y se buscará afianzar la información y difundir lo que es seguridad alimentaria y que el consumidor incluso tenga mayor conciencia de consumir ciertos productos de empresas que cuentan con tecnologías amigables con el medio ambiente y productos orgánicos.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El exceso de sal, azúcar y grasas puede desatar enfermedades como la diabetes, el sobrepeso y la hipertensión. Precisamente por el incremento de estas dolencias a escala nacional, dos ministerios expidieron el Reglamento de etiquetado para alimentos procesados para el consumo humano (OMS, 2013).

La técnica del semáforo nutricional es de fácil comprensión para el consumidor dentro de las cuales se puede referenciar que el color rojo indica alerta máxima en exceso de sal, azúcar o grasas en alimentos, el amarillo una advertencia del producto y el verde avisa como un producto con cero riesgos para el consumo.

Es importante también recordar que el semáforo nutricional no determina si uno de dichos componentes o ingredientes del producto produce enfermedades, la importancia de las estrategias de marketing es utilizar técnicas mediante las cuales el consumidor se concientice y consuma alimentos seguros.

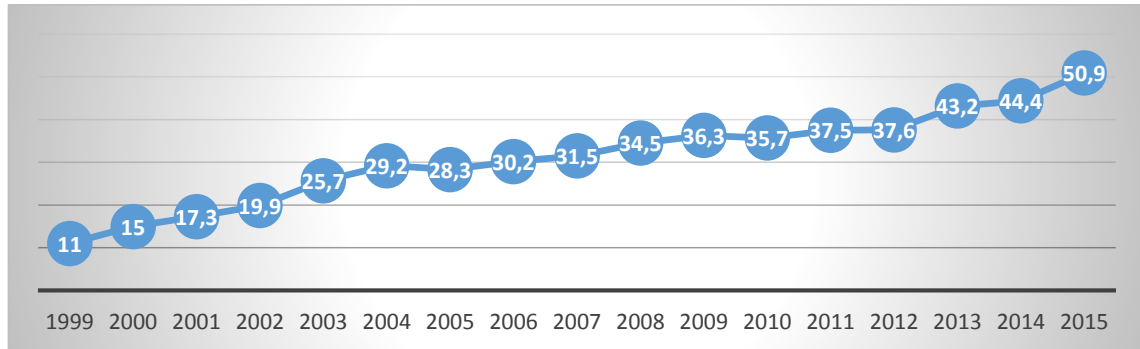
La tendencia a nivel mundial de consumir productos orgánicos ha ido creciendo a tal punto que en el mercado global para sus exportaciones necesitan una certificación orgánica, para el caso de Ecuador la emite la Agencia de regulación y control fito y zoonosanitario esto demuestra que existe mayor preocupación por parte del Estado y de los Gobiernos a que dentro de los procesos de producción se apliquen tecnologías amigables con el medio ambiente y que dentro de sus insumos se utilicen productos orgánicos.

El consumo de alimentos orgánicos está en constante crecimientos en los países desarrollados, debido al incremento en la demanda por parte de los consumidores (Adasme-Berríos, 2011). Este mercado se ha convertido en dinámico, atractivo y sobretodo lucrativo debido a que la producción ha ido creciendo de forma significativa y ha permitido ingresar cada vez más participantes. Los mayores consumidores son actualmente Europa y los Estados Unidos y de acuerdo a datos recientes en el año 2015 se estimó en 50,9 millones de hectáreas en el mundo dedicadas al cultivo orgánico, esto representa un crecimiento de 6.5 millones de hectáreas desde el 2014 que constituyen un récord en este mercado. Australia es el país con la mayor área, bordeando los 23 millones de hectáreas, seguidos de Argentina

con 3 millones y Estados Unidos con 2 millones. La evolución de este crecimiento desde el año 1999 (véase figura 2).

Figura 2

Crecimiento de área de agricultura orgánica en el mundo

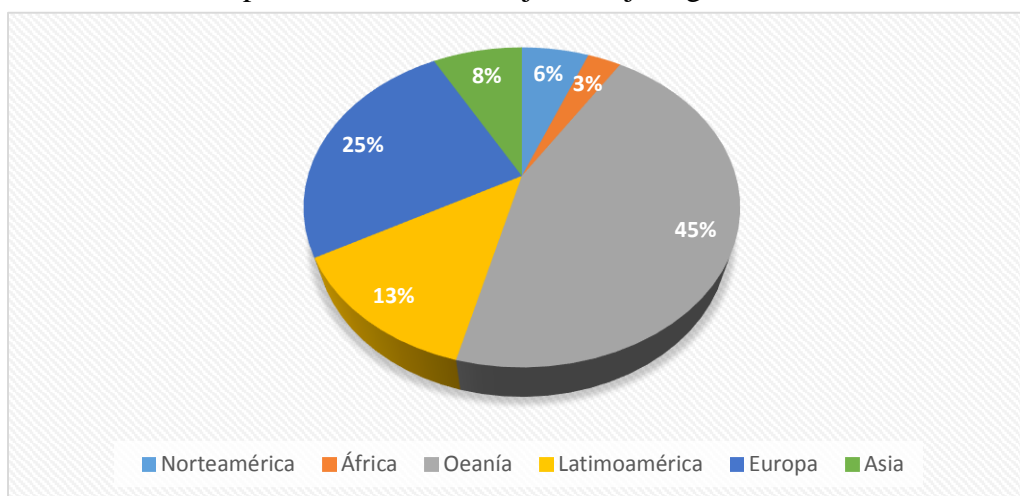


Fuente: FiBL-IFOAM Encuestas 1999-2017

Según estadísticas de la IFOAM, International Foundation Organics Agriculture Movement – organización mundial regente en el movimiento de agricultura orgánica y el Instituto de Investigación para la Agricultura Orgánica (FiBL), informan que actualmente existen 179 países donde se practica la producción orgánica (de los 198 países que existen en el mundo) (véase figura 3). Además, hasta el año 2014 se registraron 2,3 millones de agricultores orgánicos que manejaron 43,7 millones de hectáreas de tierra agrícola de manera orgánica que equivale a casi 6 veces la superficie de producción agrícola del Ecuador.

Figura 3

Distribución porcentual del área bajo manejo orgánico en el mundo



Fuente: FiBL-IFOAM Encuestas 1999-2017

El desarrollo del mercado mundial de alimentos y bebidas orgánicas ha crecido cinco veces entre 1999 y 2014 llegando a 80 mil millones de dólares que equivalen al 80 % del BIP de todo el Ecuador en ese año (Agrocalidad, 2017).

Dentro del planteamiento del problema se ha analizará el consumo de productos convencionales frente al consumo de alimentos orgánicos y dentro de esas estrategias se ha puntualizado una que ha impuesto el Ministerio de Salud para tratar de informar de productos con ciertas características mediante la semaforización, sin embargo, el consumidor necesita conocer más acerca de los valores proteínicos y nutrientes que se oferta en el mercado y para dar a conocer dentro de las estrategias del marketing comunicacional se deben abordar las actuales herramientas de marketing apoyadas a través del internet. El consumo de los productos orgánicos frente a los convencionales a través de esta herramienta implica una comunicación directa con el cliente, en la que se puede interactuar acerca de las bondades de los productos orgánicos.

El presente trabajo promueve una cultura de consumo de productos orgánicos, la misma que no es una tarea sencilla, sin embargo, no es imposible influir en la decisión de compra del consumidor difundiendo las características y bondades para la salud sobre los alimentos orgánicos, considerando que en la actualidad existe una tendencia al alza respecto al consumo de productos naturales, motivado principalmente por el cuidado de la salud y la alimentación sana, la práctica de deportes, tendencias que son aprovechadas a través de estrategias de marketing.

La proliferación de enfermedades a nivel global se ha convertido en uno de los factores que incide en la población de las nuevas tendencias en el consumo de productos orgánicos, que no contengan químicos dentro de sus procesos de producción, las campañas a nivel mundial sobre la seguridad alimentaria no sólo depende del factor sociocultural, sino también del factor económico, esta es una de las barreras quizá más importantes que enfrenta el consumo de productos orgánicos, aunque si las familias realizan un balance dentro de su economía y realizando un ajuste eximiéndose de consumir productos chatarras, y otros gastos innecesarios, podría ayudar a que el consumidor acceda a otro tipo de alimentos, tampoco se puede generalizar y decir que todos los productos orgánicos son caros, pero el cliente debe aprender a comprar y a consumir.

Se hace énfasis de esta información para demostrar la relevancia que tiene a nivel mundial la seguridad alimentaria y la necesidad de la aplicación de estrategias de mercado a la hora de decidir que comprar por parte del consumidor, Ecuador no es la excepción y se realizan grandes esfuerzos por competir en este mercado, lo fundamental no sólo está en que Ecuador oferte productos orgánicos para otros países, sino que la población de nuestro país también los consuma.

Para alentar a la población al consumo de alimentos sanos se exige a las empresas comercializadoras de alimentos la aplicación del semáforo nutricional a los productos alimenticios como una herramienta utilizada para informar sobre las propiedades nutricionales de determinado producto a consumir, de la misma manera se debería diseñar estrategias mediante las cuales se promueva el consumo de los productos orgánicos. Trabajar en el consciente colectivo y llegar al inconsciente del consumidor mediante estrategias de marketing, es necesario, fundamentalmente difundiendo los beneficios que tiene el consumidor al adquirir productos orgánicos.

Objetivo General.

- Proveer de información al consumidor para crear una cultura de seguridad alimentaria a través de las tendencias de consumo de productos orgánicos, naturales o con alto valor proteínico en los países desarrollados.

Objetivos específicos.

- Analizar la importancia del consumo de productos orgánicos a través de la seguridad alimentaria.
- Especificar las enfermedades que produce la mala alimentación a nivel nacional para evidenciar el problema que tienen la población por el consumo de alimentos con bajo valor proteínico.
- Identificar las estrategias de seguridad alimentaria por parte de organismos mundiales para compararlas con en el mercado local.

En el marco teórico se podrá observar las bondades que poseen los productos orgánicos, las diferentes enfermedades que pueden producir ciertos alimentos convencionales que pueden poseer igual valor económico pero que quizá por los tantos saborizantes son preferidos por

el consumidor. La población debe reaprender a alimentarse y el marketing es la herramienta que deben utilizar los técnicos para promover una cultura de alimentación sana y alentar al consumo de productos que vayan en beneficio de la salud.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

La normativa ecuatoriana actual la define de igual forma dentro de Reglamento de la Normativa General para Promover y Regular la Producción Orgánica, Ecológica y Biológica en el Ecuador, Acuerdo Ministerial no. 302 (2003). Este reglamento rige en el Ecuador todas las actividades referentes a la producción orgánica estableciendo las normas y procedimientos para la producción, transformación, empaque, etiquetado, almacenamiento, transporte, comercialización, la exportación e importación de los productos agropecuarios orgánicos; y asegurando que todas las fases, desde la producción hasta llegar al consumidor final, estén sujetas al sistema de control establecido en el mismo (Acosta, 2018)

La seguridad alimentaria se entiende como la condición bajo la cual los individuos de una nación tienen: “en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos con el fin de llevar una vida activa y sana” Según la (FAO, 1996).

Esta condición de seguridad alimentaria está definida por condiciones agronómicas, biológicas, económicas y sociales en una región y puede verse afectada por múltiples elementos tales como: *i)* el aumento en el precio de los alimentos; *ii)* el aumento de la población de una región en forma más que proporcional; *iii)* la contaminación y degradación ambiental que propicia suelos y ecosistemas agrícolas hostiles; *iv)* deficientes formas de producción y distribución del alimento; *v)* la presencia de mercados agroalimentarios segregados y oligopólicos; *vi)* el mal uso o desvío de productos agropecuarios para fines no alimentarios como la producción de combustibles, plásticos o fertilizantes e incluso por *vii)* crisis financieras y energéticas.

La seguridad alimentaria se aplica a distintos niveles de agregación (nacional, regional, de hogar e individual) a distintas temporalidades (crónicas o transitorias) y se fundamenta en cuatro principales dimensiones: *i)* disponibilidad de alimentos; *ii)* acceso; *iii)* utilización y uso, y *iv)* estabilidad (Salvador, 2016).

El 26 de diciembre de 2012, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición firmó el nuevo código de correulación (*sic*) de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (Código PAOS), al cual se han adherido voluntariamente la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas, la Asociación para la Autorregulación de la Publicidad, y los sectores de la distribución, la hostelería y la restauración. Esta apuesta por la autorregulación se fundamenta en la supuesta «mejora de la calidad de los mensajes publicitarios dirigidos a menores conseguida con el código PAOS, siguiendo las recomendaciones sobre marketing de alimentos dirigidos a niños de la OMS». Este organismo internacional establece que «el objetivo general de las políticas debe ser reducir tanto la exposición de los niños como el poder de la promoción de los alimentos ricos en grasas saturadas, ácidos grasos de tipo trans, azúcares libres o sal».

Sin embargo, el código PAOS no regula la frecuencia de exposición ni el perfil nutricional de los productos anunciados. Un análisis de la publicidad alimentaria dirigida a menores en 2008 encontró que el 71,2% de las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas emitidas durante la franja horaria de protección reforzada anunciaban productos de perfil nutricional pobre («menos saludables»), según el modelo de perfil nutricional de Reino Unido (Royo-Bordonada, 2013).

En general, existe evidencia de que los estilos de vida condicionan un mayor nivel de salud, y dentro de los hábitos saludables una alimentación equilibrada es fundamental y ayuda a prevenir gran número de enfermedades. Existen múltiples estudios que relacionan la dieta equilibrada con la salud, si bien actualmente es controvertida la relación entre hábitos alimentarios y autopercepción de salud.

Algunos autores concluyen que existe una asociación entre la adherencia a la dieta mediterránea y el nivel de salud percibido, e incluso explican los efectos protectores en la salud de ciertos componentes individuales de la dieta. Un alto consumo de pescado, frutas y verduras y alimentos ricos en fibra está asociado con una mejor salud auto percibida, y es interesante destacar que el consumo de estos alimentos forma parte de la dieta mediterránea.

El patrón de dieta mediterránea permite evaluar, más allá del efecto de un nutriente o alimento de forma aislada, el conjunto de alimentos consumidos y las posibles sinergias que puedan existir entre ellos. Se ha sugerido que el efecto protector de la dieta mediterránea

sobre el estado de salud puede tener plausibilidad biológica, a través de varios mecanismos como un efecto beneficioso sobre el metabolismo, la resistencia a la oxidación de las células, la inflamación, la sensibilidad a la insulina y el estado anímico, lo que podría justificar a su vez el mejor estado de salud auto percibido (Blasquez, 2015)

En España, el comedor es un servicio complementario de las escuelas que está presente en un 70% de los centros de educación primaria (CEP) públicos. Las directrices oficiales nacionales pretenden garantizar la calidad nutricional e higiénico-sanitaria de las comidas ofrecidas en los comedores escolares.

Sin embargo, hay un vacío legal en cuanto a los criterios ambientales y sociales para la compra de alimentos. Aun así, existen iniciativas de ámbito autonómico, como las de Andalucía, Islas Canarias y el Principado de Asturias, que están incentivando la compra de alimentos de proximidad y la compra de productos ecológicos para los comedores de sus centros escolares. No obstante, se desconocen los factores que han facilitado la incorporación de estos criterios en dichas comunidades y su impacto en la alimentación ofrecida en las escuelas (Soares, 2017).

El cambio de pautas de consumo no es fruto de elecciones individuales descontextualizadas, sino que está condicionado estructuralmente por la situación económica, siendo aquellas personas cuya situación económica es mala, y como tal es percibida, las que modifican más su comportamiento.

Los ciudadanos han cambiado sus hábitos de consumo para recortar gastos. Un 41,2% dice haber modificado sus pautas alimentarias para economizar; una cifra importante, pero que queda sensiblemente por debajo de otras partidas como las del agua, la electricidad y el gas (69,8%), la compra de prendas de vestir (64,2%), el ocio (69,9%) o las vacaciones (66,1%). La Encuesta de Presupuestos Familiares de 2012 muestra que la reducción del gasto en alimentación (-0,2%) está por debajo de la reducción media del gasto familiar (-3,2%), aunque el gasto en comer fuera de casa sí experimentó una reducción relevante superior a la media (-7,4%). Entre 2006 y 2012, el gasto en este capítulo descendió un 18,9%, bastante más que la reducción media del gasto familiar total (-6,8%) y que el gasto alimentario doméstico (-4,7%) (Antentas, 2014).

Los estudios sobre la crisis económica asiática a finales de la década de 1990 muestran que las familias reducen primero el gasto en los alimentos más caros, como los de origen animal, la fruta y la verdura, así como la cantidad de alimentos ingeridos. Después, si el gasto ahorrado no es suficiente, suelen seguir los productos alimentarios básicos. Ello implica que la ingesta de nutrientes específicos suele disminuir antes que la de energía, creando deficiencias en la ingesta de micronutrientes necesarios para el organismo (Antentas, 2014).

El incremento masivo de productos alimentarios no recomendados en la población infantil y adolescente constituye una de las consecuencias de la globalización del comercio; además, el hecho de que sean de bajo coste favorece su consumo. Los hábitos alimentarios inadecuados, entre otros factores obesogénicos, determinan que el sobrepeso y la obesidad sean problemas de gran calado social y sanitario. Por ello, las intervenciones dirigidas a mejorar dichos factores representan una prioridad en la salud pública mundial.

Los centros escolares, como proveedores de alimentos, configuran un ámbito privilegiado para promocionar una alimentación saludable, aunque existen diversos obstáculos: la rentabilidad económica de la venta de productos baratos y de baja calidad y su accesibilidad en los alrededores de los centros educativos. La existencia de cafetería en el centro escolar podría considerarse un predictor de dieta insalubre y la probabilidad del consumo de golosinas, paquetes de fritos y bollería aumenta con su existencia (García-Padilla, 2016).

Desde el punto de vista sanitario, lo más adecuado para afrontar este problema es la prevención primaria, ya que el objetivo de la misma es disminuir la frecuencia o intensidad de los factores de riesgo, con el fin de disminuir la aparición de nuevos casos de enfermedad, en este caso la obesidad.

En España, se encuentra vigente un programa denominado «Estrategia NAOS» (Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), que se publicó en el Boletín oficial del Estado el 22 de enero del 2004. Esta estrategia tiene como objetivos relevantes para la obesidad infantil: *a)* invertir la tendencia de la prevalencia de obesidad y, de forma particular, de obesidad infantil; *b)* promover la práctica regular de actividad física y la adquisición y mantenimiento de un patrón de alimentación saludable y equilibrada en

función del gasto energético; *c*) lograr una mejor atención a los pacientes con obesidad, y *d*) fortalecer los sistemas de vigilancia y de información sobre obesidad.

Los años 2006 y 2007 el Comité de Nutrición de la Asociación Española de Pediatría publicó unas recomendaciones generales para la prevención y el tratamiento de la obesidad haciendo hincapié en los aspectos dietéticos (Moreno, 2012).

Las enfermedades cardiovasculares son la principal causa de muerte en Colombia y en el mundo pues generan alto impacto para los sistemas de salud y un efecto negativo en la calidad de vida de las personas que las padecen. En el año 2008, el 63% de las muertes alrededor del mundo se atribuyeron a patologías cardiovasculares, con una afectación económica adversa para países en vía de desarrollo como Colombia.

En un estudio de análisis económico realizado por Díaz et al, entre el año 1998 y 2011 acerca de la mortalidad prevenible en Colombia, se estimó que el costo por patología isquémica del corazón estuvo entre los 2,6 y 4,8 billones de dólares y que las muertes se dieron principalmente en población en edad laboral.

Esta condición mórbida está fuertemente relacionada con factores de riesgo modificables como el sedentarismo y la alimentación inadecuada que, a través de un cambio a estilos de vida saludables, permite a muy bajo costo, impactar de manera positiva la misma (Palmett-Ríos, 2017).

Los niveles de actividad física y condición física se relacionan con numerosos parámetros indicativos del estado de salud, entre ellos la grasa corporal. El fomento e incremento de los niveles de actividad física, por un lado, y/o la mejora de la condición física, por otro, pueden tener un papel fundamental en la prevención del sobrepeso y la obesidad no solo durante la propia infancia y adolescencia sino incluso años más tarde.

En consecuencia, es necesario analizar críticamente el estado actual de conocimiento y la evidencia actual que se desprende de estudios epidemiológicos para, con ello, realizar un adecuado diseño de los posibles programas de prevención que se puedan poner en marcha.

El presente trabajo pretende sintetizar la información científica disponible, procedente de estudios transversales y longitudinales, sobre la relación entre actividad física, condición física y sobrepeso u obesidad durante las primeras etapas de la vida (Ortega, 2012).

El envejecimiento humano es un fenómeno condicionado por el avance socioeconómico y científico, que ha permitido una mayor supervivencia. Actualmente tenemos una esperanza de vida de 78,9 años para los hombres y de 84,9 años para las mujeres, lo que supone uno de los logros mayores de los países desarrollados.

Los procesos de envejecimiento no son claros, pero la alimentación y la nutrición desempeñan papeles esenciales. Las personas mayores se vuelven vulnerables en relación con la salud nutricional debido a los cambios fisiológicos, psíquicos y sociales, y a las enfermedades crónicas que aumentan el riesgo de malnutrición en este colectivo.

Es necesario conocer cómo se alimenta la población mayor (identificar los alimentos ingeridos, las raciones que consumen, su aporte energético) y sus hábitos de vida para fundamentar recomendaciones al respecto que incidan positivamente en su salud. Según Varela Morelas y Alonso Aperte, la nutrición en personas mayores es la revolución pendiente y debería constituir una auténtica prioridad pública en una sociedad avanzada y progresista como es la española (Gómez, 2015).

Algunos factores ambientales relacionados con condiciones de vida, tales como la lactancia materna, alimentación complementaria, la creciente inseguridad, el sedentarismo y factores tecnológicos, resultan relevantes para este proceso. Además, se ha podido demostrar con un nivel de asociación significativa, en particular en niñas, la relación entre el consumo de comida rápida y el nivel de sobrepeso.

Según Torresani, esta comida por lo general contiene grandes cantidades de sodio, grasas saturadas y azúcares de rápida absorción, además de poseer escaso valor nutricional; está basada en menús de fácil preparación, es cómoda de ingerir, rápida de obtener y tiene una gran diversidad de sabores lo cual la hace más atractiva entre escolares y adolescentes.

Un estudio de tipo prospectivo realizado entre escolares obesos del Reino Unido, identificó los principales factores de riesgo de un total de 25 seleccionados, entre estos señaló, que la obesidad paterna aumenta 2,5 veces el riesgo de obesidad en los hijos, la obesidad materna 4,2 veces, y la presencia de ambos padres en el hogar les confiere un incremento de 10,4 veces la posibilidad de desarrollar obesidad (Trezzo-Terrazzino, 2014).

La inseguridad alimentaria (IA), medida a través de la Escala Latinoamericana y Caribeña de Seguridad Alimentaria (ELCSA), identifica la percepción de inseguridad

alimentaria y experiencias de hambre en el ámbito de los hogares. La ELCSA es utilizada en México como indicador de carencia por acceso a la alimentación de los hogares, que es una de las dimensiones de la pobreza multidimensional que utiliza el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval).

La IA, que resulta del acceso limitado a una dieta adecuada, es una de las causas inmediatas reconocidas de la desnutrición de los niños menores de cinco años. Por esta razón, es de esperar que la IA se asocie con la desnutrición, la cual tiene efectos adversos en la salud y el desarrollo.

La desnutrición que ocurre principalmente durante la gestación y los primeros dos años de vida es causa de 35% de las muertes en niños y niñas menores de cinco años y contribuye con 11% de la carga total de enfermedad en el ámbito global. Además, sus efectos en salud y desarrollo de capacidades persisten en el largo plazo, de ahí la importancia de su prevención y control (Cuevas-Nasu, 2014).

En los últimos años se han producido importantes cambios en la manera de educar a los niños, con tendencia a una mayor permisividad por parte de los padres, lo que ha conducido a alteraciones en los patrones de alimentación. La infancia es un periodo de crecimiento y desarrollo rápidos, por lo que es importante tener una alimentación adecuada tanto en cantidad como en variedad, para así conseguir un crecimiento correcto y lograr también un desarrollo intelectual e inmune óptimos. Es una época clave que determinará además el estado de salud en la vida adulta.

La valoración del estado nutricional es una herramienta básica en la atención del niño, debiendo siempre recoger la historia nutricional y realizar una exploración física detallada. La historia nutricional siempre deberá incluir curva de crecimiento del niño en peso, talla y perímetro craneal (en menores de 2 años), así como la ingesta dietética habitual incluyendo preguntas sobre cantidad, calidad, variedad, frecuencia, duración, quiénes y cómo le dan la comida y de la actitud del niño y de los padres frente a la ingesta (Martínez-Villanueva, 2014).

Un estudio realizado en Barcelona (España), analizó el impacto de una intervención educativa sobre hábitos alimentarios, realizada en 2014, en la población de alumnos de primero de la ESO de los 3 institutos, que colaboraban con los profesionales de enfermería

del programa «Salut i Escola», del área de influencia del CAP Terrassa Sud (grupo Mútua Terrassa), y la satisfacción con el proceso. La participación fue del 100% (n=229) entre los niños que asistieron a clase los días en que se distribuyeron los cuestionarios. Se detectaron deficiencias en el desayuno. Destacó que el 32% de los adolescentes no desayunaban en casa a diario. Y el 2% de los adolescentes declararon no desayunar, ni en casa ni el patio. Además, el 10% no tomaban fruta ni siquiera una vez a la semana.

Se observó una prevalencia del 12% de sobrepeso y del 7% de obesidad. La dieta mostró diferencias estadísticamente significativas según el sexo. Las chicas consumían más vegetales, legumbres y pescado, y menos refrescos y patatas *chip*. A los 4 meses postintervención la dieta experimentó ligeras mejorías, que no llegaron a alcanzar significación estadística.

Tras la intervención aumentó el porcentaje de adolescentes que desayunaban antes de salir de casa y la calidad de la dieta. Ningún adolescente tenía el hábito de tomar un desayuno completo en la preintervención y el 10% lo adquirió después. Tras desaconsejar algunos alimentos populares entre escolares con valor nutricional mínimo (golosinas, determinados refrescos y otros productos), su consumo disminuyó. (Sabio, 2015)

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, menciona que el estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo de este año se advierte que la tendencia observada en años anteriores de disminución de la subalimentación parece haberse detenido, y podría incluso haberse invertido debido, en gran medida, a los factores antes mencionados. Al mismo tiempo, aunque se sigue avanzando hacia la reducción de la malnutrición infantil, el aumento de la obesidad y el sobrepeso también son un problema en gran parte del mundo. (FAO, 2017)

Normas para velar por la inocuidad de los alimentos. Se ha insistido en que el consumo de alimentos orgánicos incrementa la exposición a contaminantes microbiológicos. Los estudios que han indagado esta afirmación no han encontrado datos que la sustenten. Es importante darse cuenta de que todos los alimentos orgánicos deben cumplir con las mismas normas de calidad e inocuidad que se aplican a los demás alimentos, a saber:

Las normas sobre requisitos generales (higiene de los alimentos) del Codex Alimentarius y los programas sobre inocuidad de los alimentos que se basan en el sistema

de análisis de peligros y puntos críticos de control, donde lo exijan los reglamentos nacionales. (FAO, 2000)

Manipulación postcosecha. Otros puntos del trayecto que recorren los alimentos y donde puede haber contaminación son el momento de envasar, la elaboración, el transporte y el almacenamiento, aunque también en estos casos, lo mismo puede ocurrirles a los alimentos orgánicos que a los de otros tipos. El principal objetivo del envase es asegurar la estabilidad microbiológica de los alimentos durante un periodo determinado, propósito que también aplica a los alimentos orgánicos. (FAO, 2000)

Pero, ¿qué es precisamente un producto orgánico? Son todos aquellos productos agrícolas o agroindustriales que se elaboran bajo un conjunto de procedimientos para obtener productos libres de fertilizantes, pesticidas o herbicidas de origen químico, más saludables y amigables con el medioambiente. En Chile, la agricultura orgánica se rige por la ley N° 20.089, cuyo fin es asegurar y certificar que los productos sean producidos, elaborados, envasados y manejados de acuerdo a reglamentos y normas técnicas. (Organic Monitor, 2018)

Ecuador necesita incorporar campañas de educación alimentaria para alcanzar el impacto positivo esperado sobre los hábitos alimentarios de los ecuatorianos, y no interfiera de una manera equívoca en la elección de alimentos (Andrade, 2017).

Ecuador exporta en cuanto a productos orgánicos, Bananas (38%), Cacao (30%), Plantas Medicinales (8%), Café (7%), Quínoa (35) y otros productos (14%). (Agrocalidad, 2013)

El etiquetado de alimentos constituye un derecho del consumidor y un deber de las empresas alimentarias, para proteger al consumidor. Una de las formas de etiquetado de alimentos es el sistema semáforo diseñado por la Food Standard Agency del Reino Unido para mejorar el entendimiento del etiquetado nutricional en alimentos industrializados. Estudios afirman que el etiquetado nutricional ayuda a mejorar la alimentación, a través de la elección de alimentos sanos, pero en países como Italia, la utilización de este sistema, constituyó un efecto negativo para el comercio, así como una interferencia en la capacidad de elegir del consumidor.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo se utilizará el método documental, se citarán a expertos del tema en seguridad alimentaria, de estas citas se hará análisis con la finalidad de establecer las características o preferencias del consumidor en Ecuador.

En el desarrollo de esta investigación para la recopilación de información se recurrió a referencias de diversos autores con la finalidad de hacer análisis a los artículos científicos, estudios, y otros documentos de carácter científico a este trabajo se denomina como metodología documentada.

En todo trabajo es importante conocer la opinión de expertos en las temáticas a investigar de esto se puede hacer un análisis y la comparación de las hipótesis, o variables y medir los indicadores en base a las estrategias aplicadas, la información que se registra, en todo trabajo, se debe considerar como importante, pero no como la última palabra en el diseño, siempre existen nuevas formas de diseñar nuevas estrategias de mercado.

Lo importante de la metodología documentada, es que permitirá determinar las preferencias del consumidor y la incidencia en la salud de la población, se debe recordar que las principales causas de muerte son el cáncer, diabetes y problemas cardiovasculares, principalmente en Latinoamérica, ya que el promedio de vida a reducido, sin embargo, se podrá observar las nuevas tendencias del consumidor a consumir productos orgánicos.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

El desarrollo de este trabajo se fundamenta en el bienestar de la población cuando tiene acceso a alimentación segura, que en la actualidad se caracteriza por poseer niveles altos proteínicos y nutrientes, la característica de estos productos es que en sus procesos usan tecnologías amigables con el medio ambiente, se puede decir que estos productos calificados como orgánicos, son aquellos en los cuales no se utilizan químicos, para un mejor desarrollo se analizó las diferentes referencias tomadas por diversos autores.

Es importante saber que los productos orgánicos son de origen agropecuario, los mismos deben contar con certificación aceptada a nivel internacional, estos productos son considerados como orgánicos, ecológicos, y biológicos, esto quiere decir que dentro de su producción no se utilizan fertilizantes artificiales, plaguicidas convencionales ni se utilizan transgénicos, en el caso de los productos agrícolas y en el caso de productos orgánicos animales su crianza es sin administración sistemática de antibióticos y hormonas de crecimiento, cuidando del bienestar del animal y amigables con el medio ambiente.

Según Laura Salvador Martínez en el año 2016, manifiesta que la seguridad alimentaria se refiere aquella población que tiene accesos a productos inocuos, es decir, sometidos a estrictos procesos de seguridad e higiene, y esto depende en gran medida a su poder adquisitivo, también hace eco, de que el crecimiento poblacional contribuye a la degradación y contaminación del ecosistema, en cuyo caso se establece que la responsabilidad de la comunidad es exigir mayor control a los procesos de producción de productos seguros. La población que por falta de conocimientos de campañas y de programas inocentemente consumen productos convencionales o tradicionales, se puede notar como enfermedades se incrementan entre ellas el cáncer la diabetes, hipertensión entre otras.

Según Lockeretz en el año 2007 determinó que en la actualidad existe mayor interés por parte del público en cuanto a la relación del medioambiente y el cultivo de productos agrícolas, favoreciendo al crecimiento de granjas orgánicas en todo el mundo.

Según Ramos en el año 2016 determinó que la agricultura orgánica, combina tradición, innovación y ciencia, para beneficiar el ambiente que compartimos y crear relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ella.

Los abonos orgánicos poseen altos contenidos de nitrógeno mineral y cantidades significativas de otros elementos nutritivos para las plantas ya que es el material resultante de la descomposición natural de la materia orgánica por acción de los microorganismos presentes en el medio, los cuales digieren los materiales, transformándolos en otros benéficos que aportan nutrimentos al suelo y, por tanto, a las plantas que crecen en él.

Para los autores Blázquez-Abellán et al en el año 2015 la alimentación segura y saludable está directamente relacionada con el factor económico, estos casos se dan en el mediterráneo; sin embargo, entre los alimentos recomendados se encuentran: el pescado, verduras, frutas, es lo que más se tiene en el país, por lo que debería existir un control y asesoría a los pequeños agricultores en la aplicación de procesos mediante abonos orgánicos. El gobierno y sus instituciones, son las encargadas de brindar el soporte técnico, mientras las autoridades no comprendan que es mejor prevenir las enfermedades, porque el costo de curarlas es más alto.

Esta estrategia debería implementarse, teniendo en cuenta, que en primer lugar se debería concientizar a la población al respecto y plantear la producción ecológica o amigable con el medio ambiente, en cuanto a la publicidad que restringen o comunican a la población de las características de un producto sólo se observa los semáforos nutricionales.

Antentas y Vivas en el año 2014, se refieren también de manera directa al factor económico, y que la población ha recortado los gastos en la alimentación, sin embargo, no se debería considerar que gastar en productos con bajos niveles en proteínas, necesariamente se le deba atribuir a gastar más, La población debe educarse, no sólo debe esperar del Estado la información porque quienes están en riesgo son directamente sus familias. Lastimosamente el ecuatoriano gasta más en ropa o artículos para el hogar que en la propia alimentación, vive mucho del que dirán, eso afecta a la familia la prioridad debe ser la alimentación.

Antentas en el año 2014, expone un tema interesante en la alimentación, que la población al recortar los gastos en alimentación, no considera o prioriza los alimentos con

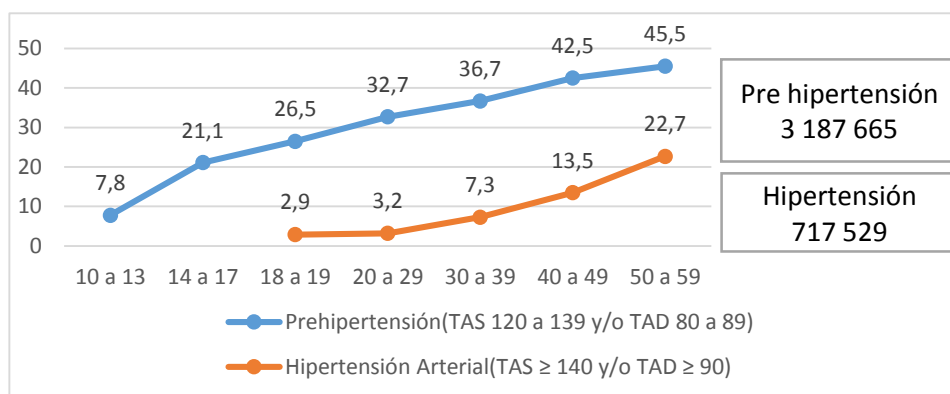
altos niveles de proteína, lo que crea deficiencias, esto también se observa en nuestro medio, la falta de conocimiento conlleva a que la población, desmejore la calidad en la alimentación, en nuestro medio las legumbres y verduras en el medio se puede decir que son más accesibles, sin embargo prefieren las frituras y otros.

García-Padilla en año 2016, hace énfasis en la mala alimentación que conlleva a la obesidad, que es un problema que se está incrementando en el país, el consumo de golosinas, incluso las cafeterías son consideradas en estos países como dieta insalubre, la educación en la alimentación de la familia es imprescindible, la población no puede considerar como alimentos sano todo aquello que para el gusto sepa bien. Existe algo muy curioso en Europa, en cuanto a la cultura de consumo de productos llamadas en Ecuador como golosinas en Europa los niños/as consumen en muy pocas cantidades. Lo que lleva a pensar que los malos hábitos alimenticios son desde pequeño promovido por los padres.

En Ecuador las tres primeras causas de muerte se han incrementado según La Organización Mundial de la Salud, la diabetes y la hipertensión son las enfermedades principales (véase figura 4). Debido a estas y a otras enfermedades tales como: obesidad, cáncer, osteoporosis entre otras se han creado políticas o estrategias, basadas en normativas entre ellas el semáforo nutricional, esta estrategia se enmarca en el conocido marketing comunicacional, la que busca influenciar la decisión de compra de un producto en base a los valores nutrientes o proteínicos, el semáforo nutricional es una de las reglas impuestas a todas las empresas alimenticias que oferten productos alimenticios.

Figura 4

Prevalencia de valores alterados de tensión arterial a escala nacional y por grupos de edad (%)



FUENTE: ENSANUT- ECUADOR 2011-2013

Según Palmett-Ríos, Héctor E. en el año 2017 las principales causas de muerte son las enfermedades cardiovasculares, por la mala alimentación, y que Colombia gastó alrededor de 2,6 y 4,8 millones de dólares en atención a sus pacientes, esta cifra lleva a la reflexión y que este tipo de trabajos de investigación se difundan mediante estrategias de mercado.

Según Moreno L, Gracia-Marco en el año 2012, Comité de Nutrición de la Asociación Española de Pediatría, se refieren a que existe un programa de alimentación con la finalidad de reducir los casos de obesidad, se puede observar que en estos países Europeos existen programas y estrategias para disminuir los malos hábitos de alimentación, porque finalmente el Estado debe invertir en las enfermedades que adquiere su población, en el Ecuador el consumo de productos convencionales o rápidas como se las conoce lleva que enfermedades como el cáncer y la diabetes producidas por la mala alimentación sean las enfermedades con mayores índices de mortandad. Este estudio busca concientizar y convertirse en una guía práctica mediante la cual podamos decidir cambiar los hábitos de consumo. La estrategia en España se llama NAOS, Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la obesidad, estos ejemplos y experiencias son dignos de investigar, y acoplarlos dentro del Ecuador.

Sanna, Domingo en el año 2013, Determina la influencia del marketing en la decisión de compras este libro determina que las redes sociales en la actualidad es un medio mediante el cual, se puede llegar al consumidor e influenciar al comprador, una buena campaña de marketing, puede educar al consumidor en lo referente al consumo de productos orgánicos frente al consumo de productos convencionales, estos medios de comunicación fortalecen la comunicación entre las empresas y el consumidor por lo que se puede decir, que una campaña a nivel nacional de los beneficios que conlleva la alimentación segura, y las enfermedades que provoca el consumo de los alimentos convencionales bajos en proteínas, es una estrategia en que el Marketing puede influenciar, mediante mensajes claros y directos.

Miguel Royo Bordonada en el año de 2013, hace hincapié que en España, tienen un código de protección conocido como el sic, que consiste en la regulación a la publicidad de alimentos seguros durante ciertas horas del día, debido a que en esas horas existe mayor cantidad de niños/as televidentes, sin embargo, realizando un análisis de la publicidad,

encontraron que el 71,2% de la publicidad de productos no permitidos o con bajo nivel proteínico se anunciaban en horarios no permitidos, este tipo de reglamentación en Ecuador no existe en cuanto a la alimentación. Existe un control en la televisión referente a los contenidos fuertes (sexuales).

Para los autores Soares et al en el año 2017, manifiestan que en España hay leyes que regulan y controlan la alimentación en los comedores de Educación Primaria (CEP) , sin embargo manifiestan que existe un vacío legal, porque no existe control en la compra que realizan estos comedores, es el caso similar que se da en Ecuador existe la ley de bares que son los encargados de la alimentación de Escuelas y Colegios, sin embargo se observa a diario que se violenta esta ley, porque no hay control dentro de los bares y la alimentación que se les provee a los alumno/as no es la adecuada. Todo esto influye en las enfermedades y las bajas defensas de los alumnos/as, sumado a la falta de cultura de una alimentación a alimentos seguros o sanos empeora la situación de la población.

Según Harold Silva en el año 2014, manifiesta que las estrategias de marketing se realizan en base a las necesidades del consumidor, si las necesidades son más amplias existe mayores oportunidades de realizar las estrategias y de ofertar una variedad de productos, sin embargo, hay que recordar que esta estrategia también las utilizan las empresas que ofertan productos convencionales entonces hay que atacar en la información basada en la salud poblacional, por lo que dentro de las políticas de estado y sus estrategias se debe incluir campañas agresivas para salvaguardar la salud de la población, y esta debe estar por encima de los interés económicos de las empresas.

Este autor establece que las decisiones de compra se basan en cuatro factores, que son: la motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes, en estos factores hay que trabajar mediante el diseño gráfico como se analizó en la referencia anterior, el ser humano y su instinto de sobrevivencia hay que aprovecharlo.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

La Agencia Francesa Mundial mediante la recopilación de información por Organismos a nivel Internacional manifiesta que la diabetes en el 2016 ocasionó 1,43 millones de muertes y el cáncer produce 9 millones. Con la finalidad de que el número el número de víctimas y muertes causadas por la diabetes en la población ecuatoriana, se concluye que, dentro de las estrategias de las Instituciones del Estado, como es el Ministerio de Salud, se incluyan campañas de marketing que utilicen la herramienta del diseño gráfico, para que promueva el consumo de productos orgánicos basado en seguridad alimentaria frente al consumo de productos convencionales.

La apertura de tiendas naturales y la participación de supermercados han favorecido al desarrollo de la demanda, especialmente en Europa. Sumándose las ferias que realizan los agricultores, los que han sido en menor grado participantes de fijos de este mercado, predominando las frutas y vegetales. Mencionando, que el porcentaje de consumos orgánicos a nivel mundial circunda el 15% aproximadamente. Según Méndez en el 2015 la sociedad está cambiando y sobretodo las tecnologías se están aplicando a nuevas áreas y la agricultura orgánica no está fuera de este escenario, incorporando a la web 3.0 formando un cambio en la agricultura tradicional convertida en una agricultura sostenible e inteligente.

Cabe recalcar que, aunque en Ecuador se exporte y no se consuma en la misma proporción los alimentos orgánicos, el consumo es cada vez mayor debido a que el ciudadano está buscando ingerir alimentos sanos, con sus nutrientes y minerales intactos hasta 69% más que el producto no orgánico y sin químicos así evita cualquier proceso de metabolización y eliminación de toxinas que incita el alimento convencional. Es muy importante la certificación como producto orgánico de dichos alimentos. Como menciona Sánchez en el año 2017 la contaminación ambiental es muy grande, por lo que es casi imposible que un alimento sea orgánico al 100%, es decir, lo puede ser por las condiciones de cultivo, pero no se lo podría certificar en su totalidad, entonces, aunque es muy beneficioso ingerir alimentos orgánicos, si no se tiene la seguridad de que dichos alimentos lo sean, no se podrá aprovechar la ventaja.

Las políticas de estado, tal como la obligatoriedad de la semaforización dentro de los productos que marcan ciertas características en los productos que se ofertan deben ampliarse. Es notable e importante la obligatoriedad de la venta de los alimentos en los bares escolares, sin embargo, el control debe ser estricto, siendo relevante que dentro de las campañas de marketing se concientice a la población al acceso y la decisión al consumir productos ecológicos, biológicos y amigables con el ecosistema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, L. M. (2018). Estrategias de Marketing para el mercado de productos orgánicos en el Ecuador. *Espacios*, 24.
- Adasme-Berrios, C. R.-R.-T. (2011). Dimensiones que caracterizan el consumo potencial de alimentos orgánicos en la Región del Maule, Chile. *Ciencias Agrarias Universidad Nacional de Cuyo*, 43.
- AFP. (2 de 5 de 2017). Recuperado el 4 de 28 de 2018, de <https://www.elespectador.com/noticias/salud/una-de-cada-cinco-muertes-en-el-mundo-esta-asociada-la-mala-alimentacion-articulo-713265>
- Agrocalidad. (13 de 07 de 2013). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/362331657/1-Normativa-e-instructivo-de-la-Normativa-General-para-Promover-y-Regular-la-Produccion-Organica-Ecologica-Biologica-en-Ecuador-pdf>
- Agrocalidad. (4 de 08 de 2017). *Ecuador ama la vida*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/inocuidad-de-los-alimentos/productos-organicos-ecuador/>
- Andrade, A. S. (2017). *cienciamerica*. Obtenido de <http://cienciamerica.us/openjournal/index.php/uti/article/view/125>
- Antentas, E. V. (2014). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-gaceta-sanitaria-138-articulo-impacto-crisis-el-derecho-una-S0213911114001010?referer=buscador>
- Blasquez, L.-T. J. (7 de 12 de 2015). Recuperado el 8 de 3 de 2018, de <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-alimentacion-saludable-autopercepcion-salud-S0212656716000238>
- Cuevas-Nasu, M. J.-D.-L.-R.-G. (2014). *SCIELO*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0036-36342014000700008&script=sci_arttext
- FAO. (28 de 7 de 2000). Recuperado el 15 de 5 de 2018, de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq4/es/>
- FAO. (2017). Recuperado el 16 de 4 de 2018, de <http://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/1038089/>
- García-Padilla, A. G.-R. (6 de Septiembre de 2016). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-los-servicios-cafeterias-promocion-salud-S0212656716304036?referer=buscador>
- Gómez, J. M. (29 de Noviembre de 2015). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-medicina-general-familia-edicion-digital--231-articulo-alimentacion-habitos-saludables-una-poblacion-S1889543315000699?referer=buscador>

- Martínez-Villanueva, M. R. (Junio de 2014). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-anales-pediatria-37-articulo-la-importancia-historia-nutricional-S1695403313004244?referer=buscador>
- Moreno, L. G.-M. (24 de Abril de 2012). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-anales-pediatria-37-articulo-prevencion-obesidad-desde-actividad-fisica-S1695403312002482?referer=buscador>
- OMS. (20 de 11 de 2013). Recuperado el 28 de 4 de 2018, de http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1072:noviembre-20-2013&Itemid=972
- Organic Monitor. (16 de 5 de 2018). Recuperado el 16 de 5 de 2018, de <http://www.culturaorganica.com/html/articulo.php?ID=22>
- Ortega, J. R. (8 de Octubre de 2012). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-endocrinologia-nutricion-12-articulo-actividad-fisica-condicion-fisica-sobrepeso-S1575092213000053?referer=buscador>
- Palmett-Ríos, H. E. (08 de Mayo de 2017). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-colombiana-cardiologia-203-articulo-estudio-transversal-sobre-estilos-vida-S0120563317300815?referer=buscador>
- Ramos, M. A. (14 de 10 de 2016). Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3404/MIRANDA%20RAMOS%20EDWAR%20ALEXANDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Royo-Bordonada, M. Á. (2013). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-gaceta-sanitaria-138-articulo-pueden-contribuir-las-industrias-alimentaria-S021391111300040X?referer=buscador>
- Sabio, A. C. (2015). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-semergen-medicina-familia-40-articulo-promocion-habitos-alimentarios-saludables-adolescentes-S1138359315003019?referer=buscador>
- Salvador, L. M. (13 de Abril de 2016). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-problemas-del-desarrollo-revista-latinoamericana-86-articulo-seguridad-alimentaria-autosuficiencia-y-disponibilidad-S0301703616300256?referer=buscador>
- Senthilingam, M. (14 de 12 de 2015). Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2015/12/14/estos-son-los-paises-con-mayor-expectativa-de-vida-del-mundo-cual-es-su-secreto/>
- Soares, P. C.-B. (2017). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-gaceta-sanitaria-138-articulo-compra-alimentos-proximidad-los-comedores-S0213911117301796?referer=buscador>
- Trezzo-Terrazzino, N. G.-C.-F.-B. (2 de Julio de 2014). *Elsevier*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-familiar-223-articulo-frecuencia-sobrepeso-obesidad-infantil-un-S1405887116300323?referer=buscador>