

ARROZ ORGÁNICO UNA ALTERNATIVA PARA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Luis Cortez¹, Pilar Vargas¹

¹Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Facultad de Periodismo, Av. De las Américas. Guayaquil Ecuador, Teléfono 2287-200 / Apartado postal 11-33. Contacto: lcorteza@ulvr.edu.ec, pvergasc@ulvr.edu.ec

RESUMEN

Siendo el Ecuador un país productor de arroz para su consumo interno, y existiendo una tendencia mundial hacia la conversión en la producción agrícola, de lo tradicional a lo ecológico u orgánico; es importante conocer la percepción que tienen los consumidores guayaquileños sobre el consumo de productos orgánicos y su intención de compra de arroz orgánico. Para el efecto se realizó un sondeo de opinión, la misma que permitió conocer algunos factores como conocimiento de productos orgánicos, frecuencia de compra, intención de compra, lugares de compra, precio, que deberán tenerse en consideración con los consumidores en el momento en que los productos se encuentren en los puntos de venta. El sondeo fue dirigido a los consumidores del segmento medio y medio alto de Guayaquil, y aplicado durante los meses de febrero y marzo del año 2013 obteniendo como resultados, que los guayaquileños de estos segmentos estarían dispuestos a comprar arroz orgánico, y que podrían pagar un valor superior al que actualmente tiene el arroz tradicional en el mercado, siempre y cuando sea de calidad y que los procesos de seguridad alimentaria primen en el proceso de producción y comercialización.

Palabras claves: Demanda, producción, comercialización, arroz orgánico, salud, ambiente

Introducción

Una de las actividades productivas más importantes del sistema agrícola del Ecuador es el arroz; su producción en el Litoral ocupa el primer lugar, seguido por el cacao, banano y maíz, teniendo una superficie sembrada de 419.821 ha, involucrando en su producción aproximadamente a 140.000 familias,

según cifras proporcionadas por el INEC¹ 2009 (Tabla 1).

La labor agrícola tradicional del arroz requiere el uso de fertilizantes artificiales, matamalezas, herbicidas y productos para el control de enfermedades, como la urea, el muriato de potasio, paraquat, glifosato, entre otros, los que afectan negativamente al eco –sistema y a la materia orgánica de los suelos de cultivo, generando cambios

¹ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/guayas.pdf

de la actividad microbiológica y química del mismo.

Tabla 1. Producción, superficie, rendimiento del arroz, año 2009

SUPERFICIE HAS. SEMBRADAS	419,821
SUPERFICIE HAS. COSECHADAS	394,813
PRODUCCION TONELADAS	1,579,41
VENTAS TONELADAS	1,451,78
RENDIMIENTO TN/HA	4
PRECIO \$ TONELADA	407,57
VENTAS USD.	374.642,80

Fuente: INEC, Ecuador en cifras.com

En el contexto mundial y nacional en los últimos tiempos, se ha dado énfasis a la protección del medio ambiente y a la seguridad alimentaria, como se establece en el pronunciamiento del I Congreso de Seguridad Alimentaria y Nutricional: construyendo un abordaje integral 2012, desarrollado en la Universidad de Costa Rica en la ciudad de San José, donde se promueve la creación de una concienciación de estos temas, lo que debería generar el desarrollo de una agricultura eficiente y sustentable, fomentando en los cultivos prácticas y técnicas amigables con el medio ambiente. En nuestro país en el año 2010 se dictó la Ley orgánica de soberanía alimentaria, misma que tiene como objetivo establecer políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción, transformación y consumo de alimentos sanos procedentes de la pequeña y mediana producción campesina.

La demanda mundial por el consumo de productos orgánicos crece entre el 20 y 25% anual, según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO). En el Ecuador, según el estudio de consumo de productos orgánicos en

los hogares ecuatorianos publicado en diciembre de 2008 por la Organización No Gubernamental Veco Ecuador, siete de cada 100 personas conocen estos productos, de ellos cinco los consumen.

En el estudio que se viene desarrollando para establecer un modelo que permita el proceso de transición de tradicional hacia el orgánico, se ha determinado el grado de interés que tienen los agricultores de producir arroz orgánico entre los productores de la zona de Yaguachi en el Litoral ecuatoriano, lo que ha permitido continuar con el proyecto “Diseño de un modelo que fomente la producción sana, rentable y sustentable del arroz orgánico en la zona de Yaguachi”, que como docentes investigadores de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, se lo está ejecutando (Cortéz y Barzallo, 2012).

Es importante que se tengan leyes que apoyen a este proceso, sobre todo en la comercialización, siendo una exigencia que un porcentaje de los productos que se colocan en las perchas sea de producción orgánica, así mismo debemos continuar en la difusión de los beneficios para la salud y el medio ambiente, y de las buenas prácticas en la agricultura.

Es por esto, que hemos realizado un sondeo de opinión, para conocer la oportunidad que los productos orgánicos podrían tener una vez que estén disponibles para la venta.

Razón por lo que se acudió a los consumidores de arroz de la ciudad de Guayaquil, que es una de las ciudades más importantes de la zona del Litoral ecuatoriano, para saber si estos tienen conocimiento sobre los beneficios que otorga a la salud los productos orgánicos, y para determinar el grado de interés en consumirlo, información que será valiosa para los productores sobre la existencia de un mercado potencial.

Como antecedentes de las experiencias en trabajos con arroz orgánico en el Ecuador podemos citar a los trabajos con abonos

orgánicos realizados con *Azolla* por ejemplo (Montaño, 2012)

Metodología

El estudio realizado para conocer la posibilidad del consumo de arroz orgánico se basa en una investigación cuantitativa, dirigido a hogares de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se diseñó una encuesta (Anexo 1) con el propósito de recopilar información necesaria para el desarrollo del proyecto.

La población considerada para este estudio fue obtenida de los datos proporcionados por el INEC, según censo de población del año 2010, siendo el grupo escogido los pobladores dentro del nivel socio económico A, B, C+ y C- (Tabla 2).

Tabla 2. Nivel socioeconómico de habitantes de Guayaquil

Id	Nombre	Porcentaje	Hogares por Nivel Socioeconómico
A	Alto	1,9%	11.393
B	Medio alto	11,2%	67.041
C+	Medio típico	22,8%	136.422
C-	Medio bajo	49,3%	295.450
D	Bajo	14,9%	89.349
TOTAL			599.656

Una vez determinada la población, se estableció el tamaño de la muestra objeto de estudio, según fórmula estadística de población:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{(N-1) e^2 + Z^2 p q}$$

Donde:

n= es la muestra que se quiere obtener

Z= es el valor obtenido de la distribución para el error muestral. Para un margen de error del 5% el valor de Z= 1.96

N= es el valor de la población

e= margen de error

p= valor de probabilidad aceptada

q= probabilidad de rechazo

Determinando que el tamaño de la muestra a consultar sería de 385 hogares, a quienes se les aplicaron las encuestas a jefes de familia o amas de casa, en forma aleatoria en lugares de expendio y consumo de alimentos, como el Malecón 2000, Patio de Comidas de Riocentro Ceibos y Samborondón, exteriores del Megamaxi ubicado en el Mall del Sol, Malecón del Salado, entre otros.

Resultados

Los resultados obtenidos luego del procesamiento de información y trabajo de campo realizado entre los meses de Febrero y Marzo del año 2013, fueron los siguientes, de los cuales, los más relevantes se presentan a continuación:

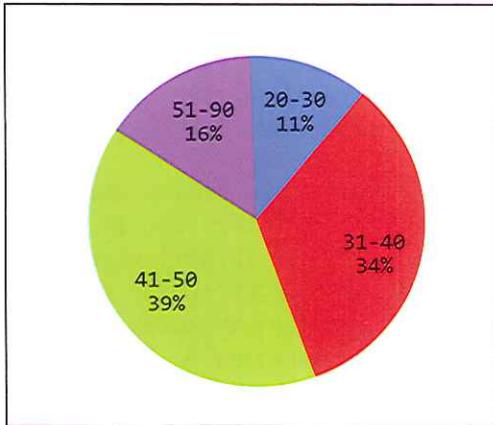


Figura 1. Edades de jefes de familia encuestados

Las edades de los jefes de familia encuestados fueron clasificadas por rangos donde se puede apreciar que el 73% se encuentran entre los 31 y 50 años (Figura 1).

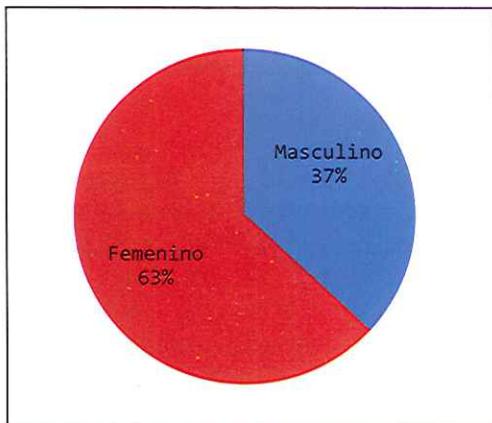


Figura 2. Género de los encuestados

De igual manera que estás en su mayoría fueron mujeres, con el 63% (Figura 2).

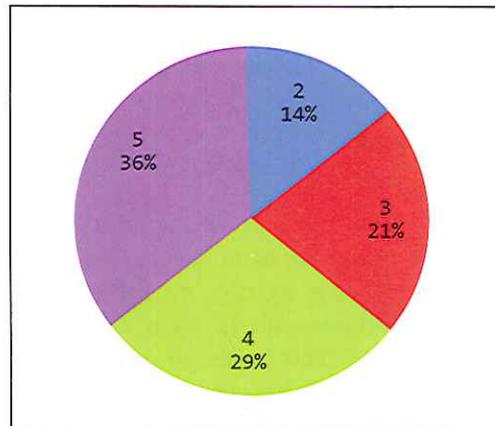


Figura 3. Número de miembros de las familias

Se consultó el número de miembros que tenía su familia, donde el 50% indicó que su familia estaba compuesta por 3 o 4 personas, mientras que el 36% indicó ser más de 5 miembros. Entendiéndose como familia, papa, mama e hijos (Figura 3).

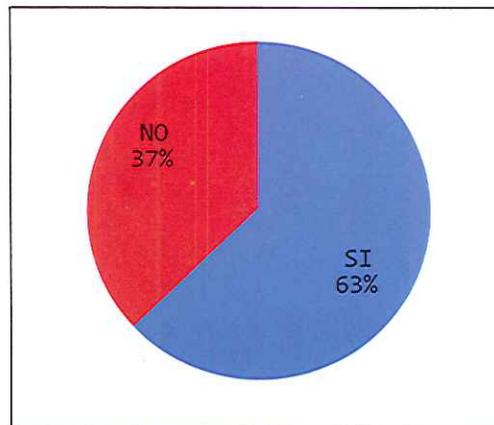


Figura 4. Conocimiento de productos orgánicos

Se pudo establecer, que existe un alto porcentaje de conocimiento sobre la existencia de los productos orgánicos, siendo el 63% quienes aseguran conocerlos (Figura 4).

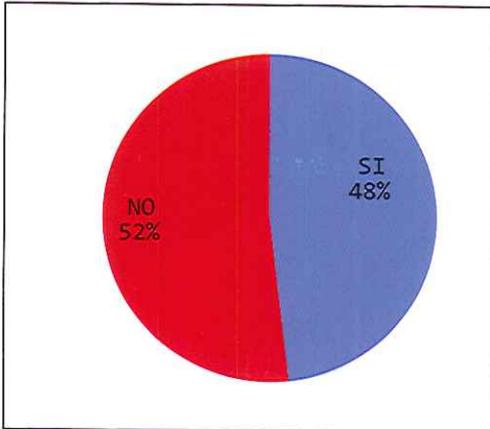


Figura 5. Conocimiento de beneficios de los productos orgánicos

Sin embargo, al consultarles sobre los beneficios de consumir productos orgánicos el 48% indicó conocer sobre los beneficios que dan a la salud estos productos (Figura 5).

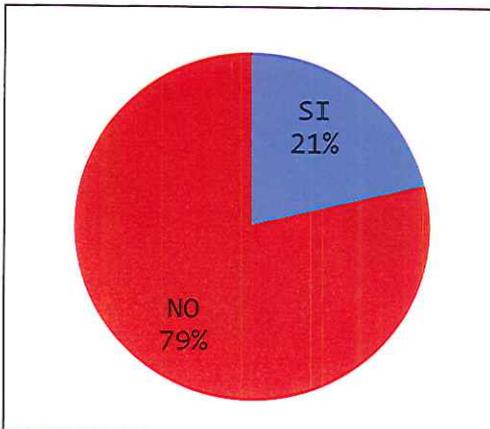


Figura 6. Encuestados que adquieren productos orgánicos

A pesar de conocer los beneficios, solo el 21% manifestó haber comprado productos orgánicos, o que ha considerado como orgánico (Figura 6).

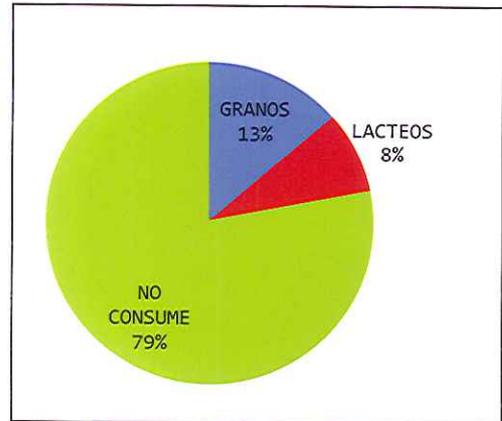


Figura 7. Tipo de productos orgánicos consumidos

De los productos orgánicos que han consumido, el 13% hace referencia a granos, y el 8% a productos lácteos (Figura 7).

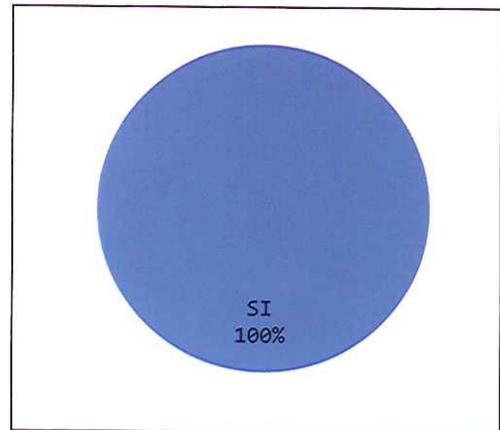


Figura 8. Consumo de arroz de los encuestados

De los consultados el 100% indicó que dentro de su dieta diaria en algún momento consume arroz (Figura 8).

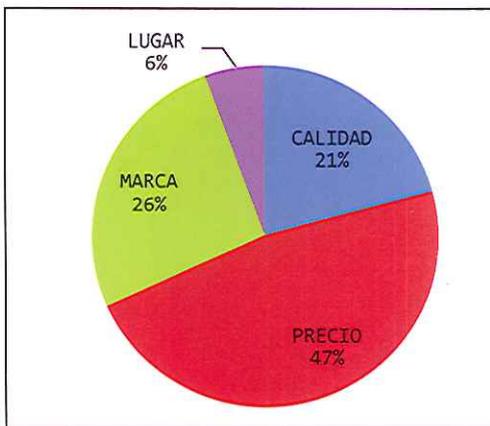


Figura 9. Factores considerados para la compra de arroz

Dentro de los factores que se consideran en el momento de comprar arroz, indican que el precio es el factor preponderante con el 47%, seguido por la marca y la calidad (Figura 9).

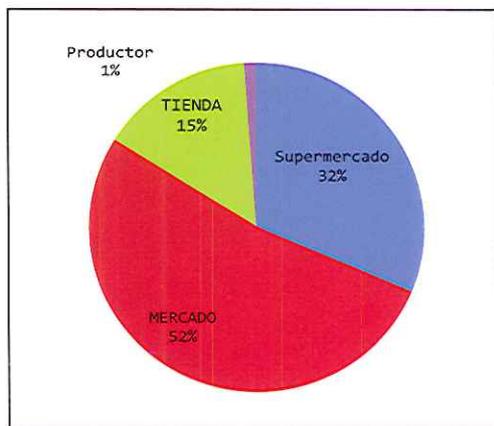


Figura 11. Lugar de compra de arroz de los encuestados

El 52% de los encuestados indicó comprar el producto en el Mercado, el 32% en los Supermercados, el 15% en las tiendas (Figura 11).

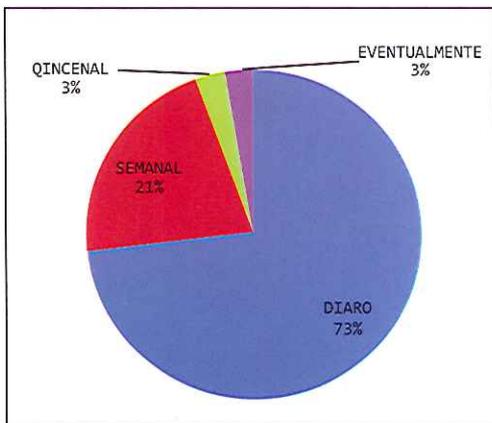


Figura 10. Frecuencia de consumo de arroz

El 73% de los encuestados indicó consumir diariamente el producto, el 21% consumirlo por lo menos una vez por semana (Figura 10).

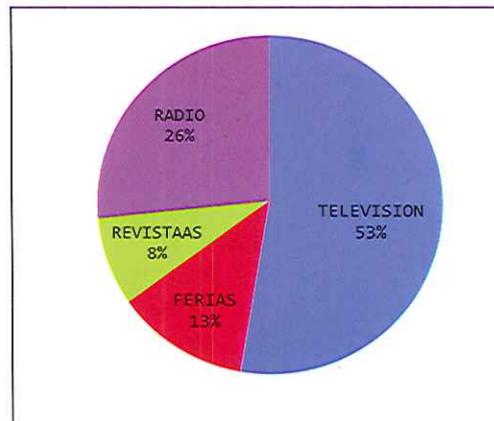


Figura 12. Preferencia de medios para informarse de los beneficios del arroz

Se consultó por qué medios le gustaría informarse sobre los beneficios del arroz orgánico, el 53% por televisión, 26% por radio (Figura 12).

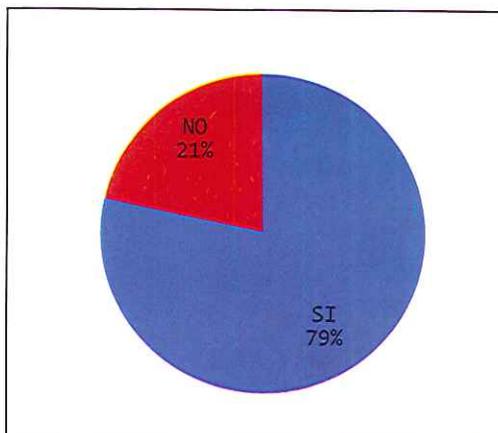


Figura 13. Porcentaje de encuestados que comprarían arroz orgánico

Al consultarles si comprarían arroz orgánico, el 79% de los encuestados indicó que si estarían dispuestos a comprarlo de existir en el mercado local (Figura 13).

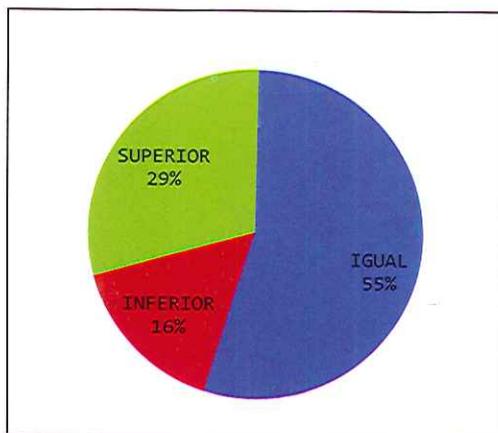


Figura 14. Precio que los encuestados pagarían por arroz orgánico

De igual manera se consultó, si el precio que estarían dispuestos a pagar por este producto y los beneficios que generarían para su salud, sería igual, superior o inferior al arroz tradicional, en un 55% indicó que esperaba que sea el mismo precio, el 29% estaría dispuesto a pagar un valor superior por el producto (Figura 14).

Conclusión

Luego del análisis realizado y sobre la base del conocimiento y comportamiento del mercado de arroz en la ciudad de Guayaquil, podemos establecer que:

- Los consumidores de la ciudad de Guayaquil, están dispuestos a adquirir productos orgánicos, siempre y cuando existan en las cantidades adecuadas de oferta en el mercado y a un precio acorde a la demanda.
- Existe un gran conocimiento de la existencia de productos orgánicos y los beneficios que estos prestan al consumidor en su salud y al medio ambiente.
- Sin embargo, no existe una conciencia de compra respecto a los productos orgánicos, debido principalmente a la falta de difusión y leyes que incentiven la oferta de los mismos en los mercados nacionales.
- Los consumidores buscarán en primer lugar la calidad del producto en el momento de decidir su compra, por lo que no será el precio el factor determinante para su decisión.
- Al ser el arroz un producto de primera necesidad y parte de la dieta diaria de los guayaquileños, su intencionalidad de compra es diaria, lo que viabiliza el proyecto de producción orgánica de arroz, los lugares preferidos por ellos para adquirir el producto son los mercados y supermercados.
- Los consumidores muestran una intención de pago superior al valor que actualmente pagan por la libra de arroz tradicional.

Recomendaciones

Existe un mercado potencial de consumo de arroz orgánico, que estaría dispuesto a adquirir este producto, al ser parte de la canasta básica y con el interés de alimentarse de una manera sana y por lo que estaría dispuesto a pagar un precio ligeramente superior al precio de mercado del arroz tradicional, orientando su consumo a productos de calidad, por lo que es recomendable iniciar una campaña de concienciación de consumo de este producto y apoyar la culminación del proyecto de investigación y su posterior socialización y transferencia de los conocimientos adquiridos en el mismo, que le permita crear una cadena de valor desde el inicio de la siembra del producto hasta que este esté en la mesa de los ecuatorianos.

Referencias

Montaño, M. 2012. Azolla: A new paradigm of the future of rice. Development Msrketplace. Disponible en: <http://blogs.worldbank.org>

Cortez, L y F. Barzallo. 2012. Identificación de las necesidades de los productores de arroz en la zona de Yaguachi para realizar una producción sana, rentable y sustentable. I Congreso de Seguridad Alimentaria y Nutricional: construyendo un abordaje integral. San José, Costa Rica.

ANEXO

FORMATO DE ENCUESTA

Perfil del encuestado

Edad

Sexo

No. Personas que componen su familia

1. ¿Conoce la existencia de productos orgánicos?

SI

NO

2. ¿Conoce los beneficios que le brindan los productos orgánicos?

SI

NO

3. ¿Adquiere productos orgánicos?

SI

NO

PORQUE: _____

4. ¿Marque con una X la categoría de alimentos orgánicos que consume?

- GRANOS
- LACTEOS Y DERIVADOS
- ACEITES, ADEREZOS Y CONDIMENTOS
- HARINAS Y PASTAS
- OTROS

5. ¿Marque con una X la categoría de alimentos orgánicos que les gustaría consumir?

- GRANOS
- LACTEOS Y DERIVADOS
- ACEITES, ADEREZOS Y CONDIMENTOS
- HARINAS Y PASTAS
- OTROS

6. ¿En la dieta alimenticia de su familia consumen arroz?

SI NO

7. ¿Qué factor influyen en la decisión de compra del arroz?

CALIDAD PRECIO MARCA LUGAR

8. ¿Con que frecuencia consume arroz en la dieta de su familia?

DIARIAMENTE POR LO MENOS 1 VEZ POR SEMANA

POR LO MENOS 1 VEZ POR QUINCENA EVENTUALMENTE

9. ¿Dónde acostumbra a comprar el arroz?

MERCADO SUPERMERCADO

TIENDAS VENTAS DIRECTA(PRODUCTOR)

10. ¿Por qué medios le gustaría enterarse de los beneficios de los productos orgánicos?

REVISTAS COMERCIALES TELEVISIVOS

FERIAS DE PRODUCTOS DE CONSUMO RADIO

11. ¿De existir en el mercado arroz orgánico, estaría dispuesto a comprarlo?

SI NO

12. El precio que esperaría tenga este producto, considerando los beneficios que le brindaría, respecto al precio del arroz tradicional

SUPERIOR IGUAL INFERIOR