

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
LICENCIATURA EN NUTRICIÓN

ESTUDIO EXPLORATORIO DEL CONSUMO, DISPONIBILIDAD Y CONOCIMIENTO DE LOS  
ALIMENTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA. 2018.

TESIS DE GRADO

**MANUELA MARÍA MAZARIEGOS VILLATORO**  
CARNET 10181-06

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2018  
CAMPUS CENTRAL

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
LICENCIATURA EN NUTRICIÓN

ESTUDIO EXPLORATORIO DEL CONSUMO, DISPONIBILIDAD Y CONOCIMIENTO DE LOS  
ALIMENTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA. 2018.

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS DE LA SALUD

POR

**MANUELA MARÍA MAZARIEGOS VILLATORO**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE NUTRICIONISTA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2018  
CAMPUS CENTRAL

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.

VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO

VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO

VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS

SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD**

DECANO: DR. EDGAR MIGUEL LÓPEZ ÁLVAREZ

SECRETARIA: LIC. WENDY MARIANA ORDOÑEZ LORENTE

DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. MARIA GENOVEVA NÚÑEZ SARAVIA DE CALDERÓN

## **NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

MGTR. ANA LUCÍA KROKER LOBOS

## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

MGTR. CINTHYA CAROLINA PINETTA MAGARIN DE CALGUA

MGTR. NADIA SOFÍA TOBAR MORAGA DE BARRIOS

LIC. MÓNICA CASTAÑEDA BARRERA

Guatemala 4 de junio de 2018

Comité de Tesis  
Licenciatura en Nutrición  
Facultad de Ciencias de la Salud  
Universidad Rafael Landívar

Respetables Autoridades:

Por este medio hago constar que el informe final de tesis: **"ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE EL CONSUMO, DISPONIBILIDAD Y CONOCIMIENTO DE LOS ALIMENTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA"**, realizado por la estudiante **MANUELA MARÍA MAZARIEGOS VILLATORO** con número de carnet **1018106**, ha sido asesorado y revisado, considerando que cumple con los requisitos para su aprobación.

Atentamente,



Magtr. Ana Lucia Kroker Lobos



**Universidad  
Rafael Landívar**  
Tradición Jesuita en Guatemala

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
No. 09971-2018**

### **Orden de Impresión**

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante MANUELA MARÍA MAZARIEGOS VILLATORO, Carnet 10181-06 en la carrera LICENCIATURA EN NUTRICIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 09316-2018 de fecha 11 de junio de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

**ESTUDIO EXPLORATORIO DEL CONSUMO, DISPONIBILIDAD Y CONOCIMIENTO DE LOS ALIMENTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA. 2018.**

Previo a conferírsele el título de NUTRICIONISTA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 25 días del mes de junio del año 2018.

**LIC. WENDY MARIANA ORDOÑEZ LORENTE, SECRETARIA  
CIENCIAS DE LA SALUD  
Universidad Rafael Landívar**

## **DEDICATORIA**

Para ti mi hermosa princesa Valentina, con mucho amor mami. Demostrándote que cuando te propones algo, lo debes buscar y esforzarte hasta alcanzarlo. Nuestro límite siempre seremos nosotros mismos.

Para mi madre quien siempre me ha demostrado su apoyo incondicional, en las buenas y en las peores. Gracias mamá por hacer de mí una gran persona espero ser lo suficientemente buena como lo fuiste tú con nosotras.

Para ti, hermana, porque siempre has creído y confiado en mí.

Las amo a las tres.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme la fortaleza aún en los días más agotadores.

A la Mgtr. Ana Lucia Kroker, por su entrega y atención en la tesis.

A la Licda. Mónica Méndez, por su actitud positiva ante la investigación.

A la Mgtr. Cinthya Pinetta, por sus palabras alentadoras y su espíritu de amor al prójimo.

## RESUMEN

En el mundo actual es más común encontrar publicidad sobre alimentos denominados orgánicos lo que viene acompañado de conciencia sobre la calidad de los alimentos que se producen, y la manera en que se producen. En Guatemala se desconoce cuál es la población que más consume alimentos orgánicos, si jóvenes, adultos o familias que buscan algún interés en que sus niños coman productos más saludables.

Tampoco se ha identificado las áreas de mayor oferta y consumo de este tipo de alimentos. Por estas razones, surge la inquietud de realizar un estudio exploratorio, en el cual se identifiquen cuales alimentos orgánicos se ofertan en la ciudad de Guatemala, así como los lugares en donde los venden y se podrán evaluar los conocimientos que los consumidores tienen sobre este tipo de productos.

La presente investigación sería una primera pauta para realizar investigaciones que profundicen más sobre el tema. El diseño del estudio fue de carácter descriptivo exploratorio. Se realizó en supermercados de cinco zonas de la ciudad de Guatemala.

Entre las conclusiones se encontró que en Guatemala hay disponibilidad de supermercados y tiendas de venta de alimentos orgánicos, logrando contabilizar 21. También se logró identificar 160 alimentos orgánicos a través de etiquetado.

A través de una entrevista se logró identificar a 384 consumidores mayores de edad. Entre los alimentos con mayor frecuencia de consumo se puede mencionar al huevo, pollo, cereales, vegetales. Solo un 10% de los entrevistados cuenta con un conocimiento suficiente acerca de los alimentos orgánicos.



## INDICE

I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
III. JUSTIFICACIÓN .....	3
IV. ANTECEDENTES.....	5
V. MARCO TEÓRICO .....	9
A. ALIMENTOS ORGÁNICOS .....	9
B. ALIMENTOS ORGÁNICOS EN GUATEMALA .....	11
C. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA AGRICULTURA ORGÁNICA .....	12
D. COMERCIALIZACIÓN Y ETIQUETADO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS.....	14
E. ESTUDIOS EXPLORATORIOS .....	15
VI. OBJETIVOS .....	16
A. General.....	16
B. Específicos .....	16
VII. MATERIALES Y MÉTODOS .....	17
A. Tipo de estudio.....	17
B. Unidad de análisis.....	17
C. Contextualización geográfica y temporal .....	17
E. Operacionalización de las variables.....	17
VIII. METODOS Y PROCEDIMIENTOS .....	22
A. Universo.....	22
B. Muestra .....	22
C. Recolección de la información .....	24
IX. PROCESAMIENTO Y PLAN DE ANÁLISIS.....	26
X. RESULTADOS .....	27
XI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	61

<b>XII. CONCLUSIONES .....</b>	<b>67</b>
<b>XIII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>68</b>
<b>XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>69</b>
<b>XII. ANEXOS.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 1.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 2.....</b>	<b>73</b>
<b>Anexo 3.....</b>	<b>91</b>
<b>Anexo 5.....</b>	<b>95</b>
<b>Anexo 6.....</b>	<b>97</b>

# I. INTRODUCCIÓN

Cada vez es más común encontrar publicidad sobre alimentos denominados orgánicos este incremento en la producción y consumo ha sido a nivel mundial, incluso cada país ha sugerido sus propias legislaciones con respecto a la producción y venta de estos productos.

Existen personas que indican comprar alimentos orgánicos, ya sea por razones de salud o bien por tendencias de consumo, sin embargo, se desconoce en Guatemala cual es la población que más consume, si jóvenes, adultos o familias que buscan algún interés en que sus niños coman productos más saludables. Tampoco se ha identificado las áreas de mayor oferta y consumo de este tipo de alimentos.

Es bien sabido los beneficios que los cultivos orgánicos tienen sobre los cultivos modificados genéticamente, sin embargo, pocos estudios existen sobre los alimentos denominados orgánicos en cuanto a beneficios nutricionales. En Guatemala, hasta el momento, no se han encontrado estudios sobre alimentos de este tipo, no hay reportes sobre los lugares de venta, los productos que son anunciados como orgánicos, los productos que si cumplen con la legislación de orgánicos.

Por las razones antes mencionadas, surge la inquietud de realizar la presente investigación, con el fin de realizar un primer estudio en donde se puedan identificar los productos alimenticios orgánicos, así como los lugares en donde los venden y se podrán evaluar los conocimientos que los consumidores tienen sobre este tipo de productos, dando de esta forma la primera pauta para hacer investigaciones que profundicen más sobre el tema.

## II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En las últimas décadas se ha incrementado el consumo de alimentos denominados orgánicos a nivel mundial, Guatemala no es la excepción, cada vez se puede observar más alimentos promocionados como orgánicos, incluso en tiendas completas que denominan a gran parte de sus productos como orgánicos, ofreciendo beneficios para la salud de los consumidores.

Sin embargo, sería importante aclarar varias incógnitas que surgen al respecto: como primer punto identificar cuáles de todos los productos alimentarios promocionados como orgánicos lo son y evaluar si cada uno de estos cumplen con la legislación del país.

Otro punto que sería interesante identificar, son los lugares que ofertan alimentos orgánicos, ya que recientemente se ha observado ventas ofertando frutas y verduras orgánicos; también existen las tiendas de venta de comida "saludable" y disponibilidad en supermercados con este tipo de productos, lo que hace pensar si realmente los productos que venden son orgánicos o solamente es publicidad para lograr que más personas consuman sus productos.

Y finalmente, identificar el concepto que tienen los consumidores sobre alimentos orgánicos, sus conocimientos y los beneficios que esperan al obtener productos alimenticios denominados orgánicos.

Ante tantas interrogantes, surge la inquietud de realizar la siguiente investigación, y de esta forma responder a la siguiente pregunta.

¿Cuál es la situación de los alimentos orgánicos en cuanto a disponibilidad, consumo y conocimiento de las personas que residen en la Ciudad de Guatemala?

### III. JUSTIFICACIÓN

Si bien la producción y consumo de alimentos orgánicos tiene varias décadas, la popularidad de los mismos ha crecido notablemente en los últimos 10 años; cada vez más países producen estos productos. Para el inicio de los 2000, la agricultura orgánica a nivel mundial dedicó más de 17 millones de hectáreas, de los cuales el 50% se concentró en Australia, con una superficie de 7.6 millones de hectáreas, aunque la mayor parte de ésta fue para pastos naturales para mantener a la ganadería bovina y ovina <sup>(1)</sup>.

En Latinoamérica, México es uno de los 20 productores más importantes de alimentos orgánicos, sin embargo, de estos productos tan sólo el 10% la producción se consume internamente, el resto se exporta <sup>(2)</sup>.

Dentro de los países que más demandan y consumen alimentos orgánicos se encuentra Estados Unidos, además de países europeos, en donde los consumidores prefieren alimentos más sanos, libres de residuos tóxicos y que provengan de sistemas productivos que no degraden el ambiente. Estos países buscan beneficiar a sus productores locales <sup>(3)</sup>.

En Guatemala, se logra observar que existen algunas tiendas que ofrecen productos denominados como orgánicos, sin embargo, no se cuenta con estudios que proporcionen información sobre la situación de estos alimentos en el país. Es importante destacar que las producciones de alimentos orgánicos en el país ayudan a generar ganancias a pequeños productores contribuyendo con su economía familiar.

Por tal razón surge la inquietud de realizar un estudio exploratorio, en el cual se identifiquen cuáles son los productos orgánicos alimenticios que se ofertan en la Ciudad de Guatemala, así como los puntos de venta. Además de obtener información acerca del conocimiento de los consumidores sobre los alimentos

orgánicos, se podrá obtener también la frecuencia con la cual compran y la cantidad de dinero que invierten por mantener una alimentación balanceada y más saludable.

A través de esta investigación se espera que la población guatemalteca pueda beneficiarse, ya que es sentar una línea base que proporcione e indique claramente cuáles son los alimentos orgánicos que son disponibles y consumidos en el país.

## IV. ANTECEDENTES

En el 2013, De Oliveira y colaboradores en el estudio " Consumo de alimento orgánicos: un estudio exploratorio", realizaron un estudio exploratorio en el cual identificaron el comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos, este estudio se realizó en Brasil; para esto se realizaron dos grupos focales, en los cuales se identificó que los consumidores están conscientes de la importancia de un alimento orgánico, ellos percibían estos alimentos como sanos, sin embargo no sabían bien los beneficios de éstos. <sup>(4)</sup>

En Perú en el año 2015, Higuchi realizó un estudio titulado " Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima", en el cual se destacaron las características de los consumidores de productos orgánicos y naturales, y además se identificaron las tiendas orgánicas o también llamadas biotiendas. En este estudio se observó que se pudo establecer que las biotiendas son mejor acogidas en las zonas de ingresos medios y altos, que las personas que las visitan presentan mayor poder adquisitivo, así como un nivel educativo superior. Además, se logró establecer a partir de una serie de revisiones a encuestas del país, así como de una entrevista realizada a una experta en productos orgánicos que existe una clasificación de estos tipos de alimentos, encontrándose varias clasificaciones, dentro de los orgánicos se encontraron alimentos orgánicos y alimentos limpios o puros, cada uno de éstos grupos con características propias. <sup>(5)</sup>

Sweeney y colaboradores en el 2015, un estudio llamado " Concepto y consumo de alimentos orgánicos: un estudio de caso en el valle de Azapa, Chile" sobre el concepto y consumo de alimentos orgánicos en Chile, en el cual se identificó el nivel de conocimiento, percepción y consumo de alimento orgánicos en el extremo norte de Chile, se trabajó con un grupo específico de personas de la zona. Para el estudio se tomaron en cuenta las opiniones de una nutricionista, un agricultor de productos orgánicos, además de otras personas participantes, las

cuales fueron de diferentes edades, sexo, etnia y nivel educativo. A través de este estudio se determinó que existe en esta área, una visión distorsionada y no definida del concepto orgánico, la única persona que pudo definir claramente todo fue el agricultor de productos orgánicos. Se hizo notoria la necesidad de establecer un programa de difusión del conocimiento y de las ventajas y beneficios de producción de productos orgánicos. <sup>(6)</sup>

En el 2016, Martínez, C. realizó una investigación de tesis " Consumo de alimentos orgánicos en Colombia: una cultura incipiente", el cual trató sobre el consumo de alimento orgánicos en Colombia. A través de este estudio se logró determinar que los principales factores que afectan el consumo de este tipo de productos fueron el precio elevado, la falta de conciencia del consumidor y la carencia de canales de distribución. Además, se observó que las familias con niños pequeños, así como personas de la tercera edad tienden a tener una mayor intención de compra de alimentos, concluyendo que además de los costos y lugares de distribución las características demográficas pueden afectar la intención de compra. <sup>(7)</sup>

La tesis elaborada por Moreira en el 2016 titulada " Análisis del comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos, en las principales cadenas de supermercados de la ciudad de Guayaquil" en donde se identificaron los factores que influyen en la decisión de compra de alimentos orgánicos, así mismo se definió el perfil de los consumidores de estos productos. Se observó que los que más consumieron fueron los jóvenes adultos, sin embargo, tiene gran influencia el ingreso y la formación profesional de los mismos. Existen además ciertos intereses al consumir estos alimentos, dentro de los cuales se identificaron: beneficios a la salud y conciencia ambiental. <sup>(8)</sup>

En el 2015, Casañas y colaboradores realizaron una tesis titulada " Influencia de las tendencias de consumo de alimentos orgánicos en el comportamiento de los consumidores de la ciudad de Medellín" en la cual determinaron la influencia de las



tendencias de consumo de alimentos orgánicos en el comportamiento de los consumidores de la ciudad de Medellín. En este estudio se evidenció que el consumo de alimentos orgánicos se ha ido incrementando en busca de una mejor calidad de vida, sin embargo, se notó que los consumidores no logran satisfacer todas sus necesidades y además que el costo de estos productos es mucho más elevado que el resto de productos. <sup>(9)</sup>

Jaramillo, et al. Determinó en el 2015 las "Preferencias de consumidores y disponibilidad a pagar por atributos de calidad en carne de conejo orgánico". En este estudio se observó que el atributo "orgánico" es altamente preferido por los consumidores, esto a la relación que se da con la salud y la responsabilidad social. Sin embargo, los factores influyentes en la compra fueron el nivel educativo, así como el nivel de ingresos. <sup>(10)</sup>

Soto y colaboradores investigaron en el 2014 nombrada " Estudio de mercado sobre la venta y consumo de hortalizas orgánicas en Ciudad Delicias, Chihuahua". En este estudio se evaluó la percepción y conceptos que tiene la población sobre hortalizas orgánicas. Ellos detectaron la necesidad de la población de adquirir hortalizas orgánicas, ya que buscan que los productos estén libres de químicos, sin embargo, tienen desconfianza al momento de comprar ya que refieren que las hortalizas no cuentan con un registro o marga que indique el origen de éstos o bien no poseen un certificado de que sean orgánicos. Además, se identificó que existe mucha desinformación sobre el concepto de orgánicos, además de que percibieron que existe una desconfianza por el sobreprecio que este tipo de productos puedan tener. <sup>(11)</sup>

Gutiérrez, C. en el 2013 realizó el estudio " Valoraciones de calidad en alimentos orgánicos y de origen local entre consumidores de la red Comida Sana y Cercana en Chiapas". En este estudio se evaluaron a 50 consumidores a través de cuestionarios, además se realizaron dos talleres. En esta ocasión se capacitó a los participantes sobre las normas de calidad en términos de inocuidad para este tipo

de productos, basándose en normas para alimentos orgánicos, esto en respuesta a la preocupación de los mismos consumidores sobre la higiene y origen de los productos, en especial verduras y carnes. <sup>(12)</sup>

En el 2015, García F., realizó un estudio de tesis titulada " Determinación de las diferencias entre los alimentos orgánicos y transgénicos: una mirada desde su composición nutricional y sus políticas de calidad" en el cual determinó las diferencias entre los alimentos orgánicos y transgénicos, evaluando a través de fuentes bibliográficas el aporte nutricional en cuanto a macro y micronutrientes producidos y cultivados de forma orgánica en comparación con transgénicos, con lo cual se determinó cual era la fuente de alimentación más saludables; se llegó a determinar que los alimentos genéticamente modificados presentan un mejor contenido nutricional, sin embargo no se tomó en cuenta la carga de contaminantes y pesticidas contenidos en estos productos, lo que muestra la necesidad de realizar estudios al respecto, que evidencien el beneficio de alimentos orgánicos desde el punto de vista nutricional.<sup>(13)</sup>

Habiendo revisado los estudios que se mencionaron anteriormente, se determinan los factores en común que se tienen como determinantes para la adquisición de alimentos orgánicos, los cuales son el costo, el nivel educativo, sin embargo, solamente en un estudio se logró constatar que la edad si es un factor determinante. Ahora bien, la mayor parte de los estudios revisados se observó que los consumidores carecen de conocimientos claros y definidos sobre alimentos orgánicos.

## V. MARCO TEÓRICO

### A. ALIMENTOS ORGÁNICOS

La producción de alimentos sin químicos existe desde hace miles de años, sin embargo, el renacimiento de una producción más “orgánica” se origina en Europa en la primera mitad del siglo XX y su extensión y consolidación se viene dando de forma acelerada por todo el planeta durante las últimas décadas, especialmente en estos últimos 10 años <sup>(14)</sup>.

Según el CODEX Alimentarius la palabra “orgánico” es un término de etiquetado que demuestra que los productos se han producido con las normas de producción orgánica, y que están certificados por un organismo o autoridad debidamente identificado y constituido. Además de incluir el término de etiquetado también se incluyen términos como alimentos, así como producción, sin embargo, en este estudio definiremos como alimento orgánico a los alimentos crudos o procesados que son procedentes de un sistema orgánico de producción agrícola y/o industrial <sup>(15)</sup>.

Con el fin de aclarar los diferentes conceptos involucrados, definiremos el término “agricultura orgánica”, la cual según el CODEX Alimentarius es un sistema holístico de producción que promueve y mejora la salud de un agrosistema, que incluye la biodiversidad, ciclos biológicos y actividad biológica del suelo, logrando todo lo antes mencionado a través del uso de prácticas de manejo dentro de la finca tomando en cuenta las condiciones regionales adaptados a las condiciones locales. Además de utilizar métodos culturales, biológicos y mecánicos dentro del sistema <sup>(16)</sup>. Se puede decir entonces que un sistema de producción orgánico debe de incluir lo siguiente:

1. Mejorar la diversidad biológica del sistema
2. Incrementar la actividad biológica del suelo
3. Resguardar la fertilidad del suelo a largo plazo
4. Reciclar desechos de origen animal o vegetal para volver los nutrientes al sistema, minimizando el uso de fuentes no renovables
5. Contar con recursos renovables en sistemas agrícolas localmente organizados
6. Promover el uso saludable del agua, el aire y el suelo, así como minimizar todas las formas de contaminación que pueden implicar de la producción agrícola
7. Manejar los productos agrícolas en su procesamiento con el cuidado de no perder la integridad orgánica en el momento
8. En cada finca deberá establecerse después de un periodo de conversión, esto estará determinado por factores específicos de cada lugar, tales como el historial del terreno y el tipo de cultivos y ganado producido <sup>(17)</sup>.

De acuerdo a lo antes mencionado, la agricultura orgánica no establece un sistema rígido que se aplique a las condiciones de todos los lugares- Más bien se trata de una modelo que pretende desarrollar formas de producción agropecuarias altamente eficientes que aprovechen las potencialidades naturales y culturales del lugar, sin destruir el suelo, el agua, el aire ni los organismos que viven en y alrededor del sitio.

Con el fin de salvaguardar al consumidor, asegurándole que lo que está comprando efectivamente ha sido producido mediante métodos orgánicos, es que se han desarrollado sistemas de certificación. Dicha certificación es principalmente un medio de trazabilidad para obtener reconocimiento y, por lo tanto, facilita el

comercio, aumentando las oportunidades de exportación con los consecuentes beneficios para el productor y consumidor <sup>(15)</sup>.

## **B. ALIMENTOS ORGÁNICOS EN GUATEMALA**

En el contexto de la agricultura guatemalteca, existe muy poco conocimiento sobre la agricultura orgánica; solamente algunos de los productores conocen y utilizan los beneficios de ésta. En las comunidades más alejadas de las áreas urbanas, se practica una agricultura orgánica sin llamársela con este nombre, en su mayoría, se debe más a la pobreza extrema que no permite a los agricultores comprar insumos químicos, que al hecho de que tenga o no conciencia de ella <sup>(14)</sup>.

Actualmente, la agricultura orgánica aún es un movimiento pequeño, pero importante, está ganando espacios en producción y comercialización de productos agropecuarios diversos. Este movimiento de agricultura orgánica trata de unificar los criterios entre las organizaciones no gubernamentales que la promueven, el sector privado, el sector académico que impulsa el conocimiento y la tecnología, y el gobierno, que regula las políticas públicas del agro <sup>(14)</sup>.

Además, es importante hacer resaltar los departamentos de Guatemala en los cuales se reporta una producción de alimentos orgánicos, Huehuetenango, San Marcos, Cobán, Chimaltenango, Sacatepéquez, Quiché, Costa Sur, Santa Cruz y Alta Verapaz. En Guatemala, existen instituciones que han desarrollado actividades que promueven y fortalecen la producción orgánica, dentro de las organizaciones se pueden mencionar:

1. Vecinos Mundiales
2. Centro mesoamericano de estudios sobre tecnología apropiada (CEMAT)

3. Tecnología Alternativa, desarrollo sostenible, medio ambiente (ALTERTEC)
4. Manos Campesinas
5. Promoción, desarrollo sustentable, conservación medioambiental, progreso socioeconómico y verificación de especies (FORESTADE, Guatemala S.A.)
6. Asociación Barillense de Agricultores (ASOBAGRI, Guatemala)
7. Fundación para el desarrollo ECOLOGICO
8. Equipo de Consultoría Agrícola Orgánica (ECAO)

Las instituciones que han sido las encargadas en certificar los productos orgánicos en el país son Mayarcert, BCS-ÖKO, Control Union, Biolatina e IMO-Control <sup>(18)</sup>.

### **C. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA AGRICULTURA ORGÁNICA**

El ente rector de las políticas en el país, en términos de agricultura, es el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA). Por medio del cual, el Gobierno reconoce públicamente la importancia de la agricultura ecológica y orgánica en el año 1999 con el Acuerdo Ministerial No. 1173-99 a través del cual se crea la Comisión Nacional de Agricultura Ecológica (CNAE), para la promoción, mejora y fortalecimiento de la producción, transformación, comercialización, regulación y priorización de consumo de alimentos y productos agropecuarios en general procedentes de sistemas de producción orgánica y/o agroecológica utilizando los recursos naturales de forma eficiente y sostenible <sup>(18)</sup>.

Posteriormente, en el 2007 se norma el funcionamiento de la CNAE y se amplía su junta directiva con representatividad de los sectores: productivo, servicios,

consumidor, público y académico; cuya Secretaría Técnica queda bajo la responsabilidad del Departamento de Agricultura Orgánica (DAO) del Viceministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones (VISAR) del MAGA. Así también, este Acuerdo establece la conformación de los Colectivos Orgánicos Regionales (CORs) con representación de los actores de la cadena productiva orgánica y agroecológica <sup>(18)</sup>.

Luego de un período de actividad pausada, la CNAE se reactiva en 2010 y se plantea la necesidad de elaborar una Estrategia Nacional a través de un proceso de diálogo y consulta con los diversos actores del sector agropecuario orgánico y agroecológico <sup>(18)</sup>. Esta Estrategia Nacional se fundamenta en una serie de principios básicos:

1. Sostenibilidad
2. Equidad de género, Inclusividad social y Pertinencia cultural
3. Comercio equitativo y solidario

Además, la Estrategia se fundamenta en cuatro componentes, uno de ellos es transversal a los otros tres, estos componentes son:

1. Fortalecimiento Institucional
2. Desarrollo y Acceso a Mercados
3. Mejora en la Productividad
4. Intensificación de los procesos de transformación

## **D. COMERCIALIZACIÓN Y ETIQUETADO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS**

El CODEX Alimentarius ha recopilado un volumen específico para brindar reglas claras al consumidor, ya que el etiquetado de los alimentos constituye el principal medio de comunicación entre los productores y vendedores de alimentos. Al momento de leer un etiquetado, el CODEX indica que debe de llevar las siguientes descripciones relativas a los métodos de producción orgánica <sup>(17)</sup>:

- a) Se considerará que un producto lleva indicaciones referentes a métodos de producción orgánica cuando en la etiqueta o en la declaración de propiedades, incluido el material publicitario y los documentos comerciales, el producto o sus ingredientes se describan mediante los términos “orgánicos”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”, o vocablos de significado similar, incluidas formas abreviadas, que, en el país donde el producto se lanza al mercado, sugieren al comprador que el productor o sus ingredientes se han obtenido mediante métodos de producción orgánica. Todos los materiales y/o los productos producidos a partir de organismos modificados genéticamente (OMG) son incompatibles con los principios de la producción orgánica (ya sea en relación con el cultivo, la fabricación o la elaboración) por lo que no son aceptados en el marco de estas directrices.

En síntesis los alimentos sólo podrán llevar una referencia a métodos de producción orgánica si son el producto de un sistema de agricultura orgánica que utiliza prácticas de gestión orientadas a mantener ecosistemas de productividad sostenible, y combaten las malezas, plagas y enfermedades por medio de una mezcla diversa de formas de vida mutuamente dependientes, mediante la reutilización de residuos vegetales y animales, la selección y rotación de cultivos, la ordenación del agua y prácticas adecuadas de labranza y cultivo <sup>(10)</sup>.



La certificación de los productos se realizará mediante los organismos oficiales, los cuales garantizarán por escrito que los alimentos o los sistemas de control de alimentos se ajustan a los requisitos. Esta actividad de certificación normalmente se basará en una variedad de actividades de inspección que puede incluir la inspección constante del proceso de producción, la fiscalización de los sistemas de garantía de calidad y el examen de los productos terminados.

El etiquetado podrá ser cualquier material impreso o gráfico presente en la etiqueta que acompaña al alimento o bien, que se exhibido en la proximidad de éste, incluso el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación <sup>(17)</sup>.

## **E. ESTUDIOS EXPLORATORIOS**

Según el nivel de conocimiento científico al que se espera llegar es el tipo de estudio de investigación que se debe realizar, se puede encontrar estudios de observación, descriptivos y exploratorios. El tipo de investigación exploratoria pretende dar una visión general respecto a determinada realidad. Se realiza especialmente cuando el tema de que se desea estudiar ha sido poco explorado y reconocido. Este tipo de estudios sirven para aumentar el grado de familiaridad con ciertos fenómenos, dando la pauta a realizar investigaciones posteriores que profundicen más sobre el tema y a través de los cuales puedan establecerse prioridades de investigación. <sup>(19)</sup>.

## **VI. OBJETIVOS**

### **A. General**

Elaborar un estudio exploratorio sobre la disponibilidad, consumo y conocimiento de los alimentos catalogados como orgánicos en cinco zonas de la Ciudad de Guatemala.

### **B. Específicos**

1. Identificar los supermercados y comercios en donde se ofertan los productos categorizados como orgánicos.
2. Identificar los alimentos denominados como orgánicos que son ofertados en los principales supermercados y comercios de la ciudad de Guatemala.
3. Identificar a los consumidores de alimentos orgánicos.
4. Caracterizar a los consumidores de alimentos orgánicos, a través de una entrevista.
5. Evaluar el consumo de alimentos orgánicos a través de un cuestionario de frecuencia de consumo.
6. Identificar los conocimientos de los consumidores sobre alimentos orgánicos a través de un cuestionario.

## VII. MATERIALES Y MÉTODOS

### A. Tipo de estudio

Descriptivo, exploratorio.

### B. Unidad de análisis

Se trabajó con los productos catalogados como orgánicos.

### C. Contextualización geográfica y temporal

El estudio se realizó en las zonas 10, 11, 14, 15 y 16 de la ciudad de Guatemala. Se identificó lugares en donde se cataloguen alimentos orgánicos durante los meses de diciembre 2017 a marzo del 2018.

### E. Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
<b>Identificación de lugares de venta de alimentos orgánicos</b>	Establecer, reconocer un lugar físico donde exista venta de alimentos orgánicos.	Se identificó a través de una lista de cotejo, los lugares donde estaban disponibles los alimentos catalogados como orgánicos. (Anexo 1)	Se tomaron en cuenta los lugares de venta de alimentos catalogados como orgánicos a través de a) Anuncios de radio, prensa, revistas b) Publicidad en las redes sociales c) Vallas d) Comercios y supermercados establecidos en zona 10,11 14, 15

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
			y 16 de la Ciudad de Guatemala
<b>Identificación de alimentos denominados orgánicos</b>	Establecer, demostrar o reconocer un producto alimenticio denominado como orgánico; el cual es un término de etiquetado que demuestra que los productos se han producido con las normas de producción orgánica y están certificados por un organismo o autoridad identificado y constituido.	Se reconoció como alimentos que estuvieran catalogados en los lugares de venta como “orgánico” de acuerdo a la etiqueta nutricional a través de una lista de cotejo.  (Anexo 2)	Se tomaron en cuenta los alimentos que estuvieron identificados a través de la etiqueta según los requisitos del CODEX para establecer un alimento orgánico.  1. <u>Palabras en el etiquetado</u> a. Orgánicos b. Biológico c. Biodinámico d. Ecológico  2. <u>Se enlistó el nombre del producto por:</u> a. grupo de alimento b. importado o de origen nacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
<b>Identificación del consumidor de alimentos orgánicos.</b>	Encontrar, establecer/demostrar personas que consumieron en alguna oportunidad alimentos orgánicos	Se reconoció como consumidores de alimentos orgánicos a las personas que consumieron, y/o compraron este tipo de productos a través de una entrevista.  (Anexo4)	A través de la entrevista se determinó si era consumidor o no de productos orgánicos, respondiendo a la siguiente pregunta. ¿Consumió en alguna oportunidad alimentos orgánicos?  Si___ No __
<b>Caracterización de los consumidores de alimentos orgánicos.</b>	Definición de características sociales, demográficas, físicas o económicas de una población	A través de una entrevista se determinó características sociodemográficas de los consumidores.  (Anexo 4.1)	A través de entrevista se determinó las siguientes características  1. <u>Datos generales</u> a) Edad b) Sexo c) Nacionalidad d) Estado civil e) Número de hijos f) Zona en la que reside  2. <u>Nivel de escolaridad</u> a. Primario <ul style="list-style-type: none"> <li>• Completa</li> <li>• Incompleta</li> </ul> b. Secundario <ul style="list-style-type: none"> <li>• Completo</li> </ul>

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incompleto</li> <li>c. Diversificado</li> <li>d. Superior</li> <li>e. Maestría</li> <li>f. Otro</li> </ul> <p>3. <u>Ingresos y empleo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ocupación</li> <li>b. Ingresos</li> <li>c. Número de miembros de la familia</li> </ul>
<b>Evaluación de consumo de alimentos orgánicos.</b>	Identificación del tipo y cantidad de alimentos consumidos	En base a la identificación de alimentos orgánicos se realizó una frecuencia de consumo cualitativa.  (Anexo 5)	Se realizó una frecuencia de consumo cualitativa. Fue clasificada según: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiempos de consumo <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Mensual</li> <li>b) 1 vez cada 15 días</li> <li>c) 1 vez a la semana</li> <li>d) diario</li> <li>e) más de una vez a la semana</li> </ul> </li> <li>2. Grupos de Alimentos <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Azúcares</li> <li>b) Grasas</li> <li>c) Cereales</li> <li>d) Carnes</li> <li>e) Verduras</li> <li>f) Frutas</li> </ul> </li> </ol>

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
			g) Lácteos
<b>Conocimiento de consumidores de alimentos orgánicos.</b>	Facultad del ser humano para comprender por medio de la razón la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas	A través de un cuestionario se evaluaron los conocimientos básicos de los consumidores sobre alimentos orgánicos. (Anexo 6)	A través de un cuestionario de elección múltiple se determinó: a) <u>Conocimiento suficiente</u> : al responder de 6 a 7 preguntas correctas b) <u>Conocimiento medio</u> : responder de 4 a 5 preguntas correctas. c) <u>Poco conocimiento</u> : responde menos de 4 preguntas correctas.

## VIII. METODOS Y PROCEDIMIENTOS

### A. Universo

El universo estuvo conformado por todos los productos alimenticios que hayan sido categorizados como orgánicos.

Se tomaron en cuenta a hombres y mujeres mayores de edad y que consumieron alimentos denominados orgánicos.

### B. Muestra

1. Para la primera fase del estudio se tomaron en cuenta todos los supermercados y tiendas ubicados en las zonas 10, 11, 14, 15 y 16 de la Ciudad de Guatemala, que tuvieron publicidad de venta de alimentos orgánicos.

#### a) Criterios de inclusión:

- Las tiendas y supermercados ubicadas en las zonas 10, 11, 14, 15 y 16 de la Ciudad de Guatemala.
- Tiendas especializadas veganas.
- Tiendas y lugares en donde se autorizó realizar el estudio.

#### b) Criterios de exclusión:

- Tiendas que ofertaran producto denominado orgánico que no cumplieran con los requisitos de certificación.

2. Para la segunda fase del estudio se tomaron en cuenta, dentro de los supermercados de las zonas mencionadas anteriormente, a las personas que



asistieron y compraron alimentos denominados como orgánicos. Por haber sido un estudio exploratorio se determinó el número de muestra, utilizando la fórmula para muestras desconocidas, fue de 384 personas.

La muestra se obtuvo de la siguiente fórmula

$$n = \frac{\sigma^2 Z^2}{e^2}$$

En donde

$n$  = tamaño de muestra

$\sigma$  = desviación estándar

$Z$  = nivel de confianza

Si el nivel de confianza es 95%,  $Z=1.96$

Si el nivel de confianza es 99%,  $Z= 2.58$

$e$  = es el rango aceptable de error ( $e=0.10\sigma$ )

**a) Criterios de inclusión:**

- Ambos sexos que sean mayores de edad
- Que aceptaron participar voluntariamente en el estudio y que firmaron el consentimiento informado.
- Personas que visitaron y compraron en las tiendas en donde se ofertan productos orgánicos.

**b) Criterios de exclusión:**

- Personas con algún impedimento físico que dificultará la comunicación con el investigador
- Personas extranjeras que no residieran en el país

## C. Recolección de la información

La recolección de la información se realizó en dos fases, la primera con respecto a los lugares de compra y los productos catalogados como orgánicos y la segunda con respecto a las personas que compraron alimentos denominados como orgánicos, a continuación, se detallan cada una de las fases.

### 1. Fase 1

- a) Para determinar los lugares de venta de productos orgánicos, se buscaron los anuncios impresos o en redes sociales que indicaran la venta de alimentos orgánicos, además de supermercados y tiendas formalmente establecidas. (Anexo1).
- b) Se solicitó autorización en las tiendas y supermercados para realizar el siguiente trabajo de investigación. Los días que se realizó la investigación fueron de lunes a domingo en horario a conveniencia del encuestador.
- c) Posteriormente se identificó los productos alimenticios que fueran denominados como orgánicos. Se creó una base de datos colocando el nombre del producto, el grupo de alimento al que pertenecía y la procedencia, importado o nacional. (Anexo 2)

### 2. Fase 2

- a) Habiendo obtenido la aprobación para realizar el estudio, se llevó a cabo las entrevistas a los consumidores de los supermercados identificados con producto orgánico. Los criterios de inclusión fueron personas de ambos sexos, mayores de edad, que visitaron y compraron alimentos orgánicos.
- b) Se les ofreció un consentimiento informado a las personas que desearon participar de manera voluntaria en la investigación. **“Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala.”**

- c) Se les realizó un cuestionario para obtener datos generales: edad, sexo, nacionalidad, estado civil y zona en la que reside. Se preguntó el nivel de escolaridad: nivel primario, secundaria, superior, maestría otros. Y los ingresos y empleo: nivel de ingresos, ocupación y miembros en el hogar; el resultado de este cuestionario ofreció una visión clara del consumidor y se logró caracterizar a los consumidores. (Anexo 4 y Anexo 4.1)
  
- d) Al encuestado se le pidió que contestara una frecuencia de consumo de alimentos orgánicos. La cual incluía la cantidad de veces que consumía durante el mes los diferentes grupos de alimento, azúcares, grasas, cereales, carnes, verduras, frutas y lácteos. (Anexo 5)
  
- e) Para finalizar la entrevista, se le proporcionó un cuestionario llamado **“Conocimiento sobre alimentos orgánicos”**, el cual constó de 8 preguntas. El nivel de conocimiento se evaluó de la siguiente manera: 4 preguntas correctas, nivel bajo de conocimiento, 5 a 6 preguntas correctas, nivel medio de conocimiento y 7 o más correctas nivel alto de conocimiento en alimentos orgánicos. La entrevista se realizó en cualquier lugar, tienda o supermercado que vendieran o promocionaran alimentos orgánicos. (Anexo 6)

## **IX. PROCESAMIENTO Y PLAN DE ANÁLISIS**

Con los resultados obtenidos se realizó una base de datos, en donde se indicó los lugares de venta de productos orgánicos, así como el listado detallado de los productos, según tipo de producto, grupo de alimento y origen (exportado o importado). Para esto se utilizó el programa de Excel.

Se tabularon los resultados obtenidos a través de la entrevista, cuestionario y frecuencia de alimentos; y se colocaron en la base de datos del programa Excel en donde se analizó por medio de estadística descriptiva.

## X. RESULTADOS

Los datos obtenidos en el trabajo de campo del estudio exploratorio acerca de los productos categorizados como orgánicos, fueron obtenidos en dos fases, la primera fase fue a través de la observación y localización de los lugares de venta de alimentos orgánicos. En la siguiente tabla se enlistan los resultados obtenidos.

**Tabla 1**  
**Lugares de venta de Alimentos Orgánicos**

<b>Nombre de la tienda</b>	<b>Ubicación física</b>	<b>¿Cómo se publicitó la tienda?</b>
Supermercado La Torre	Diagonal 17-24 z11, Colonia Mariscal	Vallas
		Anuncio en prensa
Supermercado La Torre	Calzada Aguilar Batres, 34-48 z11	Vallas
		Anuncio en prensa
Supermercado La Torre	Avenida Las Américas 6-69 z14	Vallas
		Anuncio en prensa
Supermercado La Torre	Calle Real de la Villa z10	Vallas
		Anuncio en prensa
Supermercado La Torre	2 Calle 18-50 z15	Vallas
Supermercado La Torre	Boulevard Rafael Landívar 10-05 z16	Anuncio en prensa
		Vallas
		Anuncio en prensa
Supermercado La Torre	24 Calle 14-00 z16 Boulevard Hospital Militar	Vallas
		Anuncio en prensa

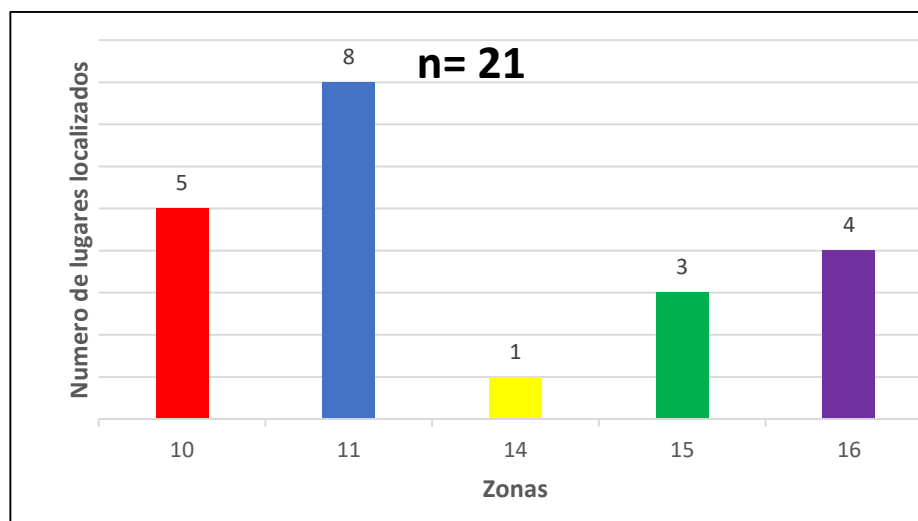
<b>Nombre de la tienda</b>	<b>Ubicación física</b>	<b>¿Cómo se publicitó la tienda?</b>
Tienda Paiz	Boulevard Vista Hermosa z15, Centro Comercial Vista Hermosa	Vallas
		Anuncio en prensa
Tienda Paiz	Boulevard Hospital Militar 13-95 z16	Vallas
		Anuncio en prensa
Tienda Paiz	Calzada Aguilar Batres y 13 calle z11	Vallas
		Anuncio en prensa
Tienda Paiz	17 ave 26-75 z11	Vallas
		Anuncio en prensa
Tienda Paiz	Calzada Aguilar 32-00 z11	Vallas
		Anuncio en prensa
Tienda Paiz	Calzada Aguilar Batres y 13 calle z11	Vallas
		Anuncio en prensa
Walmart	Calzada Roosevelt 26-95 z11	Vallas
		Anuncio en prensa
Walmart	18 Calle 26-21 z10, Centro Comercial Arkadia	Vallas
		Anuncio en prensa
El Mercadito de Lola	3 Calle A 23-89 z15	Redes sociales
El Mercadito de Lola	3 Calle 9-90 z10 Edificio Fabra	Redes sociales

Nombre de la tienda	Ubicación física	¿Cómo se publicitó la tienda?
Fresko	Plaza Varieta, Boulevard Rafael Landívar z16	Redes sociales
		Vallas
Pricesmart	20 ave 18-46 z10	Vallas
Pricesmart	21 ave7-90 z11	Vallas
Organ&co.	13 C A Plaza Tiffany z10	Redes sociales
		Revistas

**Fuente.** Elaboración propia 2018

Se logró identificar los supermercados y comercios que ofertaban productos categorizados como orgánicos. En total se localizaron 21 lugares dentro de las 5 diferentes zonas que abarcó el estudio, zona 10, 11, 14, 15 y 16. La zona que tuvo mayor presencia de supermercados con venta de alimentos orgánicos fue la zona 11; en esta se contabilizó 8 tiendas. La que le siguió en cantidad fue la zona 10, en donde se logró identificar 5 lugares con venta de alimentos orgánicos. Le seguiría la zona 16 con la presencia de 4 lugares, zona 15 con la presencia de 3 lugares y la zona que presenta menor cantidad de tiendas se ubica la zona 14 con 1 tienda con venta de alimentos orgánicos.

**Gráfica 1**  
**Lugares de venta de Alimentos Orgánicos**

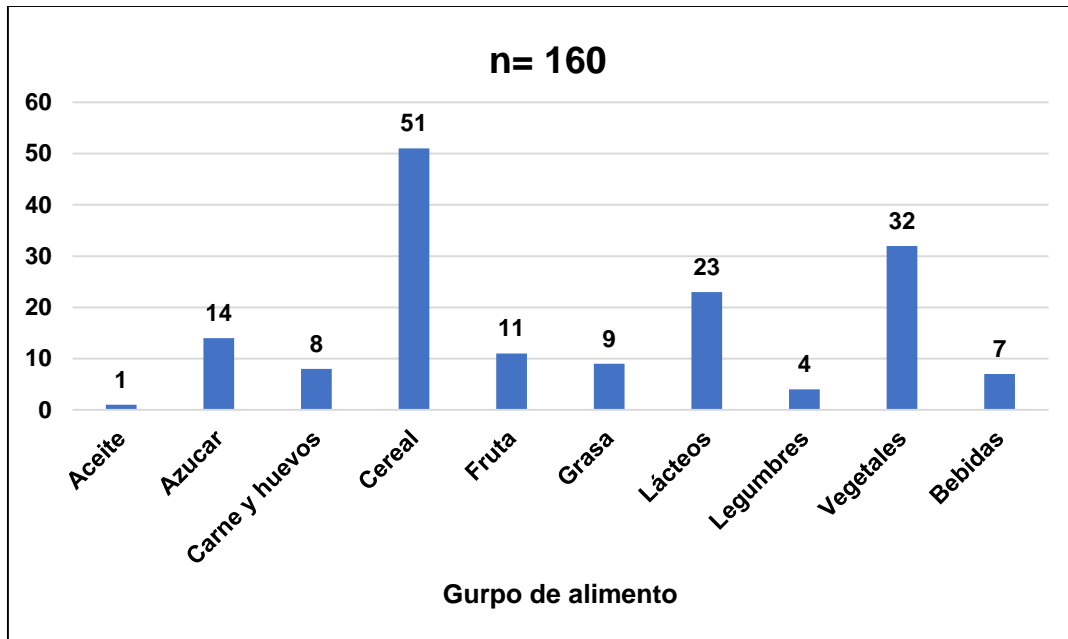


**Fuente.** Elaboración propia 2018

Una vez localizados los lugares de venta se procedió a la identificación de los alimentos categorizados como orgánicos. Se logró demostrar a través del etiquetado y/o sello de Orgánico a los siguientes alimentos los cuales son detallados en la tabla No. 2. (Anexo 2). A continuación, se presenta la gráfica 2, que ejemplifica de manera resumida la cantidad de alimentos identificados como orgánicos siendo clasificados por grupo.



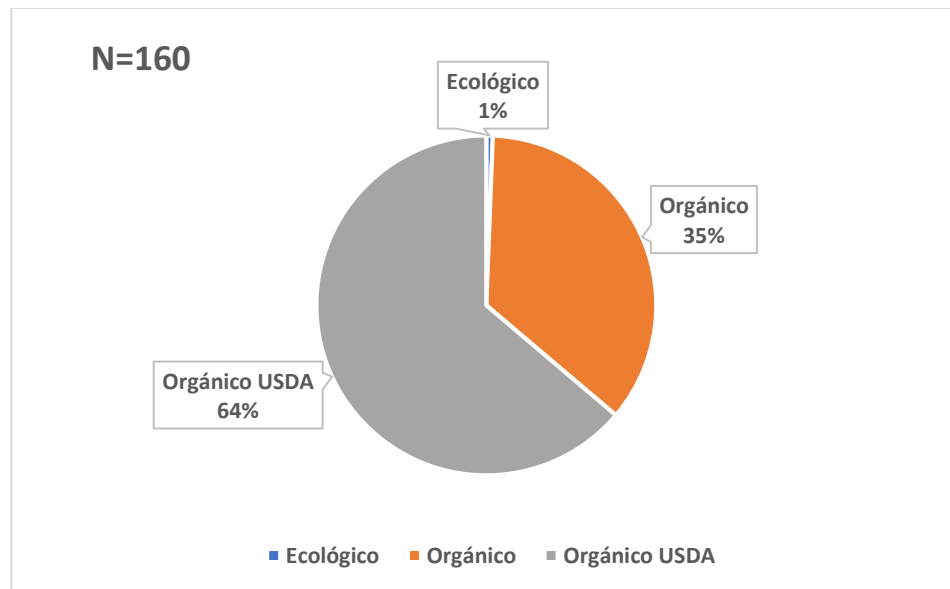
**Gráfica 2**  
**Alimentos orgánicos identificados por Grupo de alimentos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

Se logró identificar 160 alimentos orgánicos, los cuales fueron divididos en grupos de alimentos para un mejor análisis de datos (gráfica 2.) Los cereales fueron el grupo de mayor presencia en los lugares de venta de alimentos orgánicos (32%), seguidos se encuentran los vegetales (20%), en tercera posición los lácteos (14%). La última posición la ocuparon los aceites con 1% de presencia.

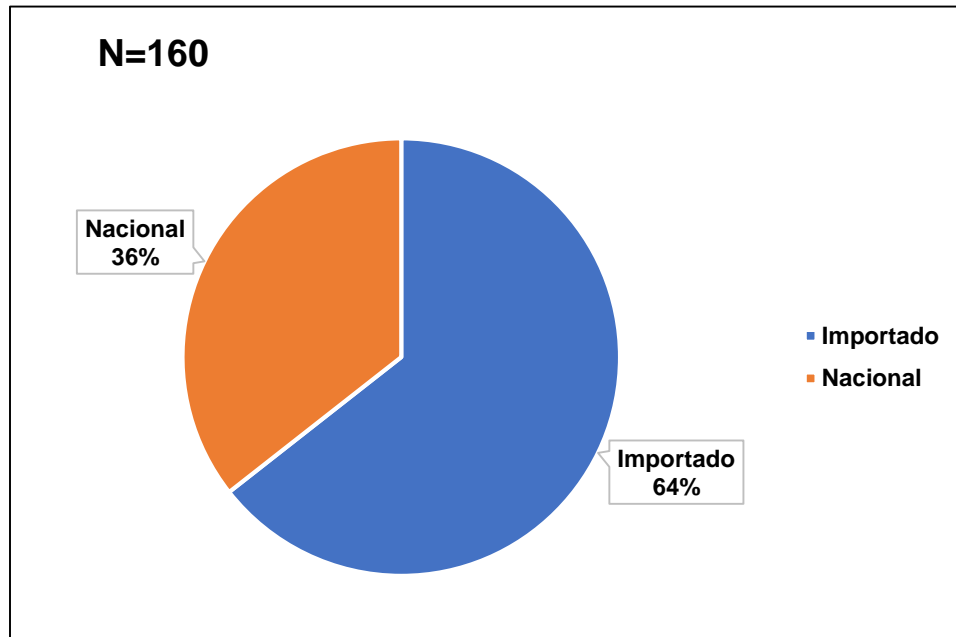
**Gráfica 3**  
**Etiquetado de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 3, se demostró el etiquetado de los alimentos identificados como orgánicos, se destaca el logo de certificación internacional USDA Organic (64%) seguido de la palabra Orgánico (35%) y en tercera posición se encontró la palabra Ecológico (1%).

**Gráfica 4**  
**Procedencia de los alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

La gráfica 4 demuestra la procedencia de los alimentos, los cuales en su mayoría son importados (64%) por lo que deben contar con la presencia de la certificación internacional USDA Organic en el etiquetado del producto para poder ser comercializado a nivel mundial como alimento orgánico.

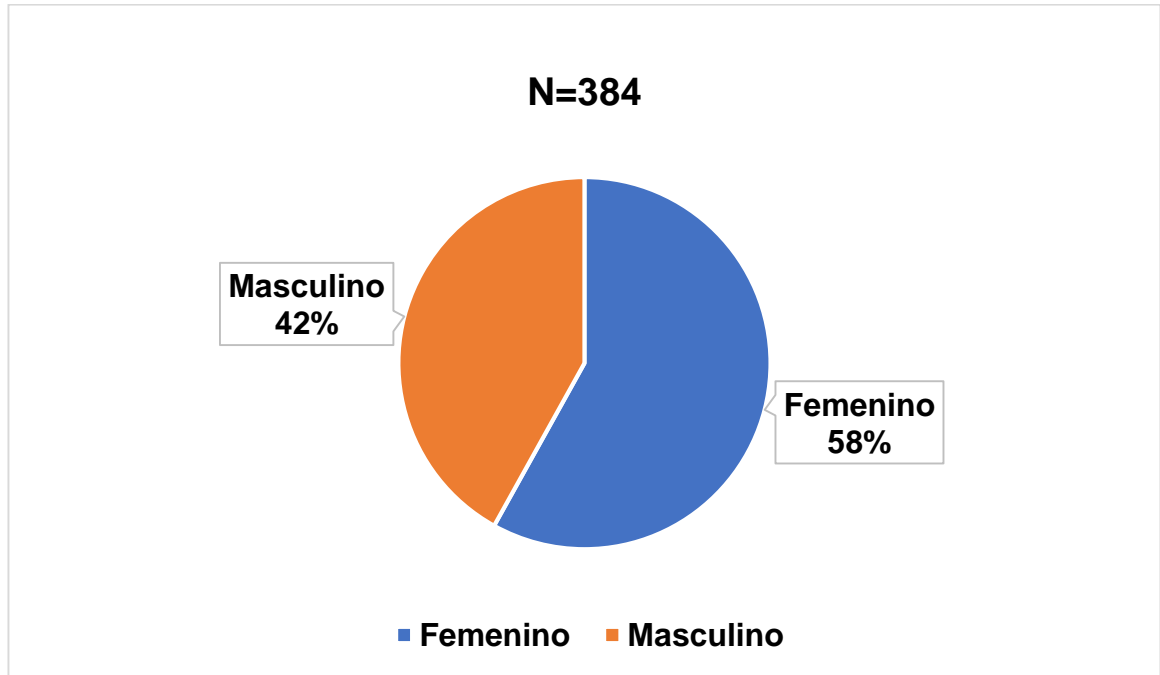
**Tabla 3**  
**Caracterización de los consumidores de alimentos orgánicos**  
**N=384**

**3.1. Datos generales**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad</b>		
<b>18-25 años</b>	221	58
<b>26-35 años</b>	88	23
<b>36-45 años</b>	27	7
<b>46-55 años</b>	26	7
<b>56-65 años</b>	18	5
<b>66-75 años</b>	2	1
<b>76-85 años</b>	2	1
<b>Sexo</b>		
<b>Femenino</b>	223	58
<b>Masculino</b>	161	42
<b>Estado Civil</b>		
<b>Casado</b>	87	23
<b>Soltero</b>	288	75
<b>Divorciado</b>	5	1
<b>Unido</b>	2	1
<b>Viudo</b>	2	1
<b>Tiene hijos</b>		
<b>Si</b>	344	90
<b>No</b>	40	10

En la tabla 3 se muestra las principales características sociales, demográficas y económicas del consumidor de alimentos orgánicos.

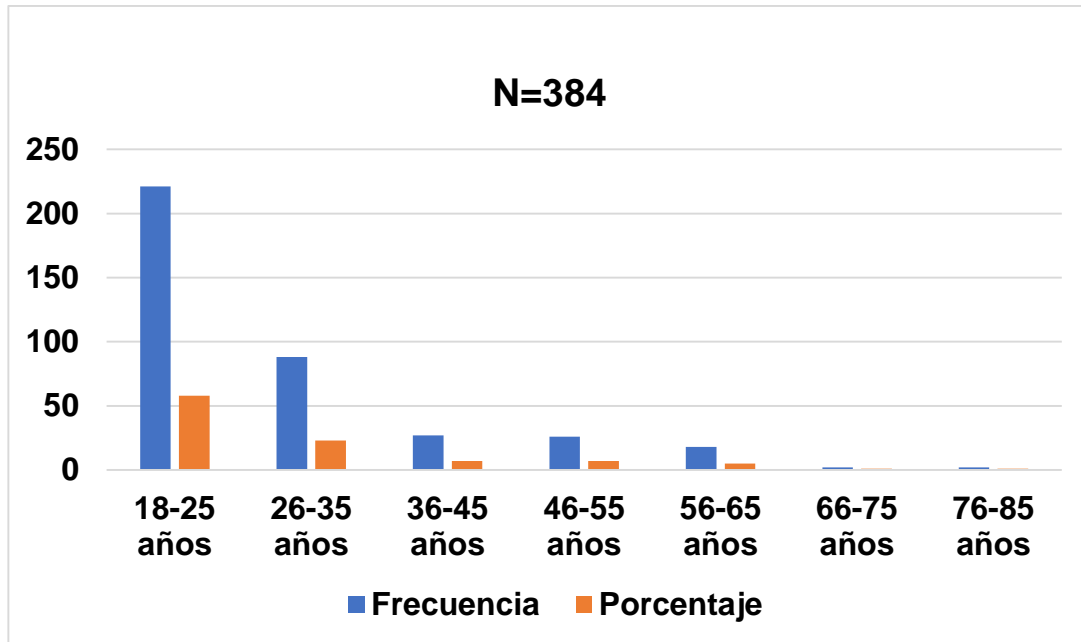
**Gráfica 5**  
**Sexo de los consumidores de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 5, se ilustra que se contó con una muestra de 384 participantes, conformada por 223 mujeres (58%) y 161 hombres (42%). La muestra se obtuvo de los lugares en donde se localizaron alimentos categorizados como orgánicos.

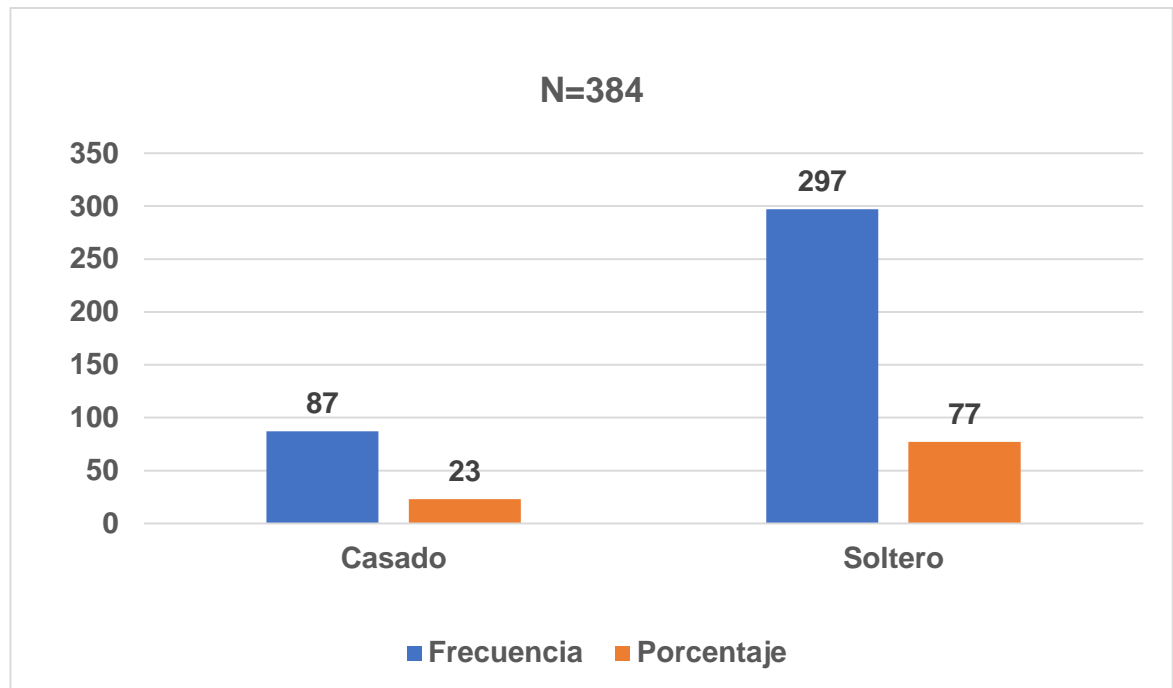
**Gráfica 6**  
**Edad de los consumidores de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 6, se observó que la edad se observó con mayor porcentaje (81%) de consumidores de alimentos orgánicos se encuentra entre los 18 a 35 años de edad. Siendo parte importante de su dieta de consumo diario. En menor cantidad se encontró a las personas entre las edades de 56 a 85 años de edad, aportando un pequeño porcentaje (7%) de la muestra.

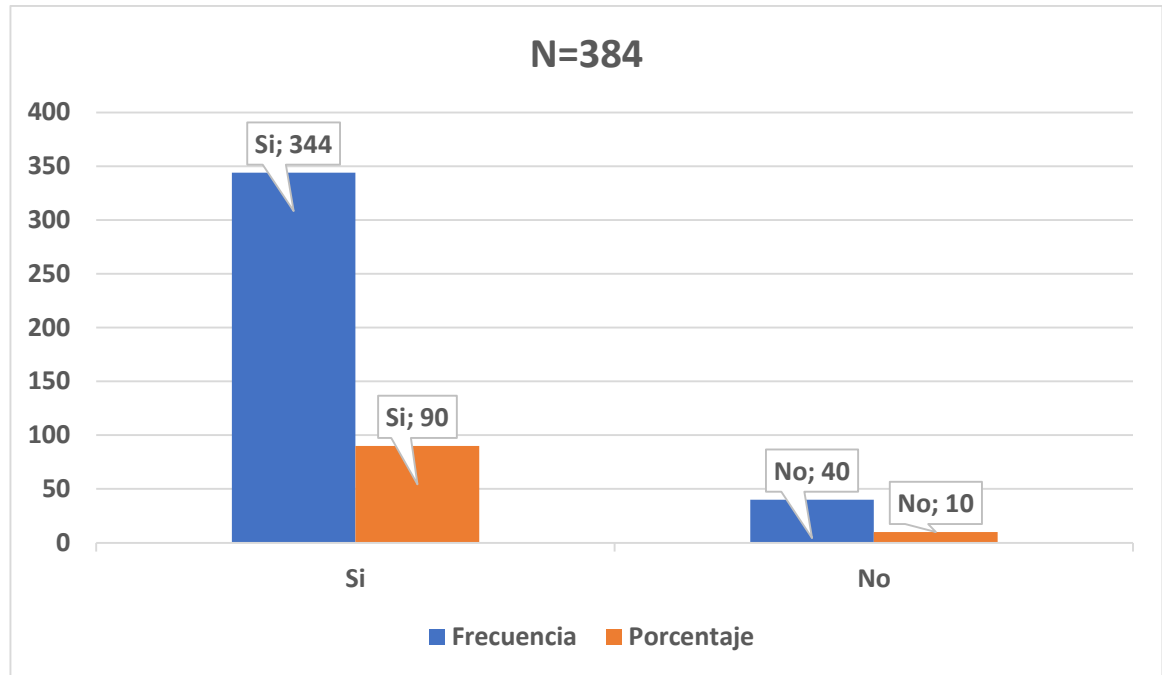
**Gráfica 7**  
**Estado civil de los consumidores de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 7, el estado civil que caracterizó a la mayoría de los consumidores de alimentos orgánicos fue ser personas solteras (75%) en relación a las personas casadas (23%).

**Gráfica 8**  
**Presencia de hijos en los consumidores de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 8 se observó la presencia o ausencia de hijos dentro de los participantes, solo el 51% de ellos poseen hijos e indicaron tener entre 1 hasta 3 hijos como máximo.



**Tabla 3.2****Nivel de escolaridad en los consumidores de alimentos orgánicos**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Nivel de Escolaridad</b>		
<b>Primaria</b>	3	1
<b>Secundaria</b>	15	4
<b>Diversificado</b>	55	14
<b>Superior</b>	298	78
<b>Maestría</b>	13	3

**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En cuanto al nivel de escolaridad los participantes en su mayoría tienen estudios académicos a nivel superior (78%) siendo ésta su ocupación (48%), son estudiantes de tiempo completo por lo que se les dificulta tener una jornada de trabajo. El 56% de los participantes son trabajadores en distintas ocupaciones. En segunda posición se encuentra el nivel diversificado (14%), logrando obtener trabajos de medias jornadas o jornadas completas, por lo que entre las ocupaciones se encuentran, cajeros, servicio al cliente, meseras y técnicos en diferentes carreras. Tan solo se obtuvo un 3% de participantes con maestrías, ocupando puestos de administradores de empresas (7%), catedráticos (4%), ingenieros (4%) y puestos en ventas (10%).

**Tabla 3.3**

**Ingresos y empleo en los consumidores de alimentos orgánicos**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Ocupación</b>		
Abogado	1	0.3
Administrador	27	7%
Agrónomo	1	0.3
Ama de casa	14	4%
Arquitecto	2	1%
Asistente	2	1%
Auditora	1	0.3
Barista	2	1%
Cajero	1	0.3
Call center	7	2%
Catedrático	17	4%
Comerciante	7	2%
Comunicador	4	1%
Contador	7	2%
<b>Ocupación</b>		
Deportista	1	0.3
Diseñadora	2	1%
Doctor	1	0.3
Empresario	7	2%
Estudiante	183	48%
Eventos	1	0.3
Fisioterapeuta	4	1%
Fotógrafo	3	1%
Ingeniero	15	4%

<b>Jubilado</b>	2	1%
<b>Mercadología</b>	7	2%
<b>Mesera</b>	2	1%
<b>Nutricionista</b>	1	0.3
<b>Periodista</b>	1	0.3
<b>Psicóloga</b>	2	1%
<b>Publicista</b>	1	0.3
<b>Secretaria</b>	6	2%
<b>Supervisor</b>	7	2%
<b>Técnico</b>	6	2%
<b>Ventas</b>	39	10%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>
<b>Trabaja</b>		
<b>Si</b>	<b>215</b>	<b>56%</b>
<b>No</b>	<b>169</b>	<b>44%</b>
<b>Rango de ingresos</b>		
<b>menos de Q2,500.00</b>	<b>191</b>	<b>50%</b>
<b>de Q2,501.00 a Q7,500.00</b>	<b>123</b>	<b>32%</b>
<b>de Q7,501.00 a Q12,500</b>	<b>43</b>	<b>11%</b>
<b>Arriba de Q12,501.00</b>	<b>27</b>	<b>7%</b>
<b>Número de miembros en la familia</b>		
<b>de 1 a 3 miembros</b>	<b>105</b>	<b>27%</b>
<b>de 4 a 6 miembros</b>	<b>262</b>	<b>68%</b>

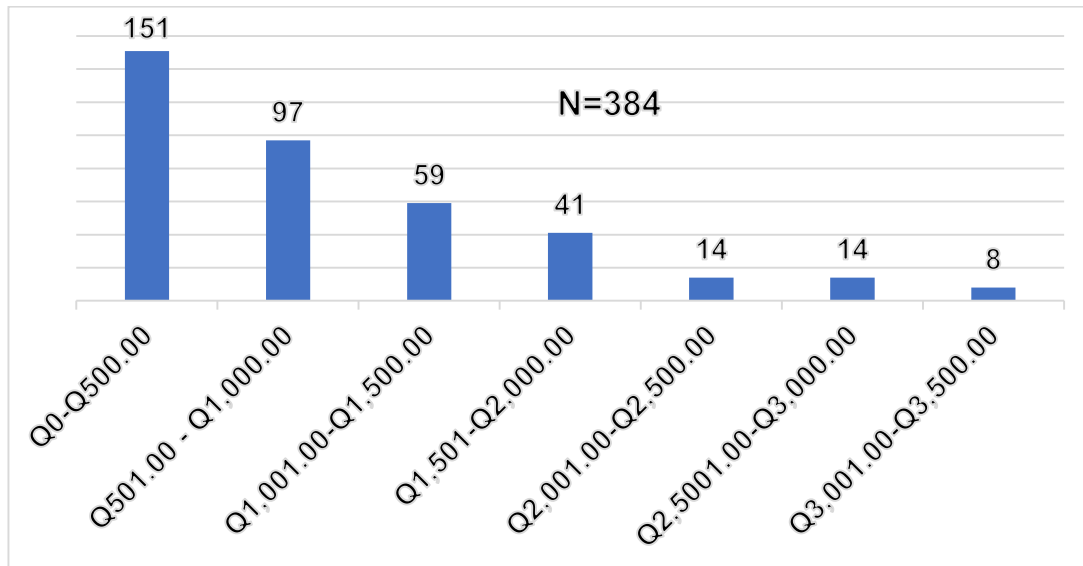
<b>de 7 en adelante</b>	<b>17</b>	<b>4%</b>
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente.** Elaboración propia 2018.

Según la clasificación del nivel de ingresos entre los participantes, el 50% de los participantes pertenecen al rango más bajo con Q2,500.00. En segunda posición le sigue el rango de Q2501.00 a Q7,500.00, quienes comentan que cuentan con trabajo. Tan solo el 11% de los participantes comenta que obtienen ingresos mensuales por encima de Q7,501.00 y en menor cantidad (7%) se encuentran los participantes con ingresos por encima de los Q12,500.00.

La cantidad de miembros que conformar las familias de los participantes se encuentra en un rango de 4 a 6 personas, ocupando la primera posición (68%), el segundo grupo más importante fueron las familias conformadas por 1 a 3 personas (27%) y tan solo un 4% de los participantes mencionaron que sus familias estaban conformadas por más de 6 miembros.

**Gráfica 9**  
**Presupuesto mensual destinado para la alimentación en los**  
**consumidores de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 9, se demostró que la mayoría de los participantes (39%) que consumen alimentos orgánicos mencionaron que el presupuesto destinado para la alimentación se encuentra entre los Q0.00 a Q500.00. En segunda posición (25%) el gasto promedio mensual es de Q501.00 a Q1,000.00. Seguidamente en tercera posición (15%) se coloca un gasto promedio de Q1,001.00 a Q1,500.00. Las últimas posiciones las ocupan los rangos que van de Q1,501.00 a Q2,000.00 con un 11% de los participantes.

Tan solo 14 personas de las encuestadas mencionan gastar por encima de los Q2,001.00 a Q2.500.00 al igual que 14 personas mencionaron gastar entre Q2,501.00 a Q3000.00. El presupuesto más bajo fue mencionado en 8 participantes quienes indicaron gastar entre Q3,001.00 a Q3,500.00 al mes para gastos de alimentación en su hogar.

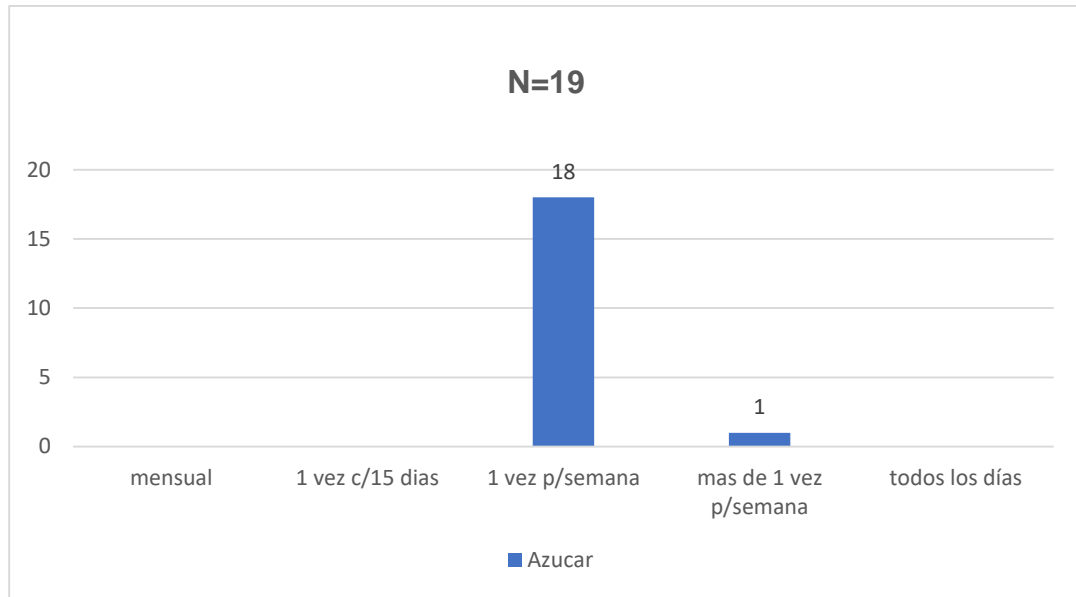
**Tabla 4**  
**Frecuencia de consumo cualitativa de alimentos orgánicos en los**  
**consumidores de alimentos orgánicos**

<b>Grupo de alimento</b>	<b>Número de participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Azúcar</b>	19	5%
<b>Grasas</b>	4	1%
<b>Cereales</b>	88	23%
<b>Carnes</b>	161	42%
<b>Vegetales</b>	54	14%
<b>Frutas</b>	24	6%
<b>Lácteos</b>	34	9%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la tabla 4 se logró identificar que los consumidores de alimentos orgánicos buscan en primera posición los productos cárnicos (42%), que se incluye huevos y pollo. Seguido del consumo de cereales con 23%, en donde destaca el consumo diario de los mismos. También se logra apreciar el consumo de vegetales, ocupando el tercer lugar de frecuencia de consumo con 14%, encontrando gran variedad de productos de origen nacional. En cuarta posición, los participantes refieren consumir los productos lácteos (9%), incluyendo yogurt en sus dietas diarias y leche en su mayoría. Las frutas son el siguiente grupo de alimentos, estas tienen un 6% de frecuencia entre los consumidores, mencionan comerlas a diario en su alimentación. En menor cantidad se encontró el consumo de azúcares con (5%) y grasas (1%).

**Gráfica 10**  
**Frecuencia del consumo de Azúcar en los consumidores de alimentos orgánicos**

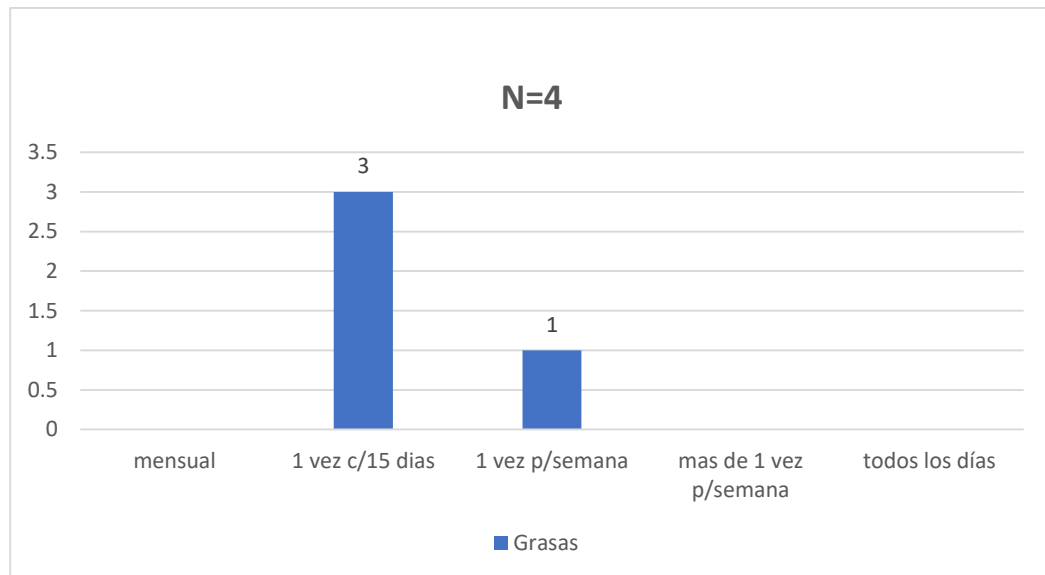


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 10, se ilustra la frecuencia de consumo del grupo de los azúcares, en total fueron 19 participantes. Se logró identificar que 18 participantes consumen una vez por semana el grupo de los azúcares, y sólo 1 participante lo consume más de una vez por semana.

**Gráfica 11**

**Frecuencia del consumo de grasas en los consumidores de alimentos orgánicos**

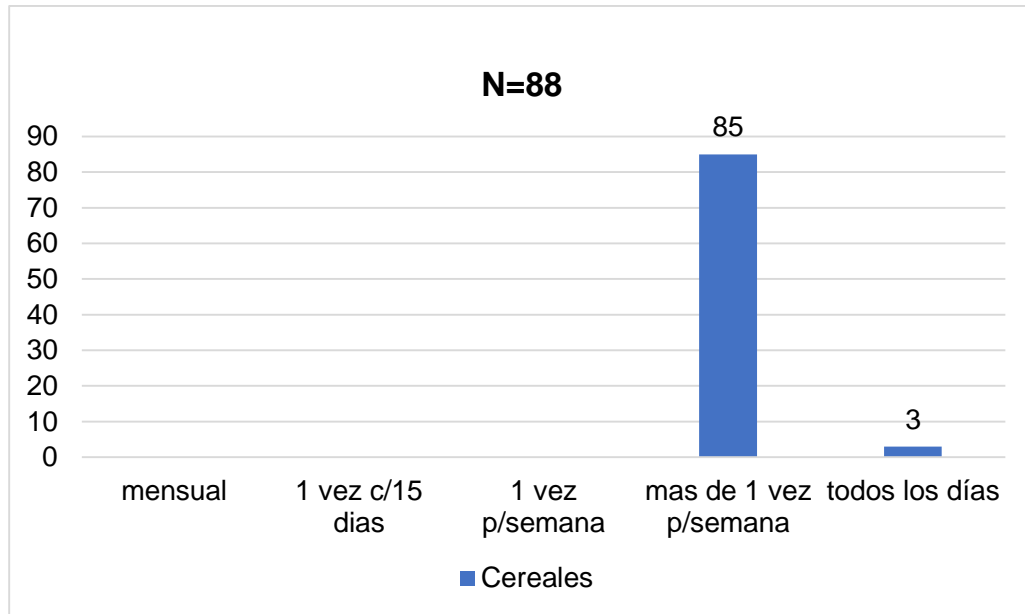


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 11, se ilustra la frecuencia de consumo del grupo de las grasas. Se logró identificar que 3 participantes consumen 1 vez cada 15 días y tan solo 1 participante mencionó consumir 1 vez por semana grasas. En total fueron 4 participantes que mencionan consumir grasas orgánicas dentro de su dieta.



**Gráfica 12**  
**Frecuencia del consumo de cereales en los consumidores de**  
**alimentos orgánicos**

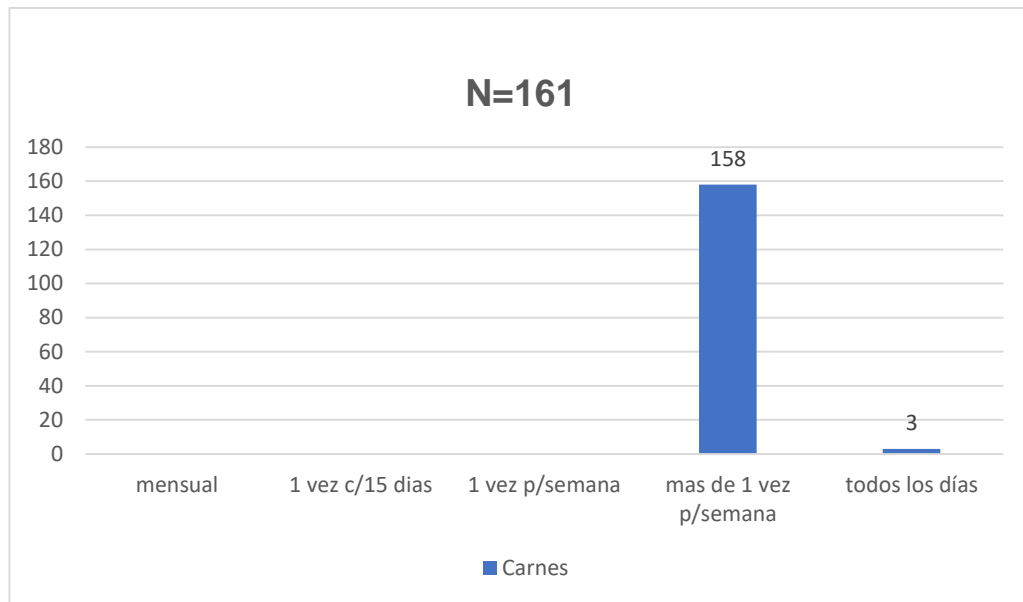


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 12, se ilustra la frecuencia de consumo del grupo de las cereales. Se logró identificar que 85 participantes lo consumen más de 1 vez por semana, siendo el mayor grupo. Los participantes que mencionaron consumirlo a diario fueron 3. En total fueron 88 participantes que mencionan consumir cereales orgánicos dentro de su dieta. Entre los cereales más consumidos se encuentran la avena, la granola y cereales de desayuno.

### Gráfica 13

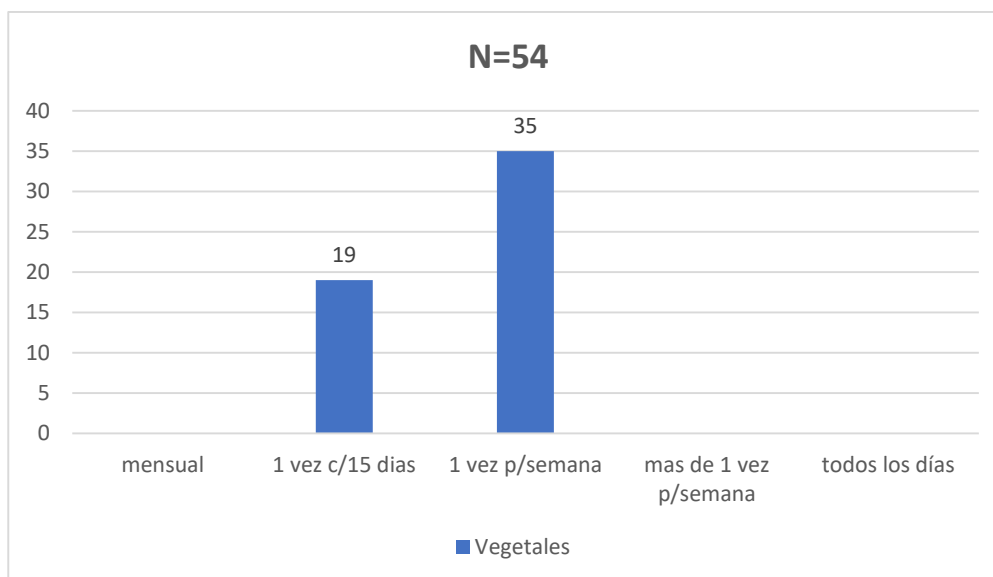
## Frecuencia del consumo de carnes en los consumidores de alimentos orgánicos



**Fuente.** Elaboración propia 2018

En la gráfica 13, se ilustra la frecuencia de consumo del grupo de los productos cárnicos, entre los que se incluye el huevo y el pollo, Se logró identificar 158 participantes que lo consumen más de 1 vez por semana, siendo el mayor grupo. Los participantes que mencionaron consumirlo a diario fueron 3. En total fueron 161 participantes que mencionan consumir carnes orgánicas dentro de su dieta.

**Gráfica 14**  
**Frecuencia del consumo de vegetales en los consumidores de**  
**alimentos orgánicos**

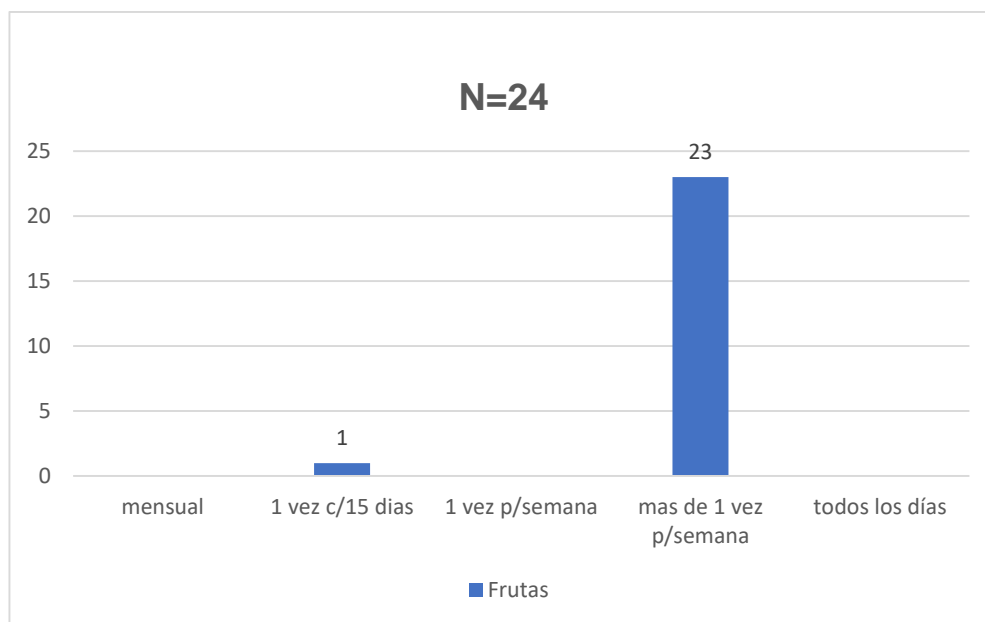


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 14, se ilustra la frecuencia de consumo del grupo de los vegetales. Se logró identificar que 19 participantes lo consumen más de una vez cada quince días. Los participantes que mencionaron consumirlo una vez por semana fueron 35. En total fueron 54 participantes que mencionan consumir vegetales orgánicos dentro de su dieta. Entre los vegetales más consumidos están la lechuga, arúgula, tomate cherry, zanahoria, elote.

**Gráfica 15**

**Frecuencia del consumo de frutas en los consumidores de alimentos orgánicos**

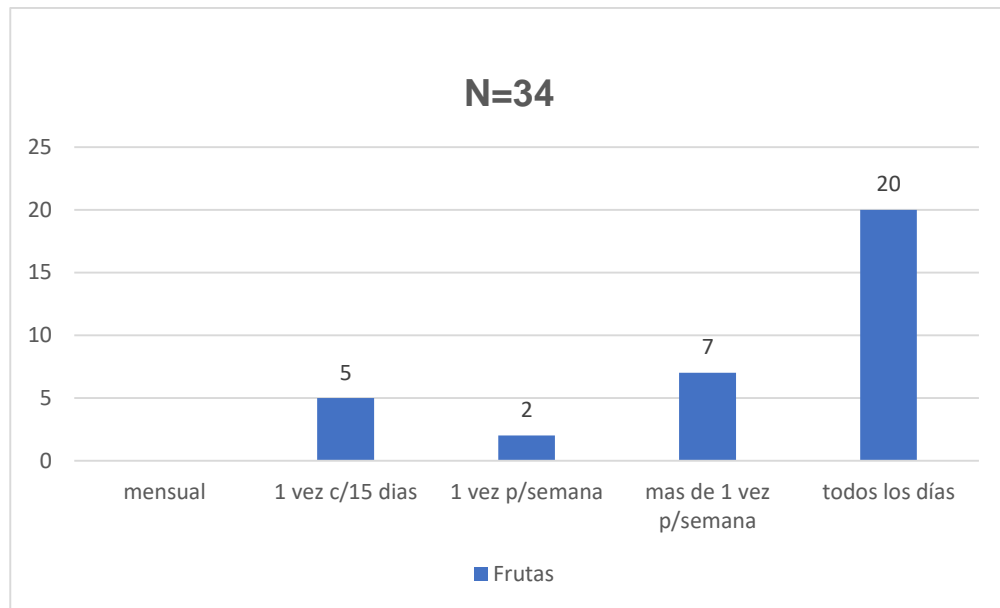


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 15, se ilustra la frecuencia de consumo del grupo de las frutas. Se logró identificar a 1 participante que refiere consumirlo una vez cada quince días. Los participantes que mencionaron consumirlo más de una vez por semana fueron 23. En total fueron 24 participantes que mencionan consumir frutas orgánicas dentro de su dieta. Entre las frutas mayormente consumidas están la naranja, manzana, fresa, bluberri y kiwi.

**Gráfica 16**

**Frecuencia del consumo de lácteos en los consumidores de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la gráfica 16, se ilustra la frecuencia de consumo del grupo de los lácteos. Se logró identificar a 5 participantes que refieren consumirlo una vez cada quince días. Hubo 2 participantes que mencionaron consumirlo una vez por semana. Los participantes que refirieron consumirlo más de una vez por semana fueron 7. La mayor parte de los participantes (20), consumen lácteos todos los días. En total fueron 34 participantes que mencionan consumir lácteos orgánicos dentro de su dieta.

**Tabla 5**  
**Prueba de conocimiento acerca de los alimentos orgánicos en los**  
**consumidores de alimentos orgánicos**  
**N=384**

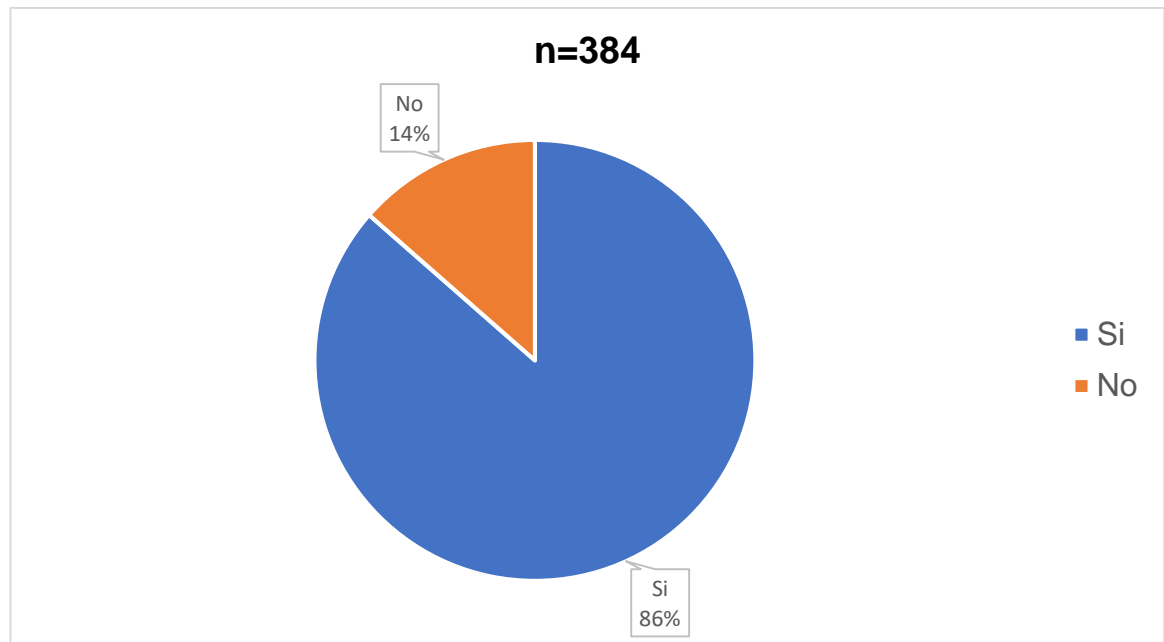
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Conocimiento suficiente</b>	37	10%
<b>Conocimiento medio</b>	332	86%
<b>Poco conocimiento</b>	15	4%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la Tabla 5. se demostró que el conocimiento acerca de los alimentos orgánicos es medio obteniendo un 86% de los resultados, siendo 332 personas que respondieron entre 5 a 6 preguntas correctas. Apenas se contó con 37 participantes que respondieron de manera correcta a más de 7 preguntas, aportando un 10% de participación. Del total de los 384 participantes solamente 15 personas respondieron menos de 5 preguntas correctas en la prueba de conocimiento, siendo un 4% de los participantes.

**Gráfica 17**

**Conocimiento del término de alimento orgánico en los consumidores de alimentos orgánicos**

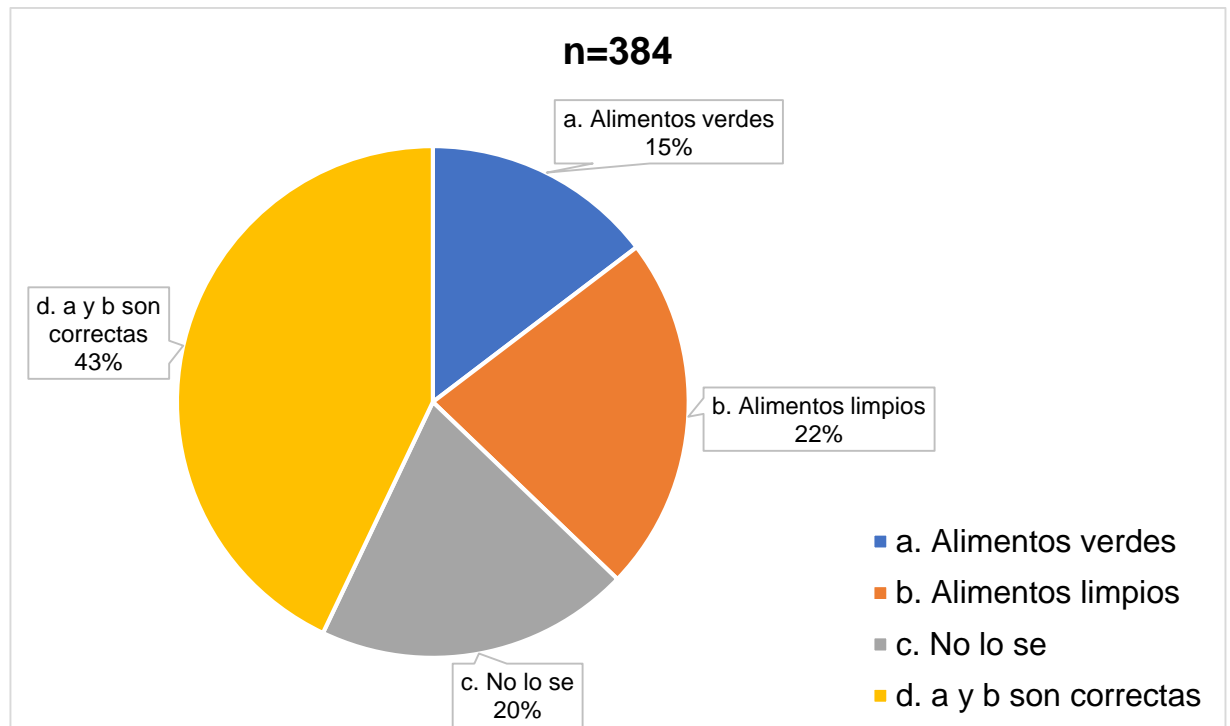


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la primera pregunta como se demuestra en la gráfica 17 de la prueba de conocimientos acerca de los alimentos orgánicos, el 86% de los encuestados mencionan conocer el término de alimento orgánico a diferencia de un 14% de participantes que mencionaron desconocerlo.

**Gráfica 18**

**El consumidor de alimentos orgánicos conoce otros nombres para identificar los alimentos orgánicos**

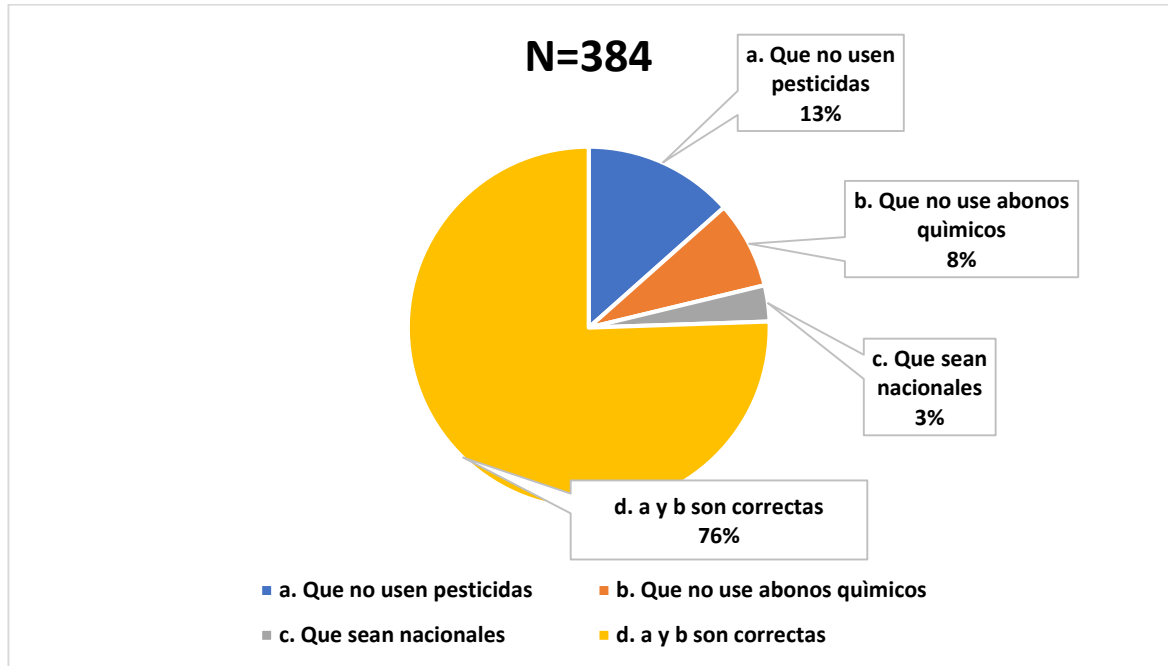


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la segunda pregunta, como se demuestra en la gráfica 18, se preguntó acerca de que otros nombres reciben los alimentos orgánicos, los 384 participantes respondieron 43% de manera correcta, siendo alimentos verdes y alimentos limpios la respuesta. A diferencia de 76 participantes (20%) que respondieron que no conocían otro nombre para el alimento orgánico. En cuanto a los demás participantes, estos poseían un conocimiento medio y aportaron un 15% para responder alimentos verdes y un 22% para alimentos limpios, en mayor cantidad este último por ser parte importante de la producción y producto final.



**Gráfica 19**  
**Conocimiento de las características que deben poseer los alimentos orgánicos**

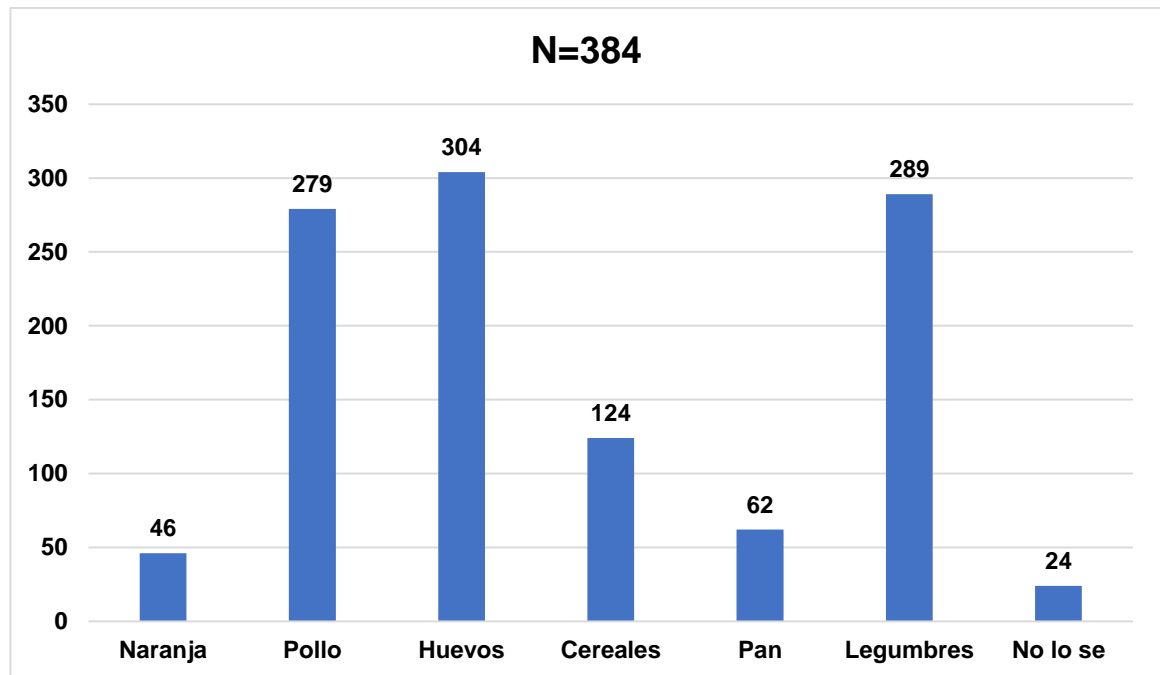


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la tercera pregunta, como se demuestra en la gráfica 19, acerca de las características que debe poseer un alimento para que sea considerado como orgánico destacó la respuesta que le dio la gran mayoría la cual fue el no usar pesticidas ni abonos químicos en su producción con un 76%, seguido en segunda posición por la respuesta de no usar pesticidas con un 13%, no usar abonos químicos con un 8% y tan sólo un 3% de los encuestados respondieron que es necesario que sean nacionales.

**Gráfica 20**

**Conocimiento de los alimentos orgánicos que son producidos en Guatemala en los consumidores de alimentos orgánicos**

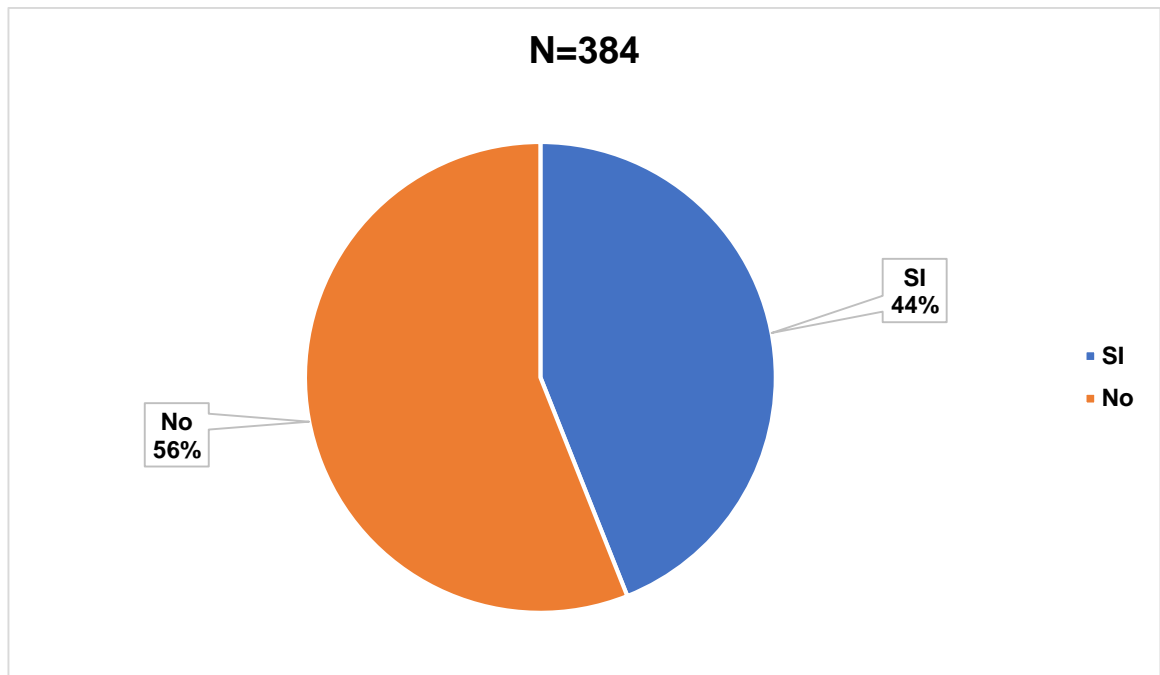


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la pregunta 4, como se demuestra en la gráfica 20, se preguntaba a los participantes cuales alimentos orgánicos se producen en Guatemala. La respuesta con mayor numero fue los huevos, con 304 afirmaciones. Seguido se encuentra las legumbres con 289 afirmaciones, en tercera posición mencionan al pollo con 279 afirmaciones, los cereales tuvieron 124 afirmaciones siendo el cuarto alimento mencionado. Por ultimo ubicaron al pan con 62 afirmaciones y a la naranja con tan solo 46 afirmaciones. También hubo 24 participantes que no conocían algún alimento que se produjera en Guatemala, porque solamente compraban producto de importación.

**Gráfica 21**

**Conocimiento de la importación de alimentos orgánicos en el país en los consumidores de alimentos orgánicos**

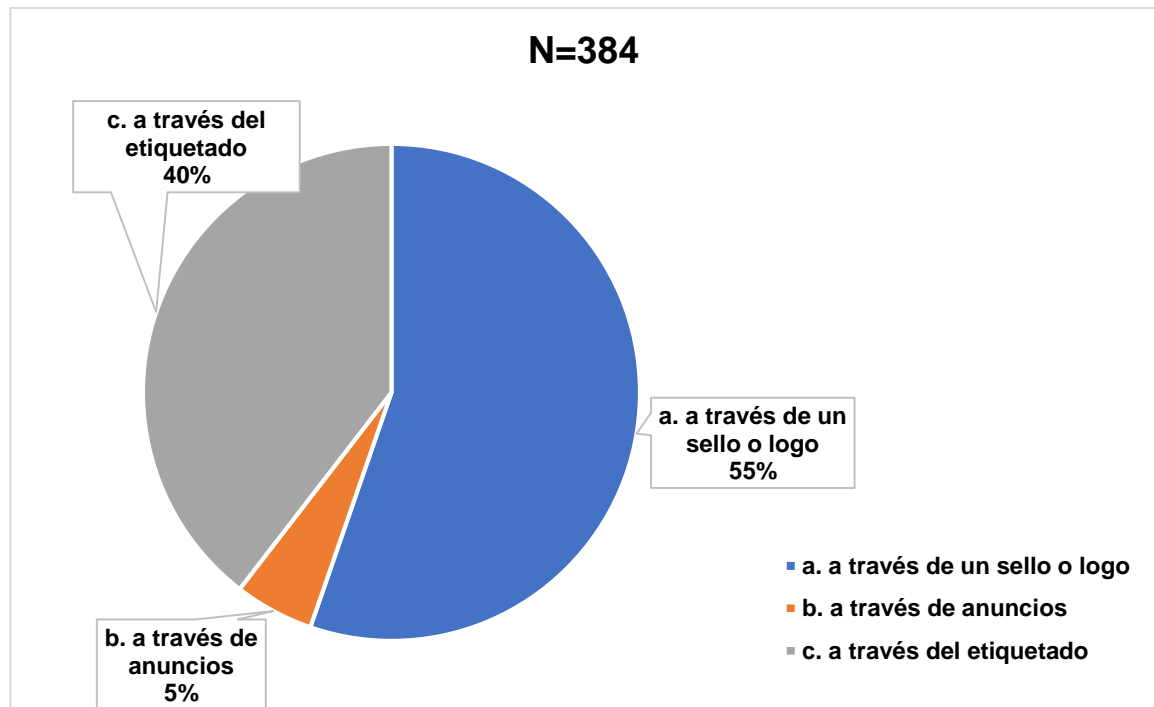


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la pregunta 5, como se demuestra en la gráfica 21, se le preguntaba al consumidor si conocían de algún producto orgánico que se importara a Guatemala, siendo la respuesta No la que alcanzó el mayor porcentaje con 56% a diferencia de un 44% de participantes que afirmaban conocer de alimentos orgánicos importados, entre los que mencionaban se encuentran las granolas, arroz, entre otros varios cereales y leguminosas. Las personas que mencionaron no conocer alimentos importados son consumidores de vegetales o frutas de origen nacional.

**Gráfica 22**

**Identificación de un alimento como Orgánico en los consumidores de alimentos orgánicos**

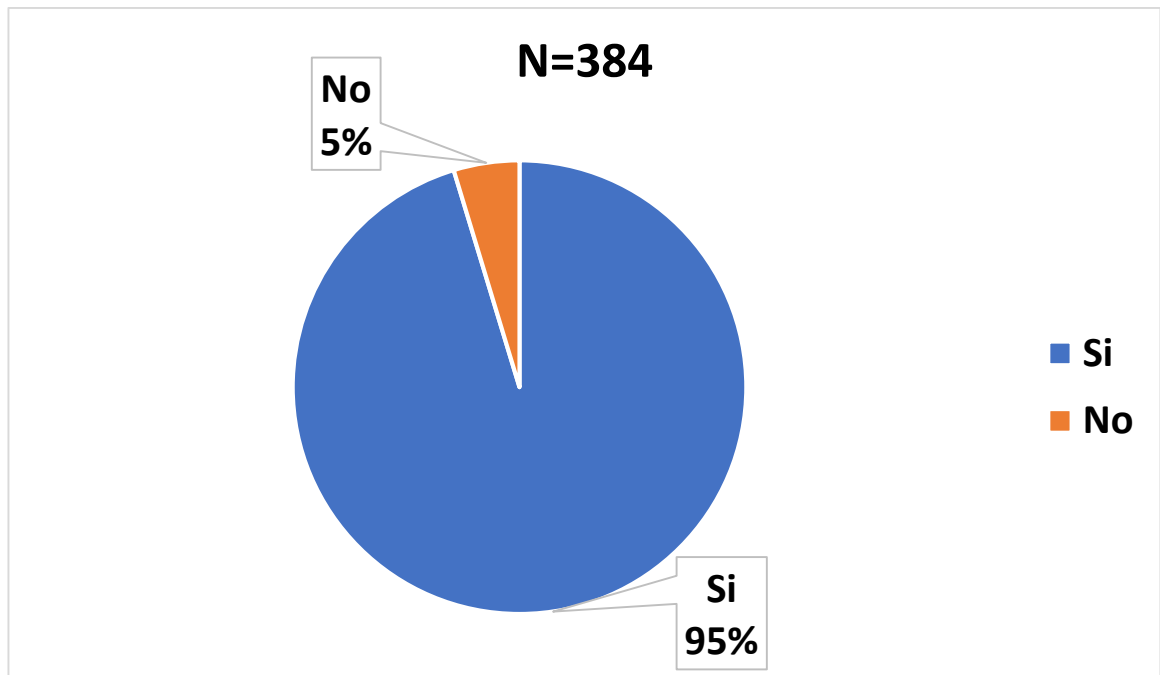


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la pregunta 6, como se demuestra en la gráfica 22, se le preguntaba al consumidor como identificaba a un alimento orgánico al momento de la compra. Un 55% de los participantes respondieron que buscan un sello o logo que les indique que el alimento es orgánico, entre el sello que más se encuentra familiarizado el consumidor es el USDA Organic, que está presente en los productos importados. La otra gran mayoría (40%) busca la palabra orgánico a través del etiquetado. De los 384 participantes solamente 20 respondieron que se dejaban influir por los anuncios y no por algún logo o etiquetado.

**Gráfica 23**

**Consideración sobre el beneficio al consumir alimentos orgánicos comparado con los alimentos no orgánicos.**

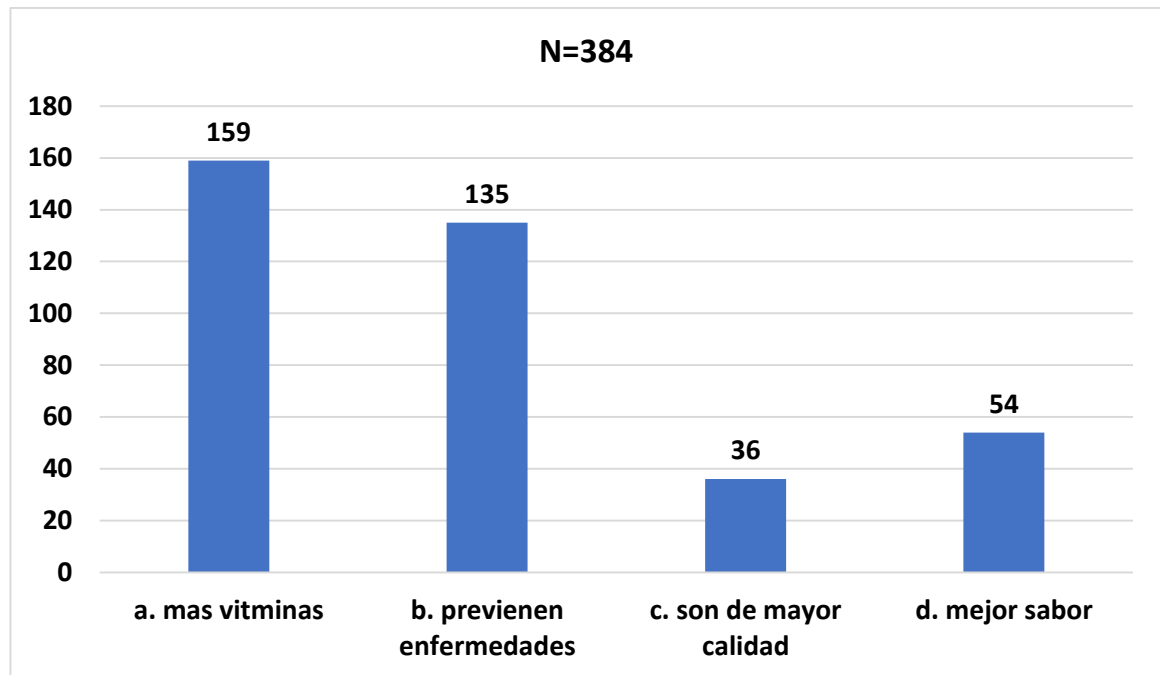


**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la pregunta 7, como se demuestra en la gráfica 23, se preguntó al consumidor si un alimento orgánico aporta beneficios a la salud comparándolos con los demás alimentos, esta respuesta fue en su mayoría un sí (95%), demostrando que el consumidor sabe que tiene ventajas y beneficios el consumir este tipo de alimentos. Tan solo 5% de los participantes mencionan que no tienen mayor diferencia pero que lo están consumiendo por una nueva influencia y moda en los restaurantes.

**Gráfica 24**

**Identificación de al menos un beneficio que influya en la decisión de compra del alimento orgánico en los consumidores de alimentos orgánicos**



**Fuente.** Elaboración propia 2018.

En la pregunta 8, como se demuestra en la gráfica 24, se preguntó cuál era el beneficio que más influía en la decisión por la compra de alimentos orgánicos, hubo cuatro incisos, mayor cantidad de vitaminas, prevención de enfermedades, mayor calidad y mejor sabor. El beneficio más influyente entre los participantes fue el poseer mayor cantidad de vitaminas presentes en el alimento (41%), seguido de la protección que ofrecen ante las enfermedades (35%), en tercera posición es importante para el consumidor el mejor sabor que ofrecen comparado con los demás alimentos (14%) y en último lugar el consumidor de alimentos orgánicos colocó a la característica calidad, dándole mayor importancia a los dos primeros incisos.

## **XI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Los resultados obtenidos en el estudio exploratorio acerca de la disponibilidad, consumo y conocimiento de alimentos orgánicos en cinco diferentes zonas de la ciudad de Guatemala, marcan un primer patrón de alimentación con el cual se logra conocer el comportamiento de los consumidores de alimentos orgánicos, su manera de encontrar y comprar este tipo de alimentos y el grado de conocimiento que poseen acerca de la comida orgánica.

### **1. Identificar los supermercados y comercios en donde se ofertan los productos categorizados como orgánicos.**

Se logró ubicar tiendas y supermercados con venta de alimentos catalogados como orgánicos. Estos 21 lugares en total fueron observados e identificados con la visita de la investigadora; se refieren a supermercados de consumo diario, los cuales les brindan a los consumidores gran variedad de alimentos orgánicos, en su mayoría de origen importado, aunque se observó la nueva tendencia de vender en estos supermercados, vegetales y frutas de origen nacional con certificación internacional que les facilita la exportación a otros países de la región. De los 21 lugares, solo se pudo observar 4 lugares con gran afinidad a los alimentos orgánicos; en estos lugares el personal se encuentra altamente capacitado y posee información necesaria para guiar al consumidor a la hora de la compra.

### **2. Identificar los alimentos denominados como orgánicos que son ofertados en los principales supermercados y comercios de la ciudad de Guatemala.**

Se logró identificar 160 productos categorizados como orgánicos, en los diferentes lugares observados. Se tomó en cuenta solo aquellos que contaran con sello o logo que los identificara con Orgánico y/o que en su etiqueta dijera “Orgánico”, “Ecológico”, “Biológico” o “Biodinámico”, requisitos del Codex. Se destaca la gran cantidad de cereales que se ofertan en el mercado, siendo en su

mayoría de origen importado y que cuentan con el sello de USDA Organic, siendo productos de Estados Unidos, España, Colombia entre los países por mencionar.

Por ser alimentos con un precio por encima del promedio, tardan en tener rotación en las estanterías dentro de los supermercados. Por lo que es posible tener gran variedad de cereales para desayuno, que incluye desde hojuelas de maíz hasta cereales con sabor a mantequilla de maní y chocolate o granolas para agregar a la dieta diaria entre otros productos. En su mayoría se presentan en caja de cartón, lo cual los cubre de cualquier patógeno externo que quiera interferir en la calidad del producto.

El otro grupo de alimentos que marcó la diferencia fue el de vegetales, de los cuales se puede mencionar, lechugas, arúgula, tomates, zanahorias, elotes, los cuales son los más buscados por el consumidor de alimentos orgánicos. Estos son de origen nacional y son vendidos a los grandes supermercados o tiendas por pequeños comerciantes de diferentes departamentos del interior de Guatemala, los cuales se puede mencionar, Sacatepéquez, Quiche, Sololá y Escuintla. Importante mencionar que, aunque existe gran disponibilidad de este tipo de alimentos el consumidor no lo ingiere de manera exclusiva por los altos costos que esto conllevaría.

Dentro del grupo de cárnicos, solamente se logró observar huevos o pollo, ambos productos se manejan con mucho cuidado en las tiendas y se trabajan bajo pedido de los clientes para que el producto sea fresco siempre. En cuanto al grupo de los azúcares, las personas diabéticas también pueden optar por el consumo de alimentos orgánicos, porque se encontró 1 edulcorante orgánico.



### **3. Identificar a los consumidores de alimentos orgánicos y lograr caracterizar a los consumidores de alimentos orgánicos, a través de una entrevista.**

El total de la muestra de manera voluntaria respondió a la entrevista para obtener la información de carácter socioeconómico y demográfico. En general fue mayor la presencia de mujeres, con un rango de edad de 26 a 35 años. En cuanto al estado civil, soltero fue la primera posición, recordando que son en su mayoría estudiantes de profesión o bien se encuentran terminando sus carreras profesionales. También se encuentra dentro del mismo grupo de edad, personas casadas que poseen como mínimo 1 hijo por familia. Más de la mitad de los entrevistados cuentan con trabajo, con un promedio en sus ingresos de menos de Q2,500.00, o bien nulos ingresos económicos siendo aún apoyados por sus padres dentro del hogar. Se debe mencionar que son datos que la investigadora obtuvo de los entrevistados y por ser información muy personal pueden no haber ofrecido los datos correctos al momento de la entrevista. Los profesionales que se encuentran laborando, mencionaron obtener ingresos mensuales de Q2,501.00 a Q7,500.00. Con estos ingresos se pretende mantener a los miembros de su familia que oscilan entre 4 a 6 personas y que como mínimo 2 personas se encuentran bajo su responsabilidad. En menor cantidad, se encuentra el consumidor de alimentos orgánicos con ingresos mensuales de hasta Q12,000.00.

En cuanto al presupuesto destinado para su alimentación, los consumidores de alimentos orgánicos mencionan que gastan un promedio de Q501.00 a Q1000.00, pero se debe mencionar que en su mayoría son estudiantes que aún viven con sus padres y que no poseen gastos propios, sino más bien son gastos extras de parte de sus progenitores. También se incluye en este rango a personas que se encuentran casadas, pero que no tienen la obligación de aportar en casa y quien corre con el pago de la alimentación es su pareja o sus padres. El presupuesto más bajo para gastar en alimentación fue de Q3,001.00 a Q3,500.00 al mes, respondiendo de esta manera solo 8 personas.

#### **4.Evaluar el consumo de alimentos orgánicos a través de un cuestionario de frecuencia de consumo.**

Se logró obtener una frecuencia de consumo de alimentos orgánicos dentro de los 384 participantes entrevistados, solicitando información acerca de la cantidad de veces que consumían los diferentes grupos de alimentos. Es importante mencionar que los alimentos mayormente consumidos son los productos cárnicos, huevo y pollo, productos que a pesar de ser orgánicos no tienen un precio tan elevado versus el precio promedio. Estos alimentos mencionan ser consumidos todos los días, aunque en un pequeño porcentaje de los entrevistados, como mínimo se consume más de una vez a la semana. El segundo grupo de alimentos que es frecuente en el consumo de los participantes son los cereales. Los entrevistados mencionan consumir avena, granola, cereales de desayuno, arroz y pastas de manera muy frecuente, también siendo consumidos más de una vez a la semana. Hubo participantes que mencionaron que es parte vital de su dieta diaria debido a que por sus profesiones o carreras son alimentos fáciles de preparar y consumir.

En cuanto a la frecuencia en el consumo de vegetales, los participantes mencionaron comprarlos en las tiendas especializadas, las que solo fueron cuatro, porque son alimentos frescos y recién traídos de las granjas donde fabrican y producen alimentos orgánicos. Se debe mencionar que este grupo de alimentos se maneja también bajo pedido e incluso son llevados a las casas de los consumidores sin ningún recargo facilitando la disponibilidad de los productos en los hogares. Otro grupo importante son los lácteos quienes también están presentes todos los días en la dieta de los consumidores, aunque el promedio de consumo es bajo; los quesos, el yogurt y la leche son muy frecuentes entre los participantes. El menor consumo se da para el grupo de las grasas, siendo solo consumido una vez cada 15 días.

La frecuencia del consumo de alimentos orgánicos se ve afectada por el precio que se encuentra por encima del promedio, respecto a los alimentos categorizados como no orgánicos, esto es aplicable para todos los grupos de

alimentos. Donde menos se ve esta diferencia es en el precio de los huevos, los cuales se pueden encontrar con un valor de Q1.50.00 al igual que el precio de un huevo promedio. No hubo participante que consumiera de manera exclusiva alimentos orgánicos por el alto costo que esto significaría.

### **5. Identificar los conocimientos de los consumidores sobre alimentos orgánicos a través de un cuestionario.**

Se evaluó el conocimiento de los alimentos orgánicos dentro de los consumidores entrevistados. Se evidenció un conocimiento medio acerca del significado de “Orgánico”, con la mayoría de los participantes. Varios obtuvieron respuestas correctas, pero no las suficientes para ser un buen conocedor de los alimentos orgánicos. Del total de entrevistados, tan solo un pequeño porcentaje posee los conocimientos necesarios acerca del término orgánico, pueden asegurar que al alimento orgánico también se le puede llamar “alimento limpio” o “alimento verde”. También conocen las características que debe poseer un alimento para considerarse orgánico, las cuales se incluyen tener ausencia de pesticidas y de abonos químicos al momento de su producción o fabricación. Se preguntó acerca de los productos orgánicos producidos en el país, los tres alimentos con mayor número fueron los huevos, el pollo y las legumbres. En la respuesta correcta se debería de agregar la naranja, los cereales y legumbres, la gran mayoría de los entrevistados desconocían de la disponibilidad de los mismos.

Los consumidores entrevistados concuerdan que es necesario el uso de un logo o sello para identificar a los alimentos orgánicos, en la mayoría de los productos identificados se observó el logo USDA Organic, siendo esta una certificación internacional para la venta de productos orgánicos. También se podría mencionar que el consumidor de este tipo de alimentos es bastante exigente y no se deja llevar por anuncios promocionales sino más bien por la información que posea el etiquetado.

La gran mayoría de los participantes concuerda que el consumo de alimentos orgánicos contribuye al beneficio de la salud y es esta la razón más importante del porque eligen un alimento orgánico frente a los no orgánicos. Entre el beneficio más influyente en su decisión, se encuentra el poseer mayor cantidad de vitaminas y minerales además de ayudar a prevenir enfermedades, entre las cuales se han estudiado cáncer y enfermedades autoinmunes. Aun sabiendo que poseen mejor sabor, esta no es una razón de importancia para su consumo, esta característica la toman como un atributo adicional. Lamentablemente no existe un consumo masivo a causa de los precios tan elevados que poseen cada uno de los alimentos.

## XII. CONCLUSIONES

1. En la ciudad de Guatemala existe disponibilidad de supermercados y tiendas de venta de alimentos orgánicos, logrando contabilizar 17 tiendas de consumo diario y 4 tiendas especializadas.
2. Se logró identificar 160 alimentos orgánicos que están disponibles dentro de los supermercados identificados y tiendas que presentan sello o etiquetado característico de un alimento orgánico. En su mayoría se encontró alimentos importados con sello USDA Organic.
3. Se logró identificar a través de una entrevista, a 384 consumidores de alimentos orgánicos incluyendo hombres y mujeres guatemaltecos mayores de edad dentro de los 21 supermercados ubicados para la investigación.
4. Los consumidores se caracterizan por ser en su mayoría mujeres con hijos y con un rango de ingresos de entre Q2,500.00 a Q7,500.00 teniendo un gasto promedio mensual destinado a su alimentación de Q500.00 a Q1,500.00.
5. Dentro de Los alimentos con mayor frecuencia de consumo se encuentran el huevo y el pollo, seguido de los cereales, como la avena, granola, cereales de desayuno y los vegetales, como la arúgula, acelga, lechugas, tomates. Siendo los huevos, los alimentos con el precio más accesible para el consumidor.
6. Solo un 10% de los participantes obtuvo un conocimiento suficiente, sobre los alimentos orgánicos y en su mayoría, perciben beneficios para la salud siendo el aporte de vitaminas y la prevención de enfermedades los más comunes.

### **XIII. RECOMENDACIONES**

1. Este estudio es un punto de partida para seguir investigando acerca de la gran variedad de alimentos orgánicos que actualmente existen en el mercado.
2. Brindar educación e información a través de medios de comunicación sobre los beneficios y ventajas que se obtienen al consumir alimentos orgánicos en la dieta de los guatemaltecos.
3. Que las tiendas especializadas sean asesoradas por profesionales de la nutrición, para informarles acerca de los alimentos disponibles y a la venta en las diferentes tiendas, logrando de esta manera nuevos clientes y consumidores de alimentos orgánicos.
4. Para los distintos profesionales de la salud, informarse sobre las nuevas tendencias de consumo que están marcando los alimentos orgánicos en los adolescentes y en el adulto joven que busca obtener beneficios en la salud a través de los alimentos que consume.
5. Que el departamento de regulación y control de alimentos monitoree la veracidad del certificado que cataloga a un alimento como orgánico.

## XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Nova, A. "La producción y el mercado de los productos orgánicos en el mundo." Cuba. Centro de Estudios de la Economía Cubana. 2005
2. Monroy, M. "Productos orgánicos." México. Revista del Consumidor. 2008
3. Gutiérrez, C., Tuñón, E., Limón, F., Morales, H. y Nigh, R. "Representaciones sociales de los alimentos orgánicos entre comunidades de Chiapas.", México. Revista de Estudios Sociales. 2012.
4. De Oliveira, D., et al. "Consumo de alimento orgánicos: un estudio exploratorio.", Brasil. RAD Vol. 15, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr 2013, 2013
5. Higuchi, A. "Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima, Perú." Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Vol. XLII; No. 77/ISSN 0253-1865, Perú, 2015.
6. Sweeney, F., Salinas, F. y Sepúlveda, G. "Concepto y consumo de alimentos orgánicos: un estudio de caso en el valle de Azapa, Chile." Volumen 33, No.4, Chile, IDESIA, 2015.
7. Martínez, C. "Consumo de alimentos orgánicos en Colombia: una cultura incipiente." Universidad Militar Nueva Granada, Facultad de Ciencias Económicas. Colombia, 2016.
8. Moreira, W. "Análisis del comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos, en las principales cadenas de supermercados de la ciudad de Guayaquil.", Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Maestría en Gerencia en Marketing. Ecuador, 2016.
9. Casañas, D., et al. "Influencia de las tendencias de consumo de alimentos orgánicos en el comportamiento de los consumidores de la ciudad de Medellín." Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de Ciencias Sociales, Colombia, 2015.

10. Jaramillo, J., Vargas, S. y Guerrero, J. "Preferencias de consumidores y disponibilidad a pagar por atributos de calidad en carne de conejo orgánico." México. Revista Mexicana de Ciencias Pecuarias. 2015.
11. Soto, M., et al. "Estudio de mercado sobre la venta y consumo de hortalizas orgánicas en Ciudad Delicias, Chihuahua." México. Revista Mexicana de Agronegocios. Vol. XVIII, núm.35. 2014.
12. Gutiérrez-Pérez, C., Morales, H. y Limón-Aguirre, F. "Valoraciones de calidad en alimentos orgánicos y de origen local entre consumidores de la red Comida Sana y Cercana en Chiapas." México. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. 2013.
13. García, F. "Determinación de las diferencias entre los alimentos orgánicos y transgénicos: una mirada desde su composición nutricional y sus políticas de calidad." Antioquía. Corporación Universitaria Lasallista. Facultad de Ingeniería. 2015.
14. IICA. "Aproximación de la oferta Centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados." Guatemala, 2001.
15. Araujo, A., Azevedo, E., Lima, E. y Ferreira, A. "Alimentos orgánicos y salud humana: estudio sobre las controversias." Revista Panamericana de Salud Pública. Brasil. 2012.
16. FAO. "Agricultura orgánica: una herramienta para el desarrollo rural sostenible y la reducción de la pobreza." Memoria de taller. Costa Rica. 2003.
17. FAO/OMS. "Alimentos producidos orgánicamente." Codex Alimentarius. 3ra edición. Roma. 2007.
18. MAGA. "Estrategia Nacional para el desarrollo de la producción orgánica y agroecológica de la república de Guatemala 2013-2023". 2012.
19. Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, L. "Metodología de la Investigación." México. McGraw-Hill Interamericana de México, S.A. 1997.





## XII. ANEXOS

**"Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala"**

### Anexo 1

#### INSTRUMENTO DE OBSERVACION DE LUGARES DE VENTA DE ALIMENTOS ORGANICOS

Nombre de la tienda	Ubicación física	¿Cómo se publicitó la tienda?
		<ol style="list-style-type: none"><li>1. Anuncio radio</li><li>2. Anuncio TV</li><li>3. Anuncio en prensa</li><li>4. En redes sociales</li><li>5. Vallas</li><li>6. Otro</li></ol>



## **"Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala"**

**Instructivo:** En el Anexo 1 “Instrumento de observación de lugares de venta de alimentos Orgánicos” se deberá colocar dentro del recuadro la información obtenida luego de la observación en los diferentes supermercados o tiendas de venta de alimentos. Se colocará el Nombre de la tienda, Ubicación física y su tipo de publicidad.



**"Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala"**

**Anexo 2**

**Tabla 2. Identificación de alimentos orgánicos**

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: "orgánico", "biológico", "biodinámico", "ecológico".</b>
Edulcorante	Empaque de cartón	Azúcares	Importado	USDA- Orgánico
Jarabe de Agave	Empaque de plástico	Azúcares	Importado	USDA- Orgánico
Arroz	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Spaghetti	Empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Pasta Penne	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Pasta farfalle	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Consomé de pollo	Empaque de cartón	Carnes	Importado	USDA- Orgánico
Sopa de pollo y fideos	Empaque de cartón	Carnes	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Salsa de tomate	Empaque de cartón	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Ejote	Empaque de plástico	Vegetales	nacional	USDA- Orgánico
Brócoli	Empaque de plástico	Vegetales	nacional	USDA- Orgánico
Cereal de arroz con miel	Empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Granola con frutas y nueces	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Té verde	Empaque de plástico	Bebida	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de arroz sin gluten	Empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de arroz 1 g de azúcar	Empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de arroz y maíz	Empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Leche de soya sabor original	Empaque de cartón	Lácteos	Importado	USDA- Orgánico
Leche de soya sabor vainilla	Empaque de cartón	Lácteos	Importado	USDA- Orgánico
Kétchup	Empaque de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Granos de maíz	Enlatado	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Pasta de tomate	Empaque de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Pasta marinara	Empaque de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Salsa rostizada con ajo	Empaque de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Salsa picante	Empaque de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Aderezo Cesar	Empaque de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Aderezo Ranch	Empaque de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Poporopos para microondas	Empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Poporopos para microondas light	Empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Pasta italiana 2	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Pasta de coditos con queso	empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Macarrón con queso	empaque de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Queso de pita	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Queso mozzarella	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso gouda	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso fresco	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso de capas	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso Ricotta	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso burata	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso panela	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso provoleta	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Queso de cabra	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Yogurt griego	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Yogurt liquido	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Crema	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Leche cruda	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Leche descremada	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Mantequilla	Empaque de vidrio	Lácteos	nacional	Orgánico
Queso Mozzarella cherry	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Champiñones	Vegetales	Vegetales	nacional	Orgánico



<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Miel	Botella de vidrio	Azúcares	nacional	Orgánico
Pasta	Empaque de cartón	Cereal	Importado	Orgánico
Humus	Empaque de vidrio	Vegetales	nacional	Orgánico
Helados	Empaque de plástico	Azúcares	nacional	Orgánico
Arúgula	Empaque de plástico	Vegetales	nacional	Orgánico
Uchuvas	Empaque de plástico	Vegetales	nacional	Orgánico
Kéfir de coco	Empaque de vidrio	aceite	nacional	Orgánico
Kombucha	Empaque de plástico	Bebida	nacional	Orgánico
Mantequilla de almendra	Empaque de vidrio	grasas	nacional	Orgánico
Mantequilla de maní	Empaque de vidrio	grasas	nacional	Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Mantequilla de macadamia	Empaque de vidrio	grasas	nacional	Orgánico
Mantequilla de marañón	Empaque de vidrio	grasas	nacional	Orgánico
Mantequilla de Coco	Empaque de vidrio	grasas	nacional	Orgánico
Frijoles	Empaque de plástico	legumbres	nacional	Orgánico
Banano	no aplica	frutas	nacional	Orgánico
Chile pimiento	No aplica	Vegetales	nacional	Orgánico
Huevos	no aplica	Carnes	nacional	Orgánico
Pollo	no aplica	Carnes	nacional	Orgánico
Jugo de mandarina	Botella de plástico	frutas	nacional	Orgánico
Jugo de uva	Botella de plástico	frutas	nacional	Orgánico
Jugo de manzana	Botella de plástico	frutas	nacional	Orgánico
Kétchup	Botella de plástico	Vegetales	Importado	Orgánico
Aceitunas	Empaque de vidrio	Vegetales	Importado	Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Aceite de coco	Botella de plástico	grasas	Importado	USDA- Orgánico
Vinagre de manzana	Botella de plástico	Bebida	Importado	USDA- Orgánico
Masa para pizza	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Pasta fusilli	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Mix frutas deshidratada	Empaque de plástico	frutas	Importado	USDA- Orgánico
Huevos de patio	Empaque de plástico	Carnes	nacional	Orgánico
Tomate cherry	Empaque de plástico	Vegetales	nacional	USDA- Orgánico
Elotes	no aplica	Vegetales	nacional	Orgánico
Naranja	no aplica	frutas	nacional	Orgánico
Zanahorias	no aplica	Vegetales	nacional	Orgánico
Fresas	no aplica	frutas	nacional	Orgánico
Berenjena	no aplica	Vegetales	nacional	Orgánico
Pesto de albahaca	Botella de vidrio	Vegetales	nacional	Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Pesto de arúgula	Botella de vidrio	Vegetales	nacional	Orgánico
Pesto de Kale	Botella de vidrio	Vegetales	nacional	Orgánico
Pesto de cilantro	Botella de vidrio	Vegetales	nacional	Orgánico
Pesto de perejil	Botella de vidrio	Vegetales	nacional	Orgánico
Sopa cremosa de calabaza	Caja de cartón	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Hojuelas de cereal con granola y chocolate	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Leche de almendra	Caja de cartón	Lácteos	Importado	USDA- Orgánico
Te de limón con jengibre	Caja de cartón	Bebida	Importado	USDA- Orgánico
Hoja de té de limón	Caja de cartón	Bebida	nacional	Orgánico
Mermelada de fresa	Botella de vidrio	Azúcar	Importado	Ecológico
Mantequilla de maní	Botella de vidrio	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Té verde con granada	Caja de cartón	Bebida	Importado	USDA- Orgánico
Te descafeinado	Caja de cartón	Bebida	Importado	USDA- Orgánico
Miel marca 2	Botella de plástico	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico
Agave marca 2	Botella de plástico	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico
Melaza	Botella de plástico	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico
Kétchup marca 2	Botella de plástico	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Mayonesa	Botella de plástico	grasas	Importado	USDA- Orgánico
Garbanzo	Enlatado	legumbres	Importado	USDA- Orgánico
Frijoles	Enlatado	legumbres	Importado	USDA- Orgánico
Chili Beans	Enlatado	legumbres	Importado	USDA- Orgánico
Tomate cortado	Enlatado	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Azúcar negra	Empaque de plástico	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico
Azúcar clara	Empaque de plástico	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Panela	Empaque de plástico	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico
Aceite de coco marca 2	Botella de vidrio	grasas	Importado	USDA- Orgánico
Aceite de coco marca 3	Botella de vidrio	grasas	Importado	USDA- Orgánico
Huevos marca 2	Empaque de cartón	Carnes	nacional	Orgánico
Pollo marca 2	no aplica	Carnes	nacional	Orgánico
Yogurt de coco	Empaque de plástico	Lácteos	nacional	Orgánico
Arroz para sushi	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Arroz blanco	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Miga de pan	Empaque de plástico	Cereal	nacional	Orgánico
Pasta farfalle marca 2	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Caldo de vegetales	Caja de cartón	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Caldo de vegetales marca 2	Caja de cartón	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Quinoa	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Sopa de tomate	Caja de cartón	Vegetales	Importado	USDA- Orgánico
Caldo de pollo	Caja de cartón	Carnes	Importado	USDA- Orgánico
Pasta penne marca 2	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Pasta rotini	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Spaghetti marca 2	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Hojuelas de trigo negro y maple	Caja de cartón	ereal	Importado	USDA- Orgánico
Hojuelas de amaranto	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de granos de arroz	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de corn puffs	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Cereal de mantequilla de maní y chocolate	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de maíz	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Bebida de arroz	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Granola con manzana, chía	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Granola con chocolate blanco y negro	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Granola de coco	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Granola de almendra y miel	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Avena	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Avena de grano integral	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico



<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Avena para bebe	Botella de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de arroz	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Compota de bebe	Empaque de plástico	frutas	Importado	USDA- Orgánico
Salsa de manzana	Botella de vidrio	frutas	Importado	USDA- Orgánico
Compota de bebe marca 2	Botella de vidrio	frutas	Importado	USDA- Orgánico
Galletas de bebe	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Yogurt de bebe	Empaque de plástico	Lácteos	Importado	USDA- Orgánico
Cereal de bebe	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Tostada de arroz	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Barras de granola	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Leche de almendra marca 2	Caja de cartón	Lácteos	Importado	USDA- Orgánico
Harina de maíz	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Chía	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Harina de amaranto	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Harina de coco	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Harina de Quinoa	Empaque de plástico	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Poporopos para microondas	Caja de cartón	Cereal	Importado	USDA- Orgánico
Bebida energética	Enlatado	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico
Jugo de manzana	Botella de plástico	frutas	Importado	USDA- Orgánico

<b>Nombre del producto</b>	<b>Tipo de empaque</b>	<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Procedencia: Nacional /Importado</b>	<b>El etiquetado menciona alguna de las siguientes palabras: “orgánico”, “biológico”, “biodinámico”, “ecológico”.</b>
Te de melocotón	Botella de vidrio	Azúcar	Importado	USDA- Orgánico

**Fuente.** Elaboración propia 2018

## IDENTIFICACIÓN DE ALIMENTOS ORGANICOS



### "Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala"

**Instructivo:** En el Anexo 2 llamado "Identificación de alimentos Orgánicos", se debe colocar dentro del recuadro la información obtenida luego de la investigación en los diferentes supermercados o tiendas de venta de alimentos catalogados como orgánicos. Se enlistarán todos los alimentos posibles clasificándolos por Producto, Grupo de alimento al que pertenecen, Origen nacional o de importación.

Para responder a la columna 4, se revisará el etiquetado del Producto, buscando las siguientes palabras: "orgánico", "biológico" "biodinámico", "ecológico", los cuales son requisitos del CODEX para alimentos orgánicos. Se debe de responder SI en caso de encontrarlas o NO sino corresponde.



## **"Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala"**

### **Anexo 3**

#### **CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Este es un estudio realizado para optar al título de Licenciada en Nutrición de la carrera de Nutrición de la Universidad Rafael Landívar, y tiene como objetivo identificar los lugares que venden productos orgánicos, así como verificar la autenticidad de los mismos, además se espera evaluar los conocimientos y conceptos de las personas que los consumen. El procedimiento para realizar este estudio es a través de entrevistas y cuestionarios; además de observación directa de los productos.

Debido a la naturaleza del estudio no es invasivo y además no representa ningún riesgo para su salud, además los datos que usted llegue a proporcionar serán utilizados sólo con fines académicos, guardaremos su identidad y además todos serán confidenciales.

En caso de que usted tenga alguna duda, puede comunicarse a la Universidad Rafael Landívar a la Facultad de Ciencias de la Salud y preguntar por la coordinadora de la carrera de Licenciatura en Nutrición.

Acepto participar voluntariamente en el estudio

Nombre del participante: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_



## "Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala"

### Anexo 4

#### IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR DE ALIMENTOS ORGANICOS

Instrucciones: Responda lo que se le pregunta a continuación.

¿Consumió en alguna oportunidad algún alimento orgánico?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

### Anexo 4.1

#### CARACTERIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

##### DATOS GENERALES

1. Nombre Completo:  
\_\_\_\_\_
2. Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_
3. Nacionalidad: \_\_\_\_\_
4. Estado civil:  
Soltero(a) \_\_\_ Casado(a) \_\_\_ Divorciado(a) \_\_\_ Viudo(a) \_\_\_  
Unión de hecho \_\_\_\_\_ ¿Tiene hijos? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
5. Zona donde reside: \_\_\_\_\_

##### NIVEL DE ESCOLARIDAD

¿Qué nivel de escolaridad posee? Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_  
Diversificado \_\_\_\_\_ Superior de pre-grado \_\_\_\_\_ Maestría \_\_\_\_\_  
Doctorado \_\_\_\_\_ Otro (Especifique) \_\_\_\_\_

### INGRESOS Y EMPLEO

1. ¿Trabaja actualmente? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
2. ¿Cuál de las siguientes categorías se aproxima a sus ingresos económicos mensuales? marque con una x según sea su caso.
  - Menos de Q. 2,500.00 \_\_\_\_\_
  - de Q. 2,500.01 a Q.7,500.00 \_\_\_\_\_
  - de Q. 7,500.01 a Q. 12,500.00 \_\_\_\_\_
  - Más de Q.12,500.00 \_\_\_\_\_
3. ¿Cuánto de su presupuesto destina para su alimentación mensualmente?  
\_\_\_\_\_
4. ¿Cuál es su ocupación? \_\_\_\_\_
5. ¿Cuántos son los miembros de su familia? \_\_\_\_\_
6. ¿En su familia hay personas que dependen de usted económicamente?  
Si \_\_\_\_\_ ¿Cuántas personas? \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
7. ¿Quiénes más compran alimentos orgánicos en su hogar?  
\_\_\_\_\_



## **“Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala”**

**Instructivo**: En el Anexo 4 llamado “Identificación del consumidor de alimentos orgánicos”, debe de responder a la pregunta que se le indica. Si su respuesta es SI, por favor continúe.

**Instructivo**: En el Anexo 4.1 llamado “Caracterización de los consumidores”, se le presentaran una serie de preguntas, por favor conteste lo que se le solicita, sus datos son confidenciales y son para uso exclusivo de la realización de esta tesis.

Esta herramienta se encuentra dividida en tres Datos generales, Grado de escolaridad e Ingresos.





**“Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala”**

**Anexo 5**

**FRECUENCIA DE CONSUMO CUALITATIVA**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Mensual</b>	<b>1 vez c/15 días</b>	<b>1 vez p/semana</b>	<b>Más de 1 vez a la semana</b>	<b>Todos los días</b>
<b>Grupo de alimentos</b>	<b>Azúcares</b>					
	<b>Grasas</b>					
	<b>Cereales</b>					
	<b>Carnes</b>					
	<b>Verduras</b>					
	<b>Frutas</b>					
	<b>Lácteos</b>					



## **“Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala”**

**Instructivo:** En el Anexo 5 llamado “Frecuencia de consumo cualitativa”, se encuentra una tabla de cotejo que deberá de llenar con una X respondiendo según la cantidad de veces que consume alimentos orgánicos.

En la columna se encuentran los tiempos de comida clasificados de la siguiente manera: mensual, una vez cada 15 días, 1 vez por semana, más de 1 vez a la semana o todos los días. Los alimentos estarán clasificados por grupo de alimentos en la primera fila.



## “Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala”

### Anexo 6

#### CONOCIMIENTO SOBRE ALIMENTOS ORGANICOS

1. ¿Conoce el término de alimento orgánico?

Sí No

2. ¿Qué otros nombres reciben los alimentos orgánicos?

- a) Alimentos verdes
- b) Alimentos limpios
- c) No lo sé
- d) Inciso a y b

3. ¿Qué características debe poseer un alimento para que sea considerado orgánico?

- a) Que no se usen pesticidas
- b) Que no se usen abonos químicos
- c) Que se produzcan en el país
- d) a y b son correctas

4. ¿Sabe usted cuales alimentos orgánicos se producen en el país?

- a) naranja
- b) pollo
- c) huevos
- d) cereales
- e) pan
- f) legumbres





## **“Estudio exploratorio sobre el consumo, disponibilidad y conocimiento de los alimentos orgánicos en la Ciudad de Guatemala”**

**Instructivo:** En el Anexo 6 llamado “Conocimiento de alimentos orgánicos” se le presentaran una serie de preguntas, por favor conteste lo que se le solicita, recuerde que sus datos son confidenciales y son para uso exclusivo de la realización de esta tesis.