

# El bajo consumos de productos Orgánicos en Itagüí

## *The low consumption of organic products in Itagüí*

Sebastián Castañeda Suarez

[Sebaslrs@hotmail.com](mailto:Sebaslrs@hotmail.com)

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

### **Resumen**

Este problema de investigación se da debido a observaciones en el municipio de Itagüí en el grupo de personas y en el cual no frecuentan el consumo de alimentos orgánicos a la hora de realizar las compras de la canasta familiar, esto parece preocupante.

Estos tipos de alimentos no tienen incidencia negativa en nuestro metabolismo porque, al no tener trazas sintéticas, se asimilan mejor. Además, tienen más nutrientes, gracias al uso de fertilizantes naturales, con más presencia de vitaminas, minerales y antioxidantes; y una mayor calidad en los hidratos de carbono y proteínas, en el caso de la carne. Punto verde, (2019). 10 razones para consumir productos orgánicos y naturales. Mercado orgánico y natural. CITA LARGA. Recuperado desde: <https://mercadopuntoverde.com/10-razones-para-consumir-productos-organicos-y-naturales/>,

La presente investigación analiza factores que pueden incidir al bajo consumo en la categoría de alimentos orgánicos en el municipio de Itagüí, así mismo estudia al consumidor todo con el fin de entender por qué el consumo no es masivo, entendiendo que los alimentos traen tantos beneficios para la salud, de tal forma que el resultado de la investigación sirva como base para entender al consumidor y además las empresas brinden más información acerca de estos productos con el fin de que el consumidor entienda las diferencias entre un producto que puede ser saludable y uno que es orgánico totalmente identificando además los lugares acreditados y que venden este tipo de productos a una calidad muy alta.

Por otro lado, este proyecto tiene dos contextos distintos, ya que se ha visto afectado el comportamiento por el hecho de la situación actual de la pandemia donde se analiza el tema motivacional, capacidad de monetaria, necesidades básicas y conocimiento de estos productos, buscando determinar o descubrir cómo han sido los hábitos alimentación en estos últimos meses.

## **Summary**

This research problem occurs due to observations in the municipality of Itagüí in the group of people and in which they do not frequent the consumption of organic food when shopping for the family basket, this seems worrisome.

These types of food do not have a negative impact on our metabolism because, since they do not have synthetic traces, they are better assimilated. In addition, they have more nutrients, thanks to the use of natural fertilizers, with more presence of vitamins, minerals and antioxidants; and a higher quality in carbohydrates and proteins, in the case of meat. Green dot, (2019). 10 reasons to consume organic and natural products. Organic and natural market. LONG APPOINTMENT. Recovered from: <https://mercadopuntoverde.com/10-razones-para-consumir-productos-organicos-y-naturales/>,

This research analyzes factors that can affect low consumption in the organic food category in the municipality of Itagüí, and also studies the consumer in order to understand why consumption is not massive, understanding that food brings so many benefits for health, in such a way that the result of the research serves as a basis to understand the consumer and also companies provide more information about these products in order for the consumer to understand the differences between a product that can be healthy and one that It is totally organic, also identifying the accredited places that sell this type of products at a very high quality.

On the other hand, this project has two different contexts, since behavior has been affected by the fact of the current situation of the pandemic where the motivational issue, monetary capacity, basic needs and knowledge of these products are analyzed, seeking to determine or discover how eating habits have been in recent months.

## **Palabras claves**

Alimentos orgánicos, Consumidor, Biológicos, Ecológico, Sostenible, Salud Canasta familiar, Orgánicos, Mercado Orgánico

## **Introducción**

Esta investigación se desarrolla a partir de un estudio de caso aplicado en el sector de Itagüí, determinado como la unidad de análisis en donde se pretende analizar los diferentes aspectos de la temática propuesta. Esta temática que relaciona cultura, gustos y costumbres familiares, es abordada con un método de tipo cualitativo, para comprender la manera cómo, desde su idiosincrasia, viven las familias y tiene un enfoque o una preferencia de acuerdo a un producto determinado. Se podrá así observar, analizar y comprender las prácticas, las costumbres, los comportamientos de las personas en su mayoría procedentes de la ciudad de Medellín, y evaluar sus niveles de conocimiento frente a estos productos.

Identificando diferentes comportamientos y conocimientos de acuerdo a este tipo de productos ya que en realidad las personas tienden a desconocer o a no diferenciar y hasta en muchas veces confundir un producto orgánico a uno no orgánico, en donde es una comunidad que representa el 80% del sector en específico y muchos de ellas tienden a ser personas que

proveen la comida en cada una de sus familias y que gracias a las vitaminas o productos saludables que nuestras familias consumen, estos se ven reflejado en la vida saludable; con esta investigación queremos llegar a identificar la importancia que le dan las personas a una vida saludable.

En la encuesta realizada, se evidencia distintas discrepancias y es allí donde buscamos llegar con esta investigación, indagar al ciudadano común e identificar y pre visualizar como es su consumo cotidiano.

## **Revisión de literatura**

Del objeto de estudio analizado, se encuentran comportamientos muy similares a los encontrados en la investigación previa, llegando a posibles afirmaciones en donde los autores coincidieron en variables significativas en el consumo de productos orgánicos.

Oportunidades de implementación de la producción agrícola ecológica, el cual tuvo como objetivo principal Identificar las oportunidades de implementación de la producción agrícola ecológica en el departamento de Antioquia. Siendo un estudio cualitativo que en la primera fase conformó las actividades destinadas a detectar los consumidores actuales y potenciales de los alimentos y bebidas ecológicas. Se realizó una revisión de la información secundaria ya existente, conformada la gran variedad de formatos de información disponible en el internet de entidades interesadas en el sector agrícola ecológico. Posteriormente se analizó la información obtenida separando el mercado local y el mercado internacional, de los cuales se analizaron aspectos como la oferta, producción de alimentos y bebidas ecológicas, ventas del mercado de alimentos y bebidas ecológicas, canales de distribución, países consumidores, países productores además del análisis de las razones del consumo. (Londoño y vallejo, 2009)

En la *situación actual, tendencias y beneficios del cultivo y consumo de productos vegetales orgánicos en los municipios de Cisneros y Yolombó*. El cual en su objetivo principal se plantea Identificar las tendencias y beneficios del cultivo y consumo de productos vegetales orgánicos para la población campesina de los municipios de Cisneros y Yolombó. Siendo un estudio de investigación descriptiva; en este sentido, el tipo de metodología usada para ello es un trabajo de campo, el cual cuenta con la finalidad de describir situaciones, eventos y hechos el cual corresponde a las tendencias y beneficios del cultivo y consumo de productos vegetales orgánicos para la población campesina de los municipios de Cisneros y Yolombó Desde la perspectiva cuantitativa, se llevó a cabo un proceso de recolección de datos mediante la implementación de una encuesta estructurada dirigida a población campesina de los municipios de Cisneros y Yolombó con el propósito de identificar las tendencias y beneficios del cultivo y consumo de productos vegetales orgánicos. (García, Castaño y Ramírez, 2016)

Se encuentra la existencia de una serie de cambios en la población campesina de los municipios de Cisneros y Yolombó por la implementación de técnicas de cultivo de

productos vegetales orgánicos; es así como estas familias han mejorado la producción en su finca cultivando con fertilizantes orgánicos; también se han logrado cambios en el aspecto, color y tamaño de los vegetales cultivados de forma orgánica; también se visto una mejoría en la variabilidad en la alimentación de las familias, se ha incrementado las variedades de productos, se ha alcanzado una mayor participación de los diferentes miembros del grupo familiar, los productos se están comercializando, y en general, se han obtenido diferentes tipos de beneficios de carácter nutricional, económico y ambiental. (García, castaño y Ramírez, 2016)

## **Metodología**

Esta investigación se desarrolla a partir de un estudio de caso aplicado en el sector de Itagüí, determinado como la unidad de análisis en donde se pretende analizar los diferentes aspectos de la temática propuesta. Esta temática que relaciona cultura, gustos y costumbres familiares, es abordada con un método de tipo cualitativo, para comprender la manera cómo, desde su idiosincrasia, viven las familias y tiene un enfoque o una preferencia de acuerdo a un producto determinado. Se podrá así observar, analizar y comprender las prácticas, las costumbres, los comportamientos de las personas en su mayoría procedentes de la ciudad de Medellín, y evaluar sus niveles de conocimiento frente a estos productos.

Identificando diferentes comportamientos y conocimientos de acuerdo a este tipo de productos ya que en realidad las personas tienden a desconocer o a no diferenciar y hasta en muchas veces confundir un producto orgánico a uno no orgánico, en donde es una comunidad que representa el 80% del sector en específico y muchos de ellas tienden a ser personas que proveen la comida en cada una de sus familias y que gracias a las vitaminas o productos saludables que nuestras familias consumen, estos se ven reflejado en la vida saludable; con esta investigación queremos llegar a identificar la importancia que le dan las personas a una vida saludable.

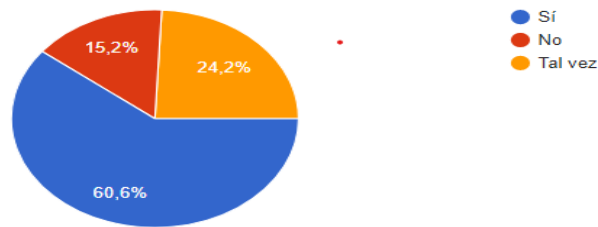
En la encuesta realizada, se evidencia distintas discrepancias y es allí donde buscamos llegar con esta investigación, indagar al ciudadano común e identificar y pre visualizar como es su consumo cotidiano.

## **Análisis y discusión de resultados**

Se ha identificado que el consumidor tiene claro que el consumir productos orgánicos es de mucha importancia para una vida sana y demuestran saber que los productos no orgánicos presentan un impacto negativo en el organismo provocando diferentes problemas salud, de igual forma manifiestan que tienen claro que es un producto orgánico, pero que les cuesta poder identificar o diferenciar un producto orgánico a un inorgánico, sin embargo las personas mencionan que no le dan importancia en las compras de la canasta familiar a este tipo de productos, en muchas ocasiones por tiempo, por placer o por gustos en particular.

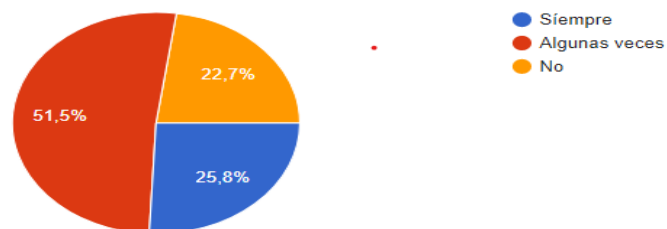
¿Diferencia un producto orgánico a uno no orgánico?

66 respuestas



¿En sus compras de la canasta familiar, incluye alimentos orgánicos?

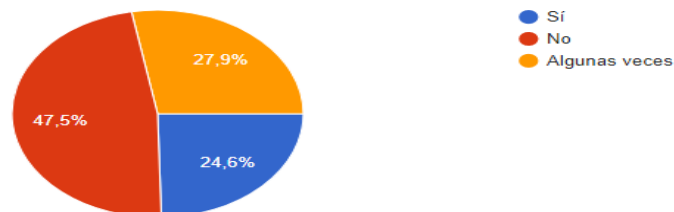
66 respuestas



## SITUACIÓN (COVID-19)

¿En la situación del covid-19, ha dado prioridad al consumo de productos orgánicos?

61 respuestas



## CONCLUSIONES

Esta investigación ha funcionado como mecanismo para reconocer los hábitos de consumo en la población de Itagüí, además identificar cual es el nivel de conocimiento que tienen sobre los productos orgánicos y no orgánicos, en donde a primera instancia se observan comportamientos de compras diferentes a los consumidores, teniendo en cuenta que la investigación se lleva en un periodo de tiempo que se parte en dos comportamientos por la pandemia que se presenta en los finales del mes de marzo y esto ha afectado la cotidianidad del día a día cambiando completamente el consumo y ahí se derivan varios aspectos psicológicos, actitudinales, motivacionales, tendencias y conductas naturales. En donde las personas tienen conocimiento de lo importante que son los productos orgánicos para el

organismo, sin embargo no los consumen con frecuencia y se evidencia que es por costumbre o falta de interés en la compra de ellos, motivos que se mencionan por su preparación o el tiempo que pueda tardar para ser consumidos, por ende resumimos que las personas en general prefieren comer productos no orgánicos, de fácil preparación y fácil digestión sin importar las consecuencias que puede traer en temas de salud los excesos de consumo de esto.

Por otro lado hay un gran desconocimiento en la diferenciación de los productos que son vegetales, frutas y que aun así no cumplen con los requisitos de productos orgánicos, sin dejar a un lado que estos productos tienden a ser confundidos como productos orgánicos, por su diseño, su tamaño, su sabor, la textura; es allí donde nos centramos, buscamos que se pueda hacer un seguimiento al cómo se está apoyando al productor local y como se está introduciendo al mercado este tipo de producto, ya que en realidad se nota que el consumidor no sabe en donde adquirirlos puesto que suponen que todo producto extraído de la tierra es 100% orgánico y esto es un mito que se ha convertido cada vez en una realidad que el mismo consumismo ha cambiado la forma de producir de las grandes industrias.

## **RECOMENDACIONES**

Todo esto que hemos identificado nos ha servido para reconocer el gran desconocimiento que existe de acuerdo a los productos orgánicos, en donde la mayoría de personas dan por entendido que estos productos son saludables, sin embargo hacen caso omiso y no les dan la importancia necesaria, para ello se busca que las empresas encargadas de producir y comercializar este tipo de producto, trabajen en materia de publicidad y promoción a dichas mercancías, buscando fortalecer esta industria y adicional buscar mecanismo con ayuda del gobierno para que este gran mercado sea explotado y exportado para territorios que no se puedan producir, por otro lado, es necesario involucrar a los medios de comunicación para que apoyen con campañas publicitarias de sanidad y salubridad, generando valoración del PIB.

Las recomendaciones se centran específicamente en el nicho de mercado estudiado, en donde se buscara fomentar charlas de introducción a los productos orgánicos, se invitaran a supermercados y tiendas que tengan este tipo de productos, adicional estas misma tiendas traerán diferentes mercancías orgánicas y no orgánicas, se demostrara la diferencia que tiene el uno y el otro con el proceso de cultivo, procesamiento y beneficios saludables que traen.

En cuanto a las industrias no productoras de estos, se invitaran a charlas en donde se buscaran que estos puedan reaccionar y darle un poco de importancia a este mercado, ya que el futuro cercano nos llevan a esto, no solo por salud, sino que las tendencias de vida saludable cada vez más están logrando un impacto en la sociedad, entonces se buscara que esta corporaciones puedan trascender y no tengan problemas para establecerse; aparte esto les abrirá más puertas a más mercados.

## REFERENCIAS

Alimenticia, I. (Abril de 2014). INDUSTRIA ALIMENTICIA. Recuperado el 7 De Mayo de 2016, de INDUSTRIA ALIMENTICIA: [www.industriaalimenticia.com](http://www.industriaalimenticia.com)  
Recuperado el 17 de Mayo de 2016

Arias, L. Q. (Enero de 2005). Agricultura orgánica y desarrollo rural: la naranja Orgánica en Costa Rica. Revista Geográfica (137).

Ponce, N. L. (2013). Entre la agricultura convencional y la agroecología. El caso de las practicas de manejo en los sistemas de produccion campesina en el municipio de silvania. Bogota, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 15 de Mayo de 2016

Procolombia. (2016). Procolombia. Exportaciones Turismo Inversiones Marca PaÑs. Recuperado el 5 de Junio de 2016, de Procolombia:  
<http://www.procolombia.co/noticias/colombia-necesita-mas-produccion-de-organicos-para-exportar>

Neus P. (2016, 14 de Junio ) ¿Sabes qué diferencia hay entre alimentos eco, bio y sostenibles?. La vanguardia. Recuperado de  
<https://www.lavanguardia.com/vivo/ecologia/20160614/402498428265/ecologico-biologico-organico-sostenible-alimentacion.html>

Mogollón P. (septiembre 2005) La salud y la promoción de la salud: una aproximación a su desarrollo histórico y social. Revista Ciencias de la Salud. Vol. 3, Núm.1

Jaramillo C. (2018, 23 de enero) Cómo identificar los alimentos orgánicos. Fucsia. Recuperado de <https://www.fucsia.co/belleza-y-salud/bienestar/articulo/alimentos-organicos-como-identificarlos/75535>

Investigación realizada por García, Castaño y Ramírez (2016) titulada “*Situación actual, tendencias y beneficios del cultivo y consumo de productos vegetales orgánicos en los municipios de Cisneros y Yolombó*”

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/63780450radBF21D.pdf>

<https://mercadopuntoverde.com/10-razones-para-consumir-productos-organicos-y-naturales/>,

<https://www.lavanguardia.com/vivo/ecologia/20160614/402498428265/ecologico-biologico-organico-sostenible-alimentacion.html>

Laverde G. (2017, 24 de octubre) Canasta familiar. Gerencie. Recuperado de <https://www.gerencie.com/canasta-familiar.html>

JS Medios y RS (2018, 23 de Febrero) Así va el mercado de alimentos orgánicos en Colombia. Cromos. Recuperado de <https://www.elespectador.com/cromos/>