

11

CONSUMO RESPONSABLE

**Y CADENA DE VALOR HACIA UN MODELO SOSTENIBLE EN EL
DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN QUEVEDO**

CONSUMO RESPONSABLE

Y CADENA DE VALOR HACIA UN MODELO SOSTENIBLE EN EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN QUEVEDO

RESPONSIBLE CONSUMPTION AND VALUE CHAIN TOWARDS A SUSTAINABLE MODEL IN THE LOCAL DEVELOPMENT OF THE CANTON QUEVEDO

Marjorie Amada Tovar-Olivo¹

E-mail: marjorie.tovar@uteq.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3695-5292>

Betty Beatriz González-Osorio¹

E-mail: bgonzalez@uteq.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2851-2660>

Byron Oviedo-Bayas¹

E-mail: boviedo@uteq.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5366-5917>

Paula Plaza-Zambrano¹

E-mail: pplaza@uteq.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5152-3272>

Frank Antonio Ayala-Velásquez¹

E-mail: frank.ayala2018@uteq.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5643-7308>

Nuvia Zambrano-Barros¹

E-mail: nzambrano@uteq.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1204-154X>

¹ Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Tovar-Olivo, M. A., González-Osorio, B. B., Oviedo-Bayas, B., Plaza-Zambrano, P., Ayala-Velásquez, F. A., & Zambrano-Barros, N. (2024). Consumo responsable y cadena de valor hacia un modelo sostenible en el desarrollo local del cantón Quevedo. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 7(3), 105-115.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el consumo responsable y la cadena de valor como fundamentos para el desarrollo de un modelo sostenible en el Cantón Quevedo. El tamaño de la muestra se calculó con el software Decision Analyst STATSTM 2.0. La información se obtuvo aplicando un cuestionario para 123 consumidores. El análisis estadístico se realizó con el programa SPSS (Versión 22.0). Se abordó el consumo, disponibilidad de productos amigables con el medio ambiente y la cadena de valor. Los resultados revelaron un alto grado de confiabilidad para los 12 ítems, según el método Alfa de Cronbach, con valor 0,80. El consumo responsable permite principalmente la reducción de desperdicio, conservación de recursos y la elección de productos y servicios sostenibles, un modelo educativo utilizado es la concientización y programas de educación ambiental por medios digitales para dar soluciones efectivas en la transición hacia productos eco-amigables, se adoptó prácticas de consumo más sostenibles, la cooperación entre actores de la cadena de valor les permite promover programas educativos de conciencia y el compromiso de la comunidad, implementando en cada uno de los eslabones la Normativa ambiental y ejecutar los permisos para garantizar el índice de calidad en cada uno de los productos que se demandan.

Palabras clave:

Productos sostenibles, conciencia ambiental, economía circular, desarrollo económico.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze responsible consumption and the value chain as foundations for the development of a sustainable model in the Quevedo Canton. The sample size was calculated with Decision Analyst STATSTM 2.0 software. The information was obtained by applying a questionnaire to 123 consumers. Statistical analysis was performed with the SPSS program (Version 22.0). Consumption, availability of environmentally friendly products and the value chain were addressed. The results revealed a high degree of reliability for the 12 items, according to Cronbach's Alpha method, with a value of 0.80. Responsible consumption mainly allows the reduction of waste, conservation of resources and the choice of sustainable products and services, an educational model used is awareness and environmental education programs through digital means to provide effective solutions in the transition towards eco-friendly products. More sustainable consumption practices were adopted, cooperation between actors in the value chain allows them to promote educational awareness programs and community commitment, implementing environmental regulations in each of the links and executing permits to guarantee the quality in each of the products that are demanded.

Keywords:

Sustainable products, environmental awareness, circular economy, economic development.

INTRODUCCIÓN

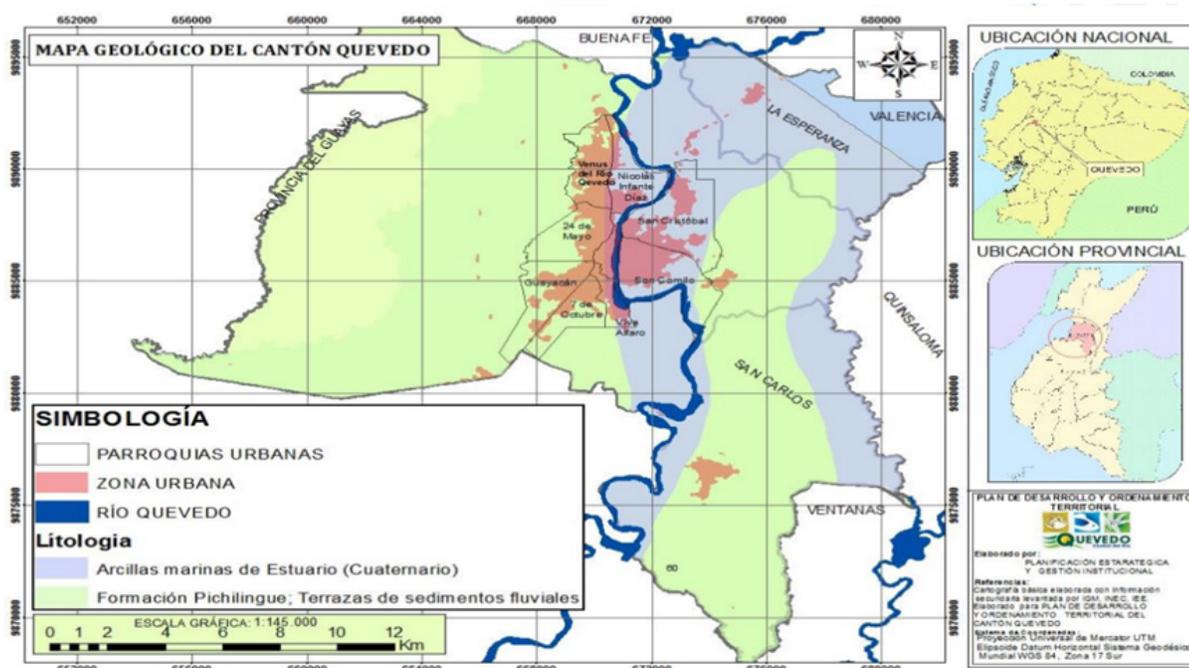
El consumo responsable es una práctica fundamental para construir una ciudad sostenible. Implica tomar decisiones conscientes y éticas en relación con nuestras compras y hábitos de consumo, teniendo en consideración el impacto ambiental, social y económico que generan, al adoptar el consumo responsable, podemos contribuir a la protección del medio ambiente, la equidad social y el bienestar económico de nuestra comunidad.

Las estrategias dirigidas a las principales áreas de consumo diario, como el transporte, la alimentación, la vivienda y los bienes de consumo, buscan potenciar el uso de recursos en el proceso de satisfacción de necesidades, con base en los preceptos de sostenibilidad (Salazar-Duque et al., 2022), el consumo responsable implica informarse sobre el origen y proceso de producción de los productos que adquirimos, prestando atención a su impacto ambiental y social. Al elegir productos locales, orgánicos, de comercio justo o con certificaciones ecológicas, estamos apoyando a productores y empresas comprometidos con prácticas sostenibles. Además, al reducir el consumo de productos innecesarios o de usar y tirar, estamos contribuyendo a la reducción de residuos y la conservación de recursos naturales (Del Cisne Quezada et al., 2024).

En el cantón Quevedo la falta de regulaciones y políticas efectivas en la transición ecológica de los productos orgánicos alimenticios y de línea verde provenientes de la manufactura, lo que ha dado lugar a preocupación por parte de las entidades regulatorias ya que al incrementar la demanda de alimentos ecológicos, línea verde y manufactura, se debe garantizar la permanencia del abastecimiento en el mercado, también se percibe la ausencia de incentivos y apoyo gubernamental para la regulación correspondiente. El objetivo fue evaluar el consumo responsable y cadena de valor hacia un modelo sostenible en el desarrollo local del cantón Quevedo en base a la percepción de los consumidores, categorizaciones de productos ecológicos y la cadena de valor en las empresas que han logrado su certificación para la oferta de productos en el mercado y los indicadores de gestión regulatorios establecidos en las ordenanzas para entidades gubernamentales y privadas cuya finalidad es educar a los consumidores en las temáticas de consumo responsable.

METODOLOGÍA

El cantón Quevedo cuenta con una población de 173 575 habitantes esto incluye las parroquias de Quevedo, San Carlos y La Esperanza, se encuentra ubicado al 1° 20' 30" de Latitud Sur y los 79° 28' 30" de Longitud occidental, dentro de una zona subtropical. Norte con los cantones Valencia y Buena Fe, al sur con los cantones Ventanas y Urdaneta, al este con los cantones Mocache y Palenque y al oeste con la provincia del Guayas. En la figura 1 se muestra el mapa de localización del cantón Quevedo (GAD Quevedo, 2024)



Fuente: GAD Municipal de Quevedo.

Elaborado por: GAD Municipal de Quevedo

Figura 1. Ubicación geográfica del cantón Quevedo.

Recolección y análisis de los datos

Para el desarrollo de la investigación se utilizó un diseño no experimental transversal de tipo descriptivo. La población de referencia fueron 675 involucrados en la cadena de valor de consumo responsables, con edades entre 25 y 74 años, edades en las que según son los que disponen ingresos económicos para adquirir productos eco amigables, ecológicos y línea verde, gestionar un buen uso de los mismos. El tamaño de la muestra se calculó con el software *Decision Analyst* STATS 2.0; utilizando una desviación estándar de la población de 0.5; un valor de Z del 95% de confianza y un valor de error muestral del 5% con lo que se obtuvo un valor de 123 productores a encuestar, siguiendo la metodología de Carranza et al. (2024).

Para la recolección de los datos se aplicó un cuestionario con 12 preguntas cerradas en el que se incluyeron preguntas sobre: a) Características de los encuestados y percepción sobre el consumo de productos amigables con el ambiente b), Categorización de productos ecológicos y c) cadena de valor de los productos sostenibles. Con todas las preguntas del cuestionario se elaboró una base de datos con ayuda de la hoja de cálculo Microsoft Excel (Sampieri et al., 2014). El análisis estadístico se realizó con el programa SPSS *Statistics for Windows* (Versión 22.0) (IBM Corp, 2019). Las frecuencias obtenidas en los resultados son referentes a las variables del cuestionario, Para el análisis de la relación entre variables se utilizaron tablas de contingencia expresándose la misma con la prueba estadística no paramétrica de Chi cuadrado. Se consideró un nivel de significancia de 0.05 ($p=0.05$).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Percepción de los encuestado y comportamiento de consumo de productos amigables con el ambiente

Tabla 1. Análisis de correlación de la encuesta mediante Alfa de Cronbach.

Preguntas	Media de escala si el elemento se ha suprimido.	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido		
1. ¿Género y nivel educativo que interfiere en el consumo de productos ecológicos?	59,27	41,651	,517	,792		
2. ¿A cuánto ascienden los ingresos económicos que le permiten adquirir productos ecológicos?	59,47	38,257	,501	,792		
3. ¿Cómo se relaciona la calidad de los productos ecológicos vs los convencionales dentro de un consumo responsable?	59,27	39,720	,853	,774		
4. ¿Qué beneficios trae el consumo responsable tanto a nivel personal como para la comunidad?	59,10	45,403	,760	,803		
5. ¿Consideras que los productos ecológicos tienen un impacto positivo en la calidad de vida y el bienestar general?	59,30	38,976	,671	,779		
6. ¿Consideras que los productos ecológicos tienen un impacto positivo en la calidad de vida y el bienestar gen?	59,27	44,202	,337	,804		
7. ¿Has percibido suficiente disponibilidad de productos sostenibles en el mercado donde realizas tus compras?	59,30	40,010	,796	,777		

8. ¿Las empresas deberían ofrecer más opciones de productos de línea verde para satisfacer la demanda del consumidor?	59,53	38,671	,635	,780
9. ¿Consideran las certificaciones ecológicas al realizar tus compras para favorecer los productos más sostenibles?	59,53	38,257	,572	,785
10. ¿Cuáles son los productos que se ofrecen en el mercado en las ciudades que promueven un consumo responsable?	59,87	44,257	,079	,836
11. ¿Cuáles son las empresas que han alcanzado la certificación ambiental para generar y expender productos de líneas verdes?	59,87	45,637	,012	,839
12. ¿Cuál es la importancia de la cadena de valor que se origina en cuanto al uso de energías limpias, transporte sostenible, educación ambiental, gestión de residuos, corredores verdes y la regulación ambiental?	60,23	40,116	,389	,803
Estadísticas de fiabilidad				
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		N de elementos	
,809	,867		12	

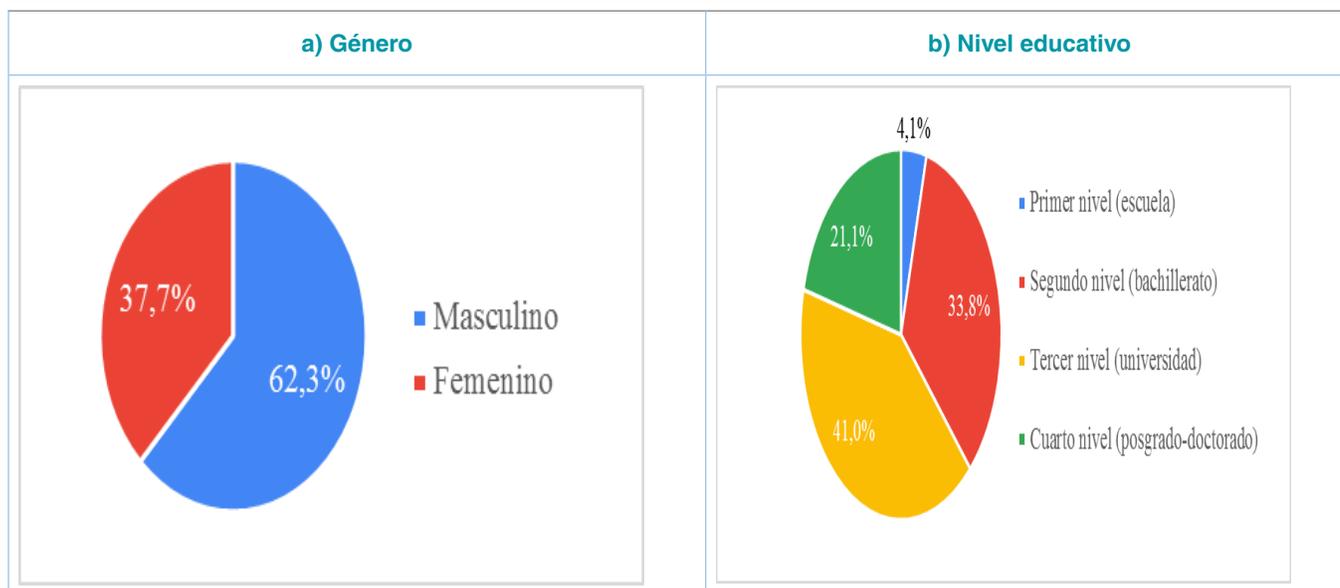


Figura 2. Género y nivel educativo de los consumidores de productos ecológicos.

La Figura 2(a), presenta una distribución del género de los encuestados, un 62.2% pertenece al género masculinos, el 37.7% corresponde al género femenino, porcentajes similares encontraron González Osorio et al. (2023), lo que denota que la actividad agrícola también está representada por el género femenino. En la figura 2(b), se observa los niveles educativos 41% de los participantes posee una educación superior o estudios de tercer ciclo, seguido por un 33,8% cuyo nivel educativo de segundo ciclo (bachillerato). El porcentaje restante se divide entre personas con niveles educativos de cuarto ciclo y primer ciclo, con tasas de 21,1% y 4,1%, respectivamente, cifras que reflejan desafíos

significativos en el acceso a la educación, requiere atención urgente para fomentar un desarrollo equitativo y sostenible en el agricultor, lo cual fortalece sus conocimientos en la toma de decisiones (Chaparro & Franco, 2020).

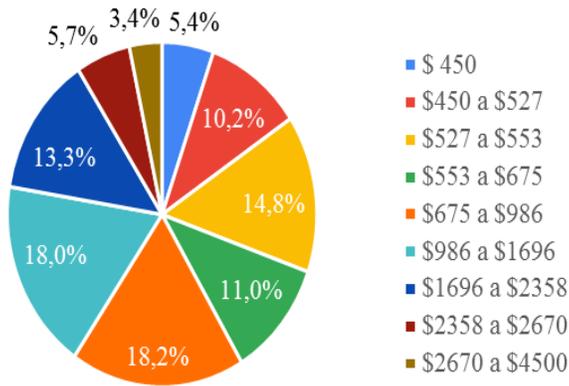


Figura 3. Ingresos promedio que reciben los consumidores de productos ecológicos.

En la figura 3, se evidencia que el 18.2% del total de los encuestados, reportan ingresos que oscilan entre \$675 y \$986. Paralelamente, el 18% de los encuestados declara ingresos promedio en el rango de \$986 a \$1696, mientras que un 14.8% percibe ingresos situados entre \$527 y \$553; porcentajes de 3.4%, 5.4 y 5.7 representan valores de ingresos en el rango de 2358, 2670 y 4500 en su orden. En conjunto, estos datos indican que la mayoría de los productores encuestados tiene un nivel de ingresos mayor al salario básico unificado, valor que corresponde a 465, lo que significa su disponibilidad de compra de la canasta básica en el mercado (Álvarez et al., 2020).

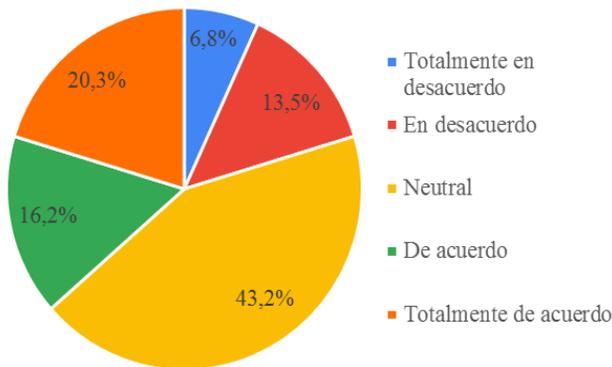


Figura 4. Apreciación en cuanto a la Calidad de los productos ecológicos que se ofertan en el cantón Quevedo, 2024.

Según los resultados de la encuesta (figura 4), se observa las opiniones en cuanto a la calidad de los productos ecológicos un 43,2% de los encuestados manifiestan que la calidad es similar entre los ecológicos y convencionales; un 16,2% está de acuerdo que los productos ecológicos son de mejor calidad con relación a los productos convencionales, un 20,3% estuvo en una posición neutral. El 13,5% esta en desacuerdo y un 6,8% respondió estar

totalmente en desacuerdo, esto indica una percepción negativa pero minoritaria en este aspecto a calidad de un producto ya que depende su adquisición de fuentes confiables y consumirlos como parte de una dieta balanceada (Araya & Rojas, 2021).

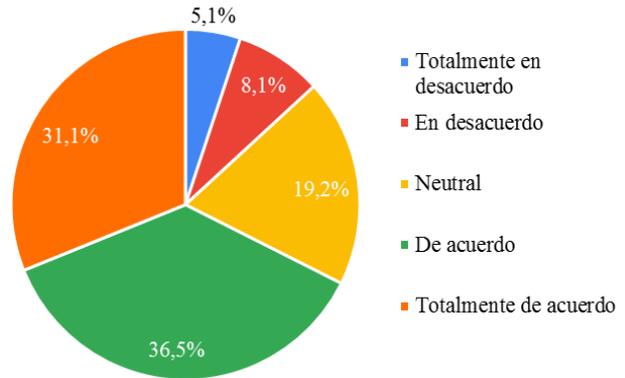


Figura 5. Impacto en la calidad de vida y bienestar general de una persona al consumir Productos ecológicos por consumidores en el cantón Quevedo, 2014.

La figura 5, muestra que una mayoría significativa de los participantes, combinando el 36,5% que respondió estar de acuerdo, el 31,1% respondió totalmente de acuerdo, perciben de manera positiva que los productos ecológicos tienen un impacto positivo en la calidad de vida y el bienestar general. Sin embargo, también se observa una minoría de participantes, representada por el 19,2% que se mostró neutral y el 5,1% que respondió totalmente en desacuerdo, que no comparten esta opinión, lo cual tiene un significado positivo ya que el 87% conoce los beneficios como inocuidad, calidad nutricional, libre de pesticidas, si son productos manufacturados de fácil degradación, dentro de los límites de seguridad y calidad (Laguna, 2020).

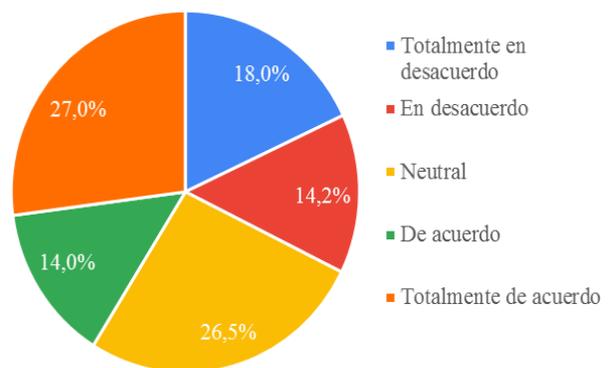


Figura 6. Disponibilidad de productos sostenibles que se ofertan en el mercado del cantón Quevedo, 2024.

Según los resultados de la figura 6, sobre la disponibilidad de productos sostenibles en el mercado donde los encuestados realizan sus compras, se observa que un 27% de los participantes están totalmente de acuerdo en que hay suficiente disponibilidad de productos

sostenibles, lo que sugiere una percepción positiva. Por otro lado, un 26.5% se mantiene neutral en su respuesta, reflejando cierta incertidumbre en su percepción. Sin embargo, una proporción significativa, el 18%, está totalmente en desacuerdo, mientras que el 14% simplemente está en desacuerdo, apreciación que concuerda con Espinosa (2023), quien plantea preocupación en torno a la accesibilidad de opciones para atender la demanda.

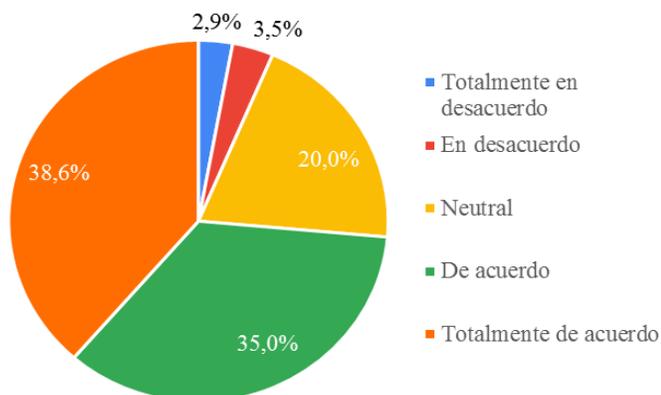


Figura 7. Opciones de productos de línea verde para satisfacer la demanda del consumidor.

Los resultados demuestran que existe un claro apoyo por parte de la mayoría de los encuestados hacia la idea de que las empresas deberían ofrecer más opciones de productos de línea verde para satisfacer la demanda del consumidor, con un 38,6% indicando estar totalmente de acuerdo y un 35% expresando acuerdo, lo que suma un respaldo significativo del 73,6%. Aunque un 20% de los encuestados se mantuvo neutral en su opinión, solo un

pequeño porcentaje, el 2,9%, se mostró totalmente en desacuerdo (figura 7); criterios que aseveran lo manifestado por Villavicencio & Maldonado (2022), al indicar que la oferta de productos ecológicos debe incrementarse en los mercados para disponibilidad de los consumidores.

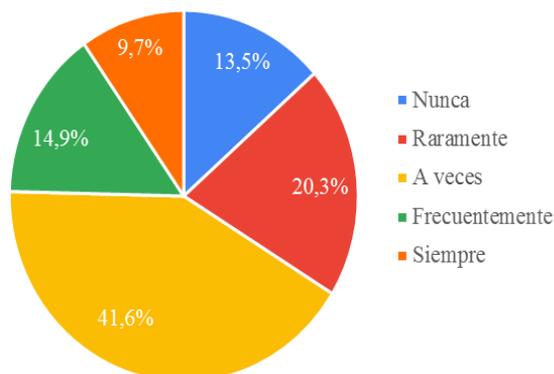


Figura 8. Certificaciones ecológicas consideradas al adquirir los productos.

Los resultados de la figura 8 revelan que una parte significativa de los encuestados, un 41,6%, considera las certificaciones ecológicas sólo ocasionalmente al realizar sus compras, mientras que un 20,3% rara vez lo hace. Por otro lado, un 14,9% muestra una inclinación más favorable hacia la sostenibilidad, ya que lo considera frecuentemente, y un 9,7% demuestra un compromiso sólido al afirmar que siempre considera las certificaciones ecológicas al comprar productos, lo que indica una tendencia creciente hacia la preferencia por productos más sostenibles en la toma de decisiones de compra (Sánchez, 2021).

Tabla 2. Contingencia entre efectos de consumo, producto y cadena de valor.

Efectos del consumo sobre el producto	Efectos del consumo sobre la generación de la cadena de valor			Total n (%)
	Sí n (%)	No n (%)	No sé n (%)	
Sí	35 (66.0)	2 (22.2)	3 (4.9)	40 (32.5)
No	15 (28.3)	5 (55.6)	1 (1.6)	21 (17.1)
No sé	3 (5.7)	2 (22.2)	57(93.4)	62 (50.4)
Total	53 (100.0)	9 (100.0)	61(100.0)	123 (100.0)

Nota: n es el recuento; % dentro de la variable independiente efectos del consumo

El conocimiento de los encuestados con respecto a la relación del consumo sobre el producto y efecto del consumo sobre la generación de la cadena de valor la calificación es 32,5% expresaron si saber el efecto sobre la oferta de productos ecológicos de línea verde y manufactura. El 17,1 manifiesta que no existe efecto y el 50,4 indico no conocer el efecto si el consumo afecta la oferta y genera cadena de valor en los productos (Tabla 2). Según la prueba de Chi cuadrado existe asociación estadísticamente significativa entre las variables efectos de los productos que se ofertan sobre el consumo y sobre la cadena de valor que se origina ($\chi^2(4) = 98.009$; $p=2.610 \times 10^{-20}$).

Tabla 3. Empresa que han alcanzado la certificación en el cantón Quevedo.

GRUPO	Dimensión ambiental	Dimensión social	Dimensión Económica
MADERA DE EXPORTACIÓN PEA=856 EMPLEOS tres pilares clave: flexibilidad, integración y sostenibilidad	Operaciones sean ambientalmente sostenibles; alcanzaron la certificación ambiental LEED y reconocidos por el compromiso con el vertido cero de sustancias químicas peligrosas	Han desarrollado un Código de Conducta de fabricantes y proveedores; Tiene un programa de Inclusión Social; reconoce el derecho de los trabajadores; comprometidos con las 9R	Implementación de tiendas ecoeficientes, con ventas por redes sociales, lo que generó incorporar nuevos espacios de trabajo. Se impulsa uso de nuevas tecnologías
Recicladoras de Polietileno cuenta con 45 empleados entregan la materia prima a Ecopak	Fabrica placas de polipropileno para interiores, paneles de ABS e hilo de polialuminio que reemplaza el uso de ratán y mimbre en la fabricación de muebles con mayor vida útil que reduce la explotación del petróleo, recursos no renovables. Utiliza procesos secos de limpieza de los residuos, mediante procesos de centrifugado. El agua solo es utilizada para enfriamiento, en un sistema cerrado de recirculación	El aprovechamiento de los plásticos ha generado fuente de empleo	La gestión integral de residuos y empresas privadas, principalmente en las grandes ciudades con la finalidad de aprovechar la inmensa generación de residuos plásticos.
Exportadora de Cacao orgánico procesos sostenibles 57 empleados directos, vincula 361 agricultores hasta octubre 2023	Aplicación de una agricultura biodinámica que incluye prácticas como manejo del compostaje, uso de empaques biodegradables. implementación de certificaciones orgánicas para los productores.	Relación con los productores basada en honestidad y respeto a la naturaleza, agricultura sostenible	Familias campesinas ligadas a la red de producción, reciben precio justo por su labor, permitiéndoles ampliar sus conocimientos acerca del cuidado de la tierra y logrando que sean parte de un proceso humano y social de producción

En la Tabla 3, se muestra la categorización de los productos de línea verde que las personas adquieren en base a su preferencia presentando maderas de exportación, recicladoras de polietileno y empresa de producción de cacao orgánico.

Tabla 4. Dimensiones sostenibles para el consumo responsable.

Dimensiones	Realidad del consumo en el cantón Quevedo	Gestión eficaz final de vida útil y Consumo Responsable
Ambiental	Comunicación ambiental; uso de productos/servicios por parte del consumidor; uso de productos/servicios por parte del fabricante.	Reducción del residuo final; clasificación de residuos; recolección, gestión y tratamiento de residuos y reciclaje y transformación de materiales.
Económica	Desarrollo de nuevas soluciones por parte de la organización; Gestión eficaz de los recursos	Creación o refuerzo de cadena de gestión
Social	Relaciones y condiciones de trabajo; cuestiones relativas a los consumidores.	Desarrollo de cadenas generadoras de valor social

En la Tabla 4, se analizan las dimensiones ambientales, económicas y sociales por parte de las organizaciones, en la que indica la gestión que realizan los ofertantes de productos ecológicos, de línea verde y manufactura, lo cual genera origina un conjunto de actividades interrelacionadas en las empresas que se efectúan al generar valor por la compra y venta de materias primas hasta la entrega del producto final al consumidor, incluyendo incluye el procesos de producción, marketing, ventas y servicio postventa, maximizando la eficiencia y calidad en cada etapa para aumentar la competitividad y satisfacción del cliente, la .provisión de insumos sostenibles se encontró que las empresas realizan selección de Materias Primas, utilizando los recursos renovables y materias primas ecológicas, materiales

recicladados y productos certificados por normas de sostenibilidad, proveedores responsables que cumplen con estándares de responsabilidad ambiental y social, asegurando prácticas laborales justas y sostenibles (Lewiecki & Bouchonville, 2022).

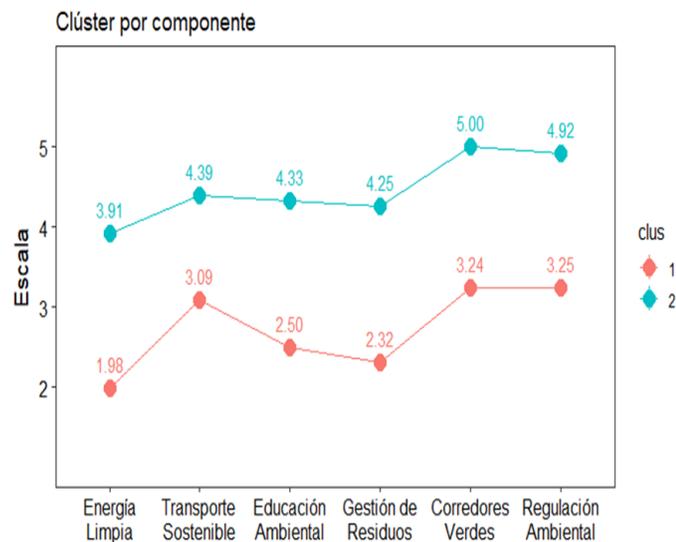


Figura 9. Componentes del escenario de consumo responsable que originan la cadena de valor en las empresas del cantón Quevedo, 2024.

En la cadena de valor la producción sostenible, implica la aplicación de procesos de energía limpia, con valores aplicados por entidades gubernamentales y empresas privadas de 3,91 y 1,98 (Figura 9), en su orden, implementadas través de tecnologías y prácticas que minimizan la contaminación y el desperdicio, y a su vez maximizan la eficiencia en el uso de recursos, mediante la distribución y optimización eficiente, se utilizó materiales de embalaje reciclables, biodegradables o reutilizables (Matías Riquelme, 2020).

Otro rubro que interviene según los encuestados es la distribución y logística eficiente mediante la optimización de Transporte sostenible que se da mediante el uso de transporte público y en varios casos uso de transporte eficientes y de baja emisión de carbono, así como la optimización de rutas para reducir el impacto ambiental.

Las empresas también aplicaron la educación ambiental a través de comunicación responsable mediante la Transparencia en la provisión de información clara y veraz sobre los atributos sostenibles de los productos y servicios que cada una ofrece y algo muy importante según la encuesta es que los gerentes mantienen un programa de educación al consumidor fomentando la conciencia y el comportamiento responsable entre consumidores, a través de campañas educativas y servicios de marketing. Las ventas y Consumo Responsable, es la variable que se encarga de la promoción de productos e Incentivación de la compra de productos ecológicos y responsables, ofreciendo incentivos y destacando sus beneficios, otro rubro que se considera es los canales de venta sostenibles como es el uso de plataformas y tiendas que promueven la cadena de valor en un lugar específico, acompañado del servicio de soporte y mantenimiento que prolonguen la vida útil de los productos; también programas de reciclaje y reutilización: establecimiento de sistemas para la recolección y reciclaje de productos al final de su vida útil.

La Regulación ambiental permiten medir y mejorar el desempeño a las empresas públicas, al ser entidades gubernamentales, tienen la obligación de cumplir con las regulaciones vigentes en la gestión del consumo responsable, monitorear y demostrar el cumplimiento, como instituciones públicas, tienen una mayor responsabilidad de promover el desarrollo y consumo responsable sostenible (tabla 5).

Tabla 5. Indicadores aplicables en instituciones públicas.

Instituciones públicas	Indicadores	Normativa ambiental aplicable	Áreas claves de impacto ambiental
Educación Superior	Eficiencia energética Uso sostenible del agua Manejo integral de residuos	Ley orgánica de eficiencia energética. Código Orgánico del Ambiente. Acuerdo ministerial 064	Reducción del consumo eléctrico fantasma en las instalaciones educativas. Correcta separación de los desechos sólidos.
Instituto de Investigaciones	Calidad de suelo Biodiversidad de cultivos. Manejo integral de residuos	Código Orgánico del Ambiente. TULSMA Acuerdo ministerial 064	Manejo adecuado de agroquímicos en cultivos de ciclo corto perenne.
Empresa de calidad del recurso agua	Uso sostenible del agua.	Código Orgánico del Ambiente	Tratamiento adecuado del consumo de agua
Manejo de residuos	Eficiencia energética Manejo integral de residuos sólidos. Manejo Integral de residuos peligrosos.	Ley orgánica de eficiencia energética Código Orgánico del Ambiente. Acuerdo ministerial 064	Reducción del consumo eléctrico fantasma en las instalaciones educativas. Correcta separación de los desechos sólidos y peligrosos.

Tabla 6. Indicadores de gestión aplicados en las empresas privadas de Quevedo.

Empresas	Indicadores	Normativa Ambiental Aplicable	Áreas Clave de Impacto Ambiental
producción de Banano	Reducción de emisiones de CO2	Ley de Gestión Ambiental	Uso de recursos hídricos
	Uso eficiente de recursos hídricos	Normativa para la Prevención y Control de la Contaminación	Manejo de residuos sólidos
	Manejo de residuos sólidos	Código Orgánico del Ambiente	Emisiones de gases y control de calidad del aire
Producción de madera	Conservación de la biodiversidad	Ley de Prevención y Control de la Contaminación	Conservación de la biodiversidad
	Gestión de residuos peligrosos	Ley de Gestión de Residuos Sólidos	Gestión de residuos peligrosos
	Reducción de huella de carbono	Código Orgánico del Ambiente	Uso eficiente de energía
Venta de insumos ecológicos	Innovación en productos sostenibles	Ley de Gestión Ambiental	Innovación y desarrollo de productos
	Optimización del uso de recursos naturales	Normativa para la Prevención y Control de la Contaminación	Uso de recursos naturales
	Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero	Código Orgánico del Ambiente	Emisiones de gases
Compra de granos de cultivos agrícolas	Gestión de residuos industriales	Ley de Gestión Ambiental	Gestión de residuos industriales
	Uso eficiente del agua	Normativa para la Prevención y Control de la Contaminación	Uso de recursos hídricos
	Manejo adecuado de sustancias químicas	Código Orgánico del Ambiente	Manejo de sustancias químicas

La tabla 6, presenta una muestra de indicadores de gestión ambiental utilizados por cuatro empresas privadas que han obtenido su certificación de producción orgánica dedicadas a producir banano, madera, venta de insumos, comercialización de granos de cultivo agrícolas, en cada uno de los indicadores se enmarcan en la normativa ambiental vigente en Ecuador, abarcando las áreas clave de impacto ambiental identificadas para cada empresa.

CONCLUSIONES

El consumo responsable en el cantón Quevedo, provincia Los Ríos, Ecuador, aporta información relevante para los decisores involucrados en las actividades de manejo integral de productos amigables con el ambiente. La demanda y oferta continúan teniendo crecimiento a nivel de la población, fundamentalmente con la tendencia de riesgos de salud el nivel educativo, ingresos económicos, diversidad de productos, lo cual se convierte en el reto dentro de la cadena de valor de los mismos. un alto porcentaje indicó que el consumo cada día se incrementará, aunque un bajo porcentaje de los encuestados manifestaron que existe una falta de disponibilidad de productos sostenibles en el mercado, lo que plantea preocupaciones en torno a la accesibilidad de opciones sostenible los consumidores encuestados manifestaron que las empresas deben generar más opciones de productos de línea verde, acompañado de la certificación.

También se destaca la certificación que han alcanzado los proveedores de productos ecológicos considerando la flexibilidad, integración y sostenibilidad al implementar tiendas ecoeficientes, uso de redes sociales generando nuevos espacios de trabajo, uso de tecnologías, generación de empleo en dependencia de su cantidad, así como las dimensiones económicas sociales y ambientales. Sin embargo, el trabajo debe continuar especialmente en la fase del destino final que sugiere desarrollar capacitaciones e investigaciones similares en otras localidades, pero profundizando más en la relación del consumo responsable con variables de salud y calidad de vida, el comportamiento de la cadena de valor durante la actividad de acopio, distribución y venta final, efectos de las mismas sobre el consumo y disponibilidad en general. Igualmente es importante que las instituciones correspondientes socialicen con los proveedores y consumidores alternativas y ventajas al consumo responsable, según viene realizando las entidades gubernamentales al estar amparados en la Normativa ambiental. También se deben establecer los permisos y avisos de calidad para garantizar el índice de calidad en cada uno de los productos que se demandan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, E., Picco, D., Robledo, A., Segovia, I., & Wallinger, M. (2020). Caracterización Del Perfil De Los Consumidores Groecológicos De La Región De Caba-Gba 2020. *Revista Nutrición Investiga*, 79-132. https://escuelanutricion.fmed.uba.ar/revistani/pdf/21a/nco/917_c.pdf

- Araya, S., & Rojas, L. (2021). Cuidado de la salud como determinante del consumo de alimentos orgánicos en Chile. *IDESIA*, 39(1). https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34292021000100059
- Carranza, M., González, B., & Urdanigo, J. (2024). *Metodología de la investigación y análisis cuantitativo*. UTEG.
- Chaparro, A., & Franco, L. (2020). Consumers and consumption of agroecological products in the Members of the Network of Agroecological Markets of Bogotá, Region-RMABR Consumidores e consumo de produtos agroecológicos nos integrantes da Rede de Mercados Agroecológicos de Bogotá, Região-RMABR. *Cooperativismo y Desarrollo*, 28(117), 1–36. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.02.04>
- Del Cisne Quezada, A., & Chafra, P. (2024). *Consumo responsable y su relación con la economía circular: perspectiva desde los hogares Loja, Ecuador*. *Revista Cuestiones Económicas*, 34(1). <https://doi.org/10.47550/RCE/34.1.7>
- Espinosa, E. (2023). Perspectivas empresariales en marketing ecológico: una revisión sistemática y de casos de estrategias y tendencias globales. *Revista Científica, Arbitrada e Indizada, Bajo La Modalidad Electrónica.*, 7(1). <https://orcid.org/0000-0002-8522-1691>
- González Osorio, B., Díaz Ponce, M., Oviedo Bayas, B., & Guerrero, N. (2023). Impactos de la educación ambiental basado en la clasificación de los residuos sólidos domésticos. *Sinergias Educativas*, 8, 73-83. <http://sinergiaseducativas.mx/index.php/revista/eISSN:2661-6661>
- IBM Corp. (2019). *IBM SPSS Statistics Base 26*. https://www.ibm.com/docs/en/SSLVMB_26.0.0/pdf/en/IBM_SPSS_Statistics_Base.pdf
- Laguna, C. (2020). *Hábitos en la alimentación, especial mención a los productos ecológicos*. (Trabajo de fin de grado). Universidad de Jaén.
- Lewiecki, E. M., & Bouchonville, M. F. (2022). The current role of telehealth in the management of patients with osteoporosis. *Expert Review of Endocrinology & Metabolism*, 17(3), 245–254. <https://doi.org/10.1080/17446651.2022.2078304>
- Matías Riquelme, P. (2020). *Cadena de Valor de Michael Porter ¿Qué es y cuál es su importancia?* https://gc.sca-lahed.com/recursos/files/r161r/w25317w/M1DPI106_S3_Cadena_de_valor_de_micahel_porter.pdf
- Salazar-Duque, D. A., Portugal-Morejón, E. C., & Fierro-Mosquera, D. G. (2022). Producción y consumo de manera responsable de alimentos y bebidas en la ciudad de Quito. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 140–165. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1965>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill Education.
- Sánchez, P. (2021). *Certificaciones sostenibles. Soluciones locales a un reto global*. (Trabajo Fin de Grado). Universidad Politécnica de Madrid.
- Villavicencio, M., & Maldonado, J. (2022). Marketing verde, una mirada desde el comercio minorista: Caso hipermercados del Ecuador. *ECA Sinergia*, 13(1). https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i1.3377