

Incidencia de la inflación alimentaria en las decisiones de consumo del sector sauces 6, período 2024–2025

The impact of food inflation on household consumption decisions in the sauces 6 sector during the 2024–2025 period

Bianca Isabel Barrios Tomalá

<https://orcid.org/0009-0004-6142-0874>
bianca.barrios.tomala@uagraria.edu.ec

Facultad de Economía Agrícola,
Universidad Agraria del Ecuador.
Guayaquil - Ecuador

Cita a este artículo: Barrios Tomalá, B. I. (2024). Incidencia de la inflación alimentaria en las decisiones de consumo del sector Saucés 6, período 2024–2025. *Fronteras del Conocimiento*, 3(2), 29-53.

Artículo recibido: 5 de mayo de 2024

Aceptado para publicación: 6 de junio de 2024

Publicado: 30 de junio de 2024

Conflictos de intereses: Ninguno que declarar

Resumen

El presente trabajo analiza la incidencia de la inflación alimentaria en las decisiones de consumo de los hogares del sector Saucés 6 de Guayaquil durante el período 2024-2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, con alcance descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. La población estuvo conformada por los habitantes del sector y la muestra estuvo integrada por 100 hogares seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de información se aplicó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas relacionadas con la evolución de los precios de los alimentos, el gasto mensual, la cantidad adquirida, etc. Como fuente secundaria se utilizaron estadísticas oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Los datos obtenidos fueron organizados y analizados mediante tablas de frecuencia, porcentajes y un análisis de asociación entre variables. Los resultados evidencian cambios en las decisiones de consumo de los hogares. El análisis de asociación entre la percepción del aumento de precios y la reducción de la cantidad de alimentos adquiridos presentó resultados estadísticamente significativos ($\chi^2=8.324$; $p=0.040$), con una intensidad baja a moderada (V de Cramer=0.289). Se concluye que el incremento de los precios de los alimentos se relaciona con modificaciones en las decisiones de consumo de los hogares encuestados de Saucés 6.

Palabras claves: inflación alimentaria, decisiones de consumo, poder adquisitivo, hogares.

Abstract

This study analyzes the impact of food inflation on the consumption decisions of households in the Saucés 6 sector of Guayaquil during the 2024–2025 period. The study was developed using a mixed-method approach, with a descriptive scope, a non-experimental design, and a cross-sectional approach. The population consisted of residents of the sector, and the sample included 100 households selected through non-probability convenience sampling. For data collection, a structured questionnaire with closed-ended questions was administered, addressing the evolution of food prices, monthly expenditures, the quantity of food purchased, etc. Official statistics from the National Institute of Statistics and Census (INEC) were used as a secondary source. The data obtained were organized and analyzed using frequency tables, percentages, and an association analysis between variables. The results show changes in household consumption decisions. The association analysis between the perception of price increases and the reduction in the quantity of food purchased showed statistically significant results ($\chi^2 = 8.324$; $p = 0.040$), with a low-to-moderate strength of association (Cramer's $V = 0.289$). It is concluded that the increase in food prices is related to changes in the consumption decisions of the households surveyed in Saucés 6.

Keywords: food inflation, consumption decisions, purchasing power, households.

Introducción

La inflación constituye uno de los principales fenómenos económicos que afectan el bienestar de los hogares, debido a que genera un incremento generalizado de los precios y reduce la capacidad de compra de los ingresos. Dentro de este fenómeno, la inflación alimentaria adquiere especial relevancia debido a que los alimentos representan bienes esenciales para la población y cualquier variación en sus precios puede generar modificaciones en las decisiones de consumo. En este sentido, el aumento de los precios de los alimentos puede llevar a los hogares a reorganizar sus presupuestos, sustituir productos, reducir cantidades adquiridas o priorizar aquellos bienes considerados indispensables.

A nivel internacional, el comportamiento de los precios de los alimentos continúa representando un desafío para la seguridad alimentaria y el bienestar de los hogares. (FAO; IDA; OPS; PMA; UNICEF, 2025) señala que la inflación alimentaria constituye una amenaza para el poder adquisitivo de millones de hogares, debido a que el encarecimiento de los alimentos dificulta el acceso a dietas saludables y puede incrementar la vulnerabilidad de los grupos con menores recursos. Asimismo, la evolución de los precios internacionales de los productos alimentarios puede estar relacionada con factores como los costos de producción, los fenómenos climáticos, las interrupciones comerciales y las condiciones de los mercados internacionales.

La relación entre los precios de los alimentos y el comportamiento de los consumidores también ha sido abordada en investigaciones recientes. (Haydaroğlu & Bilgiç, 2024) evidencian que la inflación alimentaria puede modificar los patrones de consumo y las conductas de compra de los consumidores, incrementando la importancia que estos conceden al precio al momento de seleccionar los productos. Esto puede traducirse en decisiones orientadas a buscar alternativas de menor costo, modificar las cantidades adquiridas o sustituir determinados productos. Por otra parte, (Kohlscheen, 2022) señala que la inflación de los alimentos está relacionada con diferentes condiciones económicas y productivas, destacando la importancia de factores internos y externos en la evolución de los precios alimentarios.

En el contexto ecuatoriano, el seguimiento de la evolución de los precios constituye una herramienta fundamental para analizar los cambios en el costo de vida de los hogares. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2024) utiliza el Índice de Precios al Consumidor (IPC) para medir la evolución de los precios de los bienes y servicios adquiridos por los hogares. De

manera complementaria, la Canasta Familiar Básica permite analizar el costo de un conjunto de bienes y servicios considerados indispensables para un hogar tipo. El INEC señala que esta canasta está conformada por bienes y servicios destinados a satisfacer necesidades básicas relacionadas con alimentación, vivienda, indumentaria y otros gastos esenciales (INEC, 2025b).

Durante el período 2024-2025, el comportamiento de los precios y de las canastas familiares permitió evidenciar la importancia que tiene el costo de los bienes esenciales dentro del presupuesto de los hogares ecuatorianos. En junio de 2025, por ejemplo, el INEC reportó un costo de USD 812,64 para la Canasta Familiar Básica y un ingreso familiar de USD 877,33 para el hogar tipo considerado en su metodología, lo que evidencia la importancia de la relación entre los ingresos disponibles y el costo de los bienes necesarios para satisfacer las necesidades básicas (INEC, 2025c).

Los alimentos presentan una volatilidad mayor ante el aumento de la inflación debido a la dependencia de ciertos factores como el clima, productos perecibles y alta sensibilidad hacia la especulación. En enero del 2024 la canasta básica rondaba los USD 789,57 y el ingreso percibido por un hogar de 4 miembros (1,6 perceptores) era de USD 877,33; para enero del 2025 la canasta básica presentó un incremento de USD 8,74 (INEC, 2025a).

En este escenario, el análisis de la inflación alimentaria a nivel local resulta relevante, debido a que los indicadores nacionales permiten conocer la evolución general de los precios, pero no necesariamente reflejan las estrategias específicas que adoptan los hogares frente a los cambios en su presupuesto. En sectores urbanos como Sauces 6, los hogares pueden experimentar diferentes efectos dependiendo de sus niveles de ingreso, composición familiar y hábitos de consumo. Por ello, conocer las decisiones que adoptan los consumidores frente al incremento de los precios permite comprender de manera más cercana cómo la inflación alimentaria puede afectar su comportamiento cotidiano.

Marco teórico

1.1 Inflación alimentaria en el contexto internacional

La inflación alimentaria es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los alimentos que componen la canasta básica. (León-Bon & Díaz-Bautista, 2020) señaló que las principales causas de la volatilidad de los precios de los alimentos se deben a la alta variabilidad del sector

agrícola por la creciente integración hacia los mercados internacionales, la inversión nacional y privada en el sector agrícola y el cambio climático. (GIL & FREIXA, 2024) sostienen que el aumento de los precios se explica en gran medida por los márgenes de comercialización a lo largo de la cadena de valor alimentaria y por la percepción que tienen los productores agrícolas y ganaderos sobre sus propios costos.

(Kohlscheen, 2022), en un estudio del Banco de Pagos Internacionales, destaca que los precios de los alimentos no deben tratarse como un componente aislado de la inflación general, sino que responden en buena medida a las condiciones macroeconómicas, a la brecha del producto y a las expectativas inflacionarias, además de factores propios del sector como las cosechas y los costos energéticos. En la misma línea, (Igan, Kohlscheen, Nodari, & Rees, 2022) documentan que las disrupciones de los mercados de materias primas —agravadas por el conflicto en Ucrania y los cuellos de botella logísticos posteriores a la pandemia— explican una parte sustancial del repunte inflacionario observado en los alimentos entre 2021 y 2023.

Los efectos de la inflación alimentaria no se limitan al ámbito estrictamente económico. (Headey & Ruel, 2023), a partir de una muestra de 1,27 millones de niños de 44 países en desarrollo, encontraron que un incremento del 5 % en el precio real de los alimentos se asocia con un aumento de hasta el 9 % en el riesgo de desnutrición aguda infantil, lo que evidencia que la volatilidad de precios trasciende el gasto de los hogares y compromete la seguridad alimentaria y nutricional de la población más vulnerable.

1.2 Factores determinantes de la inflación alimentaria

El aumento de los precios de los alimentos responde a diversos factores económicos, productivos y comerciales que interactúan simultáneamente dentro de los mercados internacionales. La inflación alimentaria está determinada por factores como las interrupciones en las cadenas de valor agrícolas, el aumento de los precios internacionales de los alimentos y el encarecimiento de los fertilizantes (López & Perego, 2024)

De igual manera, fenómenos climáticos adversos como sequías e inundaciones han afectado la producción agrícola mundial, reduciendo la oferta disponible y generando presiones alcistas sobre los precios. Como resultado, los mercados agroalimentarios han experimentado una

creciente volatilidad que repercute directamente sobre los consumidores finales y sobre los índices de inflación de numerosos países (Suárez, 2025)

1.3 Inflación alimentaria en América Latina

La inflación alimentaria en América Latina mostró un comportamiento superior a sus niveles históricos habituales. Este incremento fue generalizado en varios países de la región, estos resultados evidencian presiones recientes sobre los precios de los alimentos, aunque no necesariamente una tendencia inflacionaria de largo plazo (FAO, 2020)

La inflación alimentaria ha tenido una incidencia particularmente significativa en América Latina y el Caribe debido a la importancia que los alimentos representan dentro de la estructura de gasto de los hogares. De acuerdo con el informe conjunto de la (FAO FIDA OMS PMA UNICEF, 2025), si bien la región logró reducir la inseguridad alimentaria moderada o grave por segundo año consecutivo la única región del mundo en hacerlo, persisten desigualdades significativas que afectan en mayor medida a las mujeres, las poblaciones rurales y los hogares de menores ingresos, además de que las dietas saludables continúan siendo, en promedio, un 9 % más costosas que el promedio mundial. Según (Flores, 2025) el aumento de las tasas inflacionarias ubica a América Latina como una de las regiones donde más varían los precios de los alimentos e impacta fuertemente en la economía.

En este sentido, (Cullen, 2025) advierte que la inflación alimentaria constituye un fenómeno persistente para los avances alcanzados en la región, señalando que entre 2022 y 2023 los precios de los alimentos crecieron de forma sistemática por encima de la inflación general, alcanzando picos regionales superiores al 20 % interanual en Sudamérica. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2024) coincide en que la desaceleración económica regional, combinada con una recuperación desigual del empleo, ha mantenido presiones inflacionarias persistentes sobre los bienes esenciales, entre ellos los alimentos.

1.4 Inflación alimentaria en Ecuador

En Ecuador, “los alimentos constituyen el 32,03 % de los productos de la canasta del IPC y representan el 22,45 % de la ponderación del índice. Esta división es sensible a cambios en los precios por fenómenos climáticos, producción estacional, entre otros” (INEC, 2026). A pesar

de mantener una economía dolarizada, el país no ha sido ajeno a los efectos derivados de las fluctuaciones de los mercados internacionales. (Sarmiento-Paucar, Ayala-Cadena, & Espín-Salambay, 2023) señalan que, si bien la dolarización ha sido fundamental para sostener una inflación históricamente baja en comparación con el promedio latinoamericano, persisten desafíos relacionados con la baja productividad, el encarecimiento de los costos de producción y la pérdida de poder adquisitivo de los hogares para la compra de alimentos. Además, (Estupiñán, Ortega, Márquez-Sánchez, & Romero, 2021) dicen que la problemática alimentaria está vinculada con las dificultades de acceso a los alimentos, la falta de modernización agrícola y las limitaciones del sistema agroalimentario. Estas condiciones pueden aumentar la vulnerabilidad de los hogares frente a las variaciones y aumentos de los precios de los alimentos.

(Salinas-Arroba, Preciado-Ramírez, & Guerrero-Freire, 2025), mediante un análisis de cointegración entre el Índice de Precios al Consumidor y los salarios nominales en Ecuador, encontraron que ambas series presentan una relación de largo plazo, de modo que los choques inflacionarios tienden a persistir en el tiempo y a trasladarse de forma incompleta a los ingresos de los hogares, lo que erosiona su capacidad de compra real. En un estudio aplicado al sector de Letamendi, en Guayaquil (Zamora Baque & Arteaga García, 2023) encontraron que el 82 % de los hogares encuestados consideró que la inflación afecta directamente su capacidad de adquirir la canasta básica familiar, y que la mayoría coincidió en que sus ingresos no cubren las necesidades básicas de alimentación, lo que evidencia una relación inversa entre la inflación y el poder de compra de los hogares urbanos del país.

Los informes económicos del Instituto Nacional de Estadística y Censos muestran que el grupo de alimentos y bebidas ha sido uno de los principales componentes que explican el comportamiento del índice de precios al consumidor durante los últimos períodos. Para diciembre de 2024, la Canasta Familiar Básica se ubicó en USD 797,97 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2024), mientras que para junio de 2025 alcanzó los USD 812,64, frente a un ingreso familiar promedio de USD 877,33 (INEC, 2025c), lo que evidencia la estrecha relación entre los ingresos disponibles y el costo de los bienes necesarios para satisfacer las necesidades básicas de los hogares ecuatorianos.

1.5 Decisiones de consumo de los hogares

Las decisiones de consumo de los hogares se ajustan ante el aumento de los precios y la reducción del poder adquisitivo. En este contexto, las familias tienden a priorizar bienes esenciales, buscar productos sustitutos más económicos y reducir el gasto en bienes no indispensables; estas estrategias reflejan la necesidad de adaptar el presupuesto familiar a las nuevas condiciones económicas (Montalvo-Sarmiento & Narváez-Zurita, 2025). Además, las decisiones de consumo de los hogares están condicionadas por factores económicos y sociodemográficos, entre los que destacan el nivel de ingresos, el tamaño del hogar, la ubicación geográfica y las características del jefe del hogar. Estos factores influyen en la estructura y distribución del gasto familiar, determinando las prioridades de consumo de los hogares (Mejia, Pico, & Haya, 2022).

(Haydaroglu & Bilgiç, 2024) a partir del desarrollo y validación de una escala específica para medir el impacto de la inflación alimentaria en el comportamiento del consumidor, evidencian que los hogares con mayor inseguridad alimentaria presentan puntajes más altos de afectación en sus patrones de consumo, sus hábitos de compra y sus motivaciones de adquisición, lo que confirma que la inflación modifica de manera diferenciada el comportamiento de los consumidores según su vulnerabilidad económica. En la misma línea, (Hempel, 2024) identifica distintos segmentos de consumidores afectados por el alza de los precios de los alimentos y encuentra que, a medida que se intensifica la inflación, el precio gana relevancia frente a otros atributos como el origen o la sostenibilidad del producto al momento de decidir la compra; hallazgo que (Hempel & Roosen, 2024) confirman al observar, en un panel de consumidores alemanes, un aumento sostenido de la importancia otorgada al precio entre 2020 y 2022.

Cuando se producen incrementos sostenidos en los precios de los alimentos, los hogares suelen modificar sus patrones de consumo mediante la reducción de las cantidades adquiridas, la sustitución de productos por alternativas más económicas o la priorización de bienes considerados indispensables. (Aguirre, 2024) en un estudio sobre los cambios del comportamiento del consumidor ante el incremento inflacionario, reporta que el gasto en productos básicos puede pasar de representar el 65 % al 82 % del presupuesto familiar, mientras

que el consumo de bienes no esenciales se reduce de forma proporcional, lo que refleja la capacidad de adaptación de las familias frente a los cambios en las condiciones económicas.

1.6 Inflación alimentaria en las decisiones de consumo

La relación entre la inflación alimentaria y las decisiones de consumo se manifiesta a través de los cambios que experimentan los hogares cuando enfrentan incrementos en los precios de los productos básicos. La disminución del poder adquisitivo obliga a las familias a reorganizar sus presupuestos, reducir gastos considerados secundarios y priorizar el consumo de bienes esenciales.

(Marconi, y otros, 2024) en un estudio realizado en Argentina con más de 3 500 hogares, encontraron que las estrategias de consumo alimentario frente al aumento de precios varían según el nivel educativo: los hogares con menor nivel educativo implementan con mayor frecuencia estrategias de mitigación, mientras que la búsqueda de ofertas y promociones fue la respuesta más habitual en todos los grupos, seguida de la reducción de gastos no alimentarios. Asimismo, (Headey & Ruel, 2023) advierten que estos ajustes no son neutros: cuando la reducción del gasto recae sobre la calidad y diversidad de la dieta, sus efectos pueden trasladarse al bienestar nutricional de los miembros más vulnerables del hogar.

En este sentido, la inflación alimentaria no solo constituye un fenómeno económico, sino también social, debido a que influye directamente en la calidad de vida, la seguridad alimentaria y el bienestar de la población. Por ello, analizar esta relación resulta fundamental para comprender el comportamiento económico de los hogares urbanos y las estrategias que adoptan para enfrentar escenarios inflacionarios.

1.7 Incidencia de la inflación alimentaria en las decisiones de consumo del sector Sauces 6

En el sector Sauces 6 de la ciudad de Guayaquil, el incremento de los precios de los alimentos puede generar cambios importantes en las decisiones de consumo de los hogares urbanos. Debido a que una proporción significativa del ingreso familiar se destina a la compra de productos de primera necesidad, las variaciones en los precios afectan directamente la capacidad de compra de los consumidores, en línea con lo documentado por (Zamora Baque & Arteaga García, 2023) para otro sector urbano de la misma ciudad.

Como consecuencia, las familias pueden optar por sustituir productos, reducir cantidades adquiridas o modificar la frecuencia de compra con el objetivo de mantener el equilibrio de su presupuesto, de manera similar a lo reportado por (Marconi, y otros, 2024) y por (Aguirre, 2024) en otros contextos latinoamericanos. En este contexto, resulta relevante analizar la incidencia de la inflación alimentaria sobre las decisiones de consumo durante el período 2024–2025 para comprender las dinámicas económicas presentes en el sector y los efectos que estas generan sobre la población.

Metodología

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, con alcance descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, en línea con los criterios que orientan la selección de rutas metodológicas cuantitativas, cualitativas y mixtas en la investigación social (Sarango, Altamirano, Lema, & Játiva, 2025). La población estuvo conformada por los habitantes del sector Sauces 6 de Guayaquil, mientras que la muestra estuvo integrada por 100 hogares seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Para la recolección de información primaria se utilizó un cuestionario estructurado compuesto por preguntas cerradas relacionadas con la evolución de los precios de los alimentos, el gasto mensual destinado a la alimentación, la cantidad de alimentos adquiridos, la sustitución de marcas o productos, la frecuencia de compra, el poder adquisitivo y las estrategias adoptadas por los hogares frente al incremento de los precios. Como fuente secundaria se utilizaron estadísticas oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), relacionadas con la evolución de los precios y el costo de la canasta familiar.

Los datos obtenidos mediante las encuestas fueron organizados y tabulados en Microsoft Excel para su posterior análisis. Se emplearon tablas de frecuencia y porcentajes con el propósito de describir las características y respuestas de los hogares encuestados. Adicionalmente, se realizó un análisis de asociación entre la percepción del aumento de los precios de los alimentos y la reducción de la cantidad de alimentos adquiridos mediante la prueba de chi-cuadrado de independencia (χ^2), siguiendo los criterios de selección de pruebas estadísticas para variables categóricas descritos por (Boza Torres, Liriano Leyva, Pérez Sánchez, & Fonseca González,

2022). Para determinar la intensidad de la asociación entre ambas variables se utilizó el coeficiente V de Cramer.

La población para el estudio fue seleccionada del INEC, para el sector de sauces 6 pero no existen datos oficiales ni censos sobre los habitantes del sector de sauces 6 (solo del sector completo de sauces), así que para caso de estudio aplicaremos el cálculo de población infinita, con un nivel de confianza establecido fue de 95 % ($Z= 1.96$) y un margen de error del 5% ($E= 5\%$). Los resultados obtenidos permitieron identificar los principales cambios en las decisiones de consumo de los hogares y determinar si existe una asociación estadísticamente significativa entre la percepción del incremento de los precios de los alimentos y la reducción de las cantidades adquiridas.

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

n= Tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza. 1.96

p= proporción de la población con la característica deseada (éxito). 0,5

q = proporción de la población sin la característica deseada (fracaso). 0,5

e = nivel de error dispuesto a cometer. 0,05

$$n = ((1.96^2) * 0.5 * 0.5) / (0.05^2) = 384.16$$

(Por el tamaño de muestra tan grande y la falta de recursos, solo se encuestaron a 100 personas)

Resultados y Discusión

Resultados

En esta sección se presentan los resultados obtenidos a partir de las 100 encuestas aplicadas a los hogares del sector Sauces 6 de Guayaquil. El análisis se organizó en cuatro partes: en primer lugar, se describen las características sociodemográficas de los hogares encuestados; en

segundo lugar, se analiza la percepción de la inflación alimentaria y su efecto sobre el gasto mensual; en tercer lugar, se examinan los cambios en las decisiones y comportamientos de consumo, así como las estrategias adoptadas por los hogares; y, finalmente, se presenta el análisis de asociación entre la percepción del aumento de precios y la reducción de la cantidad de alimentos adquiridos, mediante la prueba de chi-cuadrado y el coeficiente V de Cramer.

3.1 Características sociodemográficas de los hogares encuestados

La tabla 1 muestra la composición y el nivel de ingreso de los hogares encuestados. El 39,0 % de los hogares está conformado por 5 o más miembros, el 32,0 % por 3 a 4 miembros y el 29,0 % por 1 a 2 miembros, lo que evidencia una ligera predominancia de hogares numerosos en el sector. En cuanto al ingreso mensual, el 30,0 % de los hogares percibe entre USD 500 y USD 800, el 28,0 % percibe menos de USD 500, el 26,0 % se ubica entre USD 801 y USD 1 200, y únicamente el 16,0 % supera los USD 1 200 mensuales. Estos resultados indican que el 58,0 % de los hogares encuestados dispone de un ingreso mensual inferior a USD 800, un monto cercano o inferior al costo de la Canasta Familiar Básica reportado por el INEC (2025c) para el período de estudio.

Tabla 1 Características sociodemográficas de los hogares encuestados (n = 100)

Variable	Categoría	n	%
Número de personas en el hogar	1–2	29	29,0
	3–4	32	32,0
	5 o más	39	39,0
Ingreso mensual del hogar	Menos de USD 500	28	28,0
	USD 500–800	30	30,0
	USD 801–1 200	26	26,0

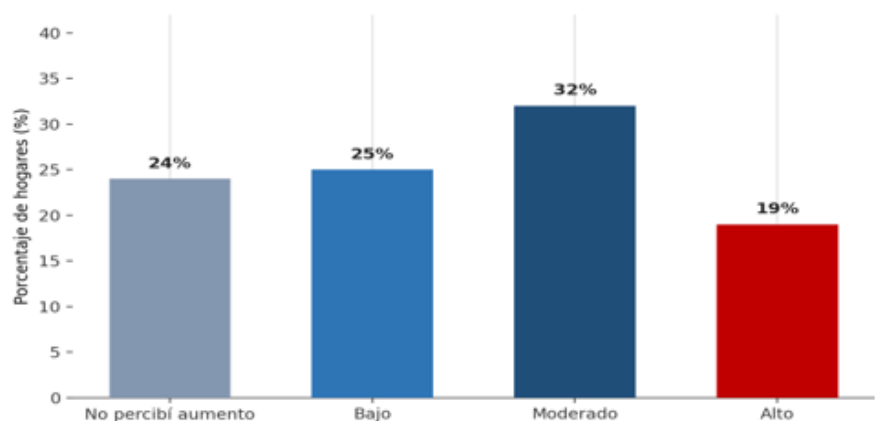
Variable	Categoría	n	%
	Más de USD 1 200	16	16,0

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

3.2 Percepción de la inflación alimentaria y su efecto en el gasto de los hogares

Como se observa en la figura 1, el 32,0 % de los hogares percibió un aumento moderado en los precios de los alimentos durante 2024-2025, el 25,0 % percibió un aumento bajo, el 24,0 % señaló no haber percibido aumento y el 19,0 % percibió un aumento alto. En conjunto, el 76,0 % de los hogares reconoció algún grado de incremento en los precios de los alimentos durante el período analizado.

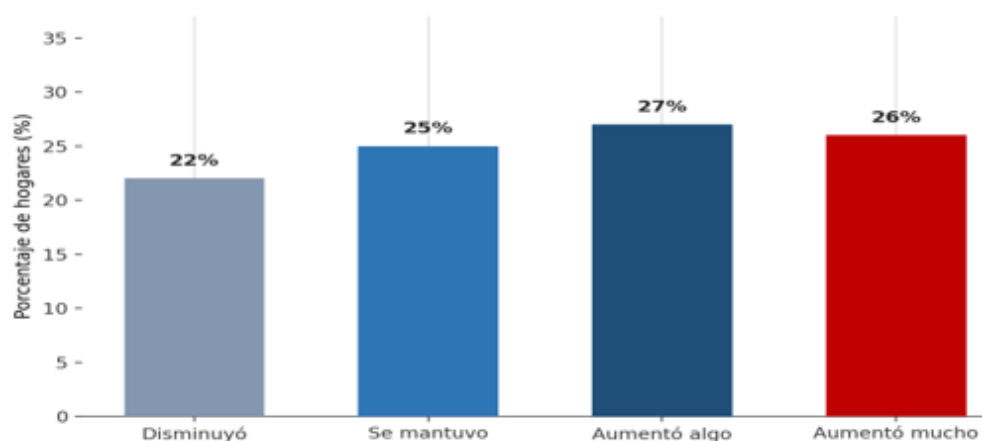
Figura 1. Percepción del aumento de los precios de los alimentos (2024-2025)



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

Respecto al gasto mensual destinado a la alimentación, la figura 2 evidencia que el 27,0 % de los hogares señaló que su gasto aumentó algo y el 26,0 % indicó que aumentó mucho, es decir que el 53,0 % de los hogares reportó un incremento en su gasto de alimentación. Por otra parte, el 25,0 % de los hogares indicó que su gasto se mantuvo y el 22,0 % señaló una disminución, la cual podría estar asociada a estrategias de ajuste en las cantidades o en los productos adquiridos, más que a una reducción real del costo de los alimentos.

Figura 2. Variación del gasto mensual del hogar destinado a alimentos



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

3.3 Cambios en las decisiones y comportamientos de consumo

La tabla 2 y la figura 3 resumen los principales cambios de comportamiento reportados por los hogares frente al incremento de los precios de los alimentos. El 60,0 % de los hogares sustituyó marcas o productos por alternativas más económicas, el 57,0 % cambió la frecuencia con la que realiza sus compras de alimentos, el 54,0 % redujo la cantidad de alimentos que compra y el 44,0 % redujo la compra de alimentos considerados no esenciales. En cuanto a la percepción sobre el poder adquisitivo, el 35,0 % de los hogares consideró que este disminuyó durante 2024-2025, el 38,0 % consideró que no disminuyó y el 27,0 % restante manifestó no estar seguro.

Tabla 2 Comportamientos de consumo de los hogares ante el incremento de precios de los alimentos (n = 100)

Comportamiento	Sí (n)	Sí (%)	No (n)	No (%)
Redujo la cantidad de alimentos comprados	54	54,0	46	46,0
Sustituyó marcas o productos por alternativas más económicas	60	60,0	40	40,0
Cambió la frecuencia de compra de alimentos	57	57,0	43	43,0

Comportamiento	Sí (n)	Sí (%)	No (n)	No (%)
Redujo la compra de alimentos considerados no esenciales	44	44,0	56	56,0
Percibió una disminución de su poder adquisitivo *	35	35,0	38	38,0

* Para esta pregunta se registró, adicionalmente, un 27,0 % (n = 27) de hogares que respondieron "No estoy seguro/a". Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

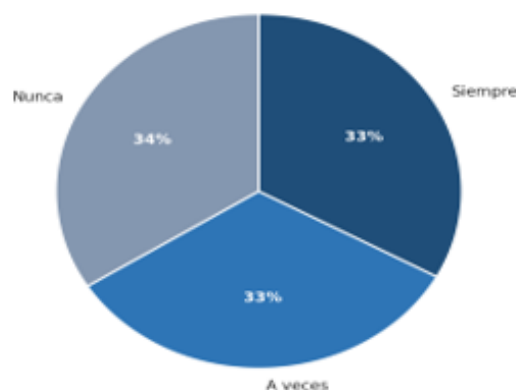
Figura 3. Comportamientos de consumo adoptados por los hogares (% que respondió "Sí")



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

En relación con la comparación de precios antes de realizar sus compras, la figura 4 muestra que el 34,0 % de los hogares nunca compara precios entre tiendas, mercados o supermercados, mientras que el 33,0 % lo hace a veces y el 33,0 % restante lo hace siempre. Estos resultados sugieren que, si bien la comparación de precios es una estrategia extendida, aproximadamente un tercio de los hogares no la práctica de forma habitual, lo que podría estar relacionado con limitaciones de tiempo, de movilidad o de acceso a distintos puntos de venta dentro del sector.

Figura 4. Frecuencia con la que los hogares comparan precios antes de comprar

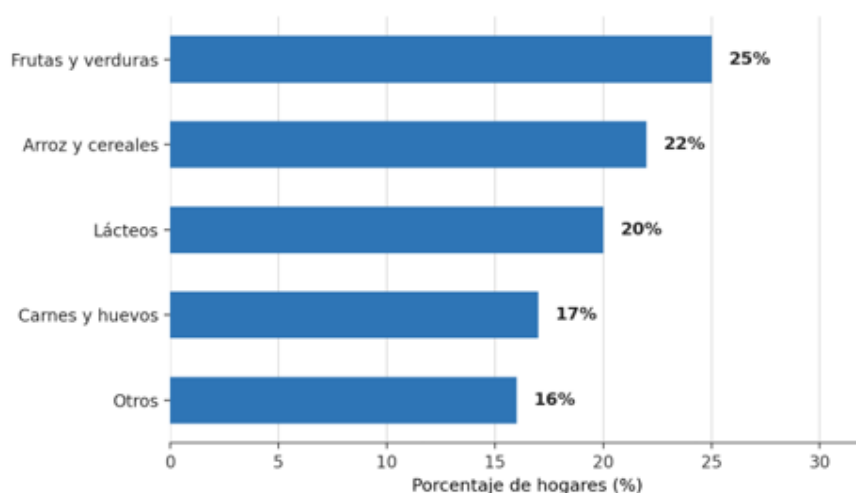


Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

3.4 Productos priorizados y estrategias adoptadas frente al aumento de precios

Cuando el presupuesto es limitado, la figura 5 muestra que el 25,0 % de los hogares prioriza la compra de frutas y verduras, el 22,0 % prioriza arroz y cereales, el 20,0 % prioriza lácteos, el 17,0 % prioriza carnes y huevos, y el 16,0 % prioriza otros productos. Esta distribución relativamente equilibrada entre grupos de alimentos sugiere que los hogares del sector no concentran sus decisiones de priorización en un único tipo de producto, sino que las distribuyen de acuerdo con la composición y las necesidades específicas de cada núcleo familiar.

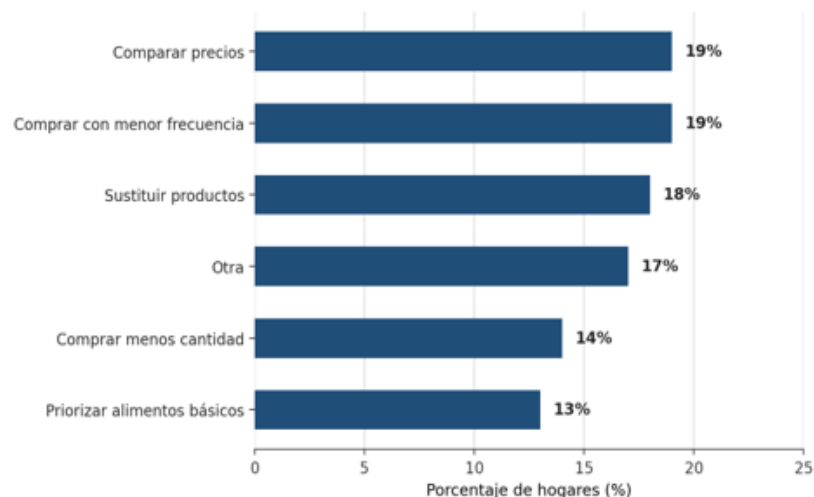
Figura 5. Productos priorizados por los hogares cuando el presupuesto es limitado



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

En cuanto a la principal estrategia utilizada por los hogares para enfrentar el aumento de los precios, la figura 6 evidencia una dispersión de respuestas: el 19,0 % señaló comprar con menor frecuencia, el 19,0 % indicó comparar precios, el 18,0 % mencionó sustituir productos, el 17,0 % señaló otra estrategia no especificada, el 14,0 % indicó comprar menos cantidad y el 13,0 % priorizar alimentos básicos. Esta diversidad de estrategias confirma que los hogares de Sauces 6 no recurren a un único mecanismo de ajuste, sino que combinan distintas decisiones de consumo para enfrentar el incremento del costo de los alimentos, en línea con lo reportado por (Marconi, y otros, 2024) y por (Aguirre, 2024) en otros contextos de la región.

Figura 6. Principal estrategia utilizada por los hogares frente al aumento de precios



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

3.5 Análisis de asociación entre la percepción del aumento de precios y la reducción de la cantidad de alimentos adquiridos

Con el propósito de determinar si existe una asociación estadísticamente significativa entre la percepción del aumento de los precios de los alimentos y la reducción de la cantidad de alimentos adquiridos, se construyó la tabla de contingencia presentada en la tabla 3 y se aplicó la prueba de chi-cuadrado de independencia (χ^2).

Tabla 3 Tabla de contingencia: percepción del aumento de precios × reducción de la cantidad de alimentos adquiridos (n = 100)

Percepción del aumento de precios	No redujo (n)	Redujo (n)	Total (n)	% que redujo
No percibí aumento	11	13	24	54,2
Bajo	13	12	25	48,0
Moderado	9	23	32	71,9
Alto	13	6	19	31,6
Total	46	54	100	54,0

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

Tabla 4

Resultados de la prueba de chi-cuadrado de independencia y del coeficiente V de Cramer

Estadístico	Valor
Chi-cuadrado (χ^2)	8,324
Grados de libertad (gl)	3
Valor p	0,040
V de Cramer	0,289
N	100

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los hogares del sector Sauces 6 (2025).

Como se observa en la tabla 4, el valor obtenido de $\chi^2 = 8,324$, con 3 grados de libertad y un valor p = 0,040, es inferior al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula de independencia entre ambas variables. Esto indica que la percepción del aumento de los precios de los alimentos y la reducción de la cantidad de alimentos adquiridos

no se distribuyen de manera independiente en la muestra estudiada. El coeficiente V de Cramer obtenido (0,289) indica que la intensidad de esta asociación es baja a moderada.

Al observar la tabla 3 con mayor detalle, se advierte que la relación entre ambas variables no es estrictamente lineal. El mayor porcentaje de hogares que redujo la cantidad de alimentos comprados se registró entre quienes percibieron un aumento moderado de precios (71,9 %), mientras que, de forma menos esperada, los hogares que percibieron un aumento alto presentaron la menor proporción de reducción (31,6 %), un valor incluso inferior al de los hogares que no percibieron aumento alguno (54,2 %). Este patrón no lineal podría explicar, en parte, la magnitud baja a moderada obtenida en el coeficiente V de Cramer y sugiere que los hogares que perciben incrementos muy pronunciados recurren primero a otras estrategias de ajuste —como la sustitución de marcas o la comparación de precios, adoptadas por el 60,0 % y el 66,0 % de los encuestados, respectivamente— antes de reducir directamente las cantidades adquiridas, una relación que podría estar mediada por el nivel de ingreso o por la composición del hogar.

Discusión

Los resultados muestran que la inflación alimentaria no se limita a una percepción sobre el precio, sino que se acompaña de modificaciones en las decisiones cotidianas de los hogares. Una proporción importante de los encuestados señaló haber reducido la cantidad de alimentos comprados, sustituido marcas o productos y modificado la frecuencia de compra. Estas respuestas son consistentes con la literatura reciente sobre el comportamiento del consumidor frente a la inflación alimentaria.

El resultado de la prueba de chi-cuadrado aporta evidencia adicional al análisis descriptivo. La asociación estadísticamente significativa entre la percepción del aumento de precios y la reducción de cantidades sugiere que ambas variables no se distribuyen independientemente en la muestra. Sin embargo, la magnitud de la asociación es baja a moderada, por lo que no debe interpretarse como una relación causal. Cabe destacar que esta relación no resultó estrictamente lineal: el mayor porcentaje de reducción se registró entre los hogares que percibieron un aumento moderado de precios (71,9 %), mientras que, de forma menos esperada, los hogares que percibieron un aumento alto presentaron la menor proporción de reducción (31,6 %). Este

patrón podría explicarse porque los hogares que perciben incrementos muy pronunciados recurren primero a otras estrategias de ajuste como la sustitución de marcas (60,0 %) o alguna forma de comparación de precios entre establecimientos (66,0 %) antes de reducir directamente las cantidades adquiridas, relación que también podría estar mediada por el nivel de ingreso o la composición del hogar.

Los resultados también guardan relación con (Haydaroğlu & Bilgiç, 2024) quienes encontraron que la inflación alimentaria afecta los patrones de consumo y las conductas de compra, especialmente entre personas con mayor vulnerabilidad alimentaria. En el caso de Sauces 6, las respuestas reflejan mecanismos de adaptación similares: sustitución, reducción de cantidades, comparación de precios y priorización de productos. Estos hallazgos coinciden, asimismo, con lo reportado por (Marconi, y otros, 2024) en Argentina, donde la búsqueda de ofertas y la reducción de gastos no esenciales figuraron entre las estrategias más utilizadas por los hogares frente al alza de los precios de los alimentos, y con (Hempel, 2024), quien documenta que el precio gana relevancia frente a otros atributos del producto a medida que se intensifica la inflación. Patrones de ajuste similares se observan incluso en economías desarrolladas: en Estados Unidos, la encuesta Consumer Food Insights (Koppes, 2024) reportó que más del 80,0 % de los consumidores percibió aumentos en los precios de los alimentos y recurrió a estrategias como la búsqueda de descuentos y el cambio hacia marcas más económicas, en un contexto en el que el Departamento de Agricultura de ese país (Economic Research Service, 2026) proyecta que los precios de los alimentos seguirán creciendo por encima de su promedio histórico, lo que sugiere que los mecanismos de adaptación identificados en Sauces 6 no son exclusivos de economías en desarrollo.

Finalmente, el contraste con las estadísticas del INEC es relevante porque permite complementar la percepción de los hogares con indicadores objetivos de precios. El IPC mide la variación de precios de una canasta de bienes y servicios, mientras que la Canasta Familiar Básica permite analizar el costo de bienes y servicios imprescindibles para un hogar tipo. En este sentido, los resultados de (Salinas-Arroba, Preciado-Ramírez, & Guerrero-Freire, 2025) sobre la relación de largo plazo entre el IPC y los salarios nominales en Ecuador ayudan a contextualizar por qué una parte importante de los hogares encuestados —el 35,0 %— percibió

una disminución de su poder adquisitivo durante el período de estudio. Por ello, ambas fuentes contribuyen a contextualizar los cambios reportados por los encuestados.

Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos mediante las 100 encuestas aplicadas a los hogares del sector Sauces 6 de Guayaquil, se concluye que el incremento de los precios de los alimentos ha generado modificaciones en las decisiones de consumo de los hogares durante el período 2024-2025. Los resultados permiten evidenciar que los consumidores han tenido que adaptar sus hábitos de compra frente al aumento del costo de los productos alimenticios.

En relación con los cambios en el comportamiento de consumo, se identificó que los hogares han recurrido a diferentes estrategias para enfrentar el incremento de los precios, entre ellas la sustitución de marcas o productos (60,0 %), el cambio en la frecuencia de compra (57,0 %), la reducción de las cantidades adquiridas (54,0 %) y la reducción de la compra de alimentos no esenciales (44,0 %). Estas estrategias reflejan la necesidad de ajustar el presupuesto familiar destinado a la alimentación ante las variaciones de los precios.

Asimismo, los resultados muestran que el aumento de los precios de los alimentos tiene relación con la percepción de una disminución del poder adquisitivo de los hogares. Esta situación puede generar una mayor priorización de productos considerados esenciales y una reducción del consumo de aquellos bienes que no son considerados indispensables dentro del presupuesto familiar.

El análisis estadístico permitió determinar una asociación significativa entre la percepción del aumento de los precios de los alimentos y la reducción de la cantidad de alimentos adquiridos por los hogares encuestados. La prueba de chi-cuadrado presentó un valor de $\chi^2 = 8,324$ y un nivel de significancia de $p = 0,040$, inferior al nivel establecido de 0,05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la existencia de una asociación entre ambas variables. El V de Cramer de 0,289 indica que dicha asociación presenta una intensidad baja a moderada, y el análisis detallado de la tabla de contingencia sugiere que esta relación no es estrictamente lineal,

lo que abre una línea de indagación futura sobre el papel del nivel de ingreso y de la composición del hogar como posibles variables moderadoras.

Finalmente, se concluye que la inflación alimentaria constituye un factor que influye en las decisiones de consumo de los hogares estudiados en Sauces 6, debido a que el incremento de los precios conduce a modificaciones en las cantidades compradas, los productos seleccionados, la frecuencia de compra y las estrategias utilizadas para administrar el presupuesto familiar. Sin embargo, debido al muestreo no probabilístico por conveniencia y al diseño transversal de la investigación, estos resultados se limitan a los hogares encuestados y no pueden generalizarse estadísticamente a toda la población de Sauces 6.

Referencias

- Aguirre, F. (2024). Cambios en el comportamiento del consumidor debido al incremento de la inflación. *Ecuacientífica*, 2(3), 20-31. doi:<https://doi.org/10.56519/3e9t2214>
- Boza Torres, P. E., Liriano Leyva, O., Pérez Sánchez, Y., & Fonseca González, R. L. (2022). Guía práctica para seleccionar una prueba estadística a aplicar en una investigación biomédica. *Mul Med*, 26(6). Obtenido de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=122745>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2024: trampa de bajo crecimiento, cambio climático y dinámica del empleo. Santiago: CEPAL. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c196b300-7478-49a5-b69b-1a4e9e6f82f1/content>
- Cullen, M. T. (23 de Septiembre de 2025). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de FAO – Oficina Regional para América Latina y el Caribe: <https://www.fao.org/americas/opinion/detail/inflaci%C3%B3n-alimentaria/es>
- Economic Research Service. (24 de Julio de 2026). Food Price Outlook – Summary Findings. Obtenido de U.S. Department of Agriculture: <https://www.ers.usda.gov/data-products/food-price-outlook/summary-findings>

- Estupiñán, C. P., Ortega, R. S., Márquez-Sánchez, F., & Romero, A. V. (2021). Soberanía alimentaria desde la política pública y sus argumentos: Food sovereignty from public policy and its arguments. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 8, 79-93. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.80.635>
- FAO. (2020). COVID-19: Inflación alimentaria en América Latina: más alta de lo habitual. Santiago: FAO. doi:<https://doi.org/10.4060/ca9278es>
- FAO FIDA OMS PMA UNICEF. (2025). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2025 Hacer frente a la inflación alta de los precios de los alimentos en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición (Vol. 3). Roma: FAO ; FIDA ; OMS ; PMA ; UNICEF. doi:<https://doi.org/10.4060/cd6008es>
- FAO; IDA; OPS; PMA; UNICEF. (2025). América Latina y el Caribe. Panorama regional de la seguridad alimentaria y la nutrición 2024: Fomentando la resiliencia frente a la variabilidad del clima y los eventos extremos para la seguridad alimentaria y la nutrición. Santiago: FAO; IDA; OPS; PMA; UNICEF. doi:<https://doi.org/10.4060/cd3877es>
- Flores, A. (2025). Economía y Sociedad. Santiago: Fundación FACUA e Iberian Retail Parks. Obtenido de <https://consumoyaccion.org/wp-content/uploads/2025/06/Economia-y-Sociedad-24-Junio-2025.pdf>
- GIL, J. M., & FREIXA, E. (Marzo de 2024). Márgenes e inflación en la cadena de valor alimentaria. Márgenes e inflación en la cadena de valor alimentaria(179), 124-139. Obtenido de https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2024/04/PEE-179_Gil_Freixa.pdf
- Haydaroglu, M., & Bilgiç, P. (2024). Validation of the food inflation impact on consumer behavior scale: a comparative measurement instrument with focus on food security. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 75(6), 597-608. doi:<https://doi.org/10.1080/09637486.2024.2379819>
- Headey, D., & Ruel, M. (2023). Food inflation and child undernutrition in low and middle income countries. *Nat Commun*, 14(5761). doi:<https://doi.org/10.1038/s41467-023-41543-9>

- Hempel, C. (2024). A segmentation and characterization of consumers affected by rising food prices. *Appetite*, 194(107192). doi:<https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.107192>
- Hempel, C., & Roosen, J. (2024). Growing importance of price: Investigating food values before and during high inflation in Germany. *Agricultural Economics*, 55, 1026-1039. doi:<https://doi.org/10.1111/agec.12865>
- Igan, D., Kohlscheen, E., Nodari, G., & Rees, D. (18 de Mayo de 2022). Commodity market disruptions, growth. Obtenido de Bank for International Settlements (BIS): <https://www.bis.org/publ/bisbull54.pdf>
- INEC. (Enero de 2025a). Boletín Técnico N.º 01-2025-IPC. Obtenido de Ecuador en Cifras: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2025/Enero/Boletin_tecnico_01-2025-IPC.pdf
- INEC. (2025b). Canasta Familiar Básica. Obtenido de Ecuador en Cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>
- INEC. (Junio de 2025c). Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas Básica y Vital. Obtenido de Ecuador en Cifras: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/2025/Junio/1.Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_jun_2025.pdf
- INEC. (2 de Febrero de 2026). Índice de Precios al Consumidor. Obtenido de [ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec): https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2026/enero/BOLETIN_TECNICO_IPC_2026_01.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Diciembre de 2024). Boletín Técnico N.º 12-2024-IPC. Obtenido de Ecuador en Cifras: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Diciembre/Boletin_tecnico_12-2024-IPC.pdf
- Kohlscheen, E. (12 de Diciembre de 2022). Understanding the Food Component of Inflation. Bank for International Settlements. Obtenido de [bis.org](https://www.bis.org): <https://www.bis.org/publ/work1056.htm>

- Koppes, S. (12 de Junio de 2024). Consumers see food prices as rising more than other goods and services, find ways to adapt. Obtenido de Purdue University College of Agriculture: <https://ag.purdue.edu/news/2024/06/consumers-see-food-prices-as-rising-more-than-other-goods-and-services-find-ways-to-adapt.html>
- León-Bon, T. S., & Díaz-Bautista, A. (2 de Diciembre de 2020). Impacto de la inflación de los precios de los alimentos en el bienestar de los hogares en situación de pobreza en México. *Estudios Sociales Revista De Alimentación Contemporánea Y Desarrollo Regional*, 30(56), 1-32. doi:<https://doi.org/10.24836/es.v30i56.1014>
- López, E. M., & Perego, V. (6 de Agosto de 2024). World Bank. Obtenido de [worldbank.org](https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/ecos-inflacion-factores-impulsan-precios-alimentos-centroamerica): <https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/ecos-inflacion-factores-impulsan-precios-alimentos-centroamerica>
- Marconi, A., Zapata, M. E., Bonet, A. M., Boragnio, A., Bradley, Q., & Nessier, M. C. (2024). Comportamientos y estrategias de consumo alimentario ante el aumento de precio de los alimentos según nivel educativo en Argentina. Un análisis a partir del enfoque del derecho humano a la alimentación. *Revista Española De Nutrición Humana Y Dietética*, 28(4), 277-286. doi:<https://doi.org/10.14306/renhyd.28.4.2205>
- Mejia, M. M., Pico, G. A., & Haya, O. B. (2022). Gasto en consumo de los hogares en Colombia: un análisis por cuartiles. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 18(35), 1-17. doi:<https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i35.3835>
- Montalvo-Sarmiento, N. G., & Narváez-Zurita, C. I. (2025). Impacto del IVA en el comportamiento de consumo de los hogares ecuatorianos. *Revista UGC*, 3(2), 58-67. Obtenido de <https://universidadugc.edu.mx/ojs/index.php/rugc/article/view/127>
- Salinas-Arroba, J. M., Preciado-Ramírez, J. D., & Guerrero-Freire, E. I. (30 de Abril de 2025). Análisis de cointegración del índice de precios al consumidor y los salarios nominales en Ecuador. *Journal of Economic and Social Science Research*, 5(2), 205-222. doi:<https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n2/198>

- Sarango, A. F., Altamirano, G. E., Lema, G. L., & Játiva, J. C. (2025). Metodología de la investigación desde el enfoque cuantitativo, cualitativo y mixto. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 6(4), 4245-4261. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v6i4.4577>
- Sarmiento-Paucar, R. F., Ayala-Cadena, A. A., & Espín-Salambay, N. J. (2023). Dolarización e Inflación en Ecuador. *ISTE SCIENTIST*, 2(2), 56-66. Obtenido de <https://revistas.iste.edu.ec/index.php/reviste/article/view/22>
- Suárez, E. (17 de Agosto de 2025). Latinoamerica21. Obtenido de latinoamerica21.com: https://latinoamerica21.com/es/la-alimentacion-en-tiempos-de-inflacion-el-costos-humano-de-una-dieta-inaccesible/?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR5v8bOu-oEyzrULazLFBIRLFgSAWnB_7QazyR62GW0p-_Q1XpcEEbB69bpww_aem_iPFgjLyVua46hEIGV8pOeg
- Zamora Baque, J. J., & Arteaga García, M. E. (2023). El impacto de la inflación y su repercusión en la canasta básica mediante el Índice de Precios de Consumo en Ecuador. *ECA Sinergia*, 14(3), 77-90. doi:<https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v14i3.5741>