

INVESTIGACION DE LOS HABITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS FRUTICOLAS  
Y LA INFLUENCIA DE LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA SU  
ADQUISICIÓN EN LA CIUDAD DE CALI

MYRIAM MARTINEZ ALFONSO

MANUELA MONTES GARCIA

BILVER ADRIAN ASTORQUIZA BUSTOS

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

COLOMBIA

2020

INVESTIGACION DE LOS HABITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS FRUTICOLAS  
Y LA INFLUENCIA DE LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA SU  
ADQUISICIÓN EN LA CIUDAD DE CALI

MYRIAM MARTINEZ ALFONSO

MANUELA MONTES GARCIA

TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADA(O) COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR AL TÍTULO DE:  
PREGRADO EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD DE MANIZALES  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
COLOMBIA

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

FIRMA DE JURADO

---

FIRMA DE JURADO

## TABLA DE CONTENIDO

1.	RESUMEN .....	8
2.	INTRODUCCIÓN .....	9
2.1.	Sistematización del problema:.....	10
2.2.	Estabilización de los suministros de materia prima:.....	10
2.3.	Capacidad comercial: .....	11
3.	OBJETIVOS .....	12
3.1.	Objetivo General .....	12
3.2.	Específicos: .....	12
4.	REVISION DE LITERATURA.....	12
4.1.	Nacional .....	12
4.2.	Internacional .....	13
5.	MARCO TEÓRICO .....	14
5.1.	Tendencias del Consumo de frutas en Colombia por regiones .....	14
5.2.	Población, desarrollo socioeconómico y consumo de frutas en Santiago de Cali. ....	16
5.3.	Producción Frutícola en el Valle del Cauca, comercialización, distribución y el aporte gubernamental en su desarrollo del sector.....	17
5.4.	Hábitos de consumo de fruta y su influencia en la economía colombiana.....	21
6.	METODOLOGÍA.....	21
6.1.	Proceso del muestreo.....	22
6.2.	Población objeto de la muestra .....	22
6.3.	Selección para la técnica del muestreo .....	24
6.4.	Percepción e importancia del consumo de frutas en los hábitos alimenticios.....	24
6.5.	Identificación de la percepción de adquisición de la fruta y la influencia de la promoción gubernamental o privada incentivando a consumirla .....	24
6.6.	Motivación de las personas al no consumir frutas y la disposición para preferir el consumo de frutas 100% natural .....	25
6.7.	Aplicación de encuesta online .....	25

<b>7.</b>	<b>ANÁLISIS DE DATOS</b> .....	25
<b>7.1.</b>	<b>Resultados</b> .....	26
<b>7.2.</b>	<b>Descripción demográfica:</b> .....	26
<b>7.3.</b>	<b>Análisis de la encuesta</b> .....	26
<b>8.</b>	<b>CONCLUSIÓN</b> .....	43
<b>9.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	46
<b>10.</b>	<b>ANEXO</b> .....	48
<b>10.1.</b>	<b>Encuesta digital: Encuesta percepción de consumo de fruta por Myriam Martínez y Manuela Montes García</b> .....	48
<b>10.2.</b>	<b>ANEXO 2</b> .....	51

## Índice De Tablas

<b>TABLA 1.</b> Actores involucrados en las cadenas productivas agropecuarias del valle del cauca.....	18
<b>Tabla 2:</b> Proyección de la población para el 2020 .....	23
<b>Tabla 3:</b> Promedio de rango en edades .....	27
<b>Tabla 4.</b> Nivel de estudio .....	28
<b>Tabla 5.</b> Frecuencia de consumo .....	30
<b>Tabla 6.</b> Fruta de preferencia .....	32
<b>Tabla 7.</b> Producciones Frutícolas .....	33
<b>Tabla 8.</b> Importancia del consumo de fruta.....	34
<b>Tabla 9.</b> Percepción, distribución y comercialización.....	36
<b>Tabla 10.</b> Conocimiento en campañas para promoción de consumo frutales .....	37
<b>Tabla 11.</b> Percepción del bajo consumo de fruta .....	39
<b>Tabla 12.</b> Percepción de cercanía o lejanía de lugares para comprar frutas.....	40
<b>Tabla 13.</b> Preferencia para comprar fruta natural o artificial .....	42
<b>Tabla 14.</b> Recolección De Datos De La Encuesta.....	51

## **Tabla de Gráfico**

<b>Gráfico 1.</b> Localización de Santiago de Cali. -----	23
<b>Gráfico 2.</b> Edad-----	27
<b>Gráfico 3.</b> Genero-----	28
<b>Gráfico 4.</b> Nivel de Educación -----	29
<b>Gráfico 5.</b> Frecuencia de consumo de fruta a la semana -----	31
<b>Gráfico 6.</b> Fruta preferida-----	32
<b>Gráfico 7.</b> Encuestados vs producción. -----	34
<b>Gráfico 8.</b> Importancia del consumo de fruta en la alimentación diaria-----	35
<b>Gráfico 9.</b> Percepción en la distribución y comercialización para adquirir frutas en Cali. -----	36
<b>Gráfico 10.</b> Promoción frutícola -----	37
<b>Gráfico 11.</b> Percepción por la cual se cree es bajo el consumo de fruta en Cali-----	39
<b>Gráfico 12.</b> Percepción de cercanía o lejanía de lugares para comprar frutas-----	41
<b>Gráfico 13.</b> Preferencia para comprar fruta natural o artificial -----	42

## **1. RESUMEN**

Este documento presenta una percepción de hábitos de consumos frutícola, donde se visualizan las características que determinan cuál puede ser el mecanismo idóneo para el correcto procedimiento de ajuste de consumo, identificando las problemáticas principales de alcance al consumidor. Por lo tanto, la cadena de abastecimiento se debe cuidar y no verse afectada, por medio de un mayor control donde se dé un manejo eficaz a los productos de acuerdo a los hábitos de los consumidores.



# **INVESTIGACION DE LOS HABITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS FRUTICOLAS Y LA INFLUENCIA DE LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA SU ADQUISICIÓN EN LA CIUDAD DE CALI**

## **2. INTRODUCCIÓN**

Este proyecto propone una visión hacia las percepciones de hábito de consumos frutícola en la ciudad de Santiago de Cali, donde se ha consolidado y creando una sostenibilidad en el sector agrícola, visualizando la alta demanda que se tiene en cuanto a los cultivos de fruta en Colombia, convirtiéndolos en un gran impulso para la economía del país, de igual manera se tiene un potencial como lo es el clima tropical que hacen que se obtengan los mejores cultivos y la gran diversidad de frutas. Las acciones que se pueden realizar para el aprovechamiento de los productos frutícolas que estén a punto de dañarse convirtiéndolos en pulpas o compostajes amable al medio ambiente.

Según investigaciones más de 111 millones de hectáreas son las que en Colombia se cuenta y solamente de esta cifra se aprovecha 26 millones de hectáreas, teniéndolo en uno de los países con mayor potencial de expansión de tierras para el uso agrícola en el mundo. De acuerdo a las inversiones y apoyo adecuado de la nación se podría aprovechar aproximadamente 46 millones de hectáreas, sin que se esté afectando las zonas ambientales de nuestro territorio colombiano. El departamento del valle del cauca con su caracterización de clima tropical cuenta con un plan frutícola teniendo así 31.716 hectáreas de fruta, es el segundo departamento en la producción frutícola como lo son en la producción de mango, papaya, piña, limón, uva y algunas frutas exóticas como lo son la pitahaya, maracuyá, entre otras variedades representativas del departamento del valle.

En la actualidad, las empresas deben enfocarse en el mejoramiento continuo que permita desarrollar ventajas altamente competitivas para el cumplimiento de los objetivos básicos de estas, los cuales deben permanecer y crecer en su mercado, para ello es necesario que cada una de las áreas de la organización procure por aportar desde su misión a estos ideales, funcionando como un engranaje perfecto, no solamente en la influencia de la comercialización y distribución, se ve reflejado la evolución en este campo frutícola si no en las gestiones que benefician en la gran mayoría a los ciudadanos y personas que de manera responsable han de

consumir muchos más productos naturales y de fácil adquisición por precios y lugares de cercanía, las organizaciones deben de tener variedades para las diferentes preferencias de clientes donde tengas una gran acogida y rápida comercialización incentivando diariamente al consumidor .

Por lo anterior, uno de los elementos en los cuales las empresas deben enfocar sus esfuerzos en potencializar sus grandezas ,es una gran necesidad diseñar procesos con alto grado de creatividad y eficiencia para lograr aprovechar de la mejor manera el tiempo restringido que se tiene para la operación, es allí donde entra el área logística de las empresas para, de manera detallada, estudiar los tiempos y movimientos que requiere el procesos desde su inicio en la obtención de la materia prima, hasta el punto final donde se entrega de manera satisfactoria al cliente el producto o servicio de manera satisfactoria

Las empresas dedicadas a la comercialización de productos frutales son sin duda, unas de las empresas con el menor ciclo de operación, pues la fácil degradación de sus inventarios juega en contra de ellas, exigiendo alternativas eficaces que permitan llevar al mercado sus productos con la mejor presentación y fresca que deben reflejar a los consumidores para ser compradas con mayor facilidad.

### **2.1. Sistematización del problema:**

Para lograr una adecuada sistematización del problema a abordar es necesario seleccionar las variables más importantes dentro del proceso de logística de las empresas del sector frutícola.

### **2.2. Estabilización de los suministros de materia prima:**

Para las empresas es necesario diversificar todo tipo de riesgos, y uno con los que todas las empresas cuentan es con la dependencia que tienen sus procesos internos de los proveedores de bienes o servicios primarios, pues en muchos casos, las compañías deben aumentar sus diferentes tipos de stocks dada la incertidumbre con la que algunos proveedores pueden prestar sus servicios, esto genera dificultades para diseñar de manera adecuada un sistema de almacenamiento que contribuya al mejoramiento continuo del funcionamiento de la actividad económica que desarrollan las empresas.

### **2.3. Capacidad comercial:**

De la capacidad comercial de una empresa dependen las cifras de crecimiento que estas puedan proponerse, pues no sólo basta con tener en cuenta un nivel posible de demanda, sino que, además de ello, es necesario crecer para competir de manera adecuada al interior del mercado. Las empresas dedicadas a la comercialización de productos frutales son sin duda, unas de las empresas con el menor ciclo de operación, pues la fácil degradación de sus inventarios juega en contra de ellas, por lo que se recurren a alternativas que permitan llevar al mercado sus productos con la mejor presentación y frescura que deben reflejar a los consumidores para ser compradas con mayor facilidad.

Dada la incertidumbre con la que algunos proveedores pueden prestar sus servicios, esto genera dificultades para diseñar de manera adecuada un sistema de almacenamiento eficiente y que contribuya al mejoramiento continuo del funcionamiento de la actividad económica que desarrollan las empresas.

La estrategia de investigación que puede ser aplicadas al tejido empresarial nacional es de gran importancia, pues al integrar los conocimientos académicos, con la dinámica real del mercado donde pueden diseñarse sistemas sostenibles en términos económicos.

El estudio de los elementos organizacionales es de vital importancia para aumentar las posibilidades de éxito de las organizaciones, pues todos los esfuerzos que se realizan dentro de esta investigación velan por la generación de impactos positivos en los rendimientos de las empresas, con lo cual permitirá a estas, como se mencionó anteriormente, cumplir con su misión fundamental, permanecer y crecer.

El estudio de la reducción de costos a través de la mitigación de los riesgos asociados al área logística de una empresa permite a estas, adaptar fácilmente los conceptos a cada una de sus cadenas de valor, dando paso a la eficiencia al interior de los procesos, lo cual posteriormente, derivará en beneficios económicos para la empresa.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo General**

Investigar los hábitos de consumo de productos frutícolas y así materializar mucho más la influencia de distribución y comercialización, de igual manera obtener un control en las empresas de productos frutales en la ciudad de Santiago de Cali.

#### **3.2. Específicos:**

- Identificar y determinar los problemas derivados del consumo de frutas que tiene la población de estudio en la ciudad de Santiago de Cali.
- Investigar cuales son los factores que con llevan a la baja frecuencia de consumo frutícola y su adquisición.
- Determinar si es importante para la población el consumo de frutas y cuales serían de su preferencia.
- Identificar la cantidad y frecuencia de consumo de frutas en la dieta diaria de la población de estudio en la ciudad de Santiago de Cali.

### **4. REVISION DE LITERATURA**

#### **4.1. Nacional**

Orjuela, Caicedo, Ruiz, y James (2016) Efecto de los mecanismos de integración externa en el desempeño logístico de cadenas frutícolas. Resumen: Un enfoque bajo dinámica de sistemas; Resumen: Este artículo estudia el efecto que tienen los mecanismos de integración externa en el desempeño logístico de cadenas de suministro (CS) agroalimentarias. Mediante un modelo en Dinámica de Sistemas aplicado a la CS de mango de Bogotá–Cundinamarca, se evalúa la teoría de integración en la CS, la cual plantea que su implementación mejora el desempeño de todos los agentes de la cadena. Los mecanismos de integración empleados (Contratos, Toma de decisiones conjunta, e Intercambio de información) indican que el desempeño logístico mejora al reducir el nivel de inventario de mango, las pérdidas de fruta en almacén y los faltantes en toda la CS. No obstante, se encuentra que mientras el desempeño de algunos agentes mejora en transporte y cumplimiento de la demanda, los mismos indicadores disminuyen en otros eslabones. El comportamiento encontrado replantea lo esbozado por la teoría de integración, en particular en la CS de mango.(Castro et al., 2016)

Barbosa, Duque (2017) Percepción, hábitos y consumo de alimentos nutricionales y saludables en Colombia, Resumen: El presente trabajo de grado, es una investigación que trata sobre la percepción, hábitos y consumo de alimentos nutricionales y saludables en Colombia, específicamente en la población caleña. Hemos realizado investigación de campo en la población caleña, observando los comportamientos derivados de las dietas y el consumo habitual. Recopilamos información a través de la técnica de la encuesta dirigida hacia la población objetivo, que nos sirven como orientación para realizar los respectivos análisis y los respectivos resultados de dicha investigación. Al conocer los resultados. El proyecto tiene como objeto contribuir a un panorama general al campo de la cultura fitness. Terminando este informe con el respectivo análisis e interpretación de los resultados de la investigación realizada se ha llegado a una serie de conclusiones y recomendaciones encaminadas a la solución y mejoramiento de dichas investigaciones. (Espinosa & Montaña, s. f.)

Gómez Racines, Ospina Henao (2019) Investigación de mercados para la Comercialización de Maracuyá en fresco en la ciudad de Pereira Resumen: La empresa Fertifrut se dedica a la siembra y comercialización de frutas, específicamente maracuyá y papaya. El objetivo de la presente investigación es analizar si es viable realizar un proceso de comercialización de maracuyá fresco en la ciudad de Pereira, se eligió esta ciudad por la cercanía a los cultivos que están ubicados en el municipio del Bolo - Palmira y por la oportunidad de mercado que se visualiza en la zona al tener pocos cultivos dedicados a la siembra de maracuyá. La empresa requiere analizar este proceso porque está buscando expandir el mercado a otras regiones del país y por medio de la encuesta se buscará conocer la percepción de los consumidores para la posterior realización de matrices donde se identificarán los competidores locales, y la situación interna de la empresa. Se puede concluir basado en las encuestas y la investigación que es viable para la empresa realizar este proceso, iniciando con una contratación de transportes para realizar la distribución directa a los almacenes de cadena en la ciudad de Pereira disminuyendo en los costos en los que actualmente incurre la empresa en el proceso de distribución tercerizada.(Ospina Henao, 2019)

#### **4.2. Internacional**

Navarro, García, Vera, Aguilar, Hernández, Sánchez, Parra, Ramos, Segura (2020) Estado nutricional, ingesta de alimentos, horas de sueño y riesgo cardiovascular en trabajadoras de turno nocturno en una empresa frutícola de la ciudad de Chillán, Chile. Resumen: El trabajo nocturno genera estilos de vida irregulares y se asocia con un aumento en la morbilidad de los trabajadores, especialmente las mujeres. Las posibles causas de este aumento serían un

consumo excesivo de energía y el riesgo cardiovascular, por lo que el objetivo es determinar la relación entre el estado nutricional, adecuación de la dieta, riesgo cardiovascular y horas de sueño en mujeres que trabajan en el turno nocturno de una empresa frutícola. Métodos: Estudio transversal con una muestra de 61 mujeres trabajadoras de turno nocturno de una empresa frutícola de Chile. La composición y la distribución corporal se determinaron mediante el cálculo del índice cintura/estatura e índice cintura/cadera respectivamente. La contribución de la dieta se cuantificó mediante registro de alimentos, el nivel de actividad física mediante el cuestionario IPAQ y el cuestionario del sueño del Instituto Nacional de Tecnología de Alimentos (INTA) de la Universidad de Chile. Resultados: El 85% de las mujeres presentaron sobrepeso u obesidad (n=52). La frecuencia de sedentarismo fue mayor en las mujeres con sobrepeso (n= 26;100%) y obesidad (n=25;96%), por otro lado, las horas de sueño fueron menores en estos estados de nutrición que en las mujeres con mayor peso ( $P<0,02$ ). El sedentarismo (OR=22,5; IC95%:1,5-320,3;  $p=0,02$ ) y las pocas horas de sueño (OR=7,2; IC95%: 1,1-47,2;  $p=0,04$ ) fueron encontrados como factores de riesgo para sobrepeso u obesidad en dos modelos multivariados de regresión logística. Conclusiones: La mayoría de las mujeres presentó sobrepeso u obesidad, así como mayor riesgo cardiovascular dependiente del sedentarismo y malos hábitos de sueño.(Cruz et al., 2020)

## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1. Tendencias del Consumo de frutas en Colombia por regiones**

Se relaciona a varios factores involucrando algunos análisis del cual se destaca el cambio alimentario en el área urbana, sin embargo, tales cambios no son lejanos al área rural, los factores que generan cambio en los hábitos de consumo de frutas son: cambios de precios, ingreso, social, demográfico, geográficos, publicidad, creencias, preferencias personales, tradiciones culturales, ambientales. El aumento de este factor influye en la adquisición de diferentes productos dentro de estos están las frutas, y los cambios en las tendencias culturales ha con llevado a hábitos de vida saludable lo que aumenta el consumo de frutas. Tal incremento este guiado por consumidores exigentes quienes demandan fruta natural, orgánica, presentaciones y empaques con diferenciación, aporte en la nutrición, certificaciones. Debido a la gran diversidad de clima, geografía y biología en el territorio hay potencial de producción en el transcurso de todo un año, por lo tanto, las tendencias referentes al consumo lo que genera disponibilidad y la exigencia de los consumidores respecto a la disposición del producto para

garantizar el consumo. De acuerdo a Agronet en un estudio realizado en el año 2012 las frutas más consumidas en el departamento del Valle del Cauca fueron cítricos como el limón, el tomate de árbol, piña, banano y la guayaba siendo este departamento uno de los que abastece al suroccidente de Colombia. (*perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf*, s. f., pp. 26-188).

La fase donde un cultivador empieza a comercializar su producto es en la recolección y que esta tenga la mejor opción en el mercado posicionándola, para llevar a cabo tal labor requiere de varios procesos previamente planificados desde la planificación hasta la ejecución, para esto están dispuestos varios métodos como el proceso de maduración el cual empieza en la siembra de la semilla haciendo algunos cambios físico-químicos y realizando el respectivo cuidado para evitar la degradación del producto de los factores externos, luego sigue el proceso de maduración del fruto que es cuando el cultivador toma la decisión de recolectar para poder distribuirlo y también comercializarlo para ello existen dos diferencias cuando esta fisiológicamente maduro y cuando tiene madurez para comercializarlo cuando este en este último proceso de recolección, es necesario los recipientes deben tener el material adecuado como fibras, madera, cajas de cartón, plástico que tengan el volumen adecuado. (Durán, 2013, Capítulo 1).

Según el Instituto Alexander Von Humboldt menciona que Colombia por lo menos tiene 400 frutos originarias en el país, y de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas-ONU pocas son consumidas y eso incide en la agricultura y en la alimentación, sin embargo las que tienen más consumo son las frutas originarias de la India tales como el banano, mango y el limón, por lo tanto en cada región tienen sus propias frutas las cuales utilizan en sus platos típicos, por ejemplo en la región del caribe y con un clima semiárido y cálido hay frutas como el níspero, marañón, corozo, anón y otros pero la que más se destaca es el carambolo, en la región Andina tiene variedad de clima y por ende de frutas como granadilla, manzana, fresa, mora, sandía, piña, pitaya, tomate de árbol y otras la que más se destaca es la uchuva, en la región de la Orinoquía al tener un clima cálido y lluvioso hay frutas como el canangucha, arazá, borojó, carambolo, pero el que más resalta es el lulo amazónico y por último la región donde se basa la investigación es la región del pacífico la cual tiene un clima húmedo y se destacan frutos tales como el almijara, níspero, borojó y la fruta que sobresale es el chontaduro el cual tiene múltiples beneficios como vitaminas liposolubles, proteínas, minerales, aceites entre otros. (Paladares, 2018).

## **5.2. Población, desarrollo socioeconómico y consumo de frutas en Santiago de Cali.**

Los indicadores demográficos realizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística –Dane en la encuesta del año 2018 brindan los siguientes indicadores sobre la población de la Santiago de Cali población proyectada año 2018 (2.227.642), 2019(2.241.491) y 2020 (2.252.616); porcentaje de habitantes distribuidos por género: hombres con el 46,8% y el porcentaje de mujeres es del 53,2%, la distribución de la población adulta está dispersa por toda la ciudad; la población que migra a la Santiago de Cali de 5 años es de 82.870 y la que emigra es de 97.682; el porcentaje de personas que habitan por hogar está distribuido por una persona 18,6%, por dos personas 23,6%, por tres personas 24,8%, por cuatro personas 19,0%, por cinco personas 8,2% y por seis o más personas 5,7%; en cuanto a cobertura de acceso a servicios públicos energía eléctrica 99,7%, acueducto 99%, alcantarillado 97,8%, gas 89,6%, recolección de basuras e internet 72%; el total de viviendas en Santiago de Cali es de 690.275 y se clasifica en el 90,2% residencial, 7,9% no residencial y 1,9% mixto, siendo esta ciudad dentro de la distribución de viviendas en el departamento del Valle del Cauca el 32% y en el resto de municipios del 68%; y por último están dos de los indicadores referentes para esta investigación el desempleo el cual vario 12,1% con un ajuste en la información del Dane del 2015 al 2019; y por la incidencia de la pobreza monetaria en la cual ubica a Santiago de Cali dentro de las 23 ciudades en el puesto dieciocho con el 15,7% siendo la primera en esta lista Quibdó con el 48,3% y la última con mejor porcentaje Manizales con el 11,9%. (*Información estadística para la planeación territorial, s. f.*).

De acuerdo a un estudio realizado por el Ministerio de Salud y Protección Social asociado con la Universidad del Valle evidenciaron mediante encuestas Nacional de Salud Escolar (ENSE) y Nacionales de Tabaquismo en Jóvenes (ENTJ) que de 79.640 estudiantes nueve de cada 10 estudiantes no consumen verduras ni frutas siendo el 86,9%, y esto es debido a varios factores como el acceso a la comida chatarra y a la publicidad guiada para adquirirla y se refleja este último factor en los resultados de la encuesta donde la mitad de los escolares pasan más de tres horas viendo televisión, en internet y en videojuegos. En Santiago de Cali se reglamentó la tienda escolar para tomar hábitos de alimentación saludable. (Redacción de El País y Colprensa, 2018)



En el año 2012 el Centro de Desarrollo y Evaluación de Políticas y Tecnología en Salud Pública (CEDETES) de la Universidad del Valle presentó un análisis donde indica que tan solo el 20% de la población de Santiago de Cali consume verduras y frutas consumiendo diariamente 200 gramos siendo lo correcto 400 gramos de ingesta. (Sánchez, 2012)

La Asociación Hortofrutícola de Colombia –Administradora del Fondo Nacional de Fomento Hortofrutícola dentro de su campaña para el consumo de productos de hortalizas y frutas, demuestran que los estudios realizados por el Ministerio de Salud y Protección Social que el 35 % de la población en Colombia no consume frutas y el 70% no consume verduras, por lo cual se promueve programas de promoción y educación con campañas para que las personas “coman sano, viva sano”. (ASOHOFRUCOL, s. f.).

### **5.3. Producción Frutícola en el Valle del Cauca, comercialización, distribución y el aporte gubernamental en su desarrollo del sector**

El Ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la estadística de producción de fruta del Valle del Cauca consta de 42 municipios, de los cuales en el año 2016 ubica a los tres primeros productores de frutas en total toneladas así: municipio de Bolívar producción 4.512 t donde lo que más se siembra es la uva, guayaba y pina, San Pedro 3.242 t siembra en mayor cantidad banano, granadilla y maracuyá, y el municipio de Toro con 4.054t lo que más cultiva es guayaba, papaya, melón y pina. En Santiago de Cali existen algunos cultivos de cítricos, guayaba, mora y tomate de árbol. (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2016)

Desde el impulso del gobierno en el año 2012 con la implementación del Plan Nacional de Fomento Hortofrutícola se han aumentado las hectáreas sembradas donde Colombia paso de producir en el 2011 8,2 toneladas de fruta y hortaliza a 10,4 millones de toneladas en el año 2016 incrementando un 25%, siendo el Valle del Cauca el segundo productor del país cultivando 600.000 toneladas de frutas al año, donde se destacan la papaya, uva, cítricos, piña y banano. A pesar que el país es un gran productor de frutas son algunos departamentos que resaltan en el consumo de estas como lo son: Sucre, San Andrés, Quindío, Bolívar y Risaralda, teniendo como favoritas el mango, guayaba, limón, mora y tomate de árbol. (*Valle del Cauca, la segunda región donde más se produce fruta en Colombia*, s. f.).

La hortofruticultura es uno de los renglones principales en el desarrollo del Valle del Cauca, y esto se debe a la demanda en el mundo y la necesidad de cubrir el consumo del mercado local, la promoción para incluir la fruta en la alimentación es un propósito del sector privado y

público. El factor climático es propicio para el cultivo de frutas durante todo el año debido a que no existen estaciones. (*Hortofruticultura*, 2012)

La gobernación del Valle del Cauca mediante el Plan Integral Frutícola en el año 2019, invirtió 36 mil millones de pesos en la promoción de este sector a 65 asociaciones compuestas por 3.200 productores agrícolas pequeños para posibilitarles la mejora en la comercialización de los productos, debido a la implementación de este plan en los 29 municipios del norte y centro del Valle se han podido reunir 3285 productores pequeños en donde tienen capacitaciones con personal especializado y otros beneficios como insumos y herramientas para mejorar en la producción, debido a esta organización se han realizado alianzas con 14 cadenas con grandes superficies y cinco de las organizaciones campesinas exportan a la Unión Europea, Japón y Estados Unidos pitaya, plátano y aguacate, por otra parte la secretaria departamental de Agricultura les está entregando al campesinado software para que facturen la comercialización de sus productos. (Valle, s. f.)

Santiago de Cali tiene aproximadamente 3200 hectáreas en la que pequeños productores explotan productos del sector agropecuario de acuerdo a la ordenanza del Plan de Ordenamiento Territorial- (POT)- y se reúnen mediante asociaciones las cuales se establecieron de acuerdo a la Ley 1454 de 2011 y se conformaron en el año 2014, los cuales tienen como fines planear, gestionar y ejecutar la cual está en el valle del cauca integrada por el grupo de los once o el (G-11) compuesto por Cali, La Cumbre, Yumbo, Palmira, Pradera, Vijes, Dagua, Florida, Candelaria, Jamundí, y Buenaventura, además de organizaciones prestadores de servicios de desarrollo empresarial (SDE) quienes ofrecen apoyo en los sectores que hacen parte de la cadena productiva como los vendedores de insumos, el transporte, asistencia técnica, crédito, investigación con los más de veinte centros siendo los más representativos - el Parque Bio pacífico, la Corporación Biotec, el centro Caña de Azúcar de Colombia (Cenicaña) y el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) , reciclaje y carga entre otros los cuales aumentan la cadena de valor, a continuación se encuentran los involucrados tanto en las cadenas productivas, como en los recursos y servicios:

**TABLA 1.**Actores involucrados en las cadenas productivas agropecuarias del valle del cauca

Grupo	Interés y clientes	Incidencia en las cadenas	Servicios y/o recursos de apoyo
Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria – UMATA y Secretarías de Agricultura	Mejorar la calidad de vida de pequeños productores agropecuarios.	Directa, en los eslabones de la producción, postproducción y comercialización.	Asistencia técnica, capacitación, elaboración y gestión de proyectos de fortalecimiento.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gremios</li> <li>Cámaras de Comercio</li> <li>Asociaciones empresariales</li> </ul>	Desarrollar/Fortalecer a empresarios, preferiblemente formalizados.	Indirecta. Especialmente en el eslabón de la transformación y comercialización.	Propuestas, programas, proyectos de fortalecimiento empresarial (productividad y competitividad), formación, acceso a los mercados, representación.
<ul style="list-style-type: none"> <li>ICA</li> <li>CORPOICA</li> </ul>	Mejorar la productividad y competitividad agrícola mediante la transferencia tecnologías apropiadas, así como la investigación y control de la sanidad en los productos agropecuarios.	Indirecto. Formación, cumplimiento de políticas públicas, investigación.	Formación, Certificación de predios, Investigaciones, semillas, difusión tecnológica.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural</li> <li>Agencia de desarrollo Rural – ADR</li> </ul>	Generar ingresos y empleo rural con foco a agricultores.	Directa. Financiamiento y acompañamiento, políticas públicas.	Fondos concursales de recursos a través de proyectos, Banco Agrario.
Agencia de Renovación del Territorio	Reactivar la economía rural en zonas de posconflicto con foco en pequeños productores rurales.	Directa. Financiamiento de proyectos productivos en zonas de posconflicto.	Planes Estratégicos Territoriales, recursos para cofinanciar proyectos e infraestructuras productivas rurales.
Agencia Nacional de Tierras	Generar de ingresos rurales orientado a pequeños productores, víctimas y población en situación de desplazamiento.	Indirecta. Gestión de predios rurales.	Capacidad jurídica y operativa para ordenamiento del recurso tierra rural.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ministerio de Comercio Industria y Turismo</li> <li>Bancoldex</li> <li>Fiducoldex</li> <li>Procolombia</li> <li>Propais</li> </ul>	Promover la exportación, el acceso a mercados nacionales, la innovación de productos y servicios, desarrollo de proveedores para el fortalecimiento de MiPymes.	Indirecta. Financiamiento y acompañamiento, políticas públicas como las de emprendimiento, fortalecimiento empresarial, transformación productiva, economía naranja.	Fondos de recursos reembolsables y no reembolsables.
Banca	Colocar productos y servicios financieros a clientes con capacidad de pago.	Indirecta. financiamiento.	Fondos de recursos reembolsables.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Universidades</li> <li>Colegios y escuelas</li> <li>Centros de Investigación*</li> </ul>	Brindar formación y asistencia técnica, atienden estudiantes, empresas y productores rurales.	Directa. Transferencia de tecnologías de producción, mercadeo, transformación.	Procesos de formación y asistencia técnica.
Empresas consultoras de servicios de desarrollo empresarial	Brindar servicios de fortalecimiento de la productividad y competitividad. Asociaciones y empresas del sector primario, manufactureras, comercializadoras.	Indirecta. Fortalecimiento de la productividad y competitividad de la producción agropecuaria al servicio de empresarios y productores.	Facilitan acceso a fondos concursales de recursos a través de proyectos, Programas de formación y asistencia técnica, misiones internacionales.
Servicio Nacional de Aprendizaje SENA	Brindar formación y asistencia técnica. Emprendedores, asociaciones y empresas del sector primario, manufactureras, comercializadoras.	Indirecta. Financiamiento Directo, formación técnica.	Entrega de recursos para emprendimiento mediante fondos concursales. Formación técnica gratuita en todos los procesos de la cadena productiva. Financiamiento a través de proyectos.
Gobernación del Valle del Cauca.	Mejorar la calidad de vida de comunidades rurales.	Políticas públicas, mejoramiento de vías terciarias. Indirecta.	Recursos humanos calificados, alianzas interinstitucionales. Estructuración de los proyectos.
Organizaciones no gubernamentales sin ánimo de lucro.	Fortalecer organizaciones de pequeños productores con trabajo social, comercial, productivo y ambiental	Gestión de recursos para inversión en actividades de proyectos.	Posibilidades de alianzas comerciales
Grupo	Interés y clientes	Incidencia en las cadenas	Servicios y/o recursos de apoyo

Federación de Cafeteros	Incrementar la productividad y competitividad de productores de café	Directa. Mejoramiento de condiciones de siembra, cosecha y postcosecha.	Financiamiento vía créditos banco agrario, aseguramiento de la compra del grano en las cooperativas locales. Comercializadora internacional Almacafé. Equipo humano de los comités de caficultores prestadores de asistencia técnica.
Pequeños productores	Incrementar ingresos de la unidad agrícola familiar.	Directa. Producción y comercialización de agro productos.	Factores de producción: Tierra, mano de obra, capital limitado.
Intermediarios	Incrementar ingresos. Mayor cantidad, calidad y diversidad de productos.	Directa. Créditos informales al productor. Compromisos de compra de cosechas.	Poder adquisitivo. Bodegas de acopio. Bodegas con refrigeración. Medios de transporte. Conocimiento del mercado.

\*Entre los que se encuentran: el Centro de Investigación de la Caña de Azúcar de Colombia (Cenicaña), el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), el Parque Biopacífico y la Corporación Biotec, Corporación (CETEC), Centro Nacional de Productividad (CNP).

Tabla 1 Actores involucrados en las cadenas productivas agropecuarias del Valle del Cauca

**FUENTE:** Contrato de consultoría No. 4132.010.26.1.324 suscrito entre el municipio de Santiago de Cali y la empresa LIDAPATY INTERNATIONAL CONSULTING S.A.S. 2018.

En Santiago de Cali hay 18 asociaciones que están realizando la comercialización de las frutas y hortalizas por medio de intermediarios (indirecto) o ellos mismos mediante líderes (directo), llevándolos a las zonas del Calvario ubicado en el centro de la ciudad o a la galería de Santa Elena. (RPG del G11 y estudios de factibilidad, s. f., pp. 47-52)

La distribución de productos perecederos es parte vital para que llegue al cliente final un producto de calidad, para ello es necesario tener un plan estratégico de logística las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento. Se debe evaluar el equilibrio entre costo y servicio dentro de la logística y la implicación en las estrategias de negocios como proyectar las ventas y cuantificar los objetivos del servicio de logística. Es muy importante para el sector frutícola el impulso gubernamental, es esencial brindarle apoyo a los campesinos para que tengan las herramientas y poder tener el suficiente soporte para cultivar y permanecer en el transcurso del tiempo de esta manera establecerse comercialmente y ampliar la diversificación en el caso específico de las frutas, de esta manera la demanda al tener variedad de oferta se hace asequible para los consumidores.

#### **5.4. Hábitos de consumo de fruta y su influencia en la economía colombiana**

La agroindustria decidió hace un poco más de dos décadas que se importara frutas, esto debido a la tendencia de hábitos saludables de consumo de productos naturales, y este cambio se debió a las campañas que publicitaban el consumo con menos bebidas artificiales. Las grandes empresas en Colombia de cervezas y gaseosas abrieron líneas de producción de jugos atendiendo la demanda local y mundial. Los costos afectan técnica y económicamente a quienes producen fruta respecto a la competencia de los importados, es indispensable blindar el sector respecto a los precios internacionales según el gerente Álvaro Ernesto Palacio de Asohorfrucol (Asociación Hortofrutícola de Colombia). De acuerdo a la información de la asociación de Chile se importa ciruelas, frutas pequeñas y manzanas, de Estados Unidos limones y naranjas; por otro lado está la sustitución de tierras como en el Choco cinco productores que antes cultivaban coca, pero cuando toman la decisión de reemplazar por el cultivo de frutas como granadilla, tomate de árbol o mora, estos productos ingresan por Ecuador a precios bajos, por lo tanto la siembra de frutas entra dentro del plan de sustitución de cultivos lo que implica que el gobierno debe proteger a los agricultores de productos lícitos. (Dinero, s. f.)

El 13 de julio de 2015 en el primer congreso nacional de promoción al consumo de frutas y hortalizas Agro expo 2015, donde participaron los ministerios de agricultura, salud y protección social además de Asohorfrucol quienes promocionaron el consumo de frutas y así buscando que los campesinos tengan más mercados para comercializar sus productos; de acuerdo a información de la FAO en el último medio siglo el consumo per cápita de hortalizas y frutas aumento de un 40% y 36% en el mundo, pero que en Colombia el 70% de la población no consume verduras, mientras un 35% no tiene el hábito de consumir frutas diariamente y esos hábitos se adquieren dentro de los hogares. Hay una paradoja dentro de los departamentos productores que más cultivos tienen hortofrutícolas son los que menos consumen esos productos como: Valle, Nariño, Santander, Antioquia y Tolima. (*En Colombia 35% de las personas no consumen frutas y 70% no consume hortalizas diariamente, 2015*)

#### **6. METODOLOGÍA**

La investigación se realizó tendiendo como base en el diseño muestral, la utilización para la recolección de datos en el método de muestreo cuantitativo, esta es una técnica que no utiliza la probabilidad, ya que toma una parte de la población que está dispuesta a aportar a la

investigación , el año en el cual se dio inicio es el 2020 entre los meses de marzo y mayo, el estudio se fundamentó de manera exploratorio, cuantitativo y descriptivo enfocado sobre los hábitos de consumo de frutas y su distribución, comercialización y disponibilidad para adquirirlas en la ciudad de Cali.

Para obtener la información necesaria para la investigación se realizó una encuesta en la cual se tuvo en cuenta variables que identificaran las diferentes categorías que representarían los temas principales investigados y que fueran datos brindados por la población encuestada, y al final se procesó la información recopilada y procesada mediante estadísticas y Gráficos.

### **6.1. Proceso del muestreo**

Este proceso se apoyó en toda la investigación que se fue aportando en cada paso anterior a la estructuración de la encuesta, tomando la información más representativa para categorizarla y así poder evaluar el problema que dio como base la investigación del escaso consumo de frutas en Santiago de Cali su respectiva exposición de los datos finales.

Para realizar el proceso de realizar la respectiva muestra se dividió en cuatro etapas para concretar la información:

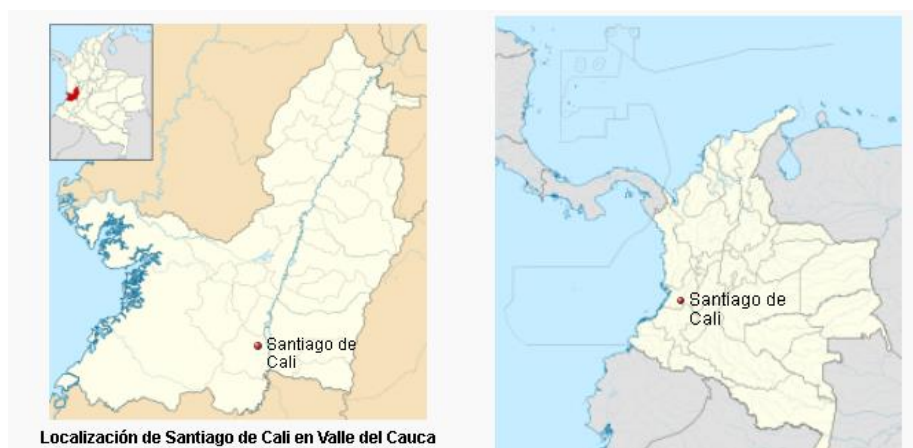
- Seleccionar la técnica del muestreo
- Determinar tamaño de la muestra
- Y aplicación de la técnica seleccionada del muestreo

### **6.2. Población objeto de la muestra**

Santiago de Cali es un distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios, está ubicada en el suroccidente de Colombia, es una de las ciudades más importantes del país, está conformada por 22 comunas y 15 corregimientos, los cuales se dividen en 337 barrios, al ser la capital del Departamento del Valle del Cauca uno de los departamentos con mayor producción de productos frutícolas del país.

Santiago de Cali tiene acceso rápido al puerto de Buenaventura el más importante del país, tiene una superficie de 564 km<sup>2</sup>, con clima cálido y seco, población de 2.496.346 de habitantes.

**Gráfico 1.** Localización de Santiago de Cali.



**Fuente:** Wikipedia (*Santiago de Cali* - Wikipedia, la enciclopedia libre, s. f.)

Para el 2020 se tiene proyectada de acuerdo al género, comunas y corregimientos que componen la Santiago de Cali la siguiente población:

**Tabla 2:** Proyección de la población para el 2020

Grupo de edad (años)	2020												
	Cabecera	Hombre	%	Mujer	%	Resto	Hombre	%	Mujer	%	TOTAL	Hombre	Mujer
TOTAL	2.459.698	1.155.089	46,96%	1.304.609	53,04%	36.648	17.263	47,10%	19.385	52,90%	2.496.346	1.172.352	1.323.994
0 a 4	181.403	94.685	3,85%	86.717	3,53%	2.906	1.472	4,02%	1.434	3,91%	184.308	96.158	88.151
5 a 9	252.444	135.366	5,50%	117.077	4,76%	3.401	1.719	4,69%	1.682	4,59%	255.844	137.085	118.759
10 a 14	271.019	140.450	5,71%	130.569	5,31%	3.556	1.812	4,95%	1.744	4,76%	274.575	142.262	132.313
15 a 19	245.866	124.825	5,07%	121.041	4,92%	3.153	1.508	4,12%	1.644	4,49%	249.018	126.333	122.685
20 a 24	197.280	101.518	4,13%	95.762	3,89%	3.225	1.538	4,20%	1.687	4,60%	200.506	103.056	97.450
25 a 29	163.217	75.803	3,08%	87.414	3,55%	3.003	1.533	4,18%	1.470	4,01%	166.221	77.337	88.884
30 a 34	129.392	64.096	2,61%	65.296	2,65%	2.205	1.066	2,91%	1.139	3,11%	131.597	65.162	66.435
35 a 39	130.042	61.369	2,49%	68.673	2,79%	2.496	1.139	3,11%	1.357	3,70%	132.537	62.508	70.030
40 a 44	123.555	51.460	2,09%	72.095	2,93%	2.609	1.165	3,18%	1.444	3,94%	126.163	52.625	73.538
45 a 49	135.307	56.178	2,28%	79.129	3,22%	2.425	1.102	3,01%	1.323	3,61%	137.732	57.279	80.453
50 a 54	139.439	55.344	2,25%	84.094	3,42%	1.976	823	2,25%	1.152	3,14%	141.415	56.168	85.247
55 a 59	125.175	49.628	2,02%	75.547	3,07%	1.611	713	1,95%	898	2,45%	126.786	50.341	76.445
60 a 64	100.483	37.115	1,51%	63.368	2,58%	1.094	473	1,29%	621	1,69%	101.577	37.588	63.989
65 a 69	86.881	34.986	1,42%	51.896	2,11%	1.039	440	1,20%	599	1,63%	87.921	35.426	52.495
70 o +	178.197	72.266	2,94%	105.930	4,31%	1.949	759	2,07%	1.190	3,25%	180.145	73.025	107.120

**FUENTE:** Proyecciones de población de Santiago de Cali por barrio, comuna y corregimiento 2006-2036 / DAP

La anterior tabla indica cual es la proyección de la población para el 2020 (Alcaldía de Santiago de Cali , 2018)

#### Tamaño de muestra

La ciudad seleccionada como objeto de investigación fue el distrito de Cali, para lo cual se tomó una muestra de 70 personas, las cuales debían cumplir con las siguientes condiciones:

- Ser mayor de edad
- Vivir en Cali

### **6.3. Selección para la técnica del muestreo**

La metodología de muestreo por conveniencia fue la que se seleccionó para recopilar la información de la población, de esta manera poder obtener una muestra que pudiera proveer información útil para la investigación a un grupo grande de encuestados disponibles para aportar a la investigación mediante el criterio basado en temas representativos no probabilístico y el análisis de las personas que están involucradas en este estudio.

Por lo tanto, para llevar a cabo la consecución de la información se requirió utilizar una encuesta de formulario, la cual se relaciona en el Anexo 1. y cuyos resultados están en el Anexo 2., la cual consto de 11 preguntas, las cuales no se clasificaron intencionalmente con los mismos objetivos, sino que se hicieron intercaladas donde se determinó que a pesar que los encuestados saben que consumir frutas es importante para su alimentación en su mayoría y tienen cerca los lugares para adquirirla no siempre la consumen por diferentes factores siendo los hábitos del hogar los que más influyen al tomar esta decisión.

### **6.4. Percepción e importancia del consumo de frutas en los hábitos alimenticios**

Se realizaron tres preguntas una de ellas abierta, donde se estableció en la información hallada la frecuencia del consumo de fruta– frecuentemente, nunca, rara vez, elegir la fruta que considera favorita Vs las frutas originarias de la región y la importancia que el encuestado le dio al consumo de este producto:

- ¿Con que frecuencia en la semana se consume frutas en su hogar?
- ¿Cuál fruta es su favorita?
- ¿Considera importante el consumo de fruta en su alimentación diaria?

### **6.5. Identificación de la percepción de adquisición de la fruta y la influencia de la promoción gubernamental o privada incentivando a consumirla**

En la encuesta se realizó tres preguntas, las cuales se basaron en encontrar la percepción de los encuestados quienes identificaron si en los lugares donde viven les queda lejos o cerca la



adquisición de los productos frutícolas y una pregunta que se basó en como el gobierno o la empresa privada promueve la alimentación saludable con productos naturales como la fruta:

- ¿Le parece que la distribución y comercialización de las frutas en Santiago de Cali hace más fácil adquirirlas?
- ¿Tiene cerca o lejos el lugar o lugares para comprar frutas?
- ¿Conoce de campañas gubernamentales o de empresas privadas que promuevan el consumo de frutas?

#### **6.6. Motivación de las personas al no consumir frutas y la disposición para preferir el consumo de frutas 100% natural**

Se realizó dos preguntas quedando una pregunta abierta referente al escaso consumo de fruta con tres opciones y un espacio para otra opción diferente a Altos costos, Dificultad adquirir fruta por lejanía o Hábitos de alimentación en hogar, sin embargo, ninguno de los encuestados brindó otra opción, y por último la disposición de consumir fruta natural o productos artificiales:

- ¿En Colombia el consumo de frutas es escaso en la dieta diaria, usted cree que es debido a?
- ¿Está dispuesto a comprar frutas 100% natural antes que cualquier otro producto artificial similar a la fruta?

#### **6.7. Aplicación de encuesta online**

La encuesta fue realizada mediante la aplicación de google forms o formulario de google, en total se realizó setenta encuestas, las personas encuestadas que trabajan para el Distrito de Cali. Esto debido a la situación de emergencia que vive el país por la pandemia del Covid-19 donde el presidente Duque decreto estado de emergencia desde el 18 de marzo de 2020.

### **7. ANÁLISIS DE DATOS**

La información fue recopilada mediante una encuesta realizada inicialmente en el programa Google form y se realizó mediante un análisis descriptivo utilizando la estadística de frecuencias, promedios y porcentajes, para luego ser trasladadas las preguntas al aplicativo de

google para realizar encuestas la cual se ubica en la siguiente dirección URL denominada. (Myriam Martinez Manuela Montes , 2020)

¿Las preguntas fueron cerradas y de selección múltiple en las cuales se clasifico y agrupo específicamente la información, solo una pregunta abierta como lo fue cuál es su fruta preferida?, fue la que tuvo una diferenciación para poder identificar si los productos de preferencia concordaban con los que se cosechan en la región, y así realizar el paralelo donde se identificara los productos frutícolas que coincidieran tanto con los hábitos de consumo con los asequibles o que ofrece la región.

Se utiliza la encuesta como un medio de investigación para saber cuáles son de los hábitos de consumo de productos frutícolas, para lo cual se encuestó a 70 personas, las cuales están ubicadas en diferentes partes de la ciudad de Cali.

### **7.1. Resultados**

La encuesta fue realizada en una muestra de 70 habitantes de la ciudad de Cali, mediante un formulario que se dividió en 11 preguntas, siendo de ellas relacionadas con los hábitos de consumo y la perspectiva que tienen del acercamiento o alejamiento de los productos debido a los procesos de distribución y comercialización.

### **7.2. Descripción demográfica:**

- Sexo (Mujer – hombre)
- Nivel de estudio (Primaria, secundaria, profesional o técnico)
- Edad

### **7.3. Análisis de la encuesta**

#### **➤ Edad**

Respecto a los encuestados se promedia en un rango de 18 a 96 años, todos habitantes de la ciudad de Cali, se distribuyen de la siguiente manera:

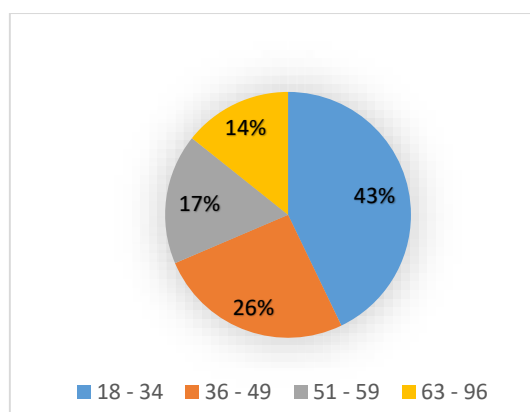
**Tabla 3:** Promedio de rango en edades

<b>EDAD</b>	<b>No.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
18 – 34	30	43%
36 – 49	18	26%
51 – 59	12	17%
63 – 96	10	14%
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Las edades de la población encuestados estuvieron distribuidas proporcionalmente en los rangos de edad utilizados. El 43 % de los encuestados poseen una edad entre los 18- 34 años, seguido de un rango del 26% que corresponde a una edad entre los 36 - 49 años, el 17% personas con edad entre los 51- 59 años, un 14% de la muestra fueron las personas con edad entre los 63 – 96, donde se dio a conocer el mayor promedio de estas respuestas fue de 18 a 34 años de edad.

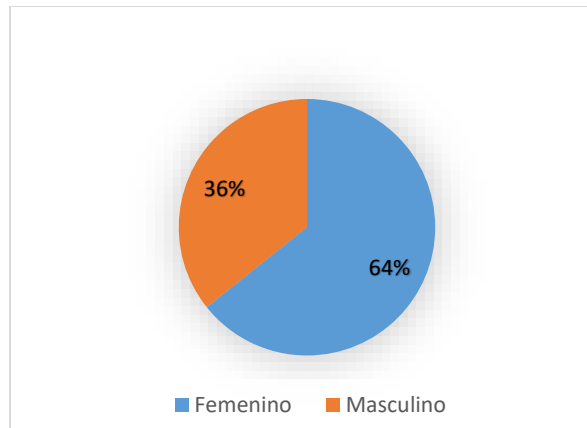
**Gráfico 2.** Edad



**Fuente:** Elaboración propia

Respecto al género teniendo en cuenta la participación y atención que tiene en las encuestas se visualiza el 64% de las personas son mujeres y el 36 % restantes son los hombres, aportando así un interés social y frutícola realmente se visualizó en las mujeres y las preocupaciones en sus hogares de obtener las mejores materias primas para su familia.

**Gráfico 3. Genero**



**Fuente:** Elaboración propia

➤ **Nivel educativo, resultados y objetivo:**

**Cuál es su nivel de estudio de acuerdo a la siguiente clasificación:**

- Primaria
- Secundaria
- Técnico
- Profesional

**Tabla 4.** Nivel de estudio

<b>NIVEL DE ESTUDIO</b>	<b>No.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PRIMARIA	4	6%
SECUNDARIA	17	24%
TECNICO	10	14%
PROFESIONAL	39	56%
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

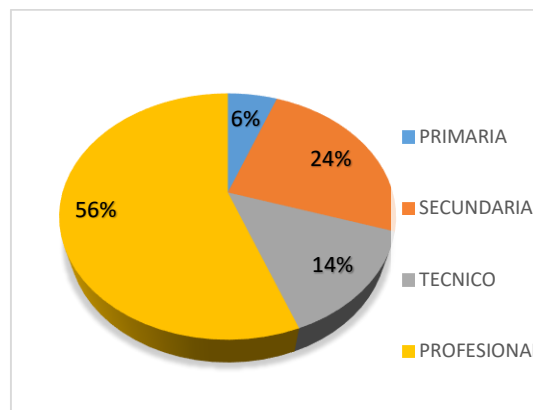
**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados:** El nivel de estudio se clasificó en cuatro principales, teniendo en cuenta que 56% de las personas encuestadas cuenta con un nivel máximo educativo de pregrado profesional, seguido de un 24% un nivel secundario, el 14% de los encuestados un técnico, y un 6% de la muestra fueron las personas que solo obtuvieron una primaria.

Los resultados concluyeron que fueron profesionales las personas que mayoritariamente contestó la encuesta, generándonos así unas ayudas potenciales en conocimiento claves para obtener nuestra investigación en este mercado frutícola y distribucional.

De acuerdo a esto se permite indagar cada conocimiento que los encuestados obtiene en el transcurso de sus vidas estudiantiles, ya que sin importar que tan profesionales lleguen a ser, o la posibilidad de obtener un nivel alto de estudio, se retroalimenta de manera en que la vida brinda conocimientos en los mercados en los cuales nos visualizamos con objetivos alcanzados.

**Gráfico 4.** Nivel de Educación



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** Es necesario tener en cuenta el nivel de estudio que tienen los encuestados, así se tiene un panorama del grado de estudio de cada persona y como influye en las respuestas de las preguntas que están orientadas a buscar la percepción y el cuidado que se debe tener con la alimentación mediante el consumo en este caso investigativo del sector frutífero.

De esta manera se visualizaron que en los niveles educativos con mayores consumos frutíferos son profesionales y técnico quienes mejoran sus vidas cotidianas mediante una sana alimentación y beneficiosos que aportan propiedades desde un consumo natural a unos riesgos de consumo artificial.

➤ **Frecuencia de consumo, resultados y objetivo:**

**¿Con que frecuencia en la semana se consume frutas en su hogar?**

- Frecuentemente
- Rara vez
- Nunca

**Tabla 5.** Frecuencia de consumo

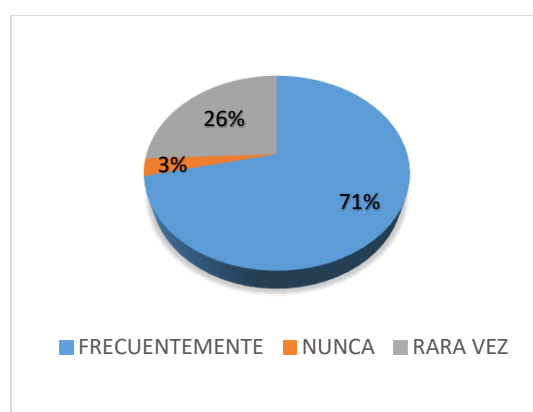
<b>FRECUENCIA DE CONSUMO</b>	<b>No.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FRECUENTEMENTE	50	71%
NUNCA	2	3%
RARA VEZ	18	26%
<b>TOTAL</b>	70	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados:** En estas preguntas encuestadoras nos permitimos indagar sobre con qué frecuencia en la semana se consume fruta en los hogares específicamente caleños, arrojándonos así un resultado en el que el 71% de las personas consumen frecuentemente fruta, el otro 26% está indeciso con esta afirmación, lo cual nos da un 3% considerando que nunca consume fruta en su hogar.

Lo cual indica que la mayoría de personas encuestadas, tienen plenamente conocimiento de las propiedades u beneficios que aportan a una alimentación saludable en su vida cotidiana o a largo plazo, reflejo del objeto de estudio que se está tratando y mejorando para que tomemos un poco más provecho a la gran diversidad de frutas que en nuestra ciudad de Santiago de Cali tenemos como privilegio de conseguirlas mucho más fácil.

**Gráfico 5.**Frecuencia de consumo de fruta a la semana



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** La pregunta esta direccionada a saber cuál es la frecuencia en la que consumen frutas y así comprender cuales son los hábitos alimenticios, de esta manera se hace un paralelo del porque en el Valle del Cauca y Santiago de Cali es tan bajo el índice de consumo de frutas.

De acuerdo a lo anterior según los resultados, la razón por la cual se realiza la investigación se demuestra que existen variedades de frutas y una buena distribución en las cadenas de suministros en la ciudad de Santiago de Cali, y personas que tienen hábitos de alimentación donde prefieren consumir alimentos carentes de los nutrientes e innecesarios para su salud.

Teniendo en cuenta los beneficios y las encuestas es de gran satisfacción evidencias que están consumiendo y obteniendo un buen manejo de las grandes variedades frutícolas en nuestro departamento, aportando una rotunda economía y posicionamiento de frutas tropicales en la región.

➤ **Preferencia de fruta, resultados y objetivo:**

**¿Cuál fruta es su favorita?**

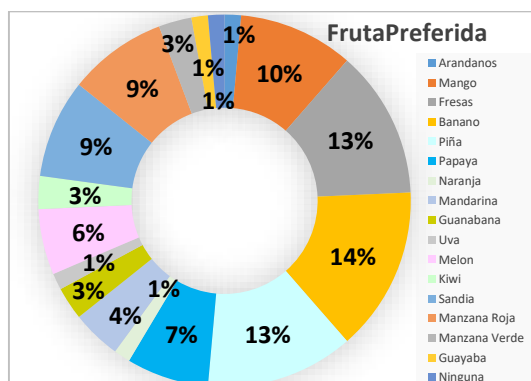
Resultados: De acuerdo a la respuesta de los encuestados dieron 16 frutas como las preferidas dentro de las cuales sobresalen las siguientes frutas como las más consumidas para los encuestados siendo la primera el banano con un 14%, le siguen las fresas y la piña con 13%, el mango con 10%, la sandía y la manzana roja con 9%, la papaya con 7%, melón 6%, mandarina 4%, manzana verde y kiwi 3%, y los arándanos, naranja, uva y guayaba con 1%, mientras que no tienen preferencia de fruta tan solo 1%.

**Tabla 6.** Fruta de preferencia

No.	FRUTA PREFERIDA		PORCENTAJE
1	Arándanos	1	1%
2	Mango	7	10%
3	Fresas	9	13%
4	Banano	10	14%
5	Piña	9	13%
6	Papaya	5	7%
7	Naranja	1	1%
8	Mandarina	3	4%
9	Guanábana	2	3%
10	Uva	1	1%
11	Melón	4	6%
12	Kiwi	2	3%
13	Sandia	6	9%
14	Manzana Roja	6	9%
15	Manzana Verde	2	3%
16	Guayaba	1	1%
17	Ninguna	1	1%
<b>TOTAL</b>		70	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Gráfico 6.** Fruta preferida



**Fuente:** Elaboración propia



**Objetivo:** Acerca de la información en la que se visualiza cuáles son las frutas que más tienen preferencia, y de esta manera reconocer si las frutas que se consumen son las que se producen en la región del Valle del Cauca.

Nos damos en la tarea de investigar en diferentes encuestas departamentales, demostrando a través de actividades o promociones las grandes riquezas que tiene el sector y específicamente en el valle del cauca, donde se produce la mayoría de cultivos tropicales y de grandes exportaciones frutícolas con mayores consumos.

En consecuencia, a la gran variedad se realiza el siguiente comparativo de las frutas que consumen los encuestados versus la fruta que se produce en el Valle del Cauca, lo cual dio como conclusión que de las respuestas dadas por los 70 encuestados que dio como resultado 16 frutas preferidas estas son las frutas que se producen en la región objeto de estudio.

Por lo que se refiere a que el banano contiene el 29% de acogida y la piña con el 26% son las frutas que contrastan a favor con esta comparación, pero la uva y la guayaba con 3% son las frutas que con menos porcentaje refleja que a pesar que se producen no son las predilectas en la dieta alimentaria, en el intermedio están la papaya con 15% y el melón, cítricos (mandarina y naranja) con 12%:

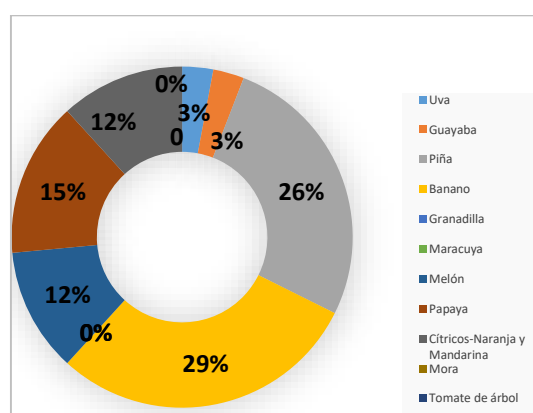
**Tabla 7.** Producciones Frutícolas

No.	Frutas que más se producen en el Valle del Cauca		
	Fruta	Respuesta encuestados	% Consumo
1	Uva	1	3%
2	Guayaba	1	3%
3	Piña	9	26%
4	Banano	10	29%
5	Granadilla	0	0%
6	Maracuyá	0	0%
7	Melón	4	12%
8	Papaya	5	15%
9	Cítricos- Naranja	4	12%

	y Mandarina		
10	Mora	0	0%
11	Tomate de árbol	0	0%

**Fuente:** Elaboración propia basada en datos de (*municipios producción frutas / Datos Abiertos Colombia, s. f.*)

**Gráfico 7.** Encuestados vs producción.



**Fuente:** Elaboración propia basada en datos de (*municipios producción frutas / Datos Abiertos Colombia, s. f.*)

➤ **Percepción de Importancia del consumo de fruta, resultados y objetivo:**

**Tabla 8.** Importancia del consumo de fruta

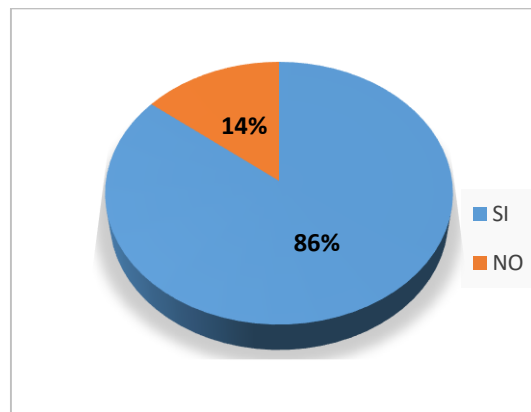
IMPORTANCIA		PORCENTAJE
SI	60	86%
NO	10	14%
<b>TOTAL</b>	70	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados:** Acerca de la importancia del consumo de fruta en la alimentación diaria los encuestados consideraron un 86% importante el consumo de fruta, mientras el 14% no les da la importancia a estos productos para incluirlos dentro de su alimentación diaria.

Lo anterior demuestra un gran porcentaje de personas con conciencia de un auto cuidado y vitaminas que nos potencializan cada día más y de la forma natural como lo hacen las frutas.

**Gráfico 8.** Importancia del consumo de fruta en la alimentación diaria



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** El propósito de esta encuesta es verificar si las personas dentro de su dieta alimentaria tienen como prioridad la adquisición y consumo de las frutas.

Por lo tanto, la pregunta va orientada hacia la importancia que las personas le dan y el resultado refleja en la mayoría de los encuestados 86% en esta encuesta, encontró importante el consumo de las frutas sin embargo el 14% no les parece así.

Al mismo tiempo, aunque el resultado refleja lo que de antemano debería ser evidente para cualquier persona que cuida de su salud y porque no de disfrutar de tan diversas variedades en la importancia del consumo de fruta, de otra manera ese 14% de las personas que no les están dando esta importancia a su alimentación y como esto influye en los hábitos de consumo no solo de una persona sino los que la rodean.

Por esto es de gran valor apreciar y enseñarle a cada uno de los integrantes de nuestra familia a ver lo magníficas propiedades que cada una de ellas tiene para ofrecernos aparte de tan amplia variedad.

➤ **Percepción de distribución y comercialización de frutas en Santiago de Cali, resultados y objetivo:**

**¿Le parece que la distribución y comercialización de las frutas en Santiago de Cali hace más fácil adquirirlas?**

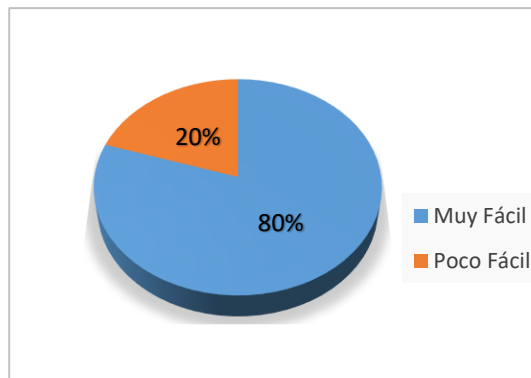
**Tabla 9.** Percepción, distribución y comercialización

PERCEPCIÓN DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN		PORCENTAJE
Muy Fácil	56	80%
Poco Fácil	14	20%
<b>TOTAL</b>	70	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados:** En relación con la distribución y comercialización frutícolas que se realizan en el valle del cauca, los encuestados en la gran mayoría observaron que el 80% de personas les resulta (muy fácil) mientras que para el 20% les parece (Poco fácil) adquirirlas de manera oportuna.

**Gráfico 9.** Percepción en la distribución y comercialización para adquirir frutas en Cali.



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** Con relación a la distribución y la comercialización de un producto perecedero como lo son las frutas se podría percibir un poco complejo, Ya que por el tiempo de maduración es más corto que otros productos que los hacen a base o que tienen saborizantes artificiales.

Por lo tanto el proceso de distribución y por ende de comercialización se debe hacer en corto tiempo, ya que es importante saber si las personas perciben que estos procesos son efectivos,

enfocados al abastecimiento que no disminuya, sino que las personas cuando tengan deseos de adquirir el producto tengan la noción de que lo pueden adquirir cuando quieran porque siempre estará disponible, y de igual manera la fruta permanezca en una excelente calidad, con su mismo sabor, composición y presentación que sean aún más deseoso de adquirir.

Esto refleja el resultado de la encuesta donde el 80% de las personas así lo creen mientras que el 20% ven que este proceso es poco fácil, planteando que no en todos los lugares de la ciudad la adquisición sea tan efectiva y los medios en los cuales cada uno vive sean aún más lejanos.

➤ **Información de campañas para promover consumo de frutas, resultados y objetivo:**

**¿Conoce de campañas gubernamentales o de empresas privadas que promuevan el consumo de frutas?**

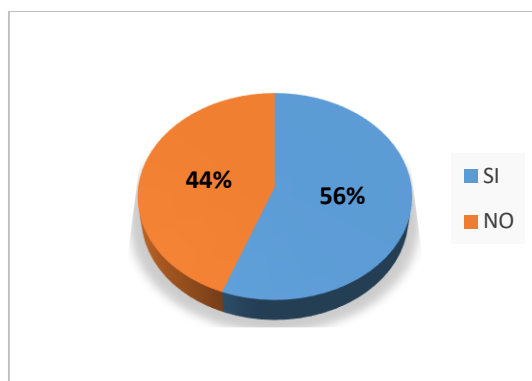
**Tabla 10.** Conocimiento en campañas para promoción de consumo frutales

CONOCIMIENTO CAMPAÑAS PARA PROMOCIÓN DE CONSUMO DE FRUTAS		PORCENTAJE
SI	39	56%
NO	31	44%
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados:** respecto al conocimiento de campañas que promuevan el consumo de frutas el 56% responde que tiene conocimiento mientras el 44% responde que no saben de campañas que promuevan el consumo de este producto.

**Gráfico 10.** Promoción frutícola



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** En relación con las personas que han tenido conocimiento indiferentemente si ha sido por un medio privado o público sobre campañas que estimulen el consumo de frutas para así adquirir hábitos de consumo que los concienticen de lo que ingieren.

Además son tan importantes la promulgación de este tipo de campañas ya que el sector agrícola en Colombia no es muy fuerte publicitando los productos que cosecha, de acuerdo al resultado de 56% que tienen conocimientos de campañas y del 44% quienes responden que no, por lo tanto se puede evidenciar que un poco más de la mitad hayan tenido la oportunidad de ver y comprender estas campañas mientras un poco menos de la mitad no conoce de ningún tipo de campañas lo cual es un porcentaje muy alto y preocupante teniendo en cuenta lo que significa para la población.

Además, el consumo de frutas y como este influye en su salud es vital para cada uno de los seres humanos, por eso es de gran preocupación y sobre todo concientizar generalmente a cada uno de las personas no solo caleños, a tener hábitos sanos y de consumos que engrandezcan nuestros cuerpos, promocionando por medio de entidades el consumo de frutas. Por otro lado, igual de problemático es para los agricultores que deben costear sus cosechas, distribución y comercialización y cuidados para que los productos lleguen en las mejores condiciones.

➤ **Percepción de consumo en la dieta diaria, resultados y objetivo:**

**¿En Santiago de Cali el consumo de frutas es escaso en la dieta diaria, usted cree que es debido a?**

- Hábitos de alimentación en el hogar
- Altos costos para comprar.
- Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta

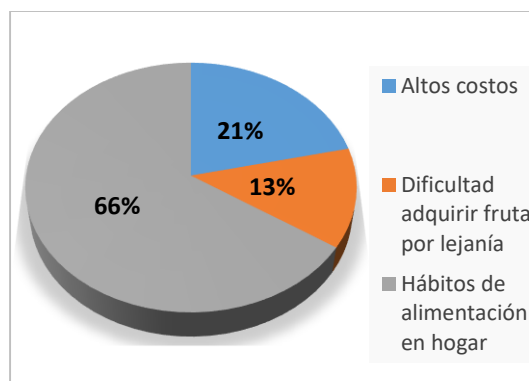
**Tabla 11.** Percepción del bajo consumo de fruta

PERCEPCIÓN DEL BAJO CONSUMO DE FRUTA		PORCENTAJE
Altos costos	15	21%
Dificultad adquirir fruta por lejanía	9	13%
Hábitos de alimentación en hogar	46	66%
<b>TOTAL</b>	70	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados:** Respecto a la percepción sobre el escaso de consumo de frutas 21% piensa que es por los altos costos para adquirir la fruta, el 13% en la dificultad para conseguir el producto debido a la lejanía y el 66% opinan que es debido a los hábitos de consumo en el hogar que les fueron enseñados.

**Gráfico 11.** Percepción por la cual se cree es bajo el consumo de fruta en Cali



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** Las personas que se encuestaron tienen diversas dificultades para adquirir frutas o hábitos, por lo tanto, se realizó una selección de opciones en las cuales las personas de acuerdo al aspecto socioeconómico y cultural podrían percibir las dificultades para obtenerlo dentro de las opciones de alimentos asequibles.

De igual forma el resultado que nos brinda la encuesta refleja un 66% en los hábitos de alimentación en hogar es el que mayoritariamente optaron por responder, la opción que predomina donde podemos basarnos para sacar conclusiones más claras de uno de los motivos más importantes del porque en nuestro país a pesar de producir la fruta no se consume en las cantidades requeridas, por consiguiente le sigue el 21% altos costos siendo el segundo motivo a tener en cuenta ya que los ingresos de las personas influyen para adquirir productos que benefician a su salud y por último 13% dificultad para adquirir los productos frutícolas en una ciudad como Cali.

Probablemente donde se podría pensar que las frutas están cerca al lugar de donde viven cada ciudadano, pero se evidencia que no es tan fácil para estas personas poder realizar las compras de estos productos, por diferentes circunstancias o porque no se les enseñó en su infancia a consumirlas o podría tener algún mal momento con variedades frutícolas.

➤ **Percepción de cercanía para comprar frutas, resultados y objetivo:**

**¿Tiene cerca o lejos el lugar o lugares para comprar frutas?**

**Tabla 12.** Percepción de cercanía o lejanía de lugares para comprar frutas

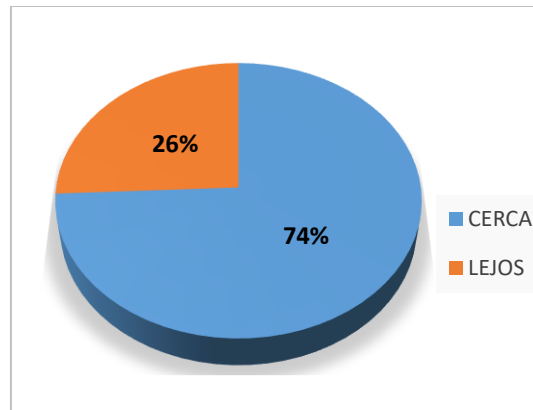
<b>PERCEPCIÓN DE CERCANÍA O LEJANÍA DE LUGARES PARA COMPRAR FRUTAS</b>		<b>PORCENTAJE</b>
CERCA	52	74%
LEJOS	18	26%
<b>TOTAL</b>	70	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Respuesta: los encuestados respondieron que el lugar para comprar frutas se encuentra cerca un 74%, mientras un 26% responden que está lejos.



**Gráfico 12.**Percepción de cercanía o lejanía de lugares para comprar frutas



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** De acuerdo a las respuestas de los encuestados se podría descifrar que la lejanía o cercanía es importante para poder adquirir cualquier producto y así poderlo incluir en la dieta de cualquier persona.

Pero por otro lado es importante conocer sobre la percepción que tienen las personas en este aspecto, de acuerdo a los resultados el 74% responden que tienen cerca lugares que comercializan frutas mientras el 26% consideran que no tienen un lugar cerca para adquirir estos productos, se tiene en cuenta que en los barrios además de vender productos no perecederos también venden vegetales y algunas frutas, es posible que no todas vendan frutas.

Se considera que el detonante para que la gente disfrute de los beneficios frutícolas dependería de una recomendación médica o un procedimiento de pérdida de peso, lo que incentivaría al consumo sin importante que tan lejos o cerca estemos de ellos, de acuerdo a esto se buscan lugares donde se vean frescos y orgánicos como lo pide la era o porque no donde las frutas ya estén mezcladas y listas para jugos o vegetales para preparar ensaladas, las personas también piden mayor facilidad de vida y más información acerca de las propiedades.

➤ **Preferencia de consumo de fruta o sustituto artificial, resultados y objetivo:**

Esta dispuesto a comprar frutas 100% natural antes que cualquier otro producto artificial similar a la fruta?

- 100% Natural
- Artificial

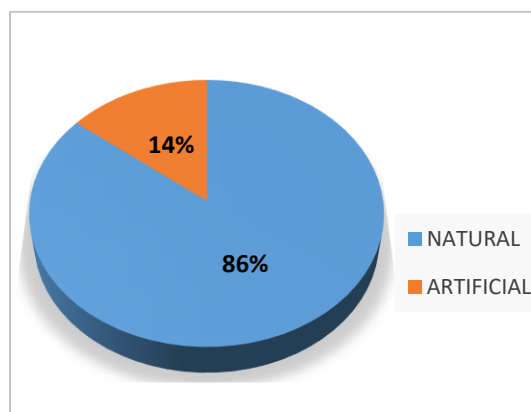
**Tabla 13.** Preferencia para comprar fruta natural o artificial

PREFERENCIA PARA COMPRAR FRUTA NATURAL O ARTIFICIAL		PORCENTAJE
NATURAL	60	86%
ARTIFICIAL	10	14%
<b>TOTAL</b>	70	100%

**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados:** Las respuestas a esta pregunta por los encuestados fueron determinadas para visualizar las razones de sus preferencias, lo cual arrojo que un 86% prefieren las frutas que son 100% natural mientras el 14% tienen como favoritos los productos artificiales que reemplazarían a la fruta.

**Gráfico 13.** Preferencia para comprar fruta natural o artificial



**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo:** El consumo de productos que reemplazan la fruta como alimento, hace que las personas cambien sus preferencias de consumo por lo tanto es necesario, aunque parezca evidente la respuesta si les dan a escoger entre un producto artificial y uno natural por cual se inclinarían.

De acuerdo a los resultados de esta encuesta el 86% prefieren los productos 100% naturales como la fruta mientras el 14% seleccionaron los productos artificiales, lo que evidenciamos es que en este último porcentaje a pesar que tengan una fruta disponible para consumirla prefieran productos con saborizantes artificiales que la reemplacen.

Es de gran satisfacción aprovechar cada día los cultivos y variedades que permiten escoger la naturaleza, de disfrutar una fruta recién tomada de las siembras y la necesidad constante de cuidarnos y suplir las necesidades internas y externas como lo son los cultivadores de tan maravillosas producciones, el clima no estacional que nos ayuda a fortalecernos como país en situaciones de crisis.

## **8. CONCLUSIÓN**

Lo expuesto anteriormente acerca de esta investigación del sector frutícola en Colombia y específicamente en Santiago de Cali, visualizamos la diversidad de crecimiento que se obtiene en los hábitos de consumo y la influencia de la distribución y comercialización para su adquisición frutícola, de esta manera nos permitimos ver el mejoramiento en los niveles de consumo, modelos logísticos y demanda del sector capaz de ajustarse a las necesidades.

Aunque vemos una comparación positiva en el sector, de igual manera se visualiza que sufre por problemas ocasionados por los altos costos y la lejanía para obtener los productos frutícolas entre las empresas que tienen un dominio en los mercados, de igual manera la capacidad comercial de las empresas frutícolas dependen de las cifras de crecimiento que estas puedan proponerse, pues no sólo basta con tener en cuenta un nivel posible de demanda, sino que, además de ello, es necesario crecer para competir de manera adecuada en el mercado local ,desarrollando ventajas altamente competitivas para el cumplimiento de los objetivos.

De acuerdo a esta investigación deseamos estructurar suministros que nos abran a mejores comportamientos y mediciones de calidad que con lleven en competir y tener cosechas de alto impacto para así obtener una cadena de distribución y comercialización correcta, teniendo como variable la implementación del sector frutícola y garantizar a los consumidores una oferta variada en la comercialización frutícola en la ciudad de Santiago de Cali.

Con diversos altibajos en los consumos frutícolas se presentan toma de decisiones tales como importaciones donde se diera mucho más valor a la diversa riqueza de frutas que tenemos, los consumos pueden ser influenciando de varias maneras erróneas por medio de publicidad en diferentes medios o redes sociales de lo cual nos influyen en las decisiones de consumo erróneo y cómo se debe de tener una saludable alimentación, identificando hábitos de cambio de consumo de productos artificiales que desperdician y dañan notablemente la salud.

Es así que con el pasar de los días se da mucho más valor a cada una de las riquezas que provee el departamento del valle del cauca y aprovechando cada distribución que se realiza, para comercializar cada producto con mucha más entrega, por el constante trabajo que realizan los campesinos del territorio caleño, la diversidad de frutas y clima que nos llevan a fortalecer el aprovechamiento de los recursos y así no desperdiciar ningún insumo de tan gran valor y de esta manera el consumidor.

De igual manera la utilización y aprovechamiento de un compostaje 100 % natural derivado de cada resto de cosechas demarcan un nivel estupendo para el medio ambiente, permitiendo aprovechar al máximo los recursos dados por estos cultivos, así mismo demarcaría una gran fase en cada ser humano de auto conciencia y satisfacción de ayuda en cada hogar con un correcto aprovechamiento de la fruta.

Por lo que se refiere a la investigación realizada en la ciudad de Santiago de Cali se evidencia específicamente un análisis encuestador para evaluar las acciones que los habitantes de esta ciudad, donde se observan las diversas percepciones de hábitos que obtienen diariamente.

Por esta razón de las setenta personas encuestadas en esta investigación se dio como resultado el 71 % de este total respondieron que frecuentemente en la semana consumen fruta, teniendo como una respuesta positiva y de gran importancia demostrando un gran porcentaje de personas con conciencia de un auto cuidado y conocimientos claro en los aportes que su consumo provee a la salud y nutrición.

De esta manera se evidencia en este trabajo la gran acogida que tiene en los encuestados los productos del sector frutícola, al igual que la obtención de beneficios y conocimientos en gran medida sobre la gran diversidad de privilegios que como departamento del Valle del Cauca se tiene. Al analizar un poco más sobre el potencial tan grande que tiene la industria frutícola es importante contar con medios para adquirir mucho más conocimiento y participación en las exportaciones, que con lleven a obtener estrategias para saber aprovechar mucho más la distribución y comercialización en gran escala de estos productos, merecedores de tan altos estándares y calidades privilegiadas.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- ASOHOFRUCOL. (s. f.). Recuperado 2 de mayo de 2020, de <http://www.asohofrucol.com.co/interna.php?noti=217>
- Santiago de Cali promueve el consumo de vegetales por una mejor calidad de vida.* (s. f.). Recuperado 2 de mayo de 2020, de [http://www.cali.gov.co/publicaciones/48124/cali\\_promueve\\_el\\_consumo\\_de\\_vegetales\\_por\\_una\\_mejor\\_calidad\\_de\\_vida/](http://www.cali.gov.co/publicaciones/48124/cali_promueve_el_consumo_de_vegetales_por_una_mejor_calidad_de_vida/)
- Cali—Wikipedia, la enciclopedia libre.* (s. f.). Recuperado 28 de mayo de 2020, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Cali>
- Castro, J. A. O., Caicedo-Otavo, A. L., Ruiz-Moreno, A. F., & Adarme-Jaimes, W. (2016). Efecto de los mecanismos de integración externa en el desempeño logístico de cadenas Frutícolas. Un enfoque bajo dinámica de sistemas. *Revista Colombiana de Ciencias Hortícolas*, 10(2), 311-322. <https://doi.org/10.17584/rcch.2016v10i2.5073>
- Cruz, A. R. N., García, A. K., López, O. V., Alonso, P. A., Hernández, M. L., Valenzuela, C. S., Parra, B. V., Ramos, P. S., & Badilla, O. S. (2020). Estado nutricional, ingesta de alimentos, horas de sueño y riesgo cardiovascular en trabajadoras de turno nocturno en una empresa frutícola de la ciudad de Chillán, Chile. *Revista española de nutrición comunitaria = Spanish journal of community nutrition*, 26(1), 4.
- Demografía de Santiago de Cali.* (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2020, de <http://www.cali.gov.co/publicaciones/144497/demografia-de-santiago-de-cali/>
- Dinero. (s. f.). *La hora de las salvaguardias para las frutas.* El sector de las frutas en Colombia necesita salvaguardias. Recuperado 3 de mayo de 2020, de <http://www.dinero.com/economia/articulo/el-sector-frutas-colombia-necesita-salvaguardias/210507>
- Durán, E. D. G. (2013). *Recolección, transporte, almacenamiento y acondicionamiento de la fruta.* AGAF0108. IC Editorial.
- En Colombia 35% de las personas no consumen frutas y 70% no consume hortalizas diariamente.* (2015, julio 13). <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/En-Colombia-35-de-las-personas-no-consumen-frutas-y-70-hortalizas-.aspx/>
- ENCUESTA PERCEPCIÓN DE CONSUMO DE FRUTA POR MYRIAM MARTINEZ Y MANUELA MONTES.* (s. f.). Google Docs. Recuperado 26 de mayo de 2020, de

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSft1RrwaiTyC7Z0SVI7caKtzVYGXhSk3U27Z8LgdZ-5l7nHrg/viewform?usp=drive\\_web&usp=embed\\_facebook](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSft1RrwaiTyC7Z0SVI7caKtzVYGXhSk3U27Z8LgdZ-5l7nHrg/viewform?usp=drive_web&usp=embed_facebook)

Espinosa, L. B., & Montaña, N. D. (s. f.). *PERCEPCIÓN, HÁBITOS Y CONSUMO DE ALIMENTOS NUTRICIONALES Y SALUDABLES EN COLOMBIA*. 68. *Hortofruticultura*. (2012, noviembre 16). Cámara de Comercio de Cali. <https://www.ccc.org.co/hortofruticultura/>

*Municipios produccion frutas | Datos Abiertos Colombia*. (s. f.). la plataforma de datos abiertos del gobierno colombiano. Recuperado 3 de mayo de 2020, de <https://www.datos.gov.co/dataset/municipios-produccion-frutas/n3bu-kvtn>

*Nueve de cada 10 estudiantes colombianos no consumen frutas ni verduras*. (s. f.). Recuperado 2 de mayo de 2020, de <https://www.elpais.com.co/colombia/nueve-de-cada-10-estudiantes-nos-no-consumen-frutas-ni-verduras.html>

Ospina Henao, D. (2019). Investigación de mercados para la Comercialización de Maracuyá en fresco en la ciudad de Pereira [Thesis, Universidad Santiago de Cali]. En *Repositorio Institucional USC*. <https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/194>

Paladares, R. (2018, junio 15). *En país de las frutas, ¿usted cuántas conoce?* [www.elcolombiano.com](http://www.elcolombiano.com). <https://www.elcolombiano.com/tendencias/frutas-exoticas-en-colombia-muchas-pero-de-bajo-consumo-ME8868718>

*Perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf*. (s. f.). Recuperado 29 de abril de 2020, de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf>

*RPG del G11 y estudios de factibilidad*. (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2020, de <http://www.cali.gov.co/documentos/2980/rpg-del-g11-y-estudios-de-factibilidad/>

*Valle del Cauca, la segunda región donde más se produce fruta en Colombia*. (s. f.). Recuperado 2 de mayo de 2020, de <https://www.elpais.com.co/economia/valle-del-cauca-la-segunda-region-donde-mas-se-produce-fruta-en-colombia.html>

valle, G. del. (s. f.). *Plan Integral Fruticultura, un modelo de acompañamiento que ha apoyado a los campesinos de la región*. Recuperado 2 de mayo de 2020, de <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/63788/plan-integral-fruticultura-un-modelo-de-acompanamiento--que-ha-apoyado-a-los-campesinos-de-la-region/>

## 10. ANEXO

### 10.1. Encuesta digital: Encuesta percepción de consumo de fruta por Myriam Martínez y Manuela Montes García

La encuesta se realiza para ser un instrumento de medición y así poder extraer información y desarrollar la investigación de los hábitos de consumo de frutas y los factores que llevan a tomar la decisión de incluirlas o excluirlas en la dieta diaria tanto de personas jóvenes y adultos.

**Gráfico 1.** Preguntas realizadas en la encuesta investigadora

Preguntas Respuestas 70

---

## ENCUESTA PERCEPCIÓN DE CONSUMO DE FRUTA POR MYRIAM MARTINEZ Y MANUELA MONTES

---

EVALUAR LA PERSPECTIVA DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE FRUTAS Y LA INFLUENCIA DE LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA SU ADQUISICIÓN EN LA CIUDAD DE CALI, ESTO DEBIDO AL ESCASO CONSUMO DE ESTOS PRODUCTOS TENIENDO EN CUENTA QUE UNA PERSONA DEBE CONSUMIR EN SU DIETA DIARIA 400 GRAMOS, PERO LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS EN CALI CONSUMEN TAN SOLO LA MITAD, DE ACUERDO A LA SIGUIENTE REFLEXIÓN FAVOR CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

---

**NOMBRE COMPLETO**

Texto de respuesta corta  
.....

---

**EDAD**

Texto de respuesta corta  
.....

---

**NIVEL DE ESTUDIO PRIMARIA SECUNDARIA PROFESIONAL TÉCNICO**

Texto de respuesta corta  
.....



Con que frecuencia en la semana se consume frutas en su hogar?

- FRECUENTEMENTE
  - RARA VEZ
  - NUNCA
- 

¿Cuál fruta es su favorita?

Texto de respuesta corta  
.....

---

Considera importante el consumo de fruta en su alimentación diaria

- Sí
  - No
- 

¿Le parece que la distribución y comercialización de las frutas en Cali hace más fácil adquirirlas?

- Muy fácil
- Poco fácil

---

Conoce de campañas gubernamentales o de empresas privadas que promuevan el consumo de frutas?

- Sí
  - No
- 

En Colombia el consumo de frutas es escaso en la dieta diaria, usted cree que es debido a....

- Hábitos de alimentación en el hogar
  - Altos costos para comprar
  - Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta
  - Otra...
- 

En Colombia el consumo de frutas es escaso en la dieta diaria, usted cree que es debido a....

- Hábitos de alimentación en el hogar
- Altos costos para comprar
- Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta
- Otra...

¿Tiene cerca o lejos el lugar o lugares para comprar frutas?

- Cerca
- Lejos

Esta dispuesto a comprar frutas 100% natural antes que cualquier otro producto artificial similar a la fruta?

- 100% Natural
- Artificial

**Fuente:** Elaboración propia con google forms

## 10.2. ANEXO 2

Tabla de recolección de datos de la encuesta realizada a setenta personas que viven en la ciudad de Cali:

**Tabla 14.**Recolección De Datos De La Encuesta

NOMBRE COMPLETO	GENERO	EDAD	NIVEL DE ESTUDIO PRIMARIA(1) SECUNDARIA(2) PROFESIONAL(3) TÉCNICO(4)	Con que frecuencia en la semana se consume frutas en su hogar?	¿Cuál fruta es su favorita?	Considera importante el consumo de fruta en su alimentación diaria	¿Le parece que la distribución y comercialización de las frutas en Santiago de Cali hace más fácil adquirirlas ?	Conoce de campañas gubernamentales o de empresas privadas que promuevan el consumo de frutas?	En Colombia el consumo de frutas es escaso en la dieta diaria, usted cree que es debido a...	¿Tiene cerca o lejos el lugar o lugares para comprar frutas?	Esta dispuesto a comprar frutas 100% natural antes que cualquier otro producto artificial similar a la fruta?
MARIA ANGELICA CALZADA CAICEDO	F	27	3	FRECUENTE MENTE	El banano	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
SANDRA MILENA PALOMINO	F	44	3	FRECUENTE MENTE	Manzana roja	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Lejos	100% Natural

ROGER PINZON	M	47	4	FRECUENTE MENTE	Manzana	Sí	Poco fácil	No	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta .	Cerca	100% Natural
MARIANA GARCIA P.	F	18	2	FRECUENTE MENTE	Fresas	Sí	Muy fácil	No	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta .	Lejos	100% Natural
KATERINE PALACIO	F	22	3	FRECUENTE MENTE	Fresas	Sí	Muy fácil	No	Altos costos para comprar	Lejos	100% Natural
RICARDO ARTURO SAAVEDRA GARCIA	M	40	3	FRECUENTE MENTE	Fresa	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
GIOVANA LOPEZ	F	41	3	FRECUENTE MENTE	Banano	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
JESIKA ALEXANDRA OSORIO ESPAÑA	F	31	4	FRECUENTE MENTE	PIÑA	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
ANDRÉS FELIPE ORTIZ ALOMIA	M	27	3	FRECUENTE MENTE	Mandarina	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
LUCERO ALOMIA	F	59	4	FRECUENTE MENTE	Piña	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
MARIA ROMELIA BERNAL GONZALEZ	F	58	2	RARA VEZ	Banano	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
MARTHA CECILIA PALOMINO	F	51	3	FRECUENTE MENTE	Fresas	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
DANIEL GARCÍA PALOMINO	M	18	1	FRECUENTE MENTE	Manzana verde	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Lejos	100% Natural
NÉSTOR RAÚL CARABALI	M	46	3	FRECUENTE MENTE	Banano	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
OMAR ENRIQUE ROMERO LONDOÑO	M	30	3	FRECUENTE MENTE	Manzana verde	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
DANIELA YELA	F	23	3	RARA VEZ	MANDARINA	Sí	Poco fácil	No	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta .	Lejos	100% Natural
SAMIR HASSAN	M	24	3	RARA VEZ	MANGO	Sí	Muy fácil	Si	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta .	Lejos	100% Natural

SILVIA NARVAEZ	F	43	3	RARA VEZ	SANDIA	Sí	Poco fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Lejos	100% Natural
SANDRA MILENA FORIGUA	F	36	3	FRECUENTE MENTE	MANGO	Sí	Muy fácil	Si	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
ANDREA TORO FAJARDO	F	39	4	FRECUENTE MENTE	piña	Sí	Muy fácil	No	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
MIGUEL ANGEL PEÑA	M	19	2	RARA VEZ	MANGO	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	Artificial
ANA MARIA TORO FAJARDO	F	25	3	FRECUENTE MENTE	FRESA	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
ELIZABETH PEREA MORALES	F	36	3	RARA VEZ	Fresa 🍓	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
LUZ MERY MEDINA	F	25	2	FRECUENTE MENTE	Banano	Sí	Poco fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Lejos	100% Natural
CARLOS MUNEVAR	M	56	3	FRECUENTE MENTE	Guanábana	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
JEFFERSON LERMA	M	25	4	FRECUENTE MENTE	Piña	Sí	Poco fácil	No	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
ANDRÉS FELIPE MUNEVAR	M	34	3	FRECUENTE MENTE	Fresas	Sí	Poco fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Lejos	100% Natural
CARLOS EDUARDO MUNEVAR	M	31	3	FRECUENTE MENTE	Manzana	Sí	Muy fácil	No	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
NATALIA SINISTERRA CLAVIJO	F	28	3	FRECUENTE MENTE	Melón	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
UNICE ARDILA RIQUE	F	64	2	RARA VEZ	Piña	Sí	Poco fácil	No	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta	Lejos	100% Natural
ERMELINDA TIQUE	F	96	2	FRECUENTE MENTE	Banano	Sí	Poco fácil	No	Altos costos para comprar	Lejos	100% Natural
AMANDA GONZÁLEZ	F	39	1	RARA VEZ	Mango	Sí	Poco fácil	No	Altos costos para comprar	Lejos	100% Natural
BEATRIZ ARDILA	F	63	2	RARA VEZ	Guayaba	Sí	Muy fácil	No	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
SANDRA MILENA FORIGUA	F	36	3	FRECUENTE MENTE	Mango	Sí	Muy fácil	Si	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
GABRIELA HERNANDEZ GARCIA	F	76	2	FRECUENTE MENTE	papaya	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural

LIZETH CONSTANZA FRANCO	F	39	3	FRECUENTE MENTE	Mango	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
DANIELA ELIZALDE RAMOS	F	28	3	RARA VEZ	piña	No	Muy fácil	Si	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta .	Lejos	Artificial
CHRISTIAN CAMILO LLORENTE	M	28	3	RARA VEZ	Manzana	Sí	Poco fácil	No	Altos costos para comprar	Lejos	Artificial
JULIET ZULUAGA ALZATE	F	53	2	FRECUENTE MENTE	manzana	Sí	Muy fácil	Si	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
PAULA TATIANA GARCIA	F	49	3	FRECUENTE MENTE	fresa	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
PASCUAL ESPAÑA	M	56	2	RARA VEZ	papaya	No	Muy fácil	Si	Altos costos para comprar	Lejos	Artificial
JUAN DAVID ARIAS ZULUAGA	M	26	4	FRECUENTE MENTE	melón	No	Poco fácil	Si	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta .	Lejos	Artificial
OSCAR CAMPODONICO	M	36	2	FRECUENTE MENTE	kiwi	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
MARIA ALEJANDRA ROJAS	F	29	3	FRECUENTE MENTE	piña	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
ANDREA CASTELLANOS	F	23	3	FRECUENTE MENTE	sandía	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
JORGE ALONSO ROBLEDO	M	63	3	FRECUENTE MENTE	piña	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
BEATRIZ ARANGO	F	73	2	RARA VEZ	sandía	No	Muy fácil	Si	Dificultad de cercanía de lugares para conseguir fruta .	Lejos	100% Natural
CARLOS ANDRES ARIAS	M	33	3	FRECUENTE MENTE	banano	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
LUISA FERNANDA PEÑUELA	F	29	3	FRECUENTE MENTE	piña	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
ADRIANA MARIA GARCIA	F	52	4	FRECUENTE MENTE	papaya	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
FEDERICO GIRALDO	M	64	2	FRECUENTE MENTE	melón	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
PAOLO FEDERICO GUAJARDO	M	24	2	RARA VEZ	arándanos	No	Muy fácil	Si	Dificultad de cercanía de lugares para	Lejos	Artificial

									conseguir fruta		
MIRIAM ROSA ZULUAGA	F	56	2	FRECUENTE MENTE	papaya	Sí	Muy fácil	Si	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
FRANCISCO MARIN	M	66	1	RARA VEZ	banano	No	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
LINA CLEMENCIA GARCIA	F	39	3	FRECUENTE MENTE	manzana	No	Poco fácil	Si	Altos costos para comprar	Cerca	Artificial
LILIANA MARTINEZ	F	39	3	FRECUENTE MENTE	sandía	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
HAROLD HERNANDEZ	M	48	3	FRECUENTE MENTE	sandía	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
SANDRA MARIA VALENCIA	F	55	1	NUNCA	ninguna	No	Poco fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	Artificial
HECTOR FABIO GALAZ	M	66	3	FRECUENTE MENTE	mandarina	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
MONICA OSORIO	F	58	4	RARA VEZ	naranja	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
FABIO GOMEZ	M	54	4	RARA VEZ	papaya	Sí	Poco fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	Artificial
NOEMY SALAZAR	F	25	3	FRECUENTE MENTE	banano	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
LUCIA ZULUAGA	F	52	2	FRECUENTE MENTE	fresa	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
JULIANA SALAZAR	F	29	3	RARA VEZ	melón	No	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
MARIA CAMILA DUQUE	F	25	3	FRECUENTE MENTE	kiwi	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
DAVID ALEJANDRO ESCANDON DAVILA	M	26	3	FRECUENTE MENTE	banano	Sí	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
LEIDY CADAVID VELEZ	F	33	3	NUNCA	uvas	No	Muy fácil	Si	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	Artificial
AYDEE MORALES	F	65	2	FRECUENTE MENTE	Guanábana	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural
DIANA HINESTROZA	F	32	3	FRECUENTE MENTE	Mango	Sí	Muy fácil	No	Hábitos de alimentación en el hogar	Cerca	100% Natural

MARIA CRISTINA ORDOÑEZ VASQUEZ	F	47	4	FRECUENTE MENTE	SANDIA	Sí	Muy fácil	Si	Altos costos para comprar	Cerca	100% Natural
-----------------------------------------	---	----	---	--------------------	--------	----	-----------	----	---------------------------------	-------	-----------------

**Fuente:** Elaboración propia