

## FACTORES ASOCIADOS A LA COMPRA Y EL CONSUMO DE HORTALIZAS EN LA PARROQUIA SANTA RITA, MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCÁNTARA, ESTADO ARAGUA.

ASSOCIATED FACTORS WITH PURCHASE AND CONSUMPTION OF VEGETABLES IN THE SANTA RITA PARISH, FRANCISCO LINARES ALCÁNTARA MUNICIPALITY, ARAGUA STATE.

Nirza Noguera-Machado;<sup>1,2</sup> Luis Ojeda-Ojeda;<sup>1,3</sup> Luis Pérez-Ybarra;<sup>1,2</sup> Francheska Martínez;<sup>2</sup> Dayma González<sup>2</sup>

### ABSTRACT

Numerous studies highlight the importance of vegetables, fruits, and other vegetables within the diet of people. However, the consumption of this type of food is conditioned by a series of social, economic and demographic factors, which determine from the place of purchase, to the way of consuming them. For this reason, a diagnosis was made in this study on some of the factors affecting the purchase and consumption of vegetables in the Santa Rita Parish, Francisco Linares Alcántara Municipality, Aragua state. An anonymous survey was applied to 100 people from the community, selected through non-probabilistic intentional sampling. Age, sex, and educational level were factors considered in the survey. The evaluated aspects were the frequency and preferred form of consumption of the vegetables, the most consumed species, the places to make the purchases of the product, and the attributes perceived by the consumer as standards of quality and personal satisfaction at the time of the purchase. It was found that female usually presents habits of consumption more frequent than males, and the level of education conditioned the place of purchase, people with higher level of education tend to prefer greengrocers and supermarkets above the street stalls, playing an important role when buying freshness and hygiene.

**KEY WORDS:** vegetable consumption, diet, balanced feed.

### RESUMEN

Numerosos estudios destacan la importancia de las hortalizas, frutas y demás vegetales dentro de la dieta de las personas. Sin embargo, el consumo de este tipo de alimentos está condicionado por una serie de factores sociales, económicos y demográficos, que determinan desde el lugar de compra, hasta la forma de consumirlos. Es por ello que en el presente trabajo realizó un diagnóstico sobre algunos de los factores que afectan la compra y el consumo de hortalizas en la parroquia Santa Rita, municipio Francisco Linares Alcántara, estado Aragua. Para ello se aplicó una encuesta anónima a 100 personas de la comunidad, seleccionadas mediante un muestreo intencional no probabilístico. Los factores considerados en la encuesta fueron la edad, el sexo y el nivel educativo. Y los aspectos evaluados fueron la frecuencia y forma preferida de consumo de las hortalizas, las especies más consumidas, los lugares para realizar las compras del producto y los atributos percibidos por el consumidor como estándares de calidad y satisfacción personal al momento de la compra. Se encontró que el sexo femenino suele presentar hábitos de consumo más frecuentes que el sexo masculino y que el nivel de instrucción condicionó el lugar de compra, las personas con mayor nivel de educación tienden a preferir verdulerías y supermercados por encima de los puestos callejeros, jugando un papel importante al momento de la compra la frescura y la higiene.

**PALABRAS CLAVE:** consumo de vegetales, dieta alimentaria, alimentación balanceada.

### INTRODUCCIÓN

El consumo de alimentos es un fenómeno complejo que tiene sentido y función social, en el que confluyen un gran número de factores biológicos, sociales, culturales, económicos y políticos,<sup>1</sup> y este abarca un conjunto de decisiones que van desde la elección del lugar de compra, cuáles alimentos adquirir bajo determinados criterios de calidad, hasta la forma de prepararlos para su consumo propiamente dicho.<sup>2</sup>

El consumidor no es una entidad homogénea, sino que está influenciado por estos factores, los cuales condicionan las decisiones que toma en las distintas

Recibido: Enero; 2017 Aprobado: Julio; 2017

<sup>1</sup>Sección de Biotecnología Agroindustrial del Instituto de Investigaciones Biomédicas "Dr. Francisco J. Triana Alonso", Universidad de Carabobo. Maracay, Venezuela. <sup>2</sup>Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias de la Salud, Sede Aragua, Escuela de Bioanálisis "Omaira Figueroa". Aragua, Venezuela. <sup>3</sup>Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias de la Salud, Sede Aragua, Escuela de Medicina "Witremundo Torrealba". Aragua, Venezuela.

Correspondencia: lmpy2005@gmail.com

etapas del proceso.<sup>3</sup> El acto alimentario es dinámico, particular y se configura de manera específica para diferentes grupos poblacionales.<sup>4</sup> En consecuencia, la preferencia de los individuos por determinados grupos alimenticios está influenciada no sólo por aspectos económicos, nutricionales y saludables, sino también a las tradiciones y costumbres de la sociedad donde se desenvuelven.

En la actualidad, a nivel mundial se está haciendo énfasis en la promoción del consumo de alimentos frescos de origen vegetal, especialmente frutas y hortalizas, como parte de una dieta saludable, debido a su bajo contenido calórico y de grasas, y a su alto contenido de vitaminas, minerales, proteínas, fibra, carotenoides y flavonoides.<sup>5,6</sup> Diversas investigaciones han demostrado que el consumo regular de vegetales, es efectivo para reducir el riesgo de enfermedades cardíacas, cáncer, eventos cerebrovasculares y otras enfermedades crónicas como la hipertensión arterial y la diabetes.<sup>6-9</sup> Este potencial quimiopreventivo es atribuible a la presencia de compuestos bioactivos, principalmente vitaminas, flavonoides y otros compuestos fenólicos que actúan como antioxidantes, capaces de reducir el daño que especies reactivas de oxígeno pueden causar a nivel de la membrana celular y el ADN.<sup>10</sup>

En este sentido, la Organización Mundial para la Salud<sup>6</sup> ha recomendado un consumo diario de frutas y hortalizas de 400 g a razón de 5 porciones diarias, un equivalente aproximado de 150 kg por persona al año. Sin embargo, en muchos lugares del mundo incluyendo Latinoamérica, este consumo suele ser menor, tal como lo demuestra el análisis realizado a las encuestas aplicadas en distintos países de la región en las últimas décadas.<sup>11</sup> Aunque las técnicas de recolección de datos empleadas en cada país fueron distintas, los resultados coinciden en sus conclusiones: "un consumo predominante de alimentos energéticos, con altos contenidos de sodio, grasas y azúcares, procesados y de bajo contenido en fibra y micronutrientes, que muy probablemente han desplazado el consumo de frutas y hortalizas".<sup>11</sup> Por ejemplo, en Chile, la II Encuesta Nacional de Calidad de Vida encontró que solo 47% de los adultos comen frutas y hortalizas diariamente. En la investigación conducida en Chile por Mardones et al.,<sup>13</sup> 62% de los encuestados afirmó consumir entre una y dos porciones diarias de vegetales, sólo 5% de los entrevistados consumía las cinco porciones recomendadas. En Argentina, los resultados de la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo<sup>14</sup> revelaron que la prevalencia del consumo diario de frutas y hortalizas descendió de 40% en 2005 a 37,6% en el año 2009. También encontraron que sólo 4,8% de la población consumía al menos cinco porciones diarias, con un consumo promedio

de tan sólo dos porciones. En Perú, el estudio conducido por Díaz-Garcés<sup>15</sup> encontró que menos de 10% de las personas entrevistadas consumían los 400 g de frutas y hortalizas recomendados.

En Venezuela, la situación es similar al resto de América Latina, en la Encuesta Nacional de Consumo de Alimentos publicada por el Instituto Nacional de Estadística<sup>16</sup> se estimó que en el país para el trimestre abril-junio del año 2013 el consumo promedio de hortalizas fue de 42,23 g/día y el de frutas 108,13 g/día, en conjunto significativamente muy por debajo de lo recomendado. Dentro de los grupos alimenticios más consumidos están los cereales, ocupando el primer lugar en las preparaciones, representado principalmente por la arepa (maíz), el pan y el arroz blanco. En segundo lugar las carnes y pescados, cuyo alimento fundamental es el pollo en diferentes formas de preparación. Mientras que las leguminosas, hortalizas, tubérculos y frutas se ubican en último lugar por debajo de 6%.<sup>17</sup>

En respuesta a esta realidad, en muchos países se han implementado políticas para fomentar el consumo de vegetales. En Venezuela, se pueden mencionar el programa "5 al día" cuyo objetivo es promover el consumo de frutas y verduras en 5 o más porciones al día, el cual ha tenido sus efectos en Universidades, organizaciones no gubernamentales (ONG) y algunas empresas privadas.<sup>18</sup> También fue desarrollada por el Instituto Nacional de Nutrición en el año 2007 una guía alimentaria denominada "Trompo de los alimentos", para dar a conocer los grupos de alimentos, sus aportes nutricionales, a fin de promover la mejora de los hábitos de alimentación de la población.<sup>19</sup> Sin embargo, para que éstas políticas tengan éxito, es necesario identificar todos los factores que afectan el consumo de estos alimentos,<sup>20</sup> así como las barreras que impiden a la población acceder a los beneficios de una alimentación balanceada.<sup>18</sup>

Por tal motivo, todas las investigaciones sobre el tema del consumo de alimentos y en específico, referentes a hortalizas, frutas y otros vegetales, deben estar orientadas a identificar todos los aspectos de la dinámica alimentaria de cada comunidad, incluyendo aspectos relacionados con el gusto, los significados y las creencias atribuidos a los diferentes grupos de alimentos, las pautas sociales de consumo y el acceso a los alimentos de cada lugar.<sup>4</sup> En el presente trabajo se decidió realizar un estudio exploratorio para indagar sobre los hábitos de consumo de hortalizas y los factores que determinan su compra en la comunidad de la parroquia Santa Rita del municipio Francisco

Linares Alcántara del estado Aragua. Específicamente, con énfasis sobre la frecuencia y forma preferida de consumo de las hortalizas, las especies más consumidas, los lugares para realizar las compras del producto y los atributos percibidos por el consumidor como estándares de calidad y satisfacción personal.

## MATERIALES Y MÉTODOS

### Tipo y de área estudio

Se llevó a cabo un estudio exploratorio de tipo descriptivo y de corte transversal durante el mes de enero del año 2016, en la parroquia Santa Rita ubicada en el municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, Venezuela. Para el año 2011 la población era de 123.122 habitantes,<sup>21</sup> y la población proyectada para el año 2016 era de 136.280 habitantes.<sup>22</sup> En lo que se denomina casco central, de acuerdo con información suministrada por el Consejo Comunal de la zona en julio de 2015, los habitantes contaban con un supermercado, dos mercados estructurados de ventas de frutas y hortalizas (verdulerías), nueve puestos de vendedores ambulantes informales para la venta de estos rubros, así como numerosas tiendas de ventas de víveres, donde se ofertan este grupo de alimentos. La comercialización de hortalizas es una actividad importante en la zona.

### POBLACIÓN Y MUESTRA

Se seleccionó una muestra intencional no probabilística de 100 personas a quienes se les aplicó una encuesta anónima, diseñada por los investigadores y validada por un estadístico, con el fin de realizar un diagnóstico acerca de los hábitos de consumo de hortalizas de los habitantes de la parroquia, así como los aspectos que condicionan la compra.

Para la selección de la muestra no se considero, ningún tipo de atributo personal como determinante de inclusión. De las 100 personas seleccionadas, 50 fueron abordadas en las adyacencias de los mercados formales e informales de la parroquia, previo a la compra de alimentos, y 50 directamente en la calle.

La encuesta se estructuró en 3 partes. La primera: aspectos sociales, para caracterizar la muestra en cuanto a: (1) el sexo, (2) la edad y (3) el nivel educativo. La segunda: se consultó a los entrevistados sobre los hábitos de consumo de hortalizas: (5) frecuencia (diaria, interdiaria, pocas veces), (6) forma de consumo preferida (frescas o cocidas) y (7) especies de hortalizas consumidas con mayor frecuencia. En la tercera: se preguntó en cuanto a la compra: (8) el tipo de lugar donde

realiza sus compras con mayor frecuencia (supermercados, mercados estructurados o comerciantes informales) y (9) cuáles son los factores que considera determinantes al momento de escoger y comprar las hortalizas que posteriormente ha de consumir en su hogar (precio, aspecto fresco, tamaño, color, consistencia, higiene de embalaje).

### Análisis estadístico

Se construyeron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas. Las variables referentes al consumo de hortalizas se cruzaron con el sexo, edad y grado de instrucción de los encuestados para construir las tablas de contingencia correspondientes. Se aplicó la prueba de independencia de  $X^2$  para verificar la existencia de asociación entre tales variables. Se construyeron los gráficos bi-plot del análisis de correspondencias simples para las tablas que presentaron una asociación estadísticamente significativa. El nivel significación se fijó en 5%, por lo que un resultado se consideró estadísticamente significativo siempre que  $p \leq 0,05$ . Los datos se analizaron utilizando los programas estadísticos SPSS 21.0 y Minitab 16.0, ambos bajo ambiente Windows.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De las 100 personas encuestadas del municipio Francisco Linares Alcántara, 61 (61%) correspondían al sexo femenino con edades comprendidas entre 20 y 39 años en 57% de los casos; 14 (14%) manifestaron no tener formación académica, 42 (42%) formación básica y 44 (44%) formación universitaria. Se observó una distribución uniforme para la edad de los encuestados con predominio del consumo diario e interdiario de hortalizas (79%), lo que es indicativo de que las hortalizas forman parte de la dieta de los habitantes de la comunidad. (Tabla 1)

En cuanto a las características consideradas al momento de la compra, las personas encuestadas señalaron en primer lugar, la frescura, seguido por el precio y la higiene del embalaje. Esto coincide con lo reportado por Kulichevsky,<sup>2</sup> quien encontró que para los consumidores del Gran San Juan en Mar de Plata (Argentina), el aspecto fresco fue el atributo más importante al momento de adquirir las hortalizas. Al respecto, la norma ISO<sup>23</sup> define a las frutas y vegetales frescos como aquellos que son turgentes sin signos de estar marchitos y cuyas células no se han deteriorado. En consecuencia, se puede afirmar que en este contexto el atributo de frescura es percibido por el consumidor como sinónimo de calidad.

En cuanto al precio, aún cuando en muchos casos puede determinar la compra, para los consumidores de frutas y hortalizas un precio elevado no siempre es indicativo de un producto de calidad.<sup>24</sup>

Por otra parte, aspectos como el tamaño y el color fueron poco mencionados, a diferencia de lo descrito en trabajos relacionados con la compra y consumo de frutas; tal como en el caso de la investigación realizada por Albornoz et al.<sup>25</sup> en el municipio Maracaibo, donde el tamaño y el grado de maduración fueron los atributos más importantes considerados por las familias encuestadas al momento de la compra, seguidos por el color. Los autores afirman que la importancia del tamaño de la fruta generalmente está relacionada con el número de miembros de la familia y el rendimiento que se pueda obtener de la misma.

Con respecto al tipo de establecimiento en dónde las adquieren, hubo una ligera preferencia por los mercados estructurados populares y las redes de supermercados en relación a los vendedores ambulantes. Este resultado concuerda con los resultados descritos por Kulichevsky,<sup>2</sup> quien encontró que los pobladores de la comunidad del Gran San Juan en Mar de Plata prefieren hacer sus compras en verdulerías (54,7%) y supermercados (18,4%), en vez de puestos callejeros (12,6%). Esto puede estar relacionado con las facilidades de pago que brindan este tipo de establecimientos, específicamente el uso de tarjetas de crédito y débito; mientras que en el caso de los vendedores ambulantes el pago siempre debe ser en efectivo,<sup>26</sup> aunque en el caso particular de Venezuela, recientemente algunos vendedores ambulantes también están aceptando el pago por medios electrónicos. Esto sugiere que los consumidores de la parroquia Santa Rita toman en consideración aspectos intangibles relacionados con la seguridad, la conveniencia o la facilidad para realizar sus compras. No obstante, para indagar más acerca de estos aspectos, es necesario que en futuras investigaciones se incorporen preguntas acerca de las preferencias y los obstáculos que percibe el consumidor para la elección del lugar de compra, tales como higiene, calidad de los productos, tipo de atención, facilidades de pago, entre otras.

En cuanto a la forma de consumo, se encontró un comportamiento uniforme, los encuestados consumen las hortalizas tanto frescas como cocidas. Por otra parte, 87% de los encuestados compran entre una y ocho especies de hortalizas, con una mediana de tres a cuatro, sólo 13% compra nueve o más especies. Esto indica que la ingesta de hortalizas está concentrada en pocas especies; asimismo, las hortalizas mencionadas con

mayor frecuencia fueron lechuga, tomate, repollo, cebolla, cilantro, ajo y cebollín, que fueron mencionada en 79,5% (342/430) de las respuestas (Figura 1). Esto revela la preferencia por hortalizas para elaborar un tipo de ensalada y como condimento para dar gusto. El tomate es la hortaliza o verdura preferida y aparentemente más consumida por las personas, ya que suele estar dentro de las primeras respuestas de los consumidores, tales resultados concuerdan con los obtenidos por Arboleda et al.<sup>4</sup> y Ugur et al.<sup>27</sup>

La prueba de independencia de  $X^2$  no encontró asociación significativa entre el sexo de los encuestados y las características tomadas en cuenta a la hora de su compra ( $X^2=5,83$ ;  $p=0,468$ ), ni con el tipo de establecimiento para su adquisición ( $X^2=3,08$ ;  $p=0,220$ ), ni con la forma preferida de consumirlas ( $X^2=1,46$ ;  $p=0,468$ ); sin embargo, se encontró asociación significativa con la frecuencia de consumo ( $X^2=8,60$ ;  $p=0,030$ ) y con el número de hortalizas consumidas principalmente ( $X^2=18,93$ ;  $p=0,043$ ).

En la figura 2A se puede apreciar que el consumo diario es independiente del sexo, ya que este patrón se encuentra aproximadamente a igual distancia de las categorías femenino (F) y masculino (M) en el biplot. Por otra parte, se puede observar que el consumo eventual por semana es más frecuente en individuos de sexo masculino y el consumo interdiario en individuos de sexo femenino. También se encontró que la respuesta "casi nunca consumen hortalizas" solo correspondió a 2% del sexo femenino.

En la figura 2B, se ilustra un comportamiento complejo con respecto al número de hortalizas consumidas según el sexo, aunque puede observarse que para el femenino son más probables consumos de 1 a 2, 5 a 6 y 9 a 10 hortalizas y para el masculino de 3 a 4 hortalizas, los niveles de consumo 7 a 8 y 11 o más muestran un comportamiento independiente del sexo por cuanto que se encuentran equidistantes de estas categorías.

De acuerdo con estos resultados se puede afirmar, de manera general, que las personas que consumen diariamente hortalizas, con variedad de especies en su dieta, lo hacen independientemente del sexo. Pero la menor frecuencia de consumo, suele estar más asociada a personas del sexo masculino. Calvino<sup>20</sup> ha concluido que el sexo femenino tiende a prestar mayor atención a tópicos relacionados con la nutrición, la salud y la estética, por ende suelen incorporar más este tipo de alimentos en su dieta.

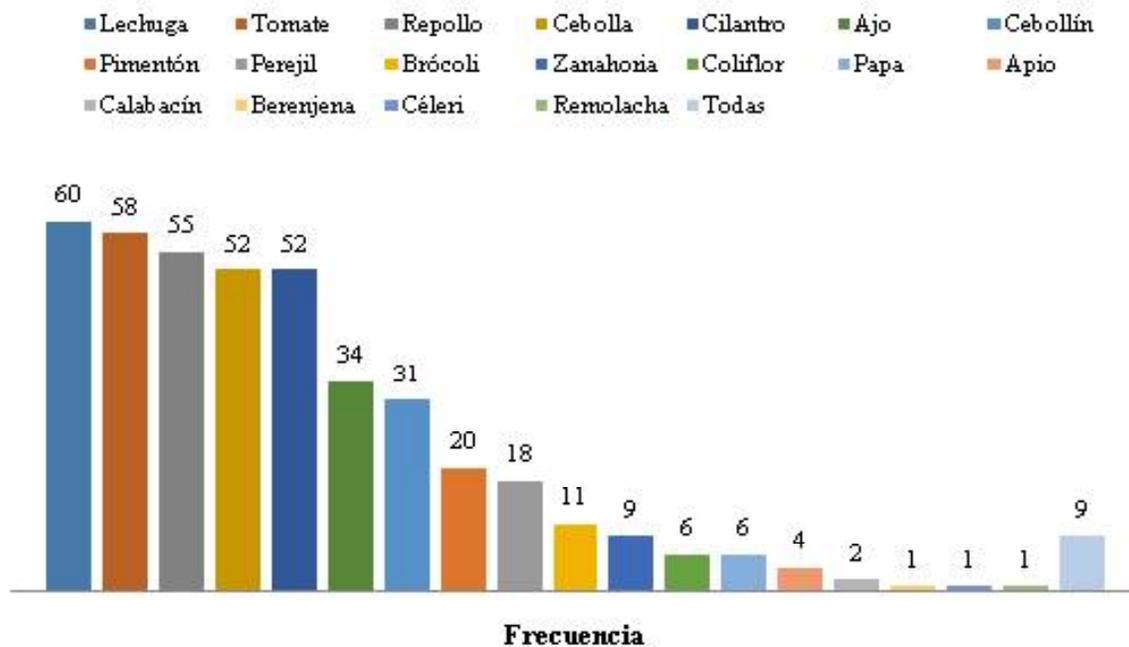
**Tabla 1.** Grupo etario y características del consumo de hortalizas.

Variable	Categoría	Fr	%
<b>Edad</b>	20 – 29	31	31
	30 – 39	26	26
	40 – 49	15	15
	50 o más	28	28
<b>Frecuencia de consumo de hortalizas</b>	Diario	41	41
	Interdiario	38	38
	Pocas veces por semana	18	18
	Casi nunca	3	3
<b>Atributos considerados para la compra</b>	Frescura	44	44
	Color	4	4
	Consistencia	3	3
	Precio	24	24
	Tamaño	6	6
	Higiene del embalaje	12	12
	Color y tamaño	1	1
	Frescura y color	1	1
	Frescura y consistencia	2	2
	Precio y frescura	2	2
	Todas las anteriores	1	1
<b>Establecimientos en donde adquiere las hortalizas</b>	Vendedores ambulantes	23	23
	Mercados populares	37	37
	Red de supermercados	40	40
<b>Forma preferida de consumo</b>	Frescas	58	58
	Cocidas	41	41
	Frescas y cocidas	1	1
<b>Número de hortalizas incluidas en su dieta</b>	1 a 2	17	17
	3 a 4	34	34
	5 a 6	18	18
	7 a 8	18	18
	9 a 10	3	3
	11 o más	10	10

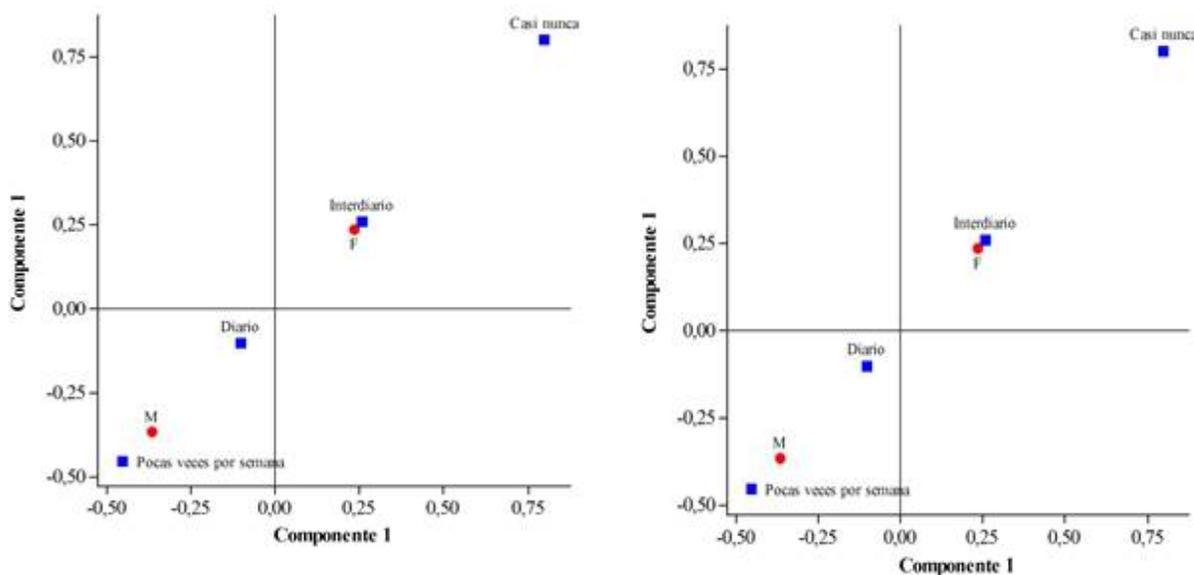
El grupo etario no mostró asociación significativa con las variables relacionadas al consumo de hortalizas, a saber: frecuencia de consumo ( $X^2=9,48$ ;  $p=0,403$ ), características de la hortaliza tomadas en cuenta a la hora de su compra ( $X^2=17,89$ ;  $p=0,478$ ), tipo de establecimiento para su adquisición ( $X^2=5,98$ ;  $p=0,433$ ), forma preferida de consumirlas ( $X^2=2,73$ ;  $p=0,976$ ) y número de hortalizas consumidas principalmente ( $X^2=25,16$ ;  $p=0,890$ ). Estos resultados difieren de lo observado en otros trabajos, en los cuales la asociación entre la edad, la frecuencia y la forma de consumo, suelen ser significativas.<sup>26-28</sup> En estas investigaciones se evidenció que los adultos mayores de 50 años tienden a consumir con mayor frecuencia las hortalizas y en estado fresco; esto se atribuye a que al aumentar la edad las personas adoptan hábitos más

saludables e incluyen en sus dietas los alimentos por sus beneficios para prevenir enfermedades crónicas. De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación, se puede afirmar que los hábitos y frecuencia de consumo de las hortalizas de los entrevistados en la parroquia Santa Rita son independientes de la edad.

Se encontró asociación significativa entre el grado de instrucción y el tipo de establecimiento para la adquisición de las hortalizas ( $c^2=20,85$ ;  $p<0,001$ ). Para el resto de las variables no se determinó asociación estadísticamente significativa, a saber: frecuencia de consumo ( $X^2=11,46$ ;  $p=0,069$ ), características de la hortaliza tomada en cuenta a la hora de su compra ( $X^2=15,51$ ;  $p=0,210$ ), forma preferida de consumirlas



**Figura 1.** Principales Hortalizas consumidas por los encuestados.  
 Nota: Por ser una pregunta abierta, el número total de respuestas fue mayor al número total de encuestados



**Figura 2. A.** Bi-plot para la frecuencia de consumo y el sexo. **B.** Bi-plot para el número de hortalizas consumidas principalmente y el sexo.

Sexo identificado con círculos rojos, frecuencia de consumo y número de hortalizas identificados con cuadrados azules

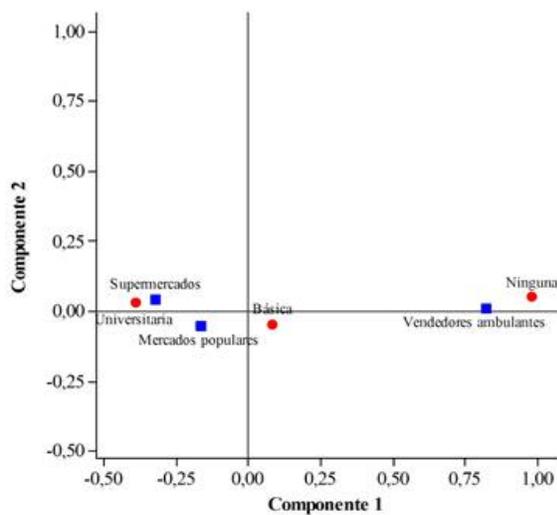


Figura 3. Bi-plot el grado de instrucción del encuestado y el local donde adquieren las hortalizas.

Nivel de instrucción identificado con círculos rojos, local donde adquieren las hortalizas identificado con cuadrados azules

( $X^2=4,11$ ;  $p=0,373$ ) y número de hortalizas consumidas principalmente ( $X^2=24,36$ ;  $p=0,331$ ).

En la figura 3 se puede apreciar que los encuestados con niveles de instrucción básico y universitario tienden a preferir los mercados populares (verdulerías) y supermercados para la adquisición de hortalizas, mientras que los encuestados con ninguna formación muestran mayor tendencia a realizar la compra a vendedores ambulantes. El nivel de educación suele estar asociado con la frecuencia de consumo, tal como lo describe Calvino,<sup>20</sup> puesto que en las instituciones educativas se da la divulgación de programas y políticas de estado, así como iniciativas de organizaciones públicas y privadas, que permiten la promoción de buenos hábitos alimenticios.<sup>18</sup>

El hecho de que el nivel educativo influya en la selección del lugar de compra puede estar asociado al conocimiento por parte de las personas de conceptos como inocuidad, salubridad y calidad. Es posible que el atributo de confianza para la selección del lugar de compra, para las personas con un nivel de instrucción básico o universitario, esté relacionado con la higiene y

forma de almacenamiento de las hortalizas. Igualmente prefieren comprar en verdulerías y supermercados aprovechando las ventajas de las formas de pago y financiamiento así como las condiciones de frescura e higiene con lo cual logran mantener los productos mayor tiempo.

Si bien es cierto que la mayoría de los entrevistados manifestó su interés por el consumo de este grupo de alimentos, fue evidente la limitación para la adquisición de los mismos en cantidad y variedad. En estos últimos años la población venezolana en general ha experimentado grandes limitaciones para lograr y mantener un estilo de vida saludable. La situación se ha agravado sustancialmente, de manera tal que desde la fecha en que se aplicó la encuesta y la fecha de publicación de este trabajo, los patrones de alimentación han cambiado drásticamente, tal como lo afirman Landaeta-Jiménez et al.,<sup>29</sup> Venezuela está atravesando por una crisis sin precedentes, donde el tema de la alimentación y la salud está afectando a los estratos más vulnerables. De acuerdo con los hallazgos de estos investigadores un porcentaje importante de venezolanos (29% de los entrevistados) tiene una dieta monótona y deficiente, que no cubre las necesidades energéticas y nutricionales básicas, donde los grupos alimenticios correspondientes a cárnicos, frutas, hortalizas y legumbres son los menos consumidos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La compra y consumo de hortalizas de los habitantes de la parroquia Santa Rita fue influenciada por dos factores socioculturales a saber, el sexo y el nivel de educación. El sexo femenino presentó hábitos de consumo más frecuentes que el sexo masculino. El nivel de instrucción condicionó el lugar de compra. Las personas con mayor nivel de educación prefieren adquirir las hortalizas en verdulerías y supermercados por encima de los puestos ambulantes, jugando un papel importante al momento de la compra la frescura y la higiene.

Es importante que para futuros trabajos se incremente el número de encuestados y se incluyan variables socioeconómicas, que permitan establecer las limitaciones de la comunidad en cuanto a su poder adquisitivo y el efecto sobre el consumo de alimentos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1) Gracia M. La alimentación en el umbral del siglo XXI: Una agenda para la Investigación Sociocultural en España. En: Somos lo que comemos: Estudios de Alimentación y Cultura en España. Barcelona: Editorial Ariel 2002; 15-38.
- 2) Kulichevsky A. El consumo de hortalizas en el Gran San Juan. Un estudio exploratorio. Tesis de Maestría. Programa de Agronegocios y Alimentos, Escuela de Graduados Alberto Soriano, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 2010.
- 3) Wolf O, Nilsagard H. Reversed food chain - From the plate to the farm. Priorities in food safety and food technology for European research. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre, European Commission 2002; Report EUR 20416 EN.
- 4) Arboleda LM, Duque MM, Urrea JA. Significado del consumo de frutas y hortalizas del municipio de Turbo, Urabá Antioqueño. Saúde Soc. São Paulo 2013; 22(4):1247-1256.
- 5) Dauchet L, Amouyel P, Hercberg S, Dallongeville J. Fruit and vegetable consumption and risk of coronary heart disease: a meta-analysis of cohort studies. J Nutr 2006; 136(10):2588-2593.
- 6) World Health Organization (WHO). Fruit and vegetable promotion initiative / a meeting report / 25-27/08/03. Report of the meeting. August 25-27. Geneva: Switzerland, 2003.
- 7) Dauchet L, Amouyel P, Dallongeville J. Fruits, vegetables and coronary heart disease. Nat Rev Cardiol 2009; 6(9):599-608.
- 8) Hardin J, Cheng I, Witte JS. Impact of consumption of vegetable, fruit, grain, and high glycemic index foods on aggressive prostate cancer risk. Nutr Cancer 2011; 63(6): 860-872.
- 9) Boeing H, Bechthold A, Bub A, Ellinger S, Haller D, Kroke A, et al. Critical review: vegetables and fruit in the prevention of chronic diseases. Eur J Nutr 2012; 51(6):637-663.
- 10) Cárdenas GD, Arrazola G, Villalba M. Frutas tropicales: fuente de compuestos bioactivos naturales en la industria de alimentos. INGENIUM 2016; 17(33):29-40.
- 11) Shamah T, Cuevas L, Mayorga E, Valenzuela DG. Consumo de alimentos en América Latina y el Caribe. An Venez Nutr 2014; 27(1):40-46.
- 12) Ministerio de Salud de Chile. II Encuesta Nacional de Calidad de Vida. Santiago de Chile: MINSAL, 2006.
- 13) Mardones MA, Olivares S, Araneda J y Gómez N. Etapas del cambio relacionadas con el consumo de frutas y verduras, actividad física y control del peso en estudiantes universitarios chilenos. ALAN 2009; 59(3):304-309.
- 14) Ferrante D, Linetzky B, Konfino J, King A, Virgolini M, Laspiur S. Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2009: Evolución de la epidemia de enfermedades crónicas no transmisibles en Argentina. Estudio de corte transversal. Rev Argent Salud Pública 2011; 2(6):34-41.
- 15) Díaz-Garcés F, Vargas-Matos I, Bernabé-Ortiz A, Diez-Canseco F, Trujillo AJ, Miranda JJ. Factors associated with consumption of fruits and vegetables among Community Kitchens customers in Lima, Peru. Prev Med Rep 2016; 4:469-473.
- 16) Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta nacional de consumo de alimentos. Abril-Junio 2013. Boletín informativo N° 2. Caracas, 2014. 4 p.
- 17) Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta nacional de consumo de alimentos (ENCA). Informe Resultados Preliminares Abril-Septiembre 2015. Caracas, 2016. 22 p.
- 18) Olavarría S, Zacarías I. Obstaculizadores y facilitadores para aumentar el consumo de frutas y verduras en seis países de Latinoamérica. ALAN 2011; 61(2):154-162.
- 19) Instituto Nacional de Nutrición (INN). Ministerio del Poder Popular para la Alimentación de Venezuela. Trompo de los alimentos. 2007, 17 p.
- 20) Calvino P. El consumo de hortalizas frescas en hogares de Mar del Plata. Tesis de grado para optar al título de Licenciado en Economía. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina, 2010.
- 21) Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo 2011. Población empadronada por sexo, según entidad federal, municipio y parroquia. [Documento en línea]. Disponible en: [http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/CensodePoblacionyVivienda/xls/CuadrosResumenCenso2011/MunicipiosParroquias/Poblacion\\_Sexo\\_Censo\\_2011\\_Mu\\_Pa.xls](http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/CensodePoblacionyVivienda/xls/CuadrosResumenCenso2011/MunicipiosParroquias/Poblacion_Sexo_Censo_2011_Mu_Pa.xls)
- 22) Instituto Nacional de Estadística (INE). Proyecciones de población con base al censo 2011. Proyección de la población al 30 de junio, según entidad federal y municipios (año calendario). [Documento en línea]. Disponible en: [http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/SituacionDinamica/Proyecciones/xls/Entidades/Resumen\\_Municipios.xls](http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/SituacionDinamica/Proyecciones/xls/Entidades/Resumen_Municipios.xls)
- 23) International Organization for Standardization (ISO). ISO 7653:1998(en). Fresh fruits and vegetables - Vocabulary. 1998. [Documento en línea]. Disponible en: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:7653:ed-1:v1:en>
- 24) Martín IC, Mercader OA, Macías C. Intervenciones para promover el consumo de hortalizas y frutas en Cuba. Rev Chil Nutr 2006; 33(Supl 1):1-8.
- 25) Albornoz A, Ortega L, Segovia E, Bracho Y, Cubillán G. Atributos de compra de frutas frescas a nivel urbano. Bioagro 2009; 21(1):57-62.
- 26) Piola M, El Jaber EY, Mitidieri M. Estudio sobre incentivos y obstáculos en el consumo de frutas y hortalizas en mujeres del área metropolitana de Buenos Aires, Argentina. 2008. INTA del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Presidencia de la Nación Argentina. 1-10.

- 27) Ugur A, Gok Y, Ugur HG. Impact of socio-cultural and economic factors on vegetable consumption behaviours: case of Giresun province, Turkey. *Food Sci Technol* 2014; 34(4): 688-693.
- 28) Othman KI, Ab Karim MS, Karim R, Adzhan N, Halim NA, Osman S. Factors influencing fruits and vegetables consumption behaviour among adults in Malaysia. *J Agribusiness Market* 2012; 5:29-46.
- 29) Landaeta-Jiménez M, Herrera M, Vásquez M, Ramírez G. La alimentación de los venezolanos, según la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida 2015. *An Venez Nutr* 2016; 29(1): 18-30.