



**OPORTUNIDAD DE DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS SALUDABLES EN
COLOMBIA**

MELANIE LIBOS E IVAN MELO

COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN – CESA

PREGRADO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ

2018

**OPORTUNIDAD DE DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS SALUDABLES EN
COLOMBIA**

DIRECTOR: ARTURO HUERTAS

COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN – CESA

PREGRADO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ

2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción	5
2. Estado del arte	10
3. Productos saludables que tienen mayor aceptación en el mercado colombiano.	13
4. Tendencias de comida y alimentación en Colombia.	17
5. Productos saludables que generan el mejor impacto en la salud.....	23
6. Modelo actual de la producción de los alimentos en Colombia.....	26
7. Modelo nuevo de producción de alimentos saludables.....	32
7.1. <i>La comunidad campesina.</i>	33
7.2. <i>Población urbana perteneciente a la clase social baja.</i>	39
7.3. <i>Modelo tiendas ARA y cómo lograr vender los productos allí.</i>	44
8. Recomendaciones.....	45
9. Conclusiones	47
10. Bibliografía	49

INDICE DE TABLAS

TABLA 0-1. LOS 10 ALIMENTOS SALUDABLES MÁS SOLICITADOS POR LOS COLOMBIANOS.	16
TABLA 0-2. ALIMENTOS NECESARIOS PARA EL CUERPO.....	23
TABLA 0-3. ALIMENTOS MÁS SALUDABLES PARA EL SER HUMANO.....	25
TABLA 0-4. EJEMPLOS DE PRECIOS DE VARIAS VERDURAS ORGÁNICAS.	29
TABLA 0-5. COMPARATIVO DE PRECIOS ENTRE CORABASTOS Y CARULLA.	30
TABLA 0-6. PROPUESTA MODELO HUERTA URBANA. FUENTE PROPIA	41

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. OFERTA DE PRODUCTOS QUE CUBREN LAS NECESIDADES DIETÉTICAS DE LOS COLOMBIANOS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
GRÁFICA 2. PREVALENCIA DE SOBREPESO Y OBESIDAD EN ADULTOS DE 18 A 64 AÑOS A NIVEL NACIONAL, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
GRÁFICA 3. PROPORCIONES NACIONALES (5 A 64 AÑOS) DE LAS FRECUENCIAS DIARIAS DE CONSUMO POR GRUPO DE ALIMENTOS.	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
GRÁFICA 4. INGREDIENTES Y TENDENCIAS DE COMIDA EN COLOMBIA.	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
GRÁFICA 5. FACTORES QUE CONTRIBUYEN AL DESARROLLO DEL SOBREPESO Y LA OBESIDAD INFANTIL.	12
GRÁFICA 6. INGREDIENTES Y TENDENCIAS DE COMIDA EN COLOMBIA.	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
GRÁFICA 7. MODELO DE PRODUCCIÓN PARA LA COMUNIDAD CAMPESINA.....	39

1. Introducción

En Colombia cada vez aumenta más el consumo de alimentos saludables. La generación de nuevas ofertas en las empresas de bebidas y alimentos enfocadas en una propuesta saludable son explicadas por los cambios de hábitos y nuevas tendencias en las preferencias de los consumidores. Las grandes industrias siguen las tendencias y se adaptan agregando a sus portafolios más líneas de productos con beneficios para la salud de los consumidores. Se estima que para el 2018, la categoría puede llegar a representar alrededor del 10% del consumo anual de alimentos y bebidas procesados, lo que se traduce en 21.000 millones de dólares (El Tiempo, 2016).

Es importante aclarar a qué se hace referencia cuando se habla de productos saludables, Según Diners, “(...) Una alimentación saludable inicia desde que estamos en el vientre de la madre (...) Después, una alimentación adecuada formará hábitos que permanecerán toda la vida. Por eso, trabajar con niños y adolescentes en hábitos alimentarios (...) ha demostrado tener impacto en los futuros adultos que logran compenetrarse con este tipo de vida saludable a lo largo del tiempo”. En Colombia, el 67% de las personas le dan importancia alta a los ingredientes de las bebidas y alimentos que consumen. Entre estos, los ingredientes naturales y comidas menos procesadas son la prioridad. En la siguiente gráfica se pueden ver los resultados del estudio de Nielsen, en donde se evidencian las preferencias de los consumidores en el momento de la compra.

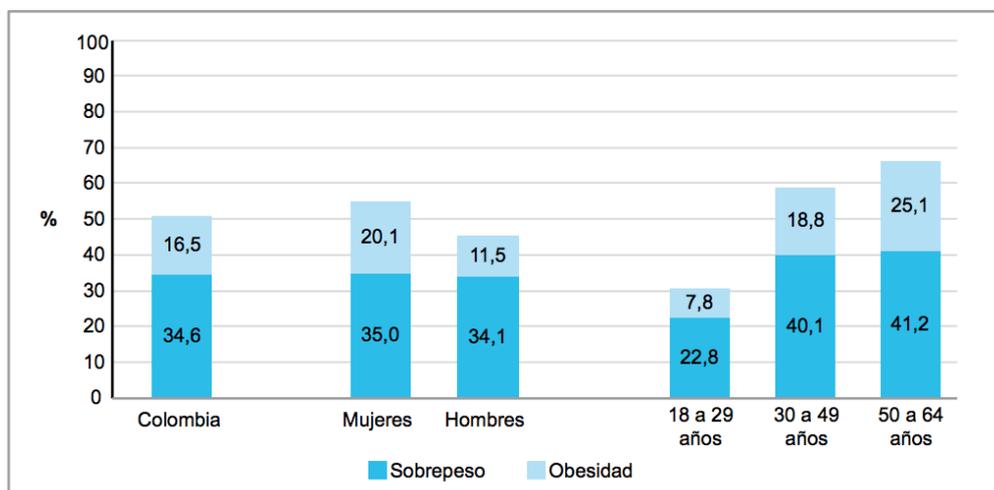
Gráfica 1. Oferta de productos que cubren las necesidades dietéticas de los colombianos



Fuente: Nielsen, (2016)

En Colombia, más de la mitad de la población (57%), entre los 18 y 64 años está por encima del peso recomendado. El 12% de los hombres tiene obesidad, y más del 20% de las mujeres sufren de sobrepeso (Diners, 2016). El país enfrenta una transición nutricional en la que persisten los problemas de desnutrición mientras aumenta el problema de sobrepeso y obesidad en la población (BID, 2010). Según un estudio del ENSIN (Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia) se observó que el exceso de peso en los colombianos adultos aumentó, además se encontró que uno de cada dos colombianos tiene sobrepeso y en el área urbana es donde se encuentra la mayor cantidad de personas con problemas de sobrepeso. En la siguiente gráfica se puede apreciar el sobrepeso y obesidad a nivel nacional, según sexo y grupos de edad.

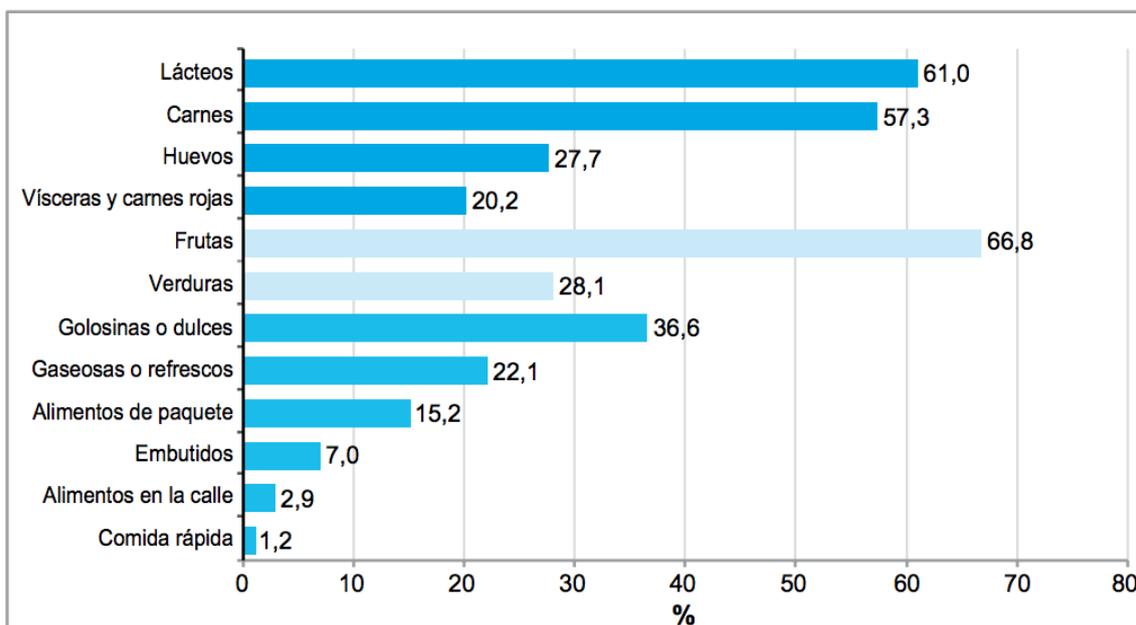
Gráfica 2. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adultos de 18 a 64 años a nivel nacional, según sexo y grupos de edad.



Fuente: ENSIN, (2010).

Se encontró que las Enfermedades No Transmisibles (ETN) son la principal causa de enfermedad y muerte en el mundo y en Colombia; su elevada presentación está relacionada de manera amplia con factores de riesgo del comportamiento tales como dieta no saludable (entendida como la ingesta elevada de grasas saturadas, sal, azúcares y dulces y consumo insuficiente de frutas y verduras), la inactividad física, el tabaquismo y el consumo abusivo de alcohol (Alimentación saludable, 2013). En un estudio del ICBF, se encontró que el 20,5% de los colombianos consumen frutas 3 o más veces cada día y que únicamente 3 de cada 10 personas consumen todos los días verduras y hortalizas, de hecho, sólo el 6,4% lo hacen 2 o más veces, 1 de cada 4 consume comidas rápidas semanalmente, y lo hace el 34,2% de los jóvenes entre 14 y 18 años. Lo que es más preocupante, es que este bajo consumo se agudiza en los estratos sociales bajos y en las zonas rurales donde paradójicamente se producen (ENSIN, 2010).

Gráfica 3. Proporciones nacionales (5 a 64 años) de las frecuencias diarias de consumo por grupo de alimentos.



Fuente: ENSIN, (2010).

Lo importante, para fines de este trabajo y en relación con la problemática colombiana, es que los consumidores de alimentos saludables en Colombia están demandando alimentos libres de azúcar, sin colorantes ni saborizantes, menos sodio y gluten, que tengan atributos para la salud y en pro de la prevención de enfermedades ligadas a la alimentación. Los alimentos al ser libres de colorantes, sabores artificiales, pesticidas y fertilizantes químicos disminuyen la probabilidad de causar alergias o lesiones intestinales (RCN, 2017).

En el mercado los productos reducidos en azúcar o sin ella, experimentaron un rápido crecimiento, y los productos naturalmente sanos han llamado la atención de los consumidores debido al redescubrimiento de los beneficios de los productos ancestrales y tradicionales, como las semillas de chía y quinua. o aloe vera, como también las super frutas, principalmente el arándano. Los fabricantes han respondido y están ofreciendo productos con semillas de quinua o chía, principalmente en galletas y arepas, y el arándano rojo no solo está presente en el jugo, sino también en bocadillos y galletas (Euromonitor, 2017). Según Nielsen, el 80% de los colombianos selecciona alimentos que los ayuden a prevenir enfermedades. Esto demuestra que la salud hoy es una prioridad para el consumidor y se preocupa por la obesidad, sobrepeso y problemas como la

hipertensión, enfermedades cardiovasculares y la diabetes, provocados, en muchos casos, por una mala alimentación (Nielsen, 2017).

De acuerdo con Nielsen, “las tendencias del mercado y el consumo se mueven hacia categorías de alimentos y bebidas que tengan beneficios funcionales o representen un consumo mucho más light”. La categoría de alimentación saludable en Colombia representa un 20% del gasto total de la canasta familiar, y crece un 10% anual. En un estudio realizado por Nielsen, se evidencia la inclinación hacia un estilo de vida saludable en la alimentación y hábitos de consumo. Como lo demuestra la siguiente gráfica, cada vez son más los consumidores que modifican sus hábitos alimenticios, motivados por sensibilidad alimentaria, alergias, deseo de mantenerse saludables o convicciones personales. (Nielsen, 2017)

Gráfica 4. Ingredientes y tendencias de comida en Colombia.



Fuente: Nielsen, (2016)

El problema es que estas categorías están siendo consumidas en mayor medida por las clases altas en todos los países (Nielsen, 2014). Ahora bien, hay limitantes que restringen el alcance de estos productos a los estratos bajos del país. El principal motivo son los precios elevados de los productos saludables que llegan al mercado. La diferencia

de precios entre los alimentos saludables y los de comida rápida ha aumentado de manera significativa en los últimos años. Así lo revelan estudios del Centro para la Investigación de la Dieta y Actividad, la creciente brecha en los precios ha causado un creciente aumento en el consumo de alimentos económicos, que, por lo general, son los menos saludables en el mercado. De modo que hay una cuestión de clase social que determina la alimentación, y las familias en momentos de crisis reducen primero el gasto en los alimentos más caros, como proteína de origen animal, frutas y verduras (SESPAS, 2017).

De acuerdo a lo anterior, se expone como problema de investigación para el presente el trabajo analizar el consumo de productos saludables y el crecimiento del estilo de vida saludable de la población colombiana, a partir de la pregunta ¿Cómo se puede lograr que productos saludables lleguen a estratos de poder adquisitivo bajo en Colombia?. Es por lo anterior por lo que se plantea la siguiente hipótesis: los productos saludables pueden ser más asequibles para la población de menor poder adquisitivo, a través de alianzas con proveedores de recursos y materia prima local para su producción.

Para llevar a cabo lo expuesto en el párrafo anterior, se desarrolla el siguiente objetivo general: plantear/proponer una alternativa de producción y generación de productos saludables a bajo costo que esté al alcance y sea asequible para los estratos de poder adquisitivo bajo en Colombia. Asimismo, la investigación se realiza a partir de cinco objetivos específicos: (i) Identificar la categoría de productos saludables que tienen mayor aceptación en el mercado colombiano; (ii) Establecer qué grupo de productos saludables generan el mayor impacto en la salud; (iii) Describir las tendencias de comida y alimentación en Colombia; (iv) Evaluar el modelo actual de la producción de los alimentos en Colombia; y (v) Proponer un modelo nuevo para dar solución al objetivo general.

2. Estado del arte

Las investigaciones científicas sobre el estado de salud nutricional en Colombia son lideradas por el Ministerio de Salud y Protección Social, el estudio más completo la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) hecho por el ICBF en el 2010, donde se realizó una evaluación del estado de la nutrición en la población colombiana y en el cual se encuentran diferentes datos que van desde la nutrición, la

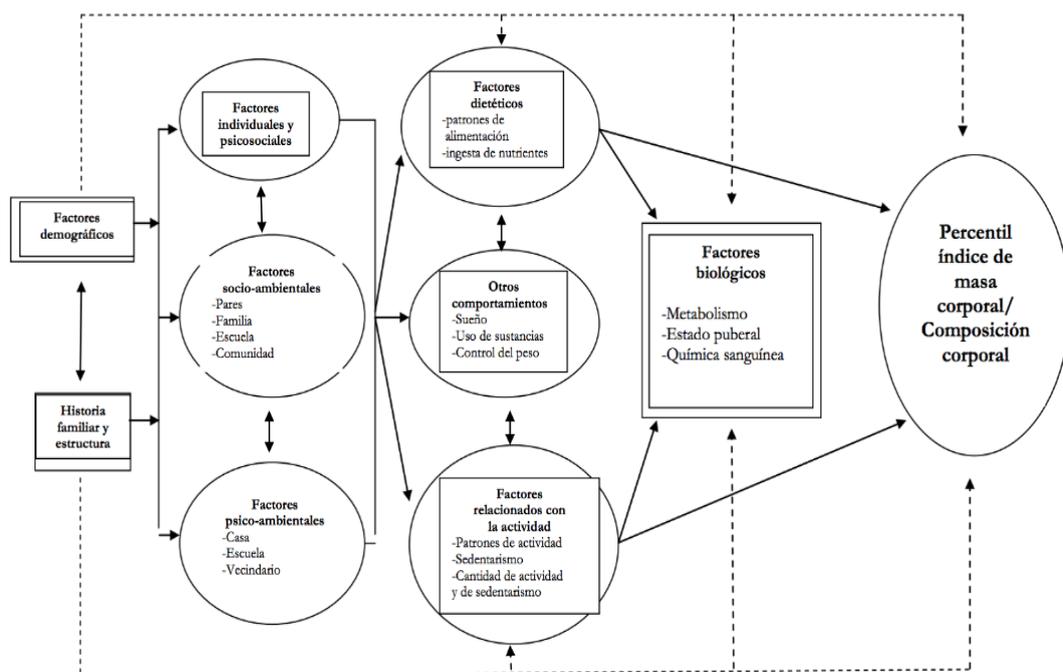
actividad física, sobrepeso, demográficas y socioeconómicas. En esta investigación se encuentran resultados interesantes del sobrepeso el cual es un problema de salud pública, en donde el 46% de la población tiene exceso de peso, la obesidad y el sobrepeso son predominantes en las mujeres, la obesidad aumenta a mayor nivel del SISBEN y en las zonas urbanas y en las mujeres a menor nivel educativo, y la necesidad de fortalecer las políticas públicas que propicien el mejoramiento de las oportunidades que permitan a la población acceder a cantidad y calidad de los alimentos que requieren para llevar una vida sana y activa (ENSIN,2010). En otro estudio realizado el cual cita al ENSIN y ENDS (Encuesta Nacional de Demografía y Salud), se encuentran entre los principales resultados que para 2010 la obesidad se concentra dentro del grupo de hombres con mejores niveles socioeconómicos, mientras que en las mujeres se concentra en la parte baja de la distribución de ingreso (Acosta, 2014). El estudio más reciente es el Análisis de Situación de Salud (ASIS) Colombia 2016 donde existe una correlación estadísticamente significativa entre diversos hábitos y costumbres entre otros la alimentación como factores del balance salud-enfermedad en la población colombiana, la interacción entre las condiciones de vida y el nivel de los procesos de salud en las diferentes escalas territoriales, políticas y sociales (ASIS,2016). Para el análisis de los efectos de la salud y sus determinantes, se utilizan datos estadísticos provenientes del DANE, información de los Registros Individuales de Prestación de Servicios de Salud, información del ENSIN e información del Ministerio de Educación Nacional.

La Universidad Nacional con su grupo de investigación en nutrición y dietética evalúa planes, programas y proyectos en el campo de alimentación y nutrición humana ha generado varias líneas investigación que en este momento todavía están en estudios. Un ejemplo de la investigación realizada se ha plasmado en el libro Alimentación y Nutrición en Dislipidemias, Síndrome Metabólico y Enfermedad Cardiovascular de la doctora María del Pilar Barrera Perdomo, hecho durante 24 años de investigación clínica en nutrición y el cual trata sobre las enfermedades cardiovasculares como el infarto agudo de miocardio y la insuficiencia cardíaca representan la primera causa de mortalidad en individuos mayores de 45 años en Colombia y del impacto de la nutrición en la salud de la población colombiana y sobre dichos problemas.

En otras publicaciones como la Nutrición en Colombia del BID, los indicadores utilizados son el IMC (índice de masa corporal), el indicador de peso para la edad, la

prevalencia de anemia y deficiencia de micronutrientes esenciales como yodo, hierro, zinc, ácido fólico, vitamina A, vitamina C y calcio, entre otros. En estos casos, se presenta la prevalencia de deficiencia en la medida en que los datos necesarios estén disponibles. Los datos que se encuentran en la publicación son que el peso aumenta cuando se ingiere más energía de la que se necesita o se gasta, la causalidad del sobrepeso y la obesidad hay que buscarla en los factores que determinan la ingesta y el gasto de energía. Entre otras causas de ingesta elevada se encuentran el consumo de alimentos ricos en grasas y azúcares. En particular, existe evidencia que las personas que consumen grandes cantidades de bebidas con alto contenido calórico padecen con mayor frecuencia de sobrepeso u obesidad. De igual manera, se ha demostrado que el tamaño excesivo de las porciones de alimentos contribuye su consumo más allá de la satisfacción del hambre y, por ende, al consumo excesivo de energía. En cuanto al gasto de energía, el factor más modificable por el estilo de vida es la actividad física. Se ha documentado que personas que pasan mayor tiempo del día en actividades sedentarias, tales como ver televisión, tienen mayor riesgo de tener sobrepeso y obesidad, mientras que en quienes se dedican a trabajos con alta demanda de actividad dicho riesgo es menor. En el siguiente gráfico se evidencia un marco conceptual desarrollado sobre los determinantes del sobrepeso y la obesidad en los niños

Gráfica 5. Factores que contribuyen al desarrollo del sobrepeso y la obesidad infantil.



Fuente: BID, (2010).

3. Productos saludables que tienen mayor aceptación en el mercado colombiano.

Recientemente ha habido un considerable aumento de comida y hábitos saludables en Colombia. Un porcentaje cada vez mayor de colombianos prefieren consumir productos saludables para prevenir el sobrepeso y/o las enfermedades relacionadas con los comportamientos alimenticios. Es por lo anterior por lo que los consumidores prefieren buscar en los supermercados alimentos orgánicos, naturales, bajos en azúcar y sal, y sin conservantes, colorantes y artificiales. Los compradores están buscando frecuentemente opciones de alimentos “donde los procesos sean menos invasivos, donde se valoren procesos orgánicos que no tengan alteraciones químicas y que sean amigables con el medio ambiente. Como las tendencias son cíclicas, todo está volviendo a lo natural.” (RCN Radio, 2017)

Los consumidores colombianos están cada vez más de acuerdo con preferir los alimentos naturales por encima de los procesados, y ahora un número cada vez mayor prefiere leer antes las etiquetas del producto que está comprando y verificar que su contenido sea amigable con su cuerpo. Y no es para menos, pues Colombia es uno de los países latinoamericanos donde más se ha evidenciado la preferencia saludable en cuanto a los alimentos. Según lo descrito en el diario El Espectador los consumidores están buscando alimentos funcionales, aquellos que sean capaces de proporcionar beneficios para las personas, como los que pueden reducir riesgos de enfermedades. “El 63% de los encuestados consideran muy importante que los alimentos sean altos en fibra, un 54% los busca ricos en proteínas, un 52% que sean fortificados con vitaminas. Otros piensan que es muy importante que sean fortificados con calcio (51%), que contengan minerales (49%) y que sean fortificados con micronutrientes (41%), para satisfacer sus necesidades de nutrición. También cobra importancia que sean ricos en grasas no saturadas (45%)” (El Espectador, 2015)

De igual manera, en Colombia se evidencia la práctica de la tendencia mundial conocida como el consumo responsable, donde priman la adquisición y consumo de productos alimenticios orgánicos, saludables, y agradables con el medio ambiente y la salud pública, combinando esto con los hábitos “fitness” como el ejercicio, el contacto con la naturaleza y el culto al cuerpo saludable. Es por lo anterior que muchas veces los

productos foco de compra de los consumidores saludables son las frutas y las verduras, los bajos en azúcar y grasas y los libres en artificiales y colorantes. Además, los consumidores prefieren elegir mercados destinados a la venta de estos productos que a los mercados tradicionales “esto es parte del entusiasmo del consumidor por tomar decisiones de compra más pensadas y comprar marcas “responsables” que vendan productos de calidad por un valor real. El espacio en estantería recuperado para productos “feos” y deformes es impulsado por compradores que sospechan de la “cadena de alimentos industrializados”, además de la popularización de dietas tradicionales y las preocupaciones sobre el desperdicio de alimentos. Los colombianos están atreviéndose a consumir productos cada vez más saludables, por ejemplo, 57% de las personas están dispuestas a pagar más por los alimentos y bebidas que no contengan ciertos ingredientes.” (Vanguardia, 2017)

Ahora bien, en una encuesta realizada por Nielsen en el año 2016 se evidenció que, gracias a los nuevos comportamientos alimenticios de los colombianos, estos quisieran encontrar en el mercado productos más saludables y más accesibles para su nuevo estilo de vida. Productos cuyos ingredientes sean 100% naturales, sin azúcar, sin grasa, libres de colorantes artificiales y de sabores artificiales y productos más orgánicos en el surtido. Asimismo, en Colombia el consumo de alimentos orgánicos y saludables es una tendencia que no para de crecer, tanto así que algunas personas están empezando a tener cultivos orgánicos propios. Y es que las tendencias del mercado y del consumo actual van dirigidos hacia los alimentos y bebidas de tipo “light” cuyo propósito sea beneficioso para el organismo. “Se calcula que este mercado mueve alrededor del 20% del consumo de alimentos en el país y crece 10% anual, pues los compradores quieren encontrar características diferenciadas, por ejemplo, que contengan algunas funcionalidades o atributos, que se puedan ligar a salud o mayor bienestar como menos sodio, azúcar o gluten.” (Vanguardia, 2017). Así pues, según estudios e investigaciones previas se puede decir que los productos saludables con mayor aceptación en Colombia son aquellos que son producidos naturalmente, que no tengan ningún aditivo artificial y que además sea bajo en azúcares artificiales.

Entre los productos más vendidos en el mercado de lo saludable en Colombia están las bebidas beneficiosas, específicamente los jugos hechos a base de frutas y verduras 100% naturales. Esta tendencia ha venido en crecimiento en el país gracias en

parte a la nueva oferta de tiendas destinadas a la venta exclusiva de estos productos como *Cosechas* y *Bawana o Nativos*, las cuales han cambiado la forma de consumir bebidas naturales y han permitido que gran parte de la sociedad colombiana tenga un acceso fácil al consumo de jugos hechos básicamente de solo frutas y hortalizas naturales. A la entrada de este mercado específico se le adiciona que lo que buscan los consumidores son nuevos productos de sabores exóticos y mezclas que antes no eran fáciles de encontrar en el mercado. Según un artículo del diario Portafolio (2017) se dice que “quienes anteriormente disfrutaban sentarse a tomar un café, ahora lo hacen acompañados de un batido 100% natural, que cuenta con una mezcla de frutas y una adición que lo convierte en una bebida funcional. No importa si el objetivo es mejorar la digestión, desestresarse o simplemente saborear algo delicioso, lo fundamental es lograr disfrutar a profundidad la experiencia de un jugo.”

Según un estudio de Nielsen (2017) los productos que los compradores latinoamericanos quieren encontrar en el mercado son los productos naturales (68%), los bajos en azúcar (60%), los orgánicos (59%), los bajos en grasa (49%), los bajos en sodio (49%) y los libres de lactosa (28%). El caso colombiano no es la excepción. Para los consumidores colombianos los primeros productos saludables que adquieren son los producidos naturalmente, cuyas prácticas de producción son muchas veces ancestrales y los cuales tienen propiedades favorables para la salud, tales como la quinua y el trigo. Según un artículo del diario La República entre los 10 alimentos saludables y seleccionados por los colombianos en el 2017 se encuentran la quinua, el amaranto, la chía, el alforfón o trigo sarraceno y lino o linaza, mijo, sorgo, maíz, teff y espelta. “En términos generales cada uno de estos productos cuentan con energizantes, hierro que es fácilmente asimilado por el organismo humano, carbohidratos y proteínas de elevado valor biológico con aminoácidos como la lisina, escasa en otros cereales” (La República, 2017)

1	Quinoa
2	Amaranto
3	Chía
4	Alforfón o Trigo Sarraceno
5	Lino o linaza
6	Mijo
7	Sorgo
8	Maíz
9	Teff
10	Espelta

Tabla 3-1. Los 10 alimentos saludables más solicitados por los colombianos.

Fuente: elaboración propia

Las anteriores investigaciones confirman que la tendencia de salud y bienestar continúa ganando terreno entre los colombianos y, además, está fomentando el desarrollo de nuevos productos en alimentos y bebidas en torno a lo saludable. Se puede decir que el mercado ha venido evidenciando un aumento en la producción y venta de los productos reducidos de azúcar, bajos en grasa y sin colorantes o aditivos. Asimismo, los productos naturalmente sanos han llamado la atención de los consumidores debido al redescubrimiento de los beneficios que tienen los productos ancestrales y tradicionales, como las semillas de chía y la quinoa o aloe, así como también de las frutas no tan comunes como el arándano. Los fabricantes han respondido y están ofreciendo nuevos productos como galletas y pasteles que contienen semillas de quinoa, chía o arándano. Es importante también resaltar que los productos beneficiosos para la salud, además de lo anterior, se han transformado en alimentos menos procesados y de contenido artificial, sustituidos por productos cada vez más naturales y orgánicos. Un claro ejemplo de esto es la reducción del consumo de azúcar que ha sido reemplazado por la Stevia y otros endulzantes naturales como la miel.

De acuerdo a lo anterior, la idea de adicionar a la dieta base productos saludables es también el reflejo del creciente interés por proteger la salud contra enfermedades relacionadas con la mala alimentación, tales como el sobrepeso, infartos, diabetes, aumento de la presión sanguínea, entre otros. Es en ese momento cuando los

consumidores empiezan a consumir productos frescos, naturales y orgánicos, y se preocupan por el valor nutricional de los alimentos, entendiendo el riesgo e impactos sobre la salud.

Los hábitos alimenticios en el mundo, incluido el de los colombianos están cambiando, por ello las empresas están constantemente adaptándose a nuevos comportamientos y está en frecuente adaptación respecto al entorno actual ¿cómo lo hacen? Investigando, desarrollando nuevos productos enfocados a la salud, innovando y creando nuevas formas de satisfacer a los consumidores con productos beneficiosos para la salud. Estos productos se enfocan en la reparación, prevención y recuperación del cuerpo y en el cuidado de la salud de los consumidores. Aunque estos alimentos conocidos como saludables son la nueva tendencia en el mercado, no son de fácil acceso para toda la sociedad, debido a su precio o la cantidad producida. Es por esto por lo que, aunque es un estilo nuevo y diferente de concebir la salud y la alimentación, no está disponible para todos. Es ahí donde existe un problema en cuanto a desigualdad. Podría entonces decirse que ¿no todos los estratos en Colombia tienen la posibilidad de tener una dieta saludable, que sea beneficiosa para su organismo y que ayude a prevenir enfermedades relacionadas con el consumo de alimentos perjudiciales? Es allí donde las compañías y los mercados empiezan a tener un papel protagónico ¿cómo lograr que los productos saludables preferidos por los colombianos lleguen a todos los hogares y no solo a aquellos que cuentan con un mayor poder adquisitivo?

4. Tendencias de comida y alimentación en Colombia.

La alimentación y la tendencia en tipo de comida en Colombia es muy variada, pues depende del estrato social y del lugar donde se viva por efectos de clima y la ubicación de la vivienda, urbano o rural. Para empezar, la alimentación en Colombia es desigual, pues las clases sociales más pobres y vulnerables, la cual está conformada mayormente por campesinos, quienes muchas veces viven en las zonas rurales o en las periferias urbanas son los que tienen menos acceso a alimentación básica aun cuando puedan cultivar en sus terrenos o en pequeñas parcelas y no lo hacen debido, entre otras cosas, a que la tierra no les pertenece pues en Colombia la tenencia de tierra es para pocos y, aun cuando si les pertenece, esta no puede ser cultivada pues la mayoría de los terrenos son

utilizados para el pastoreo y no para la agricultura. Es importante indicar que el tema de los campesinos, la tenencia de tierra y la posibilidad de cultivar va a ser abordado en el objetivo número cinco del presente trabajo, por ello no se tocará este tema a fondo en este punto.

Para este punto es importante tener en cuenta que Colombia es un país en que la mayoría de la población es clase media y en donde la pobreza alcanza índices verdaderamente escandalosos. Según la Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) para el 2015 Colombia contaba con 4,4 millones de personas subalimentadas, lo que corresponde al 8,8% de la población. Estas cifras son escandalosas si se tiene en cuenta que Colombia podría ser un país pionero en la producción de alimentos. La deficiencia en la alimentación en el país se debe a varias razones, la primera es la corrupción que trae como consecuencia, entre otras cosas, que los recursos no sean correctamente distribuidos, sean malgastados y los que son propuestos para la alimentación sean destinados para otros fines; además, la posesión de la tierra les pertenece a pocos (quienes son muchas veces personas de clase alta o empresas) y no a los campesinos; también la producción de alimentos es mínima en contraste con lo que se puede producir y los gobernantes prefieren importar alimentos en lugar de producirlos. La segunda es la falta de recursos para adquirir y producir los productos alimenticios básicos, lo que conlleva a la pobreza extrema. Esto se evidencia principalmente en zonas alejadas y abandonadas por el Estado como lo son el Chocó y la Guajira. La tercera razón es que en Colombia se desperdician toneladas de comida anualmente, la cual, en lugar de ser distribuida equitativamente para el consumo de la mayor cantidad de gente posible, es desperdiciada.

“Una de las mayores causas de la inseguridad alimentaria en Colombia no radica tanto en la escasez de alimentos, sino en la imposibilidad de acceder a ellos. Parte de la explicación se debe al bajo nivel de ingresos de la población vulnerable, lo cual se agudiza por las disfunciones mismas de los sistemas agroalimentarios relacionados con el abastecimiento y la distribución de alimentos, que en muchas ocasiones generan alzas notables e injustificadas de los precios. Estudios recientes en Colombia (MANÁ-FAO, 2015), reflejan que desde una mirada territorial las relaciones entre zonas de producción y consumo no se articulan de manera eficiente en términos de proximidad, ya que el comercio al interior de las regiones no supera el 24%, provocando externalidades asociadas al deterioro de los

productos, pérdidas y desperdicios que alcanzan hasta el 50% en rubros como la yuca, el mango y las hortalizas de hoja, generando elevados costos energéticos que se traducen en precios más altos para la sociedad en general, pero con mayor incidencia en los consumidores con menor poder adquisitivo.” (FAO, 2018)

La situación de la alimentación en Colombia tiene matices de hambre, desnutrición y dependencia alimentaria, todos estos relacionados con algunos factores de pobreza, desigualdad social y en acceso y tenencia de la tierra, conflicto y desarrollo. Según datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Colombia es el undécimo país con mayor desigualdad del mundo. Desde hace varias décadas la situación es la misma, el derecho a la alimentación en Colombia se encuentra bastante lejos de ser garantizado completamente. Para el año 2007, según un estudio publicado por la Federación Internacional de los Derechos Humanos (FIDH) “12 de cada 100 niños y niñas menores de 5 años sufren de desnutrición crónica; el 44.7 % de las mujeres gestantes son anémicas o el 11 % darán a luz bebés con bajo peso; el 53 % de los menores de 6 meses de edad no reciben lactancia materna exclusiva; el 36 % de la población tiene una deficiente ingesta de proteínas; y, el 41 % del total de hogares colombianos manifiesta algún grado de inseguridad alimentaria (...) un 87 % de los hogares desplazados se encuentra en franca situación de inseguridad alimentaria, el 85 % de los hogares manifiesten reducir el número de comidas por falta de dinero, o que el 56 % de sus niños y niñas y el 70 % de sus adultos, se acuesten a diario con hambre (...) alrededor de 2428 propietarios públicos y privados (0.06%) poseen 44 millones de Hectáreas del territorio registrado catastralmente (53.5%), controlando en promedio 18.093 Ha por propietario. En contraste 2.2 millones de propietarios (55.6%) y de predios (56.8%) corresponden a una estructura de minifundios menores de 3 Ha, lo cual equivale a un 1.7% del territorio registrado catastralmente. Al comparar la primera y la segunda franja de control territorial, encontramos que el territorio promedio de cada uno de los grandes propietarios es equivalente a 6000 veces la propiedad promedio de los microfundistas y minifundistas.” (FIDH, 2007)

Asimismo, en la situación nutricional en Colombia resaltan los malos hábitos alimenticios y la seguridad alimentaria, ambas nociones fueron foco de estudio de la Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) del año 2015. El primero, según ENSIN hace referencia a las malas costumbres cuando a la alimentación se refiere. Para los expertos, los colombianos tienden a sufrir de anemia, así como también

hacen ayunos prolongados para bajar de peso o para mantenerlo, carecen de vitaminas, y hacen dietas sin guía de un experto. El segundo por su parte se refiere al acceso seguro y permanente de los hogares a alimentos suficientes en cantidad y calidad, para una vida sana y activa. “La inseguridad alimentaria redujo a 54,2% de los hogares con respecto a 2010, cuando se situó en 57,7%. No obstante, más de la mitad de los hogares colombianos continúa con dificultades para conseguir alimentos. Ocho de cada diez hogares liderados por indígenas y cinco de cada diez cuyo jefe no tiene pertenencia étnica se encuentran en inseguridad alimentaria. Entre tanto, seis de cada diez hogares liderados por mujeres y cuatro de cada diez liderados por hombres tienen este mismo problema.” (Ministerio de Salud, 2017)

Ahora bien, analizando el tema de tendencia alimenticia en Colombia, el cual aplica sólo para clase media y alta, quienes gozan de mayor poder adquisitivo, la tendencia alimenticia más relevante es el seguir dietas saludables, cambiando rápidamente los hábitos de consumo. El número de consumidores colombianos quienes han modificado sus rutinas alimenticias han aumentado recientemente, muchos siguiendo la idea de mantenerse saludables, estar delgados o preferir alimentos 100% naturales por encima de los alimentos procesados y manipulados. “El 67% de los colombianos confirman que le pone mucha atención a los ingredientes de las bebidas y los alimentos que consumen. Ingredientes naturales y comidas menos procesadas, son prioridad para la mayoría. Huevos (64%), aves, pescado/mariscos, granos (61% cada uno), y carnes rojas y alimentos orgánicos (60% cada uno), son los alimentos que los colombianos tratan de incluir más en su dieta. Al tiempo, hacen esfuerzo por excluir los ingredientes artificiales como conservantes (58%), colorantes (56%) y saborizantes (55%), así como organismos modificados genéticamente (52%). La razón por la cual estos ingredientes son evitados está sustentada, principalmente, en considerarlos dañinos para su salud y la de su familia.” (Nielsen, 2016).

Gráfica 6. Ingredientes y tendencias de comida en Colombia.



Fuente: Nielsen, (2016).

De la misma forma, con relación a las prácticas de alimentación de los colombianos, según estudios, se evidencia una gran diversidad en cuanto a gustos e ingesta de alimentos. Según el documento guía de alimentación saludable del Ministerio de Salud nacional, los colombianos consumen frutas, verduras, carnes procesadas, gaseosa, comida en paquetes, entre otros. Lo anterior refleja que, aunque está en auge la comida saludable en Colombia, los consumidores siguen demostrando variedad en sus preferencias. “La población de 5 a 64 años, 1 de cada 3 colombianos no consume frutas diariamente, siendo el grupo de edad entre 31 y 64 años el que menor frecuencia de consumo de frutas reporta. En la población del nivel 1 del SISBEN este porcentaje es del 41,2% (...) Con relación al consumo de verduras y hortalizas, el 71,9% de los colombianos no consume verduras y hortalizas diariamente; siendo mayor el porcentaje de no consumo entre los menores de 18 años donde el 75% de los jóvenes no consume estos alimentos (..) Los alimentos procesados, como los embutidos (salchichas, salchichón, jamón, mortadela), considerados además alta fuente de sodio, son consumidos por el 73,6% de la población entre 5 y 64 años de forma semanal. (...) Los alimentos de paquete también hacen parte de la alimentación de los colombianos, identificando que el 69,6% de los encuestados los consume, de éstos el 15,2% los consume a diario y el 45,5% los consume de forma semanal; estos alimentos son preferidos por los niños y

adolescentes. Sumado a lo anterior, las comidas rápidas también se identificaron como parte del menú de los colombianos, siendo consumidas por al menos el 25% de la población cada semana (...) Las bebidas de tipo gaseosa y refrescos son consumidas por 1 de cada 5 colombianos por lo menos una vez al día. Las golosinas y dulces son consumidos por al menos el 30% de la población cada día, así mismo, los fritos están presentes en el menú diario del 32% de los colombianos. En las zonas urbanas el 60% de la población ingiere comidas rápidas en un mes usual, en las zonas rurales esta cifra es menor con el 19,8% de la población.” (Ministerio de Salud, 2013)

Otro aspecto importante que se resalta en las tendencias de alimentación saludables en Colombia es la inclusión de estos alimentos en la dieta de los niños. Es en el momento en que los bebés empiezan a necesitar alimentos suplementarios, cuando los papás empiezan a buscar dietas saludables que complementen su desarrollo, las cuales sean naturales, orgánicas y sin componentes artificiales. En el pasado, se creía que comer saludablemente era un tema exclusivo para consumidores adultos; hoy en día las familias colombianas se están preocupando cada vez más por comer sano y, en especial, en alimentar mejor a sus hijos con comidas bajas en contaminantes. “A nivel de producto, se destacan las papillas y los alimentos orgánicos que alcanzaron una participación del 28 % y 26 % respectivamente, en el año 2014. La producción de alimentos orgánicos o libres de contaminantes se caracteriza, entre otros elementos, por la utilización de aguas puras en el riego, minimización de pesticidas y conservación del medio ambiente.” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2016)

Las tendencias de comida y alimentación en Colombia son importantes para evaluar cómo han cambiado los hábitos alimenticios en el país. Estos indicadores permiten entender cuál es la nueva tendencia en Colombia, cómo están pensando y actuando los consumidores y cuáles son los retos que enfrentan los mercados en el país. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el tema de la alimentación en Colombia es un tema muy complejo debido a la desigualdad existente en el territorio, así como también la imposibilidad de acceder a los recursos o a las tierras fértiles. Las brechas de inequidad son un impedimento para comparar cómo se alimentan los colombianos en general y cuáles son las posibilidades para acceder a una alimentación en condiciones de igualdad.

5. Productos saludables que generan el mejor impacto en la salud.

Alimentarse saludablemente, que inicio como una “moda” reciente, ahora es un estilo de vida que ayuda a mantener una calidad de vida adecuada y un cuerpo en buenas condiciones de salud. Asimismo, comer saludable ayuda a consumir vitaminas y minerales que el cuerpo necesita, tener un peso acorde a la estatura y a la proporción de cuerpo, a crecer, desarrollarse y vivir saludablemente con la energía necesaria para las actividades diarias, y además reduciendo las probabilidades de tener problemas de salud. De igual manera, los cambios de hábitos y las nuevas preferencias de los consumidores son motivos importantes por los que el mercado está abriendo las puertas a los productos 100% naturales y/o con la tendencia de beneficiosos para la salud.

Según un estudio publicado por BBC mundo (2014), el cuerpo humano necesita una dieta balanceada y un plan de alimentación saludable para funcionar correctamente. Esta dieta saludable, además de generar beneficios en el cuerpo, ayuda a reducir la posibilidad de padecer problemas coronarios, accidentes cerebrovasculares, diabetes y osteoporosis. Según esta publicación, los alimentos que el ser humano necesita para obtener los beneficios nutricionales necesarios, como vitaminas y minerales, se pueden catalogar en cinco grupos los cuales se evidencian en la siguiente tabla.

Grupos de comidas	Principales beneficios nutricionales	¿Cuánto por día?
Frutas y vegetales (incluye frutas y vegetales frescos, congelados, secos, en la lata y en jugo)	Vitaminas, minerales y fibras	Cinco porciones
Carbohidratos (incluye pan, arroz, pasta y papa)	Energía, fibras, y minerales y vitaminas	Un tercio de todo lo que comemos
Carne, pescado, huevos y granos (incluye carne fresca, pescado fresco y en lata, huevos, frutos secos y legumbres)	Proteínas, vitaminas y minerales	Dos a tres porciones (una porción es un huevo o una porción de carne o pescado del tamaño de un mazo de cartas)
Leche y productos lácteos (incluye leche, queso y yogur)	Proteínas y calcio	Dos o tres porciones (una porción es un pote pequeño de yogurt o un vaso de leche)
Alimentos con grasas y azúcar (incluye tortas, galletas y gaseosas)	Energía	Una porción (dos galletas o una barra pequeña de chocolate)

Tabla 5-1. Alimentos necesarios para el cuerpo.

Fuente: BBC mundo, (2014).

El consumidor de hoy en día abrazó por completo un enfoque más saludable para cuidar de su salud y su vida día a día, el cual se centra mayormente en la protección del cuerpo. Las comidas y las bebidas siguen siendo estrategias y determinantes clave de salud y bienestar. Actualmente las personas se preocupan por lo que comen y por cómo la comida puede afectar su salud y su cuerpo, teniendo más cuidado con los alimentos que consumen y pensando siempre en cuáles serán los más saludables y beneficiosos para el cuerpo. A través de un estudio realizado por Unilever Food Solutions, se revelaron algunas propuestas que puede tomar la industria para ofrecer opciones más saludables, que a la vez sean atractivas y que las personas disfruten plenamente. Un ejemplo de lo anterior es mejorar los menús que se ofrecen en los restaurantes, tener opciones más saludables con menos uso de grasas y productos que no sean naturales, así como también promoviendo la disminución de la sal y el azúcar:

“estos pequeños, pero vitales cambios en los platos y en la descripción, se puede influir en que se coma de manera más saludable”. Trasformar platos, incluso los más típicos colombianos, haciendo sutiles cambios a los ingredientes, métodos de cocina y hasta en cómo se describen los platos a los comensales, es un gran paso para aportar no sólo a mejorar la satisfacción de las personas sino a marcar la diferencia en la salud mundial. ¿Cómo hacer que un menú tradicional sea más saludable? aumentando de la porción de vegetales y/o fruta, reducción de grasas, ingredientes frescos, reducción en el tamaño de la porción, asar en vez de freír, reducir calorías.” (Revista Ialimentos, 2015).

A todo esto, se le suma la noción de que los alimentos más sanos para la salud son aquellos que son 100% naturales y deben ser incluidos en la dieta diaria de los colombianos. Para los colombianos cada vez es más importante que las comidas diarias estén acompañadas de una porción recomendada de frutas y verduras. Para la idea de una vida cada vez más sana, los colombianos buscan eliminar los productos artificiales y súper procesados y sustituirlos por productos orgánicos y naturales.

Asimismo, en Colombia el mercado y las compañías están enfocadas en fomentar un mercado más incluyente cuando de alimentos y tendencias saludables se trata. Es por esto por lo que el objetivo de los nuevos productos es que su composición tenga los nutrientes necesarios para ser considerados saludables, como por ejemplo bajos en grasa

y azúcar, orgánicos y naturales, además de incluir verduras, frutas, frutos secos, bebidas aromáticas, entre otros. Según una investigación de la FAO (s.f.), comer es una necesidad para cubrir los requerimientos nutricionales, pero las personas normalmente hacen la selección de alimentos por razones diferentes de las nutricionales. La disponibilidad, el costo, el sabor, la apariencia, los gustos, la conveniencia, el conocimiento, la satisfacción y los requerimientos nutricionales del cuerpo son algunas de las razones por las cuales las personas eligen un determinado tipo de alimento. En la tabla 3 se presentan los alimentos más saludables para el ser humano según el tipo de alimento.

Grupo Alimenticio	Ejemplos
Cereales	Pan de trigo entero, pasta de trigo entero, panecillos ingleses, pan pita, bagels, cereales, grits, avena, arroz integral, pretzels sin sal y palomitas sin sal
Frutas	Manzanas, chabacanos, bananas, dátiles, uvas, naranjas, toronjas, jugo de toronja, mangos, melones, duraznos, piña, pasas, fresas, mandarina y jugo 100% de fruta
Vegetales	Brócoli, zanahorias, col, ejotes, chícharos, papas, espinaca, calabaza, camote y tomate
Productos lácteos y productos lácteos sin grasa o bajos en grasa	Leche desgrasada (skim) o baja en grasa (1%), queso sin grasa, bajo en grasa o de grasa reducida y yogurt regular o congelado sin grasa o bajo en grasa
Carne de res y de aves, pescado y frijoles	Carne de res, carne de ave, puerco, carne de caza mayor, pescado, mariscos, frijoles, habichuelas, lentejas y guisantes

Tabla 5-2. Alimentos más saludables para el ser humano.
Fuente: FAO, (s.f.).

Caracterizar los alimentos dentro del grupo de saludables permite tener un estudio más amplio y específico sobre el nuevo comportamiento de los consumidores colombianos, ya que esto da la posibilidad de conocer cómo están eligiendo los colombianos y si efectivamente están eligiendo el alimento correctamente saludable. Asimismo, al conocer cuáles son los alimentos saludables para el cuerpo, se puede llegar a hacer una clasificación que permita estudiar la opción de que una mayor parte de la población colombiana adquiera los mismos, ya sea comprándolos directamente del mercado o produciéndolos en los hogares. Este campo es sin duda de gran importancia puesto que, de la información que se tenga sobre lo que es saludable y no lo es, se puede hacer un estudio específico y concentrado sobre la idea de albergar una gran parte de la

comunidad colombiana en esta nueva tendencia saludable y amigable con la salud, el ejercicio, el cuerpo y la mente.

6. Modelo actual de la producción de los alimentos en Colombia

Como ya se ha venido exponiendo a lo largo de esta investigación, en Colombia se ha evidenciado una nueva tendencia de consumo de alimentos orgánicos por razones de salud, de estética y de conservación del planeta. Es una realidad que actualmente adquirir tipo de alimentos saludables es más asequible para las clases de estratos más altos y con mayor poder adquisitivo. Lo sorprendente es entonces que, siendo Colombia productor de frutas, verduras, semillas, entre otros, no toda la población tenga fácil acceso a estos, más aún cuando el país es tanto productor como exportador. “Lamentablemente para países en vía de desarrollo como Colombia, que a pesar de poseer una frontera agrícola considerable no cuentan con una opción lo suficientemente clara para incluir alimentos orgánicos en la dieta diaria de las personas dado diversos factores de comportamiento, preferencias, ingresos económicos o de mercado o simplemente por desconocimiento de tal forma que le permita a la población acceder a formas más saludable de alimentación” (Martínez, 2016). Ahora bien, para entender la nueva tendencia de alimentación en Colombia relacionada con los productos orgánicos, es necesario conocer el modelo de producción actual de dichos alimentos en el país. Para esto, es pertinente exponer que, en Colombia, para “que un producto sea considerado como orgánico en el mercado, debe ser controlado a partir de reglamentos de la agricultura orgánica, por entes de control avalados por los gobiernos. El sello orgánico es requerido en distintos mercados internacionales, como garantía del cumplimiento de la normatividad ambiental” (CERES, 2017).

En Colombia la producción, venta y consumo de alimentos orgánicos es un fenómeno y una tendencia reciente que cada vez está cogiendo más fuerza. Según un informe realizado en el año 2010 por Proexport y el Programa Suizo para la Promoción de Importaciones (SIPPO por sus siglas en inglés), el volumen de mercado en Colombia para alimentos orgánicos en el sector de la venta al por menor y gastronómico está entre 2 y 3 millones de dólares americanos, a nivel de precios de consumo. Lo anterior puede deberse a que en Colombia se empezó a conocer tarde este tipo de mercado y hasta ahora las personas comenzaron a interesarse en el estilo de comida natural, orgánica y saludable.

Sin embargo, además de que la producción interna de productos orgánicos está en aumento, este es un hecho por el que cada vez hay más interés en el país, tanto que la legislación está implementando políticas y acuerdos para fomentar estos nuevos hábitos. Por ejemplo, la Ley 1355 de 2009 define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención. Dentro de estas medidas se encuentra el promover e impulsar una alimentación saludable y balanceada en toda la sociedad colombiana.

En lo que respecta al modelo de producción de alimentos saludables en Colombia, es conveniente decir que algunos de estos son producidos en el país y otros son importados. Estas dos consideraciones se traducen en que dichos productos son de fácil acceso únicamente para la población que cuenta con buenos ingresos económicos puesto que, al ser productos escasos o importados, se comercializan en un precio elevado. “Existe un alto componente ético en el comportamiento de los consumidores. Las personas mayores y la clase alta suelen ser más activos en el consumo de este tipo de productos ya que tienen el tiempo para investigar las opciones existentes y los recursos para adquirirlos. Los niños también son un mercado importante. Hoy en día, los padres prefieren alimentar a sus hijos con productos orgánicos en alimentos básicos diarios como la leche” (PROCOLOMBIA, 2010).

Algunos alimentos orgánicos saludables, como ya se ha dicho, son cultivados en el país y otros son importados del extranjero. En lo que concierne a los producidos en Colombia, son cultivados en el campo, dependiendo de su región. Por ejemplo, en los departamentos como el Valle de Cauca, Cesar, Magdalena Santander y Caldas, es donde hay más tierra para el cultivo orgánico en Colombia. Adicional a su cultivo y producción, estos alimentos deben estar certificados por el esquema de certificación nacional para la agricultura orgánica. “En septiembre de 2010, la base de datos oficial de “operadores orgánicos certificados” ha mostrado las siguientes cifras básicas: 156 operaciones certificadas (incluyendo grupos productores), 5,704 agricultores orgánicos, 49,072 hectáreas certificadas o 1.29% del total de la tierra de cultivo (de estos hay 7,930 hectáreas en proceso de convertirse en orgánicas o 0.21% del total de la tierra de cultivo y 41,142 hectáreas son completamente orgánicas). La mayoría de las tierras de cultivo certificadas como orgánicas son para la producción de café (25%), frutas (18%), aceite de palma (15%), caña de azúcar (15%), palmito (14%) y plantaciones mixtas (12%). El porcentaje relativamente alto de producción de fruta orgánica es engañoso ya que incluye un área de

5,100 hectáreas de recolección silvestre de mangos. Las superficies completamente certificadas para frutas orgánicas son 7,933.77 hectáreas y adicionalmente 707.42 hectáreas están en el proceso de conversión a la agricultura orgánica” (PROEXPORT & SIPPO, 2010).

Después de que los alimentos orgánicos son certificados como aptos para el consumo humano, pasan a ser distribuidos en las tiendas y supermercados para ser vendidos. Estos productos son comercializados a elevados precios en almacenes de cadena o en tiendas orgánicas especializadas, es por esto por lo que el acceso a los mismos está delimitado sólo para las clases económicas media-alta y para los habitantes de las grandes ciudades. Un dato interesante en este contexto y que contribuye a la explicación del elevado costo de estos alimentos en el país, es que en Colombia la comida saludable y orgánica no hace parte de la canasta familiar básica, motivo por el cual los hogares aún no tienen la conciencia de la importancia de esos productos en la alimentación básica y nutricional. Tal y como lo explica la Certificadora de Estándares Orgánicos y Ambientales en Colombia (CERES):

“la posibilidad de acceder a una alimentación sana no debería ser privilegio de clases pudientes, sino una realidad común a todos. En Colombia se evidencian múltiples factores que dificultan este objetivo: escasas políticas encaminadas al incentivo y al fortalecimiento de redes de producción agropecuaria orgánica y/o con buenas prácticas; exiguo control y promoción de la producción orgánica ante las cadenas de supermercados, que comúnmente no pagan el valor justo al productor orgánico, más etiquetan el alimento biológico con un precio elitista; incipiente demanda de alimento orgánico por parte del consumidor nacional, que se traduce en costos elevados para la oferta agrícola orgánica colombiana” (CERES, 2013).

En la tabla que se muestra a continuación, se evidencian los precios para el año 2010 de variedad de productos orgánicos vendidos en algunos supermercados. Esto demuestra que, aunque Colombia es productor, los precios son extremadamente elevados lo que evita que sean adquiridos fácilmente por una gran parte de la población.

Producto	Precio en pesos	Marca comercial
Salad (Lechuga Morada)	3.130,00	Defrescura
6 Tomatoes (1000 gr.)	8.300,00	Taeq (Exito)
Cebolla (500gr.)	6.040,00	Taeq (Exito)
Zuchini (500 gr.)	4.500,00	Vitta Pura
Calabacin (500 gr.)	4.500,00	Vitta Pura
Ruculla (150 gr.)	11.500,00	Defrescura
Cubios (1000 gr.)	5.050,00	Montaña Pura

Tabla 6-1. Ejemplos de precios de varias verduras orgánicas.
Fuente: PROEXPORT & SIPPO, 2010

Asimismo, en Colombia existe desigualdad de precios en lo que respecta a los productos orgánicos saludables. Se hizo la comparación de los precios de productos seleccionados entre Corabastos y Carulla para el año 2018. Los datos fueron obtenidos de las páginas de internet de cada uno de los mercados. A continuación, los resultados y evidencias de esta comparación:

PRODUCTO EN KILOS	CORABASTOS	CARULLA
Acelga	\$1.000	\$4.946
Berenjena	\$2.300	\$3.023
Brócoli	\$5.833	\$8.000
Espinaca	\$2.500	\$4.102
Maíz amarillo	\$1.040	\$1.958
Tomate larga vida	\$3.182	\$5.830
Zanahoria	\$3.000	\$4.082
Aguacate	\$3.000	\$3.124
Papaya	\$1.727	\$3.190

Melón	\$1.600	\$3.000
Pepino cohombro	\$1.500	\$2.200
Lechuga común	\$2.000	\$4.800

Tabla 6-2. Comparativo de precios entre CORABASTOS Y CARULLA.

Fuente elaboración propia

Ahora bien, al hablar de modelos y fomento de la producción de alimentos orgánicos en Colombia, es importante resaltar la importancia de varios documentos, entre los que se encuentran acuerdos internacionales para la producción y comercialización de estos alimentos y un reglamento relacionado con la regulación de esta materia. Este tipo de documentaciones promueven la generación de alimentos en el país e invitan a que cada vez sean más los productores motivados por las nuevas tendencias de alimentación mundial.

En primer lugar, se encuentra el Reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaquetado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de Productos Agropecuarios Ecológicos (2008). Con esta directriz se busca asegurar la sostenibilidad y la posibilidad de renovar las tierras, mejorar la calidad del ambiente mediante limitaciones en la utilización de tecnologías, fertilizantes o plaguicidas, antibióticos y otros de origen químico sintético, que puedan tener efectos nocivos para el medio ambiente y la salud humana. Así mismo, este documento se elaboró con el fin de fomentar los productos agrícolas primarios, elaborados en el país y obtenidos por sistemas de producción ecológica. Gracias al acuerdo, surgió la necesidad de promover estos productos debido a la naciente y creciente demanda nacional e internacional de productos orgánicos y tierras aptas y óptimas para su producción.

El segundo documento trata del acuerdo bilateral celebrado entre la Comisión Europea y Colombia con respecto a los productos ecológicos. Con este acuerdo se busca fomentar un mercado más amplio para los agricultores ecológicos, reducción de la carga administrativa para las empresas y más productos ecológicos disponibles para los consumidores. La importancia de este acuerdo radica en que los agricultores y las comunidades rurales en el país puedan tener la posibilidad de aumentar el bienestar de la población rural mediante el acceso a diferentes mercados de alto valor añadido, además

de fomentar el desarrollo sostenible de sus comunidades. “La Unión Europea y Colombia se encuentran analizando mutuamente su legislación sobre agricultura ecológica. El Acuerdo sobre el comercio de productos ecológicos entre la UE y Colombia se basará en el reconocimiento mutuo de las respectivas normas de producción y régimen de control como equivalentes. También aspirará a promover el diálogo y la cooperación técnica entre las Partes en beneficio de los productores y consumidores de productos ecológicos” (Comisión Europea, 2016).

El último acuerdo de exportación relevante es el relacionado con la compra de la quinua colombiana por parte de varios países. Si bien es cierto que este grano ha aumentado su producción y comercialización a nivel mundial, es también conocido que la producción colombiana es una de las más deseadas en el plano internacional. Los departamentos productores de este grano son Cauca, Nariño, Boyacá y Cundinamarca. Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, para el año 2020 en Colombia habrán alrededor de 10.000 hectáreas de quinua orgánica y convencional, una producción aproximada a las 20.000 toneladas. A propósito de lo anterior, y gracias a que Colombia tiene cultivos de quinua de excelente calidad, Canadá, Estados Unidos y España han aumentado la venta de quinua colombiana en cada uno de sus territorios, en Estados Unidos aumentaron 295%; en el caso de España, aumentaron 47,3%, y Canadá, que sin lugar a duda es el más representativo, las ventas externas de Quinua colombiana aumentaron 793,7% (Dinero, 2015).

Es preciso decir que el mercado de los productos orgánicos en Colombia es un mercado cerrado y con falta de oportunidades. Cerrado en el sentido que no hay una masificación encarrilada a promover el consumo de estos alimentos. En cuanto a la falta de oportunidades, se hace referencia a que, por ser tan costosos estos productos, no toda la población puede acceder a estos y tampoco se tiene aún una política que promueva la producción de los mismos. Según una investigación realizada por Juan Ríos, Edwin Ortiz, Orlando Betancur y David Villada (2015), se evidencia la existencia de varios factores presentes en las coyunturas del mercado cerrado y la falta de oportunidades en el sector de producción de productos orgánicos en Colombia. De acuerdo a su investigación, para fortalecer la producción de este tipo de alimentos es necesario informar al consumidor, tener respaldo estatal, aceptar las nuevas tendencias del mercado y promover políticas que estén encaminadas a la comercialización por parte de las cooperativas agropecuarias. De igual manera se resalta que, una de las causas de que la mayoría de la población no

consume estos alimentos, es la poca dedicación de las personas del campo para producir este tipo de productos “solo el 1% del sector agrícola nacional se dedica a la producción agrícola (5.300 hectáreas). Esta poca participación en el mercado nacional se debe principalmente a distintos obstáculos que encuentra el campesino colombiano en el momento de hacer el proceso de transición de la agricultura convencional a la tradicional y a distintas especulaciones que hacen más difícil la adaptación de este tipo de producción” (Ríos, Ortiz, Betancur & Villada, 2015)

Pese a lo anterior, el gobierno colombiano inició una estrategia llamada “Colombia Siembra”, cuyo objetivo se centra en fomentar el potencial agrario del país a partir de la siembra de un millón de hectáreas adicionales en el país entre 2015 y 2018, buscando incrementar la productividad basada en la oferta de consumo y además mejorar los productos obtenidos. Esta política está enfocada principalmente en el desarrollo rural y aspira a que los hogares campesinos logren generar más ingresos a partir de desarrollos productivos en sus predios, y además retomen la producción de los alimentos y contribuyan a abastecer la demanda interna de productos orgánicos. Asimismo, con esta estrategia se busca empoderar a los campesinos, de tal manera que sean ellos quienes produzcan los alimentos de la mano del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, generando empleo y logrando el crecimiento sostenido y equilibrado del campo colombiano (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural 2016).

La política anterior es importante puesto que vislumbra la importancia de tener un modelo de producción estándar para los productos orgánicos en Colombia y, además, evidencia la creciente necesidad de que estos productos no sólo sean adquiridos y consumidos por una pequeña parte de los habitantes del territorio, sino que se impulsa para que, aumentando la producción y empoderando de nuevo al campesino, se logre obtener productos asequibles para una gran parte de los colombianos.

7. Modelo nuevo de producción de alimentos saludables.

Como resultado del análisis hecho a partir del modelo actual de producción de productos orgánicos en Colombia, y después de evidenciar las deficiencias en cuanto a la posibilidad de adquirir estos alimentos por parte de las clases bajas o con menos poder adquisitivo,

se llegó a la conclusión de la importancia de tener un nuevo enfoque que sea incluyente. Es por lo anterior que a continuación se expondrá una propuesta de modelo de generación y obtención de los productos anteriormente mencionados. Este modelo tendrá dos enfoques, el primero estará basado en la comunidad campesina y el segundo en la población urbana perteneciente a la clase social baja.

Para empezar, es importante resaltar que una de las propuestas más importantes de este proyecto y que incluye a los dos modelos de negocio que se van a presentar, es que la cadena de producción de los alimentos procedentes de dichos negocios llegue a feliz término cuando los productos sean vendidos y comercializados en supermercados de acceso popular y de bajo costo como ARA, D1 y Justo y Bueno, para que, de esta manera, sean asequibles a los habitantes de bajo poder adquisitivo. La evaluación de los modelos de comercialización de estas tiendas y el cómo se logrará la inclusión de los productos en las mismas, será la conclusión de este planteamiento. Dicho lo anterior, es entonces preciso decir que el propósito del nuevo proyecto es que la comunidad, tanto la campesina como la rural de estratos bajos, pueda producir sus propios alimentos orgánicos para su consumo.

7.1. La comunidad campesina.

El primer punto es contar con la posibilidad de que los campesinos puedan tomar decisiones sobre las tierras que trabajan y/o se considere viable, así sea en el corto plazo, con esto se resalta la importancia de que los campesinos, teniendo en cuenta su pericia y conocimiento en su trabajo y las tierras que manejen, tomarán las decisiones de producción y comercialización validadas y acordes con las necesidades reales, y además puedan hacer uso de las mismas para consumo propio. Este punto es verdaderamente importante ya que, consiguiendo esto, es altamente probable que parte de los alimentos que se cultivan para ser vendidos, sean destinados para su propio consumo. Según cifras de la Agencia Nacional de Tierras, para el 2017, el 60% de la población campesina no era dueña de la tierra que labora. Esta alarmante cifra permite encontrar relaciones de causa y efecto tales como que la insuficiencia alimentaria en las zonas rurales es producto de la no tenencia de la tierra, puesto que los campesinos sólo trabajan para producir los alimentos que se van a comercializar y no tienen la posibilidad de consumirlos, además, en muchos casos, los míseros salarios con que son remunerados los cultivadores no les alcanza para adquirir los alimentos producidos naturalmente.

En relación con lo anterior, la no tenencia de la tierra por parte de los campesinos tiene sus nichos a lo largo de la historia, pero es el resultado principalmente del conflicto armado en Colombia, como las ineficaces reformas agrarias, el clientelismo y la negligencia y no presencia estatal. Según una publicación del Centro Nacional de Memoria Histórica (2014) el despojo de la tierra puede deberse al desalojo armado y apropiación directa por actores armados, a las ventas forzosas y a menor precio, a la falsificación de títulos, a la revocación de adjudicaciones de reforma agraria, a los remates por deuda, o a las compras masivas. Asimismo, puede ser producto de las compras y ventas masivas de tierra para adelantar mega proyectos y cultivos agroindustriales, así como también de la ineficiente presencia estatal, la cual va de la mano con el clientelismo y la corrupción. Todos los factores mencionados son los causantes de que la comunidad campesina no logre ser parte, de manera justa y equitativa, de los procesos de producción y comercialización, trayendo consigo un detrimento de la seguridad alimenticia en las regiones rurales.

Hechas las consideraciones anteriores y para efectos del presente trabajo, es altamente importante que el campesino tenga derecho a la opinión y voto sobre la tierra que labra. También se podría contemplar la posibilidad de que la tierra que le fue despojada le sea devuelta, esto con el fin de que tenga el poder de decidir sobre los alimentos que produce y sus usos para beneficio de su comunidad. Un punto importante para desarrollar y que es indispensable para la implementación de lo dicho anteriormente, es que las grandes empresas y/o los terratenientes puedan invertir o intervenir en las tierras del campesino, de manera positiva, permitiendo que el campesino pueda ser parte del proceso de decisión y esté presente en todas las etapas contando con los recursos y apoyo necesario, siempre y cuando haya un beneficio tributario. “Los impuestos sobre la tierra basados en la superficie permitirían recaudar fondos para el desarrollo rural y otros programas, fortalecer la base de ingresos fiscales de los gobiernos locales, incentivar usos más productivos de la tierra agrícola, alentar el manejo sostenible del bosque (mediante exoneraciones a las tierras forestadas) y estimular la redistribución de las grandes propiedades hacia los pequeños propietarios” (FAO, s.f.).

De acuerdo a lo anterior, los grandes dueños y empresarios que apoyen y aporten en la generación de oportunidades para los campesinos y las tierras que laboran, tendrán beneficios tributarios. Por ejemplo, según el DNP, en Colombia en el 2017 se brindaron beneficios por un periodo de 10 años a las empresas y sociedades que desarrollen, entre

otros, proyectos agrícolas en zonas campesinas afectadas por el conflicto armado. Esta opción de ventaja en tributación, podría ser un aspecto motivador para que las empresas inviertan en el campo, lo hagan más productivo y puedan brindarle la opción al campesino de producir más productos, entre estos los orgánicos saludables, tanto para comercializarlo como para su propio consumo.

El segundo punto del modelo propuesto es la posibilidad de destinar más hectáreas productivas para la agricultura, disminuyendo las hectáreas asignadas para la ganadería, aun cuando estas son tierras aptas para el cultivo, además se busca aumentar el aprovechamiento del suelo agrícola. Para el 2016, Colombia destinaba 14 millones de hectáreas para la ganadería, pero sólo 3 millones eran aptas para esta actividad. Se suma a lo anterior el hecho de que la cantidad de suelo destinado para la ganadería pierde las propiedades para ser usado para sembrar y se vuelve ineficiente. Estos aspectos hacen que, al producir menos productos, se opte por importar los alimentos orgánicos, los cuales llegan con costos altos y son inalcanzables para muchas comunidades. “El 30 por ciento del territorio en el país está subutilizado o sobre utilizado (principalmente por la ganadería), mientras que el 70 por ciento se usa, pero no siempre de forma eficiente. Empezando porque, de 114 millones de hectáreas con las que cuenta el país, 26 millones tienen posibilidades para la producción agrícola, pecuaria y forestal, y sólo se produce en 6,3 millones de hectáreas (24,2 %). De los suelos netamente agrícolas, que son 11,3 millones de hectáreas, sólo se aprovecha el 35 por ciento. En contraste, hay 8 millones de hectáreas de vocación ganadera y a las actividades de pastoreo (traslado del ganado de un lado a otro) se dedican 38 millones de hectáreas. La mayor parte del territorio, 67 millones de hectáreas, son bosques; 2 millones son cuerpos de agua y solo 332.000 constituyen la zona urbana. Es decir, tenemos tierra a granel para sembrar, pero el uso del suelo es ineficiente” (El Tiempo, 2016).

En efecto, es de suma importancia aprovechar la tierra que es apta para sembrar. La propuesta que se hace es darles prioridad a las zonas de vocación agrícola, evaluando la productividad, eficiencia y la eficacia. La efectividad de este punto radica en que la oportunidad y la demanda de consumir productos orgánicos saludables sea resuelta por el aumento de los cultivos agrícolas, “el pequeño productor agropecuario tiene un papel estratégico en la seguridad alimentaria del país. Es indispensable mejorar la productividad y contribuir a garantizar condiciones de eficiencia y eficacia de la pequeña y mediana agricultura” (Comisión Europea, 2011). Es decir, que al darle al campesino la tierra

destinada para producción agrícola, se podrá aumentar la obtención de los alimentos orgánicos, tanto para el mercado como para consumo propio y se mejorarán los ingresos obtenidos por esta labor.

El tercer punto del modelo hace referencia a la viabilidad de admitir que los campesinos produzcan alimentos más allá de los permitidos, es decir, que si el campesino tiene tierra fértil y apta pueda cultivar diversos alimentos, no sólo los delimitados por el mercado, si no que pueda, por ejemplo, empezar a sembrar semillas de alimentos que nunca antes se habían sembrado allí, haciendo uso de los factores climáticos y de tierra favorables para esta actividad, generando con esto, un incremento necesario en la producción de algunos alimentos para cubrir el nivel de demanda y/o de necesidad. Llevando a cabo lo anterior, el campesino tendrá la oportunidad de cultivar nuevos alimentos saludables, orgánicos y libres de químicos como la chía o el maíz. Según un informe de FINAGRO (2014) Colombia debe ampliar y fortalecer la producción de piña, papaya, maíz, tomate, cebolla, arveja y brócoli pues, además de ser fuentes primordiales para salvaguardar la seguridad alimentaria del país, aporta al empleo rural y al comercio internacional, “las nuevas tendencias en la alimentación mundial, sumada a la importancia nutricional y al efecto positivo sobre el control de enfermedades, hacen que las frutas y las verduras sean un producto relevante para la sostenibilidad alimentaria del país y generan fuertes expectativas de crecimiento debido al aumento de la demanda mundial”(FINAGRO, 2014) .

De acuerdo al anterior punto se abre la posibilidad de que los campesinos sean cada vez más productores de los alimentos que son básicos en las nuevas tendencias de comida saludable. De esta manera, además de producirlos para su comercialización, tendrán la oportunidad de consumirlos en sus hogares, haciendo parte entonces de la tendencia mundial de cuidado y protección del cuerpo y la salud, y de un crecimiento económico y de oportunidades en sus comunidades.

Una manera de lograr que los campesinos puedan producir alimentos para su propio consumo, comercializarlos a bajo costo, suplir la demanda del mercado interno y externo y tener poder de negociación frente a las empresas y distribuidores, es crear una asociación en donde exista la posibilidad de adquirir créditos y beneficios para la tecnificación de los cultivos y alcanzar el objetivo de elevar la calidad de vida de los agricultores y campesinos colombianos.

Si bien, a lo largo de la historia del campesinado en Colombia este tipo de asociaciones no han tenido mucho éxito, los campesinos siempre han estado en desventaja debido a la distribución desigual de la tierra y a la falta de acceso a créditos de bajas tasas de interés (Molano, 2013). Partiendo de lo anterior, la propuesta se basa en crear asociaciones entre campesinos y agricultores legalmente constituidas en donde se promueva la producción y comercialización a bajo costo de los productos saludables por parte de los campesinos, teniendo la capacidad de suplir la demanda de los mercados internos y externos. Esto fomentará en primer lugar, la disminución de la inseguridad alimenticia frente al acceso de los productos saludables sin restricción, obteniendo soberanía alimentaria. En segundo lugar, se vincularán los campesinos de manera activa y positiva en la toma de decisiones sobre los alimentos producidos por ellos mismos. De acuerdo con la UNODC (2013, P.14), fortalecer a los productores campesinos depende de,

i) su capacidad para participar activamente en todas las fases del proyecto productivo, ii) contar con redes sociales y iii) adaptarse a las reglas institucionalizadas. Si las organizaciones de productores campesinos logran fortalecerse en estos términos, tendrán los conocimientos necesarios para desarrollar el proyecto productivo, serán capaces de garantizar la acción colectiva de sus miembros y contarán con elementos legitimadores de su accionar; situación que les permitirá: i) asumir la dirección de los proyectos productivos en el momento en que finalicen los acompañamientos brindados por las instituciones que las apoyaron en sus inicios, ii) aumentar sus perspectivas de supervivencia como alternativa económica legal y iii) fortalecer el cumplimiento de las normas y prácticas legales.

El último punto del modelo propuesto es la necesaria y urgente asistencia y capacitación técnica para el campesinado. Se considera indispensable contar con maquinaria e infraestructura agraria apta para realizar este tipo de actividades. Asimismo, es importante educar a los campesinos con relación a las nuevas oportunidades existentes en el campo, las nuevas tecnologías y la posibilidad de adquirir créditos para mejorar su labor agrícola. La actualización en tecnología y capacitaciones permitirá a los campesinos ampliar su visión de cultivador, visualizando las tendencias de los mercados mundiales y avanzando en las unidades de producción. Existen varias carencias en este punto: “un presupuesto demasiado reducido y falta de coordinación del sistema para que los recursos

se inviertan de manera coherente. Además, existe una escasez de recursos humanos, así como una falta de experiencia en temas. En cuanto a la asistencia técnica, la cobertura sigue siendo inadecuada, la calidad no es buena, la institucionalidad dificulta la coordinación, el enfoque sigue siendo lineal y el financiamiento es poco apropiado” (Departamento Nacional de Planeación, 2015)

Logrando que el campesinado tenga asistencia educativa, técnica y financiera, se evidenciará la inclusión de esta comunidad en las nuevas tendencias de mercados orgánicos a nivel mundial. Gracias a esto, el campesino estará acorde con las predisposiciones del mercado saludable, entendiendo la importancia que esta tiene en la producción de alimentos, su consumo y fácil comercialización que permita un mayor acceso a la población.

En conclusión, en el anterior modelo propuesto enfocado en el campesinado todos los puntos anteriores son codependientes para que la propuesta sea realizada de manera exitosa. Es decir que, sin el apoyo del gobierno y los terratenientes sobre la tierra no es posible tener nuevos cultivos y no habrá asistencia técnica. O si no se destinan más hectáreas para la agricultura, no se producirán los alimentos saludables. Es muy importante recordar que los campesinos “tienen ventajas comparativas en la producción eficiente de alimentos en pequeña y mediana escala. Ese potencial puede consolidarse a través programas de seguridad alimenticia y nutricional que fortalezcan la producción familiar con sistemas sostenibles y la articulación de la producción campesina especializada de alimentos a los programas públicos y privados de alimentación y nutrición de orden local, regional y nacional. Esto ayudaría al desarrollo de sistemas de comercialización más modernos y equitativos en los que los productores pueden intervenir para su beneficio” (PNUD, 2011).

Gráfica 7. Modelo de producción para la comunidad campesina.



Fuente: Elaboración propia.

7.2. Población urbana perteneciente a la clase social baja.

Colombia es un país que continuamente ha presentado cifras alarmantes de pobreza. Para el 2017, según el DANE, el 28% de la población colombiana vivía en condiciones de pobreza (no pobreza extrema). De ese 28%, el 8% es de las personas en situación de pobreza en las ciudades. Las causas de la pobreza en Colombia son muchas, algunas de estas son el conflicto armado, la corrupción, la desigualdad social, y la desproporción en cuanto a los ingresos económicos y su distribución. Esta última causa es la más importante para el desarrollo del presente punto. La desigualdad económica o el no contar con los suficientes ingresos económicos, conllevan a que la población esté en condiciones de vulnerabilidad, no cuente con una efectiva seguridad alimenticia y no tenga acceso a los alimentos disponibles en el mercado, tanto los de la canasta familiar básica como los que no lo son. Ahora bien, se expondrá el modelo propuesto para que la comunidad urbana perteneciente a los estratos bajos pueda acceder a los alimentos orgánicos y que son tendencia saludable en Colombia y en el mundo.

El primer punto y el cual será el cimiento de todo el modelo es la creación de huertas urbanas. Esto se realizará por barrios y/o comunidades pequeñas y se instaurarán

principal e inicialmente en donde la comunidad involucrada tenga libre y fácil acceso, como los colegios públicos y zonas que no estén en uso y se puedan aprovechar y adaptar para huertas urbanas. Se plantea que este proyecto haga parte de las actividades complementarias escolares de los niños y jóvenes, y que sean ellos quienes se encarguen de producir, mantener y ponerlos a disposición de su comunidad escolar para una mejor y mayor nutrición, todo esto con el apoyo y de maestros y familiares.

Para llevar a cabo lo anterior, se contará con la educación y capacitación en los procesos de producción de los alimentos orgánicos en la ciudad. La agricultura urbana es una práctica que está en aumento a nivel mundial, debido a los altos índices de pobreza y la falta de acceso a los alimentos de la población pobre de las ciudades. Sin embargo, este método no tiene mayores estudios e investigaciones debido a su reciente tendencia y novedad. Para la FAO LA agricultura urbana “contribuye a la seguridad alimentaria y nutricional brindando acceso a alimentos para consumo familiar, mejorando y diversificando la dieta y permitiendo el ahorro en gastos de alimentos, además de mejorar la disponibilidad de los mercados locales con alimentos frescos, ricos en micronutrientes a precios competitivos. Además, es una fuente de empleo e ingresos para grupos vulnerables a través de la venta de excedentes o con la implementación de sistemas de producción intensivos y especializados orientados a la comercialización, ya que no requiere de mano de obra calificada ni de fuertes inversiones para su instalación (FAO, s.f.).

Hecha la introducción anterior, a continuación, se mostrarán las características y condiciones que se proponen para realizar la huerta urbana como método de acceso a los alimentos saludables de las familias urbanas de escasos recursos, y colegios. Este modelo se hace con base en generalidades con respecto a las ciudades, el espacio, los recursos y la población. No obstante, el modelo debe adecuarse a las necesidades y posibilidades de cada comunidad.

CONDICIÓN	OBSERVACIONES
Participantes	Se plantea como proyecto escolar donde sean los niños y jóvenes los encargados de este proceso. Sin embargo, la participación está abierta para toda la comunidad.

Labores para realizar	Adecuar el espacio destinado para la huerta. Sembrar las semillas de los alimentos a cultivar. Regar la siembra y estar pendiente del proceso Recoger los alimentos obtenidos Vigilar que la huerta permanezca siempre en buen estado
Tiempo destinado	La idea inicial de la huerta es a corto plazo, 5 años, mientras se evalúa la eficiencia del proyecto. El tiempo destinado para la siembra, abono y recolección, depende de cada alimento que se vaya a cultivar.
Alimentos para producir	Frutas y verduras. Especial énfasis en las que no son de fácil acceso para la comunidad, por disponibilidad y/o precio, como zuquini, chíá, quinua y maíz, entre otros alimentos ricos en vitaminas y minerales. Sin embargo, es posible sembrar cualquier fruta o verdura.
Espacio requerido	Se requiere un espacio de libre acceso y uso para el público. Al aire libre o, puede ser cerrado, siempre que sea adecuado como una huerta.
Uso de los alimentos	Los alimentos serán para consumo de la comunidad escolar involucrada. Por otro lado, las huertas urbanas se podrán aprovechar para el consumo propio de las familias interesadas en ser parte del programa, en donde se busca mejorar la calidad de vida de los hogares.

Tabla 7-1. Propuesta modelo huerta urbana.

Fuente: Elaboración propia.

Para efectos de este trabajo, la implementación se hará en la ciudad de Bogotá, en las comunidades de estrato 0,1 y 2. Se cultivarán los productos saludables propicios para este clima como el brócoli, el repollo, la zanahoria, los rábanos, la cebolla, la arveja, la lechuga, la acelga, la espinaca, entre otros. De acuerdo con el Banco de la República (2011, p.337),

Bogotá produce una amplia variedad de productos agrícolas para el consumo local. Banano, caña de azúcar, tabaco, yuca y otros productos tropicales se cultivan en el valle del Magdalena y en los valles de los ríos de las montañas

alrededor de la sabana de Bogotá. A mayores alturas, por encima de 6.000 pies, se cultivan casi todos los productos de la zona templada, incluidas papas, manzanas, así como muchos otros vegetales y frutas como acelga, apio, arveja, brócoli, cebollas, col de Bruselas, coliflor, espinaca, lechuga, rábano, remolacha, repollo, alcachofas, coles, habas, zanahoria, ají, pimentón, berenjena, tomate, pepino, ahuyama, calabacín, ajo, apio, cebolla de bulbo, puerro, tomate y zanahoria.

El modelo de huertas urbanas se propone como una actividad de educación complementaria para los niños y jóvenes donde ellos empiecen a desarrollar acciones que aprendan y fortalezcan los temas relacionados con la huerta urbana, alimentación, nutrición saludable y la seguridad alimentaria. En la huerta urbana los estudiantes también tendrán la oportunidad de adquirir mayor destreza y técnicas para mejorar su calidad de vida, la de su familia y la de su comunidad. Según la FAO (2009), los proyectos de huertas urbanas donde los niños y jóvenes están involucrados son un incentivo para ellos en la medida que los educa, les crea conciencia medioambiental, les trae beneficios para la escuela y la comunidad, promueve los niños sanos en cuanto a alimentación saludable se refiere; asimismo, les genera actividades de esparcimiento y diversión en la cual se siembran actitudes positivas y se aparta de los peligros como la droga o las pandillas. Es por lo anterior por lo que este modelo de huertas urbanas se hará en la comunidad de cada estudiante, pero haciendo responsable a los niños y jóvenes de dicho huerto, y a los hogares involucrados respectivamente.

Para poder realizar estas huertas es necesario efectuar programas de apoyo técnico y educativo, de la mano de especialistas, los cuales contribuirán a que la huerta sea eficiente y suficiente en producción y, además, cumpla con las condiciones establecidas. El aprendizaje y el acompañamiento en estos proyectos nuevos constituyen una parte esencial para el éxito de los mismos. Se contempla entonces, la idea de que, como gran parte de los habitantes de las zonas pobres de las ciudades son campesinos que fueron desplazados por el conflicto armado, sean ellos quienes compartan sus conocimientos en torno a la agricultura y la siembra con quienes no conocen nada de esto y, combinen esta práctica con los conocimientos que están enfocados en las técnicas urbanas. De acuerdo con lo evidenciado en la tesis de Diego Rodríguez (2017) los aprendizajes obtenidos siendo niños por los campesinos, son necesarios para las agriculturas urbanas y para, transmitir ese conocimiento a los niños de las comunidades urbanas. Los elementos

aprendidos en el campo hacen más de 60 años han regresado a la ciudad y con esto se ha propagado el conocimiento tradicional campesino relacionado con la agricultura, aspecto con el cuál las huertas urbanas serán impulsadas y además se volverá a valorar la sensibilidad frente a la naturaleza.

Para el desarrollo de este proyecto, es necesario e imprescindible contar con el apoyo estatal, especialmente con el gobierno local, esto con el fin de establecer de manera legal las huertas de producción urbana y además tener el respaldo de las políticas o regulaciones públicas que permitan llevar a cabo este proceso. El documento CONPES 113 de 2008 referente a la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional trata estos temas en tres objetivos. En el primero reconoce la importancia de promover e incentivar la producción nacional de alimentos de la canasta básica de manera sostenible y competitiva, que permita garantizar el suministro permanente y estable de los alimentos a la población colombiana. En el segundo incita a la creación de las condiciones para que la población colombiana, en particular los grupos de población en condiciones de vulnerabilidad, tenga acceso como mínimo a los alimentos de la canasta básica, que le permita satisfacer las necesidades alimentarias y nutricionales. De la misma manera, desarrollar competencias para impulsar la producción para el autoconsumo y sostenimiento. Y en el tercero estimula la promoción de los hábitos y estilos de vida saludables que permitan mejorar el estado de salud y nutrición de la población, y prevenir la aparición de enfermedades asociadas con la dieta.

Finalmente, se concluye la importancia de fomentar la práctica de los dos modelos desarrollados, tanto en la comunidad campesina como en la comunidad urbana de escasos recursos. Según la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia realizada en el año 2010, los niveles de desnutrición y deficiencia en el acceso a los alimentos era aguda en las zonas rurales de los departamentos de Atlántico, Guajira, Boyacá y Nariño eran superiores a la media. Asimismo, estos índices se evidenciaron en las zonas urbanas de las grandes ciudades donde habitan las comunidades de estrato 0,1 y 2. La misma encuesta evidenció los grandes problemas que estas comunidades tienen con respecto a las enfermedades relacionadas a la nutrición, como el sobrepeso y la obesidad. Es por esto por lo que el objetivo del presente trabajo se focaliza en estas comunidades, pues además de tener problemas nutricionales, no cuentan con las condiciones de acceso a los alimentos orgánicos, que son también saludables. De igual manera, la importancia radica en el componente social de posibilitar a esta comunidad, que es mayormente discriminada

en el aspecto social y económico, para adquirir alimentos, que, aunque no pertenecen a la canasta familiar básica, son indispensables para la salud, el cuerpo y bienestar.

7.3. Modelo tiendas ARA y cómo lograr vender los productos allí.

Supermercados ARA son tiendas de bajo costo que comercializa productos con costos más bajos en el mercado y que son de fácil acceso para toda la población. Hacen parte de la cadena portuguesa Jerónimo Martins en Colombia. En el país hay aproximadamente 400 tiendas de esta marca. Según una nota de Dinero (2014), el modelo de negocio de estos almacenes de cadena se basa en ofertas, promociones y la promesa de precios bajos en los más de 1.000 productos que ofrecen. Asimismo, ARA ofrece tanto marcas propias como productos nacionales y de alta calidad.

Según el diario La República (2017), el éxito de las tiendas ARA se debe a que los productos que allí se venden son propios. Además, resalta que estos supermercados apoyan a los fabricantes nacionales: “en total, cuentan con 624 de los cuales 95% son de origen colombiano, por lo que al adquirir uno de ellos no solo se beneficia el bolsillo, sino también se contribuye con la economía de los productores locales. Es el caso de las frutas y las verduras frescas, las cuales son surtidas por proveedores locales, quienes se han visto beneficiados con la entrada de la cadena, ampliando su plan laboral e ingresos” (La República, 2017).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, y partiendo del hecho de que las tiendas ARA comercializan frutas y verduras e incluyen en su modelo de negocio contribuir a la economía local y el apoyo a los pequeños productores se plantea opción de comercio en la cual se puedan vender los alimentos orgánicos saludables producidos por los campesinos.

Para lo anterior hay que tener varios puntos en cuenta, el primero es que el producto debe ser rentable para la tienda y para el productor. Por ejemplo, tiendas ARA vende verduras tradicionales, pero no vende Zuquini ni tampoco semillas de quinua. Estos dos ejemplos son relevantes porque, si dichos alimentos son producidos por los campesinos, podrían ser vendidas a precio justo a las tiendas ARA y éstas podrían ser asequibles a mayor parte de la comunidad.

En segundo lugar, es importante que las condiciones para la venta del producto sean competitivas para el mercado, es decir que al comparar los precios con los alimentos

similares que ya vende las tiendas ARA sea menor que el que ya ofrecen. Por ejemplo, si se ofrece brócoli de mejor calidad y a un precio más económico que el que ya tienen, se podrá optar por comprar este alimento a los campesinos.

Finalmente, es significativamente favorable que las producciones de los campesinos sean suficientes para poder cumplir con las entregas de los productos de acuerdo con las necesidades de demanda del mercado.

8. Recomendaciones

La primera recomendación importante para el desarrollo del presente trabajo es contemplar el apoyo que los campesinos tendrán dependiendo del gobierno en curso. De acuerdo con el Centro de Memoria Histórica (2013) desde el año 1986 al 2014 ha habido más de 30 reformas agrarias y políticas destinadas al apoyo campesino. Muchas de estas delimitan su apoyo en pequeños porcentajes, otras prometen más allá de lo que se puede cumplir. Es por lo anterior por lo que se considera importante contemplar cómo y cuál será el apoyo que tendrán los campesinos dependiendo del gobierno que esté en ese momento.

Otro punto importante para tener en cuenta a la hora de proponer el modelo de la comunidad campesina es contemplar la variable de que cada vez es más evidente el desplazamiento de los campesinos del campo hacia la ciudad. Según Arias (2014) la globalización, la tecnificación en la ciudad, la falta de oportunidades en el campo debido a la no producción de las tierras y el desplazamiento forzado a manos de los grupos armados ilegales, son las principales razones por las que los campesinos migran a las ciudades. Esta variable migratoria es importante tenerla en cuenta a la hora de contemplar la propuesta de modelo de producción a manos de los campesinos. Son muchos los habitantes del campo quienes prefieren vivir en la ciudad. Es por lo anterior por lo que se considera necesario considerar opciones para retener al campesino en el campo y devolverle la motivación de la labrar la tierra.

Ahora bien, este punto va de la mano con el anterior. Aquí se expone la necesidad de conocer qué es lo que quiere y necesita el campesino. Esto depende de la región, de la productividad de las tierras, de las problemáticas que tienen y de cómo se ha desarrollado el lugar donde se encuentran. De acuerdo con el PNUD (2011) los campesinos tienen

diferentes problemáticas de acuerdo a las regiones. En Tumaco y la zona del Pacífico, los campesinos necesitan más intervención estatal y más seguridad para evitar los desplazamientos a los que se ven obligados por parte de los grupos ilegales. En la costa Atlántica los campesinos alegan más participación en el agro y menos en la ganadería. Lo mismo sucede en Santander y Boyacá, donde la mayoría de las tierras son destinadas para la ganadería y poca para la agricultura. En la zona cafetera los campesinos solicitan más asistencia técnica (PNUD, 2011).

Las problemáticas de los cafeteros en Colombia, que sirven de ejemplo para el campesinado son los costos elevados del café colombiano, por lo cual el mercado internacional está eligiendo otro; la baja productividad por hectáreas, la poca innovación gremial, tecnificación y asistencia educativa y el poco entusiasmo que tienen los jóvenes por ser cafeteros o involucrarse con el sector, lo que conlleva a la poca innovación (Federación Nacional de Cafeteros, 2014).

Por otra parte, una recomendación importante es la necesidad de contemplar la posibilidad de implementar políticas públicas enfocadas en el acceso de productos saludables por parte de toda la población colombiana, donde se fomente el cuidado de la salud, el cuerpo y la protección contra enfermedades relacionadas a la alimentación y nutrición.

Es importante establecer una serie de medidas que permitan mayor participación en cuanto al acceso, administración y/o tenencia de la tierra por parte de los campesinos. Estos mecanismos se pueden instaurar con base en la recomendación de la FAO (2015): crear fondos o bancos de tierras donde se facilite la compra de tierras desde la financiación de la misma y la co-titulación de las fincas, donde el dueño y el trabajador tengan derechos sobre la tierra que se trabaja.

Idealmente, el desarrollo de las huertas urbanas tendrá lugar como primera instancia en Bogotá, sin embargo, la propuesta está enfocada en un modelo con posibilidad de abarcar otras ciudades del territorio nacional, centrado principalmente en zonas de estratos 0, 1 y 2. A partir de lo anterior, de acuerdo con las condiciones geográficas y climáticas de cada región, se establecerán los productos aptos para la producción.

Finalmente, se contempla la posibilidad de que los alimentos producidos por las comunidades estudiadas sean comercializados a largo plazo en supermercados de bajo

costo como D1, Justo y Bueno y ARA, entre otros. Lo anterior se plantea como un modelo en donde ambas partes tendrán un beneficio, por un lado los supermercados pueden aprovechar esta estructura y dar apoyo a la producción local, fomentando el crecimiento de su negocio; y por el otro lado, las comunidades tendrán accesos a los alimentos saludables y además mejorar sus ingresos económicos por los productos comercializados. Asimismo, estos alimentos producidos en las huertas urbanas y en las tierras campesinas pueden igualmente ser comercializados en plazas principales en zonas cercanas a las comunidades involucradas.

9. Conclusiones

A partir de esta investigación es posible evidenciar que en Colombia es necesaria una política que fomente el consumo y facilite la adquisición de alimentos saludables por parte de la población perteneciente a estratos bajos. Asimismo, se puede evidenciar que en Colombia el consumo de productos saludables es bajo, aun cuando la gran mayoría es asequible para la clase alta debido a los elevados costos, poca variedad y limitada comercialización concentrada en zonas de estratos altos.

Asimismo, la investigación reitera la creciente necesidad de que los campesinos puedan tener derechos sobre la tierra que trabajan, teniendo así mayor poder de decisión y participación sobre los alimentos que producen para fines de autoconsumo y comercialización. Se considera importante que exista la posibilidad de crear asociaciones entre campesinos y agricultores, en donde se fomente la producción y comercialización de los alimentos producidos. Lo anterior se considera como una oportunidad de mejora en cuanto a la seguridad alimenticia, permitiendo mayor acceso a los productos saludables y mayor poder de negociación frente a las empresas y a la necesidad de suplir la demanda del mercado nacional e internacional.

Igualmente, es importante que la población urbana este actualizada y familiarizada con la creciente tendencia de alimentación saludable en Colombia, con el fin de poder participar activamente en las decisiones relacionadas a los alimentos que se produzcan y su consumo. De igual manera, la creación de las huertas es un fomento, no sólo para mejorar las condiciones alimenticias de las comunidades, sino para fines pedagógicos en donde los jóvenes estén involucrados en actividades que le aporten a su desarrollo y crecimiento personal, haciendo uso de su tiempo libre en programas educativos y de

esparcimiento diferente a los peligros a los que están expuestos diariamente por pertenecer a comunidades vulnerables.

Así mismo, la tecnificación y capacitación de las comunidades involucradas en el modelo propuesto permitirá mejorar la calidad de vida, en la medida en que el acceso sea más incluyente en cuanto a precios y distribución.

Finalmente, es evidente que aunque la alimentación saludable es una tendencia mundial que cada vez esta en crecimiento, en Colombia aun es muy limitada en cuanto a la accesibilidad que tienen las diferentes poblaciones. Por lo anterior, es esencial que se fomenten políticas de inclusión de los alimentos en las practicas alimenticias por parte de las comunidades, y de esta manera replicar modelos para un mayor alcance y accesibilidad de los productos saludables en los estratos de poder adquisitivo bajo en Colombia.

10. Bibliografía

- Acosta K. (2014). La obesidad y su concentración según nivel socioeconómico en Colombia. *Revista de Economía del Rosario*, 16(2), 171-200. Recuperado de <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/economia/article/view/3330>
- Agencia Nacional de Tierras. (2017). 60% de los campesinos no son dueños de sus tierras. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <http://www.agenciadetierras.gov.co/prensa/registro-de-medios/ano-2017/>
- Arias, E. (2014). Campesinos... en vía de extinción. *Tesis especialización en alta gerencia*. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá.
- Banco de la República. (2011). Colombia: manual comercial e industrial. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/lbr_manual_comercial_0.pdf
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2010). Nutrición en Colombia: estrategia de país 2011-2014. Octubre 1, 2017, del BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6175/Nutrici%C3%B3n%20en%20Colombia%3a%20estrategia%20de%20pa%C3%ADs%202011-2014%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bargueño M. (2014). ¿Comer sano es de ricos? 18/11/2017, de El País Sitio web: https://elpais.com/elpais/2014/11/03/buena vida/1415015581_910607.html
- Barrera, M. (2015). Alimentación y Nutrición en Dislipidemias, Síndrome Metabólico y Enfermedad Cardiovascular. Octubre 1, 2017.
- BBC Mundo. (2014). Alimentación saludable: ¿cuál es la comida más sana? Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/03/140228_salud_nutricion_finde_dieta_saludable_lp

- Bitar D. (2016). Dieta saludable: la nueva tendencia en Colombia. 26/10/2017, de P&M Sitio web: <http://www.revistapym.com.co/destacados/la-nueva-dieta-de-los-colombianos>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2016). Llega a Colombia la tendencia de alimentos sanos para niños. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-sector-Agricola-y-Agroindustrial/Noticias-2016/Llega-a-Colombia-la-tendencia-de-alimentos-sanos-para-ninos>
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2014). *La tierra en disputa. Memorias del despojo y resistencias campesinas en la costa Caribe 1960 – 2010. Resumen*. Bogotá: CNMH.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2013). *La política de reforma agraria y tierras en Colombia. Esbozo de una memoria institucional*. Bogotá: Imprenta Nacional.
- Certificadora de estándares orgánicos y ambientales Colombia. (2013). Lo orgánico sabe a realidad. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <https://cerescolombiacert.wordpress.com/tag/alimentos-organicos/>
- Certificadora de estándares orgánicos y ambientales Colombia. (2017). Normas. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <http://cerescolombia-cert.com/sector-de-servicios/certificacion-organica/normas/>
- Comisión Europea. (2011). Campesinos, tierra y desarrollo rural reflexiones desde la experiencia del tercer laboratorio de paz. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web http://eeas.europa.eu/archives/delegations/colombia/documents/projects/cartilla_tierra_y_desarrollo_lab_paz_iii_es.pdf
- Comisión Europea. (2016). La Comisión Europea y Colombia deciden iniciar negociaciones sobre un acuerdo bilateral en materia de productos ecológicos. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web https://ec.europa.eu/agriculture/newsroom/258_es
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2017). Pobreza monetaria y multidimensional en Colombia 2016. Boletín técnico. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/bol_pobreza_16.pdf
- Departamento Nacional de Planeación. (2015). Misión para la transformación del campo. Diagnóstico Económico del Campo Colombiano. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del

sitio web
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/Diagn%C3%B3stico%20Econ%C3%B3mico%20del%20Campo%20Colombiano.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2017). Beneficios tributarios para empresas que inviertan en 344 municipios afectados por el conflicto. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Beneficios-tributarios-para-empresas-que-inviertan-en-344-municipios-afectados-por-el-conflicto.aspx>

Dinero. (2014). ARA se duplica. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/expansion-jeronimo-martins-colombia/200544>

Dinero. (2015). Canadá y la quinua, aliados comerciales de Colombia. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <https://www.dinero.com/pais/articulo/mercado-quinua-latinoamerica/208087>

Documento Conpes Social 113. (2007). Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PSAN). Consejo Nacional de Política Económica Social. República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación.

El Espectador. (2015). Colombianos prefieren alimentos naturales. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <https://www.elespectador.com/noticias/economia/colombianos-prefieren-alimentos-naturales-articulo-547560>

El Tiempo. (2016). Crece 'apetito' por los alimentos saludables. 15/11/2017, de EL TIEMPO Sitio web: <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/aumenta-demanda-por-alimentos-saludables-35579>

El Tiempo. (2016). El 65,8 % de la tierra apta para sembrar en Colombia no se aprovecha. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16601436>

ENSIN. (2010). Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia 2010. Agosto 28, 2017, de ICBF Sitio web: <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/Descargas1/Resumenfi.pdf>

Euromonitor. (2017). Health and Wellness in Colombia. 18/11/2017, de Euromonitor Sitio web: <http://euromonitor.cesa.metaproxy.org/portal/analysis/tab>

Federación Nacional de Cafeteros. (2014). La política cafetera 2010-2014. *Ensayos sobre economía cafetera*. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Federación Internacional de los Derechos Humanos (FIDH). (2007). El derecho a la alimentación en Colombia: Hambre, desnutrición y dependencia alimentaria. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <https://www.fidh.org/es/region/americas/colombia/El-derecho-a-la-alimentacion-en>

FINAGRO. (2014). Perspectiva del sector agropecuario colombiano. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2014_09_09_perspectivas_agropecuarias.pdf

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2018). Colombia en una mirada. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <http://www.fao.org/colombia/fao-en-colombia/colombia-en-una-mirada/es/>

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (s.f.) Realizando una buena selección de alimentos y preparación de comidas. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <http://www.fao.org/docrep/019/i3261s/i3261s08.pdf>

La República. (2017). Los 10 alimentos que son tendencia en 2017. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <https://www.larepublica.co/consumo/los-diez-alimentos-saludables-que-son-tendencia-en-2017-2462341>

La República. (2017). Con precios bajos, la cadena de tiendas Ara busca ampliar su mercado en el país. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <https://www.larepublica.co/especiales/balance-empresarial/con-precios-bajos-la-cadena-de-tiendas-ara-busca-ampliar-su-mercado-en-el-pais-2578289>

Martínez, C. (2016). Consumo de alimentos orgánicos en Colombia: una cultura incipiente. *Tesis especialización en alta gerencia*. Universidad Militar Nueva Granada. Cajicá

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2008). Reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaquetado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y

comercialización de Productos Agropecuarios Ecológicos. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <https://vuf.minagricultura.gov.co/SISOrganico/Paginas/Inicio.aspx>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2016). Estrategia Colombia Siembra. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web https://www.minagricultura.gov.co/Documents/Estrategia_Colombia_Siembra.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social. (2010). Encuesta Nacional de Situación Nutricional (ENSIN). Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/epidemiologia/Paginas/encuesta-nacional-de-situacion-nutricional-ensin.aspx>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). Alimentación saludable. Octubre 1, 2017, de MinSalud. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/Guia-Alimentacion-saludable.pdf>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2017). Gobierno presenta Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) 2015. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Gobierno-presenta-Encuesta-Nacional-de-Situaci%C3%B3n-Nutricional-de-Colombia-ENSIN-2015.aspx>

Nielsen. (2014). Consumo de saludables se sigue afianzando en las compras de los consumidores latinoamericanos. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2014/saludables.html>

Nielsen. (2016). 6 de cada 10 consumidores colombianos dicen seguir dietas especializadas que omiten ciertos ingredientes. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/6-de-cada-10-consumidores-colombianos-dicen-seguir-dietas-especializadas.print.html>

Nielsen. (2017). La Revolución de los Alimentos en América Latina: La Salud es una Prioridad para el Consumidor. 25/10/2017, de NIELSEN Sitio web: <http://www.nielsen.com/ar/es/insights/reports/2017/La-revolucion-de-los-alimentos-en-America-Latina-la-salud-es-una-prioridad-para-el-consumidor.html>

Oficina de las Naciones Unidas contra la droga y el delito. (2013). Organizaciones productivas que hacen posible el desarrollo alternativo en Colombia. Recuperado el 09 de mayo de

2018 del sitio web https://www.unodc.org/documents/colombia/2013/Agosto/DA2013/Organizaciones_D_A_Colombia.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación (FAO). (2009). El huerto escolar como recurso de enseñanza-aprendizaje de las asignaturas del currículo de educación básica. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <http://www.fao.org/ag/humannutrition/21877061e61334701c700e0f53684791ad06ed.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación (FAO). (s.f.). Realizando una buena selección de alimentos y preparación de comidas. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <http://www.fao.org/docrep/019/i3261s/i3261s08.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación (FAO). (s.f.) Mejoramiento del acceso de los pobres y las mujeres a la tierra. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <http://www.fao.org/docrep/007/y5673s/y5673s13.htm>

Organización Mundial de la Salud. (2011). Global Atlas on cardiovascular disease prevention and control. Octubre 1, 2017, de OMS. Recuperado de whqlibdoc.who.int/publications/2011/9789241564373_eng.pdf

Portafolio. (2017). Así crece el negocio de jugos naturales en Colombia. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <http://www.portafolio.co/negocios/asi-crece-el-negocio-de-jugos-naturales-en-colombia-505649>

PROCOLOMBIA. (2010). Colombia necesita más producción de orgánicos para exportar. Recuperado el 09 de mayo de 2018 del sitio web <http://www.procolombia.co/noticias/colombia-necesita-mas-produccion-de-organicos-para-exportar>

Programa de cooperación económica al desarrollo Federación Suiza. (2010). Generación de Capacidad Comercial hacia EFTA: Inteligencia de Mercado para Colombia – Sector de Frutas y Verduras Orgánicas. Proexport Bogotá.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2011). El campesinado Reconocimiento para construir país. *Cuaderno del Informe de Desarrollo Humano*. PNUD

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2011). Campesinado y mujeres rurales. *Colombia rural Razones para la esperanza*. Recuperado el 02 de junio de 2018 del sitio web http://www.co.undp.org/content/dam/colombia/docs/DesarrolloHumano/undp-co-ic_indh2011-parte2-2011.pdf

RCN Radio. (2017). Aumentó en un 4.2% el consumo de alimentos saludables en Colombia. 2017, de RCN Sitio web: <http://www.rcnradio.com/aunclit/aumento-4-2-consumo-alimentos-saludables-colombia/>

Revista Ialimentos. (2015). Los consumidores quieren comer saludable. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <https://revistaialimentos.com/noticias/los-consumidores-quieren-comer-saludable/>

Ríos, Ortiz, Betancur & Villada. (2015). Producción orgánica y su impacto en el desarrollo económico del sector rural colombiano. *Ágora*. 5. 57-66.

Sanchez C. (2016). ¿Qué es comer saludable? 02/11/2017, de Revista Diners Sitio web: http://revistadiners.com.co/gastronomia/estilo-de-vida/32739_que-es-comer-saludable/

Vanguardia. (2017). Los nuevos comportamientos del consumidor. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <http://www.vanguardia.com/economia/negocios/398379-los-nuevos-comportamientos-del-consumidor>

Viva Saludable. (s.f.). Nutrición Básica. Grupos de alimentos. Recuperado el 12 de marzo de 2018 del sitio web <https://www.vivasaludable.org/eat-better/food-groups.p>