

**Viabilidad para la Comercialización, Distribución del Hongo Comestible Orellanas  
(*Pleurotus ostreatus*), en Bucaramanga y Su Área Metropolitana**

**Efrain Castillo Rivera**

**Trabajo de Grado Para Optar el Título de  
Profesional Agroindustrial**

**Director**

**Jairo Rueda Rodríguez**

**Ingeniero Agrónomo**

**Universidad Industrial de Santander**

**Facultad de Producción Agroindustrial**

**Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED)**

**Bucaramanga**

**2020**

### **Agradecimientos**

Gratitud a mi señora madre por ser la motivación para desarrollar cada proyecto propuesto en mi vida, con sus buenos y oportunos consejos ha impulsado mi camino en este reto de formación profesional.

Reconocimiento a la Ingeniera Industrial Lynda Catheryne Sandoval Serrano, con el aporte de conocimientos e ideas apoyo significativamente en el desarrollo de la investigación.

Al instructor e Ingeniero Agrónomo Jairo Rueda Rodríguez por ser el guía en la elaboración y desarrollo del proyecto.

Gracias a nuestra prestigiosa Universidad Industrial de Santander (UIS), por ser nuestra alma mater, donde se imparten conocimientos para aportar al desarrollo de nuestra sociedad.

## Contenido

|                                    | <b>Pág.</b> |
|------------------------------------|-------------|
| Introducción .....                 | 10          |
| 1. Planteamiento Del Problema..... | 12          |
| 1.1 Descripción del Problema ..... | 12          |
| 1.2 Antecedentes del Problema..... | 12          |
| 1.3 Formulación del Problema.....  | 13          |
| 1.4 Delimitación Espacial .....    | 13          |
| 1.5 Delimitación Conceptual .....  | 14          |
| 2. Justificación .....             | 15          |
| 3. Objetivos.....                  | 17          |
| 3.1 Objetivo General.....          | 17          |
| 3.2 Objetivos Específicos.....     | 17          |
| 4. Marco De Referencia .....       | 18          |
| 4.1 Marco Conceptual.....          | 18          |
| 4.2 Marco Teórico.....             | 20          |
| 4.3 Marco Legal.....               | 22          |
| 4.3.1 Marco Legal del Cultivo..... | 22          |
| 4.3.2 Marco Legal Cosecha. ....    | 24          |
| 4.3.3 Marco Legal Empaques. ....   | 25          |
| 4.3.4 Marco Legal Empresa.....     | 26          |
| 4.4 Marco Geográfico .....         | 29          |

|   |    |
|---|----|
| 4.4.1 Demografía del Área Metropolitana.....                    | 30 |
| 5. Diseños Metodológicos.....                                   | 32 |
| 5.1 Población y Muestra .....                                   | 32 |
| 6. Técnicas Aplicadas en la Recolección de la Información ..... | 35 |
| 7. Resultados.....  | 36 |
| 8. Discusión De Resultados .....                                | 46 |
| 9. Plan Comercial.....  | 48 |
| 9.1 Presentación Modelo De Negocio CANVAS .....                 | 48 |
| 10. Estrategia De Marketing .....                               | 49 |
| 10.1 Desarrollo de Buyer persona.....                           | 50 |
| 11. Estrategia de Penetración del Mercado.....                  | 52 |
| 11.1 Recomendación Presentación Del Producto .....              | 53 |
| 11.2 Producto .....   | 54 |
| 11.3 Empaque .....  | 56 |
| 12. Conclusiones.....   | 57 |
| 13. Recomendaciones .....                                       | 59 |
| Referencias Bibliográficas .....                                | 60 |
| Apéndice .....  | 62 |

**Lista de Figuras**

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| Figura 1. Geografía Área Metropolitana de Bucaramanga.    | 31          |
| Figura 2. Municipios con Número de Población por Estrato. | 33          |
| Figura 4. Pregunta Numero 2.                              | 37          |
| Figura 5. Pregunta Numero3.                               | 38          |
| Figura 6. Pregunta Numero 4.                              | 39          |
| Figura 7. Pregunta Numero 5.                              | 40          |
| Figura 8. Pregunta Numero 6.                              | 41          |
| Figura 9. Pregunta Numero7.                               | 42          |
| Figura 10. Pregunta Numero 8.                             | 43          |
| Figura 11. Pregunta Numero 9.                             | 44          |
| Figura 12. Pregunta Numero 10.                            | 45          |
| Figura 13. Modelo de Negocio Canvas.                      | 48          |
| Figura 14. Imagen Orellanas                               | 55          |
| Figura 15. Tabla Nutricional                              | 56          |
| Figura 17. Empaque Biodegradable                          | 56          |
| Figura 18. Etiqueta del Empaque                           | 57          |

**Lista de Tablas**

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| Tabla 1. Demografía del área Metropolitana        | 30          |
| Tabla 2. Ficha Técnica Encuesta                   | 35          |
| Tabla 3. Desarrollo de Buyer Persona              | 50          |
| Tabla 4. Recomendación y presentación de producto | 53          |

## **Lista de Apéndices**

|                                    | <b>Pág.</b> |
|------------------------------------|-------------|
| Apéndice A. Encuesta               | 63          |
| Apéndice B. Listado De Encuestados | 67          |

## Resumen

**Título:** Viabilidad para la Comercialización, Distribución del Hongo Comestible Orellanas (*Pleurotus ostreatus*), en Bucaramanga y Su Área Metropolitana \*

**Autor:** Efrain Castillo Rivera\*\*

**Palabras claves:** viabilidad, Orellana, marketing, comercialización.

### Descripción:

Dentro del contexto actual del sector agropecuario enfocado a la innovación de prácticas agrícolas, y buscando alternativas de cultivos que sean ambientalmente amigables, comercialmente rentables y que aporten a la nutrición sana de la población; se aborda la problemática del desconocimiento de mercado para la comercialización del hongo comestible caracterizado por poseer propiedades nutricionales y medicinales, Orellana (*Pleurotus ostreatus*), se busca identificar los posibles consumidores, la forma de consumo, el número de compradores y la cantidad de producto necesario para satisfacer dicho mercado.

Se presenta con detalle los procedimientos para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio de viabilidad para la Comercialización y Distribución del Hongo comestible Orellanas (*Pleurotus ostreatus*), en Bucaramanga y el Área Metropolitana. Se realizó una investigación exploratoria desarrollada a través de un modelo de encuesta simple, en la cual los encuestados nos brindaron la información necesaria para diseñar el plan comercial y definir la estrategia de marketing para la aceptación del producto en el mercado.

Con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se pudo apreciar que los potenciales clientes son personas que tienen como hábitos saludables principalmente la higiene adecuada de los productos, que presta gran atención a los factores tradicionales de calidad y precio al momento de seleccionar los productos de la canasta familiar.

Finalmente se permitió establecer que resulta viable la comercialización y distribución del hongo comestible Orellanas (*Pleurotus Ostreatus*), en Bucaramanga y su Área Metropolitana. Este producto satisface las necesidades de muchos consumidores al ser un alimento de gran valor nutricional, saludable y que su producción no genera impacto negativo al medio ambiente.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Director. Jairo Rueda Rodríguez Ingeniero Agrónomo. Facultad de Producción Agroindustrial

### Abstract

**Title:** Viability for Commercialization, Distribution of Edible Orellanas Mushroom (*Pleurotus ostreatus*), in Bucaramanga and Its Metropolitan Area\*

**Author:** Efrain Castillo Rivera\*\*

**Key words:** viability, Orellana, marketing, commercialization.

**Description:**

Within the current context of the agricultural sector focused on the innovation of agricultural practices, and looking for alternative crops that are environmentally friendly, commercially profitable and that contribute to the healthy nutrition of the population; The problem of market ignorance for the commercialization of the edible fungus characterized by having nutritional and medicinal properties, Orellana (*Pleurotus ostreatus*) is addressed, seeking to identify potential consumers, the way of consumption, the number of buyers and the quantity of product required to satisfy that market.

The procedures to obtain the required information are presented in detail, and its purpose is to design a feasibility study for the Marketing and Distribution of the Orellanas Edible Mushroom (*Pleurotus ostreatus*), in Bucaramanga and the Metropolitan Area. An exploratory research was carried out through a simple survey model, in which the respondents provided us with the necessary information to design the business plan and define the marketing strategy for the acceptance of the product in the market.

With the results obtained in the surveys carried out, it was possible to see that the potential clients are people who have as healthy habits mainly the adequate hygiene of the products, who pays great attention to the traditional factors of quality and price when selecting the products of the family basket.

Finally, it was established that the commercialization and distribution of the edible mushroom Orellanas (*Pleurotus Ostreatus*) is viable in Bucaramanga and its Metropolitan Area. This product meets the needs of many consumers as it is a food of great nutritional value, healthy and that its production does not generate a negative impact on the environment.

---

\* Degree Work

\*\* Director. Jairo Rueda Rodríguez Agricultural Engineer. Agroindustrial Production Faculty

## Introducción

La Orellana es un hongo visible llamado también hongo ostra u ostión, debido al parecido a estos moluscos. Es un organismo comestible que se desarrolla generalmente en materiales ricos en fibra como lo son los troncos, ramas, bagazos de cañas entre otros. Estos Hongos desempeñan un papel importante en la degradación de los vegetales ya que son capaces de transformar algunos compuestos en sustancias aprovechables para su crecimiento y nutrición.

Es posible sacar provecho de los residuos de algunas cosechas vegetales, que en muchas ocasiones se convierte en problema para el medio ambiente, por el mal manejo que realizan los cultivadores, en diversos casos efectúan prácticas inadecuadas para eliminar estos desechos, como son las quemadas a cielo abierto. Desarrollar un cultivo de Hongos tipo Orellana que utiliza residuos de diferentes cosechas agrícolas para su producción y que al aprovechar su cosecha genera sub productos que funcionan como abono para plantas, brinda un beneficio en el medio ambiente y al aumento productivo de la finca.

Este hongo del género *Pleurotus* se destaca dentro de los suyos por sus excelentes propiedades nutricionales y medicinales. Contienen todos los aminoácidos esenciales, es rico en carbohidratos, vitaminas, fibra y minerales. Representa un 20% a un 40% de proteínas con base a su peso seco, y 0,9% a 1,8% en contenido de grasas, lo que convierte a las Orellanas, en unas proteínas más saludables y digestibles (80%) comparadas con las proteínas que contiene la carne roja.

Estas características hacen que la Orellana tenga un potencial muy alto para que las personas empiecen a agregarlas a su canasta familiar y aumenten el consumo en sus dietas alimenticias. El

consumo de Orellanas aporta beneficios para la salud, funciona como antioxidante, ayuda a limpiar el tracto digestivo, y ayuda a controlar los niveles de colesterol y la hipertensión.

La comercialización de este producto en la ciudad de Bucaramanga y su área Metropolitana es muy baja o muy empírica, se debe potencializar sus estudios de mercado, para identificar los medios para llegar a todos aquellos posibles compradores. Al aumentar la demanda de este producto, se incentiva al aumento de su oferta, por lo cual se daría paso a que nuevos productores decidan entrar al mercado.

## **1. Planteamiento Del Problema**

### **1.1 Descripción del Problema**

En la actualidad el sector agropecuario debe innovar en sus prácticas agrícolas, dentro de ellas buscando cultivos que sean amigables con el medio ambiente, cumpliendo con la demanda de productos que requieren los mercados sin perder la importancia de la nutrición en la producción de alimentos.

Es por esto que surge un nuevo nicho de negocio que cumple con las características nutritivas, organolépticas y conservación del medio. Para poder iniciar el proceso de producción se debe asegurar la correcta comercialización del producto en los municipios y ciudades cercanas. De acuerdo a lo anterior nuestro problema a resolver es identificar el nicho del mercado y su consumo interno en la ciudad de Bucaramanga y Área Metropolitana asegurándonos de encontrar las condiciones para comercializar y crear un modelo de negocio sostenible.

### **1.2 Antecedentes del Problema**

El desconocimiento del mercadeo de un producto alimenticio como las setas variedad Orellana (*Pleurotus ostreatus*), en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana conlleva a que se desconozcan los posibles consumidores, la forma de consumo, la cantidad de posibles compradores y la cantidad de producto a producir para satisfacer dicho mercado. “El desconocimiento de estos mercados ha hecho que productores del departamento de Santander

vendan sus producciones a otros departamentos que son pioneros en estos cultivos y tienen buenos índices de consumo, lo que genera menores ganancias a sus cosechas,” (Entrevista SETAS SURATA, 2020). Un producto alimenticio como la Orellana (*Pleurotus ostreatus*), con un nicho de mercado relativamente poco conocido pero que se proyecta con mucho potencial por sus características nutritivas y saludables en la ingesta. Según FAO 2019 “en la actualidad el sobrepeso y la obesidad han aumentado en la región, fundamentalmente debido al consumo excesivo de kilocalorías y el sedentarismo por una parte importante de la población. También persisten problemas relacionados con el consumo insuficiente de vitaminas y minerales asociado al bajo consumo de frutas, verduras, legumbres y pescado. Las enfermedades crónicas no transmisibles (ENT) causadas por una inadecuada alimentación implicarán una pérdida sustancial de capital humano, y con ello mermado su potencial de desarrollo, y, además, un aún mayor costo para las economías y sistemas de salud públicos”.

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Sería aceptado el hongo comestible Orellana (*Pleurotus ostreatus*) en los estratos 3, 4,5 y 6 como un alimento nuevo en el consumo regular?

### **1.4 Delimitación Espacial**

El análisis de Mercado sera realizado para la ciudad de Bucaramanga y su área Metropolitana, enfocado en los estratos 3, 4, 5 y 6 . Se visualizó para abarcar un nicho de mercado más amplio ya que dentro del área metropolitana se encuentran municipios como Girón, Piedecuesta y

Floridablanca donde también se distribuyen clientes con mucho potencial, que se desean investigar en el siguiente estudio. La población de referencia tomada para este estudio corresponde al 8 % del total de habitantes de Bucaramanga y su área metropolitana. Clasificadas en los estratos ya mencionados. Fuente DANE – SUI (Sistema Único de Información de Servicios Públicos Domiciliarios)

### **1.5 Delimitación Conceptual**

Dentro de la investigación se analizó las motivaciones y comportamientos de compra de los clientes y sus necesidades. Recordando que según algunos estudios los clientes adquieren por diversos factores que influyen a la hora de comprar productos, por esta razón existen tiendas especializadas en productos que satisfacen sus necesidades.

Algunos de los factores que influyen son:

- a. Factores Culturales
- b. Factores sociales
- c. Factores personales
- d. Factores psicológicos

Además de lo anterior una pregunta que nos pudo ayudar a dirigir la siguiente investigación fue ¿ Por que se compra? Aquí podemos analizar la pirámide de Maslow que fácilmente identifica las necesidades de los consumidores de acuerdo al piso en el cual nos encontremos.

## 2. Justificación

La presente investigación tiene como objetivo determinar el interés a la población objetivo en consumo del hongo “Orellana” en su dieta regular. En este momento el país y el mundo se encuentran en un periodo de cambio de hábitos alimenticios pues cada persona en el mundo ha iniciado un proceso de transición y toma de conciencia de la importancia nutricional de los alimentos que consume y a su vez del impacto que se genera en el medio ambiente la consecución de los alimentos de la vida diaria, es por esto que en diferentes partes del país y del mundo buscan nuevas fuentes de alimento lo suficientemente nutritivas y que compensen los beneficios nutricionales para su consumo diario. Dentro de nuestra investigación de mercados queremos incursionar mediante pruebas estadísticas la aceptación de las familias Bumanguesas de este nuevo alimento. Considerando que los precios de venta del hongo “Orellana” son equivalentes a la proteína animal (carnes y aves) es posible que los estratos 1 y 2 no contemplen reemplazar o agregar este alimento a su canasta familiar es por esto que nuestro estudio se enfocará en los estrato 3 al 6 y restaurantes que tengan dentro de su nicho de mercado este tipo de personas que a su vez están buscando diferentes fuentes alimenticias de origen vegetal. Pues en la actualidad muchos jóvenes se han declarado vegetarianos o veganos buscando con esto ayudar a eliminar el impacto de la huella de carbono en el mundo. Recordando que la crianza de animales aportan grandes cantidades de emisiones de dióxido de carbono al medio ambiente. Si nuestra investigación resulta positiva es probable que muchos de nuestros campesinos inicien este tipo de cultivo alternativo y se pueda conformar una empresa que lleve a cabo la comercialización, distribución de este y otro tipo de hongos que técnicamente pueden cultivarse replicando las condiciones adecuadas y es de gran importancia para el departamento de

Santander y a su vez para nuestra universidad innovar en este medio pues hasta el momento quienes dirigen este tipo de mercado son los departamentos de Cundinamarca y Antioquia.

### 3. Objetivos

#### 3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de viabilidad para la Comercialización y Distribución del Hongo comestible Orellanas (*Pleurotus ostreatus*), en Bucaramanga y el Área Metropolitana.

#### 3.2 Objetivos Específicos

- Analizar variables que incidan en el consumo de Hongo comestible Orellanas (*Pleurotus ostreatus*), en Bucaramanga y el Área Metropolitana, como lo son factores motivadores de compra, Lugares de adquisición del producto, Cantidad, frecuencia de compra y precio.
- Crear el plan comercial y definir la estrategia de marketing para la aceptación del producto en el mercado.
- Definir el método de penetración del producto al mercado objetivo según el plan comercial.

## 4. Marco De Referencia

Para desarrollar el proceso de Viabilidad para la comercialización y Distribución del Hongo comestible Orellanas (*Pleurotus ostreatus*), en Bucaramanga y el área Metropolitana. Se identificaron como referencia para nuestro proceso de Investigación el uso de distintos marcos como son: El teórico, Legal, geográfico y conceptual.

### 4.1 Marco Conceptual

En el desarrollo del marco conceptual se explica breve y fácilmente el significado de palabras que sean posiblemente desconocidas, esto con el objetivo de hacer más entendible los procesos realizados en la presente investigación.

**Comercialización:** (Ugarte, 2003) “La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución.”

**Consumidor:** (FAO Y OMS, 2007) “Las personas que compran o reciben alimento con el fin de satisfacer sus necesidades personales”

**Empaque:** (FAO Y OMS, 2007) “cualquier recipiente que contiene alimentos para su entrega como un producto único, que los cubre total o parcialmente, y que incluye los embalajes y envolturas. Un envase puede contener varias unidades o tipos de alimentos pre-ensados cuando se ofrece al consumidor.

**Marketing:** según (American Marketing Association AMA), “la mercadotecnia (marketing o mercadeo) es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general. La creación de valor está en el centro de la definición, no solo para los consumidores, para los clientes en especial en el mundo b2b y algo muy importante para la sociedad en general. El marketing en sí tiene una función social, al crear, comunicar y entregar ofertas con elementos que realmente cumplan con satisfacer las necesidades de los consumidores y de la sociedad en general”

**Motivación:** la motivación es la acción y efecto de motivar. Es el motivo o la razón que provoca la realización o la omisión de una acción. Se trata de un componente psicológico que orienta, mantiene y determina la conducta de una persona.

**Muestra:** número determinado de elementos que representan el número total de la población o universo a estudiar.

**Muestreo:** técnica estadística que consiste en determinar a través de una fórmula, un número de elementos (muestra) representativo de la población o universo a estudiar, de modo que se pueda obtener información precisa, sin necesidad de tener que estudiar a todos elementos que conforman la población o universo.

**Viabilidad:** (economía simple 2017). En términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica.

## 4.2 Marco Teórico

Se hará uso de contenidos referentes a la temática de investigación, se toman de trabajos y textos con los cuales nos guiaremos para el desarrollo de la investigación del mercado.

Orellana SAS. (2013) “La Orellana, hongo ostra, gírgola, es una seta comestible de gran valor nutricional y exquisito sabor, el color de su sombrero varía de un color café muy tenue a gris. Al cocinarlos, las Orellanas desarrollan un sabor suave y delicado es un excelente acompañante en comida de mar o en platos con cualquier tipo de carne, además de ser una buena adición para sopas y salsas. La apariencia de este tipo de hongo es de una ostra con una textura muy suave similar a la de la gamuza. La Orellana es considerada como una alternativa importante, de uso masivo y gran potencial económico. El consumo de hongos cultivados ha aumentado copiosamente y cada día son numerosas las maneras de prepararlos, a la vez que desaparece el peligro de confundirlos con especies venenosas. Se destaca su alto contenido proteico, por lo que se denominan carne de bosque. La proteína contenida en los hongos es digestible hasta en un 80% y posee alto valor nutritivo”.

GUARÍN, Joel Andrés y RAMÍREZ, Andrés.(2004). “En Colombia el *Pleurotus Ostreatus* es un producto que principalmente se comercializa en los estratos 3, a 6 por presentar un alto valor a causa de características como su textura, sabor y olor agradables que han hecho que sea considerado como un alimento “de lujo” pues en Colombia esta seta tiene un precio que oscila entre \$8.500 a \$10.000 el kilo. Esto quiere decir que hasta el momento su uso está enfocado hacia la alta cocina y platos especiales, por lo cual su comercialización a estratos 1, 2 resulta inconveniente ya que es completamente desconocido en estos estratos y su valor de precio de

venta al público les resulta inaccesible. Siendo las ciudades Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena, Barranquilla y Bucaramanga, son los principales centros de consumo de hongos comestibles del país, debido a que son ciudades con un alto número de habitantes y con mayor nivel de ingresos per cápita promedio.”

Cabe resaltar que para el año 2020 en Colombia el precio de un kilo de Orellanas está alrededor de los \$14000 a \$20000 pero de igual manera se evidencia un sobre costo en el consumidor final. Lo cual se deben revisar los costos de producción y comercialización, para que se vuelva un producto de fácil acceso en cualquier tipo de estrato que busque en esta una fuente rica en proteína.

Estudios de la FAO estiman que la demanda mundial de productos pecuarios aumentará un 70% para alimentar a una población que se cree alcanzará una cifra de 9, 600 millones de personas en 2050, es decir en 32 años. El programa de la universidad de Oxford “Future of food”, realizó simuladores para observar lo que pasaría si todos los humanos se volvieran vegetarianos para este año. Los resultados indican que, gracias a la eliminación de carne roja de la dieta, las emisiones relacionadas con la producción de alimentos caerían un 60%. Otro escenario más drástico donde todo el mundo se volviera vegano, la caída de las emisiones alcanzarían un 70%.

Si bien muchos desearíamos cultivar nuestros propios alimentos en nuestros hogares nos encontramos con ciertas dificultades. María Pinzón (2018) “Uno de los mayores retos de cultivar en casa, es el espacio reducido, o garantizar las condiciones necesarias para que la cosecha produzca. En el caso de las Orellanas, es necesario tener en cuenta que además de ser un hongo capaz de sustituir la carne, su cultivo es de bajo costo, sus residuos se pueden compostar y su mayor requerimiento es un alto índice de humedad. La vida agitada en la ciudad muchas veces

hace que quienes cultivan alimentos en casa, no lleven un juicioso cuidado sobre sus cultivos y no se den los resultados esperados”.

### **4.3 Marco Legal**

El presente Marco se desarrolla con el propósito de explicar los requisitos, leyes y normatividad que se deben tener para la producción, cosecha, manipulación y comercialización del producto alimenticio Orellanas.

Los aspectos de comercialización están vigilados y regulados por organismos de control que buscan garantizar que los productos cumplan con las normas establecidas y brinden seguridad a los consumidores.

#### ***4.3.1 Marco Legal del Cultivo***

Las siguientes normas sirven de guía para la producción de forma responsable con el medio ambiente, la producción de alimentos que no excedan los límites de agroquímicos permitidos y generen deterioro a la salud de los consumidores. Se nombran las diferentes normas que aplican a los cultivadores de Orellanas.

**Resolución 00074 De 2002 (Abril 4) MADR.** Establecer, en forma armonizada con disposiciones internacionales, los principios y directrices para la producción, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación y comercialización de alimentos obtenidos mediante sistemas de producción agropecuaria ecológica. Esto, con el fin de proteger a los productores

contra la presentación ilegítima de otros alimentos y como productos agropecuarios ecológicos, y a los consumidores contra prácticas que puedan inducir a error y contra las declaraciones de propiedades no justificadas.

**Resolución 148 De 2004** (Marzo 15) **MADR**. Se crea el Sello de Alimento Ecológico y se establecen los principios, directrices y requisitos que rigen su otorgamiento, de conformidad con lo establecido en la Resolución 074 de 2002 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, con el propósito de:

- a) ¿Promover la producción, la comercialización y consumo de alimentos obtenidos mediante sistemas de producción ecológica;
- b) Proporcionar al consumidor información oportuna, confiable y suficiente para diferenciar los productos agropecuarios ecológicos de los convencionales.

**Resolución 0036 De 2007** (Febrero 14) **MADR**. Por la cual se modifica la resolución 148 del 15 de Marzo de 2004.

**Decreto 3075 De 1997** (Diciembre 23) **ICA**. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicarán:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.

d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

#### ***4.3.2 Marco Legal Cosecha***

El propósito es establecer los puntos críticos de control que permitan disminuir, evitar o controlar factores biológicos, físicos o químicos que alteren el producto final. El sistema de prevención de peligros para la inocuidad de los alimentos. Normatividad que deben cumplir los productores, comercializadores y manipuladores del producto Orellanas.

**Resolución 2674 De 2013 (Julio 22) INVIMA – MINSALUD.** La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

**Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 007 (2027-07-10) MINCIT.** Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que se deben cumplir en los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la inocuidad de los alimentos, durante la recepción de materia prima, preparación, almacenamiento, comercialización y servicio, con el fin de proteger la salud del consumidor. Esta norma es aplicable a todos los establecimientos de la

industria gastronómica, a los productos preparados que se expendan en servicios de alimentos y bebidas.

**Decreto 1575 De 2007** (Mayo 9) **Ministerio de Ambiente.** Establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada. Aplica a todas las personas prestadoras que suministren o distribuyan agua para consumo humano, ya sea cruda o tratada, en todo el territorio nacional, independientemente del uso que de ella se haga para otras actividades económicas, a las direcciones territoriales de salud, autoridades ambientales y sanitarias y a los usuarios.

#### ***4.3.3 Marco Legal Empaques***

Cualquier tipo de empaque, ya sea una lata, una botella o un plástico, contribuye a proteger los alimentos de la contaminación por microorganismos, insectos y otros agentes contaminantes. Asimismo, el empaque preserva la forma y la textura del alimento que contiene, evita que pierda sabor o aroma, prolonga el tiempo de almacenamiento y regula el contenido de agua o humedad del alimento. En algunos casos, el material seleccionado para el empaque puede afectar a la calidad nutricional del producto por ejemplo por la exposición del producto a la luz solar.

Normatividad para el empaque de las Orellanas.

**Norma Técnica Colombiana 512-1** (2007-12-12). Establecer los requisitos mínimos de los rótulos o etiquetas de los envases o empaques en que se expendan los productos alimenticios, incluidos los de hostelería, para consumo humano.

El presente documento se debe mencionar en cada norma de producto con los requisitos adicionales que requiere cada uno de ellos en particular.

Quedan excluidos de la aplicación de la presente norma los alimentos previamente envasados o empacados y rotulados o etiquetados, que se expendan en unidades diferentes a la original, o desglosadas en presencia del consumidor.

#### ***4.3.4 Marco Legal Empresa***

Una empresa legalizada da la identidad y seriedad que se requiere para hacer negocios; refleja cumplimiento de sus obligaciones y confianza hacia todos sus clientes. Contribuye al aporte de impuesto y rentas del país.

Leyes a cumplir para la creación y constitución legal de una empresa comercializadora.

**Ley 590 de 2000** (Julio 10) **Cámara de Comercio**. Artículo 11. Registro Único de las Mi pymes. Con el propósito de reducir los trámites ante el Estado, el Registro Mercantil y el registro único de proponentes se integrarán en el Registro Único Empresarial, a cargo de las Cámaras de Comercio, el cual tendrá validez general para todos los trámites, gestiones y obligaciones, sin perjuicio de lo previsto en las disposiciones especiales sobre materias tributarias, arancelarias y sanitarias.

Atendiendo criterios de eficacia, economía, buena fe, simplificación, facilitación de la actividad empresarial, la Superintendencia de Industria y Comercio, regulará la organización y funcionamiento del Registro Único Empresarial, garantizando que, específicamente, se reduzcan los trámites, requisitos, e información a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas, y que todas las gestiones se puedan adelantar, además, por Internet y otras formas electrónicas.

**Ley 788 de 2002** (Diciembre 27) **Cámara de Comercio**. Artículo 79. Adicionase el artículo 555-1 del Estatuto Tributario con los siguientes incisos: “Las Cámaras de Comercio, una vez asignada la matrícula mercantil, deberán solicitar a más tardar dentro de los dos (2) días calendario siguientes, la expedición del Número de Identificación Tributaria NIT del matriculado a la Administración de Impuestos Nacionales competente, con el fin de incorporar, para todos los efectos legales, dicha identificación a la matrícula mercantil. En las certificaciones de existencia y representación y en los certificados de matrícula siempre se indicará el número de identificación tributaria.

El incumplimiento de esta obligación por parte de las Cámaras de Comercio acarreará la sanción provista en el artículo 651 del Estatuto Tributario.

Las personas no obligadas a inscribirse en el registro mercantil, y que de acuerdo con la ley tributaria tengan obligaciones con la Administración de Impuestos Nacionales de su jurisdicción, deberán tramitar su inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) y obtener su Número de Identificación Tributaria (NIT) ante la respectiva Administración Tributaria.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales podrá celebrar convenios con las Cámaras de Comercio con el fin de asignar a través de medios electrónicos el Número de identificación Tributaria (NIT)"

**Decreto 1010 De 2013** (Mayo 28) **DIAN**. Determinación de la clasificación de las Personas Naturales en las Categorías Tributarias establecidas en el artículo 329 del Estatuto Tributario. Las personas naturales residentes en el país deberán reportar anualmente a sus pagadores o agentes de retención la información necesaria para determinar la categoría tributaria a que pertenecen de acuerdo con lo previsto en el artículo 329 del Estatuto Tributario, a más tardar el

treinta y uno (31) de marzo del respectivo periodo gravable. La persona deberá manifestar expresamente:

1. Si sus ingresos en el año gravable inmediatamente anterior provienen o no de la prestación de servicios de manera personal o del desarrollo de una actividad económica por cuenta y riesgo del empleador o contratante, en una proporción igual o superior a un ochenta por ciento (80%) del total de los ingresos percibidos por el contribuyente en dicho periodo fiscal.

2. Si sus ingresos en el año gravable inmediatamente anterior provienen o no de la prestación de servicios personales mediante el ejercicio de profesiones liberales o de la prestación de servicios técnicos que no requieran la utilización de materiales o insumas especializados, o de maquinaria o equipo especializado, en una proporción igual o superior a un ochenta por ciento (80%) del total de los ingresos percibidos por el contribuyente en dicho periodo fiscal.

3. Si está obligada a presentar declaración de renta por el año gravable inmediatamente anterior.

4. Si sus ingresos totales en el año gravable inmediatamente anterior superaron cuatro mil setenta y tres (4.073) UVT.

*Parágrafo.* La regulación que realice la Superintendencia de Industria y Comercio deberá, en todo caso, hacerse en armonía con las disposiciones estatutarias y con las contenidas en códigos, respecto de los registros de que trata el presente artículo.

#### 4.4 Marco Geográfico

Se realiza descripción del área en la cual se realizó la respectiva investigación para la viabilidad de la comercialización, distribución del hongo comestible Orellanas (*Pleurotus ostreatus*), en la ciudad de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta.

El Área metropolitana de Bucaramanga es una conurbación colombiana, ubicada en el departamento de Santander, en el valle del Río de Oro. Su núcleo principal es Bucaramanga, y sus municipios satélites son Girón, Piedecuesta y Floridablanca. Su población es de 1.160.272 habitantes. Fue creada por la Ordenanza No. 20 de 1981.

Está conformada por los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta, pertenecientes a la Provincia Metropolitana, los cuales se encuentran inscritos en la cuenca alta del río Lebrija, y poseen una extensión total de 1479 km<sup>2</sup>. Fue creada mediante la Ordenanza No. 020 del 15 de diciembre de 1981 por la Asamblea de Santander, en la cual se ponía en funcionamiento un área metropolitana, conformada por Bucaramanga, como núcleo principal y las poblaciones contiguas de Girón y Floridablanca.

En el año de 1984, se expidió la ordenanza No. 048 en la cual se autoriza la entrada del municipio de Piedecuesta al Área metropolitana de Bucaramanga, lo cual fue formalizado el 2 de marzo de 1985, con el Decreto 0332 "Por el cual se integra el municipio de Piedecuesta al Área metropolitana de Bucaramanga".

#### 4.4.1 Demografía del Área Metropolitana

La población del área metropolitana es de 1.341.694 habitantes, y cuenta con una densidad poblacional de 1041,3 habitantes por kilómetro cuadrado. Su distribución se presenta de la siguiente manera:

Tabla 1.

##### *Demografía del área Metropolitana*

| CIUDAD                  | Nº HABITANTES |
|-------------------------|---------------|
| <b>BUCARAMANGA</b>      | 628.575       |
| <b>FLORIDABLANCA</b>    | 316.669       |
| <b>GIRÓN</b>            | 210.283       |
| <b>PIEDRECUESTA</b>     | 186.167       |
| <b>TOTAL HABITANTES</b> | 1.341.694     |

Nota. Área Metropolitana

Dado que la población total del Departamento de Santander es de 2 380 775 habitantes, en el Área metropolitana de Bucaramanga vive más del 50% de los santandereanos.

Figura 1.

*Geografía Área Metropolitana de Bucaramanga.*



Nota. Área Metropolitana

## **5. Diseños Metodológicos**

Se ha diseñado un esquema para llevar a cabo un proyecto de investigación de mercados. Se expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcione la información que se necesita para toma de decisiones

La investigación exploratoria se desarrollará 1 modelo de encuesta simple no mayor a 10 preguntas que permitan a los clientes potenciales darnos la información necesaria para validar nuestros supuestos. Las preguntas se construirán como preguntas de selección múltiple evitando sesgar una posible respuesta con en el momento de formularla.

### **5.1 Población y Muestra**

Para la presente investigación se eligió el nicho de mercado comprendido entre los usuarios finales clasificados como estrato 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga. Los datos de consulta de esta población se extraen del sistema de información único (SUI). Consultado a través de la página del DANE.

La siguiente imagen refleja el reporte realizado por las empresas de servicios públicos de la población clasificada por estratos.

Figura 2.

*Municipios con Número de Población por Estrato.*

|    | A         | B         | C          | D                                | E         | F         | G         | H         | I         | J         | K      |
|----|-----------|-----------|------------|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 1  | Departame | Municipio | Id empresa | Empresa                          | Estrato 1 | Estrato 2 | Estrato 3 | Estrato 4 | Estrato 5 | Estrato 6 | Total  |
| 2  | SANTAND   | ALBANIA   | 2225       | GAS NATUR.                       | 5         | 95        | 5         |           |           |           | 105    |
| 3  | SANTAND   | FLORIAN   | 2225       | GAS NATUR.                       | 52        | 330       | 10        |           |           |           | 392    |
| 4  | SANTAND   | LA BELLE  | 2225       | GAS NATUR.                       | 101       | 370       | 12        | 6         |           |           | 489    |
| 5  | SANTAND   | BARRANC   | 526        | GAS NATUR.                       | 14481     | 18034     | 8963      | 8266      | 672       | 1         | 50417  |
| 6  | SANTAND   | BUCARAMA  | 526        | GAS NATUR.                       | 15186     | 23628     | 42212     | 55479     | 5687      | 9855      | 152047 |
| 7  | SANTAND   | FLORIDAE  | 526        | GAS NATUR.                       | 10        | 3184      | 918       | 712       |           |           | 4824   |
| 8  | SANTAND   | GIRON     | 526        | GAS NATUR.                       | 14598     | 11887     | 11445     | 2220      | 12        | 4         | 40166  |
| 9  | SANTAND   | LEBRIJA   | 526        | GAS NATUR.                       | 1499      | 1898      | 1511      | 44        |           |           | 4952   |
| 10 | SANTAND   | PIEDECUÉ  | 526        | GAS NATUR.                       | 1110      | 12323     | 21953     | 3861      | 490       | 8         | 39745  |
| 11 | SANTAND   | PUERTO \  | 526        | GAS NATUR.                       | 4152      | 1146      | 327       |           |           |           | 5625   |
| 12 | SANTAND   | SABANA I  | 526        | GAS NATUR.                       | 2330      | 2053      | 1223      |           |           |           | 5606   |
| 13 | SANTAND   | BARBOSA   | 1601       | GASES DEL                        | 269       | 2224      | 2576      | 22        |           |           | 5091   |
| 14 | SANTAND   | BOLIVAR   | 1601       | GASES DEL                        | 24        | 210       | 87        |           |           |           | 321    |
| 15 | SANTAND   | CHIPATA   | 1601       | GASES DEL                        | 13        | 112       | 27        |           |           |           | 152    |
| 16 | SANTAND   | JESUS M   | 1601       | GASES DEL                        | 4         | 181       | 27        |           |           |           | 212    |
| 17 | SANTAND   | SUCRE     | 1601       | GASES DEL                        | 23        | 61        | 24        |           |           |           | 108    |
| 18 | SANTAND   | PUERTO \  | 26035      | HEGA SA E                        | 1         |           |           |           |           |           | 1      |
| 19 | SANTAND   | CURITI    | 1173       | METROGAS                         | 358       | 586       | 32        |           |           |           | 976    |
| 20 | SANTAND   | FLORIDAE  | 1173       | METROGAS                         | 11029     | 27202     | 22108     | 14052     | 6980      | 864       | 82235  |
| 21 | SANTAND   | GIRON     | 1173       | METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. |           |           |           |           |           |           |        |
| 22 | SANTAND   | PARAMO    | 1173       | METROGAS                         | 58        | 281       | 55        |           |           |           | 394    |
| 23 | SANTAND   | PIEDECUÉ  | 1173       | METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. |           |           |           |           |           |           |        |
| 24 | SANTAND   | PINCHOTE  | 1173       | METROGAS                         | 20        | 243       | 42        |           |           |           | 305    |
| 25 | SANTAND   | SAN GIL   | 1173       | METROGAS                         | 92        | 1536      | 2617      | 262       |           |           | 4507   |
| 26 | SANTAND   | SOCORRO   | 1173       | METROGAS                         | 206       | 2246      | 638       | 65        | 11        |           | 3166   |
| 27 | SANTAND   | VALLE DE  | 1173       | METROGAS                         | 56        | 294       | 63        |           |           |           | 413    |
| 28 | SANTAND   | VILLANUE  | 1173       | METROGAS                         | 107       | 510       | 81        |           |           |           | 698    |
| 29 | SANTAND   | VELEZ     | 3359       | NACIONAL D                       | 499       | 1365      | 667       | 1         |           |           | 2532   |

Nota. DANE - Reporte SUI 2019

La población de referencia tomada para este estudio corresponde al 8 % del total de habitantes de Bucaramanga y su área metropolitana. Clasificadas en los estratos 3, 4, 5 y 6. Para una Población de (P) = 15780. Fuente DANE – SUI (Sistema Único de Información de Servicios Públicos Domiciliarios)

Para el cálculo de nuestra muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística basados en el análisis de sistema de medición MSA o <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

n = tamaño de la muestra      **149**

N = Población      **15780**

Z = Nivel de confianza      **95%**

P = Probabilidad de éxito      **0.5**

q = Probabilidad de fracaso      **0.5**

E = margen de error      **8%**

$$n = (1.96^2) * (15622) * (0.5) * (0.5) / ((0.08^2) * (15622 - 1) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5))$$

$$n = 149$$

La encuesta se realizará a 149 personas de los estratos 3, 4, 5 y 6 quienes se seleccionaran aleatoriamente a través de la herramienta Google FORMS.

## 6. Técnicas Aplicadas en la Recolección de la Información

El desarrollo de las encuestas se realiza de manera digital, se crea el montaje de las preguntas por medio de la plataforma GOOGLE FORMS. El envío del cuestionario se realiza por medio de mensaje de texto chat de la aplicación WhatsApp. El aplicativo GOOGLE FORMS crea las respectivas gráficas para cada pregunta, si la pregunta es de selección múltiple se grafica mediante columnas o si es de única respuesta se grafica en forma circular.

Tabla 2.

### *Ficha Técnica Encuesta*

| <b>Ficha Técnica Encuesta</b>  |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Tipo de Investigación</b>   | Exploratoria porque ofrece un acercamiento a la investigación del mercado que se quiere estudiar.  |
| <b>Método de Investigación</b> | Se realiza un análisis de las preferencias que proporcione la información que se necesita para la toma de decisiones   |
| <b>Fuente de Información</b>   | Hogares estratos 3, 4, 5 y 6 de Bucaramanga y su Área Metropolitana, extraído de DANE – SUI (Sistema Único de Información de Servicios Públicos Domiciliarios) Diciembre 2019            |
| <b>Técnica de Recolección</b>  | Encuesta   |
| <b>Instrumento</b>             | Cuestionario estructurado  |
| <b>Modo de aplicación</b>      | Indirecta, El desarrollo de la encuesta se realiza de manera digital, por medio de la plataforma Google FORMS. El envío del cuestionario se realiza por medio de la aplicación WhatsApp. |
| <b>Proceso de Muestreo</b>     | 149 Encuestas  |
| <b>Alcance</b>                 | Población que pertenezca a estratos 3, 4, 5 y 6 de Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta y Girón.  |
| <b>Tiempo de Aplicación</b>    | 3 semanas  |

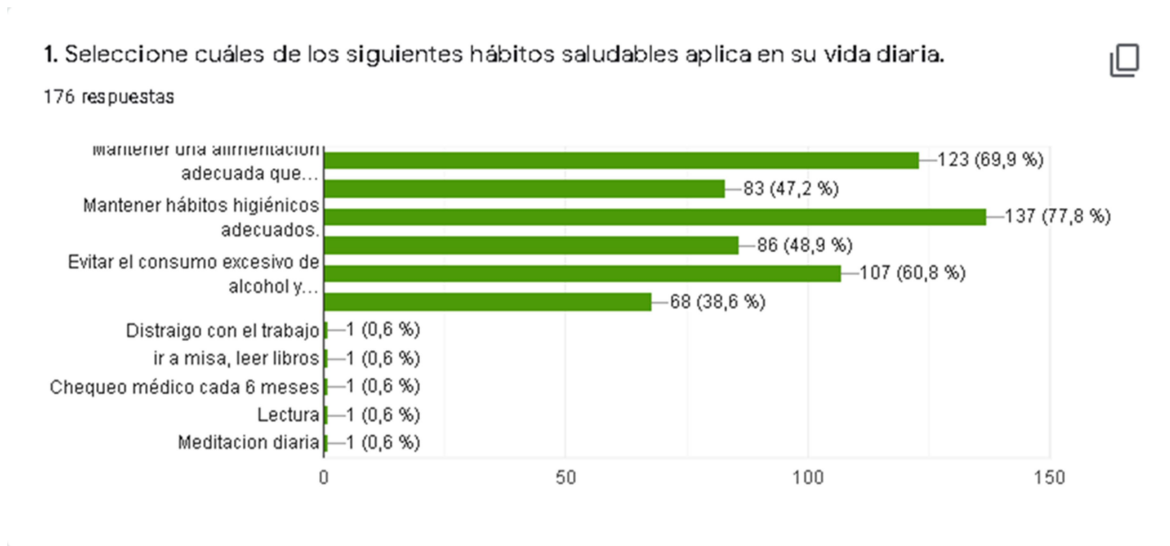
Nota. El Autor

## 7. Resultados

### Pregunta 1. Seleccione cuáles de los siguientes hábitos saludables aplica en su vida diaria

Figura 3.

*Pregunta Numero 1. Fuente.*



Nota. Autor extraído de Google Forms

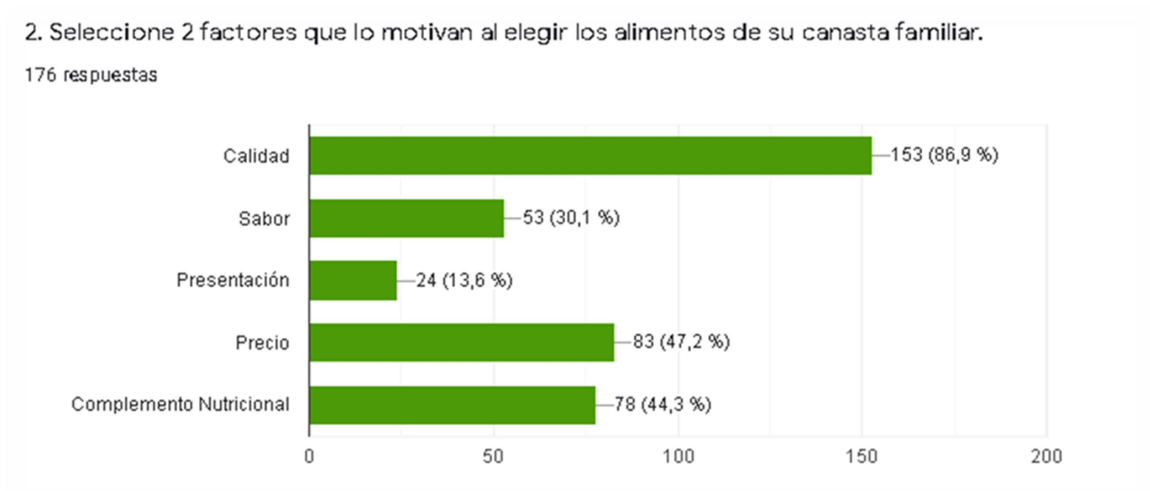
La gráfica nos muestra que los 3 hábitos de vida saludable preferidos por los clientes potenciales son:

En primer lugar, mantener hábitos higiénicos adecuados con un 77,8%, en segundo lugar, está mantener una alimentación adecuada con un resultado de 69,9% y en tercer lugar el hábito de evitar el consumo excesivo de alcohol con un 60,8%.

**Pregunta 2. Seleccione 2 factores que lo motivan al elegir los alimentos de su canasta familiar.**

Figura 4.

*Pregunta Numero2.*



Nota. Autor extraído de Google Forms

Las dos opciones más elegidas por las personas como factor motivador para comprar alimentos son, en primer lugar que estos sean de calidad con un 86,9% y el precio con un 47,2%. Por otra parte los encuestados dan menor relevancia al factor presentación obteniendo solo 13,6%.

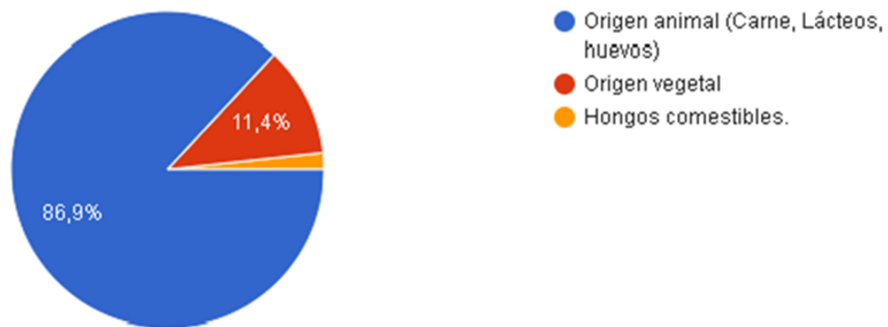
**Pregunta 3. ¿Cuál de las siguientes fuentes proteicas prefiere?**

Figura 5.

*Pregunta Numero3.*

3. ¿Cuál de las siguientes fuentes proteicas prefiere?

176 respuestas

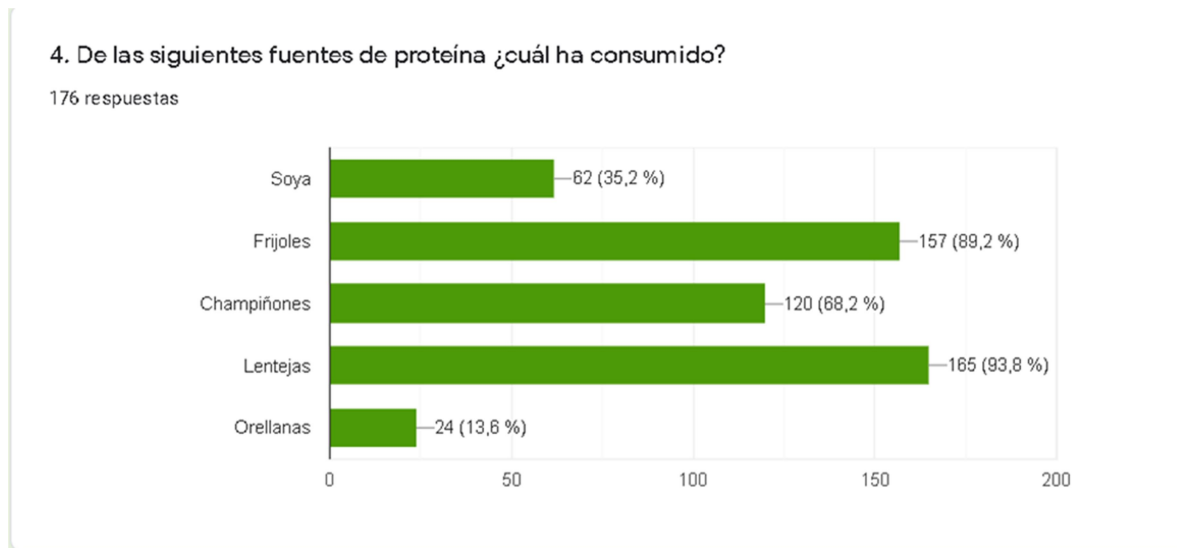


Nota. Autor extraído de Google Forms.

Como se muestra en esta grafica la preferencia por las proteínas de origen animal son de un 86,9% y en un segundo lugar las de origen vegetal con un 11,4%.

**Pregunta 4. De las siguientes fuentes de proteína ¿cuál ha consumido?**

Figura 6.

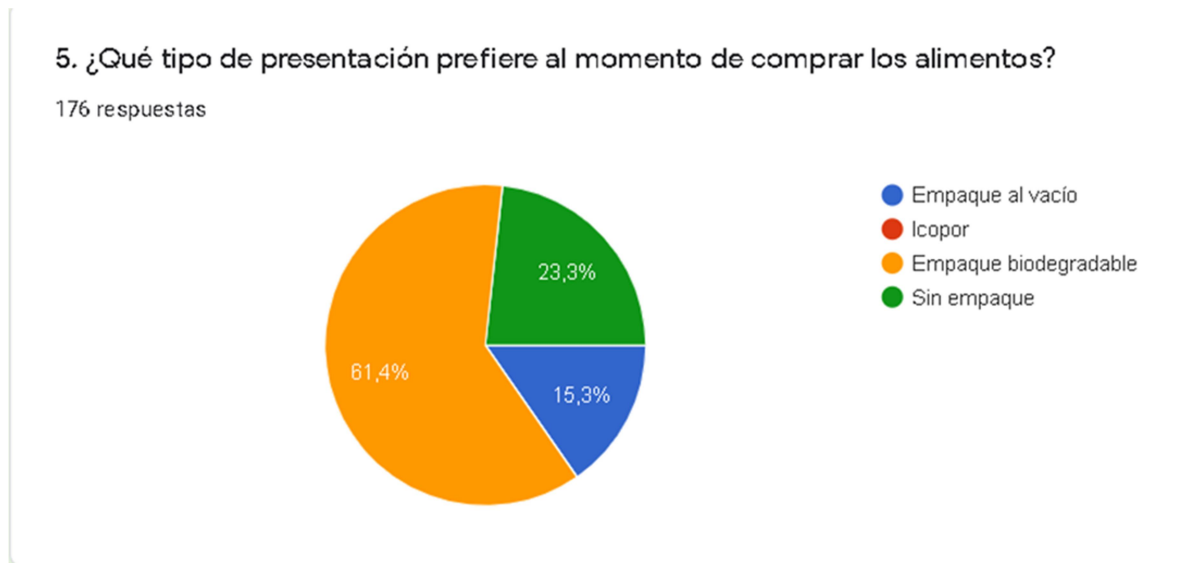
*Pregunta Numero 4.*

Nota. Autor extraído de Google Forms

De la pregunta podemos observar que las lentejas 93,8% y los frijoles 89,2% son los que mayormente se han consumido, de otra parte de las opciones presentadas la que opción de consumo son las Orellanas con un 13,6%.

**Pregunta 5. ¿Qué tipo de presentación prefiere al momento de comprar los alimentos?**

Figura 7.

*Pregunta Numero 5.*

Nota. Autor extraído de Google Forms

El resultado de esta pregunta nos permite observar que al dar la opción al cliente de elegir el tipo de empaque el 61,4% prefiere empaques biodegradables, la segunda opción elegida es sin empaque con 23,3% y por el contrario el Icopor obtuvo 0% de preferencia.

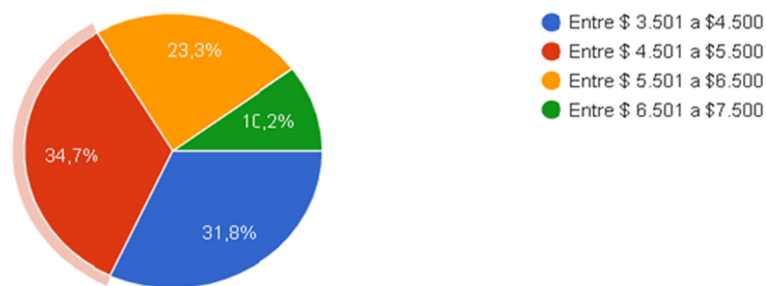
**Pregunta 6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un alimento amigable con el medio ambiente y de gran potencial por sus contenidos en aminoácidos esenciales, vitaminas, fibra y minerales (Orellanas)? En presentación de 250 gramos.**

Figura 8.

*Pregunta Numero 6.*

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un alimento amigable con el medio ambiente y de gran potencial por sus contenidos en aminoácidos esenciales, vitaminas, fibra y minerales (Orellanas)? En presentación de 250 gramos.

176 respuestas



Nota. Autor extraído de Google Forms

El rango de precio con mayor votación es \$4501 a \$5.500 para una presentación de 250 gramos con 34,7%, seguido de la opción \$3.501 a \$4.500 con un 31,8% de encuestados que se inclinan por esta opción, por último, con la menor votación está el rango de precio \$6.501 a 7.500 con solo 10.2% de personas dispuestas a pagar este valor.

**Pregunta 7. Las Orellanas son un producto alimenticio similar a los champiñones. ¿Le gustaría consumirlas?**

Figura 9.

*Pregunta Numero7.*

7. Las Orellanas son un producto alimenticio similar a los champiñones. ¿Le gustaría consumirlas?

172 respuestas



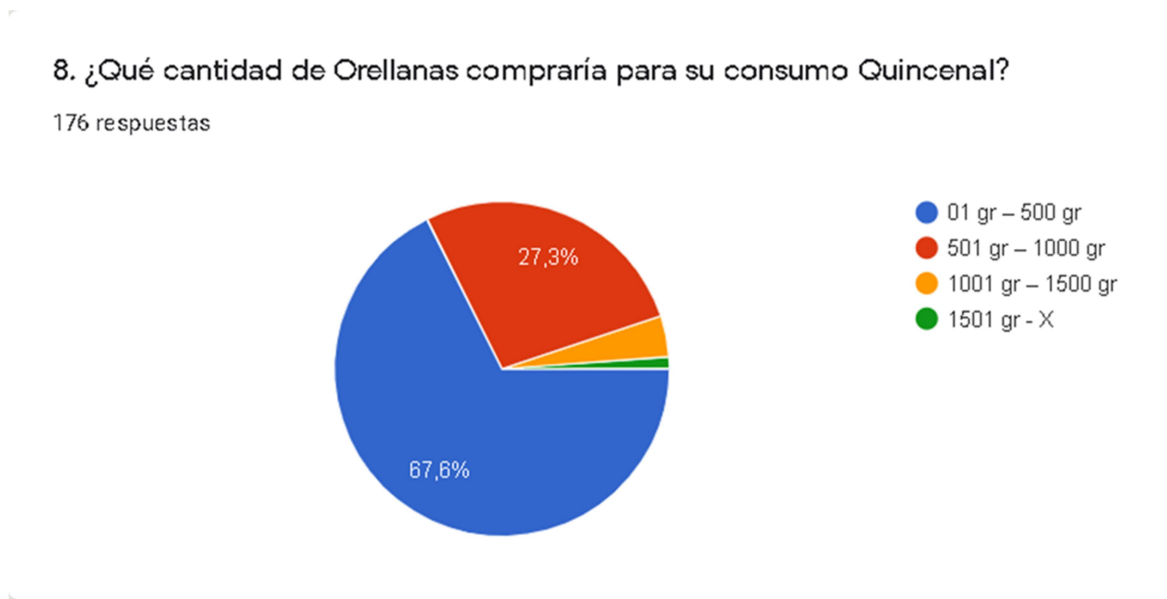
Nota. Autor extraído de Google Forms

El resultado arrojado por esta pregunta nos permite evidenciar que el 86% de las personas les gustaría consumir las Orellanas y solo un 9,9% seleccionó que no las quiere consumir.

**Pregunta 8. ¿Qué cantidad de Orellanas compraría para su consumo Quincenal?**

Figura 10.

*Pregunta Numero 8.*



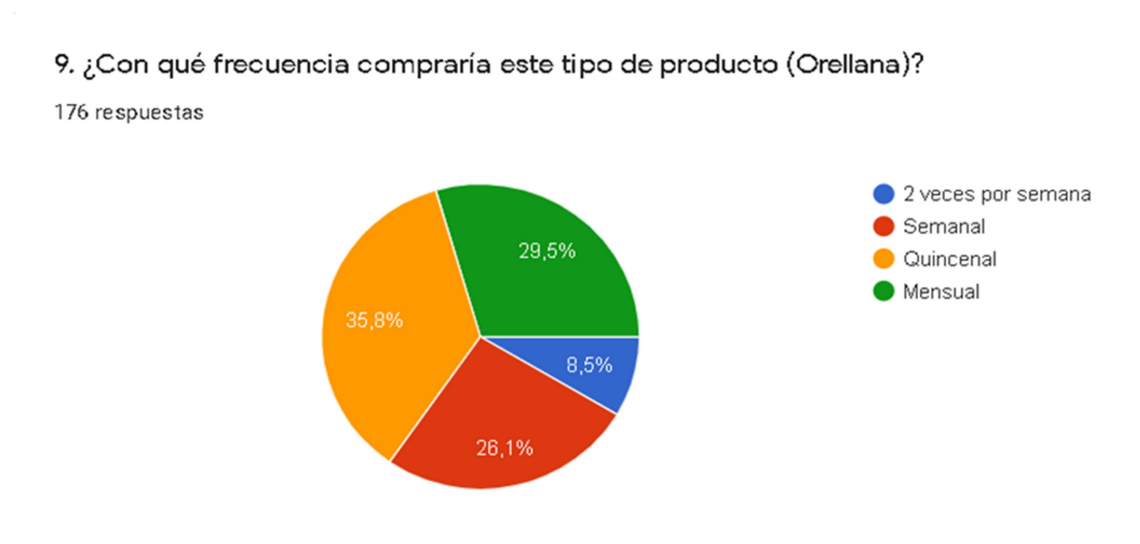
Nota. Autor extraído de Google Forms

A la pregunta sobre la cantidad de Orellanas que comprarían para consumo quincenal, la opción número uno con un 67,6% es de hasta 500 gr y le sigue la cantidad 501 gr – 1000 gr, con un 27,3% los votos, la opción menos elegida es la cantidad superior a 1501gr – X con 0,6%.

**Pregunta 9. ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de producto (Orellana)?**

Figura 11.

*Pregunta Numero 9.*



Nota. Autor extraído de Google Forms

Los resultados arrojados en esta gráfica muestran que la frecuencia de adquisición del producto se realizaría quincenal por un 35,8% de los encuestados, la siguiente opción más votada fue mensual con 29,5% y muy de cerca con 26,1% de los encuestados la opción semanal.

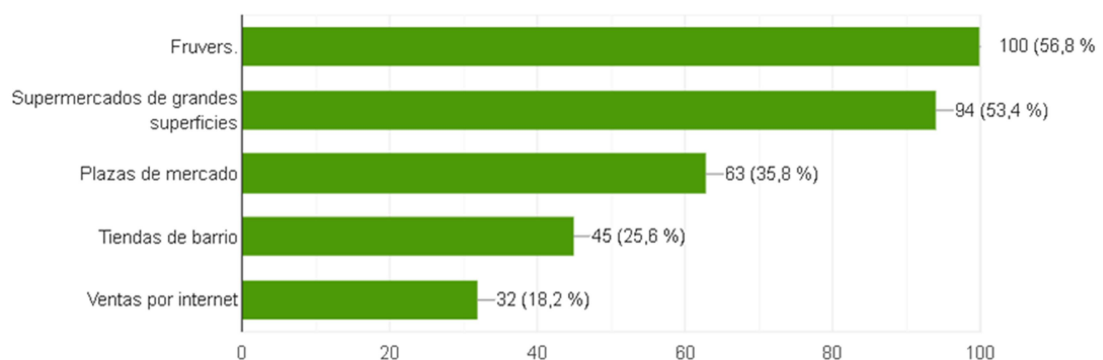
**Pregunta 10. ¿En qué establecimientos comerciales preferirá adquirir este producto (Orellana)?**

Figura 12.

*Pregunta Numero 10.*

10. ¿En qué establecimientos comerciales preferirá adquirir este producto (Orellana)?

176 respuestas



Nota. Autor extraído de Google Forms

Las preferencias para la compra del producto Orellanas según está pregunta son: Fruver (56,8%) y Supermercados en grandes superficies (53,4%), la opción menos elegida es ventas por internet con 18,2 %.

## 8. Discusión De Resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas podemos observar que los potenciales clientes son personas que tienen como hábitos saludables principalmente la higiene adecuada de los productos, lo cual es de tener en cuenta al desarrollar la presentación de un producto acorde a este requerimiento y también se encontró una alta tendencia a los hábitos de alimentación saludable, que es una oportunidad ideal para impulsar el consumo las Orellanas como alternativa alimenticia; teniendo en cuenta que estas presentan un alto valor en su contenido nutricional.

El consumir de Bucaramanga y su área metropolitana presta gran atención a los factores tradicionales de calidad y precio al momento de seleccionar los productos de la canasta familiar, al igual que se encontró un porcentaje considerable de personas que están fijando su mirada en el complemento nutricional, lo cual apunta a las cualidades del producto que estamos investigando.

Al presentar a las personas la opción de elegir entre las fuentes proteicas, hay una marcada preferencia por el origen animal, es por esto que sería adecuado diseñar un plan de marketing con un elemento de publicidad que utilice la persuasión para incitar al consumo de proteínas de origen fungí, recalcando en los problemas de salud que conlleva el consumo de productos de origen animal y las diferentes opciones que podemos encontrar actualmente en el mercado, entre las cuales están las Orellanas.

Es importante resaltar que se halló un desconocimiento del producto puesto que solo el 14% de los encuestados lo ha consumido y un 86% manifestó que le gustaría probarlos, esto refuerza la idea anterior en cuanto a un plan de marketing que impulse y dé a conocer el producto.

En este estudio se evidencia que las personas han tomado conciencia del uso responsable de los recursos, pues su preferencia es el uso de empaques biodegradables o sin empaque, por esto sería conveniente implementar el producto en presentaciones con empaques biodegradables y amigables con el medio ambiente. Esto lo hace más llamativo a los clientes pues es visto como un valor agregado de política medioambiental responsable.

En la actualidad los precios oscilan entre \$3.500 a \$6.000 al valor comercial en el mercado actual de las Orellanas, por presentación de 250 gramos, de acuerdo a los resultados se encuentra en el precio aceptable a pagar por el consumidor e incluso hay un porcentaje considerable que está dispuesto a pagar un poco más por este tipo de alimento por sus características nutricionales y amigables con el medio ambiente pues para producirlo no genera gases de efecto invernadero, además para su cultivo se pueden utilizar los residuos de otras cosechas de diferentes productos (maíz, bagazos, aserrín, etc.).

De acuerdo a los resultados obtenidos se sugiere optar por presentaciones de 500gr a 1.000gr y prestar especial atención a la disponibilidad de producto pues no hay una tendencia marcada entre los intervalos: semanal, quincenal y mensual, pero si se puede tomar como referente el surtido semanal para garantizar que todos los compradores tengan acceso a un producto fresco. También se identificó que los establecimientos en los cuales las personas esperan encontrar las Orellanas son Fruver y supermercados de grandes superficies, por esto se recomienda establecer alianzas comerciales que permitan la llegada de este producto a estos canales de comercialización y venta.

Si bien las Orellanas son un producto poco conocidas en el mercado, estas tendrían muy buena aceptación por sus contenidos nutricionales, beneficios en la salud y características organolépticas. El mayor esfuerzo a realizar se debe enfocar en la promoción y planes de

imagen, para que el público objetivo se interese en conocer y consumir este alimento. Definir las estrategias de marketing se convierte en el objetivo principal, para poder integrar este producto a la canasta familiar de las personas de Bucaramanga y el área Metropolitana.

## **9. Plan Comercial**

Para definir el plan comercial se emplea el modelo CANVAS en donde se presenta la visión global de negocio, teniendo en cuenta las diferentes partes de interés: clientes, oferta, infraestructura y alianzas comerciales.

### **9.1 Presentación Modelo De Negocio CANVAS**

Figura 13.

*Modelo de Negocio Canvas.*

**Proyecto** Viabilidad para la Comercialización, distribución del Hongo comestible Orellanas (Pleurotus Ostreatus)

**Objetivo General:** Realizar un estudio de viabilidad para la Comercialización y Distribución del Hongo comestible Orellanas (Pleurotus Ostreatus), en Bucaramanga y el área Metropolitana.

**Problema que Resuelve:** Creación de un plan de comercialización para la distribución de un producto alimenticio conocido como Orellanas,

**Objetivos Comerciales**

1. Dar a conocer el producto en el mercado objetivo
3. Incentivar el consumo de nuestro producto
4. Crear los indicadores de seguimiento. (CAPEI)

|   |  |  |  |   |
|---|--|--|--|---|
| <p><b>Equipo y Roles Clave:</b><br/>Asesor comercial, Diseñador grafico comercial, personal de Logistica y entrega (creacion de</p> <p><b>Socios y Proveedores</b><br/>Apalancamiento financiero a traves de los siguientes fuentes:<br/>* Bancos<br/>* Fuentes de emprendimiento<br/>* socios e inversionistas</p> <p><b>Proveedores</b><br/>- Orellanas Surata<br/>- Casa Orellanas</p> <p><b>Plataformas virtuales:</b> Redes Sociales (whatsapp Bussines, facebook, YouTube, LinkedIn)<br/>Papelería (facturas, remisiones y ordenes de compra)<br/><b>Alianzas estratégicas:</b><br/>Agremiaciones que impulsen el consumo de alimentos saludables, el cuidado del medio ambiente y comercializadores de alimentos. Donde ofrecemos charlas para sus agremiados y de esta forma lograr abarcar en un mayor nicho de mercado.</p> | <p><b>Resolución de Problemas:</b><br/>Actividades Clave:<br/>- Solución de apalancamiento financiero.<br/>- Plan de Marketing (campana comercial)</p> <p><b>Recursos Clave:</b></p> <p><b>Recursos Humanos:</b> Personal de logistica y asesores comerciales.<br/><b>Recursos intelectuales:</b><br/>Campana comercial e Indicadores de seguimiento (CAPEI).<br/><b>Recursos tecnológicos:</b><br/>Plataformas virtuales, pagos online.</p> <p><b>Permisos y Limitaciones:</b><br/>- Registros Sanitarios<br/>- Empresa constituida</p> | <p><b>Propuesta de Valor:</b></p> <p><b>Personas:</b> Producto con características nutricionales y saludables óptimas para el consumo. Alimento libre de conservantes y amigable con el medio ambiente. Caracterizado por ser distribuido en empaques biodegradables.<br/><b>Empresas:</b> Precios acordes para implementación</p> | <p><b>Actividades de Mercadeo (Programas)</b><br/><b>Marketing Digital:</b> Realizar mercadeo por medios digitales, pautas publicitarias,<br/><b>Marketing Directo:</b> Realizar visitas a a cadenas de comercializacion, generacion de promociones.</p> <p><b>Canales</b></p> <p><b>Internet:</b> (whatsapp Bussines, facebook, YouTube, LinkedIn)<br/><b>Eventos:</b> Ferias alimenticias, publicidad en centros de acondicionamiento fisico, Seminarios de salud, grupos veganos, ferias de cuidado del medio ambiente.</p> | <p><b>Mercado Objetivo:</b><br/>- Hombres y mujeres de estratos 3, 4, 5 y 6.<br/>- Ginnasios, restaurantes, Entidades de Salud, Hoteles</p> <p><b>Competencia</b><br/>- Setas de cuiva<br/>- Casa Orellanas</p> |
| <p><b>Costos de Start UP:</b><br/>- Legalización Camara de Comercio, DIAN.<br/>- Registro Sanitario<br/>- Manual de imagen corporativa.<br/>- Diseño de página web.<br/>- Equipos de cómputo.<br/>- Internet</p>  | <p><b>Costos de Operación:</b><br/>- Gastos Administrativos<br/>- Impuestos<br/>- Compra de Producto<br/>- Servicios publicos<br/>- Transportes</p>  | <p><b>Utilidades e Ingresos</b><br/>- Venta de producto<br/>- Ventas a credito.</p>  |  |   |

Nota. Autor

## 10. Estrategia De Marketing

La estrategia definida es la creación de contenido digital que dé a conocer las Orellanas (*Pleurotus ostreatus*) y sus diferentes cualidades, usos y demás información relevante, pues es una de las estrategias más sólidas a mediano y largo plazo. Es necesario crear contenido de calidad enfocado en promocionar las Orellanas que sea fácil de compartir de tal manera que se logre una rápida difusión de la información, esto debido a que se identificó que en este producto

específico no basta con obtener participación en los centros de venta, sino que se requiere llegar a la mente del consumidor posicionándolo inicialmente como una opción nutricional ajustada a sus necesidades y luego generar una fidelización del cliente, siendo este un portador de información que va a servir como transmisor digital y voz a voz para otros potenciales consumidores.

### 10.1 Desarrollo de Buyer persona

En la siguiente tabla se representa los datos del perfilamiento sobre clientes potenciales en los cuales se debe enfocar el medio para comercializar el producto.

Tabla 3.

#### *Desarrollo de Buyer Persona*

|                                   | <b>Persona 1</b>  | <b>Persona 2</b>                               | <b>Persona 3</b>                       |
|-----------------------------------|---|--|--|
| Nombre                            | Jefferson   | Lina   | José                                   |
| Edad                              | 25  | 40   | 65                                     |
| Sexo                              | Hombre  | Mujer  | Hombre                                 |
| Profesión                         | Licenciado en cultura física.   | Administradora de empresas                     | Docente                                |
| Cargo                             | Entrenador físico.  | Administradora                                 | Pensionado                             |
| Nivel del cargo                   | Empleado.   | Empleada                                       | Pensionado                             |
| ¿Cuál es su reto personal actual? | Mantener su contextura física atlética para ser una figura a seguir por sus aprendices. | Alimentarse de forma balanceada.               | Cuidar su salud.                       |
| ¿Cuál es su reto profesional?     | Lograr un reconocimiento en redes sociales que lo                                       | Cumplir con las metas establecidas en su nuevo | Culmino su etapa de desempeño laboral. |

|   | <b>Persona 1</b>  | <b>Persona 2</b>  | <b>Persona 3</b>  |
|---|---|---|---|
|   | cataloguen como influencer deportivo.   | ambiente laboral (Tele-trabajo).  |   |
| ¿Cómo puedo ayudar a cumplir sus retos? | Brindándole un producto clave para complementar su dieta nutricional.               | Poniendo a disposición un alimento rico en nutrientes.  | Brindando un producto que le permite alimentarse saludablemente |
| ¿Qué lo motiva?                         | Alimentos con gran contenido nutricional, saludable y que no es de origen animal.   | Alimento fácil de preparar y que se complemente con otros para lograr ricos platos.           | Alimento que no genera efecto inverso en su estado de salud.    |
| ¿Qué lo desmotiva?                      | Que sea un producto difícil de conseguir y desconocer las propiedades del alimento. | Precios altos del mercado y la no disponibilidad en supermercados donde habitualmente compra. | Disponibilidad en las plazas de mercado local                   |
| Gustos                                  | Ejercitarse, alimentarse saludablemente y compartir con amigos.                     | Leer, ver TV, hacer recetas en casa, compartir en familia y caminatas ecológicas.             | Leer, turismo, Disfrutar caminatas ecológicas cortas.           |
| Aficiones                               | Fisicoculturismo y natación.  | Seguir influencers gastronómicos y mantener el orden de sus espacios.                         | Caminar, pescar, disfrutar de tranquilidad.                     |
| ¿Qué medios consume?                    | Redes sociales, youtube y google.   | Redes Sociales, Tv, YouTube, periódicos digitales.  | Redes sociales, tv y periódicos.                                |
| ¿Dónde consulta información?            | En su teléfono celular o computador.  | Teléfonos celulares y computador  | Celular y tv  |

|                                    | Persona 1   | Persona 2   | Persona 3   |
|------------------------------------|---|---|---|
| ¿Qué lugares frecuenta?            | Gimnasio, canchas deportivas y restaurantes.  | Clubes, restaurantes, parques naturales y centros comerciales.                                  | Clubes, hoteles, restaurante.                                       |
| ¿Por qué compraría mi servicio?    | Porque es un complemento nutricional adecuado para suplir sus necesidades alimenticias. | Producto dentro de las nuevas tendencias gastronómicas, con precios ajustados a su presupuesto. | Consumiría un alimento no genera alteraciones negativas a su salud. |
| ¿Por qué no compraría mi servicio? | Por desconocimiento del producto.   | Precios muy elevados y no disponibilidad de compra.   | Desconocimiento del producto y la no disponibilidad.                |

Nota. Autor

## 11. Estrategia de Penetración del Mercado

La estrategia recomendada para implementar al producto Orellanas es la realización de una campaña de promoción a través del marketing digital para aumentar la penetración de mercado a través de esfuerzos publicitarios para generar una mayor conciencia de la existencia y beneficios del consumo habitual del producto. De acuerdo con el perfilamiento de clientes realizado en la estrategia de marketing (Tabla Buyer persona) se establece que los canales indicados para esta campaña son las redes sociales (Facebook, YouTube, Instagram y WhatsApp Business) pues en la actualidad las personas interactúan con dispositivos móviles la gran mayor parte del tiempo, tanto en el desarrollo de sus labores como en el tiempo libre.

Esta estrategia debe ir acompañada de la penetración de mercado mediante el aumento de los métodos que utiliza para poner los productos en manos de los consumidores, haciéndolos más fáciles de obtener, para esto se deben realizar alianzas comerciales con driver y supermercados de cadena.

### 11.1 Recomendación Presentación Del Producto

Tabla 4.

#### *Recomendación y presentación de producto*

| ESPECIFICACIONES           | REQUERIMIENTOS   |
|----------------------------|--|
| <b>Nombre del producto</b> | Orellanas  |
| <b>Especie</b>             | Hongos o setas comestibles   |
| <b>Variedad</b>            | Orellana o champiñón ostra   |
| Descripción del Producto   |  |
| <b>Ingredientes</b>        | 100% Orellanas   |
| <b>Contenido</b>           | 500 gr – 1000 gr   |
| <b>Presentación</b>        | Bandeja de productos enteros, con la forma característica de la variedad   |
| <b>Empaque</b>             | Bandeja biodegradable, hecha de bagazo de caña   |
| <b>Rotulado</b>            | <p><b>NTC 512-1 DE 2007: Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos:</b></p> <p>Nombre del alimento</p> <p>Lista de ingredientes Peso</p> <p>Contenido nutricional</p> <p>Advertencias</p> <p>Nombre y dirección del fabricante</p> |

| ESPECIFICACIONES  | REQUERIMIENTOS   |
|---|--|
|   | Lote<br>Fecha de conservación<br>Registro sanitario  |
| <b>Vida Útil</b>  | Nueve (9) días   |
| <b>Condiciones de transporte</b>                                    | Transportar en vehículos refrigerados que posee una unidad de frío que mantenga los 4 °C   |
| <b>Requisitos específicos</b>                                       | No romper la cadena de frío y consumir solo si no presenta magulladuras, suciedad humedad exterior anormal.<br><br>La coloración del hongo debe ser homogénea y acorde con el estado de madurez.           |
| <b>Especificaciones técnicas</b>                                    | Producto 100% natural, textura sólida, con un grosor promedio de 7.5 cm, superficie lisa y brillante; de color gris o gris oscuro.   |
| <b>usos</b>   | Se utiliza como ración de una comida. Reemplazan las carnes rojas, leche, huevos, pescados e incluso reemplaza la soya ya que su proteína es de un 39%   |
| <b>Certificaciones y/o requisitos de cumplimiento del proveedor</b> | Certificado INVIMA Todo alimento que se expendan directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá obtener registro sanitario (Artículo 41 del RESOLUCIÓN 2674 DE 2013). |

Nota. Autor

## 11.2 Producto

La Orellana, presenta una forma de sombrero (píleo), esta seta es redondeada con la superficie lisa abombada y convexa, con un diámetro entre 5 y 15 cm, su color es desde gris claro hasta pardo, El producto contará con excelentes características organolépticas, pues sus características

físicas son fácilmente percibidas por los sentidos, es decir, la textura, olor, color. Siempre manejando la cadena de refrigeración, El comprador final tendrá un producto fresco para consumir. Con pesos de 500 gr y 1.000 gr.

Figura 14.

*Imagen Orellanas*



Nota. Autor

Figura 15.

*Tabla Nutricional*

| SUSTANCIA              | %            |
|------------------------|--------------|
| agua                   | 92.2         |
| Materia Seca           | 7.8          |
|                        | Peso/100g    |
| Proteína Bruta         | 39 g         |
| Fibra                  | 7.5 g        |
| Fibra cruda            | 1.4 g        |
| Nitrogeno Total        | 2.4 g        |
| Calcio                 | 33 mg        |
| Fosforo                | 1.34 mg      |
| Potasio                | 3.7 g        |
| Hierro                 | 15.2 mg      |
| Acido ascorbico Vit. C | 90 - 144 mg  |
| Tiamina. Vit. B1       | 1.6 - 4.8 mg |
| Niacina. Vit. B5       | 46 - 108 mg  |
| Acido Folico           | 65 mg        |

Nota. Romero 2020

### 11.3 Empaque

La presentación y comercialización del producto se realiza en un empaque 100% Biodegradable, Adjunto tendrá una etiqueta el cual contiene el logotipo de la empresa comercializadora y el nombre del productor, el contenido nutricional, cantidad y/o peso neto del producto, información de contacto de la empresa, registro sanitario, recomendaciones de conservación, fecha de empaçado y fecha de vencimiento.

Figura 17.

*Empaque Biodegradable*



Nota. Ecolovers

Figura 18.

*Etiqueta del Empaque*



Nota. Jairo Rueda

## 12. Conclusiones

La investigación realizada permitió establecer que resulta viable la comercialización y distribución del hongo comestible Orellanas (*Pleurotus Ostreatus*), en Bucaramanga y su Área Metropolitana. Este producto satisface las necesidades de muchos consumidores al ser un alimento de gran valor nutricional, saludable y que su producción no genera impacto negativo al medio ambiente.

En la creación del plan comercial se empleó el modelo de negocio CANVAS en donde se presentó una relación lógica entre cada uno de los componentes de organización. La visión global de negocio, teniendo en cuenta las diferentes partes de interés. A través de este modelo se detalló la idea del negocio, hasta los diferentes factores que influenciaría al momento de colocarla en desarrollo.

La estrategia recomendada para implementar al producto Orellanas es la realización de una campaña de publicidad a través del marketing digital en las diferentes redes sociales, medios propios y medios pagados. Esta estrategia permite abarcar un mayor número de clientes en

distintos sectores de la ciudad, permitiendo y facilitando la penetración del producto al nicho de mercado identificado.

### **13. Recomendaciones**

Se invita a la implementación del cultivo de Orellanas ya que los municipios de la zona cuentan con las condiciones agroecológicas adecuadas para su desarrollo y se facilita el transporte de la cosecha, entregando un producto fresco al consumidor final.

El mercado objetivo para la comercialización de las Orellanas apunta a los estratos altos, pero debemos identificar qué aspectos se están realizando de manera errónea para que este producto no esté llegando al consumidor final con precios adecuados y accesibles.

La manipulación de las Orellanas después de la cosecha debe realizarse lo menor posible para disminuir el deterioro y garantizar la cadena de refrigeración hasta el consumo.

### Referencias Bibliográficas

- Area Metropolitana de Bucaramanga. (2020). *AMB*. Recuperado el 10 de Abril de 2020 , de <https://www.amb.gov.co/>
- Desarrollo Estrategico Marketinginteli. (2020). *marketinginteli*. Recuperado el 2020, de <https://www.marketinginteli.com/>.
- Directorio Sustentable. (2020). *Ecolovers*. Recuperado el 2020, de <https://directoriosustentable.com/item/ecolovers-colombia/>.
- docs google. (2020). *google*. Recuperado el 2020, de <https://docs.google.com/document/u/0/>
- Gallego Gil , M. (21 de Mayo de 2013). *SlideShare*. Recuperado el 2020, de <https://es.slideshare.net/b22tf1/58307982-ntc5121rotuladooetiquetadonormasgenerales>
- Guarin , J. A., & Ramirez , A. (2004). Estudio de factibilidad tecnicofinanciero de un cultivo del hongo *Pleurotus ostreatus* en Cundinamarca. (P. U. Trabajo de Grado de Ingeniero Industrial, Ed.) Santa Fe de Bogota.
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y ALimentos. (2020). *INVIMA*. Recuperado el 2020, de <https://www.invima.gov.co/otros-alimentos-y-otras-bebidas>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (11 de Marzo de 2004). *minagricultura*. Recuperado el 2020, de [https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/Documents/Reglamento\\_para\\_la\\_produccion\\_Organica.pdf](https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/Documents/Reglamento_para_la_produccion_Organica.pdf)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *mincit*. Recuperado el 2020, de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales>

Ministerio de Hacienda. (28 de Mayo de 2013). *uninorte*. Recuperado el 2020 , de <https://www.uninorte.edu.co/documents/574067/574101/Decreto+1070+del+28+de+Mayo+de+2013/9a47694e-a4db-4901-acb2-e3ea997d4a5c?version=1.0>

Ministerio de la Proteccion Social. (9 de Mayo de 2007). *minambiente*. Recuperado el 2020, de <https://www.minambiente.gov.co/images/GestionIntegraldelRecursoHidrico/pdf/Disponibilidad-del-recurso-hidrico/Decreto-1575-de-2007.pdf>

Orellana S.A.S. (2013). *webnode*. Recuperado el 2020, de <https://orellana-s-a-s.webnode.es/fotogaleria/conozca-sobre-la-orellana/>

Organizacion de las Naciones Unidas para la ALimentacion y la Agricultura. (2018). *fao*. Recuperado el 2020, de <http://www.fao.org/news/story/es/item/35675/icode/>.

Pinzon , M. (2018). Santa fe de Bogota. Recuperado el 2020

Red de Camaras de Comercio . (2016 ). *Confecamaras* . Recuperado el 2020 , de <http://www.confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/funciones-de-las-camaras-de-comercio>.

Sanchez , C. (02 de Abril de 2019). Normas Apa. *7ma* . Recuperado el 2020, de <https://normas-apa.org/introduccion/normas-apa-en-espanol/>

Sistema Unico de Informacion de Servicios Publicos Domiciliarios. (2019). *DANE*. Recuperado el 2020 , de [http://reportes.sui.gov.co/fabricaReportes/frameSet.jsp?idreporte=gas\\_com\\_003](http://reportes.sui.gov.co/fabricaReportes/frameSet.jsp?idreporte=gas_com_003)

## **Apéndice**

### Apéndice A. Encuesta

En calidad de estudiantes de pregrado de la **Universidad Industrial de Santander (UIS)**, solicitamos su colaboración para realizar nuestro proyecto de investigación, diligenciando el siguiente formulario. La información aquí suministrada será utilizada solo para este fin y con énfasis educativo.

La presente encuesta hace parte de una investigación de mercados para la realización de un proyecto enfocado a la comercialización de un producto alimenticio en la ciudad de Bucaramanga.

Dicha encuesta posee un total de 10 preguntas.

NOMBRE

---

Edad: (15 – 20) \_\_ (21 – 30) \_\_ (31 – 50) \_\_ (51 – X) \_\_

Extracto Social: 1 \_\_ 2 \_\_ 3 \_\_ 4 \_\_ 5 \_\_ 6 \_\_

**1.** ¿Seleccione cuál de los siguientes hábitos saludables aplica en su vida diaria?

- Mantener una alimentación adecuada que aporte un equilibrio nutricional al organismo.
- Practica continua de ejercicio físico y deporte.
- Mantener hábitos higiénicos adecuados.
- Ejercitar la mente.
- Evitar el consumo excesivo de alcohol y abuso de drogas.

Evitar el estrés, la ansiedad y las depresiones.

Otro: \_\_\_\_\_

**2.** Seleccione 2 factores que lo motivan al elegir los alimentos de su canasta familiar.

Calidad

Sabor

Presentación

Precio

Complemento Nutricional

**3.** ¿Cuál de las siguientes fuentes proteicas prefiere?

Origen animal (Carne, Lácteos, huevos)

Origen vegetal

Hongos comestibles.

**4.** De las siguientes fuentes de proteína de origen vegetal ¿cuál ha consumido?

Soya.

Frijoles.

Champiñones.

Lentejas.

Orellanas

**5.** ¿Qué tipo de presentación prefiere al momento de comprar los alimentos?

Empaque al vacío

- Icopor
- Empaques biodegradables
- Sin empaque

**6.** Cuanto estaría dispuesto a pagar por un alimento amigable con el medio ambiente y de gran potencial por sus contenidos en aminoácidos esenciales, vitaminas, fibra y minerales, (Orellanas). En presentación de 250 gramos.

- Entre \$ 3.501 a \$4.500
- Entre \$ 4.501 a \$5.500
- Entre \$ 5.501 a \$6.500
- Entre \$ 6.501 a \$7.500

**7.** Las Orellanas son un producto alimenticio similar a los champiñones. ¿Le gustaría consumirlas?

- Si
- No
- Otro: \_\_\_\_\_

**8.** ¿Qué cantidad de Orellanas compraría para su consumo Quincenal?

- 01 gr – 500 gr
- 501 gr – 1000 gr
- 1001 gr – 1500 gr
- 1501 gr - X

**9.** ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de producto (Orellana)?

- 2 veces por semana
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

**10.** ¿En qué establecimientos comerciales preferirá adquirir este producto (Orellana)?

- Driver.
- Supermercados de grandes superficies
- Plazas de mercado
- Salsamentaría
- Tiendas de barrio
- Ventas por Internet

**MUCHAS GRACIAS**

## Apéndice B. Listado De Encuestados

| A  | B                  | C                      | D         | E     | F               | G                    | H                          | I                      | J                   | K                        | L         | M                  | N                | O  |
|----|--------------------|------------------------|-----------|-------|-----------------|----------------------|----------------------------|------------------------|---------------------|--------------------------|-----------|--------------------|------------------|--|
| 1  | Marca temporal     | NOMBRE:                | Intervalo | Estre | 1. Seleccione c | 2. Seleccione 2 fact | 3. ¿Cuál de las siguientes | 4. De las siguientes f | 5. ¿Qué tipo de pre | 6. ¿Cuánto estaría disp  | 7. Las Or | 8. ¿Qué cantidad d | 9. ¿Con qué frec | 10. ¿En qué establecimientos comerciales |
| 2  | 4/30/2020 17:33:31 | Kely Dayana Rojas Q    | 21- 30    | 4     | Practica contin | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Quincenal        | Fruvers., Supermercados de grandes su    |
| 3  | 4/30/2020 17:43:33 | Flor Alba Rivera       | 51 - X    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen vegetal             | Frijoles, Champiñone   | Sin empaque         | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Semanal          | Fruvers., Ventas por internet            |
| 4  | 4/30/2020 18:04:12 | Diana Rey              | 31- 50    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio, Com | Origen vegetal             | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Mensual          | Fruvers., Supermercados de grandes su    |
| 5  | 4/30/2020 18:04:30 | Maria del Rosario Ser  | 51 - X    | 4     | Mantener una a  | Precio, Complement   | Origen vegetal             | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Quincenal        | Plazas de mercado, Tiendas de barrio, Vi |
| 6  | 4/30/2020 18:07:16 | Carlos Henry Sandov    | 31- 50    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Empaque biodegr     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Quincenal        | Fruvers., Supermercados de grandes su    |
| 7  | 4/30/2020 18:08:10 | Lady Dominguez         | 31- 50    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Sin empaque         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si        | 1001 gr – 1500 gr  | Semanal          | Tiendas de barrio                        |
| 8  | 4/30/2020 18:14:02 | Marco A Quintero       | 31- 50    | 3     | Mantener una a  | Precio, Complement   | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Lentej | Sin empaque         | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | No        | 01 gr – 500 gr     | Mensual          | Plazas de mercado, Tiendas de barrio, Vi |
| 9  | 4/30/2020 18:14:19 | Lynda Catheryne Sar    | 31- 50    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Empaque biodegr     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Mensual          | Fruvers., Ventas por internet            |
| 10 | 4/30/2020 18:14:58 | Elizabeth Gonzalez M   | 31- 50    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Sabor, Prec | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Mensual          | Fruvers., Plazas de mercado, Tiendas de  |
| 11 | 4/30/2020 18:16:09 | Laura Gissela Carvaj   | 21- 30    | 3     | Mantener hábit  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Lentejas     | Empaque biodegr     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | No        | 01 gr – 500 gr     | Mensual          | Supermercados de grandes superficies     |
| 12 | 4/30/2020 18:19:23 | Maira Pérez            | 21- 30    | 4     | Practica contin | Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Sin empaque         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | No        | 01 gr – 500 gr     | Mensual          | Fruvers.                                 |
| 13 | 4/30/2020 18:20:16 | Ofelia villarreal      | 31- 50    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Sin empaque         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Quincenal        | Supermercados de grandes superficies,    |
| 14 | 4/30/2020 18:20:58 | Jackeline Bautista     | 31- 50    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Quincenal        | Plazas de mercado, Tiendas de barrio     |
| 15 | 4/30/2020 18:25:43 | Luis sandoval          | 51 - X    | 3     | Mantener una a  | Sabor, Complement    | Origen vegetal             | Frijoles, Lentejas     | Empaque biodegr     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Semanal          | Fruvers.                                 |
| 16 | 4/30/2020 18:29:30 | Jorge Alberto Gil      | 51 - X    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Mensual          | Fruvers.                                 |
| 17 | 4/30/2020 18:32:02 | Alba Sandoval Corzo    | 31- 50    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Sin empaque         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Quincenal        | Fruvers.                                 |
| 18 | 4/30/2020 18:32:05 | Griselda Corzo         | 51 - X    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Lentejas         | Empaque biodegr     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Semanal          | Fruvers.                                 |
| 19 | 4/30/2020 18:32:14 | Gilberto sandoval pef  | 51 - X    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 1001 gr – 1500 gr  | Quincenal        | Plazas de mercado                        |
| 20 | 4/30/2020 18:37:05 | Maria del Pilar Rodrig | 31- 50    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Presentació | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque al vacío    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Semanal          | Supermercados de grandes superficies     |
| 21 | 4/30/2020 18:39:08 | Catherine Sánchez V    | 21- 30    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Champiñones      | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Semanal          | Fruvers., Supermercados de grandes su    |
| 22 | 4/30/2020 18:40:40 | Ludy Fernanda Camp     | 21- 30    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Semanal          | Fruvers., Plazas de mercado, Tiendas de  |
| 23 | 4/30/2020 18:41:02 | Augusto MARTÍN Mart    | 31- 50    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Quincenal        | Fruvers., Supermercados de grandes su    |
| 24 | 4/30/2020 18:44:31 | Luz Stella Sandoval    | 31- 50    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Empaque biodegr     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Quincenal        | Fruvers., Supermercados de grandes su    |
| 25 | 4/30/2020 19:02:01 | Maria Alby Rueda R     | 51 - X    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Lentej | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Quincenal        | Fruvers., Plazas de mercado              |
| 26 | 4/30/2020 19:07:14 | María Ximena Martine   | 21- 30    | 3     | Mantener hábit  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá   | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si        | 01 gr – 500 gr     | Quincenal        | Fruvers., Supermercados de grandes su    |
| 27 | 4/30/2020 19:13:14 | Ivan Porras            | 51 - X    | 5     | Mantener una a  | Calidad, Presentació | Origen animal (Carne, Lá   | Frijoles, Champiñone   | Empaque al vacío    | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Semanal          | Supermercados de grandes superficies,    |
| 28 | 4/30/2020 19:16:35 | Ludy Fernanda Camp     | 21- 30    | 3     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Hongos comestibles.        | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegr     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si        | 501 gr – 1000 gr   | Semanal          | Fruvers., Plazas de mercado, Tiendas de  |

| 1  | Marca temporal     | NOMBRE:               | Intervalo | Estre | 1. Seleccione c | 2. Seleccione 2 fact | 3. ¿Cuál de las siguientes                         | 4. De las siguientes f | 5. ¿Qué tipo de pre      | 6. ¿Cuánto estaría disp  | 7. Las Or        | 8. ¿Qué cantidad d | 9. ¿Con qué frec                       | 10. ¿En qué establecimientos comerciale |
|----|--------------------|-----------------------|-----------|-------|-----------------|----------------------|--|------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|--------------------|--|---|
| 29 | 4/30/2020 19:22:40 | Fabián gomez          | 31 - 50   | 5     | Mantener una a  | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Empaque al vacío       | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 30 | 4/30/2020 19:30:40 | Iván Alexander bautis | 31 - 50   | 4     | Practica contin | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Empaque biodegrad      | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 31 | 4/30/2020 19:31:01 | Daniel Gómez Dangor   | 31 - 50   | 6     | Mantener una a  | Calidad, Sabor       | Origen vegetal                                     | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque al vacío         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si               | 01 gr – 500 gr     | Mensual                                | Supermercados de grandes superficies    |
| 32 | 4/30/2020 19:47:01 | Emilcen Toloza        | 51 - X    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas, Ori | Empaque biodegrad      | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Plazas de mercado                      |   |
| 33 | 4/30/2020 20:02:53 | María Fernanda        | 21 - 30   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas      | Sin empaque            | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | No                       | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 34 | 4/30/2020 20:05:14 | Angy Julieth Valero A | 21 - 30   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Presentació | Origen vegetal                                     | Frijoles, Champiñone:  | Empaque biodegrad        | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si               | 01 gr – 500 gr     | Semanal                                | Supermercados de grandes superficies,   |
| 35 | 4/30/2020 20:15:08 | Leidy Tatiana Fajardo | 21 - 30   | 3     | Practica contin | Sabor, Precio        | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham    | Empaque al vacío       | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Quincenal          | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 36 | 4/30/2020 20:30:37 | María paula           | 21 - 30   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Lentejas                | Empaque biodegrad      | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 37 | 4/30/2020 20:40:56 | Robbindick Sandoval   | 31 - 50   | 3     | Practica contin | Calidad, Precio, Com | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Empaque biodegrad      | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Quincenal          | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 38 | 4/30/2020 20:43:40 | Laura vanessa monte   | 21 - 30   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham    | Empaque biodegrad      | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr | Quincenal          | Fruvers.                               |   |
| 39 | 4/30/2020 20:47:35 | JHONATAN ARGÜELL      | 21 - 30   | 4     | Mantener una a  | Calidad, Presentació | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham    | Empaque al vacío       | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 40 | 4/30/2020 20:50:10 | Laura                 | 21 - 30   | 4     | Mantener una a  | Calidad, Precio, Com | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham    | Sin empaque            | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 41 | 4/30/2020 20:54:17 | Elizabeth pardo       | 21 - 30   | 4     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham    | Empaque biodegrad      | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 42 | 4/30/2020 21:07:16 | Juliana Salazar       | 21 - 30   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Empaque al vacío       | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Tiendas de barrio            |   |
| 43 | 4/30/2020 21:12:14 | Claudia Rojas         | 21 - 30   | 4     | Practica contin | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Champiñones             | Empaque biodegrad      | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 44 | 4/30/2020 21:13:20 | Catalina Echeverry    | 21 - 30   | 4     | Mantener hábit  | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas      | Sin empaque            | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Tiendas de barrio                      |   |
| 45 | 4/30/2020 21:21:39 | jessica lorena seques | 21 - 30   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Precio, Com | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham    | Empaque biodegrad      | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 46 | 4/30/2020 21:27:17 | PAOLA ANDREA BAL      | 31 - 50   | 3     | Mantener una a  | Sabor, Complement    | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Lentej  | Empaque biodegrad      | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Quincenal          | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 47 | 4/30/2020 21:28:05 | Linda Argüello        | 15 - 20   | 3     | Mantener hábit  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham    | Empaque biodegrad      | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr | Semanal            | Fruvers., Plazas de mercado            |   |
| 48 | 4/30/2020 21:32:45 | Carmen Cecilia Sandc  | 31 - 50   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Empaque biodegrad      | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr | 2 veces por sem    | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 49 | 4/30/2020 21:43:08 | Alfredo herreño rios  | 31 - 50   | 3     | Mantener una a  | Calidad, Complement  | Origen vegetal                                     | Soya, Frijoles, Cham   | Empaque al vacío         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si               | 501 gr – 1000 gr   | 2 veces por sem                        | Supermercados de grandes superficies,   |
| 50 | 4/30/2020 22:08:48 | Juliana Mantilla      | 31 - 50   | 4     | Practica contin | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Sin empaque            | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 51 | 4/30/2020 22:16:18 | Jairo Rueda           | 51 - X    | 4     | Mantener una a  | Sabor, Precio, Comp  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Sin empaque            | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Supermercados de grandes superficies   |   |
| 52 | 4/30/2020 22:25:10 | Diana Castañeda       | 21 - 30   | 4     | Mantener hábit  | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas      | Sin empaque            | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Quizas                   | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 53 | 5/1/2020 7:42:05   | Orfelina González Ce  | 51 - X    | 4     | Mantener una a  | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Sin empaque            | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr | Quincenal          | Tiendas de barrio                      |   |
| 54 | 5/1/2020 8:07:16   | Jusn                  | 31 - 50   | 4     | Mantener una a  | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Empaque biodegrad      | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su. |   |
| 55 | 5/1/2020 8:33:29   | Henry                 | 51 - X    | 4     | Mantener una a  | Complemento Nutrici  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:   | Sin empaque            | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr | Quincenal          | Fruvers.                               |   |

| 1  | Marca temporal    | NOMBRE:               | Intervalo | Estrat | 1. Seleccione c  | 2. Seleccione 2 fact | 3. ¿Cuál de las siguientes                        | 4. De las siguientes | 5. ¿Qué tipo de pre      | 6. ¿Cuánto estaría disp | 7. Las O         | 8. ¿Qué cantidad d | 9. ¿Con qué frec                      | 10. ¿En qué establecimientos comercia |
|----|-------------------|-----------------------|-----------|--------|------------------|----------------------|---|----------------------|--------------------------|-------------------------|------------------|--------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 56 | 5/1/2020 8:43:33  | Angel Gonzalez Uni    | 51 - X    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas     | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies  |                                       |
| 57 | 5/1/2020 9:30:13  | JACQUELINE SILVA C    | 51 - X    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone   | Empaque al vacío     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | No las he               | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Supermercados de grandes superficies  |                                       |
| 58 | 5/1/2020 10:08:03 | MARCELA CORZO         | 21- 30    | 3      | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas     | Sin empaque          | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Quincenal          | Tiendas de barrio                     |                                       |
| 59 | 5/1/2020 10:08:06 | Irene Ortega          | 31- 50    | 3      | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham   | Empaque al vacío     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies  |                                       |
| 60 | 5/1/2020 10:08:08 | Dayana Ramirez Herr   | 21- 30    | 3      | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Prec | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas     | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | No                      | 01 gr – 500 gr   | 2 veces por sem    | Fruvers.                              |                                       |
| 61 | 5/1/2020 10:08:30 | Óscar Javier herreño  | 31- 50    | 3      | Mantener hábit   | Calidad              | Origen animal (Carne, Lác: Lentejas               | Empaque biodegrax    | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |
| 62 | 5/1/2020 10:08:32 | Edgar Fernando Gonz   | 31- 50    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Presentació | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone   | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |
| 63 | 5/1/2020 10:09:01 | OSCAR E PEREZ         | 31- 50    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone   | Empaque al vacío     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |
| 64 | 5/1/2020 10:10:31 | YOLANDA CAMPOS        | 51 - X    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Supermercados de grandes superficies, |                                       |
| 65 | 5/1/2020 10:11:50 | Gabriel castañeda     | 31- 50    | 5      | Mantener hábit   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone   | Empaque al vacío     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Supermercados de grandes superficies, |                                       |
| 66 | 5/1/2020 10:12:05 | Sulay Galeano C       | 21- 30    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Presentació | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Lentej | Empaque biodegrax    | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Puede ser               | 01 gr – 500 gr   | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies, |                                       |
| 67 | 5/1/2020 10:12:18 | Felix Herney Arévalo  | 31- 50    | 3      | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham   | Empaque al vacío     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |
| 68 | 5/1/2020 10:13:05 | Silvia Natalia Díaz C | 31- 50    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham   | Sin empaque          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Mensual            | Plazas de mercado                     |                                       |
| 69 | 5/1/2020 10:17:02 | Belkis Rincón         | 21- 30    | 3      | Mantener hábit   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles               | Sin empaque          | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Plazas de mercado                     |                                       |
| 70 | 5/1/2020 10:19:30 | Fernando monroy       | 31- 50    | 3      | Mantener una a   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas     | Empaque al vacío     | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Plazas de mercado                     |                                       |
| 71 | 5/1/2020 10:20:43 | Cristian Quitian      | 21- 30    | 4      | Practica contin  | Complemento Nutrici  | Origen animal (Carne, Lác: Lentejas               | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Semanal            | Tiendas de barrio                     |                                       |
| 72 | 5/1/2020 10:21:00 | Maria Camila Araujo   | 21- 30    | 4      | Evitar el consur | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas     | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Mensual            | Fruvers., Plazas de mercado           |                                       |
| 73 | 5/1/2020 10:21:31 | Carlos Fuentes        | 31- 50    | 3      | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Lentej | Empaque biodegrax    | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | No                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Supermercados de grandes superficies  |                                       |
| 74 | 5/1/2020 10:24:35 | Leonor Araujo         | 31- 50    | 5      | Evitar el consur | Calidad              | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone   | Sin empaque          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies, |                                       |
| 75 | 5/1/2020 10:25:12 | Jorge Chacon          | 21- 30    | 3      | Evitar el consur | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Lentejas               | Sin empaque          | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Quincenal          | Fruvers.                              |                                       |
| 76 | 5/1/2020 10:25:38 | Killa Ximena Castañer | 31- 50    | 6      | Mantener una a   | Calidad, Presentació | Origen vegetal Frijoles, Champiñone               | Sin empaque          | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr | Semanal            | Ventas por internet                   |                                       |
| 77 | 5/1/2020 10:29:40 | Ana María Rojas       | 31- 50    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham   | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Primero p               | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |
| 78 | 5/1/2020 10:30:09 | Camilo Florez         | 21- 30    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone   | Sin empaque          | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |
| 79 | 5/1/2020 10:32:05 | hugo bato             | 31- 50    | 3      | Practica contin  | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas     | Sin empaque          | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Tiendas de barrio           |                                       |
| 80 | 5/1/2020 10:32:56 | Ana milena rondon es  | 21- 30    | 3      | Mantener hábit   | Calidad              | Origen animal (Carne, Lác: Lentejas               | Empaque al vacío     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Semanal            | Supermercados de grandes superficies  |                                       |
| 81 | 5/1/2020 10:36:09 | Gonzalo Mancilla      | 21- 30    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone   | Empaque al vacío     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |
| 82 | 5/1/2020 10:39:00 | Alvaro Andrés Herrei  | 21- 30    | 4      | Mantener una a   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas     | Empaque al vacío     | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr   | Mensual            | Fruvers., Plazas de mercado           |                                       |

| 1   | Marca temporal    | NOMBRE                | Intervalo | Estre | 1. Seleccione c                        | 2. Seleccione 2 fact     | 3. ¿Cuál de las siguientes | 4. De las siguientes | 5. ¿Qué tipo de pre      | 6. ¿Cuánto estaría disp | 7. Las Or         | 8. ¿Qué cantidad d | 9. ¿Con qué frec                      | 10. ¿En qué establecimientos comerciale |
|-----|-------------------|-----------------------|-----------|-------|--|--------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------|---------------------------------------|---|
| 83  | 5/1/2020 10:40:58 | Juan Pablo            | 21-30     | 6     | Mantener una a Sabor, Precio           | Origen animal (Carne, Lá | Soya, Frijoles, Champ      | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 84  | 5/1/2020 10:44:33 | Daniela velasco       | 21-30     | 3     | Mantener una a Calidad, Complement     | Origen animal (Carne, Lá | Soya, Frijoles, Champ      | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Semanal            | Fruvers., Ventas por internet         |   |
| 85  | 5/1/2020 10:51:08 | Yanira Stella Moreno  | 31-50     | 3     | Mantener una a Complemento Nutrici     | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Champiñone       | Sin empaque          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Mensual            | Fruvers.                              |   |
| 86  | 5/1/2020 10:52:12 | Erika castillo        | 21-30     | 4     | Mantener una a Calidad                 | Origen vegetal           | Soya, Frijoles, Champ      | Sin empaque          | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Fruvers., Plazas de mercado           |   |
| 87  | 5/1/2020 10:59:00 | Leslye Cristancho     | 21-30     | 3     | Practica continu. Calidad, Sabor, Prec | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Champiñone       | Empaque biodegrax    | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 501 gr – 1000 gr  | Quincenal          | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 88  | 5/1/2020 11:00:56 | Milton Ricardo Rincón | 21-30     | 3     | Mantener una a Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Champiñone       | Empaque biodegrax    | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 89  | 5/1/2020 11:08:20 | Leandro               | 31-50     | 5     | Mantener una a Calidad, Sabor, Pres    | Origen animal (Carne, Lá | Soya, Frijoles, Champ      | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Mensual            | Supermercados de grandes superficies, |   |
| 90  | 5/1/2020 11:11:15 | Dora Gerena           | 51 - X    | 4     | Evitar el consur Calidad, Sabor, Pres  | Origen animal (Carne, Lá | Lentejas                   | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 91  | 5/1/2020 11:16:38 | sandra Galeano S      | 31-50     | 4     | Mantener una a Calidad                 | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Champiñone       | Sin empaque          | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Mensual            | Supermercados de grandes superficies  |   |
| 92  | 5/1/2020 11:23:34 | Paula jaimes          | 31-50     | 5     | Mantener una a Calidad, Complement     | Origen animal (Carne, Lá | Soya, Frijoles, Champ      | Empaque al vacío     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 93  | 5/1/2020 11:32:37 | Oskar Rikardo Vásqu   | 21-30     | 4     | Practica continu. Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Champiñone       | Empaque al vacío     | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 94  | 5/1/2020 11:33:57 | Aidé Becerra          | 21-30     | 3     | Mantener una a Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles                   | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies  |   |
| 95  | 5/1/2020 11:39:21 | Angela viviana casta  | 21-30     | 3     | Practica continu. Sabor                | Origen animal (Carne, Lá | Lentejas                   | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | No                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Fruvers.                              |   |
| 96  | 5/1/2020 11:47:34 | Stella Fuertes        | 31-50     | 3     | Mantener una a Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Lentejas         | Sin empaque          | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies, |   |
| 97  | 5/1/2020 11:57:28 | LUZ STELLA MARIÑC     | 51 - X    | 4     | Mantener una a Calidad, Complement     | Origen vegetal           | Frijoles, Lentejas         | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 1001 gr – 1500 gr | Quincenal          | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 98  | 5/1/2020 12:06:24 | Saúl Ricardo Ariza R. | 21-30     | 3     | Mantener una a Calidad                 | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Champiñone       | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | No                      | 01 gr – 500 gr    | Mensual            | Plazas de mercado                     |   |
| 99  | 5/1/2020 12:14:06 | Maria Alejandra       | 15 - 20   | 4     | Practica continu. Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Lentejas         | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Mensual            | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 100 | 5/1/2020 12:46:41 | Andrés Castañeda      | 31-50     | 3     | Practica continu. Precio               | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Lentejas         | Sin empaque          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Plazas de mercado, Tiendas de barrio  |   |
| 101 | 5/1/2020 12:52:28 | Andrea Ruíz           | 21-30     | 4     | Mantener una a Calidad, Precio, Com    | Origen animal (Carne, Lá | Soya, Frijoles, Champ      | Sin empaque          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Fruvers.                              |   |
| 102 | 5/1/2020 12:58:02 | Lesly Juliana Hernanc | 21-30     | 3     | Practica continu. Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Lentejas         | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Supermercados de grandes superficies  |   |
| 103 | 5/1/2020 12:59:43 | GLORIA J M M          | 51 - X    | 4     | Mantener una a Calidad, Complement     | Origen vegetal           | Soya, Frijoles, Champ      | Empaque biodegrax    | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Fruvers.                              |   |
| 104 | 5/1/2020 13:17:36 | Oswaldo Gómez Ver     | 51 - X    | 4     | Mantener una a Calidad, Precio         | Origen vegetal           | Soya, Frijoles, Champ      | Sin empaque          | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Las e con               | 501 gr – 1000 gr  | Quincenal          | Plazas de mercado                     |   |
| 105 | 5/1/2020 14:00:30 | Angela viviana casta  | 21-30     | 3     | Practica continu. Sabor                | Origen animal (Carne, Lá | Lentejas                   | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | No                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Fruvers.                              |   |
| 106 | 5/1/2020 14:31:30 | J mateus              | 31-50     | 3     | Practica continu. Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lá | Champiñones                | Empaque biodegrax    | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Plazas de mercado, Tiendas de barrio  |   |
| 107 | 5/1/2020 14:59:24 | Diana Valbuena        | 31-50     | 4     | Mantener hábit. Calidad, Sabor, Prec   | Origen animal (Carne, Lá | Frijoles, Champiñone       | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 108 | 5/1/2020 15:43:03 | LILIANA GERTRUDIS     | 31-50     | 4     | Mantener una a Calidad, Complement     | Origen vegetal           | Soya, Frijoles, Champ      | Empaque biodegrax    | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr    | Quincenal          | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |
| 109 | 5/1/2020 16:17:51 | Gina Murillo Celis    | 51 - X    | 6     | Mantener una a Calidad, Complement     | Origen vegetal           | Frijoles, Champiñone       | Empaque biodegrax    | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 1001 gr – 1500 gr | Semanal            | Fruvers., Supermercados de grandes su |   |

| 1   | Marca temporal    | NOMBRE:                | Intervalo | Estre | 1. Seleccione c.2. Seleccione 2 fact3. | ¿Cuál de las siguientes | 4. De las siguientes      | 5. ¿Qué tipo de pre  | 6. ¿Cuánto estaría disp | 7. Las Orr               | 8. ¿Qué cantidad d | 9. ¿Con qué frec | 10. ¿En qué establecimientos comerciales: |   |
|-----|-------------------|------------------------|-----------|-------|--|-------------------------|---------------------------|----------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------|------------------|---|---|
| 110 | 5/1/2020 16:18:00 | Jeferson Alexander     | 21-30     | 3     | Mantener una a                         | Calidad, Precio         | Origen vegetal            | Soya, Frijoles, Cham | Sin empaque             | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Semanal                                   | Fruvers.                                |
| 111 | 5/1/2020 16:38:47 | Maria Fernanda Chav    | 21-30     | 4     | Mantener hábit                         | Calidad, Sabor          | Origen animal (Carne, Lác | Champiñones, Lente   | Empaque biodegr         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | 2 veces por sem                           | Supermercados de grandes superficies,   |
| 112 | 5/1/2020 16:42:19 | Laura lineth zuluaga r | 21-30     | 3     | Mantener una a                         | Calidad, Presentació    | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Lentejas   | Empaque biodegr         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Quincenal                                 | Supermercados de grandes superficies    |
| 113 | 5/1/2020 16:54:49 | Fredy Alender Téllez   | 31-50     | 4     | Mantener una a                         | Precio, Complement      | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Sin empaque             | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | 2 veces por sem                           | Fruvers., Supermercados de grandes su   |
| 114 | 5/1/2020 17:07:34 | Melisa zambrano        | 21-30     | 3     | Mantener una a                         | Calidad, Complement     | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Empaque biodegr         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Quincenal                                 | Fruvers., Supermercados de grandes su   |
| 115 | 5/1/2020 17:11:52 | Ludy Fernanda Camp     | 21-30     | 3     | Mantener una a                         | Calidad, Complement     | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Empaque biodegr         | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Semanal                                   | Fruvers., Plazas de mercado, Tiendas de |
| 116 | 5/1/2020 17:12:43 | Fernando C             | 31-50     | 3     | Mantener una a                         | Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Champiñone | Empaque biodegr         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Mensual                                   | Fruvers.                                |
| 117 | 5/1/2020 17:17:01 | Wilson fernando rome   | 21-30     | 3     | Mantener una a                         | Precio, Complement      | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Empaque biodegr         | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Mensual                                   | Fruvers.                                |
| 118 | 5/1/2020 17:17:17 | Diego fernando calde   | 21-30     | 3     | Mantener hábit                         | Calidad, Complement     | Origen vegetal            | Frijoles, Lentejas   | Empaque biodegr         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | 2 veces por sem                           | Plazas de mercado, Ventas por internet  |
| 119 | 5/1/2020 17:23:32 | yezica katherine rond  | 31-50     | 3     | Mantener hábit                         | Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Empaque al vacío        | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Quincenal                                 | Ventas por internet                     |
| 120 | 5/1/2020 17:46:11 | Herly                  | 21-30     | 4     | Practica contin.                       | Calidad, Presentació    | Origen vegetal            | Frijoles, Champiñone | Empaque biodegr         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | 2 veces por sem                           | Supermercados de grandes superficies    |
| 121 | 5/1/2020 18:00:24 | Juan Antonio Soto Die  | 15-20     | 4     | Mantener hábit                         | Calidad, Complement     | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Champiñone | Empaque biodegr         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Mensual                                   | Plazas de mercado, Tiendas de barrio    |
| 122 | 5/1/2020 18:03:26 | Angélica Camacho       | 15-20     | 4     | Mantener una a                         | Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Lentejas   | Empaque biodegr         | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | No                 | 01 gr – 500 gr   | 2 veces por sem                           | Fruvers.                                |
| 123 | 5/1/2020 18:06:27 | Juan Sebastian Suarez  | 15-20     | 4     | Mantener una a                         | Calidad, Sabor, Com     | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Lentejas   | Empaque al vacío        | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Quincenal                                 | Fruvers.                                |
| 124 | 5/1/2020 18:16:16 | Yenny Sofía            | 15-20     | 4     | Mantener una a                         | Calidad, Sabor, Prec    | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Champiñone | Empaque biodegr         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Semanal                                   | Tiendas de barrio                       |
| 125 | 5/1/2020 18:19:05 | Leandro caldas         | 31-50     | 5     | Mantener una a                         | Calidad, Sabor, Pres    | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Empaque biodegr         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Mensual                                   | Fruvers., Supermercados de grandes su   |
| 126 | 5/1/2020 18:34:48 | Andreson               | 21-30     | 3     | Mantener hábit                         | Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Champiñone | Empaque biodegr         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Quincenal                                 | Fruvers., Tiendas de barrio             |
| 127 | 5/1/2020 20:00:30 | Óscar Javier herreño   | 31-50     | 3     | Mantener hábit                         | Calidad                 | Origen animal (Carne, Lác | Lentejas             | Empaque biodegr         | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Semanal                                   | Fruvers., Supermercados de grandes su   |
| 128 | 5/1/2020 20:10:10 | Oscar Mauricio Salaz   | 31-50     | 4     | Mantener una a                         | Calidad, Sabor, Prec    | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Sin empaque             | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Semanal                                   | Fruvers., Supermercados de grandes su   |
| 129 | 5/1/2020 21:07:57 | Gladys Eugenia Serre   | 51-X      | 5     | Mantener una a                         | Calidad, Complement     | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Champiñone | Empaque biodegr         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | No                 | 501 gr – 1000 gr | Mensual                                   | Supermercados de grandes superficies    |
| 130 | 5/1/2020 23:27:01 | Angie Lorena Paipa C   | 21-30     | 3     | Mantener una a                         | Calidad, Complement     | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Sin empaque             | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Quincenal                                 | Fruvers., Plazas de mercado             |
| 131 | 5/1/2020 23:33:35 | Alejandra Durán        | 21-30     | 4     | Mantener una a                         | Calidad, Sabor, Pres    | Origen animal (Carne, Lác | Soya, Frijoles, Cham | Empaque biodegr         | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Mensual                                   | Supermercados de grandes superficies,   |
| 132 | 5/2/2020 9:33:03  | Javier Ardilla         | 21-30     | 3     | Practica contin.                       | Calidad                 | Origen animal (Carne, Lác | Champiñones          | Empaque al vacío        | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Quincenal                                 | Supermercados de grandes superficies    |
| 133 | 5/2/2020 9:35:43  | DIEGO castillo         | 31-50     | 4     | Practica contin.                       | Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Champiñone | Empaque biodegr         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Mensual                                   | Fruvers., Supermercados de grandes su   |
| 134 | 5/2/2020 9:46:21  | Nelly Carolina Galean  | 21-30     | 4     | Mantener una a                         | Calidad, Precio         | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles, Lentejas   | Empaque biodegr         | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                 | 501 gr – 1000 gr | Quincenal                                 | Fruvers.                                |
| 135 | 5/2/2020 9:59:02  | Leidy                  | 21-30     | 3     | Practica contin.                       | Calidad                 | Origen animal (Carne, Lác | Lentejas             | Empaque biodegr         | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | No                 | 01 gr – 500 gr   | Mensual                                   | Supermercados de grandes superficies    |
| 136 | 5/2/2020 10:03:43 | Marlinson Calderón     | 21-30     | 3     | Ejercitar la men                       | Calidad                 | Origen animal (Carne, Lác | Frijoles             | Empaque al vacío        | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                 | 01 gr – 500 gr   | Mensual                                   | Tiendas de barrio                       |

| 1   | Marca temporal    | NOMBRE:                | Intervalo | Estr | 1. Seleccione c  | 2. Seleccione 2 fact | 3. ¿Cuál de las siguientes                                       | 4. De las siguientes     | 5. ¿Qué tipo de pre      | 6. ¿Cuánto estaría disp | 7. Las Ore      | 8. ¿Qué cantidad d                      | 9. ¿Con qué frec                      | 10. ¿En qué establecimientos comerciale: |
|-----|-------------------|------------------------|-----------|------|------------------|----------------------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------|---|---------------------------------------|--|
| 137 | 5/2/2020 10:42:35 | Argenis Caballero Tib  | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas                    | Sin empaque              | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr  | 2 veces por sem                         | Fruvers., Plazas de mercado           |  |
| 138 | 5/2/2020 10:56:17 | Edwind                 | 21 - 30   | 4    | Practica contin. | Calidad, Sabor, Com  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | No                       | 01 gr – 500 gr          | 2 veces por sem | Fruvers., Supermercados de grandes su   |                                       |  |
| 139 | 5/2/2020 11:02:54 | Yonny Fernando Cav     | 21 - 30   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Prec | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 1501 gr - X             | 2 veces por sem | Fruvers., Supermercados de grandes su   |                                       |  |
| 140 | 5/2/2020 11:03:03 | Edgar                  | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Sabor, Precio        | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Sin empaque      | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Quincenal       | Fruvers., Tiendas de barrio             |                                       |  |
| 141 | 5/2/2020 11:06:03 | Edixon Andrés Peña     | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Precio, Complement   | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Sin empaque      | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Semanal         | Fruvers.                                |                                       |  |
| 142 | 5/2/2020 11:07:07 | Blanca Yuranni Niev    | 15 - 20   | 3    | Mantener hábit   | Calidad              | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham;Empaque biodegr  | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr        | 2 veces por sem | Supermercados de grandes superficies    |                                       |  |
| 143 | 5/2/2020 11:17:44 | Isbey Quiñónez Álvar   | 21 - 30   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Presentació | Hongos comestibles. Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr         | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 1001 gr – 1500 gr       | Semanal         | Fruvers., Tiendas de barrio             |                                       |  |
| 144 | 5/2/2020 11:25:59 | Linamaría Cáceres Se   | 21 - 30   | 3    | Practica contin. | Calidad, Sabor, Prec | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham;Empaque biodegr  | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Semanal         | Supermercados de grandes superficies    |                                       |  |
| 145 | 5/2/2020 13:10:50 | Aleidhy Aparicio       | 31 - 50   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Lentejas                              | Empaque biodegr          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr  | Quincenal                               | Supermercados de grandes superficies  |  |
| 146 | 5/2/2020 13:23:12 | Mauricio               | 31 - 50   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Quincenal       | Fruvers., Supermercados de grandes su   |                                       |  |
| 147 | 5/3/2020 8:21:11  | José Manuel Marconi    | 31 - 50   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham;Empaque biodegr  | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | 2 veces por sem | Fruvers., Tiendas de barrio             |                                       |  |
| 148 | 5/3/2020 11:24:15 | Noe Alexander Medin    | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Quincenal       | Supermercados de grandes superficies    |                                       |  |
| 149 | 5/4/2020 11:26:52 | Anggy Villanova        | 21 - 30   | 3    | Mantener una a   | Sabor, Precio, Comp  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas                    | Empaque biodegr          | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr  | Mensual                                 | Fruvers., Supermercados de grandes su |  |
| 150 | 5/4/2020 12:00:41 | Claudia Calderon       | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Pres | Origen vegetal Soya, Frijoles, Lentej                            | Empaque biodegr          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Creo que                | 01 gr – 500 gr  | Mensual                                 | Supermercados de grandes superficies  |  |
| 151 | 5/4/2020 12:18:45 | Iván Porras            | 51 - X    | 5    | Mantener una a   | Calidad, Precio      | Hongos comestibles. Soya, Frijoles, Cham;Empaque al vacío        | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                       | 1001 gr – 1500 gr       | 2 veces por sem | Supermercados de grandes superficies,   |                                       |  |
| 152 | 5/4/2020 15:53:34 | Marcela Cortés         | 31 - 50   | 3    | Mantener hábit   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | He consu                 | 01 gr – 500 gr          | Mensual         | Plazas de mercado                       |                                       |  |
| 153 | 5/4/2020 15:58:29 | Liliana pertuz         | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles                              | Empaque biodegr          | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr  | Quincenal                               | Plazas de mercado                     |  |
| 154 | 5/4/2020 15:58:40 | Johana Cárdenas Ávi    | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Precio, Com | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Mensual         | Fruvers.                                |                                       |  |
| 155 | 5/4/2020 16:18:29 | Steven Gamboa          | 21 - 30   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham;Sin empaque      | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Quincenal       | Fruvers.                                |                                       |  |
| 156 | 5/4/2020 16:23:11 | Astrid Selene Corred   | 31 - 50   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Com  | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham;Empaque biodegr  | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr        | Semanal         | Supermercados de grandes superficies    |                                       |  |
| 157 | 5/4/2020 16:25:35 | María Sellene Monca    | 15 - 20   | 4    | Mantener hábit   | Calidad, Precio      | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                       | 1001 gr – 1500 gr       | Quincenal       | Fruvers., Plazas de mercado, Tiendas de |                                       |  |
| 158 | 5/4/2020 16:43:20 | Carlos Avellaneda Ru   | 31 - 50   | 4    | Mantener una a   | Complemento Nutrici  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque biodegr  | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Quincenal       | Fruvers.                                |                                       |  |
| 159 | 5/4/2020 16:51:01 | YANETH                 | 31 - 50   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Pres | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas                    | Empaque biodegr          | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr  | Quincenal                               | Fruvers., Supermercados de grandes su |  |
| 160 | 5/4/2020 16:56:19 | Jennifer Julissa Tave  | 21 - 30   | 3    | Mantener una a   | Calidad, Sabor       | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque al vacío | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | No                       | 01 gr – 500 gr          | Mensual         | Fruvers., Plazas de mercado             |                                       |  |
| 161 | 5/4/2020 18:07:35 | Jorge alexis Valdivies | 51 - X    | 4    | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Cham;Sin empaque      | Entre \$ 5.501 a \$6.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Quincenal       | Fruvers.                                |                                       |  |
| 162 | 5/4/2020 20:45:47 | Yiselth Baron          | 21 - 30   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Complement  | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Lentejas                    | Sin empaque              | Entre \$ 6.501 a \$7.500 | No                      | 01 gr – 500 gr  | Mensual                                 | Fruvers.                              |  |
| 163 | 5/4/2020 22:57:43 | Mario A                | 31 - 50   | 4    | Mantener una a   | Calidad, Sabor, Prec | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone:Empaque al vacío | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | No                       | 01 gr – 500 gr          | Mensual         | Fruvers., Plazas de mercado, Tiendas de |                                       |  |

| 1   | Marca temporal     | NOMBRE:               | Intervalo | Estrat | 1. Seleccione c | 2. Seleccione 2 fact | 3. ¿Cuál de las siguientes                                       | 4. De las siguientes f   | 5. ¿Qué tipo de pre      | 6. ¿Cuánto estaría disp | 7. Las Orr     | 8. ¿Qué cantidad d                    | 9. ¿Con qué frec                      | 10. ¿En qué establecimientos comerciales |
|-----|--------------------|-----------------------|-----------|--------|-----------------|----------------------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------|----------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--|
| 164 | 5/16/2020 16:35:38 | ANDREA RUIZ           | 21-30     | 4      | Mantener una a  | Calidad, Precio, Com | Origen animal (Carne, Lác: Soya, Frijoles, Champi                | Sin empaque              | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                      | 01 gr – 500 gr | Quincenal                             | Fruvers., Supermercados de grandes su |  |
| 165 | 5/16/2020 16:59:16 | Genny Patricia Jaimes | 31-50     | 3      | Mantener una a  | Calidad, Precio, Com | Origen animal (Carne, Lác: Frijoles, Champiñone: Empaque biodegr | Entre \$ 3.501 a \$4.500 | Si                       | 01 gr – 500 gr          | Quincenal      | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |  |
| 166 | 5/14/2020 21:57:48 | Efrain Castillo       | 21-30     | 4      | Mantener una a  | Calidad, Precio      | Hongos comestibles. Frijoles, Champiñone: Empaque biodegr        | Entre \$ 4.501 a \$5.500 | Si                       | 501 gr – 1000 gr        | Quincenal      | Fruvers., Supermercados de grandes su |                                       |  |