

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y FORESTALES



**RELACION ENTRE EL CONSUMO DE FRUTA Y LA SATISFACCION CON LA
ALIMENTACION EN LA REGION DE LA ARAUCANIA, CHILE.**

Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Forestales de la Universidad de La Frontera, como parte de los requisitos para optar al título de Ingeniero Agrónomo.

RODOLFO EDUARDO MITTERSTEINER GUTIERREZ

TEMUCO-CHILE

2013

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y FORESTALES



**RELACION ENTRE EL CONSUMO DE FRUTA Y LA SATISFACCION CON LA
ALIMENTACION EN LA REGION DE LA ARAUCANIA, CHILE.**

Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Forestales de la Universidad de La Frontera, como parte de los requisitos para optar al título de Ingeniero Agrónomo.

RODOLFO EDUARDO MITTERSTEINER GUTIERREZ
PROFESOR GUIA: DRA. BERTA SCHNETTLER MORALES

TEMUCO-CHILE

2013

**RELACION ENTRE EL CONSUMO DE FRUTA Y LA SATISFACCION CON LA
ALIMENTACION EN LA REGION DE LA ARAUCANIA, CHILE.**

PROFESOR GUÍA : BERTA LORENA SCHNETTLER MORALES
INGENIERO AGRÓNOMO, M.B.A.,
DOCTORA EN CIENCIAS EMPRESARIALES
DPTO. PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

PROFESOR CONSEJERO : HORACIO JULIO MIRANDA VARGAS
MEDICO VETERINARIO. M Sc.
DPTO. PRODUCCIÓN AGROPECUARIA
UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

CALIFICACIÓN PROMEDIO TESIS :

INDICE

Capítulo		Página
1	INTRODUCCION.	1
2	REVISION BIBLIOGRAFICA.	3
2.1	Situación mundial de la fruta.	3
2.2	Situación nacional de la fruta.	6
2.3	Factores que influyen en el consumo de fruta	8
2.3.1	Preocupación por la salud.	9
2.3.2	Precio de las frutas.	11
2.4	Características sociodemográficos y consumo de fruta.	12
2.5	Bienestar subjetivo y satisfacción con la alimentación.	14
3	MATERIALES Y MÉTODOS.	17
3.1	Diseño de la investigación.	17
3.2	Unidades de estudio.	17
3.3	Instrumento.	17
3.4	Procedimiento.	19
3.5	Análisis estadístico	19
4	PRESENTACIÓN Y DISCUSION DE RESULTADOS.	20
4.1	Hábitos de consumo y compra de frutas para el hogar.	23
4.1.1	Lugar de compra de frutas para el hogar.	23
4.1.2	Frecuencia de consumo de frutas.	23
4.1.3	Motivos del consumo diario de frutas en el hogar.	26
4.1.4	Motivos por el cual no se consumen frutas todos los días en el hogar.	27
4.1.5	Forma de consumo de frutas en el hogar.	28
4.1.6	Influencias en la decisión de compra de frutas.	29

4.2	Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades.	31
4.2.1	Asociación del consumo de frutas con la prevención enfermedades del corazón.	32
4.2.2	Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades del cáncer.	33
4.2.3	Asociación del consumo de frutas con la prevención de la diabetes.	34
4.2.4	Asociación del consumo de frutas con la prevención de obesidad.	35
4.2.5	Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades degenerativas.	36
4.2.6	Asociación del consumo de frutas con la prevención de hipertensión.	36
4.2.7	Asociación del consumo de frutas con la prevención de hipercolesterolemia	38
4.2.8	Asociación del consumo de frutas con la prevención de triglicéridos altos.	39
4.2.9	Asociación del consumo de frutas con la prevención de osteoporosis.	40
4.2.10	Asociación del consumo de frutas con la prevención de anemia.	41
4.2.11	Asociación del consumo de frutas con la prevención de colon irritable.	42
5	CONCLUSIONES.	45
6	RESUMEN.	47
7	SUMMARY.	48
8	LITERATURA CITADA.	49
9	ANEXOS.	59

La presente tesis se desarrolló con financiamiento del Proyecto:
**Fondecyt 1100611 “Relación entre Bienestar subjetivo, Alimentación y
Comportamiento de Compra de Alimentos”**

1. INTRODUCCION

El consumo de frutas en la dieta humana es de vital importancia por el aporte de vitaminas, minerales, fibra, agua, y otros nutrientes, además de la satisfacción de consumir un producto de características sensoriales tan variadas y agradables.

Chile se caracteriza hoy por una marcada disminución de la desnutrición, un aumento en la obesidad y de factores de riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles, debido a que "actualmente en Chile se consume la mitad de lo que se debiera en frutas y verduras".

El consumo de fruta fresca a nivel nacional es bastante complejo, ya que su oferta interna depende estrechamente del comercio exterior, de eventos meteorológicos que pueden afectar la producción, y de la proporción destinada a la agroindustria, entre otras variables. Sin embargo, en términos generales, se puede afirmar que el consumo de manzanas, uvas y plátanos ha crecido a tasas entre 1,4 y 2,4% en la última década. Dicho incremento puede ser indicativo de una dieta más saludable por parte de la población.

Las diferencias en el consumo de frutas están asociados a las características sociodemográficas del consumidor, tales como, edad, estilo de vida, ocupación del jefe de hogar, nivel de estudios, presencia y edad de los hijos en el hogar, etnia, grupo socioeconómico, entre otros.

Estudios recientes muestran que el consumo de algunos alimentos se relaciona la satisfacción con la alimentación, que influye en la calidad de vida de la persona.

Considerando la relación entre una dieta sana, rica en verduras y frutas, y la salud, esta tesis tiene como objetivo general relacionar los hábitos de consumo de frutas y la satisfacción con la alimentación. La presente tesis, de tipo exploratorio, plantea los siguientes objetivos específicos:

- 1 Definir los hábitos de consumo y compra de frutas en el hogar.
- 2 Reconocer los motivos que expliquen un alto consumo de frutas en aquellos consumidores que presenten este comportamiento.
- 3 Determinar los motivos que expliquen un bajo consumo de frutas en aquellos consumidores que presenten este comportamiento.
- 4 Identificar los aspectos que influyen en la decisión de compra de fruta para el hogar.
- 5 Determinar si el consumo de fruta se asocia con el cuidado de la salud.
- 6 Distinguir diferencias asociadas a las características sociodemográficas de los encuestados.
- 7 Determinar la relación entre el nivel de satisfacción con la alimentación y los hábitos de consumo de frutas.

2. REVISION BIBLIOGRAFICA.

2.1 Situación mundial de la fruta.

La producción mundial de frutas presentó, durante la década de los noventas e inicio del siglo XXI, un crecimiento anual promedio de 8% en el ámbito mundial, salvo una ligera caída del 0,02% en 2001 (FAO, 2001).

La producción mundial de fruta tropical alcanzará 82 millones de toneladas en 2014, según las estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO 2012). Esta cifra representa un incremento anual del 1,7% respecto al período base (2004). El 78% corresponde a las principales frutas (mango, piña, aguacate y papaya) y el 22% a las secundarias (lichi, rambután, guayaba, entre otras) (Manjavacas, 2012).

La demanda de fruta tropical fresca es favorable porque se prevé que el volumen de las importaciones de las principales (mango, aguacate, papaya y piña) aumente un 24%. Los pronósticos indican que en 2013 las compras ascenderán a 3,6 millones de toneladas y de ellas, 2,6 millones de toneladas (81%) se destinarán a mercados de países desarrollados. EE.UU. y la Unión Europea concentran el 70% de las importaciones de fruta tropical, por delante de Japón (Manjavacas, 2012).

La demanda en el mercado de las frutas tropicales ha evolucionado mucho, su precio es más alto que el de la fruta tradicional, debido a que no se basa en la novedad sino en la calidad del producto. Lo que no ha cambiado es la incidencia del costo del transporte en el valor final de la fruta. En ese sentido, los incrementos de precio del petróleo redundan en un menor margen de beneficio para los países productores (Manjavacas, 2012).

En 2014, las proyecciones de la FAO indican que la demanda crecerá, aunque no con cifras tan espectaculares como las obtenidas en la última década. La calidad de la fruta y no el precio marcará en el futuro la elección de los países importadores. La calidad marca la diferencia en un mercado global cada vez más abastecido. Por ello, las exportaciones estarán condicionadas por las inversiones que los productores realicen en I+D+i, en la mejora de los tratamientos postcosecha, en almacenamiento y transporte en frío, así como en logística (Manjavacas, 2012).

Se espera un crecimiento en la demanda de una calidad superior en frutas y hortalizas tanto externa como interna. Los aspectos externos (presentación, apariencia, uniformidad, madurez, frescura) son los componentes principales de la decisión de compra, la que normalmente es tomada cuando el consumidor ve la mercadería exhibida en el local de venta. Esto es particularmente importante en los sistemas de autoservicio en donde el producto debe “autovenderse” y aquel que no es seleccionado, representa una pérdida para el comerciante. La calidad interna (sabor, aroma, textura, valor nutritivo, ausencia de contaminantes bióticos y abióticos) está vinculada a aspectos generalmente no perceptibles pero no por ello menos importante para los consumidores (FAO, 2003).

En el ámbito productivo existen tres grupos diferenciados de especies de frutas, siendo éstas: a) las que superan los 50 millones de toneladas (naranja y mandarina, banana, uva y manzana); b) las que producen entre 10,1 y 35 millones de toneladas (plátanos, mangos, peras, ananás y nectarines); y c) las que no superan los 10 millones de toneladas (limón, ciruela, pomelo, papaya, fruta fina, kiwi, papaya, melón, dátiles, palta, entre otras) (Giacinti, 2001).

El análisis del posicionamiento que abarca todas las especies del grupo “a” (naranja y mandarina, banana, uva y manzana), además de algunas del grupo “b” (pera y ananás) y del grupo “c” (limón, pomelo y dátiles), indica que representan el 55% del consumo mundial de frutas frescas, alcanzando también al 60% en la producción y al 53% de la superficie cultivada (Giacinti, 2001).

El mercado mundial de fruta fresca primaria, medido por las importaciones mundiales determinadas por el Centro de Comercio Internacional (CCI), registró un crecimiento de 34,6% en su valor en el período 2005-2009, incrementándose desde US\$ 51.686 millones a US\$ 69.562 millones. Por su parte, el mercado mundial de fruta fresca, incluida la fruta fresca mínimamente procesada (congelada, deshidratada y preservada), registró un crecimiento similar (37,2%), aumentando desde US\$ 55.132 a US\$ 75.673. El crecimiento mundial en valor por grupos de especies importadas de fruta fresca primaria en el período 2005-2009 estuvo encabezado por dátiles, piñas y paltas (53,8%), seguidos por berries y kiwis (52,9%) y, con variaciones similares al crecimiento promedio de las importaciones, entre 30% y 35%, uvas, cítricos, pomáceas, carozos, cocos, castañas y plátanos. Los únicos grupos de especies que registraron crecimientos menores que el promedio fueron las papayas, melones y los frutos de nuez. El mercado mundial de importación de fruta fresca de clima mediterráneo (las trece principales especies que Chile exporta) ha tenido un incremento de 7,3% en volumen, entre los años 2005 y 2009, desde 27,9 a 30,0 millones de toneladas, según cifras del Centro de Comercio Internacional (CCI 2011). El valor importado registró un aumento de 34,6% durante el mismo período, desde US\$ 24.324 millones a US\$ 32.737 millones. Los mayores crecimientos en volumen en el mercado mundial de importación de fruta fresca fueron registrados por los arándanos (44%), las cerezas (37%), las paltas (36%) y las mandarinas (21%). Las naranjas fueron la única especie que registró una baja (1,6%) en el período (Bravo, 2011).

Los principales mercados mundiales importadores de fruta fresca, incluida la fruta mínimamente procesada, corresponden a Estados Unidos, Alemania, Holanda, Reino Unido y Federación Rusa. Entre los quince principales países importadores se puede observar un aumento bajo el promedio en los mercados más tradicionales, especialmente europeos (afectados por la crisis internacional del año 2009), y un crecimiento muy alto en las importaciones de fruta de China (161%), los Emiratos Árabes Unidos (129%), Hong Kong (108%), la Federación Rusa (105%) y Holanda (74%). La participación chilena en el mercado mundial de fruta fresca primaria ha permanecido constante, tanto en volumen como en valor, durante el período analizado,

fluctuando entre 7,5% y 7,9% del volumen importado a nivel mundial y entre 8,1% y 8,8% en términos del valor de las importaciones mundiales de fruta fresca. Estas cifras demuestran un cierto grado de estancamiento en la captura de una mayor porción de los mercados internacionales por parte de la industria frutícola chilena, mercados que han tenido un dinámico desarrollo, especialmente en su valor (Bravo, 2011).

2.2 Situación nacional de la fruta.

Chile es el mayor exportador de fruta en el Hemisferio Sur. Inevitablemente, el contacto con las fuerzas globales ha inducido a un rápido cambio a escala local y nacional, mediado por empresas frutícolas en gran parte multinacionales, que han alterado fundamentalmente la naturaleza de las relaciones sociales y económicas de la producción en el campo chileno (Murray *et al.*, 1999).

La fruticultura en los últimos 15 años ha aumentado significativamente su nivel de participación en distintos frutos, y además se pueden apreciar las especies cuya producción crece en forma exponencial (mandarinas, arándanos) (Clark, 2006).

De acuerdo con la información proporcionada por la Agregaduría Agrícola de Chile para Centroamérica y el Caribe, las importaciones generales netas de frutas frescas desde el año 2007 (un poco más de 119,4 millones de dólares) al año 2011 (casi 164,0 millones) han ido en aumento, representando un incremento del 37,3% en cinco años (SimFruit, 2012).

La superficie frutícola chilena ha continuado su expansión, se puede comprobar a través de las cifras generadas por los más recientes catastros e intercatastros frutícolas regionales publicados por Cirén. A nivel nacional comparable en términos de simultaneidad en el levantamiento de datos, se ha

definido una metodología que permita hacer una estimación comparativa de la superficie plantada, tomando en cuenta las dos últimas mediciones disponibles y su evolución para cada una de las regiones. De acuerdo a estas cifras, la superficie plantada a nivel nacional se incrementó en casi 50.000 hectáreas en los períodos de cuatro o seis años considerados, dependiendo de si la medición se refiere a cifras intercatastrales o catastrales, con un incremento porcentual de 20,8%. Esto señala que la industria, a pesar de la baja en rentabilidad y pérdida de competitividad, continúa alcanzando niveles de inversión importantes que se relacionan con los incrementos de productividad derivados de la aplicación de mayor tecnología en todos los aspectos de la actividad. Las mayores cifras de crecimiento se concentran en las especies más demandadas en los mercados internacionales, tales como arándanos, cerezos, nogales, olivos, mandarinos, ciruelos y paltos, situación que coincide con el análisis efectuado con información del Censo Silvoagropecuario del año 2007. El volumen exportado de fruta fresca experimentó un crecimiento de 2,4% durante el año 2010 en comparación con la cifra registrada en 2009, alcanzando a 2.437.747 toneladas. Por su parte, el valor de las exportaciones de fruta fresca aumentó en 12,8%, lo que refleja una recuperación de los precios de exportación. La mayoría de las especies experimentaron un aumento en el valor de sus exportaciones, con la salvedad de paltas, peras y kiwis. Los aumentos registrados en el valor de las exportaciones de arándanos y cerezas están muy influidos por la evolución que han experimentado los volúmenes exportados de estas dos especies en la temporada 2010-2011, iniciada en el cuarto trimestre del año. El aumento en el valor de las exportaciones de uvas, en cambio, se deriva de un incremento en los precios, al igual que en el caso de los carozos, mientras que el incremento en el valor de las exportaciones de cítricos obedece fundamentalmente a un factor de mayor volumen, como sucede también con las manzanas (Bravo, 2011).

2.3 Factores que influyen en el consumo de fruta.

En el caso de los alimentos, son muchas las características que son consideradas, como por ejemplo, la seguridad o higiene en el alimento, calidad, buen sabor, frescura, pureza, precio y punto de venta (Ibáñez, 1998).

La apariencia de la fruta en el lugar de venta es de importancia relativa para los consumidores y muchas veces condiciona las expectativas de gusto del producto (Deliza y MacFie, 1996; Jaeger y MacFie, 2001).

Por otro lado Wismer *et al.* (2005) exponen que conocer los atributos de compra debería ser importante para el proceso de selección en un mercado objetivo. Sin embargo, existen pocos estudios que apunten a identificar las preferencias respecto a la apariencia de las frutas (Kappel *et al.*, 1995; Cliff *et al.*, 2002).

En un estudio realizado en Maracaibo (Venezuela), se hizo un análisis en el que se evaluaron los atributos considerados por los consumidores al momento de realizar las compras de frutas. Los resultados del estudio indicaron que los atributos de mayor importancia para las familias de Maracaibo, al momento de seleccionar la fruta, son el tamaño y la maduración, seguidos por el color. El cuarto atributo en importancia fue el grado de deterioro o daño que presenten, existiendo además dos atributos de menor importancia relativa que fueron el olor y la forma de la fruta (Albornoz *et al.*, 2009).

La importancia que los consumidores otorgan al tamaño de la fruta está generalmente relacionada con el número de miembros por hogar. Las frutas grandes se relacionan con un mayor rendimiento y jugosidad. De acuerdo a los resultados, el tamaño de las frutas debería ser un factor a considerar en el manejo postcosecha puesto que la clasificación en función al tamaño permitiría a los productores diferenciar sus productos y negociar de acuerdo a este criterio. Otro atributo considerado es el grado de maduración que presente la fruta al momento de comprarla, lo cual resulta fundamental para los consumidores, quienes prefieren aquellas que estén prácticamente listas para

consumirlas después de la compra. La razón expuesta para esto, es que el mayor uso que le dan a las frutas es para jugos, lo que amerita un buen estado de maduración. Este aspecto es muy importante, sobre todo porque requiere que el proceso de comercialización permita el acceso de las frutas en las condiciones que satisfagan su gusto y preferencia; además, amerita tanto la planificación de la cosecha, como el adecuado manejo postcosecha, de manera de garantizar un producto que luego de pasar por los diferentes canales de comercialización garantice una fruta con un grado óptimo de maduración (Albornoz *et al.*, 2009).

Para muchos alimentos, como las frutas y hortalizas, el color es un atributo sensorial importante para los consumidores debido a que lo relacionan con la frescura (Gamblea *et al.*, 2006). Según (Albornoz *et al.*, 2009), el color resultó ser el tercer atributo en importancia que las familias consideran al momento de la compra y consumo de las frutas, prefiriendo aquellas con colores homogéneos y con brillo. Tal es el efecto visual que ejerce el color en el consumidor, que generalmente es utilizado como estrategia en los puntos de venta para llamar la atención del comprador (Albornoz *et al.*, 2009).

Albornoz *et al.* (2009) destacan que la apariencia o aspecto de la fruta al momento de exhibirse resulta vital para los consumidores; sin embargo, existen otros atributos o características como la presencia de daños físicos en las frutas que condicionan la actitud de compra. De acuerdo a esto es indudable que unas adecuadas prácticas de manejo de postcosecha que garanticen una fruta madura, de colores homogéneos y sin daños físicos, resultarían en una buena estrategia competitiva. Finalmente, los consumidores consideraron dos atributos, de menor importancia relativa, que correspondieron al olor y la forma de la fruta.

2.3.1 Preocupación por la salud. Un informe de La Organización Mundial de la Salud (OMS) y la FAO publicado recientemente recomienda como objetivo poblacional la ingesta de un mínimo de 400 g diarios de frutas y verduras (excluidas

las patatas y otros tubérculos feculentos), su equivalente a 146 kg por persona al año, con el propósito de aprovechar sus propiedades para beneficio de la salud integral de la población, prevenir enfermedades crónicas como las cardiopatías, el cáncer, la diabetes o la obesidad, así como para prevenir y mitigar varias carencias de micronutrientes, sobre todo en los países menos desarrollados (OMS, 2004).

A pesar de estas recomendaciones, el consumo de hortalizas y frutas se encuentra, en vastos sectores de la población mundial, por debajo de los niveles científicamente establecidos (Lupín y Rodríguez, 2009).

Rebolledo *et al.* (2005) revelan estudios que avalan que la población chilena demuestra un aumento sostenido del consumo de alimentos ricos en grasa y azúcar y bajo de verduras, frutas, leguminosas y pescado.

La sociedad actual se caracteriza por un aumento de la conciencia por el cuidado de la salud y un creciente interés por el rol de los alimentos en el mejoramiento del bienestar y salud de los consumidores (Gilbert, 2000).

La importancia de un alto consumo de frutas y verduras para la salud, en la prevención de algunas deficiencias de micro nutrientes y en especial de enfermedades crónicas no transmisibles, ha sido documentado extensamente en años recientes (Jacoby y Keller, 2006).

Las frutas y verduras son componentes importantes de una alimentación sana, podrían contribuir a prevenir enfermedades importantes como las afecciones cardiovasculares y determinados cánceres, principalmente del sistema digestivo. Ese efecto protector estaría mediado por diversos mecanismos, en los que intervendrían en particular antioxidantes y otros micronutrientes, como flavonoides, carotenoides, la vitamina C y el ácido fólico, además de la fibra alimentaria. Estas y otras sustancias bloquean o suprimen la acción de los carcinógenos y, por su acción antioxidante, previenen las lesiones oxidativas del ADN. El consumo de frutas y verduras varía

considerablemente de unos países a otros, en gran parte como reflejo del entorno económico, cultural y agrícola (OMS, 2002).

2.3.2 Precio de las frutas. Aun cuando en algunos casos determina la compra, para los consumidores de frutas un elevado precio no siempre es indicativo de un producto calidad. Los consumidores cada vez tienen más en cuenta los atributos intangibles relacionados con la seguridad, la conveniencia o facilidad de compra, la novedad y el prestigio por encima de los atributos tangibles como el precio (Albornoz *et al.*, 2009).

Datos del INE indican que las familias chilenas gastan cerca de 17,9% de su ingreso en alimentación. Los productos hortofrutícolas corresponden a 3,36% del gasto en alimentación, cifra en que las frutas aportan 0,82% y las hortalizas 2,54% (Barrios y Tapia, 2009).

Los supermercados tienden a mantener precios más altos que las ferias libres, los que estarían asociados a servicios adicionales a las características intrínsecas del bien que ofertan, a la infraestructura y condiciones de venta de ambos canales de comercialización. La fluctuación de los precios en el mercado hortofrutícola mayorista y de los precios a consumidor en ferias y supermercados tienen, en general, un comportamiento simétrico. Los precios máximos y mínimos se producen en meses similares, tanto en ferias como en supermercados. No obstante, cuando los precios suben, los supermercados lo hacen a tasas mayores, incrementándose la diferencia con las ferias y aún más con los mercados mayoristas. Esto último sucede especialmente en las hortalizas y las papas. En las frutas, las diferencias son menores y más estables durante el año (Barrios y Tapia, 2009).

2.4 Características sociodemográficos y consumo de fruta.

Cuando los consumidores prefieren un alimento en vez de otro, en ellos se ve reflejada la existencia de diversos factores que afectan la decisión de comprar. Entre estos se encuentran los ingresos de los hogares, los precios de los productos, características demográficas de los hogares, efectos del consumo de los alimentos sobre la salud de los integrantes y la información nutricional de los mismos (Guenther *et al.*, 2005).

Entre las características sociodemográficos, se ha identificado que las personas mayores de 61 años y del estrato socioeconómico medio-alto, presentan un mayor consumo de frutas al día. Por el contrario, las personas menores de 20 años, de baja escolaridad y los solteros, tienen un menor consumo (Guzmán *et al.*, 2002).

La edad parece influir en el consumo de frutas y verduras. En caso de niños y adolescentes, el consumo tiende a disminuir con la edad de 23 años. En el caso de los adultos, la relación entre la edad y el consumo es directa, debido a que los niveles de consumo incrementan con la edad. Entre las explicaciones posibles se incluyen la adquisición de mayores ingresos y conocimientos con la edad, y hábitos sociales y estímulos, como el tipo de actividades en que participan las personas, hábitos sociales de alimentación e ideas relacionadas con la comida y el tiempo dedicado a cocinar (Beaujanot *et al.*, 2012).

En adultos, especialmente hombres, el hecho de estar casado influye positivamente en el consumo de frutas y verduras. Parece que las mujeres influyen positivamente en la frecuencia, cantidades y variedad de consumo de frutas y verduras en sus maridos. En general, los factores familiares parecen ser más fuertes en hombres que en mujeres. Parece estar relacionado con sus papeles tradicionales en el hogar; las mujeres se ocupan de cuestiones relacionadas con la salud y compran y preparan la comida más a menudo que los hombres (Beaujanot *et al.*, 2012).

Existe una relación entre el nivel de ingresos y el consumo de fruta y verduras; los grupos de ingresos bajos suele consumir menores cantidades de frutas y verduras que los grupos de ingresos más altos. Un alto costo puede repercutir negativamente en los niveles de consumo de frutas y verduras. Eso no sólo se refiere a los grupos de ingresos bajos. Las personas con ingresos más altos perciben igualmente el precio como una barrera para el consumo de estos alimentos. No obstante, este factor suele ser más impotente para los que ganan menos. Por ello, los recursos parecen ser sólo uno de varios factores mediando el efecto que tiene el nivel de ingresos sobre el consumo de frutas y verduras. Los adultos con mejor educación consumen más verduras. Aparte del aspecto económico mencionado (mejor educación normalmente significa mayores ingresos) podría estar relacionado con mayor conocimiento y conciencia sobre los hábitos de una alimentación sana entre los que presentan un mayor nivel de educación. Asimismo, parece que ciertos valores, ideales e influencias sociales vinculados a la educación y nivel de ingresos influye en los hábitos alimenticios, incluyendo el consumo de fruta y verdura (Beaujanot *et al.*, 2012).

La disponibilidad de verduras y frutas existente en el país es suficiente para cubrir las necesidades de la población, ofreciendo una amplia variedad de productos ricos en antioxidantes y con otras propiedades altamente beneficiosas para la salud a precios razonables. Aunque existen algunas zonas extremadamente alejadas de los centros de producción que tienen una disponibilidad limitada por este concepto. A pesar de esto, los estudios de consumo en escolares de distinto nivel socioeconómico y adultos muestran que éste es absolutamente insuficiente, alcanzando aproximadamente a la mitad de lo recomendado (Olivares *et al.*, 2009).

Los niveles socioeconómicos altos y medio-alto (ABC1) y medio (C2) eligen preferentemente supermercados, “probablemente influenciados por la posibilidad de encontrar todo en un solo lugar, o definitivamente porque hay pocas Ferias en la cercanía de sus hogares” (USACH, 2011).

Los niveles medio-bajo (C3), y bajo y muy bajo (D y E) privilegian la cercanía y los precios de las ferias al momento de adquirir verduras y frutas (USACH, 2011).

2.5 Bienestar subjetivo y satisfacción con la alimentación

La satisfacción con la vida es parte de un campo de investigación más amplio, usualmente denominado calidad de vida. Los estudios en esta área intentan definir qué es una buena vida y evaluar lo bien que viven las personas. También intentan averiguar qué se requiere para hacer la vida mejor. Su ambición es obtener conocimientos que puedan ayudar a crear una sociedad mejor (Veenhoven *et al.*, 1994).

Desde la perspectiva de la psicología, la percepción subjetiva de la calidad de vida se representa en el concepto de Bienestar Subjetivo (BS). El Bienestar Subjetivo es la evaluación que hacen las personas acerca de su propia vida, incluye felicidad, emociones placenteras, satisfacción vital y relativa ausencia de estados emocionales de displacer incluyendo aspectos cognitivos y emocionales de la experiencia (Diener, 2001).

La idea del bienestar subjetivo o felicidad ha intrigado a los pensadores a través de milenios. Esta define a las personas que hacen de sus vidas, e incluye una dimensión cognitiva (que se refiere a la satisfacción con la vida en su totalidad o por áreas específicas como la matrimonial, laboral, etc.), y otra afectiva (relacionada con la frecuencia e intensidad de emociones positivas y negativas), que mediante una compleja interacción generan en el individuo percepciones que abarcan un espectro de vivencias que transita desde la agonía hasta el éxtasis (Díaz, 2001).

La elección de los alimentos ha sido reconocida como un proceso que conlleva motivaciones psicológicas, sociales, culturales, económicas y biológicas (Rozin, 1980; Fischler, 1998; Bisogni *et al.*, 2002). Los alimentos cumplen una función utilitaria para el

cuerpo, pero actúan como un producto hedónico y de construcción social que lleva a una auto definición de la persona (Hausman *et al.*, 2005).

La alimentación tiene un rol importante en los significados culturales, psicológicos, sociales y simbólicos, éstos últimos asociados a alimentos específicos, su forma de producción y preparación y los hábitos de alimentación (Kniazeva *et al.*, 2007).

El uso que se da a los alimentos ha sido reconocido como una forma de construcción y expresión de identidad. A pesar que son escasos los estudios respecto a la satisfacción con la alimentación, existe evidencia que asocia la satisfacción con la vida o bienestar de las personas con la alimentación y con las preferencias hacia alimentos. Schnettler *et al.* (2011) determinaron que los hábitos de alimentación de estudiantes universitarios del sur de Chile se relacionan con la satisfacción con la vida y con la satisfacción en relación a su alimentación. En éstos, la satisfacción con la vida y con la alimentación estarían asociadas con motivos hedonistas, más que con motivos nutricionales. Esto además concuerda con lo sugerido por Schnettler *et al.* (2010) respecto a que la satisfacción con la alimentación estaría asociada más con el placer de la alimentación que con el cuidado de la salud, en forma congruente con lo propuesto por Dean *et al.* (2008), en relación a que la alimentación no sólo se vincula con la salud, sino que además se asocia a la capacidad de disfrutar los alimentos y al significado hedónico que éstos tienen.

Otros estudios recientes asocian la satisfacción con la alimentación y la preferencia hacia ciertos tipos de alimentos, como yogurt enriquecido con diferentes ingredientes funcionales (Schnettler *et al.*, 2010), carne de cordero (Ruff, 2011), alimentos con aplicaciones nanotecnológicas (Crisóstomo, 2011), estilos de vida en relación a la alimentación (Peña, 2012) y etnocentrismo asociado al consumo de alimentos (Pardo, 2012). No obstante lo anterior, Mills (2011) no encontró diferencias asociadas al nivel de satisfacción con la alimentación de los consumidores y los hábitos de consumo de distintos tipos de carne. Similar resultado obtuvo Poblete (2012) al estudiar la relación entre el consumo de hortalizas y la satisfacción con la alimentación.

Un estudio realizado en Inglaterra, por Dean *et al.* (2007), concluyó que existe una relación entre un buen estado de salud y una mayor satisfacción con la alimentación. La satisfacción con la alimentación fue atribuida a los ingresos, buena de salud y condiciones de vida. Además arrojó que un mayor grado de conocimiento de los alimentos y mejores instalaciones de almacenamiento de éstos mejoran la satisfacción con la alimentación de las personas.

3. MATERIALES Y MÉTODOS.

3.1 Diseño de Investigación.

La investigación efectuada es de tipo exploratoria.

3.2 Unidades de estudio.

La unidad de estudio correspondió a personas que fueran responsables de las compras de frutas para su hogar en la ciudad de Temuco. La muestra estuvo compuesta por 400 consumidores, cuyo número fue obtenido mediante la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones no finitas ($N > 100.000$), considerando 95% de confianza y 5% de error de estimación con p y q de 0,5 (Fernández, 2002).

3.3 Instrumento

Como instrumento para la recogida de información se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas. Con preguntas cerradas se consultó la frecuencia del consumo de frutas, como se consumen principalmente, en base a qué opinión o información se decide cual comprar, asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades y lugar de compra. Con preguntas abiertas se consultó por las razones que explican que el encuestado consuma o no diariamente frutas.

El cuestionario incluyó además la escala SWFL (Satisfaction with Food-related Life), que fue propuesta y probada por Grunert *et al.* (2007) en ocho países europeos, mostrando adecuados niveles de consistencia interna (α de Cronbach 0,83) y la existencia de una sola dimensión que agrupa los cinco ítems de la escala. Los ítems son: 1. Los alimentos y comidas son elementos muy positivos en mi vida. 2. Yo estoy muy complacido con mi alimentación. 3. Mi vida en relación a los alimentos y comidas se acerca al ideal. 4. Respecto a los alimentos, mi condición de vida es excelente. 5. Los alimentos y comidas me proporcionan gran satisfacción en mi vida diaria. El encuestado debió responder su grado de acuerdo con cada una de estas afirmaciones mediante una escala tipo Likert de 6 niveles (1: completamente en desacuerdo, 6: completamente de acuerdo). Esta escala ha sido probada además en Chile por Schnettler *et al.* (2010) (α de Cronbach 0,833), Ruff (2011) (α de Cronbach 0,823), Schnettler *et al.* (2011) (α de Cronbach 0,819), Crisóstomo (2011) (α de Cronbach 0,821), Mills (2011) (α de Cronbach 0,871), Schnettler *et al.* (2012) (α de Cronbach 0,878), mostrando adecuados niveles de consistencia interna en los diferentes estudios realizados.

Finalmente se incorporaron preguntas de clasificación sociodemográfica de los encuestados: estado civil, edad, género, número de integrantes del grupo familiar, presencia y edad de hijos en el hogar, zona de residencia, estilo de vida auto declarado, ocupación del jefe de hogar, género de la persona que aporta el ingreso principal al hogar y origen étnico. Para determinar el estrato socioeconómico al cual pertenece el consumidor, se preguntó el nivel educacional del jefe de hogar y la tenencia de un grupo de bienes que propone el Mapa Socioeconómico de Chile basado en el Censo de 2002 (Adimark, 2004).

3.4 Procedimiento

Posterior a la validación del cuestionario con el 2,5% de la muestra, la encuesta fue aplicada personalmente a la salida de supermercados (Líder Prieto Norte, Santa Isabel Avenida Caupolicán, Bigger y Unimarc Avenida San Martín, Jumbo Avenida Alemania) (n = 273), verdulerías (El Huerto y Casa de Campo Avenida San Martín) (n = 89), almacenes de barrio (San Alfonso y San Antonio sector UFRO) (n = 21) y Feria Pinto (n = 17), en la ciudad de Temuco entre agosto y noviembre de 2012. La selección del individuo fue al azar hasta completar el número de encuestas requeridas.

3.5 Análisis estadístico

El análisis de los resultados fue realizado con el programa estadístico SPSS 16.0 versión en español para Windows. Se utilizó análisis descriptivo de frecuencias, tablas de contingencia y el estadístico Chi Cuadrado, que permite inferir si dos o más magnitudes de frecuencias de casos de la población pueden ser consideradas similares (Levin y Rubin, 1996).

La extracción de factores de la escala SWFL se realizó con análisis factorial de componentes principales, considerando autovalores mayores que 1 (Hair *et al.*, 1999). La consistencia interna de la escala fue calculada usando el coeficiente α de Cronbach (Pérez, 2005).

4. PRESENTACIÓN Y DISCUSION DE RESULTADOS.

La presentación de resultados considera los correspondientes a la muestra total y a aquellas variables de segmentación en que se observaron diferencias estadísticas. Los resultados correspondientes a las variables en que no se obtuvieron diferencias significativas se incluyeron en anexos. El Cuadro 1 presenta la composición de la muestra según las variables de segmentación utilizadas.

Cuadro 1. Distribución de los encuestados según variables sociodemográficas utilizadas.
Temuco, noviembre de 2012.

Variable de segmentación	Muestra	Número de encuestados	Distribución %
Género	Masculino	180	45,0
	Femenino	220	55,0
Estado civil	Soltero, separado, divorciado o viudo	237	59,3
	Casado o Vive en pareja	163	40,8
Edad	Menor de 35 años	206	51,5
	35 - 54 años	123	30,8
	55 o más años	71	17,8
Tamaño grupo familiar	1-2 integrantes	98	24,5
	3-4 integrantes	195	48,8
	5 o más integrantes	107	26,8
Presencia y edad de hijos	Sin hijos	162	40,5
	Menores de 5 años	22	5,5
	Entre 5 y 12 años	57	14,3
	Entre 13 y 17 años	81	20,3
	Mayores de edad	78	19,5
Zona de residencia	Urbana	370	92,5
	Rural	30	7,5

Cuadro 1. Distribución de los encuestados según variables sociodemográficas utilizadas.

Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Variable de segmentación	Muestra	Número de encuestados	Distribución %
Estilo de vida autodeclarado	Conservador	215	53,8
	Liberal	76	19,0
	Deportista	49	12,3
	Innovador	53	13,3
	Otro	7	1,8
Género de la persona que aporta el ingreso principal	Masculino	297	74,2
	Femenino	103	25,8
Ocupación	Trabaja por cuenta propia	83	21,3
	Es empresario	55	13,8
	Es empleado particular	120	30,0
	Es empleado público	96	24,0
	Está jubilado	35	8,8
	Está buscando trabajo	8	2,0
	Está en otra situación	1	0,3
Nivel de estudios	Sin estudios	0	0,0
	Básica incompleta	8	2,0
	Básica completa	3	0,8
	Media incompleta	10	2,5
	Media completa	48	12,0
	Técnica incompleta	28	7,0
	Téc. Completa o Univ.Incompleta	89	22,3
	Universitaria completa o más	214	53,5
Grupo socioeconómico	ABC1 (Alto y medio-alto)	298	74,5
	C2 (Medio-medio)	69	17,3
	C3-D-E (Medio-bajo y muy bajo)	33	8,2
Origen étnico	Mapuche	28	7,0
	No Mapuche	372	93,0

Cabe señalar que los niveles socioeconómicos C3, D y E se presentan en conjunto, debido al bajo número de participantes pertenecientes a estos grupos socioeconómicos en la muestra obtenida.

Mediante análisis factorial de componentes principales se obtuvo la existencia de un solo factor para la escala de satisfacción con la alimentación (SWFL), con 67,7% de la varianza explicada. El coeficiente α Cronbach obtenido (0,879) indica un adecuado nivel de consistencia interna y permite concluir que se trata de una escala fiable (Pérez, 2005). La categoría insatisfecho agrupa a los insatisfechos y a los extremadamente insatisfechos, debido al bajo número de éstos últimos en la muestra. Así predominaron aquellos sujetos satisfechos (46,0%) y extremadamente satisfechos (31,2%) con su alimentación (Cuadro 2).

Cuadro 2. Descripción porcentual de la muestra (%) según el grado de satisfacción con su alimentación. Temuco, noviembre de 2012.

	Satisfacción con la alimentación
Insatisfecho	7,5
Medianamente satisfecho	15,2
Satisfecho	46,0
Extremadamente satisfecho	31,2
Varianza explicada (%)	67,672
α Cronbach	0,879

4.1 Hábitos de consumo y compra de frutas para el hogar

4.1.1 Lugar de compra de frutas para el hogar. Según los resultados de la encuesta (Figura 1), la mayor proporción de encuestados indicó comprar las frutas en “supermercados” (49,3%), seguido por “fruterías” (27,3%) y “Feria Pinto” (19%). Krarup (2005) indica que gran parte de los productos hortofrutícolas, casi el 50% en la actualidad, se venden a través de los supermercados y debido a esto, se han transformado rápidamente en el principal canal de comercialización de estos productos.

No se observaron diferencias significativas para ninguna de las variables de segmentación estudiadas ($P > 0,05$).

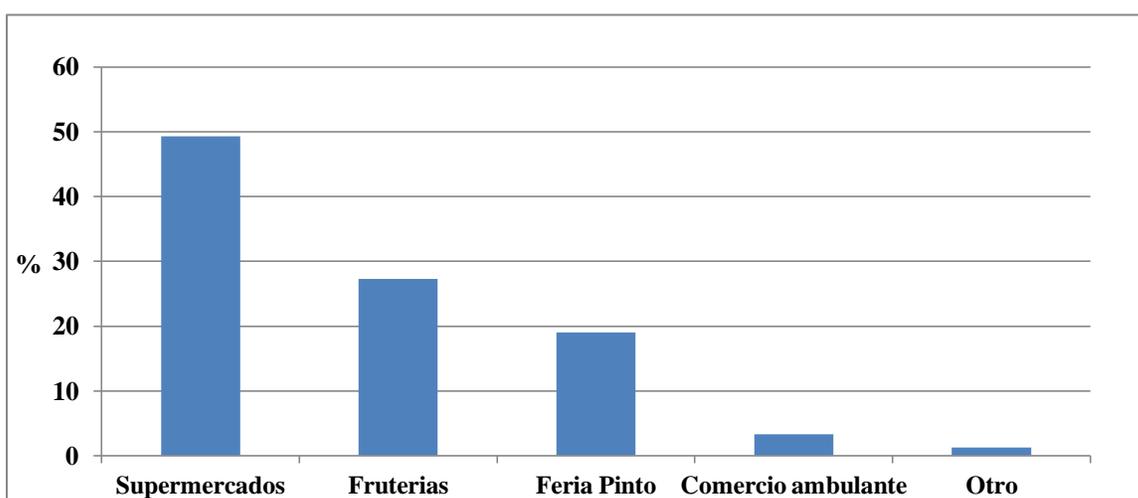


Figura 1. Lugar de compra de frutas para el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012.

4.1.2 Frecuencia de consumo de frutas. La mayor proporción de encuestados consume frutas “diariamente” (50,5%) y “dos a tres veces a la semana” (33,5%) (Cuadro 3).

Estos resultados concuerdan con lo obtenido por Soto (2009), en un estudio realizado en la región de Los Ríos en el cual se determinó que el 32% de los encuestados

indico consumir fruta en forma diaria. De estos resultados se desprende que el 49,5% de los encuestados se encuentra por debajo de las recomendaciones de consumo diario de frutas según la Organización Mundial de la Salud (OMS). Los resultados de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida y Salud 2000 (ECVS), indicaron que el 47% de la población chilena dice consumir frutas todos los días. La versión 2006 de la ECVS señaló que el 47% y el 53% consumían frutas y verduras todos los días, respectivamente.

Se observaron diferencias significativas según género de los encuestados, edad, número de integrantes del hogar, nivel socioeconómico y nivel de satisfacción con la alimentación ($P \leq 0,05$).

Cuadro 3. Frecuencia de consumo de frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Todos los días	2-3 veces a la semana	1 vez a la semana	Ocasional-Mente
TOTAL	50,5	33,5	5,5	10,5
Género del encuestado				
Masculino	42,2	37,2	8,3	12,2
Femenino	57,3	30,5	3,2	9,1
P= 0,009				
Edad del encuestado				
Menor de 35 años	44,2	37,4	8,3	10,2
35 - 54 años	56,1	32,5	0,8	10,6
55 o más años	59,2	23,9	5,6	11,3
P= 0,028				
Tamaño familia				
1-2 integrantes	38,8	34,7	10,2	16,3
3-4 integrantes	52,3	34,9	3,6	9,2
5 o más integrantes	57,9	29,9	4,7	7,5
P= 0,026				
Satisfacción con la alimentación				
Insatisfecho	36,7	43,3	6,7	13,3
Medianamente satisfecho	39,3	34,4	9,8	16,4
Satisfecho	45,7	39,1	5,4	9,8
Extremadamente satisfecho	66,4	22,4	3,2	8,0
P=0,005				

Cuadro 3. Frecuencia de consumo de frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012 (Continuación).

Muestra	Todos los días	2-3 veces a la semana	1 vez a la semana	Ocasional-mente
TOTAL	50,5	33,5	5,5	10,5
Nivel socioeconómico				
ABC1	54,0	33,9	4,0	8,1
C2	42,0	30,4	8,7	18,8
C3-D-E	36,4	36,4	12,1	15,2
P= 0,018				

Las diferencias según género se explican por la mayor proporción de encuestados pertenecientes al género femenino que consume frutas “todos los días” (57,3%), mientras el género masculino consume frutas en mayor proporción “dos a tres veces por semana” (37,2%), “una vez a la semana” (8,3%) y “ocasionalmente” (12,2%). Esto concuerda con el estudio realizado por Bown (2005) Santiago de Chile, que dio a conocer que el 40,1% de los hombres y el 52,9% de las mujeres, consumen frutas diariamente.

Las diferencias según la edad de los encuestados se deben a la superior proporción de personas entre 35y 54 años de edad que consume frutas “todos los días” (56,1%). Por el contrario el caso de las personas menores de 35 años fueron las que obtuvieron la menor proporción de consumo de frutas diariamente (44,2%).

Las diferencias en relación al tamaño del grupo familiar se explican por la mayor proporción de encuestados pertenecientes a familias con cinco o más integrantes y a familias con tres a cuatro integrantes que consume frutas “todos los días” (57,9 y 52,3% respectivamente), mientras que las familias con uno o dos integrantes consumen frutas en mayor medida “dos a tres veces a la semana” (34,7%), “una vez a la semana” (10,2%) y ocasionalmente” (16,3%).

En relación al nivel de satisfacción con la alimentación de los encuestados, las diferencias se deben a la mayor proporción de personas extremadamente satisfechas que

consume frutas en forma diaria (66,4%), caso contrario el de los insatisfechos (36,7%) y medianamente satisfechos (39,3%).

En lo que respecta al nivel socioeconómico, el estrato ABC1 fue el que presentó una mayor proporción de consumo diario de frutas (54,4%), caso contrario el de segmentos C3,D y E con solo un 36,4%.

4.1.3 Motivos del consumo diario de frutas en el hogar. La mayor proporción de encuestados que consume frutas a diario (n = 203), lo hace por “motivos de salud” (68,5%), seguido por “gusto” (15,8%), por “costumbre” (11,8%) (Cuadro 4).

Cuadro 4. Motivos del consumo diario de frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Motivos de salud	Gusto	Costumbre	Comodidad de traslado
Total	68,5	15,8	11,8	3,9
Nivel de estudios				
Básica incompleta	100	0,0	0,0	0,0
Básica completa	0,0	0,0	0,0	100
Media incompleta	50,0	25,0	0,0	25,0
Media completa	63,6	13,6	18,2	4,5
Técnica incompleta	58,8	5,9	35,3	0,0
Téc. Completa o Univ. incompleta	73,8	16,7	9,5	0,0
Univ. Completa o más	69,0	17,7	8,8	4,4
P= 0,000				

Solo se observaron diferencias según el nivel de estudios ($P < 0,001$), debido a la mayor proporción de personas con educación técnica completa o universitaria incompleta que consume frutas por “motivos de salud” (73,8%), por el contrario los encuestados con niveles de estudio inferiores consumen en menor proporción fruta por motivos de salud.

4.1.4 Motivos por el cual no se consumen frutas todos los días en el hogar.

Considerando a la totalidad de los encuestados que indicó no consumir frutas todos los días ($n = 197$), las principales causas correspondieron a que “no tienen costumbre de consumirlas” (38,6%), “no son del gusto de los integrantes de la familia” (17,8%), y a que “prefieren otros postres” (16,8%), (Cuadro 5). Esto coincide con lo obtenido por Prada y Herrán (2006), en un estudio realizado en Colombia, en donde los motivos por el cual no se consumen frutas corresponden a su elevado costo y a que no les gustan. Además concuerda con los resultados de Gamboa *et al.* (2010) en un estudio realizado en Bucaramanga, Colombia, donde se obtuvo que la ausencia del consumo de frutas se debe al sabor (no le gustan), al precio y la falta de tiempo. Se encontraron diferencias significativas en relación al género del encuestado, número de integrantes del hogar y presencia y edad de los hijos en el hogar ($P \leq 0,05$).

Cuadro 5. Motivos por el cual no se consumen a diario frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Mal gusto	No hay costumbre	Alto Precio	Otros postres	Comodidad de traslado	Otro
Total	17,8	38,6	11,7	16,8	12,2	3,0
Género del encuestado						
Masculino	17,3	37,5	16,3	10,6	15,4	2,9
Femenino	18,3	39,8	6,5	23,7	8,6	3,2
P= 0,050						
Tamaño Familia						
1-2 integrantes	18,3	31,5	11,7	13,3	20,0	5,0
3-4 integrantes	21,7	33,7	16,3	15,2	9,8	3,3
5 o más integrantes	8,9	57,8	2,2	24,4	6,7	0,0
P= 0,013						
Edad de los hijos						
No viven hijos en casa	19,8	39,6	12,1	9,9	15,4	3,3
Menores de 5 años	0	42,9	14,3	14,3	0,0	28,6
Entre 5 y 12 años	7,4	40,7	11,1	33,3	7,4	0,0
Entre 13 y 17 años	13,9	38,9	2,8	27,8	13,9	2,8
Mayores de edad	27,8	33,3	19,4	11,1	8,3	0,0
P=0,005						

En lo que respecta al género de los encuestados, fue mayor la proporción de hombres que indicó, que no consume diariamente fruta debido a su alto precio (16,3%), caso contrario el de las mujeres (6,5%).

Las diferencias según el número de integrantes del hogar se explican por la mayor proporción de familias con cinco o más integrantes que no consumen frutas diariamente debido a la falta de “costumbre de consumirlas” (57,8%).

Según la presencia y edad de hijos en el hogar, fue mayor la proporción de hogares con hijos mayores de edad que indicaron que el bajo consumo de fruta se debe a su alto precio (19,4%). Lo contrario se observó en los hogares con hijos entre trece y diecisiete años (2,8%).

4.1.5 Forma de consumo de frutas en el hogar. Según los resultados obtenidos en el estudio (Cuadro 6), la mayor proporción de encuestados consume frutas “frescas” (90,3%). Solo se observaron diferencias significativas asociadas al origen étnico de los encuestados ($P < 0,05$), debido a la mayor proporción de personas de origen Mapuche que incio consumir frutas en “kuchenes o tortas” (14,3%), caso contrario el de las personas no Mapuche (2,2%).

Cuadro 6. Como se consumen principalmente las frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Frescas	Cocidas	Kuchenes o tortas	Otra forma
TOTAL	90,3	5,0	3,0	1,7
Etnia				
Mapuche	85,7	0,0	14,3	0,0
No Mapuche	90,6	5,4	2,2	1,9
P= 0,002				

4.1.6 Influencias en la decisión de compra de frutas. Según los resultados de la encuesta (Cuadro 7), la mayor proporción de los encuestados indicó que la decisión de compra se toma en base a las preferencias “personales” (45,8%), y del “grupo familiar” (41,8%). Esto se relaciona con resultados de estudios previos que indican que la compra de alimentos se realizan principalmente en base a las preferencias del grupo familiar (Schnettler *et al.*, 2010). Se observaron diferencias significativas en relación al estado civil, número de integrantes del grupo familiar ($P \leq 0,001$), edad y estilo de vida auto declarado ($P \leq 0,05$)

Cuadro 7. Influencias en la decisión de compra de frutas (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Personal	Tamaño del grupo familiar	Niños	Ofertas del supermercado	Otras
TOTAL	45,8	41,8	5,5	6,0	1,0
Estado civil					
Soltero, separado, divorciado o viudo	53,2	38,4	0,8	6,3	1,3
Casado o vive en pareja	35,0	46,6	12,3	5,5	0,6
P= 0,000					
Edad del encuestado					
Menos de 35 años	48,1	40,3	1,9	7,8	1,9
Entre 35 -54 años	42,3	43,1	11,4	3,3	0,0
55 o más años	45,1	43,7	5,6	5,6	0,0
P= 0,012					
Tamaño familia					
1-2 integrantes	64,3	24,5	1,0	9,2	1,0
3-4 integrantes	40,5	47,2	7,2	5,1	0,0
5 o más integrantes	38,3	47,7	6,5	4,7	2,8
P= 0,000					
Estilo de vida					
Conservador	41,9	46,0	7,0	4,7	0,5
Liberal	55,3	32,9	2,6	9,2	0,0
Deportista	51,0	38,8	8,2	0,0	2,0
Innovador	41,5	43,4	0,0	11,3	3,8
Otro	57,1	14,3	14,3	14,3	0,0
P= 0,037					

En lo que respecta al estado civil de los encuestados, los solteros en mayor medida deciden según sus preferencias “personales” (53,2%), mientras los encuestados casados o que viven en pareja en mayor proporción deciden las frutas a comprar en base a las preferencias de su grupo familiar (46,6%). Asimismo, se explican por una mayor proporción de personas casadas o que viven en pareja que toman la decisión de compra según la preferencia de los niños (12,3%), mientras que las personas solteras, separadas, viudas o divorciadas deciden en menor proporción la compra de frutas debido a la presencia de niños en la casa (0,8%).

Con respecto a la edad de los encuestados, las diferencias se deben al mayor porcentaje de personas entre 35 a 54 años que toma la decisión de compra basados en las preferencias de los “niños” (11,4%), caso contrario el de las personas menores a 35 años (1,9%).

Según el tamaño del grupo familiar, fue mayor la proporción de encuestados que pertenecen a familias con uno a dos integrantes que decide en base a sus preferencias personales (64,3%), mientras los encuestados pertenecientes a familias con tres a cuatro y cinco o más, en mayor proporción deciden en base a las preferencias del grupo familiar (47,2%) y (47,7%) respectivamente.

Según el estilo de vida de los encuestados, las diferencias de compra de frutas se vieron afectadas por las diferentes influencias en sus decisiones de compra. En el caso de las personas liberales, estas obtuvieron el mayor porcentaje de personas que compran frutas en base a su influencia “personal”, caso contrario el de las personas conservadoras e innovadoras que obtuvieron la menor proporción en la compra de fruta en base a una influencia “personal” 41,9% y 41,5% respectivamente. Por otro lado el caso de las personas con estilo conservador fueron los que obtuvieron la primera mayoría (46,0%) de personas que compran las frutas en base a las influencias del “tamaño del grupo familiar”, mientras que las personas liberales obtuvo un 32,9%.

4.2 Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades.

Según los resultados de la muestra (Cuadro 8), la mayor cantidad de encuestados indicó que “sí” asocia el consumo de frutas con la prevención de enfermedades (79,8%). Esto se relaciona con resultados de estudios previos que indican que un adecuado consumo de frutas y verduras se asocia con una menor incidencia de obesidad, enfermedades cardiovasculares, diabetes y varios tipos de cáncer (Ramírez *et al.*, 2009). Se observaron diferencias significativas según el estado civil, edad del encuestado, y el nivel de satisfacción con la alimentación ($P \leq 0,05$).

Cuadro 8. Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	79,8	20,2
Estado civil		
Soltero, separado, divorciado o viudo	75,1	24,9
Casado o vive en pareja	86,5	13,5
P=0,005		
Edad del encuestado		
Menos de 35 años	73,8	26,2
Entre 35-54 años	82,9	17,1
55 o más años	91,5	8,5
P=0,003		
Satisfacción con la alimentación		
Insatisfecho	70,0	30,0
Medianamente satisfecho	65,6	34,4
Satisfecho	82,6	17,4
Extremadamente satisfecho	84,8	15,2
P=0,007		

Las diferencias obtenidas según el estado civil se explican por la mayor proporción de personas “solteras, separadas, divorciadas o viudas” (24,9%) que no asocia el consumo de frutas con la prevención de enfermedades.

Las personas menores de 35 años en mayor proporción (26,2%) no asocian las frutas con la prevención de enfermedades, en contraposición a las personas mayores de 55 años, debido a que solo el (8,5%) no las asocia con la prevención de enfermedades.

Asimismo, fue superior la proporción de personas extremadamente satisfechas con su alimentación que asocia el consumo de frutas con la prevención de enfermedades (84,8%), mientras que las personas medianamente satisfechas y las insatisfechas asocian ambas variables en menor medida (65,6 y 70,0%; respectivamente).

4.2.1 Asociación del consumo de frutas con la prevención enfermedades del corazón. Considerando a los encuestados que “sí” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades, se obtuvo que la mayor proporción de los consumidores “no” asocia el consumo de fruta con la prevención de enfermedades al corazón (80,1%) (Cuadro 9). Se observaron diferencias significativas según el estado civil y la edad de la persona encuestada ($P \leq 0,05$).

Cuadro 9. Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades al corazón (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	19,9	80,1
Estado civil		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	17,7	82,3
Casado(a), o vive en pareja	8,0	92,0
P=0,005		
Edad del encuestado		
Menos de 35 años	18,4	81,6
Entre 35 -54 años	7,3	92,7
55 o más años	11,3	88,7
P= 0,014		

Las diferencias según el estado civil se explican por la menor proporción de personas casadas o que viven en parejas que asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades al corazón (8,0%).

Las diferencias según la edad de los encuestados se explican por la menor proporción de personas entre 35 años a 54 años que sostuvo asociar el consumo de frutas con la prevención de enfermedades al corazón (7,3%).

4.2.2 Asociación del consumo de frutas con la prevención del cáncer. Considerando los encuestados que “sí” asocian en consumo de frutas con la prevención de enfermedades (n = 388), se obtuvo que la mayor proporción de los consumidores “no” asocia el consumo de fruta con la prevención de cáncer (97,0%) (Cuadro 10). Se observaron diferencias significativas según el tamaño del grupo familiar del encuestado ($P \leq 0,05$).

Cuadro 10. Asociación del consumo de frutas con la prevención del cáncer (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	3,0	97,0
Tamaño familia		
1-2 integrantes	6,1	93,9
3-4 integrantes	3,1	96,9
5 o más integrantes	0,0	100,0
P= 0,037		

Las diferencias obtenidas según esta variable se explican por la mayor proporción de familias que tienen “uno o dos integrantes” (6,1%) que asocian el consumo de fruta con la prevención del cáncer, caso contrario el de las familias con cinco o más integrantes (0%).

4.2.3 Asociación del consumo de frutas con la prevención de la diabetes.

Considerando a los encuestados que asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades, se obtuvo (Figura 2) que la mayor proporción de los consumidores “no” asocia su consumo con la prevención de diabetes (81,0%). No se observaron diferencias significativas asociadas a las variables de segmentación utilizadas en este estudio ($P > 0,1$).

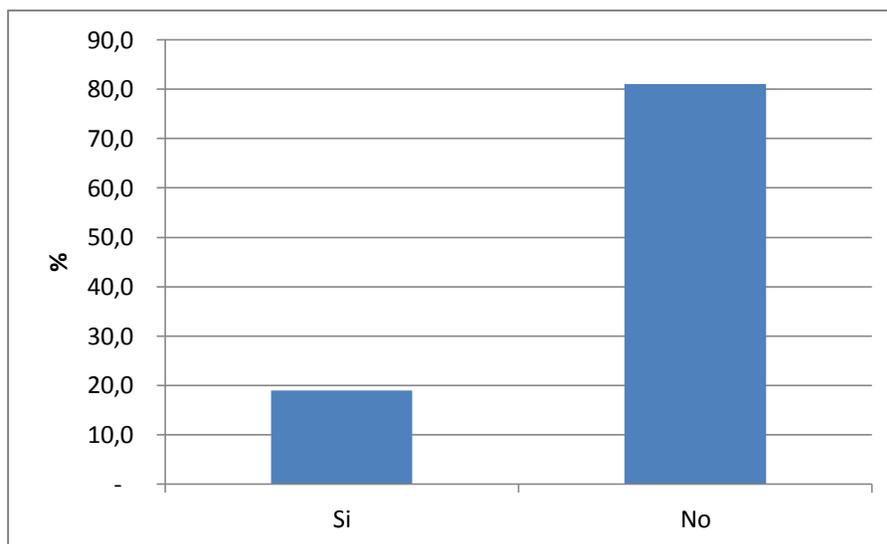


Figura 2. Asociación del consumo de frutas con la prevención de diabetes (%). Temuco, noviembre de 2012.

Solo el 19% de los encuestados asoció el consumo de frutas con la prevención de la diabetes, lo cual es congruente con el bajo conocimiento del tema, no tan solo por la sociedad sino que también por los expertos. En efecto, existe un desconocimiento sobre este aspecto y el debate está abierto, esa puede ser una de las razones por las cuales los encuestados no asocian el consumo de frutas con la prevención de esta enfermedad, además estas poseen azúcar lo cual hace lógico pensar que la gente la deje de lado.

Según el doctor David Bleich (2013), jefe de Endocrinología, Diabetes y Metabolismo de la Universidad de Medicina y Odontología de Nueva Jersey, en Newark, la dieta enriquecida de frutos secos no mostraron un aumento de peso significativo, además los marcadores de resistencia a la insulina (un valor que anticipa la diabetes),

disminuían cuando los pacientes agregaban frutos secos a su alimentación, por el contrario el doctor Adam Gilden Tsai (2013), de la Universidad de Colorado, en Denver, no recomendaría a sus pacientes con diabetes que agreguen frutos secos a la dieta diaria, sino que los usen para reemplazar otros alimentos y, así, obtener algunos beneficios, como mejorar los niveles de colesterol. Cabe destacar que la ingesta de frutos secos debe ser controlada.

4.2.4 Asociación del consumo de frutas con la prevención de obesidad.

Considerando a los encuestados que “sí” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades, se obtuvo (Figura 3) una mayor proporción de encuestados que asocia el consumo de frutas con la prevención de la obesidad (22,0%), respecto de las enfermedades anteriores. Esto puede estar relacionado con estudios previos que indican que un consumo regular de frutas y verduras conlleva una disminución del riesgo de contraer obesidad (Guerra *et al.*, 2009). No se observaron diferencias significativas para ninguna de las variables de segmentación estudiadas ($P > 0,1$).

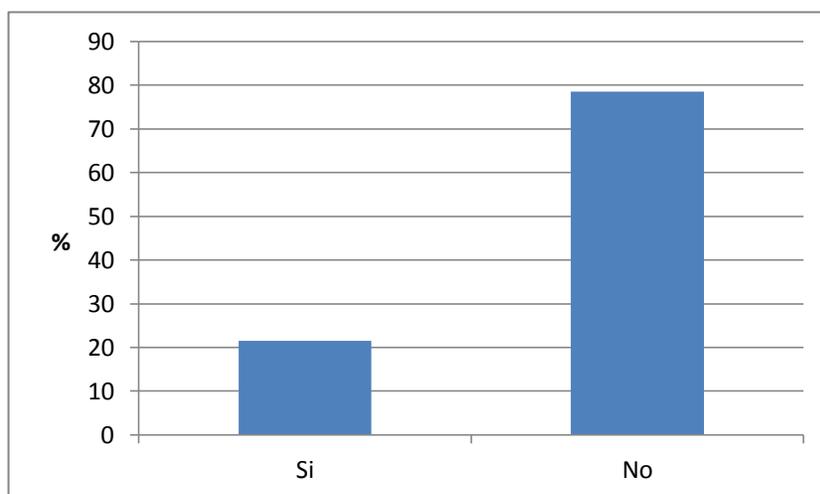


Figura 3. Asociación del consumo de frutas con la prevención de obesidad (%) Temuco, noviembre de 2012.

Muy pocos encuestados toman en cuenta el consumo de frutas como parte de su dieta para combatir la obesidad, lo que se contrapone con distintos estudios realizados por diversas organizaciones mundiales (OMS y FAO 2002), en los cuales se recomienda la ingesta de 400g de frutas diarios para prevenir diferentes enfermedades crónicas como la obesidad, diabetes y cáncer entre otras.

Un informe de la OMS y la FAO publicado recientemente recomienda como objetivo poblacional la ingesta de un mínimo de 400 g diarios de frutas y verduras (excluidas las patatas y otros tubérculos feculentos) para prevenir enfermedades crónicas como las cardiopatías, el cáncer, la diabetes o la obesidad, así como para prevenir y mitigar varias carencias de micronutrientes, sobre todo en los países menos desarrollados. Aproximadamente la quinta parte de la carga mundial de morbilidad es atribuible a los efectos conjuntos de la carencia proteinoenergética y la carencia de micronutrientes, y una carga casi equivalente a los factores de riesgo muy dependientes de la dieta: hipertensión arterial, hipercolesterolemia, exceso de peso y bajo consumo de frutas y verduras (OMS, 2002).

4.2.5 Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades degenerativas. Considerando a los encuestados que “si” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades (Figura 4), el 95% “no” asocia el consumo de frutas con la prevención de enfermedades degenerativas. No se observaron diferencias significativas para ninguna de las variables de segmentación estudiadas ($P > 0,1$).

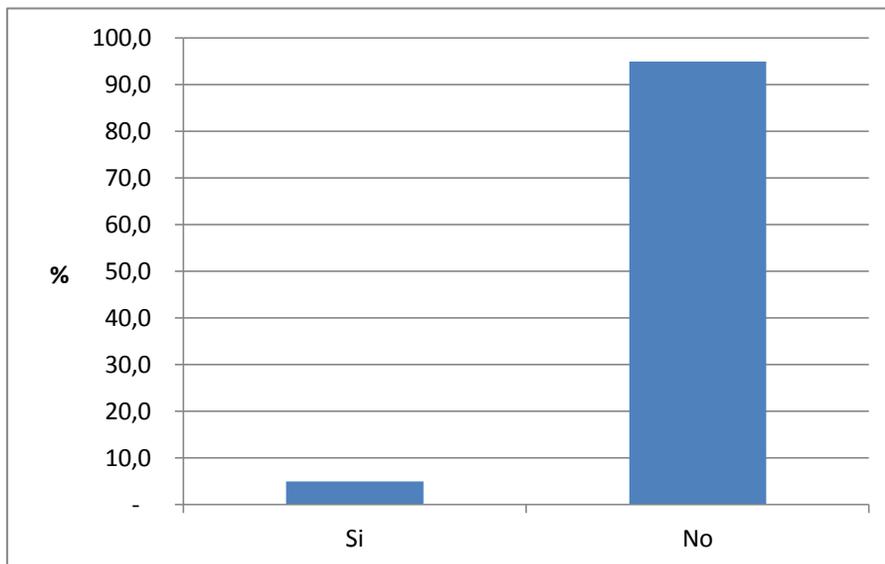


Figura 4. Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades degenerativas (%) Temuco, noviembre de 2012.

Existe una muy baja cantidad de encuestados que asocian el consumo de fruta con la prevención de enfermedades degenerativas, lo cual resulta muy preocupante porque muchas de estas no tienen cura.

Warner *et al.* (1990) indican que cualquier intervención que reduzca los procesos degenerativos, retrasará los fenómenos de envejecimiento. Entre ellas se encuentran la reducción de la ingesta calórica y la prevención y/o reparación del daño oxidativo, por la ingesta de antioxidantes, ya que el daño oxidativo ha sido considerado como el factor de envejecimiento más importante, se admite que los nutrientes antioxidantes intervienen de una forma importante en la prevención del mencionado deterioro.

Los investigadores del Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD), Basilio *et al.* (2012) explicaron el efecto de los antioxidantes y las aportaciones que hacen para mejorar nuestra salud. Estos compuestos químicos están presentes en diversos tipos de alimentos, como las frutas, hortalizas y algunos granos. Con el consumo

de ellos, asociado a una buena alimentación, se pueden tener los antioxidantes que el organismo requiere.

Una dieta rica en alimentos con antioxidantes puede combatir a moléculas altamente oxidantes como los radicales libres, las cuales son precursoras de enfermedades degenerativas como el Parkinson o Alzheimer, lo cual hace muy relevante el hecho de consumir antioxidantes (Basilio *et al.*, 2012).

4.2.6 Asociación del consumo de frutas con la prevención de la hipertensión.

Considerando los encuestados que “sí” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades (n = 371), se obtuvo que la mayor proporción “no” asocia el consumo de estos alimentos con la prevención de hipertensión (66,2%). Nos obstante, cabe destacar que en este caso, la proporción de encuestados que asocia el consumo de frutas y la prevención de la hipertensión fue superior a las anteriores enfermedades (33,8%) (Cuadro 11). Numerosas observaciones epidemiológicas han revelado que la presión arterial es afectada por diversos factores del estilo de vida. El papel de la dieta parece ser esencial en la prevención de la hipertensión; dentro de esta se encuentra el consumo de frutas (Esquivel y Jiménez, 2010). Se observaron diferencias significativas según el tamaño de la familia y la zona de residencia de la persona encuestada ($P \leq 0,05$).

Cuadro 11. Asociación del consumo de frutas con la prevención de la hipertensión (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	33,8	66,2
Tamaño familia		
1-2 integrantes	22,4	77,6
3-4 integrantes	39,5	60,5
5 o más integrantes	33,6	66,4
P= 0,014		
Zona de residencia		
Urbano	32,4	67,6
Rural	50,0	50,0
P=0,050		

Las diferencias se explican por el mayor porcentaje de familias con tres a cuatro integrantes que “sí” asocian el consumo de frutas con la prevención de hipertensión (39,5%) mientras que solo el 22,4% de familias de uno a dos integrantes si lo asocian.

En el caso de la zona de residencia, las personas que viven en el campo obtuvieron la mayor proporción (50,0%), en cambio las personas que viven en la ciudad obtuvieron solo un (32,4%).

4.2.7 Asociación del consumo de frutas con la prevención de hipercolesterolemia.

Considerando a los encuestados que “sí” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades, se obtuvo que la mayor proporción de los consumidores “no” asocia el consumo de frutas con la prevención de la hipercolesterolemia (73,8%). Se observaron diferencias significativas según la edad, el estilo de vida y la ocupación de la persona encuestada ($P \leq 0,05$) (Cuadro 12).

Cuadro 12. Asociación del consumo de frutas con la prevención de colesterol alto (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	26,2	73,8
Edad del encuestado		
Menos de 35 años	31,1	68,9
Entre 35 -54 años	17,1	82,9
55 o más años	28,2	71,8
P= 0,019		
Estilo de vida		
Conservador	26,0	74,0
Liberal	19,7	80,3
Deportista	32,7	67,3
Innovador	24,5	75,5
Otro	71,4	28,6
P=0,038		

Ocupación		
Trabaja por cuenta propia	18,8	81,2
Es empresario	29,1	70,9
Es empleado particular	22,5	77,5
Es empleado público	28,1	71,9
Está jubilado	48,6	51,4
Está buscando trabajo	25,0	75,0
Está en otra situación	0,0	100,0
P=0,042		

Respecto a la edad del encuestado fue superior la proporción de encuestados menores de 35 años que asocia el consumo de fruta con la prevención de esta enfermedad (31,1%), caso contrario el de las personas entre 35 a 54 años (17,1%).

En cuanto a la ocupación de los encuestados, fue mayor la proporción de “jubilados” que asocia el consumo de frutas con la prevención de la hipercolesterolemia (48,6%) , caso contrario el de las personas que “trabajan por cuenta propia” y los que “están en otra situación laboral” (18,8 y 0,0%; respectivamente).

4.2.8 Asociación del consumo de frutas con la prevención de un nivel alto de triglicéridos. Considerando a los encuestados que “sí” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades, se obtuvo (Figura 5) que la mayor proporción de los encuestados “no” asocia el consumo de frutas con la prevención de esta enfermedad (84,5%). No se observaron diferencias significativas para ninguna de las variables de segmentación estudiadas ($P > 0,1$)

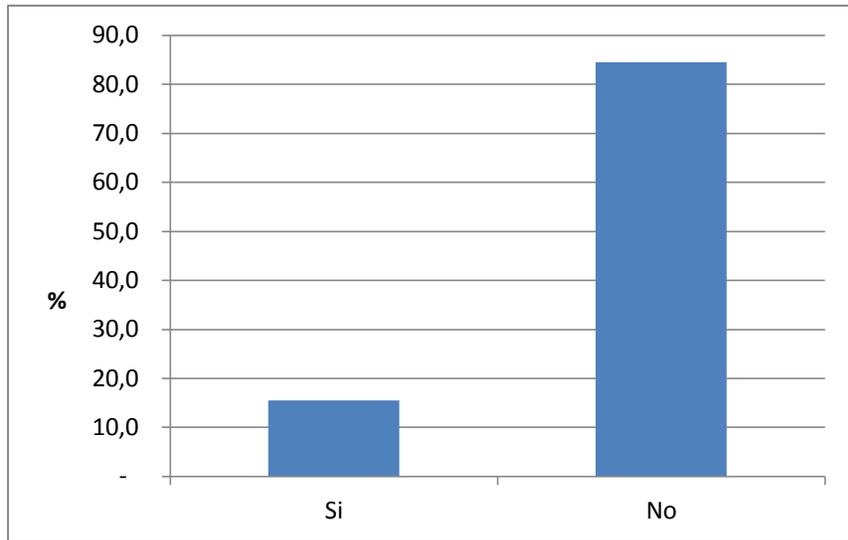


Figura 5. Asociación del consumo de frutas con la prevención triglicéridos alto (%)
Temuco, noviembre de 2012.

4.2.9 Asociación del consumo de frutas con la prevención de osteoporosis.

Considerando a los encuestados que “si” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades, la mayor proporción de estos consumidores “no” asocia el consumo de frutas con la prevención de osteoporosis (91,1%). Sólo se observaron diferencias significativas según el género del encuestado, edad y género de la persona que aporta el ingreso principal al hogar ($P \leq 0,05$) (Cuadro 13).

Cuadro 13. Asociación del consumo de frutas con la prevención de osteoporosis (%).
Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	8,9	91,1
Género del encuestado		
Masculino	5,0	95,0
Femenino	12,3	87,7
P=0,011		
Menos de 35 años	6,8	93,2
Entre 35 -54 años	8,1	91,9
55 o más años	16,9	83,1
P= 0,034		
Ingreso principal hombre	6,4	93,6
Ingreso principal mujer	16,5	83,5
P=0,002		

Las diferencias se explican por la mayor proporción de personas de género femenino (12,3%) que “si” asocia el consumo de frutas con la prevención de esta enfermedad, mientras que las personas de género masculino lo asocian en menor proporción (5,0%), respecto a la muestra total.

En cuanto a la edad de los encuestados, fue superior la proporción de personas de 55 años o más que asocia el consumo de frutas con la prevención de osteoporosis (16,9%), caso contrario el de los encuestados menores de 35 años (6,8%).

Según el género de la persona que aporta el ingreso principal general del hogar, fue superior la proporción de encuestas de hogares en los cuales el género femenino es el que aporta el principal ingreso que asocia el consumo de frutas con la prevención de osteoporosis (16,5%), caso contrario el de los varones, que obtuvieron tan solo un 6,4%.

4.2.10 Asociación del consumo de frutas con la prevención de anemia. Considerando a los encuestados que “sí” asocian el consumo de frutas con la prevención de enfermedades, se obtuvo (Figura 6) una mayor proporción de encuestados que “no” asocia el consumo de frutas con la prevención de la anemia (92,5%). No se observaron diferencias significativas para ninguna de las variables de segmentación estudiadas ($P > 0,1$).

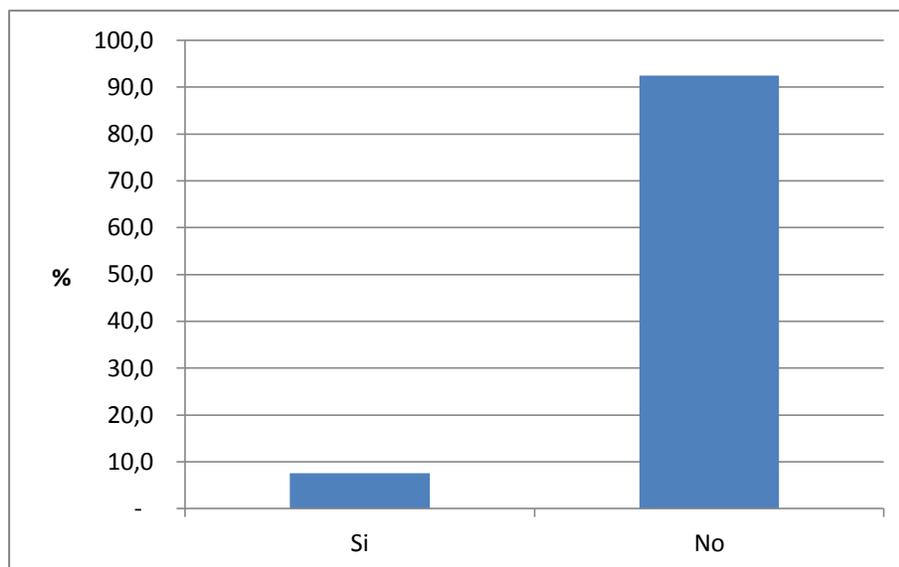


Figura 6. Asociación del consumo de frutas con la prevención de anemia (%) Temuco, noviembre de 2012.

Existe un bajo porcentaje de personas que asociaron el consumo de frutas con la prevención de anemia, lo cual se puede deber a muchas razones, ya sea a un desconocimiento por parte de la población o bien a que en realidad las frutas no previenen la anemia. La anemia por deficiencia de hierro es el desorden nutricional más común en el mundo. Se considera un serio problema de salud, debido a la cantidad de personas afectadas y sus consecuencias. Afecta a 2 000 millones de personas en el mundo (un tercio de la población mundial). A diferencia de otros desórdenes nutricionales que han disminuido, esta afección continúa en aumento (Pita *et al.*, 2007).

Es posible obtener hierro de algunos frutos y verduras o vegetales de hojas verdes, tales como, espinacas, brócoli, frutos secos como pistachos, higos secos y semillas de girasol y frutas como las uvas, albaricoques, fruta de la pasión e higos frescos. Estos alimentos contienen vitamina C, la cual es sensible al calor y a la oxidación por exposición al aire, por eso se deben ingerirse los alimentos frescos o pocos cocinados y preparados lo más cercano posible a su ingestión. Aumenta la absorción del hierro no-hemínico en cereales, raíces cultivadas y legumbres. También contienen ácido fólico y una gama de otras vitaminas y minerales (Latham, 2002).

4.2.11 Asociación del consumo de frutas con la prevención de colon irritable.

Considerando a los encuestados que “si” asocian en consumo de frutas con la prevención de enfermedades, se obtuvo que la mayor proporción de los consumidores “no” asocia el consumo con la prevención de colon irritable (84,1%). Se observaron diferencias significativas según el género del encuestado ($P \leq 0,001$) (Cuadro 14).

Cuadro 14. Asociación del consumo de frutas con la prevención de colon irritable (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	23,0	77,0
Género del encuestado		
Masculino	8,3	36,8
Femenino	14,2	40,2
P=0,045		

Las diferencias según género del encuestado se explican por la mayor proporción de mujeres que “si” asocia el consumo de frutas con la prevención de colon irritable (14,2%), caso contrario el de los hombres, puesto que solo un 8,3% asocia el consumo de frutas con la prevención de esta enfermedad.

5. CONCLUSIONES.

Sobre la base de los resultados obtenidos a partir de la muestra analizada de compradores de frutas en la ciudad de Temuco y, en función de los objetivos planteados es posible concluir lo siguiente:

1. Predomina el consumo diario y dos a tres veces por semana de frutas, principalmente frescas, las cuales son compradas mayoritariamente en supermercados y fruterías.
2. La principal razón que explica el consumo diario de frutas es el cuidado de la salud. Por el contrario, las principales razones que motivan una menor frecuencia de consumo corresponden a la falta de costumbre, no son del gusto de los integrantes de la familia o porque prefieren otros postres.
3. Las preferencias personales y las del grupo familiar son las principales influencias en la decisión de compra de frutas para el hogar.
4. La mayor proporción de encuestados asocia el consumo de frutas con el cuidado de la salud y con la prevención de enfermedades. En general dentro de éstas predominan las enfermedades al corazón, cáncer, hipertensión, hipercolesterolemia, osteoporosis y colon irritable. Sin embargo, se advierte una falta de conocimiento respecto a la acción protectora asociada al consumo de frutas y la prevención de enfermedades, lo que debería ser considerado por los organismos competentes en esta materia.
5. Se detectaron diferencias en las variables estudiadas principalmente según el número de integrantes del hogar, edad del encuestado, estado civil y género del encuestado. En menor medida se detectaron diferencias según el origen étnico, estilo de vida, lugar de residencia, ocupación, género de la persona que aporta el principal ingreso al hogar y según la presencia y edad de hijos en el hogar.

6. El nivel de satisfacción con la alimentación de los encuestados se relacionó significativamente con la frecuencia de consumo de frutas, lugar de compra de las frutas, asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades en general y con la prevención del cáncer en particular.

6. RESUMEN.

Con el propósito de relacionar los hábitos de consumo de frutas y la satisfacción con la alimentación y distinguir diferencias según las características sociodemográficas y psicográficas de los consumidores, se aplicó una encuesta personal a una muestra de 400 personas que fueran responsables de las compras de frutas para su hogar en la ciudad de Temuco, Región de La Araucanía, Chile. Predomina el consumo diario de frutas frescas que son compradas principalmente en supermercados, fruterías y en la Feria Pinto. La principal razón que explica el consumo diario de frutas es el cuidado de la salud. Por el contrario, las principales razones que motivan una menor frecuencia de consumo son que no hay costumbre, mal gusto y otros postres que remplazan el consumo de frutas. Las preferencias del grupo familiar y las preferencias personales son las principales influencias en la decisión de compra de frutas para el hogar. La mayor proporción de encuestados asocia el consumo de frutas con el cuidado de la salud y con la prevención de enfermedades. En general dentro de éstas predominan las enfermedades al corazón, cáncer, hipertensión, hipercolesterolemia, osteoporosis y colon irritable. Sin embargo, se advierte una falta de conocimiento respecto a la acción protectora asociadas al consumo de frutas y a la prevención de enfermedades. Se detectaron diferencias principalmente según el número de integrantes del hogar, edad, estado civil, y género del encuestado. El nivel de satisfacción de los encuestados se relacionó significativamente con la frecuencia de consumo de frutas, lugar de compra de las frutas, asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades en general y con la prevención del cáncer en particular.

7. SUMMARY.

In order to relate the fruit consumption habits and satisfaction with food and distinguish differences by demographic and psychographic characteristics of consumers, staff were surveyed a sample of 400 people who were responsible for the purchases of fruits for home in the city of Temuco, Araucanía Region, Chile. Predominates daily consumption of fresh fruits that are purchased mainly in supermarkets, fruit and Pinto Fair. The main reason for daily fruit consumption is health care. By contrast, the main reasons for lower rates of consumption are that there is always, bad taste and other desserts that replace the consumption of fruit. The preferences of the household and personal preferences are the main influences on the purchase decision for home fruit. The largest proportion of respondents associated the consumption of fruits with health care and disease prevention. Generally within these predominantly heart disease, cancer, hypertension, hypercholesterolemia, osteoporosis and colon irritable. However, it observes a lack of knowledge regarding the protective action associated with the consumption of fruits and prevention of diseases. Differences were detected mainly by the number of household members, age, marital status, and gender of the respondent. The satisfaction level of respondents was significantly related to the frequency of consumption of fruits, instead of buying fruits, fruit consumption association with disease prevention in general and cancer prevention in particular.

8. LITERATURA CITADA.

- Adimark.** 2004 Mapa socioeconómico de Chile. Disponible en http://www.ine.cl/filenews/files/2011/abril/pdf/enfoque_carnes_web.pdf.
[Conectado el 30 de septiembre de 2011]
- Albornoz, A., Ortega, L., Segovia, E., Bracho, Y. y Cubillan, G.** 2009. Atributos de compra de frutas frescas a nivel urbano. *Biagro*, 21(1): 57-62.
- Basilio, J., Chavez, JG., Contreras, LA., Valdez, JB. and González, GA.** 2012."Optimization process for recovery phenolic antioxidant compounds from low quality eggplant (*Solanum melongena* L.) pulp by modified supercritical carbon dioxide extraction." *Separation Science and Technology*. ID: LSST-2013-6910.
- Barrios, B. y Tapia, B.** 2009. Boletín Informativo: Comportamiento de precios al consumidor de productos hortofrutícolas. Disponible en <http://www.odepa.cl/odepaweb/publicaciones/doc/2185.pdf>.
[Conectado el 23 de junio del 2010]
- Bisogni, C., Connors, M., Devine, C. and Sobal, J.** 2002. Who we are and how we eat: A qualitative study of identities in food choice. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34: 128-139.
- Bleich, D.** 2013. Nuevo estudio brinda más pruebas de que comer frutos secos es una opción saludable. *American Journal of Clinical Nutrition*. Disponible en http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/news/fullstory_136361.html.
[Conectado el 27 de enero del 2013]

- Bravo, J.** 2011. Boletín Informativo: El mercado de fruta fresca 2010. Disponible en <<http://www.odepa.cl/odepaweb/publicaciones/doc/2474.pdf>>. [Conectado el 02 de marzo del 2013]
- Bown, R.** 2005. La fruta y la dieta mediterránea. Disponible en <<http://www.pam-chile.cl/evento/bown.pdf>>. [Conectado el 20 de noviembre del 2012]
- Cerda, A., Lobos, G., Kufferath, E. y Sánchez, F.** 2004. Elasticidades de demanda por manzanas chilenas en el mercado de la unión europea: una estimación econométrica. *Agricultura Técnica*, 64(4): 10-12.
- Cliff, M., K. Sanford., W. Wismer, C. Hampson and D. Yuksel.** 2002. Use of digital images for evaluation of factors responsible for visual preference oh apples by consumers. *HortScience*, 37: 1127-1131.
- Clark, M.** 2006. Fruticultura “más frutas a la mesa”. *Revista de Extensión de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal de la Pontificia Universidad Católica de Chile*. Vol. 28: abril-junio.
- Crisóstomo, G.** 2011. Aceptación de los consumidores hacia alimentos y envases con nanotecnología, en la ciudad de Temuco, Región de La Araucanía, Chile. Ingeniero Agrónomo Universidad de La Frontera. 89 pp.
- Dean, M., Grunert, K. Raats, M. Nielsen, NA. Lumbers, M.** 2008. Food in Later Life Team. The impact of personal resources and their goal relevance on satisfaction with food- related life among the elderly. *Appetite*, 50 (2-3): 308-15.
- Deliza., R. y H. Macfie., H.** 1996. The generation of sensory expectation by external cues and its effect on sensory perception and hedonic ratings. A review. *Journal of Sensory Studies*, 11(2): 103-128.

- Díaz, G.** 2001. El bienestar subjetivo, Actualidad y perspectivas. *Revista Cubana Medicina Integral*, 17(6): 572-579.
- Diener, E. y Biswas-Diener, R.** 2000. New directions in subjective well-being research: The cutting edge. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 27: 21-33.
- Esquivel, V. y Fernández, M.** 2010. Aspectos nutricionales en la prevención y tratamiento de la hipertensión arterial. *Revista Costarricense de Salud Pública*, 19 (1): 42-47.
- Fernandez, A.** 2002. Investigación y técnicas de mercado. 1a ed. Esic Editorial. Madrid, España.
- Gamboa, M., López, N., Prada, G., Franco, J., Landínez, A.** 2010. Factores asociados al consumo de frutas y verduras en Bucaramanga, Colombia. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 60 (3): 247-253.
- Giacinti, M.** 2001. Consumo mundial de frutas, hortalizas, miel y bebidas alcohólicas. *Agroalimentaria (Argentina)*, 7(13): 41-62.
- Gilden, A.** 2013. Nuevo estudio brinda más pruebas de que comer frutos secos es una opción saludable. *American Journal of Clinical Nutrition*. Disponible en <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/news/fullstory_136361.html>. [Conectado el 27 de enero del 2013]
- Guenther, P., Jensen, H. Batres-Marquez, P. and Chen, C.** 2005. Sociodemographic, Knowledge, and Attitudinal Factors Related to Meat Consumption in the United States. *Journal of the American Dietetic Association*, 105(8): 1266-1274.

- Guerra, C., Vila, J., Apolinaire, J., Cabrera, A., Santana, I. y Almaguer, M.** 2009. Factores de riesgo asociados a sobrepeso y obesidad en adolescentes. *Revista Científica de las Ciencias Médicas en Cienfuegos*, 7(2): 25-34.
- Guzmán, S. y Roselló, M.** 2002. Consumo de frutas en una población adulta de Costa Rica. *ALAN (Venezuela)*, 52(1):1-14.
- Grunert, K., Dean, D., Raats, M., Nielsen, N. and Lumbers, M.** 2007. A measure of satisfaction with food-related life. *Appetite*, 49(2): 486-493.
- Hair, J., Anderson, R. Tatham, R. y Black, W.** 1999. *Análisis Multivariante*. Otero. 5ª ed. Prentice Hall International. Inc. Madrid, España.
- Ibañez, E.** 1988. Expectativas del consumidor desde el punto de vista sensorial. *Alimentos*, 13(1): 63-67.
- Jacoby, E. y Keller, I.** 2006. La Promoción del Consumo de Frutas y Verduras en América Latina: Buena Oportunidad de Acción Intersectorial por una Alimentación Saludable. *Revista Chilena de Nutrición*, 33(1): 40-44.
- Jarger, S. and H. Macfie.** 2001. The effect of advertising format and means-end information on consumer expectations for apples. *Food Quality Preference*, 12(3): 189-205.
- Kappel, F., Fisher, R. and Hogue, E.** 1995. Ideal pear sensory attributes and fruit characteristics. *HortScience*, 30: 988-993.
- Krarup, C.** 2005. *Revista Agronomía y Forestal Universidad Católica: Reportaje* “Chile como potencia agroalimentaria ¿Un gran futuro en la agroindustria?” (On line) (24): 4-6. Disponible en www.puc.cl.
[Conectado 2 de marzo del 2012]

- Latham, M.** Carencia de hierro y otras anemias nutricionales. En Nutrición humana en el mundo en desarrollo. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Colección FAO: Alimentación y nutrición N° 29. Roma, 2002 <<http://www.fao.org/docrep/006/W0073S/w0073s0h.htm>>.
[Conectado 2 de abril del 2013]
- Levin, R., y Rubin, D.** 1996. Estadística para Administradores, 6ª. ed., Ed. Prentice-Hall Hispanoamericana, México.
- INE.** 2011. Consumo aparente de principales alimentos en Chile. Instituto Nacional de Estadísticas. Disponible en <<http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/7004.pdf>>.
[Conectado el 03 de marzo de 2013]
- INE.** 2004. 16 de octubre Día Mundial de la Alimentación. Boletín informativo del Instituto Nacional de Estadísticas. Disponible en <<http://www.ine.es/revistas/cifraine/0504.pdf>>.
[Conectado el 09 de marzo de 2013]
- Lupin, B. y Rodriguez, E.** 2009. El consumo de hortalizas orgánicas: atributos valorados de calidad. *FACES*, 15:32-33.
- Manjavacas, M.** 2012. La producción mundial de fruta tropical alcanzará 82 millones de toneladas en 2014. ValenciaFruits.com (España). Disponible en <http://rc.prochile.gob.cl/sites/rc.prochile.gob.cl/files/documentos/documento_10_09_12161247.pdf>.
[20 de diciembre del 2012]
- Mills, N.** 2011. Hábitos de consumo y compra de carne en la ciudad de Temuco, Región de la Araucanía, Chile. Tesis Ingeniero Agrónomo Universidad de La Frontera. pp. 93.

Moons, P., Budts, W. and De Geest, S. 2006. Critique on the conceptualization of quality of life: A review and evaluation of different conceptual approaches. *International Journal of Nursing Studies*, 43: 891–901.

Murray, W. 1999. La globalización de la fruta, los cambios locales y el desigual desarrollo rural en América Latina: Un análisis crítico del complejo de exportación de fruta chilena. *EURE*, 25(75): 77-102.

Olivares, C. y Bustos, S. 2006. Consumo de verduras y frutas en grupos específicos de consumidores chilenos: elementos a considerar en su promoción. *Revista Chilena de Nutrición*, 33(1): 260-264.

Organización de las Naciones Unidas Para la Agricultura y la Alimentación (FAO). 2001. Frutas tropicales. Disponible en <http://www.fao.org/docrep/007/y5143s/y5143s13.htm>.
[Conectado el 01 de marzo del 2013]

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). 2003. Manual Para la Preparación y Venta de Frutas y Hortalizas. Capítulo 5. La calidad en frutas y hortalizas. Disponible en <http://www.fao.org/docrep/006/Y4893S/y4893s08.htm>.
[Conectado el 01 de marzo del 2013]

Organización Mundial de Salud (OMS). 2002. Informe sobre la salud en el mundo Reducir los riesgos y promover una vida sana. Disponible en <http://www.who.int/whr/2002/es/index.html>.
[Conectado el 06 de marzo del 2013]

Organización Mundial de Salud (OMS). 2004. Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud. Disponible en <http://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/es/index1.html>. [Conectado el 03 de marzo del 2013]

Pardo, S. 2012. Etnocentrismo en el consumo de alimentos, características de los consumidores y satisfacción con la alimentación en la ciudad de Temuco, Chile. Ingeniero Agrónomo Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. p. 4.

Peña, J.P. 2012. Estilos de vida en relación a la alimentación y satisfacción con la alimentación en la Región de La Araucanía, Chile. Ingeniero Agrónomo Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. p. 2.

Pérez C. 2005. Técnicas estadísticas con SPSS 12. Aplicaciones al análisis de datos. Prentice Hall. Madrid, España.

Gisela Pita., G, Basabe., B, Jiménez., S. y Mercader., O. 2007. La anemia. Aspectos nutricionales. Conceptos actualizados para su prevención y control. Disponible en http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/hematologia/anemia_para_profesionales_de_la_salud_aps_2009.pdf. [Conectado el 10 de marzo del 2013]

Poblete, P. 2012. Hábitos de consumo de hortalizas y su asociación con el cuidado de la salud en la ciudad de Temuco. Ingeniero Agrónomo Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. p. 17.

ProChile. 2012. Estudio de Mercado Alimentos Ready-to-Eat en Estados Unidos. Disponible en

<http://rc.prochile.gob.cl/sites/rc.prochile.gob.cl/files/documentos/documento_10_09_12161247.pdf>.

[23 de diciembre del 2012]

Ramírez, I., Rivera, J., Ponce, X. and Hernández, M. 2009 Fruit and vegetable intake in the Mexican population: results from the Mexican National Health and Nutrition Survey. *Revista de Salud Pública de México*, 5(4): 574-585.

Rebolledo, A., Vasquez, M., Del Canto, B. y Ruz, O. 2005. Evaluación de la Calidad y Suficiencia de la Alimentación de un Grupo de Mujeres de la Región Metropolitana de Chile. *Revista Chilena de Nutrición*, 32(2): 23-34.

Rozin, P. 1997. *Towards a Psychology of food and eating: from motivation to module to model to market, morality, meaning and metaphor.* Cambridge University Press. p 18-24.

Ruf, P. 2011. Caracterización del consumo de carne ovina en La ciudad de Temuco, Región de La Araucanía, Chile. Tesis Ingeniero Agrónomo Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. p. 3.

Schnettler, B., Zabala, C. y Pihan, R. 2009. Influencias de la zona de origen en la compra de hortalizas en la IX región de Chile. *Idesia*, 7(1):13-22.

Schnettler, B., Shene, C. Rubilar, M. Miranda, H. Sepúlveda, J. Denegri, M. y Lobos, G. 2010. Aceptación hacia yogurt con diferentes ingredientes funcionales en consumidores funcionales de supermercados del sur de Chile. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 60: 380-390.

Schnettler, B., Miranda, H. Sepúlveda, J. y Denegri, M. 2011a. Satisfacción con la Alimentación y la Vida, un Estudio Exploratorio en Estudiantes de la

Universidad de La Frontera, Temuco- Chile. *Psicología y Sociedades*, 23(2): 426-435.

Schnettler, B. Miranda, H. Sepúlveda, J. Denegri, M. Mora, M. y Lobos, G. 2012. Satisfacción con la alimentación en personas Mapuche en la Región de la Araucanía, *Revista Chilena de Nutrición*, 39(1): 18-29.

SimFruit. 2012. Chile, fruta fresca, proveedor, Centroamérica, producción, exportación. El Productor (Ecuador). Disponible en <http://elproductor.com/2012/09/10/chile-provee-de-fruta-fresca-a-centroamerica/>.
[20 de diciembre del 2012]

Veenhoven, R. 1984. *Conditions of happiness*. Dordrecht, Holland: Reidel.

Vera, Ma. B., Soto, G. y Echeverría, R. 2011. *Actitudes y Preferencias del Consumidor de Frutas y Hortalizas en estado fresco*. Ciudad de Valdivia. Región De Los Ríos. Instituto de Economía Agraria, Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Austral de Chile. Valdivia, Chile, 39(1): 35-45.

Videlabs. 2011. Radiografía del consumo de frutas en Chile. Disponible en <http://www.portalfruticola.com/2011/02/11/radiografia-al-consumo-de-frutas-en-chile/?pais=chile>.
[22 de Diciembre del 2012]

Warner, JJP., Micheli, LJ, Arslanian, LE., Kennedy. J. and Kennedy. R. 1990. Patterns of flexibility, laxity, and strength in normal shoulders and shoulders with instability and impingement. *The American Journal of Sports Medicine*, 18(4): 366-374.

Wismer, W., V. Harker, F.A. Gunson, K.L. Rossiter, K. Lau, A.G. Seal, R.G. Lowe and R. Beatson. 2005. Identifying flavor targets for fruit breeding: a kiwifruit example. *Euphytica*, 141(1-2): 93-104.

World Health Organization (WHO). 2003. Fomento del consumo mundial de frutas y verduras. Geneva. Disponible en
<<http://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/es/index1.html>>.
[22 de Diciembre del 2012]

9. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta calidad de vida en relación a la alimentación y consumo de frutas.

¿Ud. realiza las compras de alimentos para su hogar habitualmente? (debe ser mayor de 18 años)

SI No (Agradecer la buena disposición a responder y excusar por dar término a la encuesta)

¿Acepta participar en la presente encuesta? Si No

1. En forma aproximada, me puede indicar que cantidad de dinero gasta mensualmente en alimentos para su hogar.

\$ _____

2. En forma aproximada, me puede indicar que cantidad de dinero gasta mensualmente en frutas para su hogar.

\$ _____

3. ¿Con qué frecuencia se consume algún tipo de fruta en su hogar?

Diariamente	2-3 veces a la semana	1 vez a la semana	Ocasionalmente	Otra frecuencia
				¿Cuál?

4. Si en la pregunta 3 la respuesta fue **DIARIAMENTE** ¿A qué se debe que en su casa se consuman frutas todos los días?

5. Si en la pregunta 3 la respuesta fue **DIFERENTE de DIARIAMENTE** ¿A qué se debe que en su casa **NO** se consuman frutas todos los días?

6. ¿Cómo se consumen principalmente las frutas en su hogar?

Frescas Cocidas en kuchenos o tortas Otra forma

¿Cuál? _____

7. Considerando un periodo de tres años atrás hasta el presente, el consumo de frutas en su hogar.....

Se ha mantenido constante Ha aumentado Ha disminuido

8. Si la respuesta a la pregunta 8 declaró un AUMENTO en el consumo ¿Cuál de los siguientes factores explica el aumento de su consumo de frutas?

Mayor preocupación por el cuidado por la salud

Campañas publicitarias que incentivan el consumo de frutas

Es del gusto de los integrantes del grupo familiar

Mayor preocupación por la apariencia física

Otro motivo

¿Cuál? _____

9. Si la respuesta a la pregunta 8 declaró una DISMINUCIÓN en el consumo ¿Cuál de los siguientes factores explica la disminución de su consumo de frutas?

Son muy caras

No son del gusto de los integrantes del grupo familiar

Ha reemplazado las frutas por verduras

Ha reemplazado las frutas por otro tipo de postres ¿Cuáles? _____

Otro motivo

¿Cuál? _____

10. Pensando en los próximos tres años, el consumo de frutas en su hogar.....

Se mantendrá constante

Va a aumentar

Va a disminuir

11. Por favor indique el grado de importancia que tienen los siguientes aspectos cuando Ud. compra frutas para su hogar.

Ítem	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Sabor					
Color					
Olor					
Frescura					
Textura					
Contenido nutricional					
Presentación					
Tamaño					
Forma					
Precio					
Ausencia de daños					
Grado de madurez					
Respeto por el medio ambiente en su producción					
Forma de producción (orgánica o convencional)					
Ausencia de residuos químicos					
Marca					
Envase					
Etiqueta					

12. ¿En base a qué opinión o información Ud. decide que frutas va a comprar?

Personal	Grupo familiar	Niños	Amigos	Publicidad	Oferta del supermercado	Otras. ¿Cuáles?

13. ¿Conoce las características nutricionales de las distintas frutas que consume?

Si Sólo en términos generales Muy poco No

14. Indique las alternativas que más se relacionan con su estado de salud (Marque sólo una respuesta por cada fila).

	Muy mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
Considera que su salud, en general, es:					

Ahora, pensando sobre su salud física, que incluye enfermedades físicas y heridas ¿por cuánto tiempo durante los últimos 30 días su salud física no estuvo bien?	__ días
--	---------

Ahora, pensando sobre su salud emocional, que incluye estrés, depresión y problemas emocionales ¿por cuánto tiempo durante los últimos 30 días su salud mental no estuvo bien?	__ días
--	---------

Durante los últimos 30 días ¿por cuánto tiempo no pudo realizar actividades comunes, tales como trabajo o recreación, debido a su condición de salud?	__ días
---	---------

15. ¿Ud. o alguno de los integrantes de su hogar padece alguna de las siguientes enfermedades?

Si	No	
		Enfermedades del corazón
		Cáncer
		Diabetes
		Obesidad
		Enfermedades degenerativas (ej: Parkinson, Alzheimer)
		Hipertensión
		Colesterol alto
		Triglicéridos altos
		Osteoporosis
		Anemia
		Colon irritable
		Otra ¿Cuál?

16. ¿Asocia Ud. el consumo de frutas con la prevención de enfermedades?

Si No

17. Si la persona respondió SI en la pregunta 16 ¿Con la prevención de qué enfermedad(es) asocia el consumo de frutas?

18. ¿Dónde compra habitualmente las frutas para su hogar?

Supermercados Fruterías Feria Pinto Comercio ambulante
 Otro ¿Cuál? _____

19. En base a la respuesta de la pregunta anterior, ¿Por qué Ud. compra las frutas habitualmente en _____?

Mayor calidad Menor precio Puede elegir la fruta Mayor frescura
 Comodidad Cercanía a su hogar
 Otro motivo ¿Cuál? _____

20. Si la fruta que compró no responde a sus expectativas de calidad ¿Cuál es su reacción?

No lo vuelve a comprar Reclama al vendedor Se cambia de proveedor
 Otra

En caso de indicar otra ¿Cuál es su reacción? _____

21. Ordene utilizando una escala de 1 a 14 según sus preferencias (1= más preferida, 14= menos preferida), las siguientes alternativas de fruta (Todas deben ser ordenadas). (Mostrar tarjetas pregunta 21).

1		8	
2		9	
3		10	
4		11	
5		12	
6		13	
7		14	

22. Considerando las alternativas que acaba de ordenar según sus preferencias, por favor indique cuál compraría Ud. (Sólo una, la más preferida).

Alternativa elegida __

23. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a su vida (Marque sólo una respuesta por cada fila).

	En desacuerdo			De acuerdo		
	Comple- tamente	Bastante	Un poco	Un poco	Bastante	Comple- tamente
En muchos aspectos, su vida se acerca a su ideal						
Sus condiciones de vida son excelentes						
Está satisfecho con su vida						
Hasta ahora ha obtenido las cosas importantes que ha deseado en su vida						
Si pudiera vivir su vida de nuevo, no cambiaría nada						

24. En términos generales: ¿Qué grado de importancia considera Ud., que tiene el consumo de frutas sobre su bienestar en general? (Marque sólo una respuesta).

Ninguna importancia	Muy Poca Importancia	Un poco de importancia	Bastante Importante	Muy Importante	Total y Completa Importancia

25. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a su alimentación (Marque sólo una respuesta por cada fila).

	En desacuerdo			De acuerdo		
	Comple- tamente	Bastante	Un poco	Un poco	Bastante	Comple- tamente
Los alimentos y comidas son elementos muy positivos en su vida						
Usted está muy complacido con su alimentación						
Su vida en relación a los alimentos y comidas se acerca al ideal						
Respecto a los alimentos, su condición de vida es excelente						
Los alimentos y comidas le proporcionan gran satisfacción en su vida diaria						

26. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a su aceptación hacia alimentos nuevos (Marque sólo una respuesta por cada fila).

	En desacuerdo			De acuerdo		
	Comple- tamente	Bastante	Un poco	Un poco	Bastante	Comple- tamente
Constantemente prueba alimentos nuevos y diferentes						
No confía en los alimentos nuevos						
Si no sabe con qué está hecho un alimento no lo prueba						
Le gustan los alimentos de diferentes culturas y países						
Alimentos de culturas o países diferente a Chile son demasiado extraños para comerlos						
En reuniones sociales prueba alimentos nuevos						
Le da miedo comer alimentos que nunca ha probado						
Ud. es muy selectivo o exigente en relación a los alimentos que come						
Ud. come casi cualquier cosa						
Le gusta ir a lugares donde sirven comidas de otros países y culturas						

<p>27. Su estado civil actual es: _____ Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a). _____ Casado(a) o Vive en pareja.</p>	<p>28. Respecto a su edad, Ud. tiene _____ años.</p>
<p>29. Género: _____ Masculino _____ Femenino</p>	<p>30. ¿Cuál es el número de integrantes de su hogar? _____</p>
<p>31. ¿Cuántos niños viven en su casa? _____.</p>	<p>32. Indique el rango de edad de los niños que viven en su hogar.</p> <p><input type="checkbox"/> No viven niños en casa <input type="checkbox"/> Menores de 5 años <input type="checkbox"/> Entre 5 y 12 años <input type="checkbox"/> Entre 13 y 17 años <input type="checkbox"/> Mayores de edad</p>

33. Ud. reside: (Marque sólo una respuesta).

	En una ciudad
	En el campo

34. ¿En cuál de los siguientes tipos de estilos de vida se autodefine?

__ Conservador __ Liberal __ Deportista __ Innovador

__ Otro. ¿Cuál? _____

35. ¿Indique el género de la persona que aporta el ingreso principal en su hogar?
(Marque sólo una respuesta).

	Hombre
	Mujer

36. **En qué trabaja la persona que aporta el principal ingreso en su hogar?**
(Marque sólo una respuesta).

Trabaja por cuenta propia (trabajador independiente)
Es empresario (a)
Es empleado particular
Es empleado público
Está jubilado
Está buscando trabajo
Está en otra situación (especificar)_____

37. **¿Cuál es el nivel de estudios de la persona que aporta el ingreso principal en su hogar?** (Marque sólo una respuesta).

Sin estudios
Básica incompleta
Básica completa
Media incompleta
Media completa
Técnica incompleta
Técnica completa o universitaria incompleta
Universitaria completa o más

38. **¿Qué bienes de los que se nombran a continuación posee en su hogar?** (Puede indicar más de una opción).

Ducha
TV color
Refrigerador
Lavadora
Calefont
Microondas
TV Cable o Satelital
PC (computador)
Internet
Vehículo

39. **Considerando la ascendencia de sus padres y abuelos, ¿Ud. se considera una persona de origen...?** (Marque sólo una respuesta).

Mapuche	Chileno	Español	Alemán	Italiano	Otro(especifique cual)
---------	---------	---------	--------	----------	------------------------

Anexo 2. Matriz clasificación socioeconómica de los hogares de Chile.

La matriz combina las dos variables básicas del modelo y genera los N.S.E.

		CANTIDADES DE BIENES DEL HOGAR (Ducha- Microondas -TV color - Automóvil - Refrigerador - TV cable o satelital-Lavadora - PC – calefont – internet)										% Hogares por nivel de estudio		
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Nivel de estudios	Sin estudios	E	E	E	E	E	D	D	D	D	C3	C3	5,3	
	Básica incompleta	E	E	E	E	E	D	D	D	C3	C3	C3	25,5	
	Básica completa	E	E	D	D	D	D	D	C3	C3	C3	C3	8,5	
	Media incompleta	D	D	D	D	D	D	D	C3	C3	C3	C2	17,9	
	Media completa	D	D	D	D	C3	C3	C3	C3	C2	C2	C2	21,9	
	Técnica incompleta	C3	C3	C3	C3	C3	C2	C2	C2	C2	C2	C2	ABC1	5,2
	Técnica completa o universitaria incompleta	C3	C3	C3	C3	C3	C2	C2	C2	C2	C2	ABC1	ABC1	7,7
	Universitaria completa o mas	C3	C3	C3	C3	C3	C2	C2	C2	C2	ABC1	ABC1	ABC1	8,0
	% Hogares por cantidad de bienes	3,8	5,7	5,6	9,1	15,2	18,9	15,0	10,3	7,2	5,1	4,2	100,0	

Fuente: Adimark

Anexo 3. Tablas de resultados que corresponden a variables en donde no se obtuvieron diferencias significativas.

Cuadro 15. Frecuencia de consumo de frutas (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Diariamente	2-3 veces a la semana	1 vez a la semana	Ocasionalmente	Otra Frecuencia
TOTAL	50,5	33,5	5,5	10,5	0,0
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	49,4	30,8	6,8	13,1	0,0
Casado(a), o vive en pareja	52,1	37,4	3,7	6,7	0,0
P=0,000					
No viven hijos en casa	43,8	34,6	6,8	14,8	0,0
Menores de 5 años	63,6	31,8	0,0	4,5	0,0
Entre 5 y 12 años	52,6	33,3	3,5	10,5	0,0
Entre 13 y 17 años	55,6	35,8	6,2	2,5	0,0
Mayores de edad	53,8	29,5	5,1	11,5	0,0
P=0,284					
Ciudad	51,6	33,5	5,4	9,5	0,0
Campo	36,7	33,3	6,7	23,3	0,0
P=0,094					
Conservador	54,0	32,6	4,2	9,3	0,0
Liberal	34,2	40,8	9,2	15,8	0,0
Deportista	61,2	28,6	2,0	8,2	0,0
Innovador	50,9	32,1	9,4	7,5	0,0
Otro	42,9	28,6	0,0	28,6	0,0
P=0,077					
Ingreso principal hombre	49,5	35,7	5,7	9,1	0,0
Ingreso principal mujer	53,4	27,2	4,9	14,6	0,0
P=0,244					

Cuadro 15. Frecuencia de consumo de frutas (%). Temuco, noviembre de 2012.

(Continuación)

Muestra	Diaria-mente	2-3 veces a la semana	1 vez a la semana	Ocasional-mente	Otra Frecuencia
TOTAL	50,5	33,5	5,5	10,5	0,0
Trabaja por cuenta propia	52,9	29,4	7,1	10,6	0,0
Es empresario	50,9	36,4	5,5	7,3	0,0
Es empleado particular	49,2	36,7	3,3	10,8	0,0
Es empleado público	46,9	35,4	7,3	10,4	0,0
Está jubilado	62,9	17,1	5,7	14,3	0,0
Está buscando trabajo	37,5	50,0	0,0	12,5	0,0
Está en otra situación	0,0	100	0,0	0,0	0,0
P=0,865					
Básica incompleta	50,0	25,0	12,5	12,5	0,0
Básica completa	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0
Media incompleta	40,0	40,0	10,0	10,0	0,0
Media completa	45,8	29,2	8,3	16,7	0,0
Técnica incompleta	60,7	21,4	0,0	17,9	0,0
Técnica completa o universitaria incompleta	46,1	31,5	5,6	16,9	0,0
Universitaria completa o más	52,8	36,4	5,1	5,6	0,0
P=0,302					
Mapuche	42,9	35,7	10,7	10,7	0,0
No mapuche	51,1	33,3	5,1	5,1	0,0
P=0,597					

Cuadro 16. Motivos del consumo diario de frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Motivos de salud	Gusto	Costumbre	Comodidad de traslado
Total	68,5	15,8	11,8	3,9
Género del encuestador				
Masculino	75,3	11,7	10,4	2,6
Femenino	64,3	18,3	12,7	4,8
P=0,401				
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	73,5	12,0	10,3	4,3
Casado(a), o vive en pareja	61,6	20,9	14,0	3,5
P=0,241				
Menor de 35 años	75,8	15,4	5,5	3,3
35 - 54 años	68,6	11,4	15,7	4,3
55 o más años	52,4	23,8	19,0	4,8
P= 0,092				
1-2 integrantes	55,3	21,1	18,4	5,3
3-4 integrantes	70,6	18,6	7,8	2,9
5 o más integrantes	73,0	7,9	14,3	4,8
P= 0,204				
No viven hijos en casa	74,6	9,9	11,3	4,2
Menores de 5 años	64,3	21,4	7,1	7,1
Entre 5 y 12 años	61,3	25,8	9,7	3,2
Entre 13 y 17 años	71,1	11,1	15,6	2,2
Mayores de edad	61,9	21,4	11,9	4,8
P=0,782				
Ciudad	68,2	15,6	12,5	3,6
Campo	72,7	18,2	0,0	9,1
P=0,526				
Conservador	65,0	17,1	14,5	3,4
Liberal	73,1	7,7	11,5	7,7
Deportista	73,3	16,7	3,3	6,7
Innovador	77,8	11,1	11,1	0,0
Otro	33,3	66,7	0,0	0,0
P=0,335				

Cuadro 16. Motivos del consumo diario de frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012 (Continuación).

Muestra	Motivos de salud	Gusto	Costumbre	Comodidad de traslado
Total	68,5	15,8	11,8	3,9
Ingreso principal hombre	70,9	13,5	12,2	3,4
Ingreso principal mujer	61,8	21,8	10,9	5,5
P=0,434				
Trabaja por cuenta propia	77,8	13,3	8,9	0,0
Es empresario	75,0	14,3	3,6	7,1
Es empleado particular	71,2	16,9	8,5	3,4
Es empleado público	65,2	13,0	17,4	4,3
Está jubilado	40,9	27,3	27,3	4,5
Está buscando trabajo	66,7	0,0	0,0	33,3
Está en otra situación	0,0	0,0	0,0	0,0
P=0,069				
SWFL				
Insatisfecho	81,8	9,1	0,0	9,1
Medianamente satisfecho	66,7	25,0	4,2	4,2
Satisfecho	66,7	13,1	16,7	3,6
Extremadamente satisfecho	69,0	16,7	10,7	3,6
P=0,593				
ABC1	70,4	16,7	9,9	3,1
C2	58,6	10,3	24,1	6,9
C3-D-E	66,7	16,7	8,3	8,3
P=0,318				
Mapuche	75,0	8,3	0,0	16,7
No mapuche	68,1	16,2	12,6	3,1
P=0,064				

Cuadro 17. Motivos por el cual no se consumen a diario frutas en el hogar (%).
Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Mal gusto	No hay costumbre	Precio	Otros postres	Comodidad	Otro
Total	17,8	38,6	11,7	16,8	12,2	3,0
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	17,5	40,8	12,5	12,5	14,2	2,5
Casado(a), vive en pareja P=0,392	18,2	35,1	10,4	23,4	9,1	3,9
Menor de 35 años	15,8	43,9	10,5	13,2	14,0	2,6
35 - 54 años	16,7	35,2	13,0	22,2	9,3	3,7
55 o más años P= 0,650	27,6	24,1	13,8	20,7	10,3	3,4
Ciudad	18,0	38,3	10,1	16,9	12,4	3,4
Campo P=0,432	15,8	31,6	26,3	15,8	10,5	0,0
Conservador	15,2	38,4	10,1	23,2	10,1	3,0
Liberal	20,4	40,8	16,3	10,2	10,2	2,0
Deportista	15,8	47,4	5,3	10,5	21,1	0,0
Innovador	19,2	30,8	15,4	7,7	19,2	7,7
Otro P=0,574	50,0	25,0	0,0	25,0	0,0	0,0
Ingreso principal hombre	16,7	38,0	12,7	18,0	11,3	3,3
Ingreso principal mujer P=0,829	21,3	40,4	8,5	12,8	14,9	2,1

Cuadro 17. Motivos por el cual no se consumen a diario frutas en el hogar (%).
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Mal gusto	No hay costum bre	Precio	Otros postres	Comodidad	Otro
Total	17,8	38,6	11,7	16,8	12,2	3,0
Trabaja por cuenta propia	20,0	45,0	12,5	15,0	7,5	0,0
Es empresario	22,2	44,4	11,1	11,1	7,4	3,7
Es empleado particular	16,4	29,5	6,6	26,2	19,7	1,6
Es empleado público	14,0	44,0	12,0	10,0	12,0	8,0
Está jubilado	15,4	38,5	15,4	23,1	7,7	0,0
Está buscando trabajo	20,0	20,0	60,0	0,0	0,0	0,0
Está en otra situación	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
P=0,166						
Básica incompleta	50,0	25,0	0,0	25,0	0,0	0,0
Básica completa	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0
Media incompleta	16,7	66,7	16,7	0,0	0,0	0,0
Media completa	7,7	42,3	23,1	15,4	11,5	0,0
Técnica incompleta	18,2	45,5	18,2	9,1	0,0	9,1
Técnica completa o universitaria incompleta	18,8	37,5	14,6	16,7	12,5	0,0
Universitaria completa o más	19,0	36,0	7,0	19,0	14,0	5,0
P=0,718						
SWFL						
Insatisfecho	15,8	36,8	15,8	21,1	10,5	0,0
Medianamente satisfecho	21,6	35,1	18,9	16,2	5,4	2,7
Satisfecho	16,0	40,0	12,0	16,0	13,0	3,0
Extremadamente satisfecho	19,5	39,0	2,4	17,1	17,1	4,9
P=0,860						

Cuadro 17. Motivos por el cual no se consumen a diario frutas en el hogar (%).
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Mal gusto	No hay costumbre	Precio	Otros postres	Comodidad	Otro
Total	17,8	38,6	11,7	16,8	12,2	3,0
ABC1	19,9	36,0	8,8	18,4	13,2	3,7
C2	12,5	45,0	17,5	12,5	10,0	2,5
C3-D-E	14,3	42,9	19,0	14,3	9,5	0,0
P=0,732						
Mapuche	18,8	43,8	25,0	6,3	6,3	0,0
No mapuche	17,7	38,1	10,5	17,7	12,7	3,3
P=0,421						

Cuadro 18. Como se consumen principalmente las frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Frescas	Cocidas	Kuchenes o tortas	Otra forma
TOTAL	90,3	5,0	3,0	1,7
Género del encuestador				
Masculino	86,7	6,7	5,0	1,7
Femenino	93,2	3,6	1,4	1,8
P=0,084				
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	88,2	5,5	4,2	2,1
Casado(a), o vive en pareja	93,3	4,3	1,2	1,2
P=0,277				
Menor de 35 años	87,4	5,8	5,3	1,5
35 - 54 años	94,3	3,3	0,8	1,6
55 o más años	91,5	5,6	0,0	2,8
P= 0,127				
1-2 integrantes	87,8	7,1	4,1	1,0
3-4 integrantes	88,7	5,6	3,1	2,6
5 o más integrantes	95,3	1,9	1,9	0,9
P= 0,438				
No viven hijos en casa	86,4	8,0	4,3	1,2
Menores de 5 años	90,9	4,5	0,0	4,5
Entre 5 y 12 años	94,7	3,5	0,0	1,8
Entre 13 y 17 años	92,6	3,7	2,5	1,2
Mayores de edad	92,3	1,3	3,8	2,6
P=0,499				
Ciudad	90,3	4,9	3,0	1,9
Campo	90,0	6,7	3,3	0,0
P=0,859				
Conservador	89,9	6,0	2,8	1,9
Liberal	86,8	3,9	5,3	3,9
Deportista	98,0	2,0	0,0	0,0
Innovador	92,5	3,8	3,8	0,0
Otro	85,7	14,3	0,0	0,0
P=0,574				

Cuadro 18. Como se consumen principalmente las frutas en el hogar (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Frescas	Cocidas	Kuchenes o tortas	Otra forma
TOTAL	90,3	5,0	3,0	1,7
Ingreso principal hombre	89,2	4,7	4,0	2,0
Ingreso principal mujer	93,2	5,8	0,0	1,0
P=0,174				
Trabaja por cuenta propia	85,9	8,2	4,7	1,2
Es empresario	94,5	3,6	1,8	0,0
Es empleado particular	95,8	0,8	0,8	2,5
Es empleado público	89,6	4,2	4,2	2,1
Está jubilado	80,0	11,4	5,7	2,9
Está buscando trabajo	75,0	25,0	0,0	0,0
Está en otra situación	100,0	0,0	0,0	0,0
P=0,174				
Básica incompleta	75,0	0,0	25,0	0,0
Básica completa	100,0	0,0	0,0	0,0
Media incompleta	100,0	0,0	0,0	0,0
Media completa	93,8	4,2	2,1	0,0
Técnica incompleta	82,1	10,7	3,6	3,6
Téc. Completa o Univ. incompleta	92,1	3,4	3,4	1,1
Univ. Completa o más	89,7	5,6	2,3	2,3
P= 0,311				
SWFL				
Insatisfecho	93,3	0,0	6,7	0,0
Medianamente satisfecho	83,6	9,8	6,6	0,0
Satisfecho	92,9	3,8	2,2	1,1
Extremadamente satisfecho	88,8	5,6	1,6	4,0
P=0,061				
ABC1	90,6	5,0	2,3	2,2
C2	87,0	7,2	4,3	1,4
C3-D-E	93,9	0,0	6,1	0,0
P=0,533				

Cuadro 19. Influencias en la decisión de compra de frutas (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Personal	Grupo familiar	Niños	Ofertas del supermercado	Otras
TOTAL	45,8	41,8	5,5	6,0	1,0
Género del encuestador					
Masculino	52,8	37,2	3,3	5,6	1,1
Femenino	40,0	45,5	7,3	6,4	0,9
P=0,089					
Ciudad	44,3	42,7	5,4	6,5	1,1
Campo	63,3	30,0	6,7	0,0	0,0
P=0,230					
Ingreso principal hombre	43,1	43,4	5,7	6,7	1,0
Ingreso principal mujer	53,4	36,9	4,9	3,9	1,0
P=0,448					
Trabaja por cuenta propia	50,6	36,5	2,4	8,2	2,4
Es empresario	50,9	41,8	1,8	5,5	0,0
Es empleado particular	37,5	45,0	10,0	5,8	1,7
Es empleado público	44,8	43,8	7,3	4,2	0,0
Está jubilado	60,0	31,4	0,0	8,6	0,0
Está buscando trabajo	37,5	62,5	0,0	0,0	0,0
Está en otra situación	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
P=0,422					
Básica incompleta	37,5	62,5	0,0	0,0	0,0
Básica completa	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Media incompleta	50,0	40,0	10,0	0,0	0,0
Media completa	43,8	41,7	10,4	4,2	0,0
Técnica incompleta	50,0	35,7	7,1	7,1	0,0
Téc. Completa o Univ. incompleta	50,6	41,6	2,2	5,6	0,0
Univ. Completa o más	43,0	42,5	5,6	7,0	1,9
P= 0,895					

Cuadro 19. Influencias en la decisión de compra de frutas (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Personal	Grupo familiar	Niños	Ofertas del supermercado	Otras
TOTAL	45,8	41,8	5,5	6,0	1,0
SWFL					
Insatisfecho	40,0	40,0	3,3	16,7	0,0
Medianamente satisfecho	47,5	39,3	1,6	8,2	3,3
Satisfecho	44,6	42,9	6,5	5,4	0,5
Extremadamente satisfecho	48,0	41,6	6,4	3,2	0,8
P=0,248					
ABC1	45,0	41,9	4,7	7,0	1,3
C2	47,8	39,1	8,7	4,3	0,0
C3-D-E	48,5	45,5	6,1	0,0	0,0
P=0,620					
Mapuche	32,1	42,9	14,3	7,1	3,6
No mapuche	46,8	41,7	4,8	5,9	0,8
P=0,111					

Cuadro 20. Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades (%).

Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	79,8	20,2
Género del encuestador		
Masculino	78,3	21,7
Femenino	80,9	19,1
P=0,524		
1-2 integrantes	79,6	20,4
3-4 integrantes	80,5	19,5
5 o más integrantes	78,5	21,5
P= 0,916		
No viven hijos en casa	75,9	24,1
Menores de 5 años	86,4	13,6
Entre 5 y 12 años	91,2	8,8
Entre 13 y 17 años	76,5	23,5
Mayores de edad	80,8	19,2
P=0,122		
Ciudad	79,7	20,3
Campo	80,0	20,0
P=0,972		
Conservador	80,9	19,1
Liberal	78,9	21,1
Deportista	69,4	30,6
Innovador	86,8	13,2
Otro	71,4	28,6
P=0,249		
Ingreso principal hombre	81,5	18,5
Ingreso principal mujer	74,8	25,2
P=0,143		

Cuadro 20. Asociación del consumo de frutas con la prevención de enfermedades (%).
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	90,3	5,0
Trabaja por cuenta propia	80,0	20,0
Es empresario	74,5	25,5
Es empleado particular	77,5	22,5
Es empleado público	82,3	17,7
Está jubilado	91,4	8,6
Está buscando trabajo	62,5	37,5
Está en otra situación	100	0,0
P=0,383		
Básica incompleta	75,0	25,0
Básica completa	66,7	33,3
Media incompleta	100	0,0
Media completa	79,2	20,8
Técnica incompleta	82,1	17,9
Téc. Completa o Univ. incompleta	74,2	25,8
Univ. Completa o más	81,3	18,7
P= 0,528		
ABC1	81,2	18,8
C2	71,0	29,0
C3-D-E	84,8	15,2
P=0,123		
Mapuche	85,7	14,3
No mapuche	79,3	20,7
P=0,415		

Cuadro 21. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades del corazón (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	13,8	86,2
Género del encuestador		
Masculino	13,9	86,1
Femenino	13,6	86,4
P=0,942		
1-2 integrantes	11,2	88,8
3-4 integrantes	12,3	87,7
5 o más integrantes	18,7	81,3
P= 0,215		
No viven hijos en casa	14,2	85,8
Menores de 5 años	18,2	81,8
Entre 5 y 12 años	12,3	87,7
Entre 13 y 17 años	17,3	82,7
Mayores de edad	9,0	91,0
P=0,583		
Ciudad	13,2	86,8
Campo	20,0	80,0
P=0,301		
Conservador	10,7	89,3
Liberal	21,1	78,9
Deportista	20,4	79,6
Innovador	11,3	88,7
Otro	0,0	100,0
P=0,081		
Ingreso principal hombre	14,1	85,9
Ingreso principal mujer	12,6	87,4
P=0,699		

Cuadro 21. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades del corazón (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	13,8	86,2
Trabaja por cuenta propia	16,5	83,5
Es empresario	7,3	92,7
Es empleado particular	14,2	85,8
Es empleado público	11,5	88,5
Está jubilado	22,9	77,1
Está buscando trabajo	12,5	87,5
Está en otra situación	0,0	100,0
P=0,477		
Básica incompleta	25,0	75,0
Básica completa	0,0	100,0
Media incompleta	20,0	80,0
Media completa	18,8	81,3
Técnica incompleta	7,1	92,9
Téc. Completa o Univ. incompleta	13,5	86,5
Univ. Completa o más	13,1	86,9
P= 0,705		
SWFL		
Insatisfecho	13,3	86,7
Medianamente satisfecho	21,3	78,7
Satisfecho	13,0	87,0
Extremadamente satisfecho	11,2	88,8
P=0,295		
ABC1	13,1	86,9
C2	13,0	87,0
C3-D-E	21,2	78,8
P=0,430		
Mapuche	10,7	89,3
No mapuche	14,0	86,0
P=0,629		

Cuadro 22. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades del cáncer (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	3,0	97,0
Género del encuestador		
Masculino	4,4	95,6
Femenino	1,8	98,2
P=0,126		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	4,2	95,8
Casado(a), o vive en pareja	1,2	98,8
P=0,085		
Menos de 35	4,4	95,6
Entre 35 -54	1,6	98,4
55 o más	1,4	98,6
P= 0,254		
No viven hijos en casa	5,6	94,4
Menores de 5 años	4,5	95,5
Entre 5 y 12 años	3,5	96,5
Entre 13 y 17 años	0,0	100,0
Mayores de edad	0,0	100,0
P=0,067		
Ciudad	3,0	97,0
Campo	3,3	96,7
P=0,911		
Conservador	3,3	96,7
Liberal	3,9	96,1
Deportista	2,0	98,0
Innovador	1,9	98,1
Otro	0,0	100,0
P=0,927		
Ingreso principal hombre	3,7	96,3
Ingreso principal mujer	1,0	99,0
P=0,161		

Cuadro 22. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades del cáncer (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	3,0	97,0
Trabaja por cuenta propia	4,7	95,3
Es empresario	3,6	96,4
Es empleado particular	1,7	98,3
Es empleado público	2,1	97,9
Está jubilado	5,7	94,3
Está buscando trabajo	0,0	100,0
Está en otra situación	0,0	100,0
P=0,796		
Básica incompleta	0,0	100,0
Básica completa	0,0	100,0
Media incompleta	0,0	100,0
Media completa	6,3	93,8
Técnica incompleta	7,1	92,9
Téc. Completa o Univ. incompleta	2,2	97,8
Univ. Completa o más	2,3	97,7
P= 0,604		
SWFL		
Insatisfecho	3,3	96,7
Medianamente satisfecho	3,3	96,7
Satisfecho	3,3	96,7
Extremadamente satisfecho	2,4	97,6
P=0,973		
ABC1	2,7	97,3
C2	4,3	95,7
C3-D-E	3,0	97,0
P=0,766		
Mapuche	3,6	96,4
No mapuche	3,0	97,0
P=0,854		

Cuadro 23. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades de la diabetes (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	19,0	81,0
Género del encuestador		
Masculino	21,7	78,3
Femenino	16,8	83,2
P=0,219		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	18,6	81,4
Casado(a), o vive en pareja	19,6	80,4
P=0,789		
Menos de 35	18,4	81,6
Entre 35 -54	19,5	80,5
55 o más	19,7	80,3
P= 0,958		
1-2 integrantes	11,2	88,8
3-4 integrantes	22,6	77,4
5 o más integrantes	19,6	80,4
P= 0,064		
No viven hijos en casa	16,7	83,3
Menores de 5 años	13,6	86,4
Entre 5 y 12 años	19,3	80,7
Entre 13 y 17 años	16,0	84,0
Mayores de edad	28,2	71,8
P=0,219		
Ciudad	18,9	81,1
Campo	20,0	80,0
P=0,885		
Conservador	17,2	82,8
Liberal	15,8	84,2
Deportista	24,5	75,5
Innovador	24,5	75,5
Otro	28,6	71,4
P=0,495		
Ingreso principal hombre	20,2	79,8
Ingreso principal mujer	15,5	84,5
P=0,298		

Cuadro 23. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades de la diabetes (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	19,0	81,0
Trabaja por cuenta propia	20,0	80,0
Es empresario	30,9	69,1
Es empleado particular	13,3	86,7
Es empleado público	17,7	82,3
Está jubilado	25,7	74,3
Está buscando trabajo	0,0	100,0
Está en otra situación	0,0	100,0
P=0,093		
Básica incompleta	12,5	87,5
Básica completa	66,7	33,3
Media incompleta	20,0	80,0
Media completa	22,9	77,1
Técnica incompleta	17,9	82,1
Téc. Completa o Univ. incompleta	24,7	75,3
Univ. Completa o más	15,4	84,6
P= 0,183		
SWFL		
Insatisfecho	20,0	80,0
Medianamente satisfecho	13,1	86,9
Satisfecho	20,7	79,3
Extremadamente satisfecho	19,2	80,8
P=0,632		
ABC1	18,1	81,9
C2	23,2	76,8
C3-D-E	18,2	81,8
P=0,622		
Mapuche	25,0	75,0
No mapuche	18,5	81,5
P=0,401		

Cuadro 24. Asociación del consumo de frutas con la prevención de obesidad (%).
Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	21,5	78,5
Género del encuestador		
Masculino	23,9	76,1
Femenino	19,5	80,5
P=0,293		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	19,4	80,6
Casado(a), o vive en pareja	24,5	75,5
P=0,220		
Menos de 35	19,9	80,1
Entre 35 -54	24,4	75,6
55 o más	21,1	78,9
P= 0,629		
1-2 integrantes	19,4	80,6
3-4 integrantes	22,6	77,4
5 o más integrantes	21,5	78,5
P= 0,823		
No viven hijos en casa	20,4	79,6
Menores de 5 años	36,4	63,6
Entre 5 y 12 años	15,8	84,2
Entre 13 y 17 años	21,0	79,0
Mayores de edad	24,4	75,6
P=0,343		
Ciudad	21,1	78,9
Campo	26,7	73,3
P=0,474		
Conservador	22,3	77,7
Liberal	19,7	80,3
Deportista	18,4	81,6
Innovador	18,9	81,1
Otro	57,1	42,9
P=0,199		
Ingreso principal hombre	23,6	76,4
Ingreso principal mujer	15,5	84,5
P=0,087		

Cuadro 24. Asociación del consumo de frutas con la prevención de obesidad (%).
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	21,5	78,5
Trabaja por cuenta propia	28,2	71,8
Es empresario	21,8	21,8
Es empleado particular	21,7	21,7
Es empleado público	15,6	15,6
Está jubilado	14,3	14,3
Está buscando trabajo	50,0	50,0
Está en otra situación	0,0	0,0
P=0,149		
Básica incompleta	37,5	62,5
Básica completa	33,3	66,7
Media incompleta	20,0	80,0
Media completa	22,9	77,1
Técnica incompleta	28,6	71,4
Téc. Completa o Univ. incompleta	18,0	82,0
Univ. Completa o más	21,0	79,0
P= 0,803		
SWFL		
Insatisfecho	13,3	86,7
Medianamente satisfecho	23,0	77,0
Satisfecho	21,7	78,3
Extremadamente satisfecho	22,4	77,6
P=0,723		
ABC1	21,1	78,9
C2	21,7	78,3
C3-D-E	24,2	75,8
P=0,918		
Mapuche	21,4	78,6
No mapuche	21,5	78,5
P=0,992		

Cuadro 25. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades degenerativas (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	5,0	95,0
Género del encuestador		
Masculino	5,0	95,0
Femenino	5,0	95,0
P=1,000		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	5,9	94,1
Casado(a), o vive en pareja	3,7	96,3
P=0,315		
Menos de 35	7,3	92,7
Entre 35 -54	2,4	97,6
55 o más	2,8	97,2
P= 0,097		
1-2 integrantes	4,1	95,9
3-4 integrantes	6,2	93,8
5 o más integrantes	3,7	96,3
P= 0,583		
No viven hijos en casa	7,4	92,6
Menores de 5 años	0,0	100,0
Entre 5 y 12 años	3,5	96,5
Entre 13 y 17 años	3,7	96,3
Mayores de edad	3,8	96,2
P=0,419		
Ciudad	4,6	95,4
Campo	10,0	90,0
P=0,191		
Conservador	4,7	95,3
Liberal	3,9	96,1
Deportista	6,1	93,9
Innovador	7,5	92,5
Otro	0,0	100,0
P=0,835		
Ingreso principal hombre	5,7	94,3
Ingreso principal mujer	2,9	97,1
P=0,259		

Cuadro 25. Asociación del consumo de frutas con la prevención de las enfermedades degenerativas (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	5,0	95,0
Trabaja por cuenta propia	5,9	94,1
Es empresario	5,5	94,5
Es empleado particular	5,0	95,0
Es empleado público	4,2	95,8
Está jubilado	5,7	94,3
Está buscando trabajo	0,0	100,0
Está en otra situación	0,0	100,0
P=0,992		
Básica incompleta	100,0	0,0
Básica completa	33,3	66,7
Media incompleta	0,0	100,0
Media completa	2,1	97,9
Técnica incompleta	7,1	92,9
Téc. Completa o Univ. incompleta	5,6	94,4
Univ. Completa o más	5,1	94,9
P= 0,300		
SWFL		
Insatisfecho	3,3	96,7
Medianamente satisfecho	4,9	95,1
Satisfecho	6,5	93,5
Extremadamente satisfecho	3,2	96,8
P=0,588		
ABC1	5,4	94,6
C2	4,3	95,7
C3-D-E	3,0	97,0
P=0,812		
Mapuche	7,1	92,9
No mapuche	4,8	95,2
P=0,590		

Cuadro 26. Asociación del consumo de frutas con la prevención de la hipertensión (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	33,8	66,3
Género del encuestador		
Masculino	32,8	67,2
Femenino	34,5	65,5
P=0,710		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	30,4	69,6
Casado(a), o vive en pareja	38,7	61,3
P=0,086		
Menos de 35	30,1	69,9
Entre 35 -54	30,9	69,1
55 o más	49,3	50,7
P= 0,009		
No viven hijos en casa	34,0	66,0
Menores de 5 años	13,6	86,4
Entre 5 y 12 años	31,6	68,4
Entre 13 y 17 años	34,6	65,4
Mayores de edad	39,7	60,3
P=0,250		
Conservador	36,7	63,3
Liberal	28,9	71,1
Deportista	26,5	73,5
Innovador	34,0	66,0
Otro	42,9	57,1
P=0,550		
Ingreso principal hombre	33,7	66,3
Ingreso principal mujer	34,0	66,0
P=0,954		
Trabaja por cuenta propia	31,8	68,2
Es empresario	32,7	67,3
Es empleado particular	32,5	67,5
Es empleado público	30,2	69,8
Está jubilado	48,6	51,4
Está buscando trabajo	50,0	50,0
Está en otra situación	100,0	0,0
P=0,308		

Cuadro 26. Asociación del consumo de frutas con la prevención de la hipertensión (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	33,8	66,3
Básica incompleta	12,5	87,5
Básica completa	66,7	33,3
Media incompleta	40,0	60,0
Media completa	41,7	58,3
Técnica incompleta	35,7	64,3
Téc. Completa o Univ. incompleta	31,5	68,5
Univ. Completa o más P= 0,550	32,7	67,3
SWFL		
Insatisfecho	23,3	76,7
Medianamente satisfecho	32,8	67,2
Satisfecho	34,8	65,2
Extremadamente satisfecho P=0,640	35,2	64,8
ABC1	33,2	66,8
C2	37,7	62,3
C3-D-E P=0,708	30,3	69,7
Mapuche	42,9	57,1
No mapuche P=0,291	33,1	66,9

Cuadro 27. Asociación del consumo de frutas con la prevención de colesterol alto (%).
Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	26,3	73,8
Género del encuestador		
Masculino	25,6	74,4
Femenino	26,8	73,2
P=0,775		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	29,1	70,9
Casado(a), o vive en pareja	22,1	77,9
P=0,116		
1-2 integrantes	26,5	73,5
3-4 integrantes	22,6	77,4
5 o más integrantes	32,7	67,3
P= 0,159		
No viven hijos en casa	28,4	71,6
Menores de 5 años	13,6	86,4
Entre 5 y 12 años	21,1	78,9
Entre 13 y 17 años	24,7	75,3
Mayores de edad	30,8	69,2
P=0,418		
Ciudad	26,2	73,8
Campo	26,7	73,3
P=0,957		
Ingreso principal hombre	24,9	75,1
Ingreso principal mujer	30,1	69,9
P=0,303		
Básica incompleta	25,0	75,0
Básica completa	66,7	33,3
Media incompleta	10,0	90,0
Media completa	41,7	58,3
Técnica incompleta	32,1	67,9
Téc. Completa o Univ. incompleta	23,6	76,4
Univ. Completa o más	23,4	76,6
P= 0,073		

Cuadro 27. Asociación del consumo de frutas con la prevención de colesterol alto (%).
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	26,3	73,8
SWFL		
Insatisfecho	23,3	76,7
Medianamente satisfecho	31,1	68,9
Satisfecho	29,9	70,1
Extremadamente satisfecho	19,2	80,8
P=0,147		
ABC1	23,8	76,2
C2	37,7	62,3
C3-D-E	24,2	75,8
P=0,060		
Mapuche	28,6	71,4
No mapuche	26,1	73,9
P=0,772		

Cuadro 28. Asociación del consumo de frutas con la prevención de triglicéridos altos (%). Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	15,5	84,5
Género del encuestador		
Masculino	16,7	83,3
Femenino	14,5	85,5
P=0,560		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	16,5	83,5
Casado(a), o vive en pareja	14,1	85,9
P=0,524		
Menos de 35	15,5	84,5
Entre 35 -54	12,2	87,8
55 o más	21,1	78,9
P= 0,254		
1-2 integrantes	15,3	84,7
3-4 integrantes	18,5	81,5
5 o más integrantes	10,3	89,7
P= 0,171		
No viven hijos en casa	16,7	83,3
Menores de 5 años	13,6	86,4
Entre 5 y 12 años	14,0	86,0
Entre 13 y 17 años	12,3	87,7
Mayores de edad	17,9	82,1
P=0,863		
Ciudad	15,4	84,6
Campo	16,7	83,3
P=0,854		
Conservador	17,2	82,8
Liberal	10,5	89,5
Deportista	16,3	83,7
Innovador	11,3	88,7
Otro	42,9	57,1
P=0,156		
Ingreso principal hombre	14,1	85,9
Ingreso principal mujer	19,4	80,6
P=0,202		

Cuadro 28. Asociación del consumo de frutas con la prevención de triglicéridos altos (%). Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	15,5	84,5
Trabaja por cuenta propia	16,5	83,5
Es empresario	18,2	81,8
Es empleado particular	9,2	90,8
Es empleado público	15,6	84,4
Está jubilado	28,6	71,4
Está buscando trabajo	25,0	75,0
Está en otra situación	0,0	100,0
P=0,155		
Básica incompleta	0,0	100,0
Básica completa	0,0	100,0
Media incompleta	10,0	90,0
Media completa	22,9	77,1
Técnica incompleta	14,3	85,7
Téc. Completa o Univ. incompleta	20,0	79,8
Univ. Completa o más	13,1	86,9
P= 0,343		
SWFL		
Insatisfecho	10,0	90,0
Medianamente satisfecho	14,8	85,2
Satisfecho	14,7	85,3
Extremadamente satisfecho	18,4	81,6
P=0,655		
ABC1	15,1	84,9
C2	20,3	79,7
C3-D-E	9,1	90,9
P=0,320		
Mapuche	10,7	89,3
No mapuche	15,9	84,5
P=0,468		

Cuadro 29. Asociación del consumo de frutas con la prevención de osteoporosis (%).
Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	9,0	91,0
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a) Casado(a), o vive en pareja P=0,407	8,0 10,4	92,0 89,6
1-2 integrantes 3-4 integrantes 5 o más integrantes P= 0,210	13,3 8,2 6,5	86,7 91,8 93,5
No viven hijos en casa Menores de 5 años Entre 5 y 12 años Entre 13 y 17 años Mayores de edad P=0,868	10,5 4,5 7,0 8,6 9,0	89,5 95,5 93,0 91,4 91,0
Ciudad Campo P=0,389	8,6 13,3	91,4 86,7
Conservador Liberal Deportista Innovador Otro P=0,244	11,2 2,6 10,2 7,5 14,3	88,8 97,4 89,8 92,5 85,7
Trabaja por cuenta propia Es empresario Es empleado particular Es empleado público Está jubilado Está buscando trabajo Está en otra situación P=0,110	5,9 7,3 9,2 8,3 22,9 0,0 0,0	94,1 92,7 90,8 91,7 77,1 100,0 100,0

Cuadro 29. Asociación del consumo de frutas con la prevención de osteoporosis
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	9,0	91,0
Básica incompleta	0,0	100,0
Básica completa	33,3	66,7
Media incompleta	20,0	80,0
Media completa	8,3	91,7
Técnica incompleta	17,9	82,1
Téc. Completa o Univ. incompleta	12,4	87,6
Univ. Completa o más P= 0,101	6,1	93,9
SWFL		
Insatisfecho	3,3	96,7
Medianamente satisfecho	6,6	93,4
Satisfecho	10,9	89,1
Extremadamente satisfecho P=0,491	8,8	91,2
ABC1	8,4	91,6
C2	13,0	87,0
C3-D-E P=0,394	6,1	93,9
Mapuche	0,0	100,0
No mapuche P=0,084	9,7	90,3

Cuadro 30. Asociación del consumo de frutas con la prevención de anemia (%).
Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	7,5	92,5
Género del encuestador		
Masculino	6,7	93,3
Femenino	8,2	91,8
P=0,567		
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a)	8,4	91,6
Casado(a), o vive en pareja	6,1	93,9
P=0,390		
Menos de 35	10,2	89,8
Entre 35 -54	4,9	95,1
55 o más	4,2	95,8
P= 0,107		
1-2 integrantes	2,0	98,0
3-4 integrantes	9,7	90,3
5 o más integrantes	8,4	91,6
P= 0,056		
No viven hijos en casa	9,3	90,7
Menores de 5 años	4,5	95,5
Entre 5 y 12 años	5,3	94,7
Entre 13 y 17 años	7,4	92,6
Mayores de edad	6,4	93,6
P=0,819		
Ciudad	7,3	92,7
Campo	10,0	90,0
P=0,589		
Conservador	7,0	93,0
Liberal	11,8	88,2
Deportista	4,1	95,9
Innovador	5,7	94,3
Otro	14,3	85,7
P=0,448		
Ingreso principal hombre	7,4	92,6
Ingreso principal mujer	7,8	92,2
P=0,905		

Cuadro 30. Asociación del consumo de frutas con la prevención de anemia (%).
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	7,5	92,5
Trabaja por cuenta propia	9,4	90,6
Es empresario	7,3	92,7
Es empleado particular	5,0	95,0
Es empleado público	8,3	91,7
Está jubilado	11,4	88,6
Está buscando trabajo	0,0	100,0
Está en otra situación	0,0	100,0
P=0,791		
Básica incompleta	12,5	87,5
Básica completa	0,0	100,0
Media incompleta	10,0	90,0
Media completa	10,4	89,6
Técnica incompleta	10,7	89,3
Téc. Completa o Univ. incompleta	7,9	92,1
Univ. Completa o más	6,1	93,9
P= 0,893		
SWFL		
Insatisfecho	3,3	96,7
Medianamente satisfecho	14,8	85,2
Satisfecho	8,2	91,8
Extremadamente satisfecho	4,0	96,0
P=0,053		
ABC1	6,4	93,6
C2	13,0	87,0
C3-D-E	6,1	93,9
P=0,157		
Mapuche	7,1	92,9
No mapuche	7,5	92,5
P=0,941		

Cuadro 31. Asociación del consumo de frutas con la prevención de colon irritable (%).
Temuco, noviembre de 2012.

Muestra	Si	No
TOTAL	23,0	77,0
Soltero(a), Separado(a), Divorciado(a) o Viudo(a) Casado(a), o vive en pareja P=0,719	23,6 22,1	76,4 77,9
Menos de 35 Entre 35 -54 55 o más P= 0,897	23,8 22,8 21,1	76,2 77,2 78,9
1-2 integrantes 3-4 integrantes 5 o más integrantes P= 0,337	19,4 26,2 20,6	80,6 73,8 79,4
No viven hijos en casa Menores de 5 años Entre 5 y 12 años Entre 13 y 17 años Mayores de edad P=0,260	24,1 4,5 24,6 21,0 26,9	75,9 95,5 75,4 79,0 73,1
Ciudad Campo P=0,685	23,2 20,0	76,8 80,0
Ingreso principal hombre Ingreso principal mujer P=0,242	21,5 27,2	78,5 72,8
Trabaja por cuenta propia Es empresario Es empleado particular Es empleado público Está jubilado Está buscando trabajo Está en otra situación P=0,758	17,6 20,0 27,5 24,0 22,9 25,0 0,0	82,4 80,0 72,5 76,0 77,1 75,0 100,0

Cuadro 31. Asociación del consumo de frutas con la prevención de colon irritable (%).
Temuco, noviembre de 2012. (Continuación)

Muestra	Si	No
TOTAL	23,0	77,0
Básica incompleta	12,5	87,5
Básica completa	0,0	100,0
Media incompleta	30,0	70,0
Media completa	22,9	77,1
Técnica incompleta	14,3	85,7
Téc. Completa o Univ. incompleta	28,1	71,9
Univ. Completa o más P= 0,648	22,4	77,6
SWFL		
Insatisfecho	26,7	73,3
Medianamente satisfecho	21,3	78,7
Satisfecho	22,3	77,7
Extremadamente satisfecho P=0,930	24,0	76,0
ABC1	24,8	75,2
C2	21,7	78,3
C3-D-E P=0,121	9,1	90,9
Mapuche	28,6	71,4
No mapuche P=0,468	22,6	77,4