

Efectos de las fluctuaciones del precio del arroz entre el periodo 2023 y 2025 en el comportamiento de compra y consumo de 30 hogares de estrato 1,2 y 3 en el Municipio de Villavicencio, Meta y Cáqueza Cundinamarca.

Laura Fernanda Gutiérrez Martínez ID 1084216

Laura Valentina Reina Guevara ID 810840

Especialización en Gerencia Social, Facultad de Ciencia Sociales y Humanas,
Corporación Universitaria Minuto de Dios

Opción de Grado

Villavicencio, Abril 30, 2026

INDICE

1. Agradecimientos	7
2. Resumen.....	8
3. Planteamiento del problema.....	9
3.1 Descripción del problema	9
3.2 Pregunta problema	11
4. Objetivos	12
4.1 General.....	12
4.2 Objetivos Específicos.....	12
6. Marco referencial	16
6.1 Marco de antecedentes.....	16
6.1.1. Antecedentes globales.....	16
6.1.2. Antecedentes nacionales:	17
6.1.3. Antecedentes departamentales (Meta y Cundinamarca)	21
6.1.4. Antecedentes locales (Villavicencio y Cáqueza)	22
6.2 Marco Conceptual	26
6.2.1 Variación	27
6.2.2 Comportamiento de compra.....	27
6.2.3 Hábitos de consumo	28
6.2.4 Hogares consumidores	29
6.2.5 Patrones de consumo alimentario	29
6.2.6 Sensibilidad al precio	30
6.2.7 Impacto socioeconómico	30

6.3. Marco teórico.....	31
6.4. Marco legal	39
7. Metodología	44
8. Tipo de investigación	46
9. Participantes – población	47
9.1. Población y muestra.....	48
9.1.2 Población objetivo:	48
9.1.3 Muestra:	48
9.1.4 Criterios de selección:.....	48
9.1.5 Muestreo:	48
9.2 Técnicas e instrumentos de recolección de información	48
9.2.1 Encuesta estructurada:	48
9.2.2 Revisión documental secundaria:	49
9.3 Instrumento	49
9.4. Procedimiento	50
9.5. Técnicas de análisis de la información	51
9.5.1 Cuantitativo:.....	51
9.5.2 Cualitativo:.....	51
9.2.3 Triangulación	51
10.1. Respuestas de la encuesta.	52
A. ¿En qué municipio se encuentra ubicado su hogar?	53
B. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	53
C. ¿Cuántas personas viven en su hogar?	55

D. ¿Cuál es el ingreso mensual aproximado de su hogar?	57
E. ¿Con qué frecuencia compra arroz en su hogar?	59
F. ¿Cuál es la cantidad promedio de arroz que compra por ocasión?	61
G. ¿Qué marcas de arroz suele comprar su hogar?	63
H. Durante 2023-2025, ¿Cómo percibe la variación de precios del arroz?	65
I. Cuando el precio del arroz aumenta, ¿Qué acción suele tomar?	67
J. El precio del arroz afecta la decisión de compra del hogar.	69
K. Los ingresos familiares influyen en la frecuencia de compra de arroz del hogar	71
L. El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio.	73
M. El hogar considera alternativas al arroz cuando su precio sube.	76
N. En comparación con años anteriores, ¿ha cambiado el consumo de arroz en su hogar? .	77
O. Si su consumo de arroz ha cambiado, indique la razón principal:	79
P. ¿Con qué frecuencia su hogar recurre a alimentos alternativos al arroz?	81
10.2 Análisis de información	83
10.2.1. Caracterizar los patrones de compra y consumo de arroz en 30 hogares de Villavicencio y 30 hogares de Cárquez durante el periodo 2023-2025	84
10.2.2. Determinar la relación entre las variaciones del precio del arroz en las decisiones de compra y hábitos de consumo de los hogares encuestados de los municipios de Villavicencio y Cárquez	85
10.2.3. Evaluar como influyen los ingresos, núcleo familiar, alternativas alimentarias, en las variaciones del precio del arroz en el comportamiento de compra y consumo de los hogares encuestados.	86
11. CONCLUSIÓN FINAL	87
Bibliografía	89

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. ¿En qué municipio se encuentra ubicado su hogar?	53
Ilustración 2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	54
Ilustración 3.¿Cuántas personas viven en su hogar?.....	56
Ilustración 4. Número de personas por hogar por municipio.....	57
Ilustración 5. Ingresos mensuales por municipio.....	59
Ilustración 6. ¿Con qué frecuencia compra arroz en su hogar?	60
Ilustración 7. Frecuencia de consumo de arroz por municipio.	61
Ilustración 8.¿Cuál es la cantidad promedio de arroz que compra por ocasión?	62
Ilustración 9. Cantidad de consumo de arroz por municipio	63
Ilustración 10. ¿Qué marcas de arroz suele comprar su hogar?.....	64
Ilustración 11. Preferencia de marca por municipio	65
Ilustración 12. Durante 2023-2025, ¿Cómo percibe la variación de precios del arroz?	66
Ilustración 13. Percepción de variación del precio del arroz por municipio	67
Ilustración 14. Cuando el precio del arroz aumenta, ¿Qué acción suele tomar?	68
Ilustración 15. Clasificación por municipio de acciones de los hogares antes el aumento del arroz	69
Ilustración 16. El precio del arroz afecta la decisión de compra del hogar.	70
Ilustración 17. Los ingresos familiares influyen en la frecuencia de compra de arroz del hogar.	72
Ilustración 18. Percepción de afectación del precio del arroz por municipio	73
Ilustración 19. El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio.	74
Ilustración 20. El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio por Municipio.....	75

Ilustración 21. El hogar considera alternativas al arroz cuando su precio sube	76
Ilustración 22. Alternativas antes aumento del precio del arroz por municipio.....	77
Ilustración 23. En comparación con años anteriores, ¿ha cambiado el consumo de arroz en su hogar?.....	78
Ilustración 24. Cambios en consumo de arroz por municipio	79
Ilustración 25. Si su consumo de arroz ha cambiado, indique la razón principal.....	80
Ilustración 26. Clasificación por municipio razón de cambio de consumo de arroz	81
Ilustración 27. ¿Con qué frecuencia su hogar recurre a alimentos alternativos al arroz?.....	82
Ilustración 28. Clasificación por municipio frecuencia que recurre a otro alimento.....	83

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Marco de Antecedentes	23
Tabla 2. Marco legal	42
Tabla 3. Estrato Socioeconomico por municipio	54

1. Agradecimientos

Agradezco profundamente a mi hija, a mi mamá y a mis hermanos, quienes siempre han estado presentes brindándome su apoyo incondicional. De igual manera, agradezco a mi pareja por su paciencia, comprensión y acompañamiento constante durante todo este proceso.

Laura Gutiérrez.

Agradezco a los docentes que hicieron parte de la construcción de esta investigación, por su orientación y aportes durante este proceso. De manera especial, agradezco a mi familia (papá, mamá, abuelita y hermana) por su acompañamiento, apoyo constante y por ser un pilar fundamental en este camino.

Este proceso nos permitió reconocer la importancia del esfuerzo, dedicación y el compromiso en la formación académica y profesional.

Laura Reina.

2.Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar los efectos de las fluctuaciones del precio del arroz durante el periodo 2023–2025 en el comportamiento de compra y consumo de los hogares de los municipios de Villavicencio (Meta) y Cárquez (Cundinamarca), específicamente en 30 hogares de estratos 1, 2 y 3 en cada territorio. El estudio se enmarca en un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, utilizando como instrumento principal una encuesta estructurada aplicada a 60 hogares, con el fin de recolectar información relacionada con hábitos de compra, frecuencia de consumo, cantidades adquiridas, ingresos y percepciones frente a la variación de precios.

Los resultados evidencian que el arroz continúa siendo un producto esencial en la canasta familiar, aunque su consumo y forma de adquisición presentan variaciones asociadas a factores como el nivel de ingresos, el tamaño del hogar y la percepción del incremento de precios. Asimismo, se identifican diferencias entre los municipios analizados, relacionadas con las condiciones socioeconómicas y las dinámicas de acceso al producto. En este sentido, el estudio permite comprender cómo los hogares ajustan sus decisiones de compra frente a cambios en el precio del arroz, aportando elementos relevantes para el análisis del consumo alimentario en contextos de variabilidad económica.

3.Planteamiento del problema

3.1 Descripción del problema

El arroz hace parte de uno de los principales productos de la canasta básica alimentaria y representa un cultivo importante para la soberanía alimentaria de Colombia. Su relevancia radica no solo en su aporte nutricional, sino que también juega un papel fundamental en la dinámica de consumo en los hogares. Sin embargo, durante el periodo 2023-2025, las variaciones en el precio comercial de este cereal han creado un panorama de incertidumbre que afecta de manera directa la capacidad de compra, el consumo y la calidad nutricional de los hogares colombianos.

De acuerdo con datos de la Federación Nacional de Arroceros (Federación Nacional de Arroceros, 2025), el precio promedio del arroz blanco en el comercio se encuentra en el eje central de las negociaciones entre los diferentes actores de la cadena productiva, debido a su impacto en el gasto de los hogares colombianos. En este sentido, se pronostica que una persona en el país consume en promedio 46 kg de arroz al año, y que el 53,45% del consumo total de cereales corresponde a este grano (Federación Nacional de Arroceros, 2025). Asimismo, un informe de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Asociación Nacional de Instituciones Financieras, 2025) determina que la caída en el precio del grano sin procesar no se ha cambiado en una disminución proporcional en el precio al consumidor, lo que implica que los hogares no han identificado completamente los beneficios de la reducción de costos a lo largo de la cadena.

Desde la perspectiva del consumidor, estas dinámicas de precio inciden de diferentes maneras. En primer lugar, afectan la capacidad de adquisición de un alimento esencial, ya que, cuando el precio del arroz aumenta, en los hogares colombianos especialmente de los ingresos 1,2,3, que son aquellos de menores ingresos, deben destinar una mayor cantidad de su presupuesto alimentario a este producto, lo cual reduce la disponibilidad de recursos para otros bienes y servicios necesarios. En segundo lugar, influyen en la frecuencia y cantidad de consumo, dado que los aumentos en el precio pueden llevar a las familias a disminuir las porciones o la regularidad del consumo, modificando así los patrones alimentarios que están previamente establecidos. (DANE, 2024) .

Por otra parte, estas variaciones pueden impactar la nutrición y la seguridad alimentaria, considerando que el arroz es un alimento de alto consumo. Ante cualquier barrera de acceso o cambio en su precio, se pueden generar variaciones en la cantidad de calorías y nutrientes que consumen las personas. Incluso, esta situación puede llevar a los consumidores a elegir productos de menor calidad, lo que podría afectar la calidad de vida de los consumidores.

En este sentido, la presente investigación tiene como propósito analizar los efectos de las fluctuaciones del precio del arroz entre el periodo 2023 y 2025 en el comportamiento de compra y consumo de 30 hogares en el Municipio de Villavicencio, Meta y Cáqueza Cundinamarca. En este sentido, se busca identificar si las variaciones en el precio inciden en los hábitos alimentarios de las familias pertenecientes a los estratos socioeconómicos 1,2 y 3.

3.2 Pregunta problema

¿Cómo han afectado las variaciones en el precio del arroz en el periodo 2023-2025 al comportamiento de compra y consumo de 30 hogares en el municipio de Villavicencio (Meta) y 30 hogares consumidores del municipio de Cáqueza (Cundinamarca)?

4. Objetivos

4.1 General

Analizar cómo las variaciones en el precio del arroz entre el periodo 2023 y 2025 han incidido en el comportamiento de compra y consumo de arroz en 30 hogares del municipio de Villavicencio (Meta) y 30 hogares del municipio de Cáqueza (Cundinamarca)

4.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar los patrones de compra y consumo de arroz en 30 hogares de Villavicencio y 30 hogares de Cáqueza durante el periodo 2023-2025
- Determinar la relación entre las variaciones del precio del arroz en las decisiones de compra y hábitos de consumo de los hogares encuestados de los municipios de Villavicencio y Cáqueza
- Evaluar como influyen los ingresos, núcleo familiar, alternativas alimentarias, en las variaciones del precio del arroz en el comportamiento de compra y consumo de los hogares encuestados.

5. Justificación

El arroz compone uno de los productos más importantes dentro de la dieta nutricional de los hogares colombianos, no solo por su valor nutritivo, sino que también por su accesibilidad y frecuencia de consumo. Según la (Federación Nacional de Arroceros, 2025), el consumo por persona de este cereal alcanza aproximadamente los 46 kilogramos anuales, lo que evidencia su papel fundamental en la seguridad alimentaria en Colombia.

Sin embargo, durante el periodo interpretado que el 2023 y 2025, las variaciones en el precio del arroz han propiciado un escenario de dudas en la parte económica para los hogares, especialmente en aquellos pertenecientes a estratos socioeconómicos de bajos a medios. De esta manera, el aumento continuo del precio exige a las familias a destinar una mayor parte de sus ingresos a la compra de este producto necesario y básico, lo que a su vez reduce la posibilidad de obtener otros productos importantes para una alimentación balanceada.

Asimismo, estas fluctuaciones de precio no solo afectan el nivel de consumo, sino que también la calidad del producto adquirido. En muchas ocasiones los hogares escogen productos más económicos, como, por ejemplo, arroces importados o de menor calidad, que no siempre cuentan con certificaciones adecuadas; esto impacta negativamente en el balance nutricional de los hogares colombianos. De este modo, el problema trasciende en factores económicos y se trasciende en un asunto de salud pública y bienestar social. (FAO O. d., 2022)

Por otro aspecto, es vital considerar que esta situación se ve relacionada por los efectos posteriores a la Pandemia de COVID-19, ya que dejó secuelas significativas en la economía de los hogares del país. En ese periodo muchas personas tuvieron pérdida de ingresos, desempleo y aumento en el costo de los productos, estos factores que aún impactan en la capacidad económica. En consecuencia, las variaciones actuales en el precio del arroz no se presentan de manera individual, sino que comprenden condiciones de vulnerabilidad previamente existentes. (CEPAL, 2021)

De acuerdo con este contexto, resulta importante analizar como las variaciones han incidido en el comportamiento de compra y consumo de arroz en hogares específicos, tomando como objeto de estudio 30 familias del municipio de Villavicencio, Meta y 30 familias del municipio de Cáqueza, Cundinamarca. Esta comparación permite entender las realidades desde lo cultural, geográfico y lo económico, de esta manera el análisis se vuelve más claro y los resultados se podrían aplicar en cualquier contexto.

Conforme a esta investigación, nos permitirá implementar estrategias que se ajusten a la necesidad de los hogares colombianos, frente a los cambios de precio, permitiendo así comprender la evidencia basada en la experiencia significativa. Esta información podrá contribuir al diseño de políticas públicas que están orientadas a garantizar el acceso a los productos básicos, especialmente en la población con una alta condición de vulnerabilidad.

Para concluir este proyecto de investigación se justifica por la importancia del arroz en la dieta nutricional del país, por la percepción de los hogares frente a las fluctuaciones en su precio y su gran impacto en la seguridad alimentaria y nutricional. De esta manera, se busca

aportar a la toma de decisiones en torno a esta problemática que afecta de manera cotidiana la calidad de vida de las familias colombianas.

6. Marco referencial

En este marco referencial se presenta los fundamentos teóricos, conceptuales y normativos que sustentan realizar la investigación sobre los efectos de las fluctuaciones del precio del arroz entre el periodo 2023 y 2025 en el comportamiento de compra y consumo de 30 hogares de estrato 1,2 y 3 en el Municipio de Villavicencio, Meta y Cárquez Cundinamarca. Se busca contextualizar la problemática y establecer los elementos que permiten comprender las causas, manifestaciones y efectos, facilitando así el análisis y la interpretación de los hallazgos obtenidos en el estudio.

6.1 Marco de antecedentes.

6.1.1. Antecedentes globales.

El arroz es uno de los principales alimentos básicos a nivel mundial y constituye un componente esencial de la seguridad alimentaria, especialmente en países en desarrollo. Su demanda se caracteriza por ser relativamente inelástica, lo que significa que el consumo tiende a mantenerse estable incluso ante variaciones de precio, especialmente en hogares de bajos ingresos, como lo menciona Vinelli (2025) y Henríquez et al. (2013) en estudios realizados en Perú y Ecuador, respectivamente.

Durante el periodo posterior a la pandemia por COVID-19, el mercado global del arroz experimentó fluctuaciones importantes en sus precios debido a interrupciones en las cadenas de

suministro, incremento en los costos logísticos y encarecimiento de insumos agrícolas (Balié, 2020). Estudios recientes, evidencian que, tras la pandemia, los precios del arroz presentaron periodos de ajuste y estabilización, reflejando la sensibilidad del producto a choques externos (Mubarak, 2024). Asimismo, investigaciones sobre canasta básica han demostrado que el aumento en los costos de combustibles y transporte impacta directamente el precio de alimentos como el arroz, afectando el poder adquisitivo de los hogares y modificando sus patrones de consumo (Alvear Guzmán, 2023).

En conclusión, en este contexto, el arroz se consolida como un producto estratégico cuyo precio y consumo están estrechamente relacionados a factores económicos globales, lo que permite comprender su comportamiento en contextos nacionales y locales.

6.1.2. Antecedentes nacionales:

Consumo de arroz en Colombia

En Colombia, el arroz es un alimento esencial presente en más del 98% de los hogares, lo que evidencia su importancia dentro de la dieta nacional (Federación Nacional de Arroceros (Fedearroz), 2024). El consumo per cápita ha mostrado una tendencia creciente en los últimos años, pasando de aproximadamente 41 kg hace cinco años a cerca de 46 kg en 2023–2024, lo que indica un aumento sostenido en la demanda (DANE & FEDEARROZ, 2024)

Este comportamiento sugiere que el arroz presenta una baja elasticidad-precio de la demanda, es decir, el consumo no disminuye significativamente frente a incrementos en el precio, lo cual es especialmente relevante en hogares de estratos 1, 2 y 3.

Producción y cadena del arroz.

La cadena productiva del arroz en Colombia comprende las etapas de siembra, producción, cosecha, transformación y distribución. Según el DANE (2024), en el año 2023 se registraron aproximadamente 589.848 hectáreas sembradas y más de 3,1 millones de toneladas producidas, evidenciando la importancia del sector en la economía agrícola nacional.

No obstante, el mismo estudio señala una reducción del 20,6% en el número de productores, lo que refleja dificultades estructurales en el sector, asociadas a altos costos de producción, baja rentabilidad y condiciones de mercado desfavorables (DANE & FEDEARROZ, 2024)

En este sentido, el aumento en costos de insumos (fertilizantes, combustibles) y la dependencia del transporte terrestre generan presiones constantes sobre el precio final del arroz.

Variación de precios del arroz (2020–2025)

El comportamiento del precio del arroz en Colombia ha estado marcado por alta volatilidad en los últimos años. Durante la pandemia (2020–2021), se evidenció un incremento en los precios de alimentos debido a restricciones logísticas y aumento en costos de producción (Banco de la República, 2021) (García-Giraldo, 2022). Posteriormente, entre 2022 y 2023, la

inflación alcanzó niveles superiores al 13%, afectando significativamente los precios de la canasta básica (El País, 2025).

Para el periodo 2023–2025, el comportamiento del mercado del arroz en Colombia evidencia una dinámica diferenciada entre el precio al consumidor y el precio al productor, lo que ha generado tensiones estructurales en la cadena de valor. Mientras el precio final para el consumidor se ha mantenido relativamente alto debido a factores como costos de transformación, comercialización y logística, el precio pagado al productor ha presentado una tendencia a la baja, afectando la rentabilidad del sector agrícola. Por ejemplo, el precio del arroz paddy verde pasó de aproximadamente \$230.000 por carga en 2022–2023 a cerca de \$185.000 en 2025, lo que representa una reducción cercana al 30% (Congreso de la República de Colombia. , 2025). Esta disminución se ha visto agravada por factores como la sobreoferta, el aumento de inventarios y la caída de precios internacionales, los cuales han presionado aún más el ingreso de los productores (Agronegocios , 2025).

Adicionalmente, informes recientes evidencian que durante 2024 y 2025 el precio al productor ha presentado caídas cercanas al 11,8%, mientras que los precios al consumidor no han disminuido en la misma proporción, lo que refleja una desarticulación en la cadena de comercialización del arroz (El País. , 2025). Esta situación pone en evidencia un desequilibrio en la distribución del valor dentro de la cadena productiva, donde los costos de intermediación, transformación y transporte limitan la transmisión de las reducciones de precio hacia el consumidor final, afectando tanto la sostenibilidad del productor como el acceso equitativo al alimento para el consumidor.

Impacto del COVID-19 en el consumo y precio del arroz

La pandemia del COVID-19 generó impactos significativos en el sector arrocero, afectando de manera diferenciada cada uno de los eslabones de su cadena productiva. En primer lugar, se presentó un aumento en los costos de producción, principalmente por el encarecimiento de insumos agrícolas importados y las restricciones en el comercio internacional (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020). A su vez, se incrementaron los costos logísticos debido a limitaciones en la movilidad y dificultades en el transporte y distribución de productos, lo que generó presiones adicionales sobre los precios de los alimentos. Paralelamente, se evidenció un aumento en la demanda de bienes básicos, como el arroz, dado que los hogares priorizaron productos de alta accesibilidad, larga duración y valor energético frente a la incertidumbre económica (Fedearroz, 2024). No obstante, a pesar de estas condiciones adversas, el consumo de arroz se mantuvo estable e incluso presentó incrementos, consolidándose como un alimento esencial en la dieta de los colombianos y presente en la mayoría de los hogares ((Fedearroz), 2024)

Impacto de los paros (arroceros y transportadores)

El sector arrocero colombiano ha enfrentado múltiples tensiones estructurales, evidenciadas en movilizaciones, uno de los más relevantes fue el paro arrocero de 2025, en el cual los productores denunciaron que los precios del arroz paddy verde no cubrían los costos de producción, en un contexto marcado por el incremento en insumos, transporte y mano de obra (Croper, 2025). Esta situación pone de manifiesto fallas en la formación de precios y una

desarticulación en la cadena de valor, donde el productor asume altos costos sin una remuneración proporcional.

De manera complementaria, los paros de transportadores han impactado significativamente la fase de distribución, generando bloqueos en vías estratégicas que afectan la movilidad de mercancías. Estos eventos han ocasionado incrementos temporales en los precios, desabastecimiento en algunas zonas urbanas y un aumento en los costos logísticos, debido a las dificultades en el transporte de productos básicos (El Tiempo, 2025).

En este sentido, dado que el arroz depende en gran medida del transporte terrestre para su comercialización, las interrupciones en la movilidad inciden directamente en su disponibilidad y en el precio final al consumidor, evidenciando la vulnerabilidad de la cadena de suministro frente a conflictos sociales y logísticos (Infobae, 2026)

6.1.3. Antecedentes departamentales (Meta y Cundinamarca)

El departamento del Meta se consolida como una de las principales regiones productoras de arroz en Colombia, especialmente dentro de la región de los Llanos Orientales, la cual concentra cerca de la mitad del área sembrada a nivel nacional (UPRA, 2025). En particular, el Meta participa con aproximadamente el 13%–14% de la producción nacional, con más de 86.000 hectáreas sembradas, lo que lo ubica entre los tres principales departamentos productores del país ((Fedearroz), 2024; ICA, 2024). Esta alta participación implica que las variaciones en el área sembrada, los rendimientos productivos y los costos de producción en esta región inciden

directamente en la oferta nacional de arroz, afectando tanto la disponibilidad como la estabilidad de los precios.

Por otro lado, departamentos como Cundinamarca, y específicamente municipios como Cáqueza, presentan una dinámica diferente, caracterizada por una mayor dependencia del abastecimiento externo, dado que no son zonas altamente productoras de arroz. En estos territorios, el suministro del producto depende en gran medida del transporte desde regiones productoras como el Meta o el Tolima (Hoyos Zuluaga, 2024), lo que incrementa la vulnerabilidad frente a factores logísticos, costos de transporte y eventos como bloqueos o interrupciones en la movilidad. En este sentido, cualquier alteración en la cadena de distribución puede traducirse rápidamente en aumentos de precios o desabastecimiento en los mercados locales (Cardona-Trujillo, 2024).

De esta manera, la relación entre regiones productoras, como el Meta, y regiones predominantemente consumidoras, como Cundinamarca, permite evidenciar cómo las fluctuaciones en la cadena productiva —desde la siembra hasta la distribución— generan impactos diferenciados en el territorio. Mientras que en las zonas productoras las variaciones afectan principalmente la rentabilidad agrícola, en las zonas consumidoras inciden directamente en el precio final y en el acceso al alimento, especialmente en hogares de menores ingresos. Esta interdependencia territorial es clave para comprender cómo las dinámicas del mercado del arroz se traducen en cambios en el comportamiento de consumo.

6.1.4. Antecedentes locales (Villavicencio y Cáqueza)

A nivel local, Villavicencio se configura como un importante centro de distribución y consumo de arroz, dada su cercanía con zonas productoras en el departamento del Meta, mientras que municipios como Cáqueza dependen en gran medida del abastecimiento externo, lo que los hace más vulnerables a variaciones en los costos de transporte, la logística y la disponibilidad del producto (Alcaldía de Villavicencio, s. f.) (Adarme Jaimes, 2014). En ambos contextos, los hogares de estratos 1, 2 y 3 presentan una mayor sensibilidad frente a cambios en el precio del arroz, debido a que destinan una proporción significativa de sus ingresos a la compra de alimentos básicos. En escenarios de incremento de precios, diversos estudios han evidenciado que los hogares tienden a ajustar sus patrones de consumo mediante estrategias como la reducción en las cantidades adquiridas, la sustitución por productos más económicos o la priorización de alimentos esenciales dentro de la canasta familiar (Cortés, Desarrollo y Sociedad, 2010).

No obstante, dado que el arroz es un bien de primera necesidad, su consumo no desaparece, sino que se adapta a las condiciones económicas del hogar, manteniéndose relativamente estable, aunque con cambios en la frecuencia, cantidad o forma de compra (Saavedra, 2024). Este comportamiento refleja la naturaleza inelástica del producto y evidencia cómo las fluctuaciones de precios inciden directamente en las decisiones de consumo de los hogares, constituyéndose en un elemento central para el análisis del presente estudio.

A continuación, relacionamos una matriz resumen del marco de antecedentes, a nivel global, nacional, departamental y local.

Tabla 1. Marco de Antecedentes

MARCO DE ANTECEDENTES				
Nivel	Categoría	Hallazgos clave	Relación con la investigación	Fuentes
Global	Consumo y precio del arroz	Demanda inelástica: el consumo se mantiene estable incluso con cambios en precios, especialmente en hogares de bajos ingresos	Justifica analizar comportamiento de consumo ante variaciones de precio	Vinelli (2025); Henríquez et al. (2013)
Global	Impacto post-COVID	Aumento de precios por interrupciones logísticas, encarecimiento de insumos y transporte	Explica origen de fluctuaciones recientes en precios	Balié & Valera (2020); Goeb et al. (2021); Mubarak et al. (2024)
Global	Costos logísticos	Incremento en combustibles y transporte impacta precios de alimentos básicos	Relaciona costos externos con precio del arroz	Alvear et al. (2023)
Nacional	Consumo	Presente en más del 98% de hogares; consumo per cápita pasó de 41 kg a 46 kg	Evidencia alta dependencia y baja elasticidad del arroz	Fedearroz (2024)

Nacional	Producción	589.848 hectáreas sembradas y más de 3,1 millones de toneladas producidas en 2023	Muestra importancia económica y base de la oferta	DAN E (2024)
Nacional	Estructura productiva	Reducción del 20,6% en productores; altos costos de insumos y transporte	Explica problemas estructurales del sector	DAN E & Fedearroz (2024)
Nacional	Variación de precios	Alta volatilidad: aumento en pandemia, inflación >13% en 2022–2023	Contextualiza fluctuaciones de precios recientes	Banco de la República (2021); El País (2024)
Nacional	Desarticulación de precios	Precio al productor ↓ (~30%) mientras precio al consumidor se mantiene alto	Evidencia fallas en la cadena de valor	Congreso (2025); Agronegocios (2025); El País (2025)
Nacional	COVID-19	Aumento en costos y demanda; consumo se mantiene o crece	Refuerza carácter esencial del arroz	Martín et al. (2020); Fedearroz (2024)
Nacional	Paros (arroceros y transporte)	Afectación en precios, distribución y abastecimiento	Muestra vulnerabilidad de la cadena logística	Cropper (2025); El Tiempo (2025); Infobae (2026)

Departamental	Producción (Meta)	Meta aporta 13%– 14% de la producción nacional	Región clave en la oferta nacional	UPR A (2025); DANE & Fedearroz (2023)
Departamental	Consumo (Cundinamarca)	Depende ncia del abastecimiento externo	Mayor vulnerabilidad a costos logísticos	ICA (2024)
Departamental	Relación territorial	Producto res vs consumidores: impacto diferenciado en precio y acceso	Explica desigualdad territorial en efectos del precio	Análi sis propio con soporte institucional
Local	Dinámica territorial	Villavice ncio: centro de distribución; Cáqueza: dependencia externa	Diferenci as en acceso y formación de precios	Alcal día de Villavicencio (2024); Adarme et al. (2014)
Local	Comporta miento del consumidor	Ajustes ante precios: reducción, sustitución o priorización	Núcleo de la investigación (conducta de hogares)	Corté s & Pérez (2010)
Local	Consumo	Consumo se mantiene, pero cambia forma de compra	Confirm a inelasticidad del arroz	Saave dra (2024)

6.2 Marco Conceptual

En este marco conceptual podemos encontrar conceptos fundamentales que sustentan la presente investigación, los cuales resultan esenciales para interpretar los comportamientos relacionados a las acciones analizadas. En este sentido, encontramos conceptos que nos permiten definir y articular categorías claves, estableciendo una base teoría sólida que permite comprender con mayor claridad el objeto del estudio. Asimismo, este marco orienta de manera precisa la interpretación de los hallazgos obtenidos para la investigación.

6.2.1 Variación

La Variación del precio del arroz hace referencia a los cambios que va experimentando el valor del producto en el mercado, donde es influenciado por factores como la demanda, la oferta, los costos de producción, las condiciones climáticas, las políticas agrícolas y los movimientos del comercio internacional (FAO F. a., 2023).

Asimismo, estas fluctuaciones pueden generar impactos significativos en la economía de los hogares colombianos, principalmente en aquellos de menores ingresos, ya que el arroz constituye un alimento básico dentro de la canasta familiar. En este contexto, el incremento en su precio puede minimizar la capacidad adquisitiva, exigiendo a las familias modificar sus hábitos de consumo.

6.2.2 Comportamiento de compra

Es definido como un conjunto de decisiones, procesos y actitudes mediante los cuales los consumidores seleccionan, usan, adquieren y disponen de productos y servicios para satisfacer sus necesidades básicas. (Kotler & Keller, 2016) .En este caso, el comportamiento de compra del arroz está determinado por factores económicos como: el ingreso del hogar y el precio del producto; sociales como: las costumbres de las diferentes familias y las recomendaciones de otros consumidores; y psicológicos como: las percepciones de calidad, marca o procedencia.

Así, la variación del precio del arroz puede modificarse significativamente, llevando a los hogares cambien la cantidad de compra, la frecuencia en que lo adquieren e incluso la preferencia por las distintas marcas y tipos de arroz de menor costo. (López, 2021)

6.2.3 Hábitos de consumo

Por otro lado, los hábitos de consumo nos dan a entender las distintas rutinas y patrones que se establecen para guiar la elección y el uso de determinados bienes y servicios por parte de los consumidores. (INEGI, 2020) .Es por esto, que, en relación con este producto, (el arroz) los hábitos de consumo se vinculan directamente con la frecuencia en que es consumido, se prepara y se utiliza en la alimentación cotidiana. Estos hábitos, aunque suelen ser relativamente estables, pueden verse un poco alterados en ocasiones por factores externos, como variaciones en el precio y cambios en los ingresos familiares, lo que conlleva a ajustar una sustitución de alimentos (FAO F. a., 2023)

6.2.4 Hogares consumidores

Son la unidad básica en los análisis de estudio sobre consumo, teniendo en cuenta que estos agrupan personas que comparten un mismo espacio de vivienda y gestionan grupalmente sus recursos para satisfacer sus necesidades básicas (DANE, 2022). En este contexto de la variación del precio del arroz, los hogares consumidores responden de manera heterogénea, depende del nivel socioeconómico, tamaño familiar, ubicación geográfica y nivel de educación que tengan cada uno de los usuarios.

Es por ello, que los hogares con menor ingreso económico suelen ser los más afectados por los aumentos de precios, ya que ellos destinan una proporción de su presupuesto a la compra de alimentos básicos para poder satisfacerse. (FAO F. a., 2023)

6.2.5 Patrones de consumo alimentario

Son aquellos que describen una estructura y una composición del conjunto de alimentos que consume una población o una familia en cierto periodo determinado; estos patrones llegan a reflejar las tradiciones culturales y regionales como las condiciones económicas y de disponibilidad que tengan de ciertos productos. (FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013)

Por esto, el incremento en el valor del arroz puede alterar dichos patrones, provocando una disminución en su consumo o una sustitución o en tal caso, la eliminación en el hogar para

ser reemplazados por otros alimentos con menor costo, lo que a su vez puede afectar la calidad nutricional de la dieta (FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2023)

6.2.6 Sensibilidad al precio

Nos da referencia a un grado en que los consumidores modifican su comportamiento de compra frente a variaciones en los precios de cada producto. Es por ello, que tener una alta sensibilidad podría implicar que pequeños cambios en el valor generan fuertes alteraciones en la cantidad demandada. En el caso del arroz, la sensibilidad al precio depende del nivel en que sea necesitado el producto dentro de la alimentación y de la disponibilidad de sustituirlo. Teniendo en cuenta, que el arroz es un alimento de primordial necesidad, su demanda tiende a ser inelástica, es decir, grande; sin embargo, en contextos de crisis económica o aumentos de precios, los consumidores pueden ajustar el consumo de este (Pérez, 2022)

6.2.7 Impacto socioeconómico

Es el que comprende los efectos que traen los cambios económicos, como la variación de precios, las condiciones de vida, el bienestar y la dinámica económica de una comunidad en general (Banco Mundial, 2023). Así, las alteraciones en el valor del arroz pueden tener consecuencias significativas a nivel macro y microeconómico: desde la inflación en el sector alimentario hasta la reducción del poder adquisitivo de los hogares y el aumento de la vulnerabilidad alimentaria en cada hogar.

En conclusión, la variación del precio del arroz influye directamente en el comportamiento de compra y en los hábitos que se tengan al momento del consumo en los hogares consumidores, donde se modifiquen los patrones de consumo alimentario. Estos cambios, a su vez, generan un impacto socioeconómico que puede reflejarse en el bienestar de las familias, la seguridad alimentaria y la estabilidad económica nacional. Por ello, es de suma importancia estar informados sobre las actividades económicas que varían en nuestro país, ya que esto nos trae consecuencias a toda una comunidad.

6.3. Marco teórico.

Como ya se ha mencionado, el arroz es un alimento básico en la dieta colombiana, es por ello que consideramos que las variaciones de precio tienen un impacto directo en los hogares. Entre 2023 y 2025, los precios han mostrado fluctuaciones significativas debido a factores como bloqueos de vías, paros gremiales y negociaciones con el Gobierno. Por ejemplo, en septiembre de 2025 el precio del arroz de primera en Meta alcanzó COP 3.770/kg (Fedearroz, 2025), mientras que en mercados mayoristas se reportaron valores cercanos a COP 3.400/kg tras los paros del sector (Muñoz Medina, 2025). Como ya se ha reiterado, estas variaciones, nos permiten identificar las tensiones estructurales en la cadena de producción y distribución, sin embargo, es necesario ampliar desde un concepto teórico los posibles impactos de las alzas del precio del arroz en el comportamiento de consumo, por ello procedemos a abordar teorías económicas aplicadas:

A. Ley de la demanda y elasticidad-precio

La ley de la demanda establece que, manteniéndose constantes las demás variables, existe una relación inversa entre el precio de un bien y la cantidad demandada, es decir que si se presenta un aumento en el precio genera una disminución en la cantidad demandada y, de forma inversa, una reducción en el precio incrementa el consumo (Hernández Pérez, 2014). Este principio permite explicar el comportamiento general de los consumidores frente a cambios en los precios en muchos productos.

No obstante, esta relación no se manifiesta con la misma intensidad en todos los bienes, ya que depende del grado de elasticidad de la demanda, la cual mide la sensibilidad del consumo ante variaciones en el precio; en este sentido, se considera que un bien es inelástico cuando los cambios en el precio generan variaciones proporcionalmente menores en la cantidad demandada (Hernández Pérez, 2014).

En el caso de los alimentos básicos, como el arroz, la evidencia empírica muestra que su demanda tiende a ser relativamente inelástica, debido a que son productos esenciales dentro de la dieta y cuentan con pocos sustitutos cercanos en el consumo cotidiano como ya se mencionó en estudios como los de Vinelli (2025) y Henríquez et al. (2013). Esto implica que, incluso ante incrementos en el precio, los hogares continúan adquiriéndolos, reduciendo en menor proporción la cantidad consumida.

Particularmente en Colombia, esta característica se acentúa en los hogares de menores ingresos (estratos 1, 2 y 3), donde el arroz representa un componente fundamental de la canasta básica (Fedearroz, 2025). En estos contextos, los consumidores no eliminan el consumo del producto, sino que ajustan sus patrones mediante estrategias como la reducción en la calidad, la

disminución en la frecuencia de compra o la sustitución parcial por otros alimentos de menor costo. Este comportamiento refleja que, más que desaparecer, el consumo se adapta a las condiciones económicas del hogar.

En consecuencia, si bien el arroz responde a la ley de la demanda, lo hace de manera limitada, lo que confirma su naturaleza de bien necesario. Esta condición es clave para el desarrollo de la presente investigación, ya que permite plantearnos como hipótesis, qué las fluctuaciones en el precio no generan una reducción proporcional en su consumo, sino transformaciones en la forma en que los hogares adquieren y utilizan este alimento.

B. Restricción presupuestal

Los hogares enfrentan una restricción presupuestal, entendida como el límite de ingresos disponibles para cubrir sus necesidades de consumo. En este sentido, cuando el precio del arroz aumenta, los hogares deben destinar una mayor proporción de su ingreso a la compra de este producto, lo que reduce su capacidad de adquirir otros bienes o servicios dentro de la canasta familiar (Mercado Mejía, 2022). Este fenómeno es consistente con la teoría del consumidor, la cual señala que, ante cambios en precios, los hogares reorganizan su gasto para maximizar su bienestar bajo condiciones de ingreso limitado.

En el caso de alimentos básicos, esta restricción se vuelve más evidente, ya que representan una proporción significativa del gasto total de los hogares, especialmente en aquellos de menores ingresos. Estudios sobre consumo en Colombia evidencian que el gasto en alimentos mantiene una alta participación dentro del presupuesto familiar, lo que implica que cualquier

variación en los precios tiene efectos directos sobre las decisiones de consumo (Cortés, Economía., 2010).

A manera de conclusión, este ajuste no se traduce necesariamente en la eliminación del consumo de arroz, sino en la modificación de los patrones de compra y consumo. Por ejemplo, los hogares pueden optar por adquirir marcas más económicas, comprar en presentaciones más pequeñas o aprovechar promociones y descuentos para optimizar su presupuesto. Asimismo, pueden cambiar el canal de compra, y dejar de comprar en supermercados, y recurrir a tiendas de barrio o mercados locales donde los precios pueden ser más accesibles.

Adicionalmente, como teoría, se pueden presentar estrategias de sustitución parcial, en las cuales los hogares combinan el consumo de arroz con otros alimentos de menor costo como la papa, la pasta o el plátano, con el fin de mantener el nivel de saciedad y cubrir sus necesidades energéticas. Este comportamiento está directamente relacionado con el concepto de elasticidad-precio de la demanda, según el cual, en bienes inelásticos, el consumo no desaparece, pero sí se ajusta en menor proporción frente a cambios en el precio (ESAN, 2025).

En este sentido, investigaciones sobre alimentos básicos en América Latina, como las de Vinelli (2025), Henríquez et al. (2013) han demostrado que, incluso cuando el precio del arroz aumenta, la reducción en su consumo es limitada, debido a su carácter esencial dentro de la dieta, lo que obliga a los hogares a realizar ajustes en otros rubros del gasto en lugar de eliminar completamente su consumo.

Teniendo en cuenta lo anterior, se concluye que la restricción presupuestal no implica una disminución directa del consumo de arroz, sino una reorganización del gasto familiar, en la cual

los hogares priorizan este alimento y modifican su conducta de compra para continuar accediendo a él. Este comportamiento resulta clave para la presente investigación, ya que nos permite comprender cómo las fluctuaciones en el precio del arroz impactan no solo la cantidad consumida, sino también la forma en que los hogares lo adquieren y lo integran en su dieta diaria.

C. Hábitos culturales y factores psicosociales

El consumo de arroz en Colombia trasciende una decisión económica y se configura como un comportamiento profundamente arraigado en la cultura alimentaria del país. Diversas fuentes evidencian que más del 98% de los hogares colombianos consumen arroz de manera habitual, lo que confirma su carácter universal dentro de la dieta nacional ((Fedearroz), 2024). Esta alta penetración no solo responde a factores de disponibilidad o precio, sino también a prácticas culturales, tradiciones culinarias y hábitos aprendidos que se transmiten intergeneracionalmente.

Desde una perspectiva psicosocial, el arroz no es percibido únicamente como un alimento, sino como un elemento central en la construcción de la comida diaria (Rojas, 2024). En muchos hogares, la ausencia de arroz en el plato puede interpretarse como una comida incompleta, lo que refuerza su valor simbólico dentro de la alimentación cotidiana. Este tipo de representaciones sociales influye directamente en las decisiones de consumo, generando una preferencia sostenida incluso en escenarios de variación de precios.

Asimismo, estudios sectoriales destacan que el arroz “se ha consolidado como un pilar fundamental de la dieta diaria” en Colombia ((Fedearroz), 2024), lo cual reafirma su rol dentro de la seguridad alimentaria y su estabilidad en los patrones de consumo. En términos prácticos, esto implica que los hogares priorizan su compra dentro del presupuesto familiar, incluso cuando enfrentan restricciones económicas.

En este contexto, los factores culturales y psicosociales actúan como elementos que refuerzan la ya mencionada inelasticidad de la demanda del arroz (Vinelli Ruiz, 2025). A diferencia de otros productos, cuya reducción de consumo puede ser más evidente ante incrementos de precio, el arroz mantiene una presencia constante en la dieta, lo que obliga a los hogares a realizar ajustes en otros componentes de la canasta básica. Estos ajustes pueden incluir la disminución en el consumo de proteínas, la sustitución de otros alimentos o la reorganización del gasto, pero rara vez implican la eliminación del arroz.

Adicionalmente, el consumo frecuente —con promedios cercanos a 5 libras semanales por hogar consumidor— evidencia que este alimento no solo es culturalmente relevante, sino también estructural dentro de la alimentación diaria (Federación Nacional de Arroceros, 2025). Este patrón refuerza la idea de que el arroz cumple una función dual: nutricional y cultural, lo que explica su resistencia frente a cambios en el entorno económico.

En conclusión, los hábitos culturales y los factores psicosociales permiten comprender que el comportamiento de consumo del arroz no puede explicarse únicamente desde variables económicas. Por el contrario, su permanencia en la dieta responde a una combinación de tradición, costumbre y percepción de necesidad, lo cual es fundamental para analizar cómo las

fluctuaciones en el precio impactan, no tanto la existencia del consumo, sino la forma en que este se adapta dentro de los hogares.

D. Heterogeneidad regional

El consumo per cápita de arroz en Colombia presenta diferencias significativas entre zonas rurales y urbanas, evidenciando patrones de consumo diferenciados según el contexto territorial. En las zonas rurales, el consumo alcanza aproximadamente 52,3 kg por persona al año, mientras que en las áreas urbanas se sitúa alrededor de 40 kg, lo que refleja una brecha de más de 12 kg anuales (Fedearroz, 2025). Esta diferencia no solo responde a factores de disponibilidad, sino también a condiciones socioeconómicas y culturales, donde el arroz cumple un papel más central en la dieta rural como fuente principal de energía y saciedad.

En este sentido, los hogares rurales presentan una mayor dependencia del arroz dentro de su estructura alimentaria, lo que incrementa su sensibilidad frente a variaciones en el precio (Agronet, 2022). Dado que este producto representa una proporción más alta de su consumo total de alimentos, cualquier incremento en su costo tiene un impacto directo sobre su seguridad alimentaria, obligando a realizar ajustes más significativos en otros componentes de la dieta o en el gasto del hogar (Agronet, 2022). Esta situación es consistente con enfoques de economía del consumo, que señalan que los hogares con menor diversificación alimentaria son más vulnerables a choques de precios en bienes básicos.

Por otro lado, en las zonas urbanas, aunque el arroz sigue siendo un alimento fundamental, existe una mayor diversidad de opciones alimentarias, lo que permite cierto grado

de sustitución o ajuste en la dieta. Sin embargo, esta capacidad de adaptación también está condicionada por el nivel de ingreso, siendo los hogares de estratos bajos los que enfrentan mayores limitaciones para sustituir el consumo del arroz (Cortés, Economía., 2010)

A nivel territorial, estas dinámicas adquieren particular relevancia al analizar casos específicos como Villavicencio y Cáqueza. En el caso de Villavicencio, su ubicación estratégica en el departamento del Meta —una de las principales zonas productoras de arroz del país— genera una relación más directa con los mercados mayoristas regionales (UPRA, 2025). Esto significa que los precios pueden llegar a estar más influenciados por factores como la producción local, la oferta inmediata y las condiciones del mercado agrícola regional.

En contraste, el municipio de Cáqueza presenta una dinámica distinta, caracterizada por una alta dependencia del abastecimiento externo, principalmente desde centros de distribución como Bogotá. Esta condición incrementa la exposición a factores logísticos como costos de transporte, intermediación y fluctuaciones en la cadena de suministro. En consecuencia, los precios en estos territorios pueden ser más volátiles y menos vinculados a la producción directa, lo que también influye en las decisiones de consumo de los hogares (Ramírez Cañón, 2025).

En conjunto, estas diferencias evidencian que el comportamiento de consumo del arroz no solo está determinado por variables económicas generales, sino también por factores territoriales que inciden en la disponibilidad, el precio y las alternativas de sustitución. Este análisis resulta fundamental para comprender cómo las fluctuaciones del precio del arroz impactan de manera diferenciada a los hogares según su ubicación geográfica y condiciones socioeconómicas.

6.4. Marco legal

En el contexto de esta investigación, nos permitimos dar a conocer el marco legal que permite contextualizar las causas estructurales de la variación del precio del arroz: desde regulación internacional de alimentos, tratados que afectan comercio agrícola, normas nacionales de importación/exportación e inocuidad, hasta mecanismos específicos de producción agropecuaria que pueden incidir en la oferta local. Esta regulación condiciona la disponibilidad, precio y calidad del arroz y, por tanto, consideramos, impacta directa o indirectamente en el comportamiento de consumo de los hogares.

En el plano **internacional**, los países que participan en el comercio agroalimentario deben cumplir con normas globales de inocuidad y calidad de los alimentos, establecidas por la Codex Alimentarius Commission, organismo creado por la FAO y la OMS. Estas normas buscan proteger la salud de los consumidores y garantizar prácticas justas en el comercio internacional de alimentos, además se usan como referencia para la elaboración de legislación nacional y para la resolución de controversias comerciales en el marco de la Organización Mundial del Comercio (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s. f.)

Adicionalmente, los Tratados de Libre Comercio (TLC) establecen condiciones para el intercambio de bienes, como la reducción o eliminación de aranceles, la implementación de contingentes y el cumplimiento de reglas de origen, lo que facilita el acceso a mercados internacionales. En el caso de Colombia, el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos ha permitido el ingreso de productos con menores barreras arancelarias, así como la apertura de

mercados para productos agrícolas; sin embargo, también ha generado efectos en el mercado interno, como mayor competencia con productos importados y presiones sobre los precios nacionales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s. f.).

En particular, para productos como el arroz, estos acuerdos contemplan mecanismos como contingentes arancelarios y desgravaciones progresivas, lo que implica que, en el mediano y largo plazo, el ingreso de productos importados puede influir en la oferta nacional y en la formación de precios internos, afectando a los productores, y a través de este estudio evaluaremos si también a los consumidores.

Ahora, con relación a la normativa **nacional**, Colombia cuenta con un conjunto de normas que regulan tanto el comercio de bienes, es decir la importación y exportación, como la salud pública y la inocuidad de los alimentos. Entre estas se destacan el Decreto 2478 de 2018, que regula los procedimientos sanitarios para la importación y exportación de alimentos, materias primas e ingredientes destinados al consumo humano (Ministerio de Salud y Protección Social, 2014). Así mismo, el Decreto 539 de 2014 establece un reglamento técnico fundamental para el control sanitario en la importación y exportación de alimentos en Colombia, definiendo los requisitos que deben cumplir tanto los importadores como los exportadores de alimentos, materias primas e insumos destinados al consumo humano. Su objetivo principal es garantizar la inocuidad, calidad y seguridad de los productos alimenticios, mediante la implementación de procesos de inspección, vigilancia y control en los puntos de ingreso y salida del país, con el fin de proteger la salud pública y prevenir riesgos asociados al consumo de alimentos (Ministerio de Salud y Protección Social, 2014).

En este marco, la normativa exige que los productos importados cuenten con el visto bueno del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), y con certificados sanitarios del país de origen que garanticen su aptitud para el consumo humano. De igual manera, el INVIMA, establece procedimientos para la habilitación de fábricas en el exterior, asegurando que cumplan con estándares sanitarios equivalentes a los exigidos en Colombia. Esto no solo fortalecen el control sobre la calidad de los alimentos, sino que también impacta en la dinámica del comercio, los costos de importación y la disponibilidad de productos en el mercado nacional, lo cual puede repercutir en la formación de precios y en el acceso de los consumidores a bienes básicos (Ministerio de Salud y Protección Social, 2014)

En el ámbito aduanero y del comercio exterior, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) regula el régimen aduanero según a la Ley 1609 de 2013 y decretos que la componen, la cual establece las reglas para las importaciones y exportaciones de productos agrícolas y alimentarios (Congreso de la República de Colombia, 2013).

Específicamente, para el sector agropecuario, la Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) a través de la Resolución 824 de 2022 actualiza los requisitos para la producción, exportación de vegetales frescos y la inscripción de lugares de producción con fines de exportación, lo que genera un impacto en los volúmenes de producción, los destinos de exportación y por ende la oferta doméstica (ICA, 2022).

Finalmente, a nivel de los tratados comerciales bilaterales, el TLC con EE.UU. deja en evidencia, como el acceso preferencial al mercado externo puede modificar la dinámica de precios internos al incentivar exportaciones o influir en la oferta interna de productos agrícolas,

lo que indirectamente repercute en la formación del precio de bienes como el arroz (Analdex, 2025).

A continuación, relacionamos una tabla resumen correspondiente al marco legal

Tabla 2. Marco legal

MARCO LEGAL				
Nivel	Norma / Instrumento	Entidad	Contenido clave	Inciden- cia en el precio y consumo del arroz
Internacio- nal	Codex Alimentarius	FAO / OMS	Establece normas globales de inocuidad y calidad de alimentos para proteger la salud del consumidor y regular el comercio internacional	Define estándares que influyen en costos de producción, importación y calidad del arroz
Internacio- nal	TLC Colombia – EE.UU.	Ministe- rio de Comercio	Eliminación de aranceles, contingentes y reglas de origen para facilitar el comercio agrícola	Increme- nta competencia con productos importados, afectando precios internos y oferta
Nacional	Decreto 539 de 2014	Ministe- rio de Salud	Regula requisitos sanitarios para importación/exportación de alimentos, incluyendo control,	Aument a costos regulatorios y tiempos de importación, incidiendo en el

			inspección y certificación sanitaria.	precio final
Nacional	Decreto 2478 de 2018	Ministerio de Salud	Define procedimientos sanitarios para comercio de alimentos	Regula entrada de productos y afecta disponibilidad en el mercado
Nacional	Régimen Aduanero (Ley 1609 de 2013)	DIAN	Establece normas para importaciones y exportaciones en Colombia	Impacta costos logísticos, arancelarios y flujo de productos
Nacional	Resolución 824 de 2022	ICA	Regula registro de productores, exportadores y control fitosanitario en producción agrícola	Incide en volúmenes de producción, calidad y oferta nacional
Nacional	INVIMA (control sanitario)	INVIMA	Exige registros sanitarios, certificados de origen y control de alimentos importados	Afecta costos de importación, disponibilidad y precios
1 Comercial	Acuerdos comerciales internacionales	Gobierno de Colombia	Establecen condiciones de acceso a mercados y competencia internacional	Influyen en oferta, precios internos y estabilidad del mercado del arroz

7. Metodología

La presente investigación tiene como propósito orientar la comprensión del impacto de las fluctuaciones del precio del arroz en el periodo 2023-2025 que inciden en el comportamiento de compra y consumo de 30 hogares en el municipio de Villavicencio (Meta) y Cáqueza (Cundinamarca). Para abordar la problemática desde una mirada más profunda, se acogió un enfoque mixto, que define “un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos”. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 50). Su objetivo es hacer una mayor reflexión frente a los acontecimientos sociales de menor estudio, en este enfoque se hace recaudación y un diagnóstico de datos, mezclando los enfoques cualitativo y mixto para así llevar a cabo la investigación.

De acuerdo con lo anterior, el enfoque cuantitativo vincula métodos matemáticos y conteos numéricos, en la cual se define los objetivos y preguntas de la investigación, se hace una revisión de la literatura y se elabora una perspectiva teórica y se visualiza el alcance del estudio, a partir de allí las cuestiones se establecen en la hipótesis y se concretan las variables, en el cual se hace un diseño que es la hoja de ruta a seguir, en estas variables se pueden encontrar contextos en específico como lo es el lugar y el tiempo, utilizando así métodos estadísticos, se recoge y analiza los datos llegando así a recoger la conclusión de la hipótesis (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018). Un ejemplo de ello “Determinar la prevalencia de una enfermedad (número de individuos que la padecen en un periodo y zona geográfica) y sus causas” (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 46)

Sin embargo el enfoque cualitativo es importante porque en la investigación cualitativa se produce preguntas durante todas las etapas del proceso, a su vez es importante verificar la posibilidad del estudio, ya que en esta se comprenden fenómenos desde el punto de vista de quienes los viven; el investigador se plantea un problema de aquí se desprende la lógica y el razonamiento el cual nos permite ir a lo general desde una teoría es decir que se da desde interpretaciones, sin embargo en el momento de recolección de datos y su análisis o resultado se da por medio de diagramas, mapas, lo que hace más fácil la interpretación profunda de la realidad estudiada. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018).

Cada uno de estos enfoques conduce a la investigación a la obtención de resultados haciendo aportes a la sociedad y a través de sus investigaciones se da una solución a los problemas presentados, se tiene en cuenta diversas fuentes como: libros, artículos científicos y periódicos, información de internet, entre otros. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018)

Su método u objeto de estudio depende de las intervenciones o actuaciones del indagador, el tipo de datos esta entre la recolección y análisis; generalmente esto se indica en los manuales, en estos se definen las técnicas y acciones del investigador, desarrollando así las competencias, objetivos, perspectivas, plan y su procedimiento cuando se vaya a hacer la intervención (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018).

De acuerdo con lo anteriormente mencionando, la presente investigación busca identificar de manera estadística, el impacto de las variaciones del precio del arroz en el periodo 2023-2025 que inciden en el comportamiento de compra y consumo de 30 hogares en el municipio de Villavicencio (Meta) y 30 hogares del municipio de Cáqueza (Cundinamarca). Con

este fin, la aplicación de encuestas estructuradas y la revisión documental secundaria, con el objetivo de obtener información confiable y verificable.

8. Tipo de investigación

El tipo de investigación será explicativo, ya que no solo se pretende describir los patrones de compra y consumo de arroz, sino determinar las posibles causas de los cambios en esos patrones en función de las variaciones en el precio, y cómo los factores contextuales como, los ingresos, el tamaño de la familia y las alternativas alimentarias, impactan en ese efecto. Este tipo explicativo permite establecer relaciones de causa–efecto y va más allá de lo descriptivo o correlacional. (George, A. L & Merkus, J., 2021).

9. Participantes – población

La investigación se llevará a cabo en el municipio de Villavicencio (Meta) y Cáqueza (Cundinamarca), su delimitación se presenta en las dinámicas socioeconómicas diversas, especialmente relacionados con el acceso a bienes de la canasta familiar como el arroz. La muestra será de 30 hogares en cada uno de los municipios, seleccionados de los estratos 1,2 y 3, los cuales representan poblaciones con niveles altos de vulnerabilidad frente a las variaciones en los precios del producto.

La unidad de análisis estará representada por los hogares participantes, entendidos como espacios donde se reflejan las decisiones sobre el consumo que refleja no solo condiciones económicas, prácticas culturales, hábitos alimentarios y alternativas de adaptación frente a los cambios que hay en el entorno. Desde esta mirada, el estudio busca analizar como las familias reorganizan su consumo ante el incremento en el precio del arroz, siendo este un producto esencial en vida cotidiana. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018)

De esta manera, este proyecto destaca la importancia de los datos estadísticos, ya que reflejan realidades sociales que influyen en la capacidad de los hogares para afrontar situaciones económicas adversas. En este sentido, analizar el impacto de las fluctuaciones en el precio del arroz, permite visibilizar las dificultades que enfrentan los hogares de ingresos bajos y generar conocimiento para la formación de políticas públicas que estén orientadas a la equidad y seguridad pública. (Banco Mundial, 2023); (FAO, 2023)

9.1. Población y muestra

9.1.2 Población objetivo: 30 hogares consumidores de arroz en los municipios de Villavicencio (Meta) y Cáqueza (Cundinamarca).

9.1.3 Muestra: 30 hogares en Villavicencio (Meta) y 30 hogares en Cáqueza (Cundinamarca).

9.1.4 Criterios de selección:

1. Residencia permanente en el municipio correspondiente.
2. Hogar que haya comprado y consumido arroz de forma habitual durante el periodo 2023-2025.
3. Disponibilidad para participar en la investigación.

9.1.5 Muestreo: Debido a las condiciones prácticas y de alcance del estudio, se empleará un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando hogares que cumplan con los criterios establecidos en cada municipio.

9.2 Técnicas e instrumentos de recolección de información

9.2.1 Encuesta estructurada: aplicada a los 30 hogares, con preguntas cerradas y escalas de Likert para medir variables tales como: frecuencia de compra de arroz, cantidad comprada, percepción del precio, cambios en el consumo, alternativas alimentarias, sensibilidad al precio, ingresos familiares, tamaño del hogar. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018)

9.2.2 Revisión documental secundaria: Obtención de datos históricos sobre precio del arroz en Colombia durante 2023-2025 (fuentes oficiales como DANE, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural u otros observatorios de mercado) para explicar la variación del precio como variable independiente. (DANE, 2023)

9.3 Instrumento

El presente instrumento de recolección de información consiste en una encuesta estructurada dirigida a los hogares de los municipios de Villavicencio, Meta y Cáqueza, Cundinamarca, con el propósito de analizar como las variaciones en el precio del arroz entre los años 2023 y 2025 han incidido en el comportamiento de compra y consumo de este producto.

La encuesta garantiza la confidencialidad de las respuestas y el uso exclusivo de los datos con fines académicos y de investigación, ya que su diseño es para obtener información sobre los hábitos de compra, consumo, percepción de precios y sensibilidad al cambio en el precio del arroz, incluyendo así datos socioeconómicos que permiten identificar y analizar las decisiones de los hogares en los municipios anteriormente expuestos. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018)

Se incluyen preguntas cerradas y escalas tipo Likert con el propósito de garantizar la recolección de datos cuantificables y comparables entre los diferentes hogares participantes.

A continuación, se adjunta el link para acceder al instrumento que se implementará:

<https://forms.gle/jHNwfeDTWmEYQ3xj7>

9.4. Procedimiento

- Diseño de instrumentos (encuesta y guía de entrevista) alineados a los objetivos específicos y al tipo explicativo.
- Validación de los instrumentos mediante juicio de expertos (investigadores del área de economía del consumo, metodología de investigación, mercado agrícola).
- Aplicación de la encuesta en campo en los dos municipios.
- Recopilación de datos secundarios de precios del arroz del periodo 2023-2025.
- **Análisis cuantitativo de los datos de encuesta:** estadísticas descriptivas, pruebas de relación/causalidad (por ejemplo, correlaciones, regresiones simples o múltiples si fuera pertinente) para evaluar cómo las variaciones del precio del arroz han incido en el comportamiento de compra/consumo. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018)
- **Análisis cualitativo de las entrevistas:** codificación temática, identificación de factores explicativos que permiten dar cuenta del porqué de los efectos observados (ingresos, tamaño familiar, sensibilidad al precio, alternativas alimentarias). (Braun, V. & Clarke, V., 2006)
- Integración y triangulación de resultados cuantitativos y cualitativos para elaborar conclusiones que expliquen cómo y por qué las variaciones del precio del

arroz han afectado el comportamiento de compra y consumo en los hogares de los dos municipios. (Flick, U., 2018)

9.5. Técnicas de análisis de la información

9.5.1 Cuantitativo: uso de software estadístico (por ejemplo, Excel, SPSS, STATA) para análisis descriptivo (medias, frecuencias, variaciones) y análisis explicativo (regresión, correlación, análisis de factores contextuales). (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018)

9.5.2 Cualitativo: análisis de contenido o discurso de las entrevistas, identificación de categorías explicativas, construcción de narrativa que relacione variables independientes (precio del arroz) con variables dependientes (comportamiento de compra/consumo) y los factores mediadores o moderadores (ingresos, tamaño del hogar, alternativas). (Krippendorff, 2018)

9.2.3 Triangulación: comparar y contrastar los hallazgos cuantitativos con los relatos cualitativos para comprobar consistencia, complementariedad y brindar una explicación más completa del fenómeno investigado. (Flick, U., 2018)

10. ANALISIS DE RESULTADOS

El presente apartado lo dividiremos en dos momentos, en primera instancia haremos una descripción de las respuestas obtenidas en el formulario y en un segundo espacio, realizaremos el análisis, dando respuesta a los objetivos específicos y general.

10.1. Respuestas de la encuesta.

La encuesta constaba de 16 preguntas, las cuales buscaban obtener información respecto al comportamiento de compra y consumo de arroz de las personas encuestadas, a continuación, procedemos a socializar el resultado de cada una de las respuestas, esta información vendrá acompañada de la información según municipio, teniendo en cuenta que se usaron dos municipios como referencias.

A. ¿En qué municipio se encuentra ubicado su hogar?

Para empezar, es importante reiterar que la población objeto son 30 hogares del municipio de Villavicencio, y 30 hogares del municipio de Cáqueza, como muestra la gráfica a continuación, se realizó un total de 6 encuestas, de las cuales

¿En qué municipio se encuentra ubicado su hogar?

60 respuestas

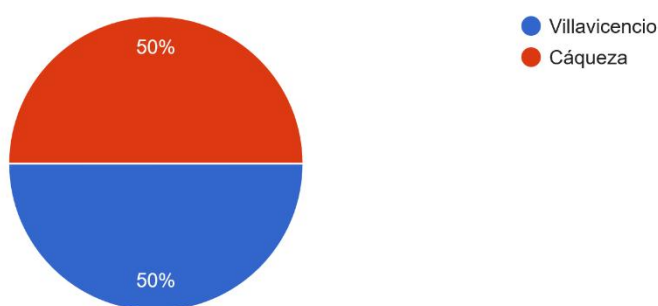


Ilustración 1. ¿En qué municipio se encuentra ubicado su hogar?

50% (30 hogares) corresponden a residentes del municipio de Villavicencio y 50% (30 hogares) a residentes del municipio de Cáqueza.

B. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

De las 60 personas encuestadas, 5, es decir el 8.3% son de estrato 1, 28, lo que corresponde a un 46,7% son de estrato 2 y el 45%, es decir 27 personas, son de estrato 3.

¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

60 respuestas

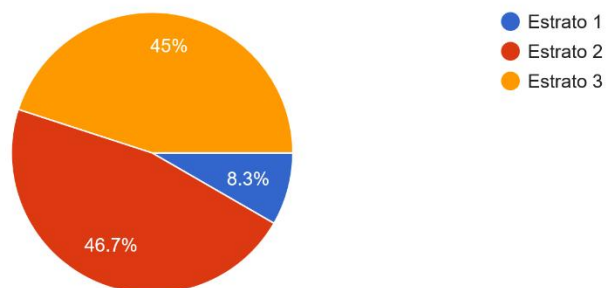


Ilustración 2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

Ahora bien, para clasificar por lo municipio relacionados, a continuación, una tabla con la información correspondiente por municipio.

Tabla 3. Estrato Socioeconomico por municipio

	Villavicencio		Cáqueza	
¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	Cifra Neta	Porcentaje	Cifra Neta	Porcentaje
Estrato 1	5	16.6666667	3	10

Estrato 2	28	8.4	19	60
Estrato 3	27	8.1	8	26.6

Como primer análisis es importante mencionar que se evidencia mayor diversidad socioeconómica en Villavicencio con una distribución de hogares más equilibrada, mientras que en Cárquez más del 50% de los hogares corresponden al estrato 2, de igual manera se evidencia, baja representación del estrato uno en varios municipios.

C. ¿Cuántas personas viven en su hogar?

Con relación al número de personas de cada hogar de manera general se evidencia que 27 personas, es decir 45% de los hogares encuestados, son núcleos familiares de uno a dos personas. 26 hogares, es decir el 43.3% son hogares de 3 a 4 personas y 7 de los hogares encuestados son hogares de 5 a 6 personas por núcleo familiar, y ninguno de los hogares encuestados cuenta con más de 6 personas en el núcleo.

¿Cuántas personas viven en su hogar?

60 respuestas

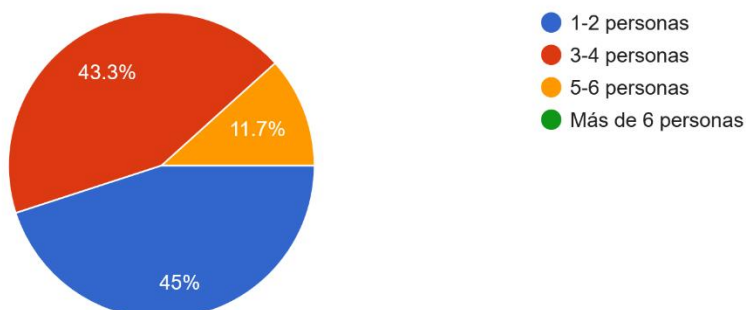


Ilustración 3. ¿Cuántas personas viven en su hogar?

Con relación a la clasificación por municipios, igualmente encontramos una diferencia, por un lado, en el caso de Cáqueza, predomina una estructura familiar de 3 a 4 personas (14 hogares), seguida de hogares pequeños de 1 a 2 personas (11 hogares) y una menor proporción de hogares numerosos de 5 a 6 integrantes (5 hogares), lo que sugiere una mayor concentración de familias de tamaño medio y, por tanto, una mayor demanda alimentaria. Por su parte, en Villavicencio se observa una tendencia distinta, con predominio de hogares pequeños de 1 a 2 personas (16 hogares), seguidos de hogares de 3 a 4 personas (12 hogares) y una presencia muy reducida de hogares grandes (2 hogares).

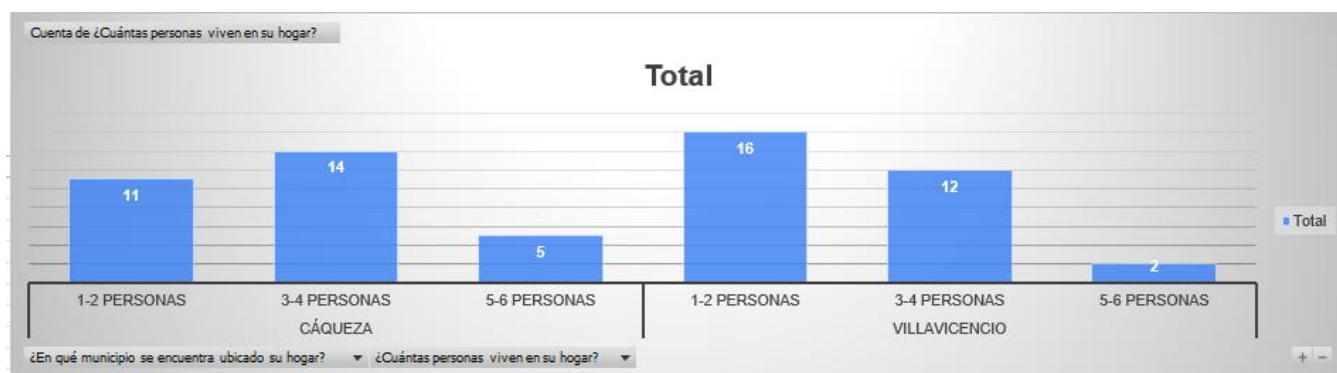


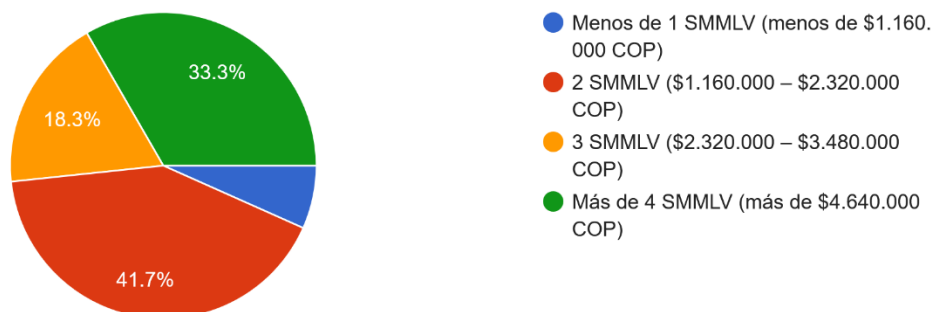
Ilustración 4. Número de personas por hogar por municipio

D. ¿Cuál es el ingreso mensual aproximado de su hogar?

La gráfica muestra la distribución del ingreso mensual de los hogares encuestados, evidenciando una clara concentración en niveles de ingreso medio–bajo. El mayor porcentaje corresponde a hogares con ingresos de 2 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV), que representan el 41,7%, lo que indica que la mayoría de las familias se ubican en un nivel económico limitado pero estable. En segundo lugar, se encuentran los hogares con ingresos de más de 4 SMMLV (33,3%), lo que refleja la presencia de un grupo con mayor capacidad adquisitiva dentro de la muestra. Por su parte, el 18,3% de los hogares reporta ingresos de 3 SMMLV, mientras que un porcentaje reducido, el 6,7% corresponde a hogares con ingresos inferiores a 1 SMMLV, evidenciando menor participación de condiciones de pobreza extrema. En conjunto, los datos reflejan que la mayoría de los hogares encuestados se ubican en rangos de ingreso intermedios, con una menor participación de hogares en condiciones de ingresos muy bajos.

¿Cuál es el ingreso mensual aproximado de su hogar?

60 respuestas



Con respecto a la segmentación por municipio, En Cáqueza, el mayor número de hogares se concentra en el rango de 2 SMMLV, con 18 casos, seguido por aquellos con ingresos de más de 4 SMMLV (6 hogares). Los rangos de 3 SMMLV y menos de 1 SMMLV presentan menor participación, con 3 hogares cada uno.

Por su parte, en Villavicencio, se observa una distribución distinta, donde el mayor número de hogares corresponde al rango de más de 4 SMMLV (14 hogares), seguido por los hogares con ingresos de 3 SMMLV (8 hogares) y 2 SMMLV (7 hogares). Finalmente, el menor número de hogares se ubica en el rango de menos de 1 SMMLV, con 1 caso.

En términos generales, la gráfica evidencia que en ambos municipios existen hogares distribuidos en todos los rangos de ingreso, aunque con diferencias en la concentración de cada categoría.

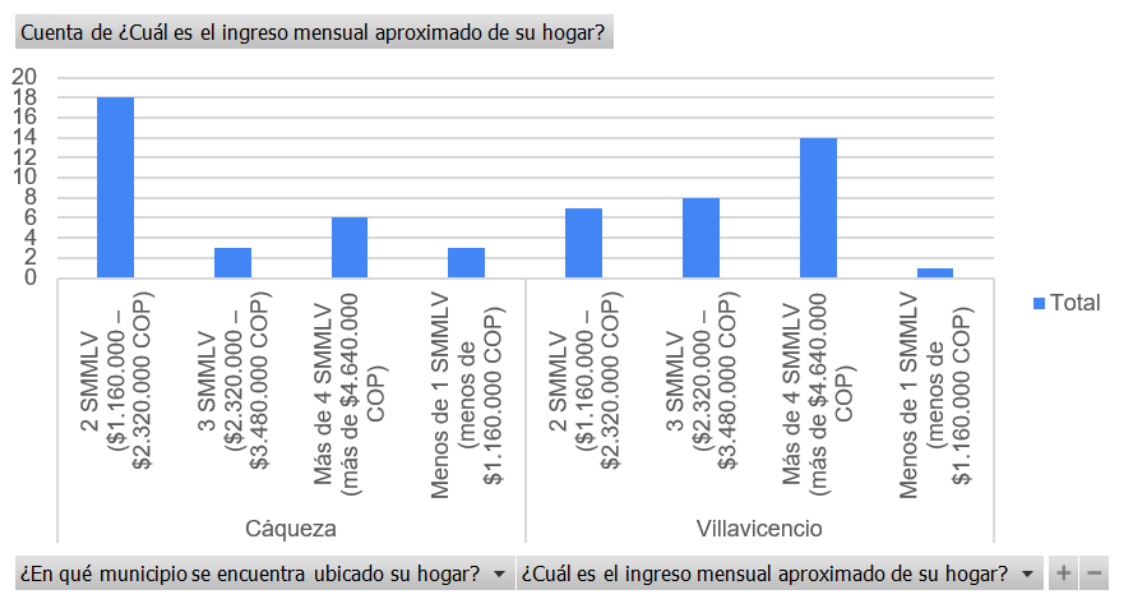


Ilustración 5. Ingresos mensuales por municipio

E. ¿Con qué frecuencia compra arroz en su hogar?

De acuerdo con la gráfica se evidencia la frecuencia con la que los hogares compran arroz, a partir de 60 respuestas recogidas. Se observa que la mayor parte de los encuestados realiza la compra de manera mensual con un 35%, lo que indica una tendencia a adquirir este producto en mayores cantidades para abastecerse durante periodos largos.

En segundo lugar, el 28,3% de los hogares compra arroz de forma semanal, reflejando hábitos de consumo más constantes y posiblemente asociados a compras en menor cantidad. Por otra parte, el 26,7% realiza compras de manera quincenal, lo que representa un punto intermedio entre la compra frecuente y la planificación a largo plazo.

Finalmente, un 10 % de los encuestados compra arroz de forma ocasional, lo que podría estar relacionado con cambios en los hábitos alimentarios, restricciones económicas o la sustitución por otros productos.

¿Con qué frecuencia compra arroz en su hogar?

60 respuestas

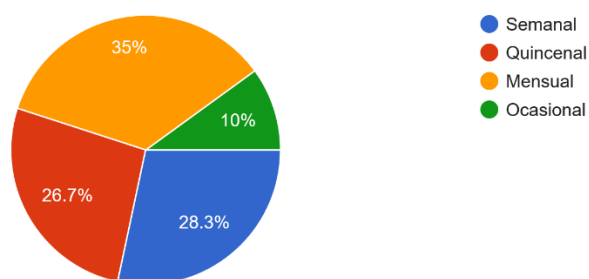


Ilustración 6. ¿Con qué frecuencia compra arroz en su hogar?

Con respecto a la frecuencia con la que los hogares compran arroz, diferenciada por municipio. En Cáqueza, la compra se realiza principalmente de manera quincenal (11 hogares), seguida de la frecuencia mensual (10 hogares). En menor proporción se encuentran las compras semanales (7 hogares) y ocasionales (2 hogares).

En Villavicencio, se observa una distribución más equilibrada, donde la frecuencia mensual (11 hogares) y semanal (10 hogares) son las más representativas, seguidas por la compra quincenal (5 hogares) y ocasional (4 hogares).

En general, los resultados muestran que los hogares encuestados adquieren arroz con diferentes frecuencias, predominando las compras mensuales, quincenales y semanales, mientras que la compra ocasional presenta una menor participación en ambos municipios.



Ilustración 7. Frecuencia de consumo de arroz por municipio.

F. ¿Cuál es la cantidad promedio de arroz que compra por ocasión?

La grafica muestra que la mayoría de los hogares compra entre 3 y 5 kg de arroz por ocasión 43,3%, siendo esta la cantidad más común. Le continua la compra de 1 a 2 kg correspondiente al 36,7%, lo que indica una tendencia también hacia cantidades moderadas. En menor proporción, un 13,3% adquiere más de 5kg, mientras que solo el 10% compra menos de 1 kg. En conclusión, predomina la compra en cantidades intermedias, lo que se recomienda una planificación del consumo según la necesidad de hogar.

¿Cuál es la cantidad promedio de arroz que compra por ocasión?

60 respuestas

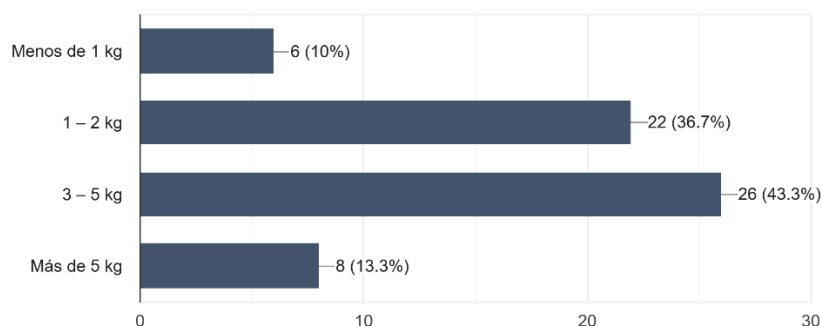


Ilustración 8. ¿Cuál es la cantidad promedio de arroz que compra por ocasión?

Con respecto a la diferenciada por municipio. En Cáqueza, la mayor proporción de hogares adquiere entre 3 y 5 kg (15 hogares), seguida por quienes compran entre 1 y 2 kg (9 hogares). En menor medida, se registran hogares que compran más de 5 kg (4 hogares) y menos de 1 kg (2 hogares).

En Villavicencio, la distribución es más equilibrada, donde predominan los hogares que compran entre 1 y 2 kg (11 hogares) y 3 a 5 kg (10 hogares). También se observa una participación de hogares que adquieren más de 5 kg (4 hogares) y menos de 1 kg (3 hogares), además de un caso que combina rangos de compra.

En términos generales, los datos evidencian que en ambos municipios las cantidades más frecuentes de compra se concentran entre 1 y 5 kg por ocasión, siendo menos común la adquisición de volúmenes inferiores a 1 kg o superiores a 5 kg.

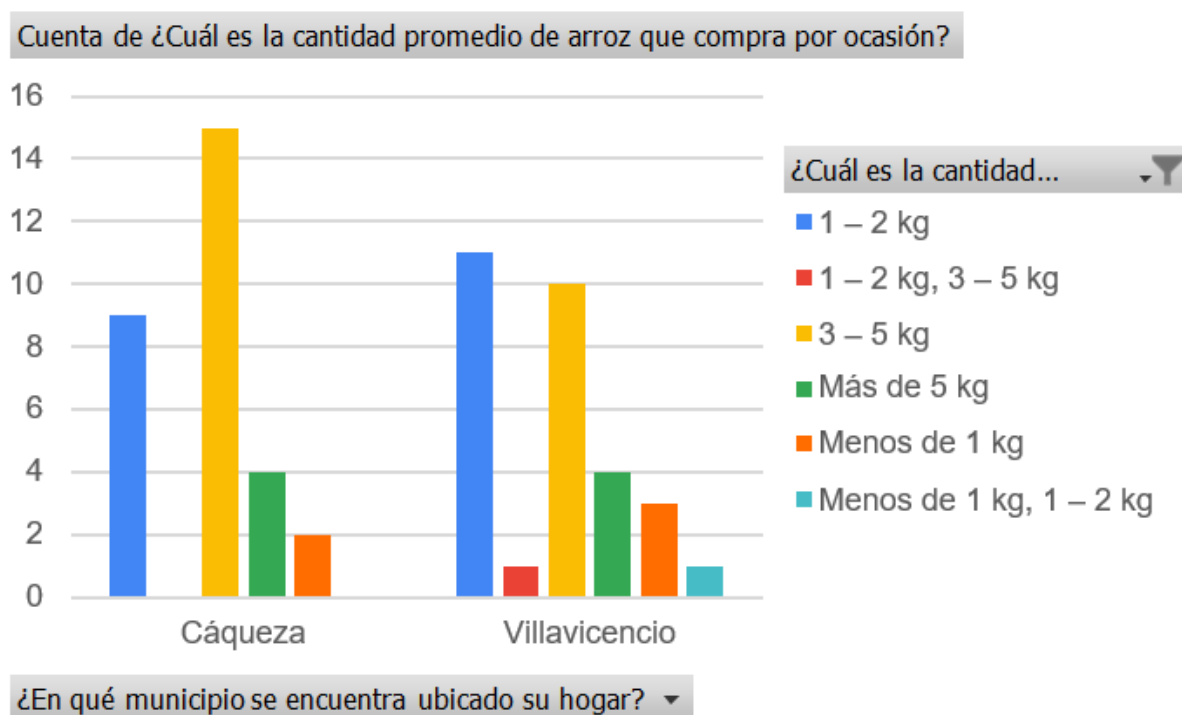


Ilustración 9. Cantidad de consumo de arroz por municipio

G. ¿Qué marcas de arroz suele comprar su hogar?

En relación con las marcas de arroz que consumen los hogares, se identifica que la categoría “Otro” integra el mayor porcentaje con un 35%, lo que refleja una diversidad en las preferencias de consumo. Seguidamente, Arroz Roa/ Organización Roa-Florhuila representa el 30%, posicionándose como una de las marcas más reconocidas, mientras que Arroz Supremo y Arroz Albar presentan una participación menor, evidenciando una menor demanda frente a las demás opciones. Para concluir, los resultados muestran variedad en la preferencia de marcas, donde predominan algunas prácticas tradicionales.

¿Qué marcas de arroz suele comprar su hogar?

60 respuestas

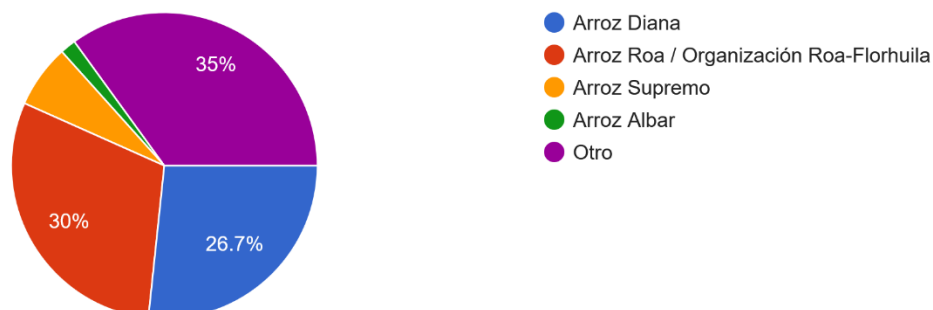


Ilustración 10. ¿Qué marcas de arroz suele comprar su hogar?

La gráfica a continuación muestra las marcas de arroz que suelen comprar los hogares, diferenciadas por municipio. En Cáqueza, la marca con mayor frecuencia es Arroz Roa / Organización Roa–Florhuila, con aproximadamente 15 respuestas, seguida por Arroz Diana (6 hogares). En menor proporción aparecen otras marcas (5 hogares), Arroz Supremo (4 hogares) y una participación mínima de Arroz Albar (1 hogar).

En Villavicencio, la mayor frecuencia se concentra en la categoría “Otros” (16 hogares), seguida por Arroz Diana (10 hogares). Posteriormente, se encuentran Arroz Roa / Organización Roa–Florhuila (4 hogares) y Arroz Supremo (1 hogar), con menor representación.

En términos generales, los resultados evidencian que existe variedad en las marcas consumidas en ambos municipios, destacándose algunas marcas tradicionales en el mercado colombiano como Arroz Diana y Arroz Roa, junto con una participación importante de otras marcas no especificadas dentro de la categoría “Otros”.

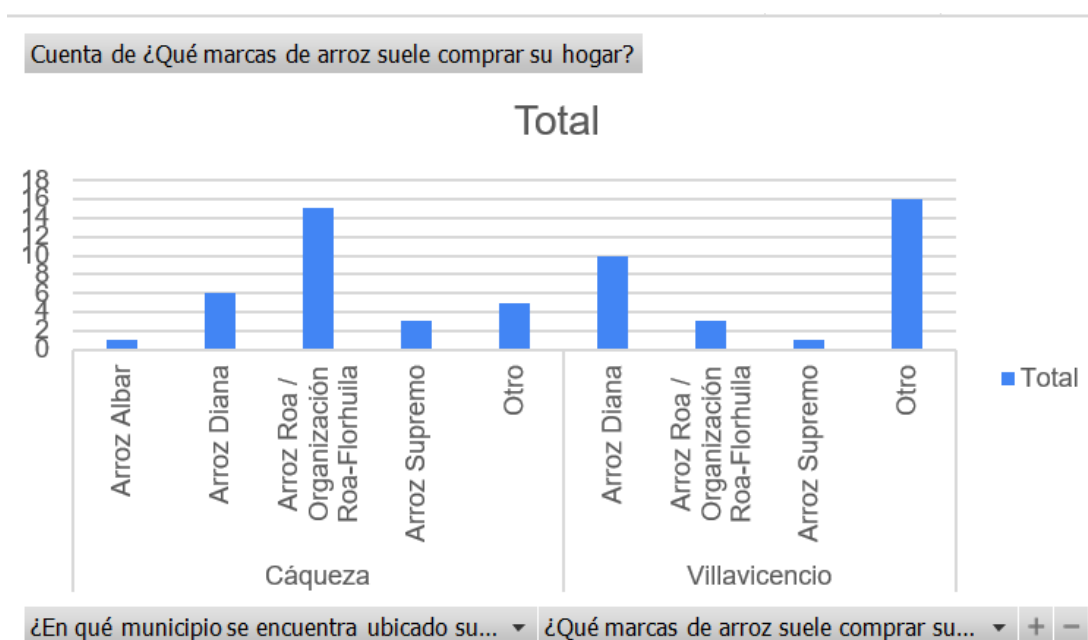


Ilustración 11. Preferencia de marca por municipio

H. Durante 2023-2025, ¿Cómo percibe la variación de precios del arroz?

En cuanto a la percepción sobre la variación de los precios del arroz entre 2023 y 2025, la mayoría de los participantes de la encuesta la considera moderada con el 55%, seguida por quienes la perciben como alta en 31,7%, Un 11,7% la califica como muy alta, mientras que un porcentaje mínimo la identifica como baja y no se registran respuestas en la categoría muy baja. En términos generales, se refleja que los hogares colombianos perciben un aumento en los precios, principalmente en niveles intermedios.

Durante 2023-2025, ¿Cómo percibe la variación de precios del arroz?

60 respuestas

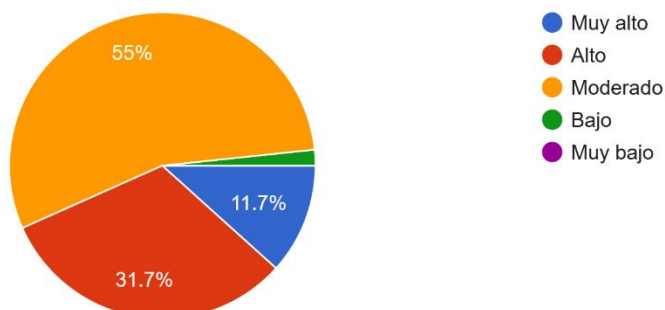


Ilustración 12. Durante 2023-2025, ¿Cómo percibe la variación de precios del arroz?

Con respecto a la percepción de los hogares frente a la variación de los precios del arroz durante el periodo 2023–2025, diferenciada por municipio. En Cáqueza, la mayoría de los hogares considera que la variación ha sido moderada (14 respuestas), seguida de quienes la perciben como alta (10 respuestas) y muy alta (6 respuestas), sin registros en la categoría baja.

En Villavicencio, también predomina la percepción de variación moderada (19 respuestas), seguida por la categoría alta (9 respuestas). En menor proporción, se encuentran percepciones bajas (1 respuesta) y muy altas (1 respuesta).

En general, los resultados muestran que en ambos municipios la mayoría de los hogares percibe que los precios del arroz han tenido una variación moderada, seguida de una percepción de incremento alto, mientras que las categorías de baja variación tienen una participación mínima.

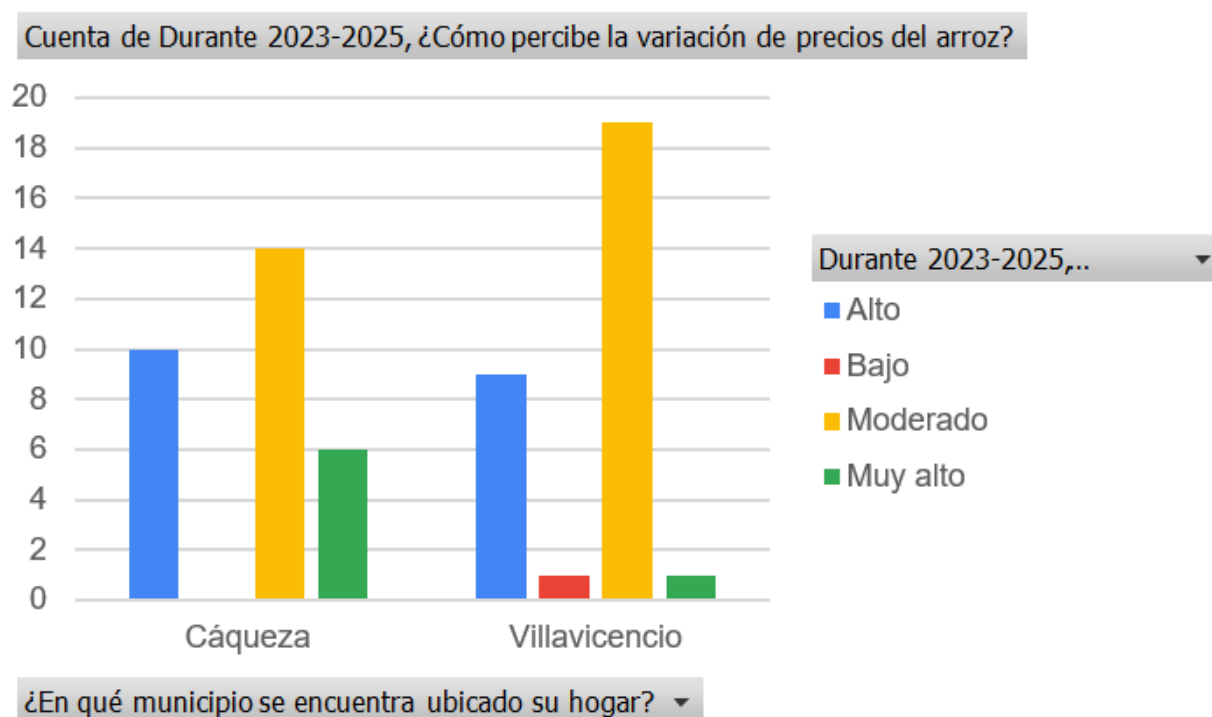


Ilustración 13. Percepción de variación del precio del arroz por municipio

I. Cuando el precio del arroz aumenta, ¿Qué acción suele tomar?

La grafica evidencia las medidas que adoptan los hogares cuando aumenta el precio del arroz. La opción más frecuente es no cambiar nada en un 35%, lo que sugiere que, a pesar del incremento, este producto sigue siendo importante en la canasta familiar. En segundo lugar, un 30% de los encuestados elige cambiar de marca, buscando alternativas más económicas.

Posteriormente, el 20% decide comprar arroz con menor frecuencia, mientras que un 15% prefiere minimizar la cantidad adquirida. En relación, los resultados muestran que, aunque algunos hogares ajustan hábitos de consumo ante el aumento de precios, una proporción significativa sostiene su comportamiento, reflejando la importancia del arroz en la alimentación balanceada.

Cuando el precio del arroz aumenta, ¿Qué acción suele tomar?

60 respuestas

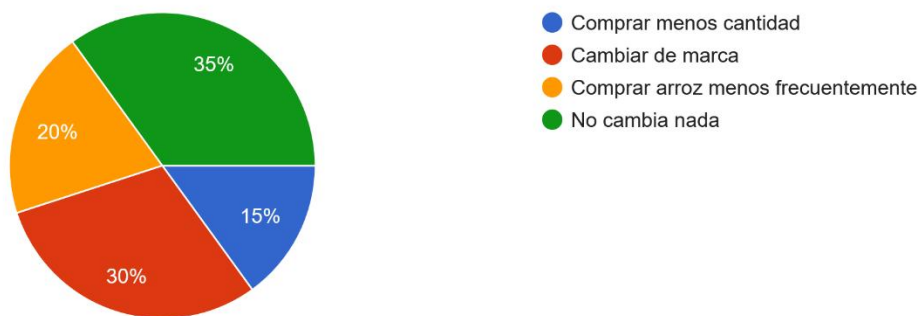


Ilustración 14. Cuando el precio del arroz aumenta, ¿Qué acción suele tomar?

Como muestra la gráfica a continuación, las acciones que toman los hogares cuando el precio del arroz aumenta, varía según el municipio de residencia de los hogares encuestados. En Cáqueza, la opción más frecuente es “no cambia nada” (11 hogares), seguida de cambiar de marca (8 hogares). En menor proporción, los hogares optan por comprar menos cantidad (6 hogares) y comprar arroz menos frecuentemente (5 hogares).

En Villavicencio, las respuestas más comunes con 10 hogares son, cambiar de marca y no cambia nada. Posteriormente, se encuentran quienes compran arroz menos frecuentemente (7 hogares) y, en menor medida, quienes compran menos cantidad (3 hogares).

En general, los resultados evidencian que los hogares adoptan diversas estrategias frente al aumento del precio del arroz, siendo más comunes el cambio de marca y la decisión de

mantener el consumo sin modificaciones, mientras que reducir la cantidad o la frecuencia de compra presenta menor participación.

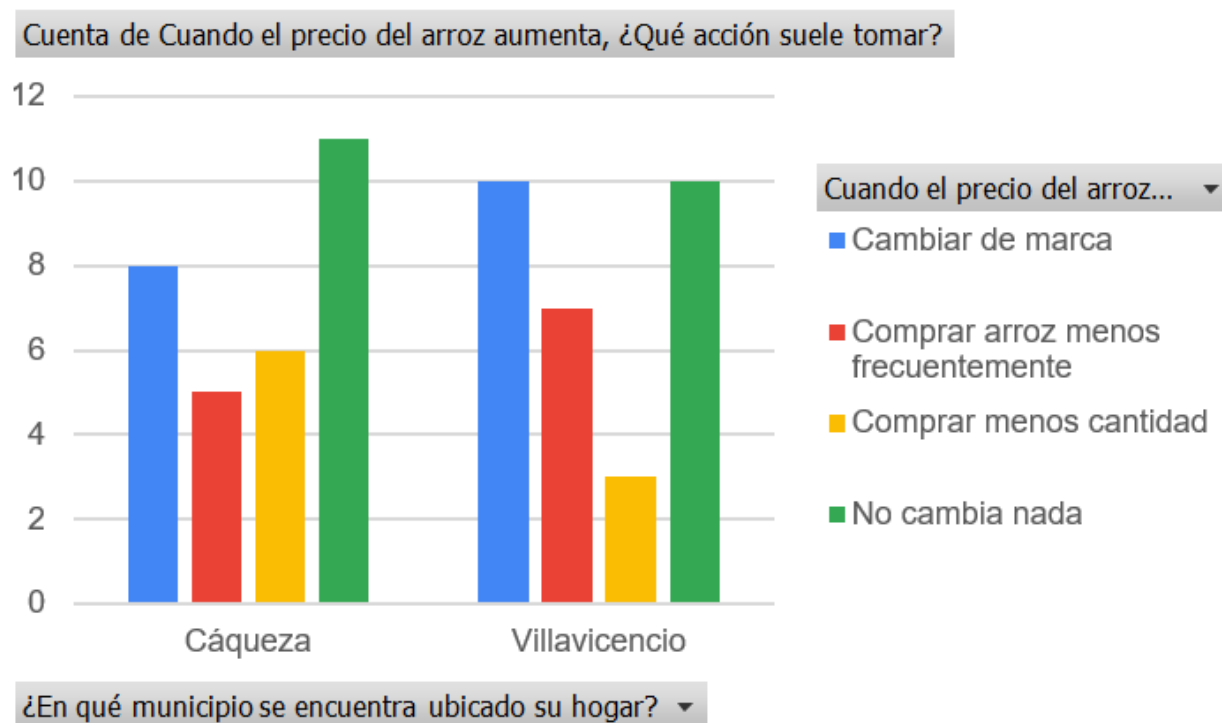


Ilustración 15. Clasificación por municipio de acciones de los hogares antes el aumento del arroz

J. El precio del arroz afecta la decisión de compra del hogar.

La mayoría de los participantes encuestados se ubica en una posición neutral 30%, lo que indica que parcialmente tienen una opinión definida sobre la influencia del precio del arroz en su decisión de compra.

De esta manera, las opiniones están bastante divididas en un 33.4% de acuerdo en que el precio si influye, mientras que un 36,7% manifiesta desacuerdo. Esto sugiere que, aunque existe

un grupo importante que considera el precio como factor importante para una proporción similar no influye mucho. En general, no hay una tendencia clara.

El precio del arroz afecta la decisión de compra del hogar. 1 = Totalmente en desacuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo):

60 respuestas

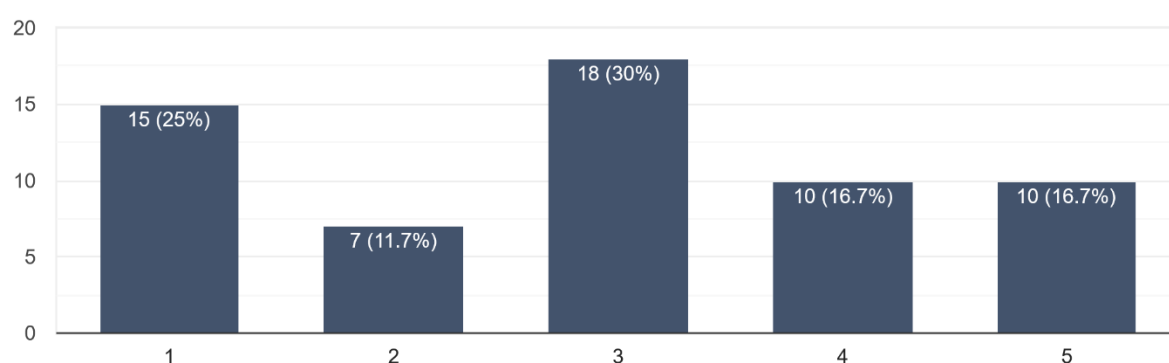
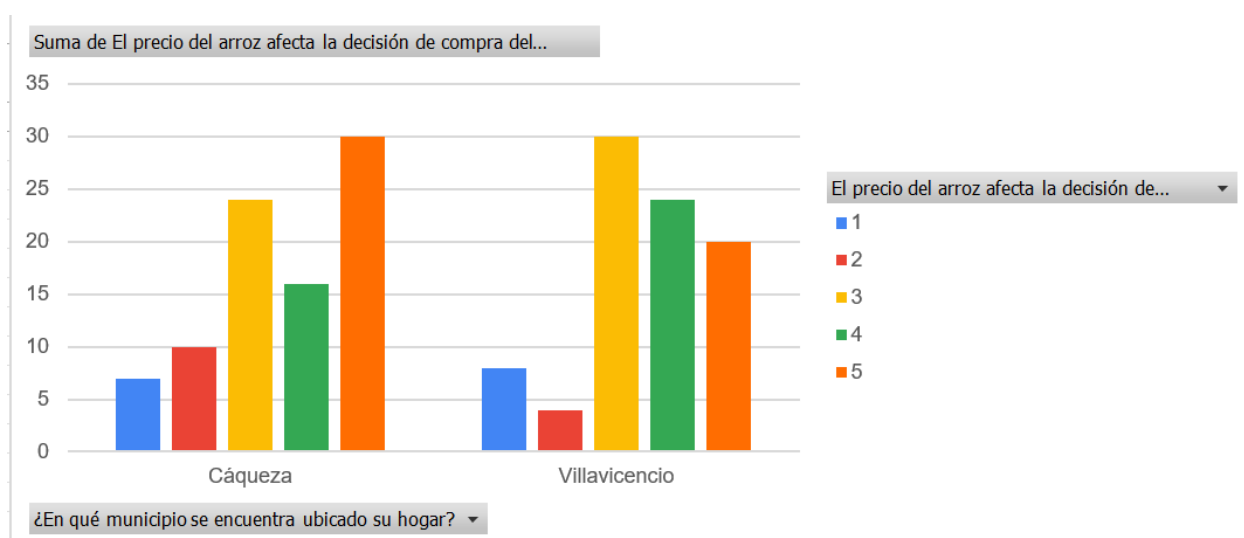


Ilustración 16. El precio del arroz afecta la decisión de compra del hogar.

Con relación a si el precio del arroz afecta la decisión de compra del hogar, en el municipio de Cáqueza la mayor cantidad de respuestas se concentra en el nivel 5, con 30 casos, lo que indica que la mayoría de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el precio influye en su decisión de compra. Le sigue el nivel 3 con 24 respuestas y el nivel 4 con 16. Por su parte, los niveles 2 y 1 presentan menor participación, con 10 y 7 respuestas respectivamente, evidenciando una baja proporción de desacuerdo.

En Villavicencio, el nivel 3 registra la mayor frecuencia con 30 casos, lo que sugiere una percepción moderada sobre la influencia del precio en la decisión de compra. A este le siguen el

nivel 4 con 24 respuestas y el nivel 5 con 20. En contraste, los niveles 1 y 2 presentan menor incidencia, con 8 y 4 respuestas respectivamente. En general, los resultados muestran que en ambos municipios el precio del arroz sí influye en la decisión de compra del hogar, siendo esta percepción más fuerte en Cáqueza, mientras que en Villavicencio predomina una postura intermedia.



K. Los ingresos familiares influyen en la frecuencia de compra de arroz del hogar

Los datos muestran que no hay una postura única sobre si los ingresos familiares influyen en la frecuencia de compra de arroz. La mayor parte de respuestas se concentra en el nivel 1 (totalmente en desacuerdo) con un 28.3%, lo que indica que una gran parte importante de los encuestado no reconoce esta relación. Sin embargo, también hay un grupo relevante que, si la reconoce, ya que el 20% está totalmente de acuerdo (nivel 5) y un 16.7% se oriente hacia el acuerdo (nivel 4).

Por otro lado, un 23.3% se mantiene en una posición balanceada (nivel 3), mientras que el 11.7% esta en desacuerdo moderado (nivel 2). Para concluir, los participantes tienen opiniones que están divididas, por lo que no se observa una tendencia dominante sobre la influencia de los ingresos en la compra de arroz.

Los ingresos familiares influyen en la frecuencia de compra de arroz del hogar. 1 = Totalmente en desacuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo):

60 respuestas

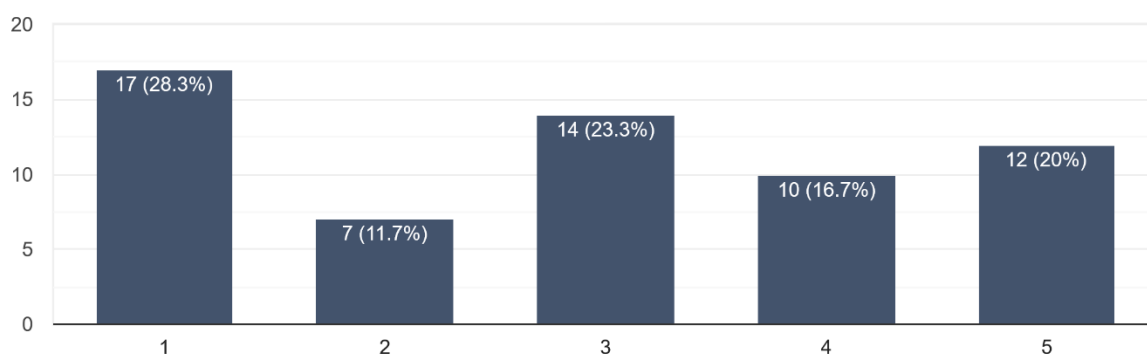


Ilustración 17. Los ingresos familiares influyen en la frecuencia de compra de arroz del hogar.

Con relación a la clasificación de las respuestas por municipio a la pregunta “El precio del arroz afecta la decisión de compra del hogar”, utilizando una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo).

En Cáqueza, la mayor frecuencia de respuestas se concentra en el nivel 5, con 25 casos, seguido del nivel 3 con 21 respuestas y el nivel 4 con 16. Los niveles de menor participación corresponden al 2 y al 1, con 10 y 9 respuestas respectivamente.

Por su parte, en Villavicencio, se observa que el nivel 5 presenta la mayor cantidad de respuestas, con 35 casos, seguido del nivel 4 con 24 y el nivel 3 con 21. En contraste, los niveles 1 y 2 registran las menores frecuencias, con 8 y 4 respuestas respectivamente.

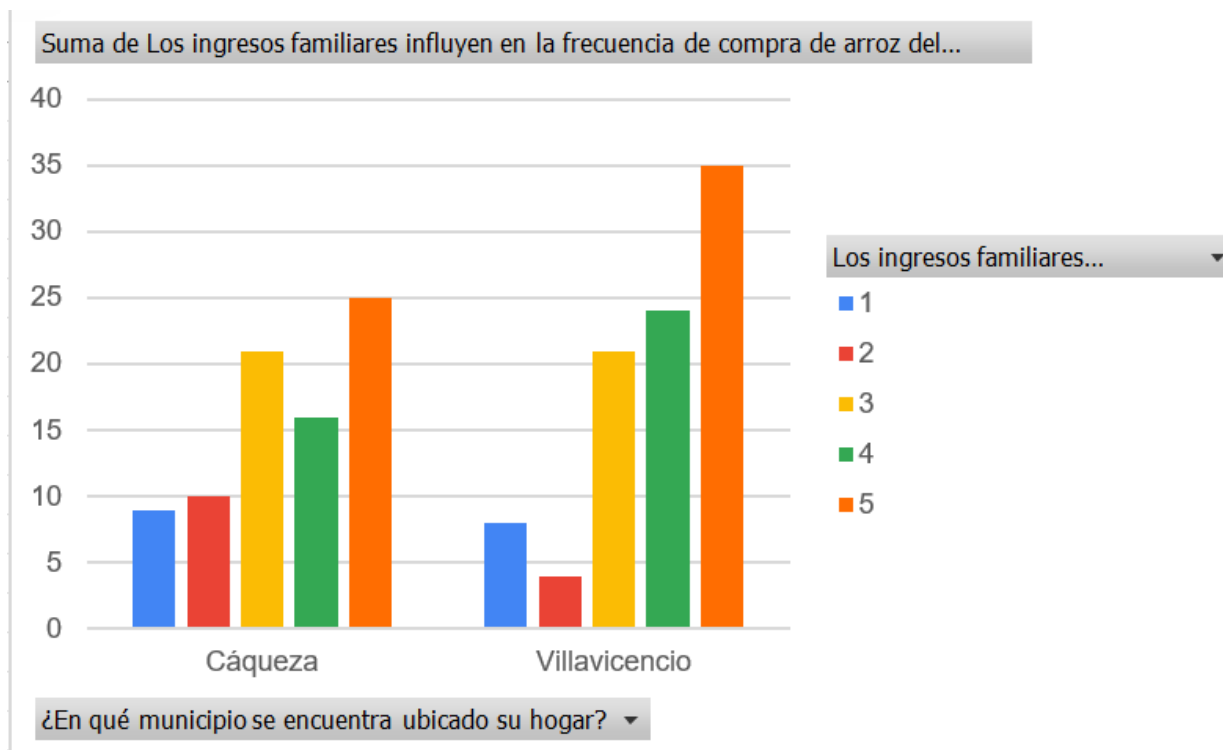


Ilustración 18. Percepción de afectación del precio del arroz por municipio

L. El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio.

Los resultados reflejan que una gran parte de los encuestados no ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio. El 37.3% está totalmente en desacuerdo, siendo la respuesta más frecuente, sin embargo, también hay un grupo importante que muestra una posición intermedia que es el 28.8% se mantiene neutral, lo que podría indicar que el impacto del

precio varía según la situación de cada hogar. Por otro lado, un 15.3% está de acuerdo y un 13.6% totalmente de acuerdo, reflejando que una parte de la población si ha modificado su consumo por motivos de precio.

El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio. 1 = Totalmente en desacuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo):

59 respuestas

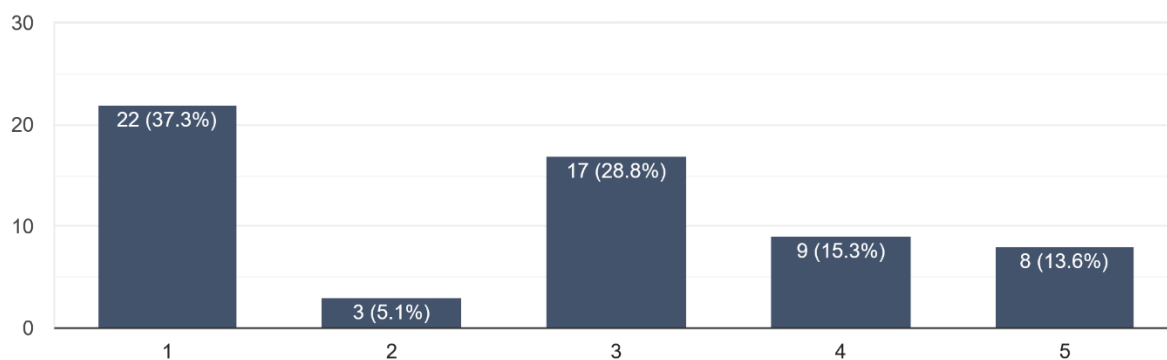


Ilustración 19. El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio.

Las respuestas de los hogares en los municipios de Cáqueza y Villavicencio frente a la afirmación “El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio”, utilizando una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), fue la siguiente.

En Cáqueza, la mayor concentración de respuestas se encuentra en el nivel 5, con 30 casos, seguido del nivel 3 con 21 y el nivel 4 con 16. Por otro lado, los niveles 1 y 2 presentan menor participación, con 11 y 4 respuestas respectivamente.

En Villavicencio, el nivel 3 registra la mayor frecuencia con 30 casos, seguido del nivel 4 con 20 y el nivel 5 con 10. Los niveles más bajos corresponden al 1 con 11 respuestas y al 2 con 2.

En comparación, en Cáqueza las respuestas se concentran principalmente en el nivel más alto de acuerdo, es decir que los hogares si perciben un cambio evidente en el consumo del arroz, mientras que en Villavicencio la distribución se centra más en niveles intermedios, especialmente en el nivel 3, sin generar una percepción inminente de cambio.

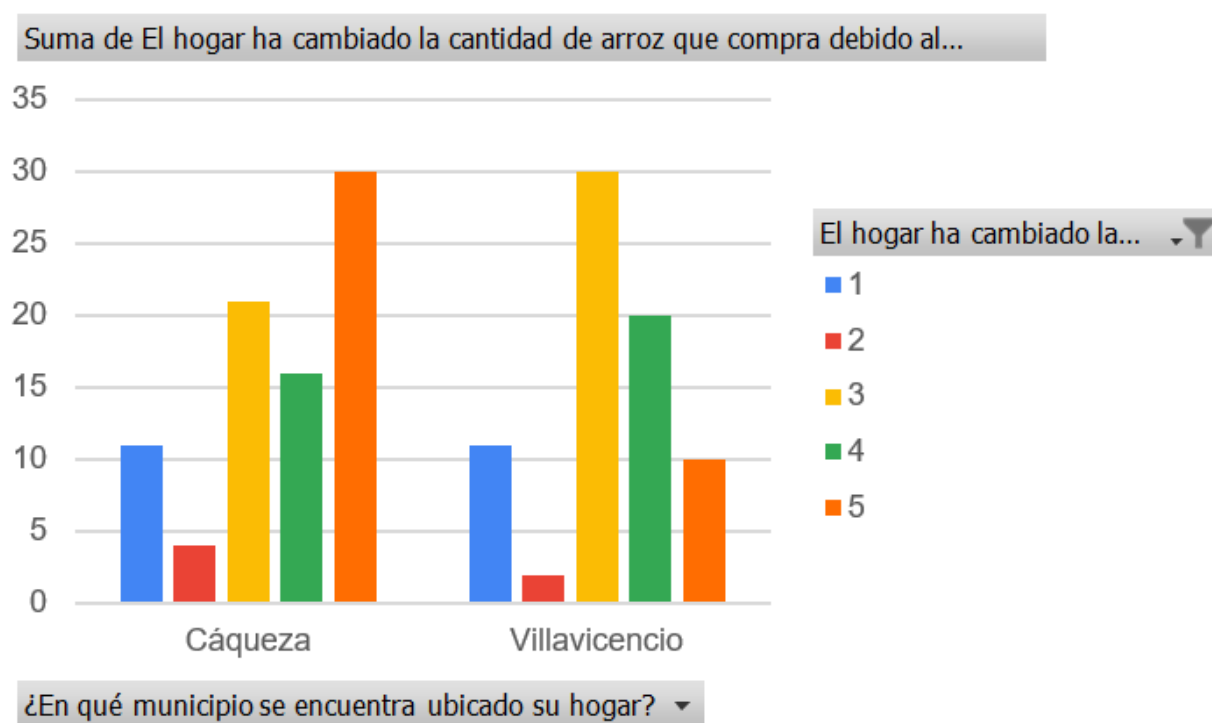


Ilustración 20. El hogar ha cambiado la cantidad de arroz que compra debido al precio por Municipio

M. El hogar considera alternativas al arroz cuando su precio sube.

La mayor parte de los encuestados se ubica en posiciones de neutralidad. Un 30 % esta totalmente en desacuerdo (nivel 1) y otro 30% se mantiene neural (nivel 3), lo que sugiere que muchos hogares buscan pocas alternativas cuando sube el precio del producto.

De esta manera, un 23,3% (niveles 4 y 5) está de acuerdo que, si optan por estrategias, mientras que un 16,7% se inclina hacia el desacuerdo (nivel 2). En conclusión, los índices reflejan una ligera tendencia a no buscar otras opciones en el consumo del arroz, aunque existe un grupo importante que si lo hace.

El hogar considera alternativas al arroz cuando su precio sube. 1 = Totalmente en desacuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo):
60 respuestas

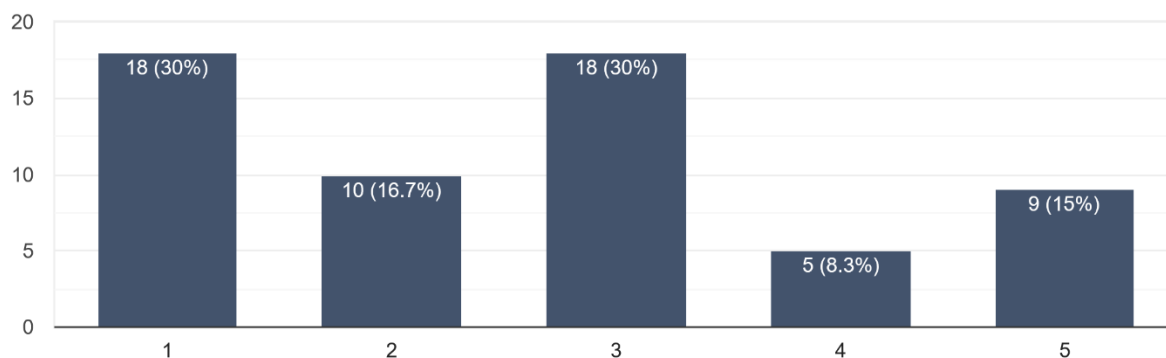


Ilustración 21. El hogar considera alternativas al arroz cuando su precio sube

Con relación a si se recurren o no a alternativas diferentes ante el aumento del arroz, los hogares encuestados en el municipio de Cáqueza, la mayor cantidad de respuestas se concentra en el nivel 5, con 35 casos es decir que, si se recurren a alternativas, seguido del nivel 3 con 21 y

el nivel 4 con 12. Los niveles 1 y 2 presentan menor participación, con 9 y 8 respuestas respectivamente.

En Villavicencio, el nivel 3 registra la mayor frecuencia con 33 casos, seguido del nivel 2 con 12 y el nivel 5 con 10. Por su parte, los niveles 1 y 4 presentan valores menores, con 9 y 8 respuestas respectivamente, lo que evidencia que recurrir a alternativas diferentes al arroz no es frecuente en los hogares encuestado en la ciudad de Villavicencio.

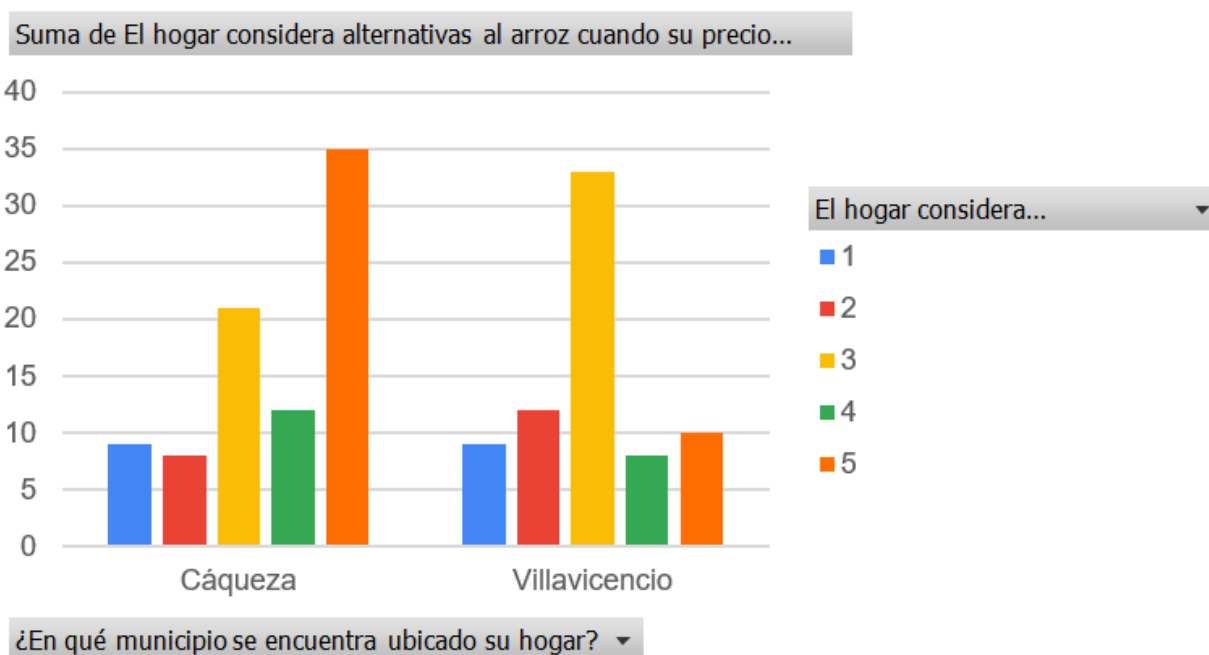


Ilustración 22. Alternativas antes aumento del precio del arroz por municipio

N. En comparación con años anteriores, ¿ha cambiado el consumo de arroz en su hogar?

El grafico refleja cómo ha cambiado el consumo de arroz en los hogares del municipio de Cáqueza, Cundinamarca y Villavicencio Meta; la mayor parte indica que se ha mantenido igual

en un 48,3%, lo que sugiere estabilidad en el consumo. Un 40% de los encuestados señala que ha disminuido, evidenciando una reducción importante en la parte de la población. Por otra parte, un 11,7% afirma que ha aumentado.

En comparación con años anteriores, ¿ha cambiado el consumo de arroz en su hogar?
60 respuestas

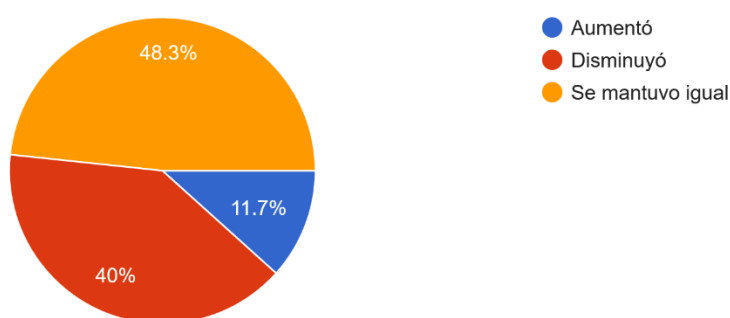


Ilustración 23. En comparación con años anteriores, ¿ha cambiado el consumo de arroz en su hogar?

Con relación a la pregunta sobre si, en comparación con años anteriores, ha cambiado el consumo de arroz en el hogar, en el municipio de Cáqueza la mayor cantidad de respuestas se concentra en la opción “se mantuvo igual”, con 15 casos, lo que indica que para la mayoría de los hogares el consumo no ha presentado variaciones. Le sigue la opción “disminuyó” con 11 respuestas, mientras que “aumentó” presenta la menor participación con 4 casos.

En Villavicencio, la tendencia es similar, ya que la opción “se mantuvo igual” registra la mayor frecuencia con 14 casos, seguida de “disminuyó” con 13 respuestas. Por su parte, la

opción “aumentó” presenta el menor número de respuestas con 3 casos, lo que evidencia que, en general, el consumo de arroz en los hogares encuestados se ha mantenido estable o ha tendido a disminuir ligeramente en ambos municipios.

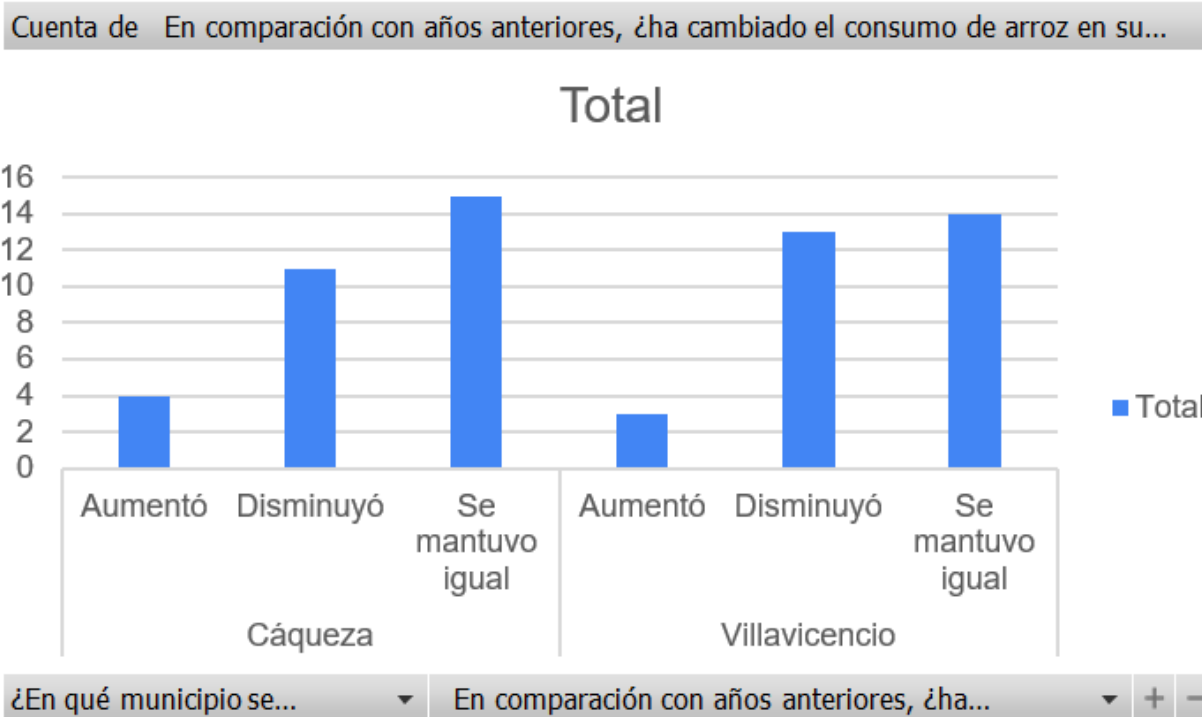


Ilustración 24. Cambios en consumo de arroz por municipio

O. Si su consumo de arroz ha cambiado, indique la razón principal:

Las principales razones por las que se ha modificado el consumo de arroz en los hogares, es la preferencia de la familia por otros alimentos, común 57.4% lo que refleja un cambio en los hábitos en su dieta alimentaria. En segundo lugar, el 25,5% de los encuestados señala el precio alto como factor determinante, proyectando el impacto económico en el consumo. Para finalizar, un 17% menciona la disponibilidad en el mercado como causa del cambio.

Si su consumo de arroz ha cambiado, indique la razón principal:

47 respuestas

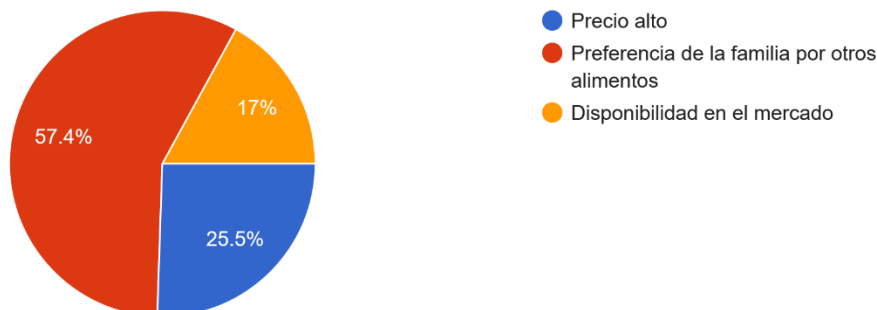


Ilustración 25. Si su consumo de arroz ha cambiado, indique la razón principal

Con relación a la pregunta sobre la razón principal del cambio en el consumo de arroz, en el municipio de Cáqueza la mayor cantidad de respuestas se concentra en el “precio alto”, con 10 casos, lo que indica que el incremento en el costo del arroz es el factor que más ha influido en la variación del consumo. Le sigue la “preferencia de la familia por otros alimentos” con 9 respuestas, mientras que la “disponibilidad en el mercado” presenta una menor participación con 4 casos.

En Villavicencio, la principal razón reportada es la “preferencia de la familia por otros alimentos”, con 18 casos, evidenciando un cambio en los hábitos de consumo. En menor medida, se encuentra la “disponibilidad en el mercado” con 4 respuestas y el “precio alto” con 2 casos, lo que sugiere que, en este municipio, los cambios en el consumo de arroz están más asociados a preferencias alimentarias que a factores económicos

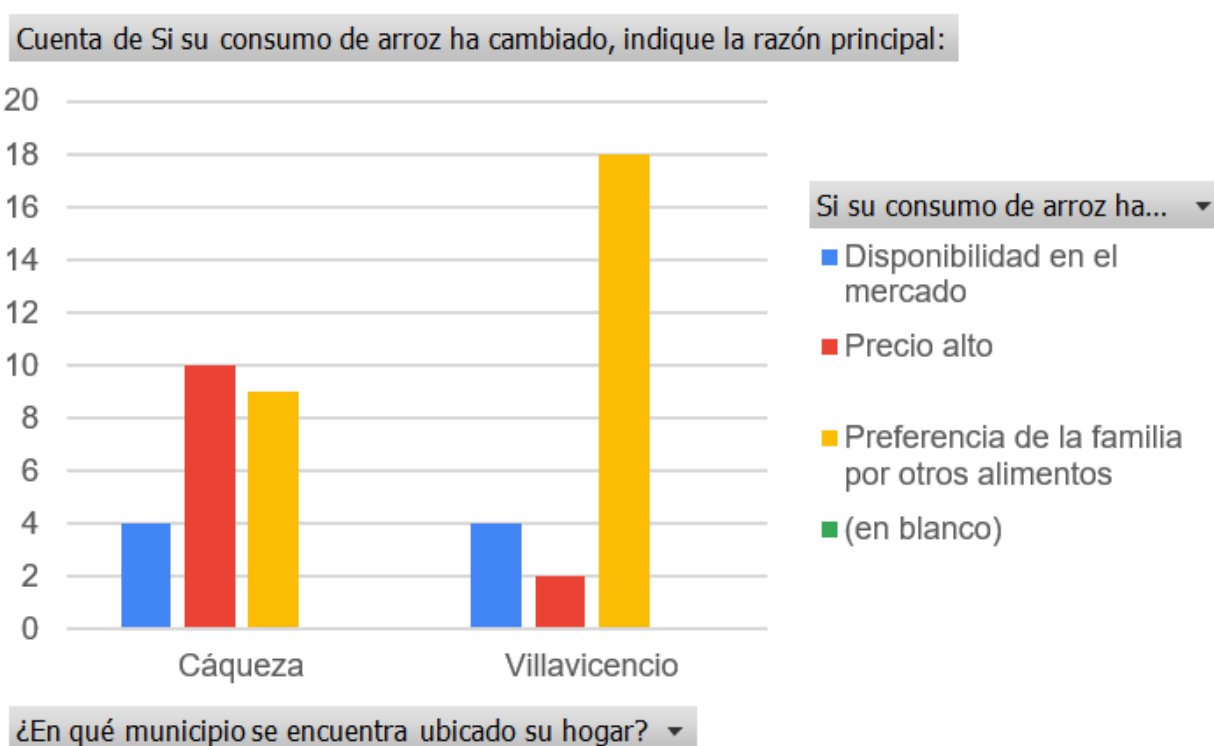


Ilustración 26. Clasificación por municipio razón de cambio de consumo de arroz

P. ¿Con qué frecuencia su hogar recurre a alimentos alternativos al arroz?

Los resultados reflejan que en la mayoría de los hogares el consumo de alimentos diferentes al arroz no es contante, sino ocasional. Un 67,7% de los participantes de la encuesta menciona que a veces recurre a otras alternativas, lo que refleja cierta flexibilidad en la alimentación. Asimismo, un 23,3% indica que lo hace frecuentemente, por otro lado, un 8,3% determina que nunca sustituye el arroz, manteniendo este alimento como base en su alimentación diaria. De esta manera, se refleja que el arroz sigue siendo un alimento clave para muchos hogares en Colombia.

¿Con qué frecuencia su hogar recurre a alimentos alternativos al arroz?
60 respuestas

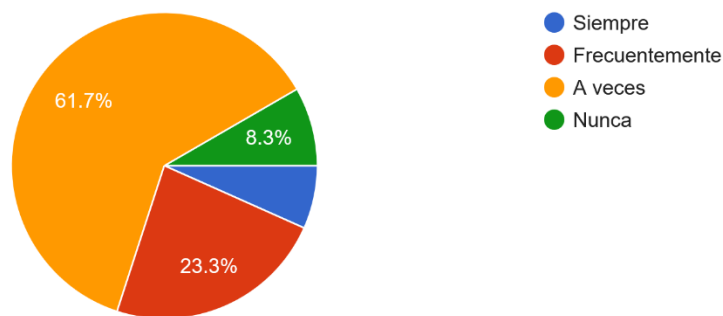


Ilustración 27. ¿Con qué frecuencia su hogar recurre a alimentos alternativos al arroz?

Con relación a la frecuencia con la que los hogares recurren a alimentos alternativos al arroz, en el municipio de Cáqueza la mayor cantidad de respuestas se concentra en la opción “a veces”, con 20 casos, lo que indica que el uso de sustitutos del arroz no es constante, pero sí ocurre de manera ocasional. Le siguen las opciones “frecuentemente” y “nunca”, ambas con 4 respuestas, mientras que “siempre” presenta la menor participación con 2 casos.

En Villavicencio, la tendencia es similar, ya que la opción “a veces” registra la mayor frecuencia con 17 casos. Sin embargo, se observa una mayor recurrencia en comparación con Cáqueza en la opción “frecuentemente”, con 10 respuestas. Por su parte, “siempre” y “nunca” presentan una baja participación, con 2 y 1 casos respectivamente, lo que evidencia que, en general, los hogares encuestados en ambos municipios recurren de forma ocasional a alimentos alternativos al arroz, siendo poco común que esta práctica sea permanente o inexistente.



Ilustración 28. Clasificación por municipio frecuencia que recurre a otro alimento

10.2 Análisis de información

A continuación, se procede a realizar el análisis de la información recolectada, con el propósito de dar respuesta a los objetivos planteados en el presente proyecto de investigación, enfocado en las variaciones del precio del arroz y su incidencia en el comportamiento de compra y consumo de los hogares. Este análisis se desarrollará de manera organizada, abordando cada uno de los objetivos específicos de forma individual, lo que permitirá examinar detalladamente los resultados obtenidos y su relación con las variables estudiadas. De esta manera, se busca interpretar los datos recolectados y generar una comprensión clara del fenómeno analizado, facilitando el cumplimiento del objetivo general de la investigación.

10.2.1. Caracterizar los patrones de compra y consumo de arroz en 30 hogares de Villavicencio y 30 hogares de Cáqueza durante el periodo 2023-2025

En Villavicencio se observa un patrón de consumo más dinámico y flexible según el resultado de la encuesta, en donde se evidencio que los hogares recurren a compras más frecuentes (semanales y mensuales). Esto puede asociarse a una mayor disponibilidad del producto, dado su rol como centro de distribución (Alcaldía de Villavicencio, s. f.). Además, los hogares pequeños tienden a comprar en menores cantidades, lo que explica la distribución equilibrada entre 1–5 kg.

Igualmente, en Cáqueza se evidencia un patrón más planificado, con compras quincenales y en mayores cantidades. Esto se relaciona con su dependencia del abastecimiento externo, lo que incentiva compras menos frecuentes, pero más voluminosas (Hoyos Zuluaga, 2024)

Este comportamiento es coherente con lo planteado en el marco teórico, donde se establece que los hábitos de consumo son relativamente estables, aunque pueden ajustarse ante factores externos como el precio (FAO, 2023), y se cumple con el objetivo evidenciado patrones diferenciados según el contexto territorial de cada municipio.

10.2.2. Determinar la relación entre las variaciones del precio del arroz en las decisiones de compra y hábitos de consumo de los hogares encuestados de los municipios de Villavicencio y Cáqueza

Según la información recolectada, en Villavicencio, aunque existe percepción de aumento de precios, los hogares presentan mayor capacidad de adaptación sin modificar drásticamente su consumo. Los cambios se reflejan más en la elección de marcas que en la cantidad.

Esto se alinea con la teoría del comportamiento del consumidor, mencionada previamente, donde el precio influye, pero no determina completamente la demanda en bienes esenciales (Kotler & Keller, 2016).

En Cáqueza, la relación precio–consumo es más evidente. Los hogares presentan menor margen de maniobra, lo que se traduce en decisiones más sensibles al precio, especialmente en la frecuencia de compra y planificación, esto confirma una mayor sensibilidad al precio, asociada a menores ingresos (Pérez, 2022).

A nivel general se cumple el objetivo, evidenciando relación directa precio–comportamiento, con mayor intensidad en Cáqueza.

10.2.3. Evaluar como influyen los ingresos, núcleo familiar, alternativas alimentarias, en las variaciones del precio del arroz en el comportamiento de compra y consumo de los hogares encuestados.

En la ciudad de Villavicencio, se evidencia mayores ingresos económicos en los hogares encuestados, esto nos permite identificar que entre mayores ingresos una menor afectación frente a las variaciones de precio, facilitando estrategias como diversificación de marcas sin reducir significativamente el consumo. Esto respalda la teoría de restricción presupuestal, donde el impacto depende del nivel de ingreso (Mercado Mejía, 2022).

Para el municipio de Cáqueza, los hogares presentan mayor presión presupuestal, lo que influye en decisiones más estratégicas: compras en volumen, menor frecuencia y priorización del arroz, esto evidencia mayor vulnerabilidad económica y menor capacidad de sustitución.

A manera de conclusión, y unificando la información se evidencia que ingresos y tamaño del hogar influyen directamente en el comportamiento de compra y consumo del cereal, dando cumplimiento al objetivo.

11. CONCLUSIÓN FINAL

A partir del análisis de los resultados obtenidos en los hogares de Villavicencio y Cárquez, se puede afirmar que el objetivo general de la investigación se cumple, dado que fue posible analizar y evidenciar cómo las variaciones en el precio del arroz entre 2023 y 2025 han incidido en el comportamiento de compra y consumo de los hogares encuestados.

Los hallazgos muestran que, en ambos municipios, las fluctuaciones del precio generan cambios en las dinámicas de consumo; sin embargo, estos no se traducen en la eliminación del producto dentro de la dieta, sino en ajustes en la forma de compra, tales como la modificación en la frecuencia, la cantidad adquirida y la elección de marcas. Este comportamiento confirma que el arroz se mantiene como un bien esencial dentro de la canasta básica, en concordancia con lo planteado por la literatura, donde se establece que su demanda es relativamente inelástica (Hernández Pérez, 2014).

No obstante, el análisis territorial permitió identificar que la incidencia del precio no es homogénea. En el caso de Villavicencio, los hogares presentan una mayor capacidad de adaptación frente a las variaciones, reflejada en ajustes moderados asociados principalmente a la diversificación de marcas y frecuencias de compra. Por el contrario, en Cárquez se evidencia un impacto más significativo, donde los hogares, caracterizados por menores niveles de ingreso y mayor dependencia del abastecimiento externo, adoptan estrategias más marcadas como la planificación del gasto, la compra en mayores volúmenes y la reducción en la frecuencia de adquisición. Este comportamiento es consistente con la teoría de la restricción presupuestal, la

cual señala que los hogares reorganizan su consumo ante limitaciones de ingreso (Mercado Mejía, 2022).

En este sentido, los resultados no solo permiten cumplir con el objetivo general, sino que también reafirman las teorías planteadas en el marco teórico, especialmente aquellas relacionadas con la elasticidad-precio de la demanda, la restricción presupuestal y los factores socioculturales del consumo. Así mismo, se evidencia que los factores territoriales y socioeconómicos influyen de manera determinante en la magnitud del impacto, lo cual coincide con los planteamientos sobre heterogeneidad regional en el consumo (UPRA, 2025) (Ramírez Cañón, 2025).

En conclusión, las fluctuaciones del precio del arroz sí afectan el comportamiento de compra y consumo de los hogares, pero lo hacen a través de procesos de adaptación más que de sustitución o eliminación del producto. Esta dinámica confirma el carácter esencial, cultural y económico del arroz en la dieta de los hogares colombianos y pone en evidencia la importancia de considerar las diferencias territoriales en el análisis y en la formulación de estrategias desde la gerencia social orientadas a la seguridad alimentaria y al bienestar de la población.

Bibliografía

- Banco Mundial. (2023). *Pobreza y equidad*. Obtenido de <http://worldbank.org/ext/en/home>
- Fedearroz. (2024). *Federación Nacional de Arroceros*. Obtenido de Mayor consumo de arroz en Colombia, símbolo de seguridad alimentaria y tradición. : <https://fedearroz.com.co/es/publicaciones/editoriales/2024/08/13/mayor-consumo-de-arroz-en-colombia-simbolo-de-segurida>
- (Fedearroz), F. N. (2024). *Federación Nacional de Arroceros (Fedearroz)*. Obtenido de <https://fedearroz.com.co/es/publicaciones/editoriales/2024/08/13/mayor-consumo-de-arroz-en-colombia-simbolo-de-segurida>
- Adarme Jaimes, W. A. (2014). Comportamientos logísticos en la distribución de última milla de productos alimenticios en Villavicencio, Colombia. . *Revista ELA*, 145-156. Obtenido de <https://revistas.eia.edu.co/index.php/revei>
- Agronegocios . (2025). *En riesgo 100.000 hectáreas de arroz por sobreoferta y caída de precios*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co>
- Agronet. (2022). *Observatorio de Información Rural y Agropecuaria* . Obtenido de El consumo de arroz per cápita es mayor en zonas rurales que en las zonas urbanas.: <https://agronet.gov.co/noticias/el-consumo-de-arroz-capita-es-mayor-en-zonas-rurales-que-en-las-zonas-urbanas>
- Alcaldía de Villavicencio. (s. f.). *Alcaldía de Villavicencio*. Obtenido de Economía del municipio de Villavicencio. : <https://villavicencio.gov.co/municipio/economia/>
- Alvear Guzmán, K. C. (2023). Incremento del precio de los combustibles y su incidencia en los productos de la canasta básica del cantón El Triunfo, provincia del Guayas.
- Analdex. (2025). *Asociación Nacional de Comercio Exterior*. Obtenido de Trece años del TLC Colombia – Estados Unidos: entre consolidación, desafíos y nuevas oportunidades.: https://analdex.org/2025/05/07/trece-anos-del-tlc-colombia-ee-uu-entre-consolidacion-desafios-y-nuevas-oportunidades/?utm_source=chatgpt.com

- Asociación Nacional de Instituciones Financieras. (2025). *ANIF*. Obtenido de Análisis del mercado del arroz en Colombia y su impacto en el consumidor: <https://www.anif.com.co/>
- Balié, J. &. (2020). Is COVID-19 a threat to the stability of rice price and supply? International Rice Research Institute.
- Banco de la República. (2021). *Banco de la República*. Obtenido de Inflación y COVID-19: un ejercicio para Colombia.: <https://www.banrep.gov.co/es/inflacion-covid-19-ejercicio-colombia>
- Banco Mundial. (2023). *Inflación de los precios de los alimentos y seguridad alimentaria*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/agriculture/brief/food-security-update>
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Qualitative Research in Psychology. *Using thematic analysis in psychology.*, 77–101.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2013). *Impacto económico del TLC con Estados Unidos en la región Bogotá-Cundinamarca*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1906/Impacto%20economico%20del%20TLC.pdf>
- Cardona-Trujillo, H. M.-M. (2024). *La Silla Vacía*. Obtenido de El paro camionero reveló la fragilidad del abastecimiento alimentario en Colombia. : https://www.lasillavacia.com/red-de-expertos/red-social/el-paro-camionero-revelo-la-fragilidad-del-abastecimiento-alimentario-en-colombia/?utm_source=chatgpt.com
- CEPAL, C. E. (2021). Obtenido de Panorama social de América Latina: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47718-panorama-social-america-latina-2021>
- Congreso de la República de Colombia. (2013). Obtenido de Ley 1609 de 2013: Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno para modificar los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al régimen de aduanas.: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=51146>

Congreso de la República de Colombia. . (2025). *Cámara de Representantes de Colombia*.
Obtenido de Proyecto de ley: Fondo de estabilización de precios del arroz.:
<https://www.camara.gov.co>

Cortés, D. &. (2010). *Desarrollo y Sociedad*. Obtenido de El consumo de los hogares colombianos, 2006-2007: estimación de sistemas de demanda.:
<https://economia.uniandes.edu.co/sites/default/files/imagenes/eventos/ElConsumoHogares-cortes-perez>.

Cortés, D. &. (2010). *Economía*. Obtenido de El consumo de los hogares colombianos, 2006-2007: estimación de sistemas de demanda. Desarrollo y Sociedad:
<https://economia.uniandes.edu.co/sites/default/files/imagenes/eventos/ElConsumoHogares-cortes-perez>.

Croper. (2025). Obtenido de Paro arrocero en Colombia: causas, bloqueos y futuro del arroz paddy verde. : <https://croper.com/comunidad/paro-arrocero/>

DANE & FEDEARROZ, F. N. (2024). Obtenido de Quinto Censo Nacional Arrocero 2023: resultados generales.: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/censo-nacion>

DANE. (2022). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Obtenido de Encuesta nacional de presupuestos de los hogares (ENPH).:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/encuesta-nacional-de-presupuestos-de-los-hogares-enph>

DANE. (2023). Obtenido de Índice de precios y estadísticas del sector agropecuario.:
<https://www.dane.gov.co/>

DANE. (2024). *Boletín técnico de precios al consumidor*. Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE: <https://www.dane.gov.co/>

El País. (12 de Enero de 2025). *Inflación en Colombia: estos son los servicios que más subieron o bajaron de precio en el año 2024*. Obtenido de
https://www.elpais.com.co/economia/inflacion-en-colombia-estos-son-los-servicios-que-mas-subieron-o-bajaron-de-precio-en-el-ano-2024-1215.html?utm_source=chatgpt.com

El País. . (2025). *Paro arrocero en Colombia: crisis de precios y sobreoferta*. Obtenido de <https://elpais.com/america-colombia/>

El Tiempo. (2025). *El Tiempo*. Obtenido de El impacto económico que están dejando los bloqueos del paro arrocero: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/el-impacto-economico-que-estan-dejando-los-bloqueos-del-paro-arrocero-3433155>

ESAN. (2025). *Elasticidad de la demanda y oferta en productos agrícolas del Perú*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/elasticidad-de-la-demanda-y-oferta-en-productos-agricolas-del-peru>

FAO. (2013). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/i1983e/i1983e.pdf>

FAO. (2023). Obtenido de El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo: <https://www.fao.org/home/en/>

FAO. (2023). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Obtenido de Food Price Index.: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>

FAO, F. a. (2023). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Obtenido de Situación alimentaria mundial: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>

FAO, O. d. (2022). *FAO*. Obtenido de El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo: <https://www.fao.org/agrifood-economics/publications/detail/es/c/>

Fedearroz. (2025). *Federación Nacional de Arroceros*. Obtenido de <https://www.fedearroz.com.co/es/>

Federación Nacional de Arroceros. (2025). Obtenido de Fedearroz: <https://www.fedearroz.com.co/es/>

Financiera, A. N. (2025). *ANIF*. Obtenido de Análisis del mercado del arroz en Colombia y su impacto en el consumidor.: <https://www.anif.com.co/>

- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research (6th ed.)*. SAGE Publications.
- García-Giraldo, C. A.-D.-A. (2022). Obtenido de Impacto inflacionario pos-COVID en Colombia (2020–2023): factores y consecuencias. Dictamen Libre.: <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.36.12925>
- George, A. L & Merkus, J. (2021). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press.
- Henríquez, C. F. (2013). *Determinación de la elasticidad de la demanda alimentaria en Ecuador*. Obtenido de Revista Alternativas. : <https://editorial.ucsg.edu.ec/alternativas/article/view/43>
- Hernández Pérez, A. (2014). *Economía*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uvirtualorgsp/detail.action?docID=5307909>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación*. España: McGraw-Hill. Obtenido de Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta: https://www.google.com.co/books/edition/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N/5A2QDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=inauthor:%22Roberto+Hern%C3%A1ndez+Sampieri%22&printsec=frontcover
- Hoyos Zuluaga, M. A. (2024). *La ruta del abastecimiento en Colombia*. Obtenido de <https://www.eje21.com.co/2024/11/la-ruta-del-abastecimiento-en-colombia/>
- ICA. (2022). *Instituto Colombiano Agropecuario*. Obtenido de Resolución 824 de 2022: Por la cual se establecen los requisitos para el registro de los lugares de producción, exportadores y empacadoras de vegetales para la exportación en fresco: https://www.ica.gov.co/importacion-y-exportacion/planes-trabajo-exportacion-vegetales/documentos-relacionados/resolucion_ica_824_2022.aspx
- ICA. (2024). *Instituto Colombiano Agropecuario* . Obtenido de En Meta, el ICA estableció fechas para venta de semilla y siembra de arroz, maíz tecnificado y soya para el primer semestre de 2024.: <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-meta-fechas-venta-semilla-arroz-maiz-soya>

INEGI. (2020). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de Hábitos de consumo en los hogares mexicanos.

Infobae. (2026). *Advertencia de bloqueos preocupa a transportadores y productores ante el anuncio de paro arroceros: “El país no puede volver a paralizarse”*. Obtenido de https://www.infobae.com/colombia/2026/02/25/advertencia-de-bloqueos-preocupa-a-transportadores-y-productores-ante-el-anuncio-de-paro-arrocero-el-pais-no-puede-volver-a-paralizarse/?utm_source=chatgpt.com

Kotler & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing (15.ª ed.)*. Pearson.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.)*. SAGE Publications.

López, J. (2021). *Comportamiento del consumidor y decisiones de compra en productos de la canasta básica*. Obtenido de <https://share.google/JzzMKUiz4IsyrjVCy>

Mercado Mejía, M. A. (2022). *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. Obtenido de Gasto en consumo de los hogares en Colombia: un análisis por cuartiles. : <https://www.redalyc.org/journal/4096/409674549006/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de COVID-19 y libre comercio: Una aproximación desde la regulación colombiana.: <https://acuerdosrevista.mincit.gov.co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. f.). *ABC del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos*. Obtenido de <https://www.tlc.gov.co/preguntas-frecuentes/abc-del-tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-y-estados-unidos>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2014). *Decreto 539 de 2014: Por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios para importación y exportación de alimentos*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?>

Mubarak, F. Y. (2024). *Forecasting the price of rice in Banda Aceh after COVID-19*. Obtenido de <https://arxiv.org/abs/2411.15228>

- Muñoz Medina, L. (2025). *Infobae*. Obtenido de Crisis en Corabastos: precio del arroz está disparado por paro y bloqueos en carreteras:
<https://www.infobae.com/colombia/2025/03/10/crisis-en-corabastos-precio-del-arroz-esta-disparado-por-paro-y-bloqueos-en-carreteras/>
- Pérez, L. &. (2022). Obtenido de Elasticidad precio de la demanda y comportamiento del consumidor en bienes básicos.: <https://www.redalyc.org/journal/141/14167610010/html/>
- Ramírez Cañón, M. C. (2025). *El Espectador*. Obtenido de Precios de los alimentos: el impacto de la comercialización y sus fallas en Colombia:
<https://www.elespectador.com/economia/precios-de-los-alimentos-el-impacto-de-la-comercializacion-y-sus-fallas-en-colombia/>
- Rojas, L. (2024). *Encuentro Agropecuario*. Obtenido de Incremento del consumo de arroz en Colombia, avance en la soberanía alimentaria:
https://www.encuentroagropecuario.com/2024/08/23/incremento-del-consumo-de-arroz-en-colombia-avance-en-la-soberania-alimentaria/?utm_source=chatgpt.com
- Saavedra, F. (2024). *Infobae*. Obtenido de Cambios en el consumo de alimentos y bebidas en Colombia frente al alza de precios. :
https://www.infobae.com/colombia/2024/10/10/cambios-en-el-consumo-de-alimentos-y-bebidas-en-colombia-reflejan-alza-de-precios-segun-estudio/?utm_source=chatgpt.com
- UPRA. (2025). *Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA)* . Obtenido de UPRA avanza en la zonificación de arroz riego en Colombia: <https://upra.gov.co/es-co/sala-de-prensa/noticias/upra-avanza-en-la-zonificacion-de-arroz-riego-en-colombia>
- Vinelli Ruiz, M. (2025). *Elasticidad de la demanda y oferta en productos agrícolas del Perú*. Obtenido de ESAN. : <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/elasticidad-de-la-demanda-y-oferta-en-productos-agricolas-del-peru>