

SIGNIFICADOS QUE ORIENTAN EL CONSUMO SIMBÓLICO DE
SUPLEMENTOS PROTEICOS EN JÓVENES CON EDADES ENTRE
20 Y 35 AÑOS PRACTICANTES DE ACTIVIDAD FÍSICA EN
ALGUNOS GIMNASIOS EN LA LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA DE
LA CIUDAD DE BOGOTA

JUAN FELIPE AMAYA GONZALEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE MERCADEO

BOGOTÁ D.C.

2016

SIGNIFICADOS QUE ORIENTAN EL CONSUMO SIMBÓLICO DE
SUPLEMENTOS PROTEICOS EN JÓVENES CON EDADES ENTRE
20 Y 35 AÑOS PRACTICANTES DE ACTIVIDAD FÍSICA EN
ALGUNOS GIMNASIOS EN LA LOCALIDAD DE PUENTE ARANDA DE
LA CIUDAD DE BOGOTA

JUAN FELIPE AMAYA GONZALEZ

Trabajo de grado para optar al título de profesional en mercadeo

DIRECTORA

CAROLINA GARZÓN MEDINA

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE MERCADEO

BOGOTÁ D.C.

2016

NOTA DE ACEPTACION

JURADO

JURADO

JURADO

DEDICATORIA

En primer lugar, quiero dedicarle esta monografía a Dios, quien me guio por el buen camino, dándome fuerzas para seguir adelante sin permitirme desmayar por los problemas que se presentaron, ayudándome a encarar las adversidades.

A mi familia, ya que por ellos soy quien soy, a mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Pues, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, perseverancia para conseguir mis objetivos.

Además a mis profesores y compañeros que estuvieron a lo largo del proceso de aprendizaje durante la carrera, especialmente a la directora Carolina Garzón Medina.

Resumen

Con este trabajo de grado se identificó los significados que orientan el consumo simbólico de suplementos proteicos en jóvenes con edades entre 20 y 35 años que realizan actividad física en gimnasios en la Localidad de Puente Aranda en la ciudad de Bogotá a través de un estudio exploratorio-descriptivo, que permitiera promover las prácticas responsables de consumo saludable.

Las marcas de suplementos proteicos, actualmente se basan en estimular las emociones a través de los sentidos del ser humano, según Ekman considera que son 7 emociones básicas: ira, alegría, asco, sorpresa, miedo y desprecio (Ekman, 1993) que a partir de ella se genera una experiencia de consumo, ya sea positiva o negativa de acuerdo a la emoción que se halla estimulado, así generando una vivencia afectiva del consumidor hacia la marca.

En los resultados se evidencio que el uso de suplementos proteicos es indispensable para los asistentes a gimnasios y lo relación con hábitos, costumbres, y experiencias positivas en su incremento de masa muscular.

Palabras claves: vivencias afectivas, emociones, consumo, estilos de vida, experiencia de consumo, hábitos, suplementos proteicos.

Abstract

With this degree work the meanings that guide the symbolic consumption of protein supplements in young people aged between 20 and 35 years who exercise at gyms in the locality of Puente Aranda in Bogotá through a study identifies exploratory- descriptive, that would promote responsible practices of healthy eating.

Brands of protein supplements, currently based on stimulating the emotions through the human senses, according to Ekman believes are seven basic emotions: anger, joy, disgust, surprise, fear and contempt (Ekman, 1993) that from it a consumer experience, whether positive or negative according to the emotion that is stimulated is generated, generating an affective experience of the consumer to the brand.

In the results showed that the use of protein supplements is essential for those attending gyms and relationship with habits, customs, and positive experiences in increased muscle mass.

Keywords: emotional experiences, emotions, consumer lifestyles, consumer experience, habits, protein supplements

TABLA DE CONTENIDO

TEMAS

1. Introducción.....	10
2. Objetivos.....	12
1.1 Objetivo general.....	12
1.2 Objetivos específicos.....	12
3. Planteamiento del problema.....	13
4. Justificación.....	15
5. Marco teórico.....	18
5.1 Sobre el consumo de suplementos proteicos.....	18
5.2 Ventajas y desventajas una aproximación desde la nutrición.....	26
5.2 Simbolismo de las marcas y hábitos de consumo de los suplementos proteicos...	38
6. Metodología.....	41
6.1 Método y tipo de estudio.....	41
6.2 Categorización.....	42
6.3 Mapeo.....	45
6.4 Muestreo.....	47
6.5 Procedimiento.....	49
a) <i>Técnicas y herramientas de recolección de información</i>	49
b) <i>Transcripción de la información</i>	50
6.6 Consideraciones Éticas.....	55
6.7 Analisis de los resultados.....	55
7. Analisis de resultados.....	56
8. Discusión.....	76
9. Conclusiones.....	85
10. Referencias.....	87
11. Apéndices.....	89

Índice de figuras

<i>Figura 1. Mapeo prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios en la ciudad de Bogota. Fuente de elaboración propia.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 2. Usos del producto que acompañan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2. Fuente de elaboración propia.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 3. Vivencias afectivas que acompañan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2. Fuente de elaboración propia.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 4. Experiencias de consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2 Fuente de elaboración propia.....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 5. Habitos de consumo que acompañan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2 Fuente de elaboración propia.....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 6. Percepcion de las marcas del consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2 Fuente de elaboración propia.....</i>	<i>71</i>
<i>Figura 7. Estilo de vida frente al de consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2.....</i>	<i>84</i>

Índice de apéndices

Apéndice A. Formato del grupo focal, derrotero de preguntas.....	89
Apéndice B. Sesión de Grupo focal 1.....	91
Apéndice C. Sesión de Grupo focal 2.....	99

1. Introducción

En el presente trabajo se analizó el consumo de suplementos proteicos en personas que practican actividad física en gimnasios de la localidad de Puente Aranda en la ciudad de Bogotá. Primero, se planteó el problema de estudio, luego se dio a conocer a través de grupo focal las prácticas sociales y culturales que orientan al consumo de suplementos proteicos en los jóvenes y adultos deportistas.

Como práctica principal o trabajo de campo, se visitaron algunos gimnasios y se analizó el consumo de suplementos proteicos. Al respecto de lo anterior Brous¹ (1995) señala que el uso de suplementos alimentarios, como lo son: aminoácidos y creatina, entre otros, aumenta día a día entre los jóvenes deportistas que practican pesas o realizan algún tipo de actividad física; en un intento desesperado por ganar peso, mejorar la masa muscular, obtener mayor resistencia, en el corto tiempo y sin esfuerzo.

En el capítulo I, se mostrara el marco histórico y antecedentes, se hace mención a la forma como han venido evolucionando estos

suplementos proteicos y que están representados en el mercado de una forma diferente: en cápsulas, en polvo, en inyecciones, en tabletas, en inyecciones bebibles, etc., también se hace referencia al su uso por parte de los jóvenes desde hace varios años hasta nuestro medio.

En el segundo capítulo, aparece toda la clase de teoría que identifica este tema y a los jóvenes que los consumen, su creencia, su aplicabilidad, su dosificación o posología y su rol de cada uno en los organismos y cuerpos de deportistas o gimnastas. En el tercer capítulo, podemos ver los diferentes soportes legales que hacen referencia a la autoridad con que deben consumirse estos suplementos proteicos. En el cuarto y último capítulo tenemos en cuenta la forma y metodología que se usó en este trabajo, la muestra y el tipo de resultado obtenido.

2. OBJETIVOS

1.1 General

Identificar los significados que orientan el consumo simbólico de suplementos proteicos en jóvenes con edades entre 20 y 35 años que realizan actividad física en algunos gimnasios en la Localidad de Puente Aranda en la ciudad de Bogotá a través de un estudio exploratorio-descriptivo, que promueva las prácticas responsables de consumo saludable.

1.2 Específicos

- ✓ Comprender el sentido y significado del consumo de suplementos proteicos en la cultura Fitness actual
- ✓ Reconocer los simbolismos y creencias subyacentes en la cultura relacionadas con el consumo de suplementos proteicos y las marcas asociadas a estos.
- ✓ Comprender los hábitos que orientan las prácticas de consumo de los suplementos proteicos en los jóvenes estudiados.
- ✓ Generar un marco de reflexión en torno al consumo simbólico de los suplementos proteicos en la cultura actual.

3. Planteamiento del problema

El consumidor de hoy en día es un consumidor informado, que preocupado por la estética, la belleza y el significado que otorga a su cuerpo el cuidado del mismo, ve en los gimnasios y centros de entrenamiento una alternativa para mejorar no solo su condición física, sino su autoestima. Por lo anterior el consumo de suplementos proteicos, se ha convertido en una alternativa interesante para complementar las rutinas diarias de ejercicio, a la vez de proporcionar al cuerpo su equilibrio natural.

Al respecto de lo anterior, estudios como los desarrollados por Pérez-Guisado (2008) sobre la importancia del glucógeno muscular y el consumo de proteicos; Pivetta, Borgatello, Bove & Bussy (2014) sobre la evaluación de la ingesta de proteínas en jugadores de Rugby a partir de suplementos proteicos y Zepeda, Franco & Valdés (2011) sobre el estado nutricional y sintomatología de dismorfia muscular en varones usuarios de gimnasios, evidencia la importancia que tiene el consumo de suplementos proteicos de origen sintético en los jóvenes deportistas como complemento a la dieta y al cuidado de la salud; sin embargo desde el punto de vista de la investigación social, del marketing y de la psicología del consumidor se desconoce la connotación simbólica, ritualizados y cultural que tienen ciertas marcas y productos. Al respecto

de ello, ha sido la nutrición y las ciencias médicas quienes han advertido sobre sus usos, beneficios y perjuicios, sin embargo los hallazgos desde el marketing y las ciencias sociales en general aún son incipientes, frente a las prácticas de consumo, hábitos y rutinas establecidas en torno a este tipo de productos.

Pregunta problema

¿Identificar los significados que orientan el consumo simbólico de suplementos proteicos en jóvenes con edades entre 20 y 35 años que realizan actividad física en gimnasios de la localidad de Puente Aranda en la ciudad de Bogotá?

4. Justificación

En el presente trabajo se analizó el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física, Un interés mayor por un estilo de vida saludable, la acelerada urbanización y la moda entre otros están impulsando los gimnasios y centros deportivos en la ciudad, según internacional Health, Racquet & sportsclub Association, la entidad que los reúne a nivel global, en el país operan 1.500 gimnasio de los 160.000 que existen a nivel global. Esto es el 0,93 por ciento del total mundial.

Con esta cifra el país es el tercer mercado más grande en la población de Latinoamérica. Este aspecto y el crecimiento de Gimnasios además del crecimiento del sector de la salud y la estética incluyendo los spa se dan a conocer que los colombianos se interesan por un estilo de vida saludable. Realizar el trabajo de campo en gimnasios y de esta manera analizar el consumo de suplementos proteicos en personas que asisten a gimnasios en la ciudad de Bogotá.

Brous (1995) señala que el uso de suplementos alimentarios, como lo son: aminoácidos y creatina, entre otros, aumenta día a día entre los jóvenes deportistas que practican pesas o realizan algún tipo de actividad física; en un intento desesperado por ganar peso, mejorar la masa muscular, obtener mayor resistencia, en el corto tiempo y sin esfuerzo. Para ello compran productos de procedencia y pureza dudosa, muy costosos, sin analizar la información nutricional que estos tienen. Los atletas deberían experimentar el mejoramiento gradual de un entrenamiento bien dosificado y planeado en base a sus características físicas de cada individuo y con una adecuada alimentación o un plan nutricional, para concientizar que los suplementos no reemplazan al entrenamiento y a la nutrición. Barbero

señala que uno de los aspectos de la nutrición que suscita más dudas entre los practicantes, deportistas, aficionados y profesionales de la actividad física es el de los suplementos nutricionales para la mejora del rendimiento. La creencia de que los suplementos mejoran el rendimiento y desempeño deportivo hace que su uso se incremente entre los deportistas y particularmente en los deportistas jóvenes.

Por esta razón la investigación busca comprender las vivencias afectivas y emocionales del consumidor de estas. se aborda desde el mercadeo ya que es fundamental en términos empresariales que las marcas de los suplementos proteicos comprendan e implementen la importancia de las vivencias afectivas y emocionales para los consumidores de estas , por tal motivo la presente investigación pretende indagar razones de compra , momentos en los cuales se consumen los suplementos proteicos , percepción de los consumidores frente a estos productos , razones , vivencias y emociones cuando consumen suplementos proteicos a partir de los resultados obtenidos. Esta investigación es importante para futuras investigaciones sobre el consumo de suplemento proteico a nivel de mercadeo.

Para el mercadeo como disciplina, esta investigación aporta y contribuye a la academia en aspectos como el fortalecimiento de la investigación y el conocimiento del consumidor y se basa en asignaturas como psicología del consumidor, investigación de mercados.

Para la industria aporta conocimientos del consumidor que a partir de comprensión de la investigación, las marcas de esta industria puedan mejorar en el diseño del producto, de canales y de la respectiva comunicación que las marcas pueden generar y manejar por medio de los sentidos, emociones y vivencias que determinada cultura inconscientemente desarrolle por medio de sus signos y significados.

A la sociedad, para que esta tenga conciencia y se genere un consumo responsable a partir de las experiencias, vivencias y emociones para que cada consumidor no solo consuma estas marcas de suplementos proteicos para así evitar el consumo inadecuado e irracional de productos que afecten sus bienes propios.

5. Marco Teórico

5.1 *Sobre el consumo de suplementos proteicos*

En la historia del consumo de los suplementos proteicos, cuentan las leyendas en la Antigua Grecia que se aconsejaba a los atletas consumir grandes cantidades de carne y vino. Una serie de infusiones de hierbas y tónicos han sido utilizadas por hombres fuertes y atletas desde la antigüedad en todas las culturas para la mejora de la fuerza, el vigor, la destreza y la Resistencia. En la década de 1910, Eugen Sandow, ampliamente considerado como el primer culturista en occidente, abogó por el uso de control de la dieta para mejorar el crecimiento muscular. Más tarde, el culturista Earke abogo por el uso de “jugo de carne “o “extracto de carne “como una forma de mejorar la recuperación muscular. En la década de 1950 con el culturismo recreativo y competitiva cada vez más popular. Los años 1970 y 1980 marcaron una explosión en el crecimiento de la industria de los suplementos de culturismo impulsado por un aumento sin precedentes en la corriente principal de culturismo recreativo y el uso generalizado de las técnicas modernas de marketing Holt LE (2001).

Al respecto de lo anterior es importante comprender que los suplementos proteicos son drogas que mimetizan los efectos de la hormona natural masculina llamada testosterona. Se comercializan bajo diferentes nombres: a) "Esteroides anabólicos", es el nombre familiar de

unas sustancias sintéticas relacionadas a las hormonas sexuales masculinas (andrógenos). Provocan el crecimiento del músculo esquelético (efectos anabólicos), el desarrollo de características sexuales masculinas (efectos androgénicos) y también tienen algunos otros efectos., su término correcto de estos compuestos es esteroides "anabólico-androgénicos" (Brous 1995).

En línea con lo anterior, es importante aclarar que para el atleta de fuerza y potencia, el valor de los suplementos proteicos es el incremento de masa muscular, en este sentido Campbell (2008) explica que el consumo de proteínas es necesario para recuperar las células y tejidos dañados a causa del entrenamiento intenso. Sobre la base de ello, el balance neto de proteína es la relación entre la síntesis y la degradación de proteínas musculares. Por lo anterior factores como la calidad de la proteína, el consumo energético, el consumo de carbohidratos, la modalidad e intensidad del ejercicio y el momento elegido para la ingesta de las proteínas son aspectos a tener en cuenta.

Los atletas de fuerza y potencia para obtener sus requerimientos proteicos a través de comidas completas, eligen obtener una porción de su ingesta de proteínas a partir de suplementaciones tales como: proteínas en polvo, bebidas para el remplazo de comidas ó barra energéticas altas en proteína. Al respecto es claro que entre las razones más usuales ta el hecho de que para suplementar la dieta con

suplementos proteicos estas incluyen la conveniencia, la simplicidad y el hecho de que los suplementos proteicos también tienen otros beneficios tales como una vida de almacenamiento mayor que las fuentes de comidas completas, además de tener un costo más conveniente en muchos casos.

Al respecto de lo anterior Kreider (2007), destaca que las aplicaciones prácticas de la suplementación con proteínas, está precisamente en los efectos de la suplementación con proteínas de suero sobre la composición corporal y la fuerza muscular. El deportista tiene necesidades nutricionales claras. La base de las necesidades nutricionales de un atleta es una dieta equilibrada y una hidratación adecuada, y así sacar ventaja de los suplementos que tienen una sólida base científica.

De la misma manera Leenders (2013) afirma que las proteínas en el cuerpo se degradan y se sintetizan constantemente y de forma simultánea. En el musculo esquelético, ante cargas de alta intensidad como el ejercicio de fuerza, se lleva a cabo un intercambio proteico derivado del estímulo provocado por la actividad física.

Autores como Boirie (2001) considera que los requerimientos proteicos de los atletas de alto rendimiento son de hasta dos o tres veces más que las de una persona normal en el uso de suplementos de proteínas, por lo mismo el consumo de suplementos proteicos de

cadena ramificada han demostrado que disminuyen el daño muscular inducido por el ejercicio, por lo cual, la suplementación durante el ejercicio de alta intensidad puede ayudar a minimizar la degradación de proteínas.

Frente al uso de suplementos nutricionales en deportistas se encuentra el consumo e ingesta principalmente de vitaminas y minerales, suplementos proteicos energizantes y creatina. La principal finalidad para su uso, es la mejora del rendimiento físico.

De acuerdo con McCreary y Hovey (2003), existe una lista significativa de suplementos nutricionales que solemos encontrarnos en el mercado y su supuesta utilidad aplicada al deporte en sus diferentes aspectos:

Suero de proteínas: el suero es la porción fina y acuosa de la leche que se obtiene mediante la coagulación y remoción del cuajo durante la producción de quesos. El suero de proteínas es separado del suero líquido y purificado, estos productos del suero son utilizados como fuentes de proteínas de alta calidad en barras energéticas, proteína en polvo y formulas nutricionales (Isidro, 2007). Según González (2007), su administración en el ámbito deportivo es muy frecuente y se relaciona al menos con cuatro posibles objetivos: servir de combustible al músculo, estimular la biosíntesis de creatina, estimular la secreción de la hormona del crecimiento y de la insulina, e

integrarse en el metabolismo como intermediarios metabólicos.

L-Carnitina: es una amina que se encuentra en la carne y en menor grado en la leche. Es un metabolito transportador de los ácidos grasos hacia el interior de la mitocondria para su posterior oxidación, por ello se usa como lipolítica. Los individuos que utilizan la L-Carnitina como suplemento, describen una sensación de aumento de la energía y de descenso del apetito (Isidro, 2007). Sin embargo, la mayoría de los estudios hasta la actualidad, no respaldan un efecto ergogénico (Minuchin, 2004).

Guaraná: de origen brasileño, esta planta contiene altas concentraciones de cafeína, uno del termo génico por excelencia. Se incluye en muchas bebidas energéticas o comercializadas en forma de cápsulas. Se usa como suplemento para evitar la fatiga y para la definición muscular por su efecto político (Isidro, 2007). Un gramo de guaraná equivale a 40 miligramos de cafeína (Finnegan, 2003).

Glutamina: aminoácido con funciones anti catabólicas, es decir, previene la pérdida muscular en situaciones de gran estrés oxidativo, y favorece la síntesis proteica. El ejercicio intenso durante periodos prolongados, puede causar una disminución de glutamina en sangre. La suplementación con glutamina tiene un papel fundamental en el mantenimiento de la proteína muscular. También tiene función

recuperadora del glucógeno muscular tras el entrenamiento (Isidro, 2007).

Antioxidantes: son sustancias que neutralizan los radicales libre para evitar los efectos dañinos de los mismos. El organismo posee enzimas naturales que actúan como antioxidantes, pero sus niveles descienden con la edad. Los antioxidantes más destacados, son: Beta caroteno: precursor de la vitamina A, sus efectos son disminución de los efectos nocivos del colesterol, protección frente al cáncer y mantenimiento del tejido pulmonar (Isidro, 2007). Sin embargo, hay una serie de antioxidantes que son importantes considerar como suplementos:

Vitamina A: en un individuo activo no viene apoyada por una base teórica sólida, además si toma mega dosis se esta vitamina se pueden provocar efectos indeseables, como debilidad, dolor de cabeza, náuseas y lesiones hepáticas (Williams, 2002).

Vitamina C: potente antioxidante.

Vitamina E: considerada uno de los antioxidantes más potentes; disminuye la producción de tromboxanos, evitando la coagulación sanguínea, y aumenta la producción de prostaciclina, que ayudan a licuar la sangre. También disminuye el nivel de glucosa, y fortalece la

función inmunológica. En atletas protege frente a lesiones y aparición de agujetas (Isidro, 2007). En un experimento diseñado por Kobayashi , usando un protocolo doble ciego, observó que un suplemento diario de vitamina E durante seis semanas, mejoraba el VO₂ máx., reducía el ácido láctico en sangre durante el ejercicio su máximo, e incrementaba la capacidad aerobia en altitudes de 1.500 a 4.500 metros. En otra investigación, Simon-Schnass y Pabst han apoyado los resultados de este estudio previo. Los mismo autores han señalado en un reciente estudio, que los deportistas deberían consumir de 100 a 200 UI diarias de vitamina E (Williams, 2002).

Creatina: la fosfocreatina es la fuente de fuerza más importante para las pruebas de velocidad y saltos; sus concentraciones en el músculo se agotan en cinco o seis segundos de esprín intenso (Arasa Gil, 2005). Se introdujo en el mercado como ayuda ergogénica en 1993 (Minuchin, 2004). El uso generalizado de suplementos de creatina entre los atletas es bien reconocido. Su consumo aumenta el rendimiento en ejercicio de gran intensidad y aumenta también significativamente la fuerza y la potencia muscular (Arasa Gil, 2005). Aun así, Greenhaff indica que no disponemos de información suficiente sobre los posibles efectos adversos de la ingesta continuada de creatina (Williams, 2002). Por ahora los resultados con creatina han sido alentadores en la mayor parte de los casos, y los efectos adversos son leves y manejables en

manos de un buen especialista (Minuchin, 2004).

Arginina: es un aminoácido necesario para liberar la hormona de crecimiento en la glándula pituitaria, también participa en el bienestar de los sistemas cardiovascular e inmunológico, ya que es un vasodilatador (Pensanti, 2005 p.64). Algunos estudios científicos, como el de Lambert et al. No han demostrado ningún efecto ergogénico significativo de la arginina, ni un aumento significativo en la secreción de hormonas del crecimiento (Williams, 2002).

Ginseng: los extractos derivados de esta planta contienen numerosas sustancias, siendo las más importantes los glucósidos, las formas más comunes de ginseng son el chino (*Panax ginseng*), y el Japonés *Panax japonicum*). El ginseng se comercializa para mejorar la salud y el rendimiento físico, se cree que influye en la actividad neuronal y hormonal. La teoría más respaldada sugiere que estimula el hipotálamo, por ello se usa para aumentar la resistencia frente a los efectos catabólicos del estrés. Otras teorías sostienen que puede influir sobre el rendimiento físico, al aumentar la función cardíaca y el transporte de oxígeno durante el ejercicio (Williams, 2002). Sin embargo, se han publicado estudios que desmienten su efectividad como suplementación deportiva (González Gallego 2006).

Cafeína: es un alcaloide del grupo de las xantinas, presente en

plantas como el té, guaraná, mate, cola y café. Se usa por sus propiedades estimulantes y lipolíticas (Arasa Gil, 2005). La Sociedad Internacional de Nutrición Deportiva, a través del estudio realizado por Kreideer et al. 2010, ha concluido que la cafeína es eficaz para aumentar el rendimiento deportivo cuando se consume en dosis bajas o moderadas (entre 3 y 6 mg/Kg), no produciendo mejoras adicionales en dosis más altas (> 9 mg/Kg). Además, la suplementación con cafeína es beneficiosa para los ejercicios de alta intensidad como el fútbol. También, varios estudios, citados en el mismo artículo, indican que una dosis moderada de cafeína puede ser eficaz para mejorar el rendimiento físico en mujeres entrenadas y en mujeres moderadamente activas.

Carbohidratos: constituyen la fuente principal de energía para la fibra muscular, principalmente el glucógeno y la glucosa; una de las principales causas de fatiga muscular es el agotamiento de las reservas de hidratos de carbono en el organismo. Este tipo de suplementos tienen como fin asegurar el aporte a las fibras musculares activas, retrasando la aparición de fatiga (Arasa Gil, 2005). El aporte complementario de carbohidratos durante el ejercicio es una medida efectiva para mejorar el rendimiento de resistencia; el objetivo principal de la reposición durante el ejercicio es evitar la hipoglucemia (Frontera, 2008).

5.2 Ventajas y desventajas. Una aproximación desde la nutrición

Cada ser humano es diferente en todo aspecto y más aún en temas referentes a nutrición. La heterogeneidad de las personas, nos lleva a que cada dieta debe estar correctamente ajustada al estilo de vida de estas y por lo tanto, el acudir a un especialista antes de establecer una, es sin duda indispensable. Cabe resaltar además, que una dieta no se trata de restringir las comidas, sino de mejorar los hábitos alimenticios de acuerdo a las actividades que uno realice. Por lo tanto, si se tiene pleno conocimiento de los efectos negativos que podrían tener cierto tipo de alimentos en el organismo; se evitaría caer en el gravísimo error de basarnos en dietas publicitarias que se difunden sin ningún reparo.

Así como son dañinas las *auto dietas*, también lo son las dietas radicales, por ejemplo, la llamada *Cetosis*, ya que “este es el nombre de un estado que se alcanza en las dietas bajas en carbohidratos. Cuando las personas se encuentran en cetosis significa que el cuerpo está quemando grasa para usarla como energía” (“Los síntomas de la cetosis”, 2013). Las consecuencias de dicha dieta pueden variar desde extremo cansancio, dolor de cabeza, sensación de sed, hasta debilidad generalizada. De esta manera, este tipo de régimen debe ser únicamente empleado por fisicoculturistas, los cuales en aperturas de los campeonatos, deben estar en las medidas indicadas.

Las Proteínas artificiales Ventajas y desventajas nutricionales de su uso, podemos considerar indudablemente el factor tiempo. Si de por sí, el hecho de realizar algún tipo de actividad física demanda cierta cantidad de horas y lo que se quiere es obtener resultados favorables lo más rápido posible; no sería factible (para algunas personas) que los nutrientes adicionales tarden en hacer efecto. Por lo tanto, considerando que un joven universitario organiza su tiempo en base a sus horarios de estudio y de ocio; el consumo de proteínas artificiales se ha convertido en la primera opción de muchos estudiantes deportistas, pues además de su fácil elaboración, la obtención de una buena musculatura no tarde en hacerse notoria. Otra ventaja a resaltar, vendría a ser la “pureza” de las proteínas cuando se encuentran finamente concentradas, ya que se requieren justamente en Este estado cuando están siendo implementadas en una dieta de crecimiento muscular.

En el ámbito nutricional, la fijación de una auto dieta, puede significar serios daños en los órganos encargados de procesar este tipo de nutrientes. Ya que cuando dichas proteínas dejan de consumirse por un periodo de tiempo, tienden a generar un aumento considerable de peso, puesto que dicho nutriente se habrá acumulado en el cuerpo hasta entonces. Es importante señalar también, que “los polvos

meramente proteicos compuestos por proteínas de calidad superior como el suero de leche o albúmina de huevo no presentan ninguna ventaja a la de ingerir proteínas comúnmente encontradas en la alimentación normal del deportista” (Andrago & Jaramillo, 2013).

En el ámbito económico, se puede decir que los suplementos proteicos tienden a tener costos relativamente altos, y por tanto al tratarse de jóvenes, estos no siempre cuentan con el apoyo financiero de sus padres para adquirir dichos productos constantemente.

Algunos investigadores han señalado que ciertos deportistas, especialmente aquellos practicantes de fitness o culturismo cuyo fin es aumentar de masa muscular, superan la ingesta proteica por encima de los niveles recomendados (1,6-1,8 g/kg/día). En este caso, si se ingieren suficientes proteínas e HC después del ejercicio la toma de suplementos dietéticos, no supondrá ninguna ventaja.

En línea con lo anterior y basándose en la premisa que “nada en exceso es bueno” y tratándose de un tema tan delicado como la nutrición del ser humano, se puede afirmar la idea del control que debe de existir en su consumo. La ingesta excesiva de proteínas artificiales puede causar ciertas complicaciones en el aparato digestivo, ya que de una u otra manera saturan el proceso natural que estos tienden a

desarrollar. Esto significa en palabras de Andrago & Jaramillo (2013): “cuando los deportistas están cansados y entrenan mal, suelen pensar en suplementos que podrían aportarles más energía. Muchas personas no saben que la Food and Drug Administración no controla bien la calidad y pureza de los suplementos dietéticos.

El uso de las proteínas naturales son parte esencial de la pirámide nutricional y por lo tanto, necesarias también en cualquier dieta, ya que dicho nutriente se encargaría de fortalecer el tejido muscular y al mismo tiempo hacerlo crecer adecuadamente. Las ventajas del consumo de suplementos proteicos de manera natural, más no sintética, viene dado básicamente por la facilidad al ser procesadas e ingeridas; es decir, que existe sólo una mínima probabilidad de dañar el sistema digestivo, pues no se encuentran en concentraciones tan elevadas. Asimismo, estas son más accesibles en términos económicos, ya que se pueden encontrar en alimentos primarios como carnes o tubérculos y de esta manera el joven podría conseguirlas fácilmente. Sin embargo, se puede apreciar que los suplementos de tipo natural no poseen la cantidad proporcional necesaria de proteínas que necesita el cuerpo para poder trabajar de una forma satisfactoria. Además, la elaboración de mezclas naturales es mucho más tediosa en comparación con las artificiales, ya que implica ciertos procesos si se quiere llegar a un punto donde se puedan

aprovechar al máximo estos nutrientes. De esta manera, el factor tiempo se ve afectado negativamente para los jóvenes, quienes requieren facilidad en la preparación y resultados casi inmediatos.

Al respecto de lo anterior Soria (2012) argumenta que los efectos de un consumo excesivo tanto en los diagramas nutricionales como en las dietas personalizadas, es que no se puede emplear en exceso, en este sentido el exceso de proteína, debido a un consumo irresponsable e innecesario, puede ser la causa de numerosas enfermedades, así como trastornos en los riñones o el hígado. Asimismo, el proceso de preparación de mezclas naturales puede ser confuso y llevar a las jóvenes, a desviarse del objetivo deseado, por ejemplo el hecho de usar frituras para el consumo de proteínas.

Es importante comprender que lo que comenzó como una simple tendencia social, actualmente es considerado un fenómeno en los jóvenes. Se trata pues, del consumo de diversos suplementos proteicos por parte de adolescentes e incluso adultos de mediana edad. Sin embargo, el ideal de poseer una imagen musculosa y el poder llamar la atención de los demás, ha ido más allá; pues ha llevado a que dichos productos se ingieran de manera descontrolada en mucho de los casos: “Mejorar el aspecto físico, cuidar la salud, aumentar el rendimiento

deportivo y suplir algún déficit de la dieta son las razones más escogidas para justificar el consumo de SN en los usuarios de gimnasios” (Sánchez, Miranda, Guerra, 2008, p23.)

Frente al consumo de suplementos proteicos existen muchos estereotipos ya que si bien es cierto, desde épocas griegas, el modelo del cuerpo perfectamente estructurado se ha mantenido vigente, con el pasar de los años este ha ido evolucionado y actualmente se puede decir, que ha reaparecido en su forma más cruda y literal. en este sentido es importante resaltar que el factor tiempo ha sido determinante a la hora de establecer la manera en que hemos de alcanzar dicho ideal, pues la práctica de deportes ha sido reemplazada por simples aparatos que se encuentran en un solo lugar: el gimnasio. Esto se refleja en el incremento considerable de los jóvenes que ahora son parte de la comunidad “fitness” y a quienes no les basta con mostrar un cuerpo saludable, sino que van más allá, y terminan cayendo en un exhibicionismo sumamente narcisista.

En línea con lo anteriormente explicado el consumo de suplementos proteicos se encuentra atravesado por un conjunto de procesos socioculturales que se relacionan con la apropiación y los usos de los productos (Sunkel, 2006), al respecto de ello la cultura está compuesta por elementos abstractos y físicos. Los elementos abstractos o comportamentales son constituidos por valores, normas y

símbolos, que en el caso de los suplementos proteicos se encuentran complementa mente ritualizados por la cultura del cuidado del cuerpo y el ejercicio. Los elementos físicos o también llamados artefactos culturales, pueden representar símbolos y significados (Valenzuela, 2009) por lo tanto es la principal influencia externa fundamental en el comportamiento de un individuo, y en el comportamiento de compra y consumo.

De acuerdo con Hirschman (1984) considera el consumo de suplementos proteicos como un fenómeno de búsqueda de experiencia, dividiéndola en tres aspectos 1) Búsqueda cognitiva, como deseo de estimular el pensamiento; 2) Búsqueda de sensaciones, Como de deseo de experiencia a través de los sentidos; 3) Búsqueda de novedades, como búsqueda de lo único, fuente fresca de estimulación a través del consumo de suplementos proteicos. Al respecto de ello, el consumo de estos productos se debe incluir en la cultura como una variable relevante que inevitablemente planea todo el proceso y se convierte a los productos en signos y significados que sirven como medio para dar sentido a la realidad social y psicológica del consumidor (Neme, 2013)

Con base en lo anterior Venkatesh (1999), materializa el consumo actual en 5 condiciones que se pueden resumir en:

Sistema de signos: Las personas, en su comunicación cotidiana con los demás, utilizan signos y símbolos que dan sentido a dicha comunicación. Pero los signos no sólo forman parte del lenguaje hablado y escrito, sino también de aspectos visuales y tangibles, siendo la publicidad su máximo exponente. (Quereda, 2005)

Hiperrealidad: Este término es tomado de la obra de Baudrillard (1974, 1993, 1998), para quien los individuos, a partir de la realidad y su representación, consumen imágenes de tal realidad para finalizar representando sus propias imágenes como realidad. En este sentido Venkatesh (1999) considera que las personas construyen su propia realidad, siendo ésta fruto de la imaginación, fantasía y necesidades pragmáticas. Para el individuo que practica el ejercicio y asiste a los gimnasios como parte de su rutina diaria, los signos de los objetos representan la propia realidad (equipos de ejercicio, productos suplementarios, etc), lo que no significa que el objeto no tenga valor funcional, sino que la funcionalidad es el propio signo, siendo el consumo de suplementos proteicos un intercambio de signos (Quereda, 2005).

Particularismo: Tiene que ver con la sinergia de las interacciones entre los individuos, del intercambio en las relaciones de la vida cotidiana sin que se trate de principios universales de comportamiento.

Se trata más de una búsqueda por sentirse bien en aquella interacción que de una orientación central de la vida, lo que elimina trascendencia alguna en su vida cotidiana. Esto es interpretado por Firat y Venkatesh (1995) como la liberación del sujeto de tener que ser, tener o buscar un centro o sentido, es decir, un referente. (Quereda, 2005).

Fragmentación: No se refiere sólo a fragmentación en grupos de diversa índole, sino también a la fragmentación del propio self, de los distintos “yo” del individuo, concibiéndose el self como un ensamblaje más que como una construcción, por lo que el consumidor está constantemente emergiendo, rehaciéndose y re direccionándose a través de los productos y las demás personas. (Quereda, 2005).

Comportamiento simbólico: Está fuertemente relacionado con el sistema de signos, creando los símbolos significado, y es por esta vía que los consumidores negocian el proceso de consumo. (Quereda, 2005)

Así pues, se puede inferir que la base del consumo actual de suplementos proteicos está en todos aquellos procesos cargados de signos y símbolos sociales y culturales, los cuales son los que de manera directa o indirecta generan las necesidades o deseos del consumidor, en consecuencia es por ello que es necesario comprender el consumo simbólico.

Dentro de la cultura del consumo de suplementos proteicos es necesario mencionar el poder que tienen las marcas por su capacidad de expresión cultural. Así, McCracken (1993) sostiene que tanto en el establecimiento de las categorías culturales como en la comunicación de las mismas, el consumo simbólico de marcas puede contribuir considerablemente a tales fines. De hecho y como expresión máxima de la cultura del consumo, es posible encontrar comunidades de marca, es decir, conjunto de consumidores articulados alrededor del consumo y “admiración” de una marca determinada (Muniz Jr. y O’Guinn, 2001).

En Colombia la categoría de los suplementos proteicos, tiene un buen posicionamiento en los consumidores, entorno al sentido y significado que le dan a la categoría, pues ésta, está ligada principalmente al consumo simbólico puesto que el consumo de marcas de suplementos está reflejado en el simbolismo social, pues es la auto creación de la identidad de cada individuo, lo que lleva a generar que el consumidor cubra espacios personales que quieran desarrollar: “La gente no compra productos sólo por lo que ellos hacen, sino también por lo que ellos significan” (Levi, 1959, citado por Hirschman y Holbrook, 1992).

Se encuentra que hay aportes significativos sobre el concepto de consumo simbólico, destacando la unanimidad que existe entre los

autores sobre la dimensión como medio de expresión (Quereda, 2005), a partir de esto, se puede deducir que el consumo simbólico está basado en sensaciones, emociones, sentimientos y experiencias placenteras, que hacen que el consumidor se sienta bien consigo mismo y en un entorno cultural específico, generando actitudes, hábitos de consumo o estilos de vida, haciendo una representación simbólica de lo que consume, o determinado producto, en este caso las marcas de chocolates a través de los estímulos generados por las mismas marcas.

El consumidor, en su relación con los productos proteicos, experimenta estados afectivos y emotivos (hedonistas), siendo una de las manifestaciones más representativas del hedonismo el goce o disfrute anticipado de un producto sin necesidad de comprarlo. Este disfrute se obtiene mediante la elaboración de imágenes (símbolos) que hacen el papel de sustituto del consumo (O'shaughnessy, 2002).

Leigh y Gabel (1992) afirman que la compra de productos y las marcas asociadas actúan como instrumentos sociales ya que se utilizan como medio de comunicación simbólico entre los individuos. El sentido y significado que han construido las personas entorno a las marcas de suplementos proteicos, se configura en torno a la creencia de que estos son productos para aumentar la masa muscular y llevar un estilo de

vida saludable, asociada con representaciones simbólicas entorno al bienestar y el mantenimiento físico que estos generan.

Finalmente, en los suplementos proteicos se evidencian un conjunto de signos, símbolos y significados en las marcas que hacen posible que las personas se identifiquen y puedan expresar sus sentimientos entorno a la misma, arrojando así muchos significados para las personas que los consumen.

5.3. Simbolismo de las marcas y hábitos de consumo de los suplementos proteicos

El consumo de suplementos proteicos está asociado con un tema de gratificación personal, Eliot y Wattanasuwan (1998) afirman que el simbolismo personal se construye a través de la experiencia cara a cara en la vida cotidiana del individuo, experiencia de medios es decir, la influencia que ejercen los medios de comunicación en general, la publicidad y marcas en particular, los cuales se encuentran especial y temporalmente distante de la vida cotidiana.

Se puede inferir que la relación entre significado y acción (compra, elección, uso) frente a los hábitos de consumo de los suplementos proteicos es dinámica y esto es así porque los símbolos no son algo tangible sino que están constantemente producidos y

reproducidos a través de la interacción social, interacción donde intervienen diversos agentes, como son, además de los propios individuos, grupos deseables o evitables, medios de comunicación, marcas e instituciones (Quereda, 2005)

La marca es uno de los factores que puede influenciar en el simbolismo social. Las marcas, como expresan Lannon y Cooper (1983), además de lo que es el producto físicamente, también son una combinación de símbolos, imágenes y sentimientos, lo que da una idea de lo que es la marca, lo que le diferencia de otra(s). De acuerdo con Fournier (1998): “las marcas forman una unidad en el sistema que el consumidor crea, pero no sólo para ayudarle en la vida, sino también para dar sentido a su vida, lo que significa que los consumidores no eligen marcas sino vidas”.

Para Lannon y Cooper (1983), el simbolismo es una forma de lenguaje que puede ser identificado: 1) como forma de expresar o decir a otras personas quiénes somos; y 2) como un rito, es decir, marca asociada a emociones o actos sociales. Dichos autores afirman que los consumidores utilizan las marcas, de alguna forma, como expresión de la identidad social, humor, expectativas y el tipo de relaciones que pueden esperar.

En este mismo sentido se expresa Levy (1996), para quien la

marca es una combinación de realidades técnicas y simbólicas, creando más alternativas, más elecciones y mayor complejidad en la vida, pues fomentan la competición y la conciencia personal distingue estatus, refinan lo sensorial y discriminan juicios. (Fenollar, 2005)

En línea con el simbolismo de las mismas marcas de suplementos proteicos, están los hábitos de consumo que se desarrollan con las mismas. Hablar de hábito proviene del latín “hábitos” que significa modo especial de proceder o conducirse, adquirido por repetición de actos iguales o semejantes u originados por tendencias instintivas.

Habito es la capacidad que el hombre tiene de disponerse de un modo distinto de cómo es por naturaleza aunque no vaya en contra de ella (Aspe y López 1999). Al respecto de los suplementos proteicos los hábitos frente a su consumo no son lo mismo que las costumbres, las costumbres son una repetición de actos que no necesariamente se hacen de modo consiente y libre. Los hábitos en cambio, suponen la libre decisión de cada persona de hacerlos. Esto significa que los hábitos se adquieren, y que se obtienen por el ejercicio libre de los actos que cada quien desempeña. Los actos suponen la libre decisión de cada persona en los actos que ejecuta de modo consciente (Aspe y López 1999)

Todos los seres humanos tienen un sin número de hábitos que van desde los alimenticios hasta hábitos de consumo que dañan el medio ambiente para que estos no se conviertan en una amenaza es necesario que se cuente con una educación en el hogar en los centros de trabajo y en la ciudad (Barrientos, 2007).

6. METODOLOGÍA

6.1. Método y tipo de estudio

La presente investigación se orienta desde la investigación cualitativa, teniendo como base el método etnográfico, ya que se busca comprender las experiencias vividas de las personas, sus comportamientos, emociones, sensaciones, conductas, estilos de vida y maneras de vivir entorno a una sociedad y cultura. (Corbin, 1998).

Para el análisis de los datos textuales se soporta en el método de la teoría fundamentada, al respecto para Corbin y Strauss (1998) la

teoría fundamentada “se refieren a una teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizada por medio de un proceso de investigación. En este método, la recolección de datos, el análisis y la teoría que surgirá de ellos guardan estrecha relación entre sí.

6.2. Categorización

Nombre categoría	Definición	Ejes de indagación
Hábitos	Hábito es una costumbre ganada por la repetición de una misma acción. En mercadeo, los hábitos son tenidos en cuenta desde el punto de vista del consumo y se refiere al comportamiento y costumbre del	<ul style="list-style-type: none"> • Creencias • Rutinas • Vida cotidiana • Estilo de vida • Hábitos de consumo • Frecuencia de compra

	consumidor (Bauman, 2007).	
Consumo Simbólico de suplementos proteicos	El consumo simbólico es una experiencia cognitiva, pero también búsqueda de sensaciones y novedades, utilizando los individuos los productos portadores de signos para comunicarse con los demás.(Hirshman,1980)	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencias • Gustos • Recuerdos • Experiencias • Prácticas de consumo
Vivencias afectivas	La vivencia está condicionada por la cultura, la sociedad y las redes vinculares que se establecen en la misma. Los entornos culturales, sus significados y sus	<ul style="list-style-type: none"> • Sentimientos • Emociones • Vivencias

	códigos, es lo que influye a las personas para expresarse a nivel emocional. (Vygotsky, 1987).	
Creencias	Las creencias son el estado en el que la mente de un individuo supone verdadero el conocimiento o la experiencia que tiene acerca de un suceso o cosa. Padilla Gálvez (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Creencias sociales • Testimonios • Culturas • Afirmaciones

Tabla 1. Categorización y ejes de indagación de los significados sociales y culturales que orientan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios.

6.3. Mapeo

Uno de los elementos básicos en el inicio del trabajo de naturaleza cualitativa tiene que ver con el problema de situarse en el terreno o escenario en el cual va a desarrollarse la investigación. Para lograr este propósito, uno de los procesos de partida es lo que la literatura anglosajona denomina “mapping”. El concepto de mapa es tomado aquí en un sentido figurado ya que, si bien dentro de ese proceso de mapeo se incluyen lugares físicos, la verdadera intención es poder lograr un acercamiento a la realidad social o cultural objeto de estudio, donde se tengan claramente identificados los actores o participantes, los eventos y situaciones en los que interactúa dichos actores, las variaciones de tiempo y lugar de las acciones que estos desarrollan; en fin, un cuadro completo de los rasgos más relevantes de la situación o fenómeno objeto de análisis. Es, en definitiva, un trabajo de “cartografía social”, como lo denominan Schwartz y Jacobs (1984).

En la siguiente figura se describe el mapeo de la presente investigación, está conformado por el planteamiento del problema, los instrumentos que se utilizaron para la investigación, donde, como y cuando se realizó y por último el segmento al cual se le practicó la investigación. (Veáse figura 1).

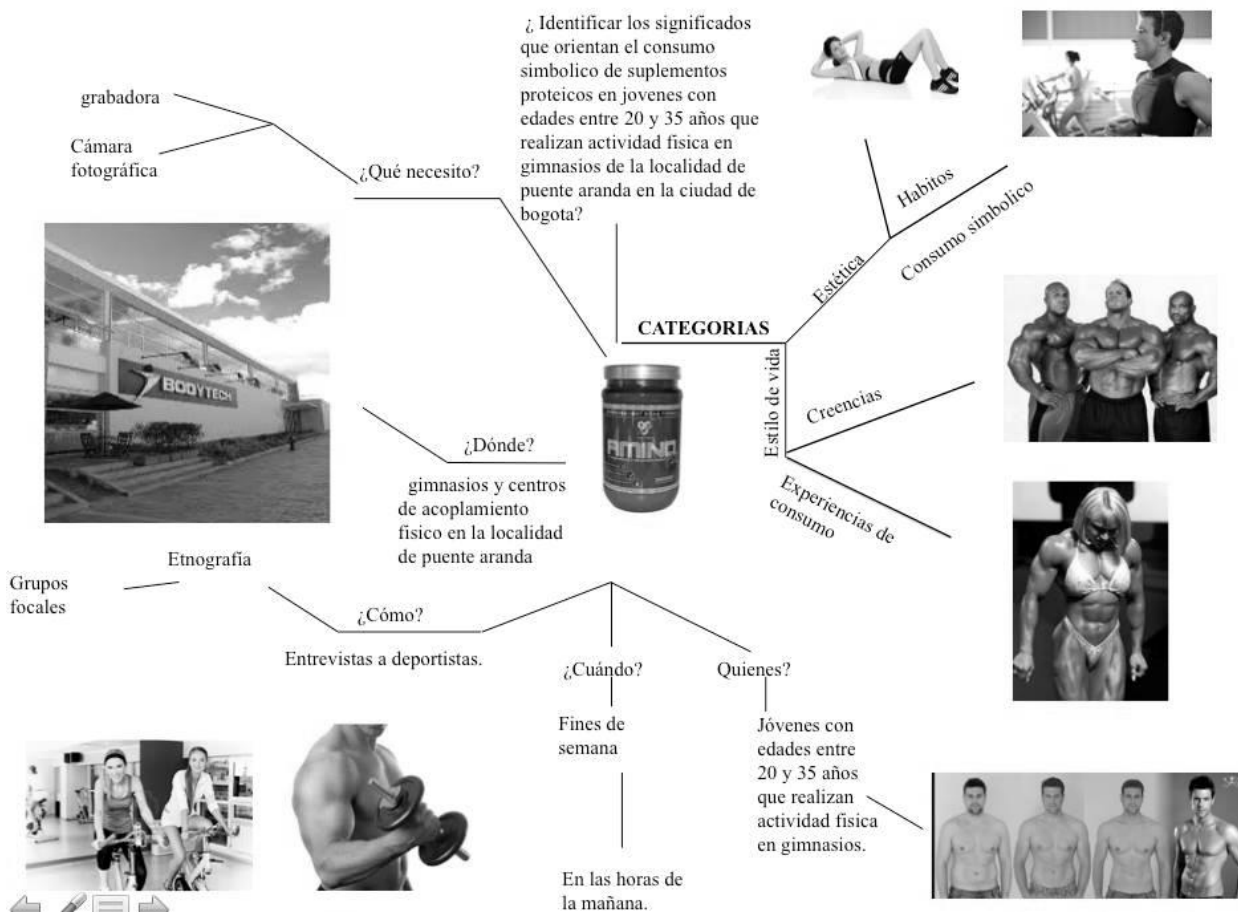


Figura 1. Mapeo prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios en la ciudad de Bogotá.

6.4. Muestreo

Según Glaser (1967) el muestreo teórico es el proceso de la recolección de datos para generar una teoría por la cual el analista conjuntamente selecciona, codifica y analiza su información y decide qué información escoger luego y dónde encontrarla para desarrollar su teoría tal como surge.

En general, el muestreo en la investigación cualitativa, son muestras pequeñas no aleatorias, lo cual no significa que los investigadores naturalistas no se interesen por la calidad de sus muestras, sino que aplican criterios distintos para seleccionar a los participantes.

Debido al pequeño tamaño muestra una de las limitaciones frecuentemente planteada con relación al enfoque cualitativo es que la representatividad de los resultados se pone en duda, pero debemos tener en cuenta que el interés de la investigación cualitativa en ocasiones se centra en un caso que presenta interés intrínseco para descubrir significado o reflejar realidades múltiples, por lo que la generalización no es un objetivo de la investigación

No obstante, para este trabajo, se realizó un “muestreo teórico”, como lo denomina Glasser y Strauss, pues estas muestras buscan representar un

problema teórico seleccionando situaciones sociales que ofrezcan observables sobre las categorías de análisis. (Castro, 2007)

Con la participación de personas deportistas de gimnasios en la localidad de puente Aranda, se realizaron 2 sesiones de grupo focal. Fueron ejecutados en 2 Gimnasios de dicha localidad, con participantes entre los 18 y 35 Años.

6.5 Procedimiento

a) Técnicas y herramientas de recolección de información

Por ser una investigación cualitativa, para obtener información y detalles sobre las experiencias, vivencias, emociones, actitudes de las personas, se empleó como técnica de recolección de datos, las mini sesiones de grupo focal, en los cuales se seleccionaron participantes que acuden a gimnasios en la localidad de puente Aranda en la ciudad de Bogotá las cuales fueron las fuentes primarias de esta investigación (Ver tabla 2)

Tabla 2. Caracterización de participantes. Fuente de elaboración propia.

EDAD	NOMBRE GIMNASIO	OCUPACION
27	Bodytech la sultana	Profesional en cultura física
22	Bodytech la sultana	Estudiante de publicidad
20	Bodytech la sultana	estudiante
31	Bodytech la sultana	Empleado banco de

		Bogotá
24	Bodytech la sultana	Estudiante de ingles
21	Gym center	Estudiante ingeniería química
23	Gym center	Empleado
25	Gym center	Entrenador de Gym center
28	Gym center	Regente de farmacia
27	Gym center	Empleado en Continautos

Grupos Focales

Los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semi estructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador. Son muchos los autores que convergen en que éste es un grupo de discusión, guiado por un conjunto de preguntas diseñadas cuidadosamente con un objetivo particular (Aigner, 2006; Beck, Bryman y Futing, 2004).

El propósito principal del grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; esto no sería fácil de lograr con otros métodos. Además, comparados con la entrevista individual, los grupos focales permiten obtener una multiplicidad de miradas y procesos emocionales dentro del contexto del grupo (Gibb, 1997). (Jiménez, 2007)

En esta investigación, se realizaron 2 sesiones de grupo focal así que en cada uno, participaron deportistas de gimnasios del bodytech y gym center ubicados en la localidad de puente Aranda con el fin de que surgieran

actitudes, sentimientos, experiencias y reacciones en los participantes que nos permitieran mediante una entrevista semi estructurada indagar y profundizar sobre el tema investigado.

A partir de esto se construyó el derrotero de preguntas semi estructuradas abiertas, orientadas a indagar sus vivencias afectivas entorno a la experiencia de consumo en marcas de chocolates en Colombia, basadas en seis categorías principales:

- Ambientación psicológica,
- Percepción general de los suplementos proteicos,
- Experiencia de consumo,
- Criterios o variables de selección de suplementos (Razón de compra),
- Vivencias afectivas,
- Conocimiento de marcas en general – medios de comunicación en su categoría

Para este estudio se utilizaron las siguientes herramientas y/o instrumentos para la recolección de datos e información: Protocolo de entrevistas (Derrotero de preguntas abiertas semi estructuradas separadas en 6 categorías) grabadora de video, notas de campo, pruebas proyectivas, asociación de imágenes

La transcripción de los datos obtenidos en las sesiones de los grupos focales, se realizó a partir de las grabaciones de video y voz de los mismos, teniendo en cuenta todas las palabras que los participantes arrojaban para que posteriormente nos funcionara como contenido para su respectivo análisis en el software Atlas Ti versión 6.2.

6.6. Análisis de los datos

El análisis de datos se orientó por medio de la codificación Axial, abierta y selectiva con soportes Del Atlas Ti versión 6.2 por medio del análisis de contenido.

El análisis de contenido, guarda cierta relación con los procedimientos de análisis de lenguaje que se utilizan en diversas disciplinas científicas. Sólo puede entenderse de una forma completa si lo situamos en el contexto de un diseño de investigación, ya que implica la verificación de hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación. (Serrano, 1984)

Según (Sampieri, 2006), las categorías son “temas” de información básica identificados en los datos para entender el proceso o fenómeno al que hacen referencia. Por lo tanto las categorías nacen de la recolección de datos, en este caso, en las sesiones de grupo focal.

Así pues, en esta codificación, el investigador revisa todos los segmentos del material para analizar y genera por comparación constante categorías iniciales de significado, y así elimina la redundancia y desarrolla evidencia para las categorías. (Sampieri, 2006)

6.7. Consideraciones Éticas

Para la Investigación Cualitativa, como lo decreta la resolución 008430 de 1993 del Ministerio de Salud, en el artículo 5, Título II- Capítulo 1: “En toda investigación en la que el ser humano sea sujeto de estudio, deberá prevalecer el criterio del respeto a su dignidad y la protección de sus derechos y su bienestar”. “En las investigaciones en seres humanos se protegerá la privacidad del individuo, sujeto de investigación, identificándolo solo cuando los resultados lo requieran y éste lo autorice”.

En este sentido, en el estudio presente, los participantes de los grupos focales, participaron voluntariamente, con el Consentimiento informado, en el cual se les explicó la clase del estudio, cuál va a ser su fin, y la confidencialidad del mismo con su autorización.

7. Analisis de resultados

Partiendo de la comprensión de los que significan los suplementos proteicos, las representaciones simbólicas orientadas a estos y los hábitos de consumo en personas que realizan actividad física en gimnasios, a partir de la codificación abierta, axial y selectiva, se categorizó y estructuró una serie de redes semánticas que dan sentido y significado objeto de estudio de la presente investigación. En primer lugar se presenta el análisis de contenido de la categoría usos de suplementos proteicos , en segundo lugar se explica la conceptualización elaborada a partir de los datos sobre el consumo simbólico de suplementos proteicos y en tercer lugar los hábitos de consumo.

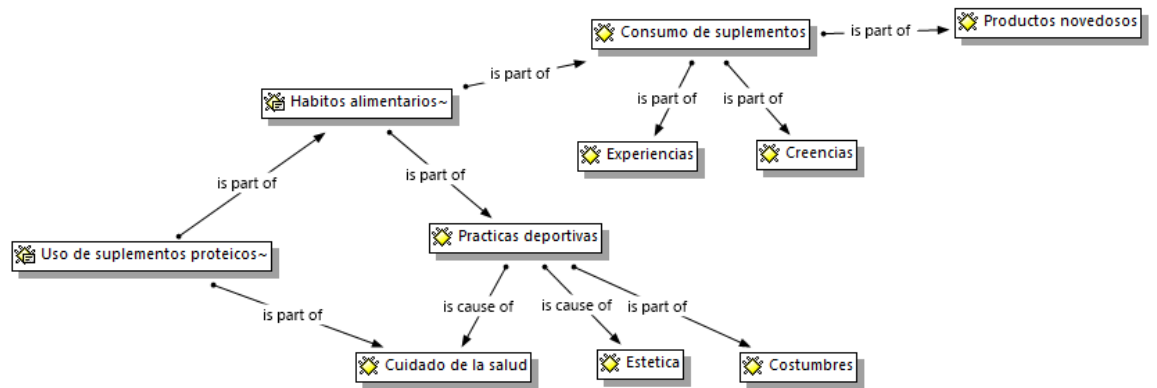


Figura 2. Usos del producto que acompañan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en

gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas
Ti 6.2

De acuerdo con Andrajo & Jaramillo (2013) afirman que las proteínas artificiales tienen ventajas y desventajas nutricionales de su uso, donde el factor tiempo es representativo. El hecho de realizar algún tipo de actividad física demanda cierta cantidad de horas y lo que se quiere es obtener resultados favorables lo más rápido posible, por lo que no sería factible para algunas personas que los nutrientes adicionales tarden en hacer efecto.

En este sentido el consumo de proteínas artificiales se ha convertido en la primera opción de muchos estudiantes deportistas, pues además de su fácil elaboración, la obtención de una buena musculatura no tarda en hacerse notoria. Otra ventaja a resaltar, vendría a ser la pureza de las proteínas cuando se encuentran finamente concentradas, ya que se requieren justamente en este estado cuando están siendo implementadas en una dieta de crecimiento muscular. Para fundamentar dichos argumentos, a partir de las sesiones de grupo focal se logra identificar que al respecto por parte de los participantes:

Con la actividad física también manejo un buen balance de la alimentación y desde por la mañana genero un buen consumo de carbohidratos, principalmente estoy muy pendiente de la dieta los macros, si mi objetivo es subir o bajar de peso entonces debo mantener la actividad física mínimo una hora o dos horas y consumir cosas muy naturales, como mucha espinaca que es orgánica”

Otro participante refiere:

Con lo abordado anteriormente se evidencia que el cuidado de la salud y la actividad física están asociados con las prácticas deportivas y el consumo de proteínas naturales y sintéticas.

A pesar de todos los avances que se están produciendo en la nutrición del deporte y de la importancia de una ingesta adecuada para mejorar el funcionamiento en este, Maughan (2002), afirma que tanto los atletas recreacionales como los profesionales se olvidan con frecuencia de incluir una planificación de un producto óptimo en la dieta como una buena estrategia para un rendimiento adecuado, es decir, lo que algunos autores consideran como adaptación de la pirámide nutricional a las características de la dieta del deportista (Gutiérrez y cols., 2001).

Esta falta de planificación para la consecución de una dieta sana requerirá como bien explican estos autores (Gutiérrez y cols., 2001), de un estudio de las necesidades previas de los sujetos en función del nivel de práctica deportiva (Philips, 2006) o bien en función del deporte o disciplina (Grandjean, 1997), entendidas estas como tipo de ejercicio, duración e intensidad del mismo (Brouns, 1995), ya que para la optimización del metabolismo, las necesidades de la población en general no serán las mismas que las de los deportistas de tipo recreacional o atletas superiores deporte. (Tarnopolsky, 2004).

En cuanto a estas necesidades previas a las que nos referimos y centrándonos en el tema que nos ocupa se conoce que aunque los deportistas tienen unas necesidades mayores de proteína que las personas sedentarias, estas se podrían obtener fácilmente a través de la dieta normal, existiendo autores que niegan el uso de suplementos proteínicos².

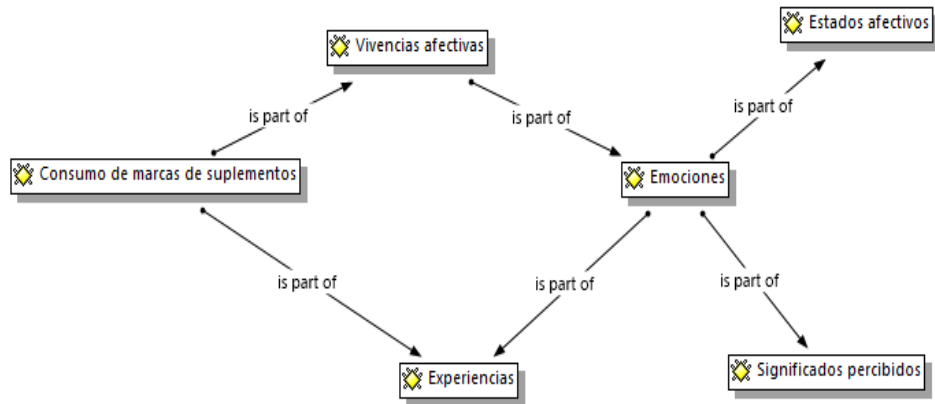


Figura 3. Vivencias afectivas que acompañan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2

El consumo de suplementos proteicos está relacionado con las emociones, experiencias, estados afectivos y creencias en las que se basa el consumo de suplementos proteicos. Según Rojas (1993) la efectividad del consumo de estos productos está constituida por un conjunto de fenómenos de naturaleza subjetiva, suele ser difícil de verbalizar y provoca un cambio que se mueve entre categorías, agrado y desagrado, al respecto uno de los participantes refiere:

“Tomo mucho suplemento de la marca BSN me gusta mucho el sabor y me lo recomiendan muchos amigos del gimnasio “(Q 1:12).

Se puede evidenciar la sensación de agrado que se tiene con esta marca de suplementos ya que no solo su sabor es importante y el factor primario de consumo, los significados percibidos de esta persona que la consume son importantes ya que le da un estatus y una importancia primordial al consumir esta marca ya que sus amigos se la recomiendan, los recuerdos evocados hacen que el consumo sea placentero

Se puede evidenciar la sensación de agrado que se tiene con esta marca de suplementos ya que no solo su sabor es importante y el factor primario de consumo, los significados percibidos de esta persona que la consume son importantes ya que le da un estatus y una importancia primordial el consumir esta marca ya que sus amigos se la recomiendan, los recuerdos evocados hacen que el consumo sea placentero.

Contrario a lo anterior otro de los participantes experimenta vivencias no agradables, las experiencias son poco satisfactorias, así lo afirman: *“Para cuidar mi salud siempre ando con una botella de 5 litros para estarme hidratando, aproximadamente por cada ciclo de recarga de proteínas aminoácidos, queratina tomo algo especial para cuidar mi hígado, descargarlo ya que estas proteína en exceso lo perjudica y me genera malestar” (Qu: 4:33)*

Estas asociaciones se enlazan con las vivencias que se construyen entorno al consumo en las que se involucra las emociones, expresiones, emotividad y estados de ánimo de las personas. Estos factores son condicionados por la sociedad generando así diferentes culturas y creencias.

(Vygotsky, 1987) afirma que la vivencia del sujeto y su vida se manifiestan como funciones de su vida anímica personal, sino como un fenómeno de significación y valor social

“Desde muy pequeño practico deporte, empecé en el gimnasio con mi papa desde los 15 años en mi casa siempre me han inculcado el deporte es algo familiar los fines de semana siempre hacemos ejercicio” (Qu 3:26)

Los gustos y preferencias de los individuos son influenciados por el círculo familiar, social y cultural, por esto se consumen alimentos, bebidas y se practican diferentes deportes, a partir de lo anterior la sociedad interviene en la elección de gustos y consumo de los individuos.

De lo anterior y como aspecto emergente al estudio los participantes construyen en torno al consumo de suplementos proteicos, vivencias afectivas manifestada a través de emociones, expresiones, preferencias de las personas al ser influenciadas por su círculo familiar y social y se construyen significados actitudes y preferencias hacia las marcas es por esto

que detrás del consumo de una marca de suplemento determina desencadena una serie de significados, al respecto:

“El deporte me transmite y me hace recordar momentos de alegría y felicidad, cuando estoy haciendo ejercicio mi estado de ánimo cambia, me olvido de mis problemas personales, haciendo ejercicio me relajo y esto me ayuda a empezar el día mejor y rendir mejor en mi día, cuando no hago ejercicio me siento incompleto”. En este sentido el consumidor al realizar actividad física, genera emociones positivas para los individuos, felicidad, tranquilidad, satisfacción, bienestar en donde se involucra el estado de ánimo.

Con lo abordado anteriormente se evidencia que las emociones están relacionadas a la actividad física que realizan según Leiman (1996) las emociones se caracterizan por su gran versatilidad, aparecen y desaparecen con gran rapidez.

Los individuos asocian el producto y el consumo con la satisfacción hacia segundos, se idealiza las preferencias y gustos que la sociedad y el ambiente han construido y con base en ello generar una serie de vivencias.

“Por mi parte yo con mi novia asisto al gimnasio estamos siempre juntos y compartimos el consumo de los suplementos casi que manejamos las mismas dietas y las mismas marcas, pero con diferentes propósitos ir al

gimnasio se convirtió en algo de tradición y de un rutina diaria por decirlo así ya que a los dos nos gusta este tema siempre estamos mirando videos o hasta en nuestro tiempo libre nos ponemos a joder hacer ejercicio en la casa”
(Qu:5:22)

De acuerdo a lo anterior los jóvenes deportistas asocian el consumo de suplementos compartiendo marcas con personas cercanas a ellos, es decir crean lazos de sentimiento con el producto y las distintas marcas. Según Salvador (2012) las marcas deben generar experiencias respecto a la percepción, sentimiento, pensamiento, acción y relación al consumidor, por esta razón el consumo de suplementos proteicos va más allá de consumir ingredientes, proteína, también influyen los factores que se han construido con las marcas por medio de las diferentes percepciones que los consumidores han creado en las que involucran los sentimientos y emociones con las experiencias de consumo, según Holdrook (1995) la experiencia de consumo contiene componentes emocionales mutuamente independientes: respuestas fisiológicas, interpretaciones cognitivas, sentimientos fenomenológicos y expresiones de comportamiento algunas marcas determinan ciertos sentimientos y emociones en los consumidores.

De lo anterior y como lo afirma Álvarez (2011) el cerebro tiene un proceso perceptivo en el cual consta de diferentes áreas visuales especializadas para procesar diversos atributos como formas, movimientos, colores, rostros, es en este caso particularmente las imágenes de los comerciales y piezas

publicitarias incitan a los consumidores a construir una visualización e imagen de la marca con diferentes atributos dados por los consumidores, una marca de prestigio y calidad.

Evidentemente las marcas de suplementos proteicos por medio de su comunicación desencadenan una serie de actos que influyen en la decisión de compra y que están entrelazadas con las sensaciones y sentimientos que se evocan, con base a lo anterior las vivencias afectivas implican un involucramiento mayor del consumidor hacia las marcas ya que existe una conexión emocional, esto con el fin de crear actitudes y acciones favorables hacia determinada marca, las cuales hacen parte de las experiencias de consumos que involucran a los consumidores. (Ver figura 4).

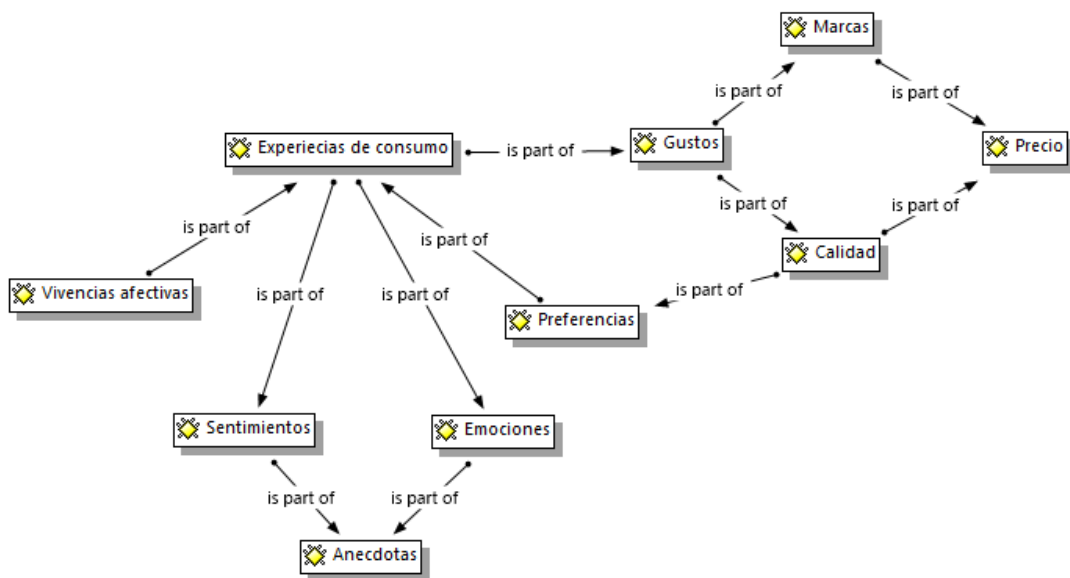


Figura 4. Experiencias de consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2.

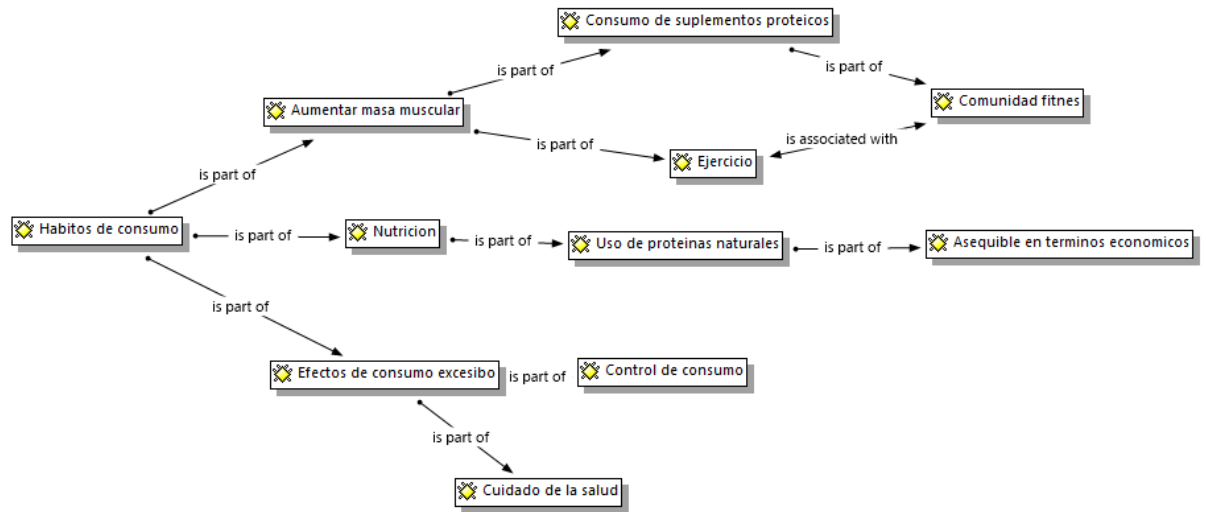


Figura 5. Habitos de consumo que acompañan el consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2.

Las proteínas son utilizadas principalmente por deportistas que necesitan alimento inmediatamente después de sus entrenamientos, la mayoría de las personas no pueden hacer comida y obtener inmediatamente proteína después de la sesión de ejercicios y utilizan batidos de proteínas como alternativa, además de que se asimilan más rápido que cualquier otro alimento y el musculo lo aprovecha mejor.

En términos generales, un hábito es una costumbre ganada por la repetición de una misma acción. En mercadeo, los hábitos son tenidos en cuenta desde el punto de vista del consumo y se refiere al comportamiento y costumbre del consumidor. Al respecto:

“...yo pienso que sin una suplementación proteica se pueden obtener resultados muy parecidos, por eso para empezar a tomarlos es mejor llevar un tiempo en el gimnasio y ver necesario tomar algo de proteína en los momentos adecuados, las personas piensan que tomar batidos ya van a ganar musculatura, la musculatura se gana entrenando con disciplina e intensamente y con una dieta rica en proteínas si no se hace esto no tiene sentido que tomes batidos ya que si no se hacen de una forma adecuada son perjudiciales para la salud” (Qu: 3:13)

Con base en lo anterior Lemon (2006) afirma que los hábitos alimenticios se transmiten de factores como el lugar geográfico, el clima y la vegetación la disponibilidad de la región y las costumbres y experiencias, pero también tienen que ver la capacidad de adquisición a forma de selección y preparación de los alimentos.

Los alimentos son lo único que proporciona energía y diversos nutrientes necesarios para estar bien y poder realizar actividades diarias. Ninguna persona logra sobrevivir sin alimento y la falta de alguno de los nutrientes ocasiona problemas graves en la salud, sin embargo no se trata de comer

por comer, si no obtener por medio de los alimentos el nutriente necesario para poder realizar las funciones según la actividad física que se desarrolle. Consumir pocos o demasiados alimentos y de forma desbalanceada, tiene consecuencias que pueden ser muy graves: por un lado si faltan algunos nutrimentos en el organismo, hay desnutrición, que es muy grave y frecuente en niños de todos los ámbitos sociales, y por otro si se comen cantidades excesivas se puede desarrollar obesidad.

En el deporte consideran que puede llegar a ser un problema para la salud, ya que los deportistas son una población que realiza un gran consumo de suplementos y constituyen el principal objetivo de la industria que los produce (Burke, 2010; ADA, 2009).

Desde el supermercado, tiendas de deportes, Internet, entre otros, se puede acceder a un importante número de productos que afirman prolongar la resistencia, acelerar la recuperación, reducir la grasa corporal, disminuir los riesgos de enfermedad o lograr objetivos que mejoran el rendimiento deportivo (Molinero, 2009).

Estas afirmaciones son muy atractivas para los deportistas y entrenadores en las competiciones de elite o deportistas fitness puesto que pueden lograr grandes ganancias en su cuerpo con estos suplementos (Denham, 2011).

Muchos de los deportistas utilizan suplementos nutricionales, sin antes afinar y perfeccionar al máximo cuestiones dietético-nutricionales, que llevados

bien a cabo, es el mejor recurso para aumentar el rendimiento deportivo además de ser el más barato.

La nutrición de las élites se puede aprender y aprovechar y aplicarlas en el bienestar de las personas que realizan ejercicio con asiduidad, pero sin carácter profesional. Una de las primeras aseveraciones que se concluyen en relación a la calidad de la fuente proteica es que, si bien las de origen animal son las más completas y de mejor valor biológico, las de origen vegetal pueden ofrecer la misma calidad, o incluso superior, siempre y cuando se acompañen de manera adecuada con diferentes grupos alimentarios, como es el caso de las legumbres con los cereales.

Esta afirmación, contrastada en diferentes estudios científicos, fortalece las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre moderar la ingesta de carne y ofrece una razón más para tenerlas en cuenta. Para que un deportista logre un buen tono muscular, está recomendado tomar entre 1,4 y 2 gramos de proteínas por kilo de peso corporal al día, algo que no es difícil de conseguir solo con alimentos. Al respecto uno de los participantes refiere:

“...Me levanto a las 4:30 am con una botella de agua para despertarse hago una sesión de abdominales para no volver a la cama, desayuno regularmente 4 o 5 huevos 2 claras de huevo un arroz vegetal , después voy al gimnasio, antes de empezar la actividad física tomo cargas de proteína natural hago mi rutina, ya después voy a la casa almuerzo un suplemento de

alimento como pollo o atún e ir algo muy ligero bajo en grasa y voy a mi trabajo en la noche vuelvo al gimnasio porque no solo me interesa aumentar masa muscular si no también estar bien físicamente” (Qu: 3:23)

Si un deportista es sometido a un fuerte desgaste energético y muscular, puede obtener la proteína necesaria en los vegetales, más un aporte concreto de proteína animal, una persona con una actividad física regular, incluso cerca del sedentarismo.

Los hábitos que se han creado en torno al consumo de suplementos proteicos están determinados por las variables de costumbre es decir que son acciones repetitivas que con el pasar del tiempo se convierten en prácticas de consumo y habito; se entiende por habito aquello que un individuo cumple de forma más o menos continuo y la relación con el consumo se determina a partir de aquello que acostumbra adquirir y consumir (Arboleda, M 2004) todo aquello que se acostumbra antes y después de la compra de lo que influye en la preferencia y consumo de los suplementos proteicos.

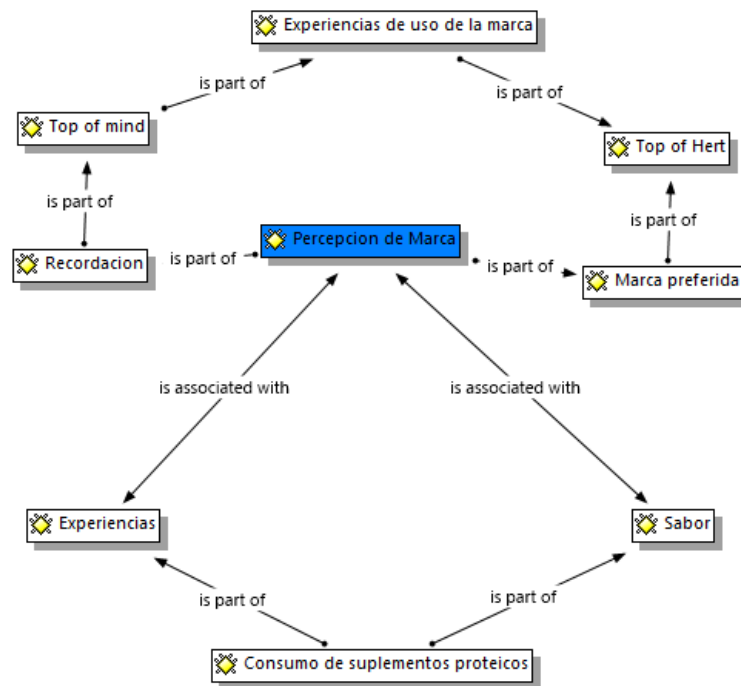


Figura 6. Percepción de las marcas del consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2

Las experiencias están siendo utilizadas por las compañías que elaboran batidos de suplementación proteica con el fin de diferenciarse y crear vínculos positivos con el consumidor, para Gobe (2005) la presencia de la marca es la ciencia de crear o reforzar las identidades conectándolas con diferentes estímulos visuales y emocionales en diferentes momentos de la experiencia, en este sentido las marcas han generado una serie de estrategias con las que quieren llegar a los consumidores.

El consumo de suplementos proteicos es utilizado para satisfacer las diferentes necesidades de los consumidores y convertirse en un complemento necesario para el deportista en gimnasios. En este sentido uno de los participantes manifiesta:

“Pues normalmente mi suplemento es con proteína de sodio de la marca metrix, es la mejor se toma una copa antes de entrenar y una después de entrenar. Hay épocas en la que quiero subir de peso, entonces mezclo una proteína con una creatina, la marca es muy importante normalmente la compro que sea de metrix y esto es básicamente con lo que me suplemento”
(Qu: 3:78)

De acuerdo a esto podemos decir que el consumo de marcas de suplementos proteicos esta lineado por diferentes razones, no solo por los contenidos, el entorno desempeña un papel importante.

“Desde que probé la proteína de metrix y vi los resultados que me dio no la cambio por nada para mi es la mejor y así cueste un poco más que las demás, hago el esfuerzo de comprarla porque sé que me funciona mejor que las demás” (Qu: 3:56)

Esta construcción de relación con los consumidores es un posicionamiento positivo, que consiste en una relación emocional con el consumidor generando una reacción de compra y fidelización a la marca, relacionando experiencias y los sentimientos en donde se identifican los consumidores

plenamente con la marca y a partir de ello entrelazan un vínculo que va más allá de la compra, generando emociones transmitidas hacia la marca.

“...no tengo una marca específica de suplementos proteicos, consumo de diferentes pero el que más me llama la atención es muscletech me parece que es una marca que llama mucho la atención, patrocina a los mejores atletas y eso genera expectativas en los consumidores”. (Qu: 3:83)

En lo anterior se evidencia como un recuerdo positivo está presente en este consumidor de suplementos proteicos que no realiza una compra repetitiva, para la mayoría de los consumidores no es suficiente que se recuerde la marca también es necesario que cree un vínculo mayor. Así bien, el significado que se construye de los deportistas que utilizan suplementos proteicos en su vida esta ligados a las experiencias y vivencias que se generan cuando hay personas o un entorno que los consume.

Es así como se crean sentidos y significado entorno a las marcas de suplementos, donde se encadenan emociones y sentimientos por las marcas, generando recordación y preferencias.

Aparece como categoría emergente el estilo de vida de los consumidores, ya que este influye en los hábitos de consumo de las diferentes marcas de suplementación proteica (figura 7).

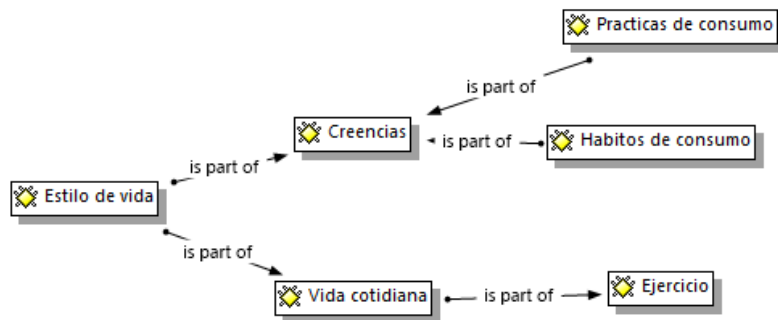


Figura 7. Estilo de vida frente al de consumo de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios. Fuente de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 6.2

El estilo de vida se puede definir como el conjunto de patrones que caracterizan la conducta general de vivir de un individuo o grupo “genera ciertas pautas de consumo que son puestas en práctica por los deportistas que asisten a gimnasios, determinando formas de vida y hábitos:

“...para mí siempre ha sido el módulo de escape un estilo de vida muchas veces en mi vida se ha vuelto una forma de trabajo siempre he estado metido en el tema del deporte, es verdad esto se vuelve un estilo de vida para uno ya llegan días donde usted no entrena se siente mal cuando uno está en una etapa de volumen dos días y usted deja de venir dos días y ya se siente más flaco más desnutrido jajá y ya esto se vuelve algo de rutina y no es una

rutina que usted hace porque si es una rutina que usted alcanza para hacer una meta que se plante” (Qu 3:28)

Los hábitos que se han creado en torno al consumo de suplementos y realizar actividad física han determinado como acciones repetitivas que con el pasar el tiempo se convierten en prácticas de consumo. Se entiende por hábito aquello que un individuo cumple de forma continua, y la relación con el consumo se determina a partir de adquirir y consumir Arboleda, M (2004).

8. Discusión

Esta investigación tuvo como propósito identificar y comprender los significados orientan el consumo simbólico de suplementos proteicos en personas que realizan actividad física en gimnasios, con base en las narraciones de los participantes se construyeron redes semánticas que entrelazan las vivencias que orientan el consumo de suplementos proteicos.

Se pudo identificar que frente al consumo simbólico de suplementos proteicos, cada persona ha generado una serie de significados entorno a sus usos. Lo que permite la afirmación de las vivencias de los individuos

indagados “No es lo mismo utilizar proteína natural a la sintética, la sintética actúa más rápido que la natural y se van a ver mejores resultados” de esta forma los individuos han creado referencias mentales de las diferentes proteínas, en donde cada una de ellas tiene un significado o se asocia con diferentes aspectos positivos y negativos , de acuerdo a esto(Levi,1959) afirma que la gente no compra productos solo por lo que hacen, sino también por lo que ellos significan.

Existen variedades de suplementación proteica en el mercado, con diferentes elementos y estrategias para atraer al consumidor, no obstante las diferentes marcas hacen esfuerzos para poder lograr satisfacer las necesidades y deseos e intereses del consumidor de esta forma el consumo de marcas es simbólico, de acuerdo a lo que afirma Hirschman y Holbrook (1982) son facetas del comportamiento de consumo que están relacionadas con aspectos multisensoriales ligados a la fantasía y a las vivencias afectivas que median la experiencia con los productos, en este sentido parte de lo simbólico asociado con los suplementos proteicos está en el hacer ejercicio como algo relajante, les ayuda a estar tranquilos pero es importante tomar proteína, cuando no tengo la misma ganancia muscular.

Al respecto de lo anterior existen aspectos fundamentales en la sociedad de consumo generando así un placer en un universo de estímulos permanentes. Desde esta perspectiva los deportistas destacan sentidos y significados transmitidos por las marcas de suplementos de acuerdo a sus vivencias

afectivas generando lazos más fuertes con el consumo de suplementos proteicos, las experiencias de consumo involucran la noción emocional , esto hace referencia a uno de los componentes de la emoción relacionados con el interés, sorpresa y el involucramiento con la actividad, es así como la felicidad, el temor , el peligro y la euforia hacen parte de ellos (Holbrook y Batra, 1987).

Por otro lado, se puede comprender a partir de este estudio, que el consumo de suplementos proteicos están asociados con factores que están ligados a un tema de gratificación personal, en este sentido Elliott y Wattanasuwn (1988) afirman que el simbolismo personal se construye a través de la experiencia frente a frente de la vida cotidiana con el individuo es decir la influencia que tienen los medios de comunicación y la publicidad en general y las marcas, las cuales se encuentran dentro de la vida cotidiana.

Los deportistas construyeron los sentidos y significados entorno a los elementos que las marcas le proporcionan, todo aquello que la marca hace para que sea reconocible y recordada en ellos por lo que los medios de comunicación juegan un papel importante “muscletech me parece que es una marca que llama mucho la atención, patrocina a los mejores atletas y eso genera expectativas en los consumidores”. De acuerdo a lo anterior existe la experiencia medida que es la influencia que ejercen los medios de comunicación y la publicidad y marcas en particular, los cuales se encuentran espacial y temporalmente distantes de la vida cotidiana.

Los medios de comunicación y publicidad construyen relaciones entre la marca y el consumidor ya que genera mayor recordación en los jóvenes, la publicidad es una fuente de significados que ayudan al consumidor a crear, modificar y transformas los significados sociales y culturales por la visión y vivencias experimentales, la publicidad desenvuelve un papel importante en la creación de experiencias y vivencias significativas para las personas, las anécdotas vividas hacen que se generen gustos y preferencias en las marcas “Lo que es la proteína limpia cinta 6 pues siempre unos gramos de proteína después ya cuando estoy en el gimnasio tomo un push 10 es un pre entrenador y a la vez un vaso dilatador después de eso consumo cosas más naturales como vitamina c y e y complejo B para que no se rompa mucho la piel también estoy tomando unos quemadores lipo 3 después del entrenamiento tomo una proteína de moscletech todo esto lo busco en internet y por diferentes grupos de personas que asistimos a gimnasios”.

Para los deportistas las experiencia con las marcas, es poder compartir con demás personas y asociar el consumo de los suplementos con experiencias afectivas con diferentes grupo sociales y culturales, en relación a lo anterior se lora una experiencia emocional con los consumidores y logran generar emociones y sensaciones duradera en el tiempo y de esta forma orientar las experiencias de consumo.

Es importante tener en cuenta que las diferentes marcas deben tener presente la importancia de las emociones, sensaciones, hábitos y vivencias

afectivas que pueden llegar a generar los deportistas con sus productos y así generar una diferenciación en el mercado frente a la competencia y así generar lazos más fuertes entre el consumidor y la marca.

Por otro lado el culturismo o el levantamiento de pesas en su máximo nivel de exigencia se convierte en un estilo de vida el culturismo consiste en el uso de pesas para provocar en el cuerpo una serie de cambios, el objetivo de estos cambios es lograr la armonía ente el volumen muscular, el uso de pesas es por lo tanto el medio para lograr ese objetivo y no como suele creerse el fin último de este deporte, Miriel, V. (1993) afirma que el culturismo es un tipo de deporte basado generalmente en ejercicio físico intenso, generalmente anaeróbico, consiste la mayoría de veces en el levantamiento de pesas, actividad que se suele realizar en gimnasios y cuyo fin suele ser la obtención de un cuerpo lo más definido y voluminoso y proporcionado.

De acuerdo a lo anterior el estilo de vida se puede definir como el conjunto de patrones que caracterizan la conducta general de vivir de un individuo o grupo “genera ciertas pautas de consumo que son puestas en práctica por los deportistas que asisten a gimnasios, determinando formas de vida y hábitos, las personas llenan los gimnasios , ir a estos sitios los incorpora a los hábitos diarios y así las marcas explotan el mercado de los suplementos alimenticios , vitaminas y todo lo relacionado con el área, el concepto de vida sana es así una parte importante de esta investigación.

En contraste, las futuras investigaciones propuestas permitirán analizar más a fondo los significados sociales y culturales que orienta el consumo de suplementos proteicos y así conocer el consumo simbólico de las marcas de suplementos proteicos en diferentes segmentos.

Ya hemos hablado de suplementos: proteína de suero y creatina. Muchos añaden aminoácidos ramificados a esta combinación, formando el triunvirato del crecimiento muscular. Sin embargo los suplementos, como suplemento, están muy por detrás de los anteriores y sólo los recomendaría en casos concretos.

Hablando, ganar músculo es sencillo. Si la síntesis de proteína es mayor que la degradación de proteína tus músculos crecen.

Al entrenar fuerza se produce degradación (catabolismo) de proteína. Tu cuerpo responde haciendo los músculos más fuertes, pero requiere para ello tomar suficientes aminoácidos del torrente sanguíneo. Recuerda que los aminoácidos son los bloques que forman la proteína

No todos los aminoácidos son iguales. Hay un pequeño grupo, los aminoácidos de cadena ramificada, especialmente importantes en este proceso, al formar entre ellos la tercera parte de la composición del músculo. Hablamos de leucina, isoleucina y valina.

Estos aminoácidos especiales no actúan únicamente como “bloques estructurales” del músculo, sino también como señalizadores del inicio de síntesis de proteína, a través de la activación de la mTOR. Es decir, tienen las llaves para arrancar la máquina de fabricación de músculo, y la leucina es la jefa del grupo. El mTOR es mucho más sensible a la leucina que a los otros dos. Cuando la leucina aparece, mTOR se pone a trabajar.

Beneficios de los BCAA.

Los beneficios de los BCAA o aminoácidos de cadena ramificada son numerosos:

- Favorecen la síntesis de proteína y previenen el catabolismo muscular.
- Ayudan a preservar el glucógeno, ya que los propios aminoácidos ramificados pueden usarse fácilmente como combustible.
- Mejoran el rendimiento en actividades aeróbicas y anaeróbicas.
- Reducen los síntomas de dolor muscular post-entrenamiento.
- Apoyan el sistema inmunológico, aumentando por ejemplo la producción endógena de glutamina, un importante aminoácido no esencial y el más abundante en el músculo.

Es obvio que todo el mundo ha oído hablar de las proteínas. Y casi todos sabemos que es un nutriente que lo encontramos mayoritariamente en carnes y pescados, que son necesarias para el correcto funcionamiento de nuestro organismo etc. etc. Sin embargo en la palabra “proteínas” y la palabra “gimnasio”, la concepción de las proteínas seguramente nos cambie radicalmente. Y es que, alrededor de las salas de acondicionamiento muscular surgen cuantiosos mitos y prejuicios acerca de las proteínas.

A la hora de ganar masa muscular, para unos son imprescindibles y las toman en desmesuradas cantidades a través de la alimentación y de suplementos. Para otros los suplementos de proteínas no son más que “atajos” que permiten muscular sin esfuerzo (frases típicas de esas personas son: “yo tomando proteínas también me pongo así”, “tomando proteínas cualquiera”).

Muchas veces, Comprender los hábitos que orientan las prácticas de consumo de suplementos proteicos, no se tienen en cuenta, se consumen así, porque sí, que de alguna manera servirán a nuestro cuerpo, son las expresiones de la mayoría de los jóvenes deportistas.

Las reflexiones que podemos aplicar acerca del consumo de suplementos proteicos son: La cultura fitness y los prototipos de hombres y mujeres con

un físico voluptuoso que se ven en el cine y la televisión hacen que cientos de personas recurran a suplementos deportivos en busca de lograr mágicamente el cuerpo ideal.

Sin embargo hay que ser muy cuidadosos porque el abuso en suplementos o productos químicos podría desatar enfermedades o generar cambios desastrosos en el cuerpo y aunque existen ayudas nutricionales para complementar la alimentación y el ejercicio en el proceso de lograr un cuerpo saludable, estas deben consumirse bajo la asesoría de un profesional.

Para el deportólogo Jorge Iván Palacio Uribe, la cultura fitness en Medellín está haciendo que hoy los jóvenes ganen masa muscular a cualquier costo. “Están generando una sobrecarga de proteínas que hace que terminen en daños renales, alteraciones en la presión arterial y aumento exagerado del metabolismo.

Polvos, barras, geles, cápsulas, granulados y líquidos llenos de nutrientes y vitaminas prometen favorecer el rendimiento deportivo, la pérdida de grasa y el aumento de masa muscular. Sin embargo,

Conclusiones

- Hay que insistir en que los efectos secundarios o riesgos, son propios de exceso de proteínas mantenidos en el tiempo.
- Si se quiere consumir una cantidad óptima de proteínas, hay que hacer una buena planificación dietética, para no quedarnos cortos ni exceder los límites considerados saludables.
- En los deportistas de gimnasios el consumo de suplementos proteicos, tiene una representación afectiva a partir de las experiencias de consumo que han tenido con las diferentes marcas de suplementos proteicos, pues no solo se consume una marca por sus ingredientes, sino también por las propiedades que se tienen en los resultados en su aspecto físico.
- Según los resultados obtenidos esto va a generar recuerdos positivos y negativos a partir del consumo de suplementos.
- Los resultados obtenidos reflejan la situación de los deportistas que asisten a gimnasios en cuanto a seguridad alimentaria, hábitos alimentarios, dentro de los cuales se encuentran las prácticas, creencias, actitudes y conocimiento.
- Los suplementos sintéticos tienden a sustituir a los suplementos naturales como un alimento en la dieta alimentaria de los deportistas que asisten a gimnasios en la localidad de puente Aranda en la ciudad de Bogotá.
- A partir de experiencias y recomendaciones de los grupos sociales en los que se rodean los deportistas que asisten a gimnasios se comienzan a generar creencias hacia el uso de suplementos proteicos.

- Los significados construidos a partir del consumo de suplementos proteicos en esta cultura es gracias a las experiencias de consumo que hacen que ellos se sientan conformes con lo que están consumiendo.
- Los consumidores de suplementos proteicos se detienen a escoger la marca que van a comprar, su criterio de elección va más allá de su contenido, sabor, forma, empaque. Pues además de identificar una marca, generan una confianza hacia ella ya que esta la usan de acuerdo a estereotipos de atletas famosos que la utilizan en este caso la marca muscletech que es patrocinadora de los grande fisicoculturistas, esto les genera una confianza y un estatus y empatía en consecuencia a que ellos quieren seguir estos estereotipos y mantener su aspecto físico como lo son los atletas de alto nivel.

Referencias

1. Brouns, F. (1995) Do athletes have special nutritional needs. *Deutsche Lebensmittel-Rundschau*, 11 (4), 195-204.
2. <https://sites.google.com>
3. Suplementos proteicos y velocidad /home/antecedents.
<https://books.google.com.co/books?isbn>
4. Anthony, J.C., Anthony, T.G. and Layman, D.K. (1999). Leucine supplementation enhances skeletal muscle recovery in rats following exercise. *Journal of Nutrition*, 129, 1102–1106.
5. Atkinson, M. (2007) Playing with fire: Masculinity, health, and sports supplements. *Sociology of Sport Journal*, 24 (2), 165-186.
6. Piqueras-Fiszman y spence, 2011
7. Salgado-Montejo, 2011
<http://www.vitonica.com/>
8. Campbell (2008)
9. <http://www.vitonica.com/>
10. <http://www.vitonica.com/proteinas/los-riesgos-de-pasarte-con-las-proteinas>
11. (Minuchin, 2004).
12. (Williams, 2002).
13. (González Gallego 2006).
14. (Frontera, 2008).
15. Los síntomas de la cetosis, 2013.
16. (Andrago & Jaramillo, 2013).
17. (Sánchez, Miranda, Guerra, 2008
18. O'shaughnessy, 2002.

19. (Clarkson and Rawson, 1999).
20. Vygotsky, 1987

1. APÉNDICES

Apéndice A. Formato del grupo focal, derrotero de preguntas

OBJETIVO	COMO ABARCARLO
AMBIENTACIÓN PSICOLÓGICA	Explicación del objetivo investigativo y las reglas de la reunión. Presentación de participantes. Exploración general de gustos, preferencias y hobbies.
PERCEPCIÓN GENERAL DE LOS SUPLEMENTOS PROTEICOS	¿Cómo es un día normal en su vida? ¿Cuáles son las actividades deportivas que usted más practica? ¿Cómo hace usted para cuidar su salud? ¿cuáles son los hábitos alimentarios que usted practica? (desayuno, almuerzo, comida) ¿Qué significa el deporte en su vida? .

<p>CRITERIOS VARIABLES SELECCIÓN SUPLEMENTOS PROTEICOS (EXPERIENCIA DE CONSUMO)</p>	<p>Sensibilización:</p> <p>¿cuáles son los marcas con mayor consumo? (las marcas, nombres)</p> <p>O ¿Cómo ha sido la experiencia de consumir estos suplementos proteicos?</p> <p>DE ¿Cuáles son los aspectos que tienen en cuenta para comprar un suplemento proteico?</p>
<p>CONOCIMIENTO DE MARCAS DE SUPLEMENTOS EN GENERAL</p>	<p>¿Qué le evoca este tipo de publicidad de suplementos proteicos?(Comerciales de televisión) Que le parece llamativo</p> <p>¿cuáles son los suplementos con mayor</p>
<p>MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CATEGORÍA.</p>	<p>consumo? (las marcas, nombres)</p>

Apéndice B.

Sesión de Grupo focal 1

Entrevistador: E

Participante 1 (Oscar Sánchez): P1

Participante 2 (Iván Orosco): P2

Participante 3 (Alex Acosta):P3

Participante 4 (Angie peñuela):P4

E: Buenos días, gracias por asistir a esta sesión de grupo focal mi nombre es Juan Felipe Amaya, soy estudiante de mercadeo de la universidad Santo Tomas y este estudio se va hacer con el fin de explorar entorno a el consumo de suplementos proteicos, vamos a empezar presentándose , que hacen , a que se dedican, cuantos años tienen.

P1: Mi nombre es óscar Sánchez tengo 27 años, soy profesional en cultura física de la universidad andina, trabajo en el IDR D y en mis tiempos libres asisto al gimnasio.

P2: ee mi nombre es Iván Orosco estudio publicidad en la universidad central tengo 22 años y en mis ratos libres vengo al gimnasio.

P3: Mi nombre es Angie peñuela tengo 20 años estudio publicidad en la universidad central y asisto con mi novio al gimnasio en tiempos libres.

P4: Mi nombre es Alex Acosta tengo 31 Años, trabajo en banco de Bogotá aproximadamente hace 7 años asisto al gimnasio porque me gusta y es mi forma de mantenerme bien físicamente.

E: Como les explique anteriormente, este estudio no tiene ninguna remuneración, es simplemente utilizado para mi trabajo de grado.

E: ¿Cómo es un día normal en su vida?

P1: Me levanto a las 4:30 am con una botella de agua para despertarse hago una sesión de abdominales para no volver a la cama, desayuno regularmente 4 o 5 huevos 2 claras de huevo un arroz vegetal , después voy al gimnasio, antes de empezar la actividad física tomo cargas de proteína sintética hago mi rutina, ya después voy a la casa almuerzo algo muy ligero bajo en grasa y voy a mi trabajo en la noche vuelvo al gimnasio porque no solo me interesa aumentar masa muscular si no también estar bien físicamente.

P2: Un día normal en mi vida es desde por la mañana comenzar con una carga de proteína ya sea un batido de suplemento de alimento como pollo o atún e ir al gimnasio normal, ya después voy a la casa almuerzo e ir a la universidad.

P3: yo también me despierto como a las 8:30 de la mañana después me baño, me arreglo desayuno, después voy al gimnasio hago mi rutina que dura de una hora a dos horas aproximadamente después del entrenamiento

tomó suplementos dietarios, proteína y todas esas cosas y en la tarde descanso porque ahorita no estoy estudiando.

P4: Yo me levanto aproximadamente a las 7:30 am lo primero que hago es tomar jugo de naranja maso menos a los 30 minutos me preparo el desayuno que consta de 4 claras de huevo un batido de proteína con banano y fruta y después voy al gimnasio.

E: ¿Cuáles son las actividades deportivas que usted más practica?

P1: practico artes marciales mixtas, crosfit, trote, subo Monserrate y el básico gimnasio.

P2: Yo solo practico el fisicoculturismo 3 o 4 horas al día.

P3: practico solamente el gimnasio de 3 a 4 horas al día.

P4: Solo voy al gimnasio 2 horas diarias.

E: ¿Cómo hace usted para cuidar su salud?

P1: Para cuidar mi salud siempre ando con una botella de 5 litros para estarme hidratando, aproximadamente por cada ciclo de recarga de proteínas aminoácidos, queratina tomo algo especial para cuidar mi hígado, descargarlo ya que estas proteína en exceso lo perjudica.

P2: con la actividad física también manejo un buen balance de la alimentación y desde por la mañana buen consumo de carbohidratos,

principalmente estoy muy pendiente de la dieta los macros si mi objetivo es subir bajar de peso el principal objetivo es mantener la actividad física mínimo una hora o dos horas y consumir cosas muy naturales que no Allan pasado por muchas manos, como mucha espinaca que es orgánica.

P3: A ver maso menos principalmente es la dieta estoy muy pendiente de los macros dependiendo del objetivo si es subir bajar peso estoy muy pendiente de los macros todos los días hago actividad física regularmente vengo 1 hora o dos horas en la mañana y una hora en la noche que hago cardio pero si todos los días hay actividad física y tratar de consumir cosas muy naturales que la comida no haya pasado por muchas manos ósea frutas y demás y lo que son espinacas que sean muy orgánicas.

P4: Emm también es como alimentándose bien buena proteína la carne es necesario alimentarse bien.

E: ¿cuáles son los hábitos alimentarios que usted practica? (desayuno, almuerzo, comida)

P1: ahorita estoy en un objetivo en un ciclo de secado , consumo un vaso de agua algo de proteína en el desayuno como 4 o 5 huevos solo uno con yema y como pan integral avena con hojuelas a las 2 horas algo de fruta tal vez un vaso de proteína puede entrar ahí , a la hora del almuerzo como una proteína natural ya sea pollo o atún intento nada de tomar dulce ni en el jugo trato de

bajar los alimentos con agua y verdura y estar comiendo de dos a tres horas y tomando la proteína que esté tomando de acuerdo a mi carga física.

E: ¿qué significa el deporte en su vida?

P1: para mí siempre ha sido el módulo de escape un estilo de vida muchas veces en mi vida se ha vuelto una forma de trabajo siempre he estado metido en el tema del deporte.

P2: ya como vienen diciendo es verdad esto se vuelve un estilo de vida para uno ya llegan días donde usted no entrena se siente mal cuando uno está en una etapa de volumen dos días y usted deja de venir dos días y ya se siente más flaco más desnutrido jajá y ya esto se vuelve algo de rutina y no es una rutina que usted hace porque si es una rutina que usted alcanza para hacer una meta que se plante.

P3: Definitivamente el deporte impacta por que modifica muchas cosas. de actuar durante el día en mi caso siempre ha sido el aumento de masa muscular y estético y es algo muy importante y significativo si no hiciera deporte me sentiría mal si dejo de ir un día al gimnasio me siento más delgado es cuestión de cumplir una meta cada vez que hago ejercicio.

P4: muchas veces para las mujeres el entrenamiento es de cuestión estética pero obviamente es parte de la salud para mi es súper importante estar delgada para mi es hace parte de mi vida.

E: ¿cuáles son los suplementos con mayor consumo? (las marcas, nombres)

P1: regularmente cuando estoy haciendo ciclo de crecimiento es cuando realmente empiezo a consumir fuerte los suplementos empiezo con melanina fac es un multivitamínico antes del entrenamiento por ahí media hora antes como un pre entrenamiento antiguamente estaba tomando el mo3 de saludcoop estoy buscando una nuevo arranque con el biactril no tengo ni idea que casa es regularmente mientras el entrenamiento tomo el intrabool de moscletech des pues del entrenamiento una mezcla halo de moscletech con alguna proteína limpia a las 2 horas aproximadamente tomo un proteína intercalorica porque cuando estoy creciendo hago rutinas en la mañana y en la noche y cardio y antes de dormir me tomo una caseína mezclado con un anticataloico.

P2: Lo que es la proteína limpia cinta 6 pues siempre unos gramos de proteína después ya cuando estoy en el gimnasio tomo un push 10 es un pre entrenador y a la vez un vaso dilatador después de eso consumo cosas más naturales como vitamina c y e y complejo B para que no se rompa mucho la piel también estoy tomando unos quemadores lipo 3 después del entrenamiento tomo una proteína de moscletech.

P3: Pues normalmente me suplemento con proteína de sodio de la marca metrix se toma una copa antes de entrenar y una después de entrenar hay épocas en la que quiero subir de peso mezclo una proteína con una creatina

no importa la marca son todas iguales normalmente puede ser universal o metrix y esto es básicamente con lo que me suplemento.

P4: Normalmente no tomo nada de proteínas pero ahorita estoy tomando una proteína que se llama way que es natural los suplementos que uso son siempre naturales.

E: ¿cómo ha sido la experiencia de consumir estos suplementos proteicos?

P1: La experiencia es muy buena siempre hay ganancia de masa muscular en mi caso el físico culturismo es mi objetivo y eso no solamente indica que si se consume un proteína y ya va obtener resultados todo es un complemento con la alimentación sea correcta, la alimentación todo es un complemento.

P2: Así se tome un tarro de proteína y no se alimenta bien no va ganar la masa muscular pero si obviamente uno alcanza a ganar diferencias en la recuperación no se va a levantar tan desgastado físicamente igual eso es de tiempo y entrenamiento.

P3: Uno no toma suplementos para entrenar menos tiempo o más fácil si no para poder entrenar más duro para poder coger más tejido muscular y el tiempo de entrenamiento sea más rápido y pero en cuanto la experiencia uno tiene cosas muy buenas porque tiene muchas ganancias y tiene cosas mentales que lo puede a uno hacer caer porque ahí elementos de estos en entrenamientos y demás que le dan a uno mucha fuerza e involucra más

masas musculares entonces le permite alzar más peso y en el momento que usted deja de tomar no va poder levantar entonces hay una parte mental motivacional que lo llaman el rebote del suplemento , el cuerpo reacciona a los suplementos positivamente en el momento que uno toma en los pre entrenamientos que dan más energía ahí hay un rebote mental.

P4: No es que yo quiera crecer como los hombres es cuestión de marcación para mantener una figura.

E: ¿cuáles son los aspectos que tienen en cuenta para comprar un suplemento proteico?

P1: Hay varios principalmente lo primero que uno mira es el presupuesto después de eso la limpieza del suplemento es muy importante, los beneficios y las experiencias que me cuenta mis compañeros de gimnasio la marca es muy importante para mí.

P2: lo otro es el modo de cómo la puedo conseguir y no siempre podemos conseguir un producto que ya consumí y me deo buenas experiencias las marcas de estados unidos manejan miles son proteínas que son muy exclusivas solo traen las que tienen acceso asequible no es lo mismo pagar 50 dólares por 5 kilos y aquí pagar 300 mil pesos por una bolsa similar.

P3: normalmente miro que cada producto tenga su destilación lo cual tiene resultados y ver los productos novedosos no me importa en ocasiones pagar un dinero por un suplementos mi objetivo es crecer limpiamente ósea libre

de grasas más proteína y menos carbohidrato.P4: pensar que de un buen resultado generalmente consulto en internet y las marcas y ver la naturalidad de los productos.

E: ¿qué hace usted en el tiempo libre?

P1: En el tiempo libre hago ejercicio en el gym si me queda más tiempo libre hago ejercicio en la casa o incluso me devuelvo para el gimnasio mi tiempo son 4 o 5 horas libres al día y se las dedico al gym.

P2: esto se convierte en un vicio ya es algo que digamos si usted vino hizo ejercicio y se le queda tiempo libre se pone uno a joder hacer flexiones o videos o incluso me devuelvo al gym.

P3: mi tiempo libre lo dedico a salir con mi perro ir a cine y estar en familia.

P4: Mí tiempo libre es mi familia ir a una iglesia cristiana a la que asisto mirar cosas en internet y estar con mi novio.

Apéndice B.

Sesión de Grupo focal 2

Entrevistador: E

Participante 1 (Andrés Ortiz): P1

Participante 2 (Omar Montoya): P2

Participante 3 (Daniel López):P3

Participante 4 (Sergio linares):P4

E: Buenos días, gracias por asistir a esta sesión de grupo focal mi nombre es Juan Felipe Amaya, soy estudiante de mercadeo de la universidad Santo Tomas y este estudio se va hacer con el fin de explorar entorno a el consumo de suplementos proteicos, vamos a empezar presentándose , que hacen , a que se dedican, cuantos años tienen.

P1: Mi nombre es Andrés Ortiz soy estudiante de ingería química tengo 21 años.

P2: Buenos días mi nombre es Omar Montoya tengo 28 años actualmente trabajo en Continautos.

P3: Mi nombre es Daniel López tengo 23 años y actualmente no estoy trabajando.

P4: Mi nombre es Alex Acosta soy entrenador de este gimnasio aproximadamente 4 años.

E: Como les explique anteriormente, este estudio no tiene ninguna remuneración, es simplemente utilizado para mi trabajo de grado.

E: ¿Cómo es un día normal en su vida?

P1: normalmente voy a la universidad en las mañanas vuelvo a casa almuerzo y vengo al gimnasio en las noches día de por medio.

P2: Un día normal en mi vida es desde por la mañana comenzar tomar una de proteína hago una sesión de ejercicios flexiones abdominales y me alisto para ir al trabajo vengo todos los días al gimnasio en las noches es importante terminar el día con ejercicio.

P3: yo me despierto como a las 5 de la mañana después me baño, me arreglo desayuno, después voy al gimnasio hago mi rutina entrenamiento tomé suplementos dietarios, proteína y todas esas cosas y en la tarde descanso porque ahorita no estoy trabajando.

P4: Yo me despierto más o menos a las 6:00 am y lo primero que hago es hacerme una ensalada de frutas después de 25 minutos me preparo un batido el cual me relaja los músculos, este siempre lo tomo antes del entreno en el gimnasio.

E: ¿Cuáles son las actividades deportivas que usted más practica?

P1: practico crossfit, patino, la rutina del gimnasio y un poco de yoga.

P2: Yo solo hago la rutina en el gimnasio de 3 o 4 horas al día.

P3: practico en el gimnasio de 3 a 4 horas al día y dos veces a la semana voy a natación.

P4: voy al gimnasio 2 horas diarias y en la noche un poco de zumba.

E: ¿Cómo hace usted para cuidar su salud?

P1: Para cuidar mi salud tomo aproximadamente 5 litros de agua, consumo bastante proteína ya sea animal o vegetal, también bastantes antioxidantes, un poco de vitaminas y algo para cuidar mi hígado.

P2: yo por lo general consumo alimentos poco procesados y en lo posible sin conservantes, esto lo hago para tener un equilibrio ya que la otra gran parte de mi alimentación se basa en batidos, anti oxidantes, relajantes musculares, también busco cosas naturales que suplan en ocasiones mis batidos.

Con la actividad física también manejo un buen balance de la alimentación y desde por la mañana buen consumo de carbohidratos, principalmente estoy muy pendiente de la dieta los macros si mi objetivo es subir bajar de peso el principal objetivo es mantener la actividad física mínimo una hora o dos horas y consumir cosas muy naturales que no Allan pasado por muchas manos, como mucha espinaca que es orgánica.

P3: con mi dieta soy estricto manejo un balance positivo en mi alimentación en la mañana como fruta y carbohidratos estoy muy pendiente de acuerdo a mi objetivo su es subir o bajar de peso.

P4: como mucha proteína animal es necesario alimentarse bien.

E: ¿cuáles son los hábitos alimentarios que usted practica? (desayuno, almuerzo, comida)

P1: mi objetivo es consumir lo más sano consumo mucha agua para descargar el hígado en la mañana desayuno 2 huevos cereal y un batido de proteína y en el almuerzo siempre me como 1 pechuga completa.

E: ¿qué significa el deporte en su vida?

P1: El deporte puedo decir que me relaja me quita el estrés cuando entro al gimnasio siento una energía positiva dejo mis problemas del día y siento como alegría y descargo el estrés del día.

P2: para mí es un estilo de vida, yo estoy tan metido en este cuento que cuando no asisto al gimnasio o no hago ejercicio me siento incompleto, esto se vuelve una rutina y no es una rutina de hacerla por obligación, esto se convierte en una meta y si dejo de venir un día ya me siento que estoy muy flaco.

P3: Definitivamente el deporte impacta en mi vida yo vengo al gimnasio a veces 2 veces al día, en la mañana, los días que no tengo nada que hacer no lo pienso 2 veces y me vengo hacer ejercicio.

Por qué modifica muchas cosas. de actuar durante el día en mi caso siempre ha sido el aumento de masa muscular y estético y es algo muy importante y significativo si no hiciera deporte me sentiría mal si dejo de ir un día al gimnasio me siento más delgado es cuestión de cumplir una meta cada vez que hago ejercicio.

P4: El deporte modifica muchas de mis conductas durante el día en mi caso mi esta físico y estético es algo muy importan su no lo hiciera no mantuviera mi figura me sentiría mal, es cuestión de una meta cada vez que vengo al gimnasio

E: ¿cuáles son los suplementos con mayor consumo? (las marcas, nombres)

P1: siempre tomo muscletech es la mejor para mí la acompaño de dosis de biacril pero muscletech es de las mejores además que patrocina a los mejores atletas del fisicoculturismo, si lo utilizan los mejores y tienen un aspecto físico eso me motiva a consumirla esta marca me genera confianza

P2: comparto la opinión del muscletech es buena, está en el rango de los mejores también la consumo mi prioridad es que la proteína sea limpia en grasas, si tomas mucha te puede hacer sacar barriga y ese no es el objetivo y es bueno tomar la vitamina c que es un poco tradicional siempre la consumo.

P3: me suplemento con proteína de sodio de la marca metrix y las dosis las mido de acuerdo a mi objetivo si es subir bajar de peso o aumentar masa muscular.

P4: no consumo ninguna de estas marcas pero he escuchado buenas referencias de metrix, BSN, muscletech y nitrotech, en algún momento e consumido de todas.

E: ¿cómo ha sido la experiencia de consumir estos suplementos proteicos?

P1: en mi opinión es muy buena en mi caso que soy practicante de culturismo que es mi jovi, es algo primordial pero el hecho que consumas suplementos no vas a tener gran musculatura todo se complementa con una buena alimentación y buena disciplina en el entrenamiento.

P2: pienso que tomar suplementos solo es un complemento de tu entrenamiento diario, la ganancia es muy buena el suplemento lo que hace es actuar en el musculo y darte un descanso en el musculo y así al otro día no tener fatiga muscular, pero la experiencia es positiva.

P3: tomar suplemento es importante como lo dice mi compañero, tomar suplementos es para entrenar más fácil es un complemento muy bueno pero en cuanto a la experiencia es muy buena y va acompañado de algo mental y una motivación uno siente que cuando toma el suplementos le sale buena musculatura como te digo es algo mental el suplemento me da más energía.

P4: mi experiencia es positiva siento que el suplemento me da una marcación más rápida dure más de 1 año sin tomar suplementación para limpiar mi cuerpo pero las ganancias cuando lo tomas son las rápidas como lo venían diciendo es un complemento positivo para tu rutina.

E: ¿cuáles son los aspectos que tienen en cuenta para comprar un suplemento proteico?

P1: hay varios para mí el precio, su marca, calidad, prestigio y la limpieza del suplemento y pues las recomendaciones del nutricionista y de acuerdo a mi dieta y objetivo de crecimiento.

P2: generalmente miro en internet a veces son más económicos, antes compraba mucho por internet, pero ahorita que subió el dólar está algo difícil pero casi siempre como muscletech y BSN, están son las más exclusivas por eso las consumo hay otras marcas son más asequibles pero no es lo mismo.

P3: normalmente miro el contenido de cada producto, miro video de los resultados, el precio, que sea libre en grasas y ver los productos novedosa veces no importa pagar más por buenos productos

P4: Que de un buen resultado generalmente consulto en internet y las marcas y ver la naturalidad de los productos, y su contenido, la marca es muy importante, cuando empecé a consumir, suplementos no sabía mucho del tema y hay unos que son pura harinas (risas) hay que saber del tema también poco a poco vas aprendiendo.

E: ¿qué hace usted en el tiempo libre?

P1: En el tiempo libre vengo al gimnasio estoy con mi familia mi novia y salir al parque con mi perro.

P2: Mi tiempo libre se lo dedico al gimnasio es un vicio (risas)

P3: Estar con mi novia, cine, amigos, rumba

P4: Mí tiempo libre es mi familia ir a una iglesia, mirar cosas internet y salir con amigos.