

**COMPRENSIÓN DE LAS PRÁCTICAS SOCIALES Y CULTURALES QUE
ORIENTAN EL CONSUMO DE BEBIDAS FUNCIONALES EN ADULTOS
JÓVENES DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO**

Autora:

Laura Ximena Chicuazuque Briceño

Director (a):

Carolina Garzón Medina

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE MERCADERO
Bogotá D.C, Septiembre de 2017**

Dedicatoria

Dedico esta monografía a mi familia. A mis padres, quienes con su apoyo incondicional me motivan cada día a ser un mejor ser humano, a mi hermana quien ha estado a mi lado todo este tiempo y a mis demás familiares y amigos que estuvieron ahí cuando lo necesite.

Agradecimientos

En primer lugar agradezco a Dios por guiar mi camino con sabiduría para poder culminar mi trabajo de grado.

A mi familia por su colaboración tanto moral como económica en cada paso de mi vida.

A mi directora de proyecto de grado Carolina Garzón Medina, por su apoyo incondicional y por todo lo que me enseñó no solo a nivel académico, sino también personal y ser mi guía en cada paso de mi trabajo de grado.

A la Universidad Santo Tomás por brindarme los conocimientos y herramientas necesarias para mi formación profesional.

Por último, pero no menos importante a todas aquellas personas que de alguna u otra forma contribuyeron para la culminación de mi monografía

Resumen

El objetivo de esta investigación es comprender las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. Para ello se realizó un estudio descriptivo etnográfico mediante la elaboración de observación participante, entrevistas a profundidad y técnicas proyectivas, donde se indago aspectos como antropología de la alimentación, consumo de bebidas funcionales, características socioculturales y educación para el consumo responsable.

Los principales resultados muestran que la familia en especial la mamá como agente primario y las redes sociales y amigos como agente secundario, influyen en las prácticas sociales de las bebidas funcionales. En cuanto, a las prácticas culturales, se ve marcado por hábitos de alimentación saludable y creencias enfocadas a los aportes nutricionales que aporta el consumo de una bebida funcional y estilos de vida marcados por el deporte.

Por último se detecta un consumo más de tipo racional, abordando el consumo responsable y crítico, sin embargo, aún se detecta falencias sobre la forma de adquirir la bebida y su respectivo consumo, puesto que, la categoría de bebidas funcionales se encuentra en pleno desarrollo y las marcas que las ofrecen no han hecho campañas agresivas que logre posicionarse en el mercado.

Palabras claves: Alimentación, bebidas funcionales, alimentación saludable, consumo responsable, estilos de vida, características socioculturales.

Abstract

The objective of this research is to understand the social and cultural practices that guide the consumption of functional beverages in young adults in the city of Bogotá. For this, a descriptive ethnographic study was carried out through the elaboration of participant observation, depth interviews and projective techniques, in which aspects such as anthropology of food, consumption of functional beverages, socio-cultural characteristics and education for responsible consumption were investigated.

The main results show that the family, especially the mother as the primary agent and social networks and friends as a secondary agent, influence the social practices of functional beverages. As for cultural practices, it is marked by healthy eating habits and beliefs focused on the nutritional contributions provided by the consumption of a functional beverage and sports-marked lifestyles.

Finally, a more rational type of consumption is detected, addressing responsible and critical consumption; however, there are still gaps in the way of purchasing the drink and its respective consumption, since the functional beverages category is in full development and the brands that offer them have not aggressively campaigned to position themselves in the market.

Key words: Food, functional drinks, healthy eating, responsible consumption, lifestyles, sociocultural characteristics.

Tabla de Contenido

Introducción	7
1. Planteamiento del problema	8
2. Justificación	11
3. Objetivos.....	13
4. Marco teórico y conceptual	14
4.1. Alimentación y Alimentos Funcionales	14
4.2. Características sociales que orientan el consumo de marcas de bebidas funcionales naturales.....	19
4.3. Características culturales que orientan el consumo de marcas de bebidas funcionales naturales.....	25
4.4. Educación para el consumo alimentario.....	32
5. Diseño metodológico	42
5.1. Método	42
5.2. Tipo de estudio.....	42
5.3. Diseño.....	42
5.4. Categorías.....	43
5.5. Mapeo.....	44
5.6. Técnicas e Instrumentos	46
5.7. Muestreo.....	46
5.8. Análisis de datos.....	46
5.9. Consideraciones éticas	47
6. Análisis de resultados	48
6.1. Significado de las bebidas funcionales.....	49
6.2. Significados culturales	52
6.3. Significados sociales	55
6.4. Educación para el consumo.....	58
7. Discusión	61
8. Conclusiones.....	68
9. Referencias	70
Apéndices.....	76

Introducción

La vida tan agitada del hombre y la falta de tiempo, debido en gran medida a las múltiples actividades que realiza a diario ha provocado constantes cambios en su alimentación, permitiendo la llegada de, por ejemplo, las llamadas comidas rápidas, como un medio para adquirir un alimento preparado en poco tiempo y que se consigue fácilmente a la vuelta de la esquina, pero, que muchas veces resulta ser de mala calidad y poco nutritiva para el organismo.

Estas comidas, acompañadas de malos hábitos alimenticios y falta de ejercicio han ocasionado diferentes enfermedades crónicas no transmisibles en el organismo como obesidad y afectaciones cardiacas; disparando los índices de mortalidad a nivel mundial.

Este ha sido un hecho preocupante, por las diferentes naciones, por tanto están buscan nuevas alternativas para mitigar este problema, aquí ha dado su aparición los alimentos funcionales, cuyo objetivo es aportar efectos nutricionales, de tal manera que prevenga o mejore la condición de salud del ser humano.

Así bien, el presente trabajo de grado busca comprender, las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá; para después hacer un análisis cualitativo y poder proponer estrategias enfocadas a una educación para el consumo responsable alimentario.

1. Planteamiento del problema

Gracias al desarrollo tecnológico, las influencias culturales y la globalización, las formas de adquirir la comida han cambiado y, asimismo, los hábitos alimenticios no son los mismos de hace 30 años, donde no era necesario añadir apelativos como "artesanal" o "sin aditivos ni conservantes" a los alimentos. Según Arroyo (2008) “*La alimentación ha sido una importante fuerza selectiva en la evolución humana.*” (p.1) si bien, en el periodo paleolítico la dieta se basaba en peces, mariscos, animales pequeños y vegetales, los cuales aportaban energía de proteínas, carbohidratos y grasas poliinsaturadas favorables y colesterol bajo; ahora, debido a la agricultura, ganadería y la revolución industrial han ocurrido fuertes cambios en la dieta del ser humano, conocida como la discordancia evolutiva; estos cambios incluyen un mayor consumo de energía y grasas saturadas.

Esta evolución en la alimentación es clave a la hora de entender mejor la aparición de enfermedades crónicas como la obesidad (Arroyo, 2008); asimismo, hoy hay un gran abastecimiento de comida, tanto que se ha convertido en un problema de desperdicio de alimentos de primer orden, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO calcula que “*un tercio de la producción mundial de alimentos se pierde o desperdicia, lo que supone 1.300 millones de toneladas al año. Los alimentos se desperdician en todas las etapas de la cadena de valor.*” (Citado por Wyman, 2014, p.4).

Esta fácil accesibilidad a comida industrial, sumado a que muchas veces se desconoce su proceso de fabricación, han registrado altas tasas de mortalidad, la Organización Mundial de la Salud, OMS (2012), estipuló que para el 2012 murieron en el mundo 56 millones de personas, las enfermedades no transmisibles causaron más de 68% de las muertes en el mundo, lo que representa un aumento por comparación con el 60% registrado en el año 2000.

A la luz de lo anterior hay una creciente preocupación por parte del consumidor sobre su salud, buscando nuevas alternativas de alimentación, apreciando la calidad por encima de la cantidad. Una nueva tendencia que busca cumplir con este propósito son los alimentos funcionales, que han evolucionado como una estrategia potencial en la prevención de enfermedades crónicas ya que supone tener efectos beneficiosos fisiológicos; son alimentos que tienen bioactivos específicos agregados por sus beneficios para la salud y contienen una cantidad mayor de nutrientes. (Fuentes y Gelvez, 2015).

Sin embargo, esta tendencia a lo saludable, aún es un poco débil en el país, ya que gran parte de los colombianos desconocen o rechazan este tipo de alimentos y los beneficios nutricionales que trae para el organismo. Lo que representa un reto para las organizaciones que deciden incursionar en este tema, para lograr posicionarse en el país.

Pregunta problema

¿Cuáles son las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá?

2. Justificación

El concepto de alimentos funcionales nació en Japón, en los años 80; sin embargo, aún no existe una definición o una regulación universal para este tipo de alimentos, lo que ha dado lugar a la aparición de diferentes nombres que se manejan en su lugar como alimentos de diseño, nutracéuticos, alicamentos, farmalimentos, entre otros. (Culebras, García y González, 2004).

Esta diversidad de términos ha causado una gran confusión tanto para profesionales como para consumidores, asimismo, existen lagunas en cuanto a su forma de preparación, como y cuando se debe consumir y los beneficios nutritivos que aporta para el organismo.

En los estudios de Culebras, García y González (2004), argumentan que alimentos funcionales *“son un concepto clave para el futuro de la Nutrición”* (p.1) asimismo, Araya y Lutz (2003) establecen que estos alimentos tienen componentes que afectan de manera positiva y específica las funciones del organismo, contribuyendo al mantenimiento de la salud y bienestar o a la disminución del riesgo de enfermar.

En un estudio realizado por la consultora Nielsen HomeScan, citado por la revista Cromos (2014) reveló *“la alta frecuencia de compra por parte de los colombianos en materia de bebidas saludables. La tendencia indica que cada siete días un consumidor colombiano adquiere un batido funcional, como también se conocen estas bebidas;*

tiempo que contrasta con los 40 días que tarda en buscar un alimento saludable.”

Además, este boom por el consumo de estas bebidas no solo se ve influenciado por deportistas, sino que está cogiendo más fuerza en jóvenes y adultos, lo que representa un mercado potencial de alto impacto.

Cada vez son más los estudios realizados a los alimentos funcionales, que intentan tener una visión más clara de su verdadero uso y buscan dar una definición universal, así bien, el presente trabajo se enfoca en las bebidas funcionales como estrategia para la educación del consumo responsable, puesto que, esta nueva tendencia ha tenido gran fuerza en el país.

Logrado, a través de la indagación de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá; que permita visualizar los hábitos de consumo, estilos de vida, impactos primarios y secundarios en el desarrollo de las personas, entre otros, que pueda dar pie a estrategias de mercadeo para este segmento.

Además, esta monografía aporta a la línea de investigación de la facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás, un análisis de esta tendencia enfocada a un consumo saludable y un mayor acercamiento al entendimiento de este tipo de consumidor; donde puede servir de fundamento para futuras investigaciones desarrolladas en la academia.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Comprender las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá, a través de un estudio descriptivo etnográfico, que permita el planteamiento de estrategias de mercadeo enfocadas en la educación para el consumo responsable alimentario.

3.2. Objetivos específicos

Establecer las características sociales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá.

Identificar las características culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá.

Proponer estrategias de mercadeo enfocadas en la educación para el consumo responsable alimentario en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá.

4. Marco teórico y conceptual

4.1. Alimentación y Alimentos Funcionales

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO, en su codex alimentario (s.f), se entiende por alimento *“toda sustancia, elaborada, semielaborada o bruta, que se destina al consumo humano, incluyendo las bebidas, el chicle y cualesquiera otras sustancias que se utilicen en la fabricación, preparación o tratamiento de los alimentos, pero no incluye los cosméticos ni el tabaco ni las sustancias utilizadas solamente como medicamentos.”*. Sin embargo, hablar de alimentación es un tema más complejo, puesto que, además de proveer al ser humano de sus necesidades físicas, también debe aportar los nutrientes necesarios para el buen desarrollo y funcionamiento del organismo.

En los estudios de Izquierdo, Armenteros, Lancés y Martín (2004), explica que una alimentación saludable se logra combinando varios alimentos en forma equilibrada, lo que satisface las necesidades nutritivas para un correcto crecimiento y desarrollo de las capacidades físicas e intelectuales, y que además, existen enfermedades que pueden prevenirse o mejorarse con una alimentación saludable.

Por otro lado Barrial y Barrial (2012), argumentan que el mal uso de los alimentos disponibles y la toma de decisiones incorrectas sobre el consumo de los mismos está propiciado por factores socioculturales que traen consigo hábitos alimentarios

inadecuados y una serie de enfermedades. Por tanto, la buena alimentación es un asunto de vital importancia para las personas.

En un informe que 30 especialistas en nutrición realizaron para Organización Mundial de la Salud, OMS, y Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO (2003), estimó que las enfermedades que causan más muertes en todo el mundo están directamente relacionadas con una alimentación desequilibrada, destacándose aquellos alimentos que contienen abundante grasa y sal. Un 59% de los 56,5 millones de fallecimientos registrados en el 2001 se debieron a enfermedades crónicas causadas por una dieta inadecuada y la falta de ejercicio físico.

Lo anterior, se debe en gran medida a la masiva penetración de las llamadas comidas rápidas o comida “chatarra” al mercado nacional, por parte de, tantos comercios informales como grandes franquicias. Según la revista Dinero (2015), el mercado de comida rápida en Colombia crece a más de 15% anual y vende \$30 billones, donde empresas como el Corral, Crepes & Waffles, Mc Donald’s, Burger King, Frisby, Kokoriko, Subway y KFC, entre otros, están dominando el mercado nacional.

Asimismo, en un estudio realizado por Contreras et al. (2013), describe la formación de los hábitos alimentarios en una muestra no probabilística de 200 estudiantes universitarios. En ella se observó que la mayoría de los alumnos ingesta alimentos de preparación rápida y no los que se ofrecen en la cafetería, que están catalogados como

completos y balanceados. A su vez, el espacio social contribuye, de manera significativa, a moldear y adquirir hábitos alimentarios dañinos para la salud.

En este sentido, con la presencia de alimentos no saludables y productos de “dudosa procedencia”, el consumidor empieza a tomar una posición crítica sobre los productos ofrecidos. A su vez, esta situación le lleva a tener una mayor conciencia social y ambiental. Al respecto Ottman (2013), argumenta que el mercado convencional ya no está de moda y que ha surgido un nuevo paradigma que requiere nuevas estrategias con un enfoque integral, involucrando productos que sean de calidad, que contribuyan con el medio ambiente y que generen valor y compromiso por parte de las organizaciones.

Así mismo, Suárez (2010), propone que el Estado tiene la obligación de poner en el mercado productos seguros, a la vez que educar al consumidor en la compra y uso responsable de todos los bienes. Actualmente los consumidores están en mejor situación para juzgar sus propias necesidades y preferencias y para ejercer sus propias opciones gracias a la gran cantidad de alternativas saludables que emergen del mercado.

De otra parte, teniendo en cuenta que las preferencias de compra y consumo han cambiado, han aparecido nuevas alternativas de productos, con una visión diferente para el consumidor, más saludables y nutritivas. Al respecto llegan los alimentos funcionales; éstos surgen en los años 80 en Japón y se desarrollaron específicamente para mejorar la salud y reducir el riesgo de contraer enfermedades.

Actualmente no existe una definición o una regulación universal, para los alimentos funcionales, lo que ha dado lugar a la aparición de diferentes nombres que se manejan en su lugar, como alimentos de diseño, nutracéuticos, alicamentos, farmalimentos, etc (Ozen, Pons y Tur, 2012). Una de las definiciones más completas es la ofrecida por la Acción Concertada de la Comisión Europea sobre Ciencias de los Alimentos Funcionales en Europa (FuFoSE, por sus siglas en inglés), (s.f) citado por Ozen, Pons y Tur (2012), que describe que:

“Un alimento puede ser considerado funcional cuando está significativamente demostrado que afecta de manera benéfica a una o varias funciones del organismo, aparte de sus efectos nutricionales propios, de tal forma que mejora el estado de bienestar y salud y disminuye el riesgo de enfermedad. Un alimento funcional debe quedar como un alimento y desarrollar sus efectos desde cantidades consumidas en un régimen considerado como normal.” (p.1)

Por otra parte, autores como Silveira, Monereo y Molina (2003) estipulan que un *“alimento funcional es aquel que contiene un componente, nutriente o no nutriente, con actividad selectiva relacionada con una o varias funciones del organismo, con un efecto fisiológico añadido por encima de su valor nutricional [...]”*

Consecuente con esto, se han realizado diferentes trabajos investigativos sobre los alimentos funcionales como Fuentes, Acevedo y Gelvez (2015), quienes en sus investigaciones, argumentan que los alimentos funcionales tienen un efecto benéfico y nutricional en el ser humano; en cuanto a las funciones fisiológicas del organismo pueden ser consumidos como una parte de la dieta equilibrada y acompañados de un estilo de vida saludable; además ofrecen la posibilidad de mejorar la salud o prevenir ciertas enfermedades.

Por otro lado, los alimentos funcionales según Calvo, Royo, Gómez y López (2011), establecen que deben ser suministrados desde la infancia, debido a que están compuestos de ingredientes naturales y no sintéticos, a concentraciones no encontradas en la naturaleza o presentes en los alimentos que normalmente no los contienen y tienen efectos positivos sobre una o dos funciones claras; además del valor nutritivo, estos productos tienen el poder de aumentar el bienestar y la salud o reducir los riesgos de enfermedad o aportar un beneficio para la salud.

En conclusión, el concepto de alimentos funcionales y las bebidas funcionales, emergen como uno de los primeros pasos en el camino hacia la nutrición óptima y personalizada, enfocada a la promoción integral de la salud y a la reducción del riesgo de ciertas enfermedades. (Silveira, Monereo y Molina, 2003)

De este modo, las bebidas funcionales se convierten en una buena alternativa para tener un estilo de vida saludable y poder aumentar las expectativas de vida; sin embargo, el consumo de estas bebidas, más que determinarse como un factor biológico y beneficioso para el organismo, está arraigado en otros factores sociales y culturales que median la experiencia y formación del sabor.

4.2. Características sociales que orientan el consumo de marcas de bebidas funcionales

naturales.

La familia tiene una gran influencia en la construcción del sabor como base fundamental para establecer valores, creencias, rituales, que luego tienen una influencia significativa en las decisiones de compra y consumo de los individuos, para Berger y Luckman (1986) *“el individuo no nace miembro de una sociedad: nace con una predisposición hacia la socialidad, y luego llega a ser miembro de una sociedad.”* (p.2), desde allí, también se fundamenta las bases del gusto alimentario.

En este contexto Berger y Luckman, (1986), referencian que, el individuo asume su realidad objetiva y la internaliza como realidad objetiva, es decir, que el individuo asume aquellas manifestaciones del otro y realiza su propia interpretación, la cual no necesariamente debe ser igual a la del otro, de allí se evidencia, que el individuo, a partir de dicha internalización asume determinados roles y actitudes que le permiten identificarse ante una sociedad.

En este sentido, en los estudios de Macías, Gordillo y Camacho (2012), afirman que la adopción de hábitos alimenticios se adquiere principalmente por la familia, ya que sus integrantes ejercen una fuerte influencia en la dieta y en las conductas relacionadas con la alimentación, y cuyos hábitos son el resultado de una construcción social y cultural acordada implícitamente por sus integrantes.

Así bien *“la familia, por tanto, es clave como unidad de toma de decisiones, donde el niño aprende a comer saludablemente observando a sus padres y hermanos; en la experiencia de comer los alimentos en el seno de la familia, hay saberes, sentires, afectos y recuerdos que dinamizan el comportamiento alimentario”* (Garzón y Barreto, 2013).

Sin embargo, el gusto y los hábitos alimenticios, se ven transformados a través del tiempo, por medio de una socialización secundaria y grupos de referencia, donde factores como el colegio, los amigos y la publicidad, empiezan a tener gran influencia sobre el adolescente. (Berger y Luckman, 1986).

Asimismo Berger y Luckman (1986) parten del estudio social del individuo para explicar dicha transformación, puesto que desde las interacciones sociales el hombre determina sus gustos, elecciones y preferencias. En este sentido, determinan que la socialización es un proceso por el cual circula el individuo, reconociendo el mundo de los

demás, vinculándose y participando, con el fin de establecer la calidad de individuo social.

De lo anterior Contreras et al. (2013), en sus investigaciones estipula que la problemática de obesidad y sobrepeso es atribuida por el espacio social que moldean adquieren hábitos alimentarios que les son dañinos. Estas aportaciones son importantes, puesto que, para atender la falta de una alimentación saludable, hay que considerar los aspectos sociales que se convierten en causales y desde allí diseñar e implementar programas de educación responsable alimenticio.

Asimismo, Mas et al. (2015) en un estudio realizado en Barcelona, España, donde se analiza el grado de percepción de los spots publicitarios en los jóvenes, concluyen que los spots con una estrategia comercial basada en la imagen corporal e influyen muy negativamente en valores como salud, bienestar, familia y esfuerzo.

En Colombia la alimentación ha conocido en estos últimos decenios profundas modificaciones atribuidas a los progresos de las técnicas de producción y de distribución. La intervención del marketing y de la diversificación de los productos propuestos a los consumidores han cambiado las prácticas alimentarias individuales, contribuyendo al mismo tiempo a un incremento de la obesidad en el seno de las sociedades modernas (OMS, 2015).

Entonces, empieza a haber una preocupación por la forma de alimentación de los jóvenes, donde requiere que los gobiernos tomen conciencia en cuanto a los costos que conlleva mantener a una población con problemas de salud y la importancia de brindar una calidad de vida benéfica para los habitantes. Estas reacciones de la población y los gobiernos generan una oportunidad importante para las bebidas funcionales. (EUFIC. European Food Information Council., 2006)

La comunidad médica reconoce que el consumo de bebidas funcionales resulta altamente beneficioso para la salud, reduciendo significativamente el riesgo de enfermedades crónica, infartos, hipertensión, derrames cerebrales e incluso el cáncer, entre otros muchos beneficios. Aguilera et al. (s.f.)

En países como Australia la alimentación saludable está en su apogeo y en países subdesarrollados el consumo de comida chatarra aún no ha alcanzado niveles críticos, situación que permite una buena incursión de las bebidas funcionales y un cambio de cultura. (ProChile Sidney, 2014)

No obstante, la práctica alimentaria reúne el conjunto de las prácticas sociales relativas a la alimentación del ser humano. Influenciadas por la cultura, la religión o las tendencias, las prácticas alimentarias evolucionan con el tiempo, donde la adquisición de productos nutricionales pasa a un segundo plano.

En este contexto la sociología hace un esfuerzo por describir y comprender las condiciones en las que el consumidor toma decisiones respecto a sus hábitos alimenticios, donde muchas veces el hambre se convierte en un estímulo determinante en la elección de comidas y bebidas. Sin embargo, por las condiciones de la sociedad del siglo XXI, por la diversidad de bebidas y comidas que ofrece, las personas y especialmente los adultos jóvenes, no siempre son reflexivas respecto de lo saludable de los tipos de bebidas y comidas que les ofrece. Por otra parte, la sociedad del siglo XXI, es una comunidad fundamentada en el consumo y determinada por la publicidad, lo que impide, en buena medida, que nuestras preferencias sean libres y movidas por el discernimiento.

Al respecto Bauman (2003) explora cuáles son los atributos de la sociedad capitalista que han permanecido en el tiempo y cuáles son las características que han cambiado; donde, la identidad en esta sociedad de consumo se recicla, es decir, estamos sumidos en estados transitorios y volátiles regidos por las tendencias del mercado y ciertas prácticas sociales.

Entonces los hábitos alimenticios, no se basan solo en determinantes biológicos (hambre, el apetito y el sentido del gusto), también están influenciados por determinantes económicos (coste, ingresos y disponibilidad en el mercado); físicos (acceso, educación, capacidades personales y tiempo disponible); sociales (cultura, familia, compañeros de trabajo y patrones de alimentación) y psicológicos (estado de ánimo, estrés, culpa). (EUFIC, European Food Information Council, citado por Belalcázar y Tobar, 2013).

Por otra parte, la palatabilidad es proporcional al placer que una persona experimenta cuando ingiere un alimento concreto, según Sorensen (2003) la palatabilidad depende de las propiedades sensoriales del alimento, como sabor, aroma, textura y aspecto, por ejemplo los alimentos dulces y ricos en grasas tienen un innegable atractivo sensorial. Por eso, muchas veces la elección de alimentos a consumir se hace basados en el placer que les genera y no en el valor nutritivo.

Así bien, estos determinantes, pueden ser causa de una problemática en el volumen de alimentos y el tamaño de las raciones consumidas, puesto que, pueden constituir una señal de saciedad importante. Muchas personas no son conscientes de qué tamaño deben tener las raciones para considerarse adecuadas, causa que conlleva a ingerir un exceso de energía sin darse cuenta. (Greppi, 2012).

Al respecto Fernández, Aguilar, Mateos y Martínez (2009) En su estudio nutricional sobre la calidad de la dieta en una población adolescente de Guadalajara de 467 jóvenes de 12 a 17 años, argumentan que los adolescentes muestran mayor tendencia hacia el consumo de productos con altas ingestas de grasas saturadas, colesterol y sodio. Asimismo, todos los factores sociodemográficos y de estilo de vida considerados, influyen sobre los indicadores de calidad empleados.

Por lo tanto, la conducta humana es entendida como una acción social, donde interpretan y construyen la realidad social en la que viven y al mismo tiempo, las personas son producto de dicha realidad social. Por lo cual el consumo de bebidas funcionales debe ser entendido como parte de las relaciones sociales que se dan en un contexto histórico y cultural. (Estramiana, 2003).

Es entonces, donde las bases del gusto social de las bebidas funcionales se encuentran sustentadas en las prácticas de socialización, ya que desde el punto de vista sociocultural juegan un papel importante y lo es en esencia porque el alimento más allá de ser un hecho biológico es un hecho sociocultural en su esencia.

4.3. Características culturales que orientan el consumo de marcas de bebidas funcionales naturales

Como se expone anteriormente la manera en que se consume un alimento, está mediado por una serie de aspectos sociales que surgen a partir de la misma cultura, a lo que Fischler (1995), estipula que, tanto el tipo de plato como la degustación del mismo es diferente en cada cultura, puesto que, lo que es biológicamente comible, no necesita ser culturalmente comible, es así, que en Colombia, por ejemplo, el consumo de hormigas es catalogado como normal, mientras que en Europa puede ser repugnante, de igual manera ver al perro o canino como un plato para degustar en una mesa, como bien lo hacen en China o Corea, para la cultura americana es un hecho inconcebible.

Por consiguiente, para que un alimento sea comestible, no solo debe ser una sustancia susceptible de ser metabolizada por el organismo humano, para transformarse en comida los alimentos deben ser modelados según el sistema categorial de la cultura (Aguirre, 2004), de ahí que, ciertos alimentos se comen en el desayuno y no en la cena o que se sirvan calientes pero no fríos o que algunos alimentos son para adultos y no para niños e incluso que algunos sean para hombres y no para mujeres.

De modo que, estas reglas culinarias, como lo denomina Fischler (1995); que fundamenta la estructura alimentaria es tan innato, tan propio, común y cotidiano, que el ser humano no se da cuenta, porque come lo que come, asume de manera natural y normal tomar café caliente y no frío, por ejemplo.

Asimismo, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO citado por El Correo (1987) establece que *“el hombre se alimenta como lo hace la sociedad a la que pertenece. Su cultura define la gama de lo que es comestible y las prohibiciones alimentarias que eventualmente lo discriminan respecto de otros grupos humanos.”* (p. 4). Entonces, el pertenecer a una cultura, define entre otras cosas, los hábitos alimenticios y rituales de comensalidad.

Así bien, la comensalidad, como lo define I. De Garine (1984) citado por Garzón y Barreto (2013) es la *“Forma de compartir los alimentos. Es un hecho de reproducción no solo física, sino social, de los individuos y de los grupos, a través del cual se permite el*

acceso y aprendizaje de pautas de comportamiento y costumbres” (p. 5). Entonces, a través de los actos de comensalidad, se forja el desarrollo de una identidad cultural.

Molano (s.f) expresa que *“identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.”* (P. 73).

Es entonces donde Calero (2014), estipula que, través de la comensalidad, se fabrican fuertes lazos comunicativos que tienen un impacto directo en la creación de la identidad y en la constitución del patrimonio cultural de un grupo social determinado. Lo que permite la creación y reproducción de formas de conocimientos determinados, impulsados por una mezcla cultural que involucra prácticas de alimentación y también representaciones simbólicas, que se transmiten de generación en generación.

En los estudios de Guerrero, Campos y Luengo (2005) sobre los factores que intervienen en la modificación de hábitos alimenticios no adecuados en la provincia de Palena, una provincia perteneciente al país de Chile, se encontró que en cualquier evento social tiene un componente alimentario fuerte asociada con la identidad cultural y que esas celebraciones van asociadas a bautizos, casamientos, cumpleaños, santos y fiestas religiosas. Donde se le da un papel muy importante a la comida, puesto que, su preparación e ingredientes son datos que solo se transmite madre a hija. Así bien cada pueblo, familia o comunidad tiene su propia cultura gastronómica.

Así bien, el consumo de bebidas funcionales, está influenciado en gran medida por su representación simbólica, puesto que, la cultura del consumo de bebidas funcionales, que en un primer momento se introdujo como moda, ahora se está desarrollando como toda una tendencia, donde prima el bienestar individual, la salud y el estado físico.

En los estudios de Millone, Olagnero y Santana. (2011), En donde se entrevistaron a 57 Licenciados en nutrición de la ciudad de Buenos Aires, Argentina, sobre el nivel de conocimiento que poseen los licenciados sobre el concepto de "alimento funcional", fuentes de información y capacitación utilizadas, recomendación y uso adecuado, se pudo evidenciar que, si bien, el 63% desconocía su definición, un 91% consideró importante conocerlos y/o usarlos por el beneficio a la salud y utilidad. El resto no los consideró importantes, ya que no les representaba una necesidad y había falta de información y desconfianza.

Respecto a lo anterior se puede inferir, que si bien las bebidas funcionales, son vistas como un alimento saludable, que tiene efectos positivos en el organismo, sin embargo, carece de una identidad cultural fuerte, lo que genera muchas veces su desconocimiento y posterior rechazo, por la falta de información existente sobre sus cualidades.

En las investigaciones de Garzón et al. (2016), frente a los significados culturales que median en la experiencia multisensorial de sabor frente al consumo de alimentos, en la categoría ponqués, estipula que los hábitos alimentarios, están muy macados por el entorno social y cultural, donde desde la infancia con la familia, el colegio y los amigos se desarrolla practicas alimentarias propias del individuo, fortalecidas por las practicas alimentarias y los actos de comensalidad.

Entonces, se puede identificar como algunos alimentos como el ponqué, tiene un componente cultural que se viene fortaleciendo a través del tiempo, donde llega a convertirse en un símbolo de tradición y costumbre y que llega a ser innato su consumo. Formando códigos culturales que subyacen de manera inconsciente para dar significado a las cosas.

Según Rapaille (2007) los códigos hacen que las personas tengan diferentes patrones de comportamiento ante situaciones similares, puesto que, está condicionado por las experiencias y las emociones y que van definiendo el comportamiento a futuro. Entonces, la definición de estos códigos puede ser muy útil a la hora de definir una estrategia de mercadeo para un producto determinado.

Sin embargo, la cultura no es de manera estática, sino que es dinámica, así se tenga una fuerte identidad cultural, puesto que, va cambiando a través del tiempo debido al entorno y a las experiencias.

Así bien, Fischler (1995) habla de un comensal moderno donde sus hábitos alimentarios son cambiantes, debido a las altas horas de trabajo o estudio y la influencia de las comidas rápidas, como se habló en el capítulo anterior, impulsan al individuo a buscar nuevas alternativas alimentarias, que requieren menos tiempo tanto su preparación como su degustación.

En los estudios de Moliní (2007) sobre las comidas rápidas, argumenta que los hábitos alimentarios constituye un factor muy relevante a la hora de elegir la comida rápida, ya que, está relacionada en términos de practicidad y tiempo, además, se encontró como se ha venido discutiendo a lo largo de la presente investigación, que los jóvenes son los que más consumen este tipo de comidas y que recurren a esta comida por su sabor, aspecto, y por su bajo costo.

Igualmente, Rodríguez, Restrepo y Deossa (2015) en sus investigaciones sobre los conocimientos y prácticas de alimentación, salud y ejercicio de un grupo de estudiantes universitarios de Medellín, Colombia, donde se evaluaba nivel de conocimiento en aspectos como actividad física, control de peso, hábitos alimenticios, creencias alimentarias y teniendo en cuenta factores como horario, publicidad y consumo de comida rápidas, encontraron que, lamentablemente la percepción de los estudiantes, respecto a este tema no es nada favorable y de hecho se evidencia una fuerte necesidad de

implementar programas orientados a mejorar los hábitos alimentarios y la actividad física.

Lo anterior está generando una gran preocupación por la salud de los jóvenes, donde hay un gran aumento de población con problemas de obesidad y otros problemas cardiovasculares (OMS, 2015); que pueden traer consecuencias no favorables en la adultez y vejez.

Al respecto Fischler, (1995) habla que debido a la cantidad de productos no saludables ofrecidos en mercado, empieza a formarse una preocupación respecto a lo que se come y como se come, atribuidos no solo a un hecho nutricional, sino que también a un hecho físico, donde el símbolo de delgadez, por ejemplo, muchas veces definen la pertenencia o no a una cultura.

En los estudios de Estévez, Martínez y Jiménez (2009) se establece que cada grupo define sus propias normas, por ejemplo la forma de vestir, gustos y preferencias, que facilitan la diferenciación respecto a otros grupos y se genera formas de rechazo y aceptación.

Debido a esa preocupación por la nutrición, la imagen personal y la apariencia, se están generando nuevas tendencias, que en un principio fueron vistas como moda, ahora

es todo un estilo de vida, donde no solo se piensa en una alimentación sana, sino que también va acompañada del deporte y dedicación.

Según Sánchez (s.f.) en su trabajo sobre las tendencia fitness, establece que debido a esa implantación en la mentalidad colectiva sobre el cuidado personal y la salud, influye notablemente en los hábitos de consumo, donde se opta por comprar alimentos más saludables; aquí empiezan a aparecer nuevas propuestas hechas para tal fin, como los denominados alimentos fitness y por supuesto los alimentos funcionales.

Asimismo, Álvarez y Álvarez (2009) estipulan que *“el gusto de los consumidores está siendo modificado lentamente y orientando hacia un consumo de alimentos que se rija por los principios de una dieta óptima”*. (p.1). Donde los alimentos funcionales surge como respuesta a esta nueva tendencia en los hábitos alimentarios, impulsados por un estilo de vida que se está consolidando en las sociedades.

4.4.Educación para el consumo alimentario

Debido a las preocupantes cifras de mal nutrición y obesidad ofrecidas por Organización Mundial de la Salud y la encuesta Nacional de situación en Colombia (2010), el gobierno colombiano basado en organizaciones nacionales como internacionales, ha ido modificando las normas, para responder a las nuevas tendencias de alimentación e implementado nuevas; que buscan por un lado informar y prevenir al consumidor y por otro vigilar y sancionar a las organizaciones.

Así bien, el derecho al consumo, específicamente en alimentos, está fundamentado en la constitución política de Colombia, donde se reconoce a la alimentación equilibrada y sana como un derecho fundamental; a partir de ello, se establece la ley 1480 de 2011 por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor, donde busca “*proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, [...]*” (Artículo 1º) enfatizado principalmente en protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad, acceso a información adecuada, educación del consumidor, libertad de opinión y protección especial para niños, niñas y adolescentes.

Dicha ley define al consumidor como “*Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.*” (Artículo 5º, literal 3).

Asimismo, en su Artículo 3º estipula que se tiene derecho a recibir productos de calidad, a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso, a recibir información completa, a recibir protección contra la publicidad engañosa, a la reclamación, a ser protegido de las cláusulas abusivas, a elegir libremente los bienes y servicios, a organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, a hacerse

representar, a tener acceso a los medios masivos de comunicación, a recibir educación sobre los derechos de los consumidores y ser tratados por igual.

Por otro lado, el departamento nacional de planeación, en el marco de desarrollo social establece la Seguridad Alimentaria Nacional refiriéndose a “*la disponibilidad suficiente y estable de alimentos, el acceso y el consumo oportuno y permanente de los mismos en cantidad, calidad e inocuidad por parte de todas las personas, bajo condiciones que permitan su adecuada utilización biológica, para llevar una vida saludable y activa*” (CONPES Social 113 de 2008).

Esta política de seguridad Alimentaria y Nutricional, también cuenta con el apoyo de entidades como el Ministerio de Salud y Protección Social, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre otras; donde trabajan en conjunto en pro de la alimentación y nutrición en el país.

La otra cara del consumo responsable es el sector real; a lo largo de la historia se ha visto casos donde se imponen cuantiosas multas a las empresas por dar publicidad errónea sobre los productos que ofrece, grandes multinacionales como Coca-Cola, Red Bull, Splenda, Ferrero y la de la cajita feliz, han protagonizado escándalos a nivel

mundial por ser acusadas de no dar información correcta, lo que ha ocasionado un golpe fuerte en el posicionamiento de su marca.

Colombia, no se queda atrás, la empresa Pepsico Alimentos de Colombia fue multada con más de 340 millones de pesos por sus paquetes de plátano verde Natuchips, se encontró que se estaba entregando al consumidor entre el 2 % y el 9 % menos del producto anunciado y que debería traer (El tiempo, 2015).

Otro caso fue el de caldo Doña Gallina, la firma Quala fue multada 451 millones de pesos, al encontrarse que los cubos de caldo no eran totalmente de gallina criolla, como se prometía en el comercial de televisión, además el afirmar que “*tienen (las gallinas) amplios espacios y todos los días salen al sol*”, constituye un hecho contrario a las políticas de bioseguridad avícolas, pues dichas condiciones, incluso, elevan el riesgo de contraer enfermedades por factores ambientales, exceso de calor, frío o humedad, contacto con otras especies, roedores y otros animales. (El tiempo, 2015).

La publicidad juega un papel fundamental en las decisiones de compra y consumo de alimentos, por tal razón, organizaciones como el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP) y la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP), han implementado normas con el propósito de controlar y sancionar la publicidad en alimentos.

El INVIMA, ha establecido una serie de requisitos sanitarios que debe cumplir la publicidad de alimentos, como garantizar que la información no induzca a engaño, Propender que la información contenida en la publicidad no se contraponga a la promoción de hábitos saludables, no hacer alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre su verdadera naturaleza, indicar claramente el origen de las materias primas básicas utilizadas y no dar a entender que el producto tiene propiedades que sustituye una alimentación equilibrada (Resolución 2674 de 2013), para mitigar y prevenir significativas consecuencias sobre la salud pública.

Asimismo, en la Resolución 5109 de 2005, se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado de los alimentos, como:

- No se deberá describir o presentar el producto alimenticio envasado de una forma falsa, equívoca o engañosa
- No debe describirse ni presentarse con un rótulo o rotulado en los que se empleen palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que hagan alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre su verdadera naturaleza
- El rótulo o etiqueta no deberá estar en contacto directo con el alimento, salvo que se tenga autorización del INVIMA.
- Si declaran ser 100% natural no deberán contener aditivos.

-No deberá presentarse un rótulo o rotulado sugiriendo directa o indirectamente cualquier otro producto, de tal forma que pueda inducir al consumidor a suponer que el alimento que compra se relaciona con otro producto.

Como se menciona en el apartado de alimentación y alimentos Funcionales, no hay un concepto universal para los alimentos funcionales, sino que se presentan una serie de conceptos dadas por diferentes autores a nivel mundial, que tiene características similares entre sí; de igual manera no se encontró una ley, norma o resolución que regule específicamente los A.F; pero, si existen aquellas que tienen una relación directa e indirecta con el tema.

La CONARP, por ejemplo, quien es la máxima entidad autorreguladora de la publicidad en Colombia, en su capítulo sexto sobre publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, establece que los comerciales de alimentos de promoción de hábitos de vida saludables (Artículo 36°), deben tener los siguientes factores:

- Alentar un estilo de vida activo a través de la realización explícita de actividad física.
- Referir a alguna de las características de la alimentación balanceada: completa, suficiente, variada, adecuada o inocua.
- Cuando en la pieza publicitaria se opte por representar una actividad física, se debe hacer referencia explícita de haber realizado actividad física antes o después de la escena representada, asimismo los movimientos corporales básicos son considerados como actividad física.

-Cuando en la pieza publicitaria se opte por una representación de la alimentación balanceada, se pueden incluir referencias a frutas, verduras y/o agua, entre otras.

Por otro lado, en la resolución 3929 de 2013 en la cual se establece el reglamento técnico de los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta , en su capítulo III sobre envase, rotulado y publicidad, indica que además de los requisitos sanitarios y de las normas de etiquetado y publicidad, debe tener en cuenta que debe declarar el contenido de fruta en el producto terminado en la cara principal y los refrescos de fruta y las bebidas con jugo (zumo) no deben ser comercializados y publicitados bajo la denominación de jugo (zumo).

Así como estas leyes, códigos y resoluciones, existen muchas más con el propósito de dar control, atención y prevención a obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles causadas por una incorrecta alimentación, decolándose como un problema de salud pública (ley 1355 de 2009).

Así bien la educación para el consumo busca proporcionar a las personas la información correcta y necesaria que les permita tener una decisión de compra y consumo más crítico y responsable. La Procuraduría federal de la nación de México D.F. (s.f) estipula cuatro premisas básicas que deben guiar el consumo responsable, las cuales son:

- Incrementar el conocimiento de los consumidores sobre sus derechos.
- Dotar de conocimientos sobre la forma en que los consumidores pueden exigir sus derechos y las autoridades a las que pueden acudir para ello.
- Desarrollar habilidades para que actúen proactivamente en el mercado tomando decisiones de consumo informadas.
- Mejorar el entendimiento de los consumidores sobre los productos, bienes y servicios, así como las condiciones de acceso a los mismos.

Es entonces donde el concepto de responsabilidad social empresarial, RSE, tiene gran importancia para las organizaciones, donde según el Libro Verde de la Comisión Europea (CE), la RSC es *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”* (citado por Salas, A.; 2010).

Este tema es de gran importancia, debido a la crisis social y ambiental que se presenta actualmente, es obligación de las organizaciones desarrollar programas en pro del bienestar de todos, generando así una mayor competitividad, mejoramiento de imagen, entre otros atributos que fortalecen su marca y promueven políticas de comercio justo.

Keith Davis (1975) en su escrito titulado *“Five Propositions for Social Responsibility”* plantea cinco propuestas que describen porqué y cómo las empresas

deben ejercer los fundamentos de la responsabilidad social, como, por ejemplo, que las empresas tienen una responsabilidad directa con el problema de calentamiento global, además que las operaciones de su compañía debe ser comunicada en su totalidad a la sociedad y que las empresas deben evaluar los costos sociales y las consecuencias de sus acciones en el corto, mediano y largo plazo antes de empezar o emprender cualquier acción.

Así bien dentro de la RSE se enmarca el consumo socialmente responsable, CSR, donde según Dueñas, S., Perdomo, J. y Villa E., (2014) se muestra como un concepto de transformación continua y se *“Define en función de dimensiones que se relacionan con los problemas medioambientales y sociales, y en particular reflejan las actitudes y comportamientos de las personas cuando reconocen que su consumo tiene diferentes niveles de responsabilidad social”*. (p. 298).

Es entonces donde la educación para el consumo va más allá de un decreto o ley es una tarea de todos desde el estado y las empresas hasta el consumidor para construir una cultura del consumo responsable que mejore la calidad de vida y favorezca a las futuras generaciones.

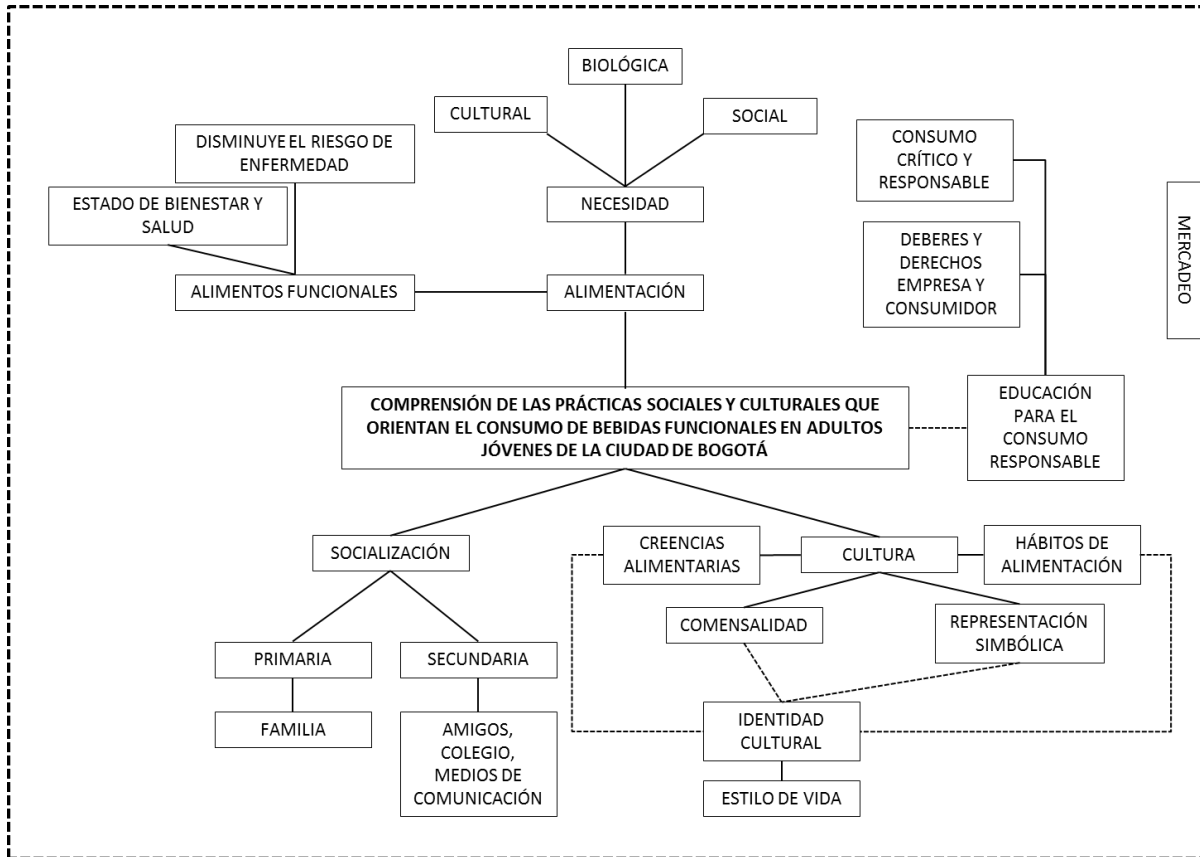


Figura 1. Modelo conceptual asociado a comprensión de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá.

Fuente: Elaboración propia

5. Diseño metodológico

5.1.Método

El tipo de investigación que se desarrolló en este trabajo fue de tipo cualitativa, donde se proporciona conocimientos y comprensión de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá, analizando a profundidad los datos textuales con detalles y experiencias únicas, que ayuden a formular estrategias de marketing exitosas. (Malhotra, 2008)

5.2.Tipo de estudio

El tipo de estudio que se llevó a cabo fue un estudio de tipo descriptivo, orientado a una investigación concluyente, que por lo general son características o funciones del mercado (Malhotra, 2008), en esta media se buscó comprender las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales.

5.3.Diseño

La presente investigación se llevará a cabo de forma transversal, dado que se tomará en un periodo específico de tiempo, y sin repeticiones. Este es un Tipo de investigación puntual, que se realiza en un período de tiempo determinado sobre una muestra concreta. (López y López, 2012), De acuerdo con lo anterior el diseño transversal permitirá establecer las prácticas de consumo saludable en los jóvenes y su relación con las bebidas funcionales.

5.4. Categorías

Para el análisis de la presente monografía se categorizaron variables relacionadas con significados de bebidas funcionales, significados sociales, significados culturales, educación para el consumo alimentario y jóvenes Universitarios. A continuación se hace mención a las categorías orientadoras, su definición y ejes de indagación.

Tabla 1. Categorías orientadoras, definición y ejes de indagación. Fuente de elaboración propia.

CATEGORÍAS ORIENTADORAS	DEFINICIÓN	EJES DE INDAGACIÓN
Significado de bebidas funcionales	<p>La Acción Concertada de la Comisión Europea sobre Ciencias de los Alimentos Funcionales en Europa (FuFoSE, por sus siglas en inglés), SF) citado por Ozen, Pons & Tur (2012), que describe que:</p> <p><i>“Un alimento puede ser considerado funcional está significativamente demostrado que afecta de manera benéfica a una o varias funciones del organismo, aparte de sus efectos nutricionales propios, de tal forma que mejora el estado de bienestar y salud y disminuye el riesgo de enfermedad. Un alimento funcional debe quedar como un alimento y desarrollar sus efectos desde cantidades consumidas en un régimen considerado como normal.”</i> (p.1)</p>	Alimentación funcional, Cultura de la dieta
Significados sociales	Berger y Luckman, (1986), referencian que el individuo asume aquellas manifestaciones del otro y realiza su propia interpretación, la cual no necesariamente debe ser igual a la del otro, de allí se evidencia, que	Socialización primaria: familia Socialización secundaria: escuela, amigos y medios de comunicación

CATEGORÍAS ORIENTADORAS	DEFINICIÓN	EJES DE INDAGACIÓN
	el individuo, a partir de dicha internalización asume determinados roles y actitudes que le permiten identificarse ante una sociedad.	
Significados culturales	Fischler (1995), referencia que “ <i>todo lo que es biológicamente comible no es culturalmente comestible.</i> ”, por tanto la cocina y el mismo acto de comer son prácticas que comparten los individuos y forman parte de una cultura.	Creencias alimentarias, Comensalidad, preferencias de consumo, hábitos de alimentación
Educación para el consumo alimentario	La FAO, FIDA y PMA. (2015), establecen que es necesario un crecimiento inclusivo, donde se ofrezcan oportunidades a las personas con escasos recursos y en condición de malnutrición, mediante el fomento de la asistencia sanitaria y educación para el consumo.	Nutrición, Patrones de consumo

5.5.Mapeo

El mapeo como herramienta de la investigación es de gran importancia, puesto que permite ubicar al investigador en los ejes de investigación, el cual se puede identificar a los participantes, las categorías sobre las que se va a llevar a cabo el desarrollo de la investigación, el lugar y elementos para la recolección de datos. El mapeo de este trabajo está conformado por el planteamiento del problema, cada una de las categorías de investigación, la segmentación y el elemento a utilizar para recolectar los datos.

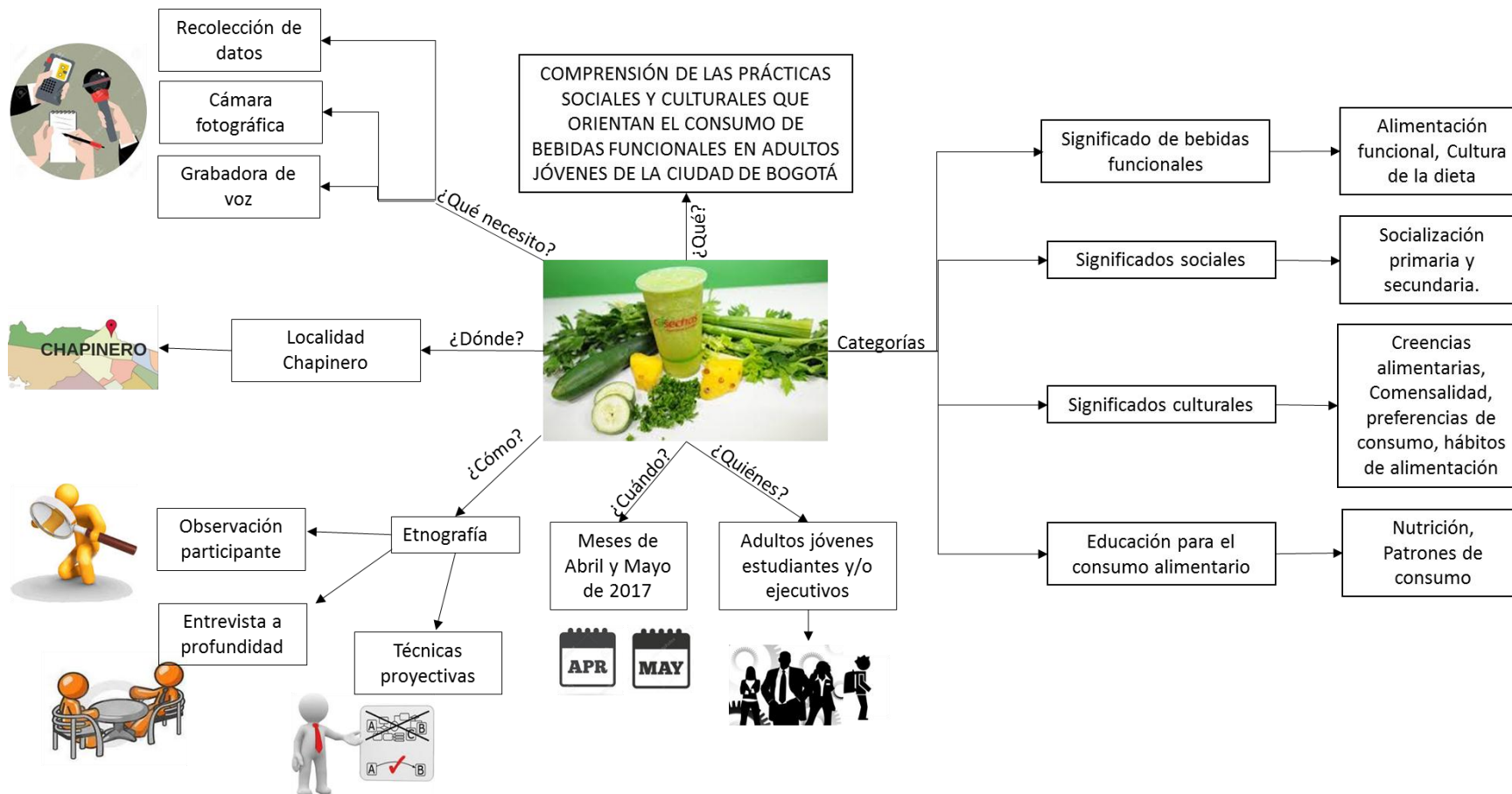


Figura 2. Mapeo, comprensión de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá.

Fuente: Elaboración propia.

5.6.Técnicas e Instrumentos

Las técnicas usadas para investigación son la observación participante, la cual permite contemplar sistemáticamente y detenidamente cómo se desarrolla la vida social; sin manipularla o modificarla, observando comportamientos, creencias y situaciones que son plasmados en una nota de campo y la otra técnica usada es la entrevista a profundidad con técnicas proyectivas, donde hubo un diálogo entre dos personas, mucho más profundo, para obtener información clave para la investigación como hábitos, creencias, gustos, preferencias, aversiones, estilos de vida, experiencias y conocimientos; para la recolección de la información fue a través de grabaciones de voz.

5.7.Muestreo

Adultos jóvenes estudiantes universitarios y/o ejecutivos entre los 20 a 30 años de edad, proveniente de diferentes regiones de Colombia y que residan la ciudad de Bogotá. Se llevará a cabo un muestreo por conveniencia, puesto que, los individuos empleados se seleccionan porque están disponibles.

5.8.Análisis de datos

El análisis de datos se realizó por medio del Software ATLAS ti versión 7.1, a partir de la codificación abierta, axial y selectiva; donde se creen códigos de acuerdo a la información obtenida, seguidamente se crean familias formadas de los códigos obtenidos y por último se crea redes semánticas, que permite tener un análisis más claro y profundo sobre las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales.

5.9.Consideraciones éticas

Para salvaguardar la ética de la presente investigación, ésta se sustenta en la resolución 008430 de 1993 del Ministerio de Salud en el artículo 5, Título II- Capítulo 1 considera que: *“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.”*(p.2), asimismo en el artículo 8, del mismo título considera que *“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”* (p.2). Las anteriores consideraciones éticas se tienen en cuenta para este estudio por el trabajo realizado con adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. De acuerdo con lo anterior, se elaboró un documento de información y un consentimiento firmado. (Ver Apéndice A y B).

6. Análisis de resultados

De acuerdo a la triangulación teórica planteada desde el marco de la antropología alimentaria, la cultura y sociología del consumo, los datos que se presentan a continuación son el resultado del estudio realizado sobre la comprensión de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. Para empezar se presentan las redes semánticas, producto del análisis de datos textuales, orientadas a hábitos de alimentación, comensalidad, creencias alimentarias, socialización primaria y secundaria, cultura de la dieta, alimentación funcional, nutrición y patrones de consumo; para luego hacer un análisis referente al objeto de estudio.

6.1. Significado de las bebidas funcionales

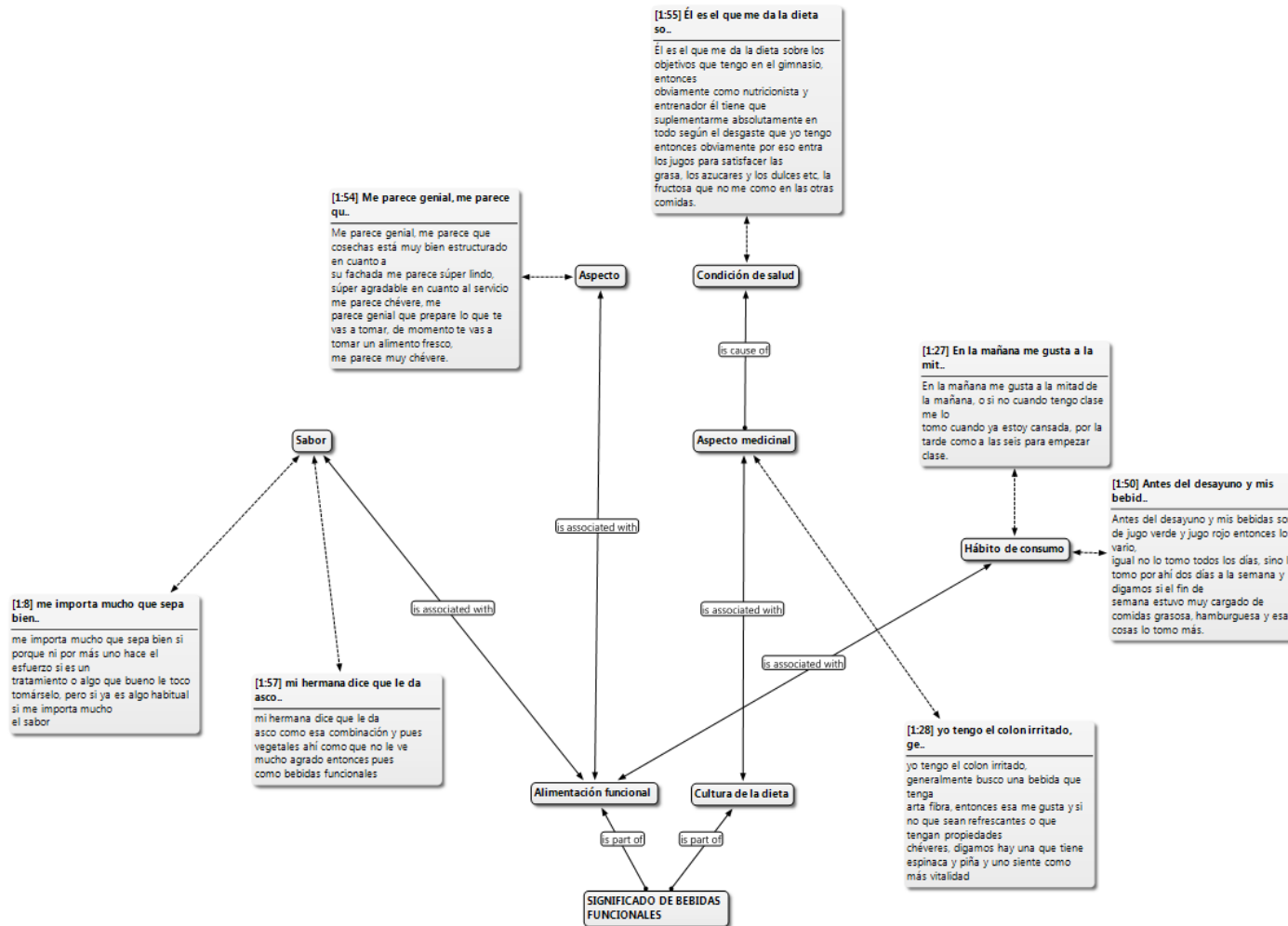


Figura 3. Significado de bebidas funcionales. Comprensión de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. Fuente: codificación de datos mediante Atlas Ti. 7.1.

A partir de la entrevista a profundidad realizada se concluyó que las bebidas funcionales van muy arraigadas a todo lo que tiene que ver con el aspecto medicinal por causa a la preocupación mundial de acuerdo con la condición de la salud en la que se encuentran los individuos

“Él es el que me da la dieta sobre los objetivos que tengo en el gimnasio entonces obviamente como nutricionista y entrenador él tiene que suplementarme absolutamente en todo según el desgaste que yo tengo entonces obviamente por eso entran los jugos para satisfacer las grasas, los azúcares y los dulces etc. La fructosa que no me como en las otras comidas” [CI:1:55].

Este significado también es construido de acuerdo a la rutina y hábitos de consumo que tiene cada persona por lo tanto se ve reflejada la tendencia a complementar el alimento normal con cosas más saludables y menos dañinas.

“En la mañana me gusta a la mitad de la mañana, o si no cuando tengo clase me lo tomo cuando ya estoy cansada, por la tarde como a las seis para empezar clase.”[CI:1:27]

Otro participante argumenta que:

“Antes del desayuno y mis bebidas son de jugo verde y jugo rojo entonces lo vario, igual no lo tomo todos los días, sino lo tomo por ahí dos días a la semana y digamos si el fin de semana estuvo muy cargado de comidas grasosa, hamburguesa y esas cosas lo tomo más.” [CI:1:50]

Por otra parte se resalta como por medio de las características de estas bebidas se refleja un significado a partir del sabor y el aspecto que llegan hacer razones de importancia para los individuos a la hora de elegir su bebida funcional.

“Me parece genial, me parece que cosechas está muy bien estructurado en cuanto a su fachada me parece súper lindo, súper agradable en cuanto al servicio me parece chévere, me parece genial que prepare lo que te vas a tomar, de momento te vas a tomar un alimento fresco, me parece muy chévere.” [CI:1:54]

Otro participante argumenta que:

“Me importa mucho que sepa bien si porque ni por más uno hace el esfuerzo si es un tratamiento o algo que bueno le toco tomárselo, pero si ya es algo habitual si me importa mucho el sabor.” [CI:1:8]

Así bien, la percepción del sabor, es de gran importancia, puesto que, puede dar una impresión totalmente diferente a lo que quiere reflejar estas bebidas

“Mi hermana dice que le da asco como esa combinación y pues vegetales ahí como que no le ve mucho agrado entonces pues como bebidas funcionales.” [CI:1:57]

6.2. Significados culturales

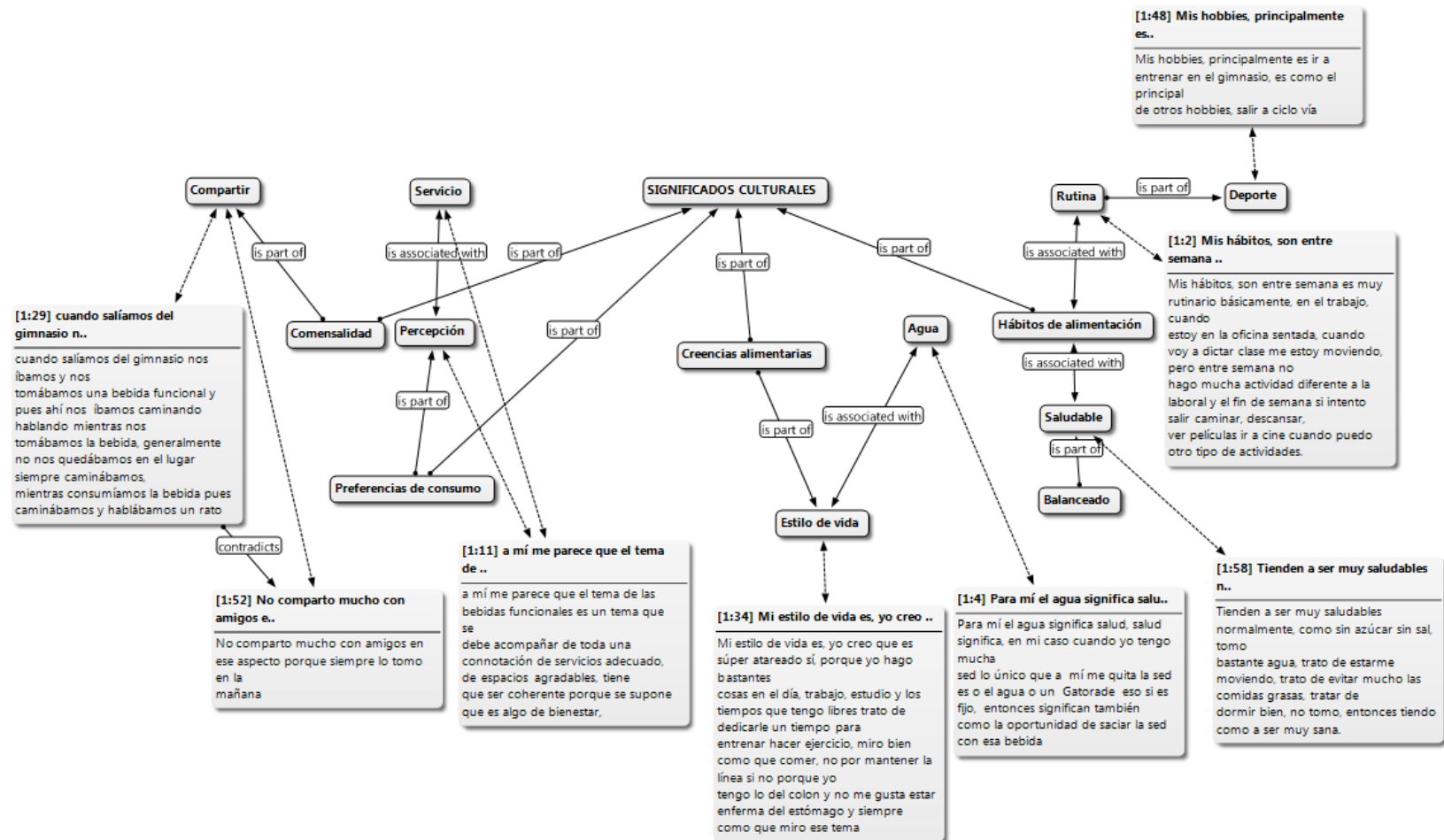


Figura 4. Significados culturales. Comprensión de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. Fuente: codificación de datos mediante Atlas Ti. 7.1.

El significado de la cultura se forma de acuerdo a los hábitos de alimentación, las creencias alimentarias, la percepción y las preferencias de consumo. Los hábitos alimenticios se asocian con la rutina del individuo, también se pueden asociar con lo saludable que puede llegar hacer la persona, donde las características de estas dos condiciones de la cultura van asociados al deporte y a lo balanceado que puede llegar hacer el alimento.

“[...] es ir a entrenar en el gimnasio es como el principal de otros hobbies [...]”
[CI:1:48]

Se entiende que las principales personas que consumen este tipo de bebidas son porque dentro de sus actividades (hobbies) está el deporte o la actividad física. Por otra parte se encuentra las preferencias de consumo que son parte de la percepción que es asociado con el servicio.

“[...] Las bebidas funcionales es un tema que se debe acompañar de toda una connotación de servicios adecuado, de espacios agradables [...]” *[CI:1:34]*.

De lo anterior es claro que para el consumidor este espacio debe representar lo que culturalmente es una bebida funcional ya que debe ser un lugar que no solo sea agradable sino que también genere buen servicio y deseo de permanencia.

La comensalidad también es un factor importante dentro de los significados culturales ya que es parte del compartir, el compartir se convierte en un técnica dentro de la compra

y consumo de la bebida ya que consumirla mientras se comparte y habla con otra persona es más placentero que hacerlo solo.

“Cuando salíamos del gimnasio nos íbamos y nos tomábamos una bebida funcional y pues ahí nos íbamos caminando hablando mientras nos tomábamos la bebida, generalmente no nos quedábamos en el lugar siempre caminábamos, mientras consumíamos la bebida pues caminábamos y hablábamos un rato.”
[CI:1:29]

Los significados sociales se desarrollan por medio de dos partes la primera la socialización primaria que va ligada a la familia que se asocia también con el colegio, es decir los significados acerca de las bebidas funcionales se generan por medio de la educación presentada en estos dos lugares que generan influencia sobre el individuo.

“Mi mamá quito las gaseosas y nos empezó a dar jugos, entonces durante una época solo tomaba jugos” [1:22].

Es decir que desde la infancia los individuos están propensos a cambiar de hábitos de acuerdo con lo significados que genere la otra persona acerca de algún alimento. Asimismo la familia, influye en las decisiones de consumo, como se observa en las respuestas de los participantes:

“En esta etapa de mi vida, ya, tengo una hija en la que estoy formando con hábito, que derivan del buen ejemplo, que tienen que derivarse del buen ejemplo; hábitos saludables, hábitos que traigan un beneficio para mi vida, de organización, hábitos de bienestar y hábitos espirituales también.” [CI:1:39]

“Mi mamá, ella tiene cáncer entonces obviamente cuando le hacen quimioterapia y esas cosas se le bajan los glóbulos rojos en fin, digamos el jugo rojo le ayuda demasiado en eso también mi mamá toma jugo verde, jugo rojo conmigo si me queda un poquito ella se lo toma o preparamos para las dos.” [CI:1:51]

La segunda parte son la socialización secundaria que parte de todos los medios de comunicación que existen el mercado ya que por medio de las redes sociales las marcas conectan su producto con el consumidor de tal forma que su comunicación genere un cambio y un significado en la vida de cada usuario.

“Las redes sociales, para mi ahorita el papel de las redes sociales en el medio en el que yo me muevo es todo, ahorita las redes sociales son el centro de atención por lo menos para el estándar que yo manejo entonces justamente por eso me entere de esas bebidas.” [CI:1:53]

La marcas con mayor reconocimiento actualmente, con el desarrollo de bebidas funcionales, son cosechas, alpina y Benafit, existen otras marcas que no tienen comunicación específica acerca de otros productos pero que el consumidor también las asocia como lo son Juice Bar, Juan Valdez.

“Lo vi en redes sociales que alguien recomendaba las bebidas[...].” [1:30]

“Juice Bar, que es un Bar de Frutas, que pusieron por la zona del centro internacional y hay varias marcas pequeñas.” [CI:1:47]

De lo anterior se refiere a la influencia que tienen las redes sociales para la toma de decisiones frente al consumo de los productos de una marca en este caso cosechas que ha tenido un gran auge gracias a los beneficios de sus bebidas funcionales y también a la importancia que le da al consumidor a este tema hoy en día.

6.4. Educación para el consumo

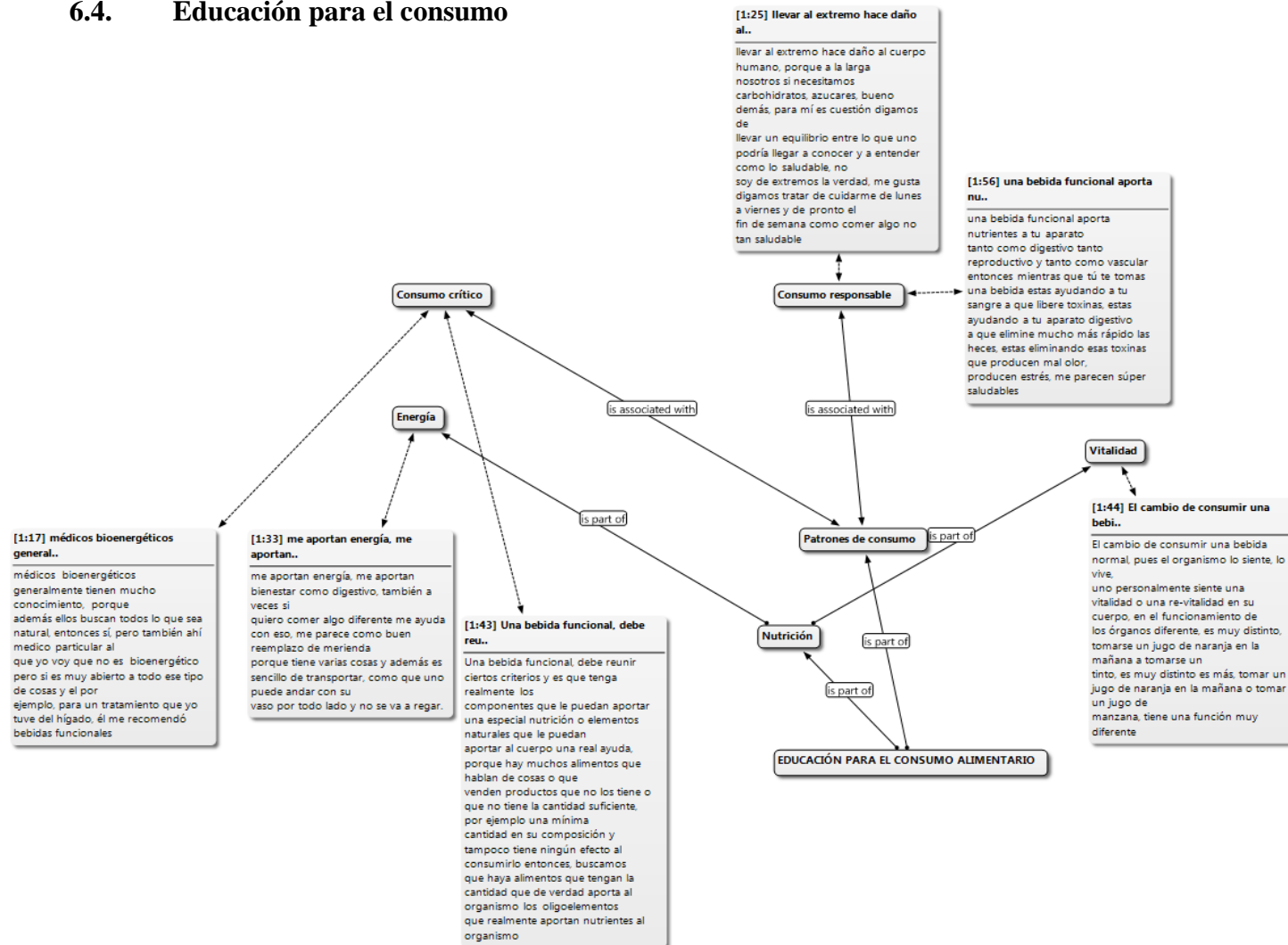


Figura 6. Educación para el consumo. Comprensión de las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. Fuente: codificación de datos mediante Atlas Ti. 7.1.

Los pilares más importantes de esta red semántica se basan en patrones de consumo y nutrición, donde en patrones de consumo, se aprecia el consumo responsable y consumo crítico.

...”mientras que tú te tomas una bebida está ayudando a tu sangre a que libere toxinas, estas ayudando a tu aparato digestivo a que elimine mucho más rápido las heces, esas eliminando es as toxinas que producen mal olor, producen estrés, me parece súper saludable”. [1:56].

“Una bebida funcional, debe reunir ciertos criterios y es que tenga realmente los componentes que le puedan aportar una especial nutrición o elementos naturales que le puedan aportar al cuerpo una real ayuda, porque hay muchos alimentos que hablan de cosas o que venden productos que no los tiene o que no tiene la cantidad suficiente, por ejemplo una mínima cantidad en su composición y tampoco tiene ningún efecto al consumirlo entonces, buscamos que haya alimentos que tengan la cantidad que de verdad aporta al organismo los oligoelementos que realmente aportan nutrientes al organismo.” [CI:1:43]

De acuerdo con lo anterior el consumidor genera una educación previa después de consumir por primera vez la bebida ya que a partir de los beneficios que genere este producto el consumidor tomara la decisión de seguir tomándola o dejarla, la mayoría de personas al descubrir y educarse del tema, demuestran de alguna manera más interés por el tema saludable y por lo productos que existen acerca de este tema.

Asimismo, se destaca que el producto consumido genere nutrición, energía y vitalidad, en algunos casos las personas pueden llegar a volverse dependientes de este tipo de bebidas donde lo único que buscan son las tres características anteriormente mencionadas.

“Me aportan energía me aportan bienestar como digestivo, también a veces si quiero comer algo diferente me ayuda con es, me parece un buen reemplazo de merienda”... [1:33].

Otro participante argumenta que:

“El cambio de consumir una bebida normal, pues el organismo lo siente, lo vive, uno personalmente siente una vitalidad o una re-vitalidad en su cuerpo, en el funcionamiento de los órganos diferente, es muy distinto, tomarse un jugo de naranja en la mañana a tomarse un tinto, es muy distinto es más, tomar un jugo de naranja en la mañana o tomar un jugo de manzana, tiene una función muy diferente.” [CI:1:44]

Así bien, los participantes prefieren estas bebidas por su valor nutricional e intentan tener un mejor conocimiento sobre su uso.

7. Discusión

De acuerdo con la investigación se desarrolló una triangulación metodológica con base a la cultura, lo social y la educación frente a las bebidas funcionales en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. A partir de esto se construyen redes semánticas para reflejar la relación que existe entre las anteriores variables, el consumo responsable, la influencia de medios de comunicación, las creencias alimentarias y los hábitos de consumo.

Para abordar el desarrollo de la discusión se deben tener en cuenta la definición de alimento por medio de FAO (Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), (sf) se entiende por alimento *“toda sustancia, elaborada, semielaborada o bruta, que se destina al consumo humano, incluyendo las bebidas, el chicle y cualesquiera otras sustancias que se utilicen en la fabricación, preparación o tratamiento de los alimentos, pero no incluye los cosméticos ni el tabaco ni las sustancias utilizadas solamente como medicamentos.”*. Sin embargo la alimentación de ahora ha cambiado su significado, tendencia o hábito, ya que depende del grupo social, cultural o el grado de educación que tenga cada individuo en el mundo.

De acuerdo con lo anterior los procesos sociales se desarrollan de la influencia que ejerce la familia en conductas relacionadas con la alimentación, cuyos hábitos son una construcción de lo social y cultural acordada implícitamente por sus integrantes. Macías, Gordillo & Camacho (2012).

Los adultos jóvenes generan sus propias conclusiones de acuerdo a lo que experimentan por medio de los sentidos, por tal razón, la publicidad genera un impacto tanto negativo como positivo en algunas individuos en el mundo con franquicias (Cosechas, Benefit) que generan influencia por medio de post publicitarios desarrollando así, cambios en los hábitos alimenticios de los individuos, de igual forma los grupos sociales que rodean al individuo por medio de sus creencias pueden lograr los mismo cambios donde Berger y Luckman (1986) afirman que los hábitos alimenticios, se ven transformados a través del tiempo, por medio de una socialización secundaria y grupos de referencia, donde factores como el colegio, los amigos y la publicidad, empiezan a tener gran influencia sobre el adolescente.

Sin embargo de acuerdo con un estudio realizado por Contreras et al. (2013), a 200 estudiantes universitarios se observó que la mayoría de estos ingesta alimentos rápidos y no los que ofrece la cafetería que están catalogados como completos y balanceados esto se genera por que los estudiantes no recibieron una educación por parte de entidades de gran influencia así como tampoco la recibieron sus familias y por esta razón es que la tradición acompañada de malas prácticas aún existe. Además la preocupación mundial es sobre la falta de alimentos saludables y al mismo tiempo la práctica de estos, son las muertes y el incremento en jóvenes de enfermedades tales como la obesidad que conlleva problemas cardíacos o la muerte.

De acuerdo con lo anterior en Colombia se desarrolla la ley 1480 de 2011 para así educar al consumidor que este enterado de lo que tiene derecho y de lo que está protegido frente al consumo, donde se encuentra el artículo 3 que estipula que se tiene derecho a recibir productos de calidad, a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso, a recibir información completa, a recibir protección contra la publicidad engañosa, a la reclamación, a ser protegido de las cláusulas abusivas, a elegir libremente los bienes y servicios, a organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, a hacerse representar, a tener acceso a los medios masivos de comunicación, a recibir educación sobre los derechos de los consumidores y ser tratados por igual.

Ahora bien, para desarrollar que lo jóvenes se alimenten saludablemente y que las bebidas funcionales cumplan con su debida intención en todo los jóvenes, el modo más adecuado de compartir este tipo de consumo es por medio de la educación pero no solo a los jóvenes también a los niños, padres y profesores así como Bauman (2003) afirma que los atributos de la sociedad capitalista que han permanecido en el tiempo y cuáles son las características que han cambiado; donde, la identidad en esta sociedad de consumo se recicla, es decir, estamos sumidos en estados transitorios y volátiles regidos por las tendencias del mercado y ciertas prácticas sociales. De esta forma el estado debería brindar capacitaciones y charlas a universidades, colegios o grupos sociales donde brinden información acerca de esos alimentos para así evitar consecuencia e índices de mortalidad más grandes y evitar la creación o dependencia a tendencias del mercado.

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, citado por El Correo (1987) *“el hombre se alimenta como lo hace la sociedad a la que pertenece. Su cultura define la gama de lo que es comestible y las prohibiciones alimentarias que eventualmente lo discriminan respecto de otros grupos humanos.”* (p. 4). Por tal razón la cultura a la que pertenece el individuo puede generar preferencias frente a los diferentes alimentos, también se genera un tipo de rutina frente a algunas comidas es decir los jóvenes por rutina o por costumbre adquirida desde un tiempo predeterminado puede tener gustos frente a la hora que se encuentren en el día, así como el deseo de dormir a una hora estipulada según las horas ya acostumbradas; el individuo crea sus propios hábitos y rutinas frente a las diferente comidas al día. De acuerdo con Fischler (1995) fundamenta que la estructura alimentaria es tan innata, tan propia, común y cotidiana, que el ser humano no se da cuenta, porque come lo que come, asume de manera natural y normal tomar café caliente y no frío, por ejemplo. Así es posible que un joven sienta la necesidad cultural por el espacio en el que se encuentra de tomar bebidas funcionales en horas de la mañana, tarde o noche, puede llegar hacer movimientos involuntarios.

El consumo de bebidas funcionales esta derivado, entonces de las preferencias de consumo, de las creencias alimentarias, del estilo de vida y hábitos alimenticios, todo lo anterior con base a los significados culturales. Es entonces donde las creencias alimentarias como parte del estilo de vida crean una asociación a partir de lo que el individuo identifica como parte de su vida saludable, por parte de las creencias

alimentarias nacen de la experiencia que las personas sienten directamente hacia algún alimento en particular por ejemplo, el agua para las personas que le dan mayor importancia a su salud, es aquella y única que tiene el poder de parar la sed pero que al mismo tiempo genera salud es así como a partir de las creencias las personas desarrollan para su cuerpo el poder de algunos alimentos. De esta forma también se desarrolla la definición de lo que es saludable donde las personas entrevistadas lo toman como el alimento que contiene poca cantidad de sal o de azúcar pero que también está fuera de grasas y que gracias a estas condiciones genera beneficios saludables para el cuerpo.

En cuanto a la postura que tiene Rapaille (2007) afirma que los códigos hacen que las personas tengan diferentes patrones de comportamiento ante situaciones similares, puesto que, está condicionado por las experiencias y las emociones y que van definiendo el comportamiento a futuro; de esta forma adquiriendo hábitos que se desarrollan a medida que pasa el tiempo es decir lo que se creía en el pasado sobre un alimento que sigue teniendo importancia a la hora de tomar decisiones de compra en el presente y que asegura el mismo hábito en el futuro.

Además de los significados culturales se puede definir como parte de este la percepción de acuerdo con las preferencias y con el servicio brindado de acuerdo a la marca o necesidad que se obtiene frente a las bebidas funcionales, a partir de esto las personas creen que la percepción se crea de acuerdo con la experiencia de compartir una bebida en un espacio agradable que genere una buena respuesta generando que el

consumidor quiera volver al lugar donde adquirió el producto. A partir de esto se genera el significado obtenido frente al producto de acuerdo a la satisfacción de cada individuo, en las redes semánticas obtenidas se puede diferenciar que, las bebidas saludables tienen dos tipos de origen, el primero se refiere a la cultura de la dieta donde se refiere al aspecto medicinal y a la condición de la salud que consiste en según los hábitos de la persona, en este caso se refiere al suplemento que brindan los profesionales en nutrición de acuerdo con la actividad física que realice el consumidor.

El segundo tipo es de acuerdo al sabor y al aspecto se puede decir que este factor se relaciona con el aprendizaje de la persona ya que según el sabor puede convertirse o no en un hábito de consumo. Las personas entrevistadas generan una gran influencia e importancia en este aspecto ya que tomar una bebida funcional por obligación a su sabor no generar la misma satisfacción. A partir de esto Sánchez (s.f.). Afirma en su trabajo sobre la tendencia fitness, establece que debido a esa implantación en la mentalidad colectiva sobre el cuidado personal y la salud, influye notablemente en los hábitos de consumo, donde se opta por comprar alimentos más saludables y que tengan un buen aspecto y buen sabor.

Teniendo en cuenta las relaciones entre los alimentos saludables, las prácticas sociales y las prácticas culturales de los jóvenes de la ciudad de Bogotá, además de la influencia como lo es el voz a voz o los post publicitarios y la tradición refiriéndose al ámbito de rutinas y hábitos relacionados con el tiempo, también a las tendencias

nacionales, al incremento de las tasa de mortalidad, a la preocupación nacional y mundial por la obesidad o enfermedades basadas en la mala alimentación de los jóvenes, se determina que la falta educación acerca de este tema todavía es una responsabilidad para las personas, de acuerdo con todo lo anterior se necesita estrategias de marketing con definición social dirigidas por el estado y organizaciones que deseen acabar con los riesgos de la mala alimentación, las campañas con enfoque hacia las creencias de cada grupo social y con respeto a cada cultura podrán generar un impacto social que cambie la alimentación en el presente y el futuro.

8. Conclusiones

En las prácticas sociales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes, se identifica como agente primario la familia, en especial la figura de la mamá, puesto que, ella es quien suministra el alimento al individuo en la infancia; además se observa más que un proceso cognitivo, es emocional y de vivencias adquiridas en el colegio. En cuanto agente secundario, las redes sociales son una fuente de gran impacto para que los individuos conozcan y consuman las bebidas funcionales, así bien, marcas como Cosechas y Benefit son más apreciadas gracias a su trabajo en estos medios de comunicación.

En cuanto a las prácticas culturales que orientan el consumo de bebidas funcionales en adultos jóvenes, se observa que los individuos que prefieren estas bebidas, tienen hábitos de consumo saludable y balanceado con muchas tareas diarias; también se identifica en algunos individuos un gran aprecio por consumir agua en su dieta diaria y por el deporte. Por otro lado los actos de comensalidad giran alrededor de compartir con individuos que también consumen estas bebidas y que llevan un estilo de vida similar, sin embargo, también se observa, un consumo individualizado, debido a los horarios que se consumen (mañana antes de desayuno, por ejemplo). Por último, las creencias alimentarias para las bebidas funcionales, no solo va acompañado de su valor nutricional, sino también, al aspecto físico de la bebida y los aspectos ambientales que giren alrededor de ella.

Se observó que los participantes, tienen algo de conocimiento sobre estas bebidas, lo que supone un consumo más crítico y responsable frente a ellas; así bien, las estrategias de mercadeo girarían en torno a un consumo en donde la mega principal sea sus beneficios nutricionales.

Por otro lado de acuerdo a las investigaciones hechas, si bien las bebidas funcionales son un aporte grande a la educación para el consumo responsable, no hay un consenso universal sobre su verdadero significado y uso; entonces, uno de sus principales enfoques estratégicos debe ser el posicionamiento de la categoría como tal.

Por último, si bien los beneficios para la salud de estas bebidas, debe ser fundamental; se observó que, una de las principales razones de rechazo de estas bebidas son la repulsión al saber la composición de sus ingredientes, entonces, en las comunicaciones se propone mostrar un estilo enfocado a la diversión, amigable, que genere emociones positivas.

9. Referencias

- Aguilera, Barberá, Díaz, Duarte, Gálvez, Gil, Gómez, González, Granada, Guarner, Ascensión, Martínez, Nova, Begoña, Pere, Ramos, Romero, Tobal, Vidal, Warnberg y Zarzuelo (s.f.). *Alimentos Funcionales. Aproximación a una nueva alimentación*. Recuperado en Mayo 17 de 2017, de <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1196188347088&ssbinary=true>
- Aguirre (2004). *Ricos flacos y gordos pobres. La alimentación en crisis*. Claves para Todos. Colección dirigida por José Nun. Editorial Capital Intelectual. Buenos Aires. Argentina. Recuperado en Mayo 17 de 2017, de <https://sociologia1unpsjb.files.wordpress.com/2008/03/aguirre-ricos-flacos-y-gordos-pobres.pdf>
- Álvarez y Álvarez (2009). *Estilos de vida y alimentación*. Gazeta de Antropología. España. Recuperado en Mayo 17 de 2017, de http://www.ugr.es/~pwlac/G25_27Luis_Alvarez-Amaia_Alvarez.html
- Araya y Lutz (2003). *Alimentos funcionales y saludables*. Revista chilena de nutrición, 30(1), 8-14. Recuperado en Mayo 17 de 2017, de <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182003000100001>
- Arroyo (2008). *La alimentación en la evolución del hombre: su relación con el riesgo de enfermedades crónico degenerativas*. Boletín médico del Hospital Infantil de México, 65(6), 431-440. Recuperado en Mayo 17 de 2017, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-11462008000600004&lng=es&tlng=es.
- Barrial y Barrial (2012). *La educación alimentaria y nutricional desde una dimensión sociocultural como contribución a la seguridad alimentaria y nutricional*. Universidad de Pinar del Río Hermanos Saíz. Recuperado en Agosto 17 de 2016, de http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/red-icean/docs/Colombia;Iceanenla%20familia;EAN%20sociocultural%20para%20SAN;2012.pdf
- Bauman (2003) *Modernidad líquida*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México DF.
- Belalcázar y Tobar. (2013). *Determinantes sociales de la alimentación en familias de estratos 4, 5 y 6 de la localidad de Chapinero de Bogotá D.C.* Bogotá. Revista Scielo. Recuperado en Agosto 17 de 2016, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v31n1/v31n1a05.pdf>

- Berger y Luckman (1986). *La construcción social de la realidad (Cap. III)*. Buenos Aires: Amorrortu. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de http://wdb.ugr.es/~granados/wp-content/uploads/Texto_6_BergerLuckmann_1986_CapIII1.pdf
- Calero (2014). *La comida y la comensalidad como escenarios comunicativos*. Revista diálogos de la comunicación. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2014/08/89_Revista_Dialogos_LA_COMIDA_Y_LA_COMENSALIDAD_COMO_ESCENARIOS_COMUNICATIVOS.pdf
- Calvo, Royo, Gómez & López (2011). *Nutrición, salud y alimentos funcionales*. España: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de <http://www.ebrary.com>
- Consejo Nacional de Política Económica Social República de Colombia Departamento Nacional de Planeación. (2007). *Documento Conpes 113 Social. Política nacional de seguridad alimentaria y nutricional (PSAN)*. Ministerio De La Protección Social Ministerio De Agricultura Y Desarrollo Rural Ministerio De Educación Nacional Instituto Colombiano De Bienestar Familiar Instituto Colombiano De Desarrollo Rural DNP: DDS – DDRS. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de <http://www.orasconhu.org/sites/default/files/files/Conpes%20113%202008%20PSAN.pdf>
- Contreras, Camacho, Ibarra, López, Escoto, Pereira y Munguía (2013). *Los hábitos alimentarios de estudiantes universitarios*. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado en Julio 12 de 2017, de <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num11/art48/#>
- Crece el consumo de bebidas funcionales entre los colombianos*. (2014). Revista Cromos. Recuperado en Julio 12 de 2017, de <http://cromos.elespectador.com/gastronomia/crece-el-consumo-de-bebidas-funcionales-entre-los-colombianos-20124>
- Culebras, García y González (2004). *Alimentos funcionales*. Nutrición Hospitalaria, 19(1), 1. Recuperado en Julio 12 de 2017, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112004000100001&lng=es&tlng=es
- Definiciones para los fines del codex alimentarius*. (s.f) Depósitos de documentos de la FAO. Recuperado en Febrero 22 de 2017, de <http://www.fao.org/docrep/w5975s/w5975s08.htm>

- Dueñas, Perdomo y Villa (2014). *El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura*. Recuperado en mayo 22 de 2017, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000928>
- FAO/OMS *presentan informe sobre dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas* (2003). Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Recuperado en Febrero 04 de 2017, de <http://www.fao.org/spanish/newsroom/news/2003/16851-es.html>
- El 'detalle' con el que Quala ofendió a los avicultores*. (2015). Periódico El tiempo. Recuperado en mayo 22 de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16425986>
- El hombre y lo que come. Alimentación y cultura*. (1987). El correo. Recuperado en Febrero 20, 2017, de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/325307.pdf>
- Estévez, Martínez y Jiménez (2009). *Las relaciones sociales en la escuela: El problema del rechazo escolar*. Recuperado en 22 de agosto de 2017 de <https://www.uv.es/lisis/belen/psicolog-educt.pdf>
- Fernández, Aguilar, Mateos & Martínez (2009). Calidad de la dieta de una población de jóvenes de Guadalajara. *Nutrición Hospitalaria*, 24(2), 200-206. Recuperado en 19 de mayo de 2017, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112009002200115&lng=es&tlng=es.
- Fischler, C (1995). *El (H)omnívoro: El gusto, la cocina y el cuerpo*. Editorial Anagrama S.A. ISBN,84-339- 1398-0 Depósito Legal: B.31836-1995
- Fuentes, Acevedo y Gelvez (2015). *Alimentos funcionales: impacto y retos para el desarrollo y bienestar de la sociedad colombiana*. (Spanish). *Biotechnología En El Sector Agropecuario Y Agroindustrial*, 13(2), 140-149. doi: 10.18684/BSAA(13)140-149. Recuperado en Julio 12 de 2017, de <http://revistabiotechnologia.unicauca.edu.co/revista/index.php/biotechnologia/article/view/413>
- Garzón & Barreto (2013). *Prácticas alimentarias y significados de alimentos light de familias de un sector urbano de Bogotá*. *Suma Psicológica*, 20(1), 89-99. Recuperado en Febrero 20, 2017, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-43812013000100008&lng=en&tlng=es.
- Garzón, Forero, Chicuzaque, Geney, Rojas, Torres, Delgadillo y Muñoz (2016). *Significados sociales y culturales que median en la experiencia multisensorial del*

sabor con respecto al consumo de marcas de alimentos en la categoría ponqués. Proyecto de investigación: Capítulo 3, FODEIN, código interno: 1614512-013. Facultad de Mercadeo y negocios internacionales, grupo consumo y mercados, semillero Neuroconsumer de la Universidad Santo Tomás, Bogotá.

Greppi (2012). *Hábitos alimentarios en escolares adolescentes.* Recuperado en Febrero 20, 2017 de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC111865.pdf>

Guerrero, Campos y Luengo. (2005). *factores que intervienen en la modificación de hábitos alimentarios no adecuados en la provincia de Palena.* Recuperado en mayo 22 de 2017, de http://medicina.uach.cl/saludpublica/diplomado/contenido/trabajos/1/Osorno%202005/Factores_que_intervienen_en_los_habitos_alimentarios.pdf

Izquierdo, Armenteros, Lancés y Martín (2004). *Alimentación saludable.* Revista Cubana de Enfermería, 20(1), 1. Recuperado en agosto 22 de 2017, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192004000100012&lng=es&tlng=es.

Ley 1480 De 2011 (2011). Congreso de Colombia. Recuperado en Mayo 21 de 2017, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=44306>

Lluvia de hamburguesas (2015). Revista Dinero. Recuperado en mayo 05 de 2017, de <http://www.dinero.com/edicion-impres/a/caratula/articulo/negocio-comidas-colombia/207247>

Macías, Gordillo y Camacho (2012). *Hábitos alimentarios de niños en edad escolar y el papel de la educación para la salud.* Revista chilena de nutrición, 39(3), 40-43. Recuperado en mayo 05 de 2017, de <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182012000300006>

Malhotra, Naresh (2008). *Investigación de mercados.* Quinta edición. Pearson Educación, México.

Martinez (2003). *Los McDonald's: homogeneización y sociabilidad. Un estudio antropológico.* Gazeta de Antropología. Recuperado en mayo 22 de 2017, de http://www.ugr.es/~pwlac/G19_04JavierEloy_Martinez_Guirao.html

Mas, Rodríguez, Montoya, Morales, Lopes, Añaños, Peres, Martínez y Grau (2015). *Valores percibidos en la publicidad de alimentos por jóvenes con y sin trastornos de la conducta alimentaria.* Salud colectiva, 11(3), 423-444. Recuperado en mayo 22 de 2017, de <https://dx.doi.org/http://dx.doi.org/10.18294/sc.2015.729>

- Milano y Ramírez (2005). *Educación para el consumo sustentable de alimentos: el gobierno del consumidor*. Revista Ambiente y Desarrollo 21(2): 52-57, Santiago de Chile. Recuperado en mayo 22 de 2017, de <http://www.exa.unicen.edu.ar/ecosistemas/grupos/recursos/documents/EducacionParaElConsumoSustentable.pdf>
- Millone, Olagnero y Santana (2011). *Alimentos funcionales: análisis de la recomendación en la práctica diaria*. *Diaeta*, 29(134), 7-15. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73372011000100002&lng=es&tlng=es.
- Molano (s.f). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Revista opera No. 7. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/download/1187/1126>
- Moliní. (2007). *Repercusiones de la comida rápida en la sociedad*. M.D. Moliní. *Trastornos de la Conducta Alimentaria* 6 (2007) 635-659. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de http://www.tcasevilla.com/archivos/repercusiones_de_la_comida_rapida_en_la_sociedad.pdf
- Ottman (2013). *El nuevo paradigma del marketing verde. En Las nuevas reglas del marketing verde: Estrategias, herramientas e inspiración para marcas autosostenibles*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma
- Ozen, Pons & Tur (2012). *Consumo mundial de alimentos funcionales: una visión sistemática*. International Life Sciences Institute. Recuperado en 22 de mayo de 2017, de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/209002/2012_Asli_E_Consumo_mundial_de_alimentos_funcionales_una_vision_sistemica.pdf
- Rapaille (2007). *El código cultural*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma
- Resolución 2674 de 2013* (2013). Ministro De Salud Y Protección Social. Recuperado en mayo 21 de 2017, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030>
- Resolución 3929 de 2013*. Recuperado en mayo 21 de 2017, de Ministro De Salud Y Protección Social. Sitio web: http://biblioteca.saludcapital.gov.co/img_upload/03d591f205ab80e521292987c313699c/resolucion-3929-de-2013.pdf

Resolución 5109 de 2005 (2005). Ministro De Salud Y Protección Social. Recuperado en mayo 21 de 2017, de https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

Rodríguez, Restrepo y Deossa (2016). *Conocimientos y prácticas sobre alimentación, salud y ejercicio en universitarios de Medellín-Colombia*. *Perspectivas en Nutrición Humana*, 17(1), 36-54. Recuperado en mayo 21 de 2017, de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/nutricion/article/view/25434>

Royo (2013). *La alimentación y el consumidor*. Escuela nacional de sanidad de Madrid, España. Recuperado en mayo 21 de 2017, de <http://gesdoc.isciii.es/gesdoccontroller?action=download&id=06/11/2013-9d151ea05e>

Sánchez (s.f). *Tendencias Fitness. Consumo de productos para la imagen personal*. Universidad de Sevilla, España. Recuperado en mayo 21 de 2017, de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26175/tfgpubConsumoproductosaspectopersonal.pdf?sequence=1>

Seis empresas y productos multados por no cumplir lo que prometían (2015). Periódico El tiempo Recuperado en mayo 21 de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15787516>

Silveira, Monereo y Molina (2003). *Alimentos funcionales y nutrición óptima. ¿Cerca o lejos?*. *Rev. Esp. Salud Pública* [online]. vol.77, n.3. Recuperado en agosto 12 de 2017 de http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1135-57272003000300003&script=sci_arttext&tlng=en#t1

Suárez. (2010). *La salud como resultado del consumo*. *Revista Cubana de Salud Pública*, 36(4), 322-329. Recuperado en 22 de agosto de 2017, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662010000400006&lng=es&tlng=es.

Un consumo responsable de alimentos. Agencia de residuos de Catalunya Recuperado en 22 de agosto de 2017, de [http://www20.gencat.cat/docs/arc/Home/LA Agencia/Publicacions/Centre%20catala%20del%20reciclatge%20\(CCR\)/guia_consum_responsable_ES.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/arc/Home/LA Agencia/Publicacions/Centre%20catala%20del%20reciclatge%20(CCR)/guia_consum_responsable_ES.pdf)

Apéndices

Apéndice A. Información sobre la monografía.



CONSENTIMIENTO DE PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIÓN

COMPRENSIÓN DE LAS PRÁCTICAS SOCIALES Y CULTURALES QUE ORIENTAN EL CONSUMO DE MARCAS DE BEBIDAS FUNCIONALES EN JÓVENES BOGOTANOS

1. Información sobre la investigación de monografía.

Usted ha sido invitado(a) a participar de una investigación que busca comprender las prácticas sociales y culturales que orientan el consumo de marcas de bebidas funcionales en jóvenes bogotanos, para proponer estrategias de mercadeo enfocadas a este segmento.

La información que usted proporcione en la entrevista a profundidad quedará registrada en una grabación de audio y será sometida a análisis, en total confidencialidad. No será conocida por nadie fuera de la investigadora responsable y su tutora.

Una vez firmado el consentimiento de participación, a cada persona se le asignará un seudónimo. Sólo si el propio entrevistado(a) lo solicita, se mantendrá los datos sin modificar. Al analizar la información se producirá un informe final, donde se mantendrá igualmente el anonimato de los(as) entrevistado(as).

Le estoy invitando a participar de esta Investigación de forma voluntaria, teniendo derecho a retirarse de estudio en cualquier momento sin que ello le afecte de ninguna forma y tiene el pleno derecho a preguntar ahora o durante el transcurso de su participación cualquier duda que le surja.

Asimismo, puede ponerse en contacto con la tutora de la investigación directamente, en caso que lo considere necesario.

Investigadora: Laura Ximena Chicuazuque Briceño
Cel: 3195431437 – 3202057774
e-mail: laurachicuazuque@usantotomas.edu.co

Tutora: Carolina Garzón Medina
Cel: 3105536201
e-mail: carolinagarzonm@usantotomas.edu.co

Apéndice B. Consentimientos firmados por los participantes.



2. Documento del Consentimiento

Yo Diana Paola Ayala Gaitan Identificada con cedula de ciudadanía No. 1020747 349 de Boyota. declaro haber leído la información descrita, y que mis preguntas acerca de la investigación de tesis han sido respondidas satisfactoriamente. Al firmar este documento, indico que he sido informado/a de la investigación: "COMPRENSIÓN DE LAS PRÁCTICAS SOCIALES Y CULTURALES QUE ORIENTAN EL CONSUMO DE MARCAS DE BEBIDAS FUNCIONALES EN JÓVENES BOGOTANOS" y que consiento voluntariamente participar entregando mis opiniones en una entrevista. Entiendo que tengo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento sin que ellos me afecten de ninguna forma.

Firma: 

Cuidad y fecha: Boyota - 17-Mayo



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADEO

Humanismo y conocimiento con sentido práctico

2. Documento del Consentimiento

Yo Nathalia C. Muñoz Estefan Identificada con cedula de ciudadanía No. 1020817103 de Bogotá declaro haber leído la información descrita, y que mis preguntas acerca de la investigación de tesis han sido respondidas satisfactoriamente. Al firmar este documento, indico que he sido informado/a de la investigación: "COMPRESIÓN DE LAS PRÁCTICAS SOCIALES Y CULTURALES QUE ORIENTAN EL CONSUMO DE MARCAS DE BEBIDAS FUNCIONALES EN JÓVENES BOGOTANOS" y que consiento voluntariamente participar entregando mis opiniones en una entrevista. Entiendo que tengo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento sin que ellos me afecten de ninguna forma.

Firma:

Ciudad y fecha: 10/05/2017



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADEO

Humanismo y conocimiento con sentido práctico

2. Documento del Consentimiento

Yo Sara Catalina Forero Molina identificada con cedula de ciudadanía No. 1.013.599.042 de Bogotá declaro haber leído la información descrita, y que mis preguntas acerca de la investigación de tesis han sido respondidas satisfactoriamente. Al firmar este documento, indico que he sido informado/a de la investigación: "COMPRESIÓN DE LAS PRÁCTICAS SOCIALES Y CULTURALES QUE ORIENTAN EL CONSUMO DE MARCAS DE BEBIDAS FUNCIONALES EN JÓVENES BOGOTANOS" y que consiento voluntariamente participar entregando mis opiniones en una entrevista. Entiendo que tengo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento sin que ellos me afecten de ninguna forma.

Firma: 

Cuidad y fecha: Bogotá, 7 Abril/2017

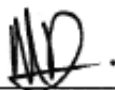


UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADEO

Humanismo y conocimiento con sentido práctico

2. Documento del Consentimiento

Yo María José Duque identificada con cedula de ciudadanía No. 53176907 de Bogotá declaro haber leído la información descrita, y que mis preguntas acerca de la investigación de tesis han sido respondidas satisfactoriamente. Al firmar este documento, indico que he sido informado/a de la investigación: "COMPRESIÓN DE LAS PRÁCTICAS SOCIALES Y CULTURALES QUE ORIENTAN EL CONSUMO DE MARCAS DE BEBIDAS FUNCIONALES EN JÓVENES BOGOTANOS" y que consiento voluntariamente participar entregando mis opiniones en una entrevista. Entiendo que tengo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento sin que ellos me afecten de ninguna forma.

Firma: 

Cuidad y fecha: Bogotá Mayo. 2. 2017.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADEO

Humanismo y conocimiento con sentido práctico

2. Documento del Consentimiento

Yo Sara Melina Melo Torres Identificada con cedula de ciudadanía No. 1013610922 de Bogotá declaro haber leído la información descrita, y que mis preguntas acerca de la investigación de tesis han sido respondidas satisfactoriamente. Al firmar este documento, indico que he sido informado/a de la investigación: "COMPRENSIÓN DE LAS PRÁCTICAS SOCIALES Y CULTURALES QUE ORIENTAN EL CONSUMO DE MARCAS DE BEBIDAS FUNCIONALES EN JÓVENES BOGOTANOS" y que consiento voluntariamente participar entregando mis opiniones en una entrevista. Entiendo que tengo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento sin que ellos me afecten de ninguna forma.

Firma:

Ciudad y fecha: Bogotá 19/05/17

Apéndice C. Formato entrevista a profundidad

CATEGORÍAS ORIENTADORAS	EJES DE INDAGACIÓN	CÓMO ABARCARLO
Ambientación Psicológica	_____	Explicación del objetivo investigativo y las reglas de la entrevista. Presentación. Exploración general de gustos, preferencias y hobbies.
Significados culturales	Creencias alimentarias, Comensalidad, preferencias de consumo, hábitos de alimentación	¿Cómo describe Ud. Sus hábitos de vida? ¿Cómo describe su alimentación diaria? ¿Qué es lo que más le gusta beber? ¿Cómo es un desayuno suyo? ¿Cómo es un almuerzo suyo? ¿Cómo es una cena suya? Teniendo en cuenta estas rutinas alimentarias ¿En qué momento del día consume una bebida funcional? ¿Qué aspectos tiene en cuenta para preferirlas? ¿Con que suele acompañar la bebida funcional? ¿Cómo es un compartir con amigos o familiares una bebida funcional?
Significados sociales	Socialización primaria: familia Socialización secundaria: escuela, amigos y medios de comunicación	¿Para usted (es) qué significa el agua en su vida? Pensando en sus padres ¿Qué importancia han tenido en el consumo de bebidas funcionales? Pensando en su infancia ¿Cuál (es) bebidas (s) ha (n) sido de más agrado en su vida? Pensando en el grupo de amigos ¿Qué bebidas (jugo) les gusta consumir? ¿Cuáles son los motivos de encuentro para compartir una bebida (jugo)? ¿Cuáles bebidas funcionales vistas en algún medio publicitario ha consumido? ¿Cómo ha sido la experiencia de compra? ¿Qué piensa de la frase: dime que bebes y te diré quién eres?

Significado de bebidas funcionales	Alimentación funcional, Cultura de la dieta	<p>¿Qué lo llevo a consumir bebidas funcionales?</p> <p>¿Cómo ha sido el cambio de consumir una bebida normal a una bebida funcional?</p> <p>¿Cuáles son los criterios que tiene a la hora de elegir una bebida funcional?</p> <p>Técnica proyectiva: Asociación libre de palabras</p> <p>Escuche con atención las siguientes palabras y diga lo primero que se le venga a la mente:</p> <p>Nutrición Bienestar Salud Energía Prebiótico</p> <p>¿Qué sabores de marcas de bebidas funcionales naturales son sus preferidas?</p> <p>¿Cómo ha sido está experiencia?</p>
Educación para el consumo alimentario	Nutrición, Patrones de consumo	<p>¿Qué beneficios aportan las bebidas funcionales?</p> <p>¿Con que frecuencia consume bebidas funcionales?</p> <p>¿Qué conocimientos nos puede ofrecer acerca de estas?</p> <p>¿Qué significa para usted alimentarse de manera saludable?</p> <p>¿Cómo es su estilo de vida?</p> <p>¿Qué representa un estilo de vida saludable para Ud.?</p> <p>Técnica proyectiva: Complementación.</p> <p>Escuche con atención las siguientes frases y complete la frase como considere:</p> <p>En mis tiempos libres me gusta:</p> <p>Pienso que el deporte es:</p> <p>Cuando me siento triste o estresado(a) busco:</p> <p>Cuando estoy en parciales me siento:</p> <p>Estar en la Universidad para mi es</p>

Apéndice D. Respuestas participantes de entrevista a profundidad

Entrevista No. 1

Entrevistadora: ¿cuáles son tus hobbies?

Participante: Tengo varios hobbies, el principal me encanta bailar, he dejado un poco por temas de trabajo y demás, pero antes participaba en grupos y buscaba la manera de poderlo mantener, me gusta leer y me gusta mucho caminar, las caminatas ambientales y eso también me gustan arto.

Entrevistadora: ¿Qué tipo de música bailas?

Participante: Cuando estaba en grupos, me gustaba mucho la folclórica, siempre estuve en grupos de música folclórica, ahorita no tengo la continuidad con un grupo, pero intento cuando puedo bailar, ya no voy a ir a bailar a otros lados folclórica; pero si mi pasión es la danza folclórica.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus preferencias, en cuanto la alimentación?

Participante: En general, además que es una tendencia, pero digamos en general muy por temas culturales y familiares intento tener una alimentación lo más saludable posible, me gusta comer frutas todos los días, intento comer frutas, evitar las gaseosas, tomar agua eso también es algo que es muy común en mí, básicamente eso.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus hábitos de vida?

Participante: Mis hábitos, son entre semana es muy rutinario básicamente, en el trabajo, cuando estoy en la oficina sentada, cuando voy a dictar clase me estoy moviendo, pero entre semana no hago mucha actividad diferente a la laboral y el fin de semana si intento salir caminar, descansar, ver películas ir a cine cuando puedo otro tipo de actividades.

Entrevistadora: De lunes a viernes ¿Cómo es tu alimentación?

Participante: ¿Describo que desayuno almuerzo cena?

Entrevistadora: Si, desde que te levantas y a qué hora.

Participante: Bueno generalmente, yo desayuno, me levanto tomo agua siempre cuando me levanto, después de ducharme alistarme ahí si desayuno. En el desayuno normalmente varío las bebidas, entonces algunos días tomo café, otros días tomo chocolate, otros días tomo agua de panela y otros días tomo avena esa siempre la estoy variando, algunos días tomo yogurt también, huevo por ahí como tres veces a la semana no como todos los días; como pan no me gusta en el desayuno comer galletas, cuando no como ninguna de esas o no tengo ninguna de esas bebidas entonces cereal, cereal con frutas y con yogurt nunca con leche, bueno ese es mi desayuno, a media mañana yo siempre como algo, entonces me como unas galletas o me como la fruta, a veces dejo la fruta para la tarde dependiendo de si tengo hambre o no y tomo agua, luego casi siempre entre 12:00 y 2:00pm almuerzo, rutinariamente no pasa de las 2:00pm sin que almuerce, el almuerzo puede o no ser tan balanceado dependiendo de donde almuerce, entonces hay días en que almuerzo en la universidad, hay días en que almuerzo en algunos restaurantes que ya son muy comunes, pero hay uno que es muy chévere que es saludable donde venden ensaladas y a veces también voy ahí, al menos intento ir una vez a la semana a ese restaurante y cuando no, almuerzo lo que haya en el restaurante donde vaya a almorzar, pero generalmente me tomo la sopa, el seco y el jugo, por la tarde si la jornada es muy larga, también me como algo, me como una fruta me como un maní por ejemplo y por la noche casi no como, en

la noche me tomo a veces un vaso de leche con un bocadillo o a veces me hago un café más bien muy clarito con un pan o cosas así, pero no es que coma comida fuerte no.

Entrevistadora: ¿Qué tipo de frutas consumes?

Participante: Más que todo como manzana, pera, papaya, banano y ya esas son como las que general como y uvas también.

Entrevistadora: ¿Qué es lo que más te gusta beber?

Participante: Agua.

Entrevistadora: Hablando un poco de las bebidas funcionales, ¿En qué momentos del día tu acompañas una bebida funcional?

Participante: Cuando tomo bebidas funcionales las tomo generalmente dependiendo si son bebidas que tienen limón, por ejemplo, no las tomo sin desayunar porque me da gastritis es la verdad, cuando no tienen algo que sea cítrico entonces la tomo en ayunas, no suelo tomar bebidas funcionales durante el día si no más en la mañana, antes de desayunar o desayuno reposo y me tomo una bebida funcional de resto no.

Entrevistadora: ¿Cómo es tu alimentación los fines de semana?

Participante: Los fines de semana suelo comer más que entre semana, además porque como ya uno está en la casa o salgo por ahí con mis papás o con mi hermano o salgo con amigos entonces ahí uno cambia bastante su alimentación, entonces los fines de semana, en cantidad suelo comer más y ahí de vez en cuando si uno se come que una hamburguesa o pizza, el fin de semana si cambia, cambia la cosa.

Entrevistadora: Ya me decías que el agua es tu bebida favorita, ¿Qué significa para ti el agua?

Participante: Para mí el agua significa salud, salud significa, en mi caso cuando yo tengo mucha sed lo único que a mí me quita la sed es o el agua o un Gatorade eso si es fijo, entonces significan también como la oportunidad de saciar la sed con esa bebida, que más significa, no básicamente eso.

Entrevistadora: Pensando en tus padres, ¿Qué significado tiene las bebidas funcionales?

Participante: Mis papás arto, sobre todo mi papá, porque mi papá le gusta mucho el ejercicio, entonces él siempre ha buscado la manera de hacer batidos, hacer mezclas de ciertos productos para una bebida funcional y en el caso de mi mamá no es que ella mezcle muchos productos, pero ella desde que estábamos en el colegio siempre nos empacaba un jugo natural, a ella le parecía terrible que lleváramos un jugos de caja o algo así, entonces ella siempre nos empacaba un jugo, entonces eso también ha sido como esa influencia que he tenido de ellos.

Entrevistadora: Bueno ya lo que tú dices de infancia aparte del jugo natural, ¿Hubo otra influencia que tenga que ver con las bebidas funcionales?

Participante: Si mis abuelos, mi abuela principalmente mi abuela materna ella también siempre hacia mezcla con sábila principalmente para ella la sábila era el producto número uno en cualquiera de las preparaciones, mi abuela paterna no la verdad ella no, pero más mi abuela materna ella si tenemos como la tradición de ella de alguna manera.

Entrevistadora: ¿Cuándo tomas una bebida funcional lo haces de manera compartida o vas sola?, ¿Cómo es ese proceso?

Participante: En general no, pero que ha pasado desde hace más o menos unos cuatro años, tengo un grupo de amigos pero fue más por cuestiones de trabajo, en donde yo

trabajaba antes que son vegetarianos algunos son veganos, porque yo trabajaba antes en el instituto de estudios ambientales entonces la gente que trabajaba ahí estudiaban la maestría de medio ambiente, entonces son personas que tienen un estilo de vida muy ligado a los productos y bebidas funcionales entonces cuando estoy con ese grupo sí, pero si digamos se comparten bebidas funcionales, pero con otro tipo de personas no en general no en grupo.

Entrevistadora: ¿Cada cuánto compartes con ese grupo?

Participante: Por ahí cada 20 días, al menos una vez al mes nos vemos.

Entrevistadora: Me estabas contando que te llevo a consumir bebidas funcionales fue la influencia de tus padres y tu abuela, entonces, ¿Cuáles son los criterios a la hora de elegir una bebida funcional?

Participante: Bueno primero a mí siempre me gusta informarme porqué precisamente porque mi abuela siempre lo decía no todos los productos se deben mezclar, y a veces uno no lo sabe y cree que porque son productos naturales entonces no hay ningún problema, pero hay algunos que son incompatibles, entonces yo siempre lo primero es saber si, mi criterio número uno es saber si eso sí se puede mezclar, si tiene compatibilidad y no que vayan a generar pues el efecto contrario, lo otro si me importa mucho que sepa bien si porque ni por más uno hace el esfuerzo si es un tratamiento o algo que bueno le toco tomárselo, pero si ya es algo habitual si me importa mucho el sabor, también algo que es muy visual pero que afecta mucho la percepción que uno tiene sobre esos productos es por ejemplo el color cuando ese tipo de mezclas generan colores muy oscuros, verdosos cafés no es algo que sea muy apetitoso, inmediatamente uno lo

relaciona como que no va a saber muy bien, entonces el color también es importante, yo creo que eso el color, el sabor y las mezclas que sean compatibles.

Entrevistadora: ¿De las bebidas funcionales vistas en algún medio publicitario has consumido alguna?

Participante: De medio publicitario no, no todo así natural como de tradición es eso.

Entrevistadora: ¿Consumes alguna marca en específico o has consumido alguna marca en el mercado?

Participante: No, dame un ejemplo y te digo

Entrevistadora: Cosechas.

Participante: Bueno Cosechas si claro.

Entrevistadora: Aquí abajo la del primer piso

Participante: Benefit también , en Benefit de vez en cuando como sándwich ahí, pero no es así porque sea publicitario no, si no porque pues están a la mano realmente, entonces benefit entonces uno va y lo busca y lo consume y para acompañar pues un sándwich que también es algo saludable ahí, Cosechas también, bueno Cosechas si ha sido de alguna manera un tema más publicitario y de voz a voz, creo que no mas y en Creps, por ejemplo, también en Creps si hay algunas bebidas funcionales que he probado y me han gustado.

Entrevistadora: ¿Cómo ha sido esa experiencia de compra tanto en Cosechas, en Benecit y en Creps?

Participante: Bien, a mí me parece que el tema de las bebidas funcionales es un tema que se debe acompañar de toda una connotación de servicios adecuado, de espacios

agradables, tiene que ser coherente porque se supone que es algo de bienestar, y me parece que por ejemplo los tres son muy consistentes en todo el conjunto de elementos que llevan al consumo, entonces en términos generales a mí me parece que la experiencia ha sido adecuada.

Entrevistadora: ¿Que sabores de bebidas has comprado?

Participante: Yo soy mala para los nombres.

Entrevistadora: ¿Que ingredientes por lo general buscas?

Participante: La sábila, he probado unos con zanahoria, mandarina, con fresas, apio, manzana verde, granadilla y linaza.

Entrevistadora: Bueno esos son los que tu has comprado y de los que preparas en casa por lo general ¿Que ingredientes usas?

Participante: Piña, sábila, limón, granadilla, miel con miel también producto como la miel, las uvas esa si es una mezcla que hace mi papá, además un batido es como con uvas, clara de huevo y al principio uno piensa que sabe feo, pero no sabe bien y además que visualmente es agradable, él hace como con yogurt clara de huevo, uvas no me acuerdo que más, miel y a veces cereza y le queda muy bien.

Entrevistadora: Bueno, ¿Qué piensas de la frase dime que bebes y te diré quién eres?

Participante: Que pienso de esa frase, yo creo que, si de alguna manera si aplica en el sentido en que la bebida va acompañada de algunos estilos de vida, entonces cuando uno le pregunta a alguien por sus bebidas y sabe que por ejemplo le gustan mucho las gaseosas y demás pues sabe que quizás tiene un estilo de vida un poco más ligado a un

consumo, no necesariamente de productos saludables, entonces me parece que si es muy pertinente pero más es en términos del estilo de vida que de otra cosa.

Entrevistadora: Ahora escucha con atención las siguientes palabras y me dices lo primero que se te ocurra.

Participante: Listo.

Entrevistadora: Nutrición.

Participante: Salud.

Entrevistadora: Bienestar.

Participante: futuro.

Entrevistadora: Energía.

Participante: Vitalidad.

Entrevistadora: Prebiótico.

Participante: Saludable.

Entrevistadora: Bueno, ¿Qué beneficios te aportan las bebidas funcionales?

Participante: Aportan digamos en mi caso más que todo yo lo hago por energía, por mantener un buen proceso en el sistema digestivo entonces evitar y prevenir problemas gástricos y de colon y ya más que todo es por eso realmente.

Entrevistadora: ¿Tú tienes hijos?

Participante: No

Entrevistadora: Bueno, ¿qué conocimiento tú nos podrías ofrecer sobre las bebidas funcionales?

Participante: En mi caso el conocimiento de ese tipo de productos se da más es por lo que conoce mis padres, lo que conocía mi abuela y lo que conocen médicos por ejemplo yo consulto, entonces casi lo que ellos conocen me lo han transmitido y yo por ejemplo lo que te decía ahorita yo sé que la sábila es un producto que consumido de forma natural no el que viene ahorita en el agua ni nada de eso, como en agua a base de sábila y eso, si no consumido de forma natural es algo que va aportarle al organismo, en cuanto a marcas realmente no soy muy a las marcas de bebidas funcionales entonces no podría aportar un conocimiento alrededor de eso, con el tema algo que es un principio también y que hace parte del conocimiento que tengo del tema es que las bebidas funcionales como te decía ahorita dependiendo como de los componentes que tenga y de los compatibles que son en ocasiones son adecuados para tomar siempre que uno quiera, me encanta y todos los días lo voy a tomar, pero muchas veces son solamente para tratamiento entonces un mes, dos meses y ya suspéndelo porque te va a hacer daño si lo consumes más, o quince días o solamente en ayunas o solamente después del desayuno o en las noches antes de acostarte, eso si también es algo que conozco y ya creo que ya.

Entrevistadora: Alguna vez un médico o bueno un profesional de la salud te ha sugerido consumir bebidas funcionales.

Participante: Si.

Entrevistadora: En que rama se desempeñaba el médico.

Participante: Los médicos bioenergéticos generalmente tienen mucho conocimiento, porque además ellos buscan todo lo que sea natural, entonces sí, pero también ahí médico particular al que yo voy que no es bioenergético pero si es muy abierto a todo ese

tipo de cosas y el por ejemplo, para un tratamiento que yo tuve del hígado, él me recomendó bebidas funcionales.

Entrevistadora: ¿Qué representa un estilo de vida saludable?

Participante: Representa un estilo de vida saludable representa el pensar a futuro, yo considero que eso representa el que uno se proyecte a que si actualmente se cuida entonces posteriormente va a evitar una serie de problemas de salud y pues a la par al conjunto de personas que están con uno no, entonces yo creo que principalmente es un tema de proyección de largo plazo, de ver que es lo que va a pasar hacia adelante y de como desde ahora yo puedo generar pues un futuro adecuado, yo lo veo así hacia adelante.

Entrevistadora: ¿Tú has intentado transmitir tus conocimientos o generar cierta influencia en tus compañeros de trabajos sobre las bebidas funcionales?

Participante: No, la verdad no, no es un tema del que se suele hablar en el trabajo no, no generalmente no es algo como que hace parte de un estilo de vida y ya, pero no, más bien aprendo de mis amigos de los que te digo que hacen parte del instituto de medio ambiente y que trabajan en temas de ecología y eso, tampoco es que les aporte mucho a ellos porque ellos ya conocen mucho, entonces es más lo que yo conozco de ellos, pero no suelo generar influencia en nadie alrededor del tema.

Entrevistadora: Y por el contrario tus compañeros de trabajo o alrededor tuyo, de pronto te piden un consejo de que quiero preparar o hacer alguno de estos.

Participante: No tampoco, y es algo que yo he percibido, el tema ha venido cambiando poco a poco, pero también he percibido mucho lo que pasa es que todo lo que tiene que

ver con negocios pues no suele ser un tema del que uno hable constantemente, ha venido cambiado la tendencia, es diferente porque ya todas las personas empezamos a pensar más en la salud y pues porque es una bola no, pero si el hecho de estar en un ámbito de negocio no lleva a que generalmente uno trate ciertos temas con frecuencia es eso.

Entrevistadora: Bueno, escucha con atención la siguiente frase y completa la frase como tú lo consideras.

Entrevistadora: En mis tiempos libres me gusta.

Participante: Bailar

Entrevistadora: Lo sabía, Pienso que el deporte es.

Participante: Salud.

Entrevistadora: Cuando me siento triste o estresada busco.

Participante: Caminar

Entrevistadora: Estar en el trabajo para mi es.

Participante: Concentración.

Entrevista No. 2

Entrevistadora: Bueno, cuéntame de ti ¿cuáles son tus hobbies?

Participante: Mis hobbies, me gusta estar con mi familia, con mis papás con mis hermanos, mis sobrinos, mi esposo, me gusta mucho dibujar, colorear, ya eso.

Entrevistadora: ¿cuáles son tus hábitos de vida?

Participante: No hago deporte, soy muy floja no me gusta hacer deporte, trato de dormir bien, me cuesta mucho dormirme tarde entonces me acuesto temprano y trato de madrugar arto, no sé qué más frente hábitos.

Entrevistadora: Bueno, ¿cómo es un día entre semana desde que te levantas y a qué hora?

Participante: Un día mío entre semana desde que me levanto por ahí faltando cinco para las seis o a las seis, me baño, me voy a la oficina antes de las 7:00am acá, prendo el computador, me sirvo un tinto para mi es importante empezar el día con tinto, después yo no desayuno la verdad, entonces a veces salgo a media mañana y me tomo, voy a Cosechas y me compro un jugo el que más me gusta es Verde Fit, vuelvo a la oficina almuerzo, otra vez en la oficina, salgo de acá por ahí a las 5:30pm, llego a mi casa como algo y me acuesto a dormir, no hago nada más normalmente

Entrevistadora: ¿Y los fines de semana como es tu alimentación?

Participante: Los fines de semana, los viernes salgo de acá de la oficina a estudiar y llego a mi casa por ahí a las 8 de la noche, el sábado por la mañana tengo clase de ocho a doce y salgo de la universidad y normalmente me encuentro con mi esposo y vamos a almorzar a algún lado, por las noches miramos a ver que hacemos, los domingos normalmente estoy con mi familia.

Entrevistadora: ¿Qué es lo que más te gusta beber?

Participante: Agua.

Entrevistadora: Bueno, el desayuno no tomas entonces, ¿cómo es un almuerzo?

Participante: Un almuerzo es una ensalada, una sopa trato de no, ósea comer bien pero no en grandes cantidades porque me da mucho sueño.

Entrevistadora: ¿y una cena cómo es?

Participante: Una arepa.

Entrevistadora: Aparte de la mañana en que otros momentos del día consumes bebidas funcionales.

Participante: Los fines de semana a veces también vamos con mi esposo a Cosechas, es muy cerquita a la casa entonces también me tomo uno, en la casa también compramos algunas bebidas funcionales como Regeneris, Yox y ese tipo de bebidas.

Entrevistadora: ¿Qué aspectos tienes en cuenta a la hora de consumir las bebidas funcionales?

Participante: Básicamente que me gustan, que me gusten y que me sepan rico, la verdad, obviamente el beneficio es importante, el precio obviamente, pero que me sepan rico, no puedo ingerir cosas que no me sepan rico, para mí es súper importante.

Entrevistadora: y sueles acompañar las bebidas.

Participante: No, quedo súper satisfecha, si tengo hambre me tomo un jugo un Regeneris quedo súper satisfecha.

Entrevistadora: Sueles compartir las bebidas funcionales con alguien.

Participante: Mi esposo cuando vamos a Cosechas.

Entrevistadora: ¿Qué significa el agua?

Participante: A mí desde muy chiquitica pues, a mí nunca me han gustado las gaseosas partamos de ahí, entonces, lo que más me gusta es el agua, los jugos me gustan, pero yo

todas las comidas las acompaño con agua, para mí es básico siempre cargo en mi cartera una botella de agua, soy de verdad adicta me encanta desde muy chiquita.

Entrevistadora: Pensando en tus padres ¿qué influencia tienen las bebidas funcionales?

Participante: Digamos, que en mi caso cuando éramos chiquitos, mis hermanos y yo comprábamos gaseosas, llegaban en esa época llegaban los camiones a las casas de Coca Cola y Postobón pero pues como te digo, a mí nunca me gustaron las gaseosas y después me acuerdo que mi mamá quito las gaseosas y nos empezó a dar jugos, entonces durante una época me tomaba los jugos, pero pues como obligada por mi mamá y después ella se dio cuenta que a mí lo que más me gustaba era el agua , entonces ella siempre es como, ya sabe y me ofrece el agua y los jugos en mi casa siempre fueron sin azúcar, entonces para mí es súper normal tomar un jugo sin azúcar, de hecho cuando le ponen azúcar no me gusta.

Entrevistadora: Pensando en tu grupo de amigos, ¿qué influencia han tenido las bebidas funcionales?

Participante: Creo que sobre todo ahora que esta como muy de moda ha cogido como más auge el tema de cuidarse, de una buena alimentación, los distintos círculos y las distintas personas como que buscamos ingerir productos naturales, pero creo que el consumo de gaseosas se ha disminuido completamente, pero siempre ahí pues digamos ahí personas que si se van a comer una hamburguesa, una hamburguesa con jugo como que no cuadra mucho para mí es súper normal porque me la como siempre con agua, pero sí creo que es un tema que cada vez más la gente está más sensibilizada con el tema.

Entrevistadora: Bueno, ¿cuáles de las bebidas funcionales vistas en un medio publicitario has consumido?

Participante: Los productos de alpina los que te digo como Regeneris, Yox y los jugos de Cosecha.

Entrevistadora: ¿cómo ha sido la experiencia?

Participante: Aunque una vez también fue como esos programas como de los desintoxicación que son como por tres días, dos días, un día me parecieron terribles, terribles yo lo hice un día que es como el más suave a media mañana pues en que consiste, tu compras como un kit de jugos como seis y cada uno sirve para algo y te lo debes tomar como en determinados horarios, y yo al medio día ya estaba con una migraña horrible, estaba estérica no horrible eso me parece horrible de hecho me puse a leer un poco sobre esos programas y cada vez está más comprobado que esos planes no son buenos para las salud.

Entrevistadora: Bueno, ¿cómo ha sido la experiencia en Cosechas?

Participante: En Cosechas súper me encanta, me parece que hacen unos jugos ricos me llama mucho la atención que sean naturales, me encanta que se preparan ahí mismo que sean frescos, los precios me parecen buenos, me parecen que están súper bien ubicados, son como puntos súper estratégicos y pues casualmente a mí me quedan muy cerca de la oficina y en mi casa, me parece que son refrescantes, que alimentan, quedo llena para mí es una opción súper buena la verdad.

Entrevistadora: ¿Quién te llevo a consumir esos jugos o cuando fue la primera vez?

Participante: Estaba pensando cuando fue la primera vez que los probé no tengo muy claro como fue el tema, pero me acuerdo que desde el día que lo probé me parecían deliciosos, creo que de hecho cuando lo probé todavía no había tantos en la ciudad, no eran tan amplio el tema como es ahora, pero me encantaron, desde el principio me encantaron.

Entrevistadora: Bueno, ¿Cómo ha sido el cambio de una bebida normal a una bebida funcional?

Participante: Digamos que yo pues más que cambio no, porque pues yo no he dejado de tomar agua por decirlo así, de una forma que podríamos decir que lo que tomo es agua y los jugos y en la mañana la fruta o lo que fuera que tomara de medias nueves lo remplazo por el jugo.

Entrevistadora: ¿Tienes una frecuencia de consumo específica?

Participante: Yo creería que sí, no es diaria por ahí cada dos días.

Entrevistadora: ¿Que conocimientos nos puedes ofrecer sobre las bebidas funcionales?

Participante: Sé que las frutas o sus ingredientes frutas o verduras lo que sea, vienen cualquier cantidad de beneficios, cualquier cantidad de mezclas que sirvan para determinadas cosas llámese físico, estreñimiento, dolor de cabeza, músculos o lo que sea, creo que ahí una alta gama de productos que tienen distintos beneficios.

Entrevistadora: ¿Que significa alimentarse de manera saludable?

Participante: El tema me parece un poquito digamos complicado en el sentido que muchísima información en cada uno, digamos que tu encuentras muchos puntos de vista, de hecho hace poco estaba leyendo que en algunas universidades de Estados Unidos los

científicos han encontrado que digamos que llevar al extremo hace daño al cuerpo humano, porque a la larga nosotros si necesitamos carbohidratos, azúcares, bueno demás, para mí es cuestión digamos de llevar un equilibrio entre lo que uno podría llegar a conocer y a entender como lo saludable, no soy de extremos la verdad, me gusta digamos tratar de cuidarme de lunes a viernes y de pronto el fin de semana como comer algo no tan saludable, pero es un tema que lo que te digo como ahí tanta información y tantos puntos de vista, no es como tan fácil como decir esto es lo bueno y esto es lo malo en cuestión de alimentación saludable, uno sabe no se uno ha creído como que las verduras son saludables que las frutas son saludables, pero si entonces uno come mucha fruta entonces pues terrible, y después de las cinco de la tarde no puede comer fruta y no tantas verduras, dios santo ahí tanta información y digamos que si tú vas a especialistas cada uno te dirá su punto de vista y su experiencia a lo que lo ha llevado digamos a formarse, entonces pues yo creería que es una alimentación balanceada de todo un poco.

Entrevistadora: Hablando de especialistas alguno de ellos te ha recomendado una bebida funcional.

Participante: Como tal no, no señora pues tampoco que yo allá ido a ningún especialista o a un neurólogo o no se o algo así, pero las veces que he logrado entrar al gimnasio y como que le dan una dieta saludable a uno, no influyen como una bebida funcional.

Entrevistadora: Bueno, escucha con atención las siguientes palabras y di lo primero que se te venga a la mente, nutrición.

Participante: Nutrición, cuerpo saludable.

Entrevistadora: Bienestar.

Participante: Felicidad.

Entrevistadora: Salud.

Participante: Energía.

Entrevistadora: Prebiótico.

Participante: Es como un lácteo como una cosa así.

Entrevistadora: ¿Que sabores de marcas de bebidas funcionales son tus preferidas aparte de Verde Fit?

Participante: Me gusta mucho como la mezcla de las verduras y las frutas por eso que el Verde Fit me gusta tanto, la sandía me gusta muchísimo, el durazno y hablando como de lácteos, no me gusta mucho la fresa.

Entrevistadora: ¿Has preparado en tu casa bebidas funcionales?

Participante: Si una vez, una vez prepare algo muy similar al verde Fit.

Entrevistadora: ¿Cómo fue esa experiencia?

Participante: Al principio chévere, pero es muy digamos, muy desgastante por decirlo de alguna forma pues porque la idea del jugo es que este fresco y digamos no por ser una producción ligeramente masiva entonces casi que tocaba llegar todas las noches comprar no, entonces no me canse.

Entrevistadora: ¿Que ingredientes utilizabas?

Participante: Tenía piña, tenía apio, tenía lechuga, tenía como todas las maticas verdes pues mejor dicho limón, pepino, pero no preparar no, no soy muy buena en la cocina entonces también eso de pronto también influye.

Entrevistadora: ¿Has intentado de alguna manera influenciar a tu familia o amigos sobre el consumo de las bebidas funcionales?

Participante: Digamos a mi esposo fui yo, quien le presento cosechas, en mi familia como tenemos niños entonces algunos toman como productos que ayuda a las defensas y eso como el Yox y esas cosas, mis papás toman mucho por ejemplo jugo de naranja y eso como para las defensas y vitaminas C, digamos entonces que todos estamos como, no es que haya tenido que influir yo directamente, si no lo que te digo, creo como tal la sociedad o una gran parte de la sociedad un grupo importante ya está como concientizado sobre eso y creo que la publicidad los distintos productos que ofrecen, toda la oferta que ahí ya en el mercado como que hace que tú también migres hacia ese tipo de cosas sin necesidad de ser súper extremista a lo que sea, pero trataras de buscar, como meterte a ese grupo o como de pronto suplir otro grupo de cosas que no están alineadas a la nutrición con el consumo de algunos productos.

Entrevistadora: Bueno, ahora escucha las siguientes frases y completa la frase como lo consideras.

Entrevistadora: En mis tiempos libres me gusta.

Participante: Estar con mi familia.

Entrevistadora: Pienso que el deporte es.

Participante: Una actividad muy dura.

Entrevistadora: Cuando me siento triste o estresada busco.

Participante: Estar con mi familia.

Entrevistadora: Cuando estoy en parciales me siento.

Participante: Nerviosa.

Entrevistadora: y por último que piensas de la frase, dime que bebes y te diré quién eres.

Participante: Me parece que es válida, en un contexto que, pues efectivamente todo lo que ingerimos o le metemos a nuestro cuerpo, llámese en este caso bebidas pues hacen que nuestro cuerpo tenga más energía, este más saludable, tenga músculos, huesos más fuertes, etc, entonces pues es completamente valida con la afirmación.

Entrevista No. 3

Entrevistadora: ¿Qué haces en tus tiempos libres?

Participante: En mis tiempos libres me gusta hacer ejercicio, salir ver una película, tomar algo, pero generalmente eso.

Entrevistadora: ¿Cómo describes tus hábitos de vida?

Participante: Saludables, dentro de lo posible.

Entrevistadora: ¿Describeme tu alimentación diaria de lunes a viernes?

Participante: Bueno, yo trato de comer cinco veces al día mínimo, entonces como cada tres horas, cada cuatro horas, el desayuno primero intento que siempre tenga una proteína, una harina y un lácteo, después la merienda que generalmente es una fruta y agua aromática o algo así, en el almuerzo también una verdura una harina y una proteína, después la media tarde trato que sea algo de proteína y una harina y como a veces tengo los días tan largos pues ahí vuelvo y como y cuando llego a la casa como otra vez, pero pues siempre intento comer balanceado.

Entrevistadora: ¿Cómo es tu alimentación los fines de semana?

Participante: Los fines de semana, como me levanto un poquito más tarde como que elimino dos comidas, entonces en la mañana el desayuno ya luego el almuerzo, pero siempre el mismo alineamiento como que una harina, una verdura y la proteína para el almuerzo y para la cena y entre comidas si una fruta, maní, busco ese tema de los jugos funcionales, me gusta tomarlos entonces entre semana o bien sea en los fines de semana, pues es un buen plan.

Entrevistadora: Teniendo en cuenta tu rutina alimentaria, ¿en qué momentos del día consumes las bebidas funcionales?

Participante: En la mañana me gusta a la mitad de la mañana, o si no cuando tengo clase me lo tomo cuando ya estoy cansada, por la tarde como a las seis para empezar clase.

Entrevistadora: Suelen acompañar las bebidas funcionales.

Participante: No, casi no.

Entrevistadora: ¿Qué aspectos tienes en cuenta para preferirlas?

Participante: Depende, yo tengo el colon irritado, generalmente busco una bebida que tenga mucha fibra, entonces esa me gusta y si no que sean refrescantes o que tengan propiedades chéveres, digamos hay una que tiene espinaca y piña y uno siente como más vitalidad.

Entrevistadora: ¿Cómo es tu compartir con amigos o familiares de una bebida funcional?

Participante: A mí me gusta cómo, digamos cuando salíamos del gimnasio nos íbamos y nos tomábamos una bebida funcional y pues ahí nos íbamos caminando hablando

mientras nos tomábamos la bebida, generalmente no nos quedábamos en el lugar siempre caminábamos, mientras consumíamos la bebida pues caminábamos y hablábamos un rato.

Entrevistadora: ¿Cuántos amigos eran?

Participante: Más o menos dos, tres.

Entrevistadora: ¿Y eran también del gimnasio?

Participante: Aja.

Entrevistadora: ¿Que significa agua en tu vida?

Participante: Vitalidad, me ayuda a estar despierta, me mantiene como sin ansiedad tomo agua y me pasan las ganas de comer.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bebidas favoritas en general?

Participante: En general el agua, el agua aromática, el té y las funcionales.

Entrevistadora: Pensando en tus padres, ¿qué importancia tiene las bebidas funcionales en tu vida, es decir tus padres de alguna manera han sido influencia para el consumo de las bebidas funcionales?

Participante: No, yo creo que, al revés, yo a veces he sido influencia para que ellos consuman bebidas funcionales.

Entrevistadora: Pensando en tu grupo de amigos, ¿Qué significado han tenido las bebidas funcionales?

Participante: Digamos que yo siempre he sido como la que ahí venga y tomamos bebidas en cosechas, que ahí es donde más me gustan, como ahí venga vamos y probamos estos jugos, entonces en cosechas tiene jugos también dulces, de frutas,

entonces hay gente que digamos si no le gusta la combinación de verdura y fruta y esa vaina piden de otros, entonces eso es como para todo el mundo me parece chévere.

Entrevistadora: ¿Desde tu punto de vista has podido o has logrado influencias a tus amigos?

Participante: Si la mayoría de ellos empiezan consumir por mí, porque yo les digo como vengan vamos y tomamos un jugo allá o algo así.

Entrevistadora ¿Qué piensas de la frase dime que bebes y te diré quién eres?

Participante: No, no me parece o si por ejemplo hay gente que toma mucha cerveza y pues uno ya medio sabe la personalidad, si toman bebidas funcionales pues sabes que medio te gusta las cosas saludables.

Entrevistadora: Bueno, ¿quién te llevo a consumir las bebidas funcionales?

Participante: Porque lo vi por redes sociales que alguien recomendaba las bebidas y fui a probarlas y me gustaron.

Entrevistadora: Bueno, ¿cómo ha sido ese cambio de consumir una bebida normal y remplazarlas por una bebida funcional?

Participante: Lo que pasa es que cuando yo conocí las bebidas funciones ya había radicado mi dieta diaria las gaseosas, los jugos toda esa vaina, entonces digamos como que fue chévere porque, sentía que tomaba algo que era saludable y que era diferente a lo mismo que era agua, té que era simple y ya cuando tomaba Tutti Frutti y esos jugos ya no me gustaban, eran muy dulces y feos.

Entrevistadora: Bueno, ¿Qué otro sabor te gusta aparte del de piña?

Participante: Hay otro que se llama Max fibra que tiene papaya, germen de trigo, miel y jugo de naranja, hay otro que tiene piña, espinaca, jugo de naranja y apio, hay otro que tiene espinaca, piña y jugo de naranja, esos son mis favoritos y Blueberry que también, pero eso ya es como arándanos, mora y ese es con yogurt el resto es con jugo de naranja.

Entrevistadora: ¿Todo lo consumes en cosechas o hay otro lugar?

Participante: En Benefit, ahí tomo el de espinaca, piña y jugo de naranja.

Entrevistadora: ¿Has preparado bebidas funcionales?

Participante: Si una vez intente lo de los jugos funcionales, con piña, sábila, espinaca, jugo de limón y lo licuaba y me gustó, pero es que siento que me tomaba mucho tiempo, entonces en vacaciones bien pero ya después no.

Entrevistadora: ¿Y cuánto tiempo requiere esa preparación aproximadamente?

Participante: Pues mientras picas la piña, mientras que lavas la espinaca esa vaina mientras exprimes el jugo de limón, como en diez minutos.

Entrevistadora: Bueno, escucha con atención las siguientes palabras y di lo primero que se te venga a la mente, nutrición.

Participante: bienestar, salud.

Entrevistadora: Energía.

Participante: Alimentación, ejercicio.

Entrevistadora: Prebiótico.

Participante: Eso es bueno es el que viene con el yogurt y todas esas cosas para la flora intestinal, pero no estoy segura si es alguna vitamina o algún hongo o alguna vaina.

Entrevistadora: Salud.

Participante: Equilibrio entre mente y cuerpo.

Entrevistadora: Bienestar.

Participante: Sentirse bien con uno mismo y con el entorno también, porque no solamente con uno mismo.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios crees que aportan las bebidas funcionales?

Participante: A mí me aportan energía, me aportan bienestar como digestivo, también a veces si quiero comer algo diferente me ayuda con eso, me parece como buen reemplazo de merienda porque tiene varias cosas y además es sencillo de transportar, como que uno puede andar con su vaso por todo lado y no se va a regar.

Entrevistadora: ¿Qué conocimientos nos podrías aportar sobre las bebidas funcionales?

Participante: Yo sé que las bebidas funcionales, digamos ese tema de mezclar las cosas no es tan bueno, pero pues igual no se está haciendo todos los días, las propiedades que aporta son mucho mejores que tomarse un jugo hit, que tomarse una gaseosa, para mí es más rico como que llena más, te satisface más, yo no lo tomaría como tan encima de una comida si no lo que te digo en reemplazo de una merienda de la mañana generalmente.

Entrevistadora: ¿Alguna vez has reemplazado el almuerzo por una bebida funcional?

Participante: Pero solamente una vez que intente hacer una dieta y en el día tomaba jugos, pero ya.

Entrevistadora: ¿Cómo es tu estilo de vida?

Participante: Mi estilo de vida es, yo creo que es súper atareado sí, porque yo hago bastantes cosas en el día, trabajo, estudio y los tiempos que tengo libres trato de dedicarle un tiempo para entrenar hacer ejercicio, miro bien como que comer, no por mantener la

línea si no porque yo tengo lo del colon y no me gusta estar enferma del estómago y siempre como que miro ese tema, qué más puedo decir yo, así como que duerma mucho yo creo que en ese tema fallo porque no alcanzo a dormir las ocho horas del día y nada siento que es como un estilo de vida bien

Entrevistadora: Bueno, escucha con atención las siguientes frases y complétala con la frase que tu consideres.

Entrevistadora: En mis tiempos libres me gusta.

Participante: Hacer ejercicio, estar con mi novio, estar con mi familia, salir un rato caminar, no se de pronto leer un poco, cocinar bueno pero el que cocina es mi novio yo lo acompaño a él, pero es chévere el plan, me gusta viajar, en las mañanas reemplazo el gimnasio por salir a correr con el perro, eso es como lo que hago.

Entrevistadora: Pienso que el deporte es.

Participante: El deporte es salud, bueno yo lo tomo más como distractor, como un desestresante, como que uno llega y está pensando en uno como que compartes con otras personas, con personas que le gustan lo mismo que a ti, es bienestar, es como que te ayuda a asegurar un buen futuro.

Entrevistadora: Cuando me siento triste o estresada busco.

Participante: El gimnasio, cuando me siento triste o estresada eso me ayuda a despejarme resto, pienso en otra cosa veo gente chévere que esta de alguna u otra forma más contenta, el ejercicio ayuda a segregar como adrenalina y uno se siente más chévere.

Entrevistadora: Cuando estoy en parciales me siento.

Participante: Como estresada uno dice como ahí dios a qué hora voy a estudiar, a qué hora voy a trabajar, a qué hora voy hacer todo lo que hago en el día, pero digamos en el tema cuando estoy en parciales ahí si ya trato como de mirar bien el tiempo y aislar un poquito las actividades secundarias si el tiempo libre que tengo lo ocupo en eso.

Entrevistadora: Estar en la Universidad para mi es.

Participante: una suerte increíble, yo creo que la universidad ha sido muy chévere y ahorita que he estado trabajando, la he extrañado artisimo.

Entrevistadora: ¿Has visto medios publicitarios de marcas de bebidas funcionales?

Participante: No, yo la verdad no he visto, como que lo único que he visto ha sido volantes.

Entrevistadora: De que marca.

Participante: Cosechas.

Entrevistadora: Bueno y los volantes que consideras que son, son atractivos.

Participante: Si son bonitos, además que tienen las propiedades de lo que contiene cada jugo, entonces me parece informativo.

Entrevista No. 4

Entrevistadora: ¿Cómo es un día suyo normalmente?

Participante: Un día normalmente mío es temprano, muy temprano levantarme a las cinco y media, pues realizar mis labores diarias de ejercicios, hacer, preparar un desayuno y luego levantar mi hija llevarla al jardín, luego salir a mi trabajo, regresar a mi casa, al jardín recoger a la niña del jardín, llegar a mi casa almorzar y posteriormente me dedico a

consultorías en la tarde y en la noche, pues, preparamos la cena con mi familia y ahí termina mi día normal.

Entrevistadora: ¿Qué tipo de ejercicios realiza y cuánto tiempo le dedica?

Participante: Caminadora y bueno y un poquito de relajación, estiramiento, abdominales; como una rutina sencilla que tengo. Le dedico quince minutos diarios.

Entrevistadora: Además de su hija ¿con quién más vive?

Participante: Con mi esposo.

Entrevistadora: ¿Cómo describe Ud. Sus hábitos de vida?

Participante: En esta etapa de mi vida, ya, tengo una hija en la que estoy formando con hábito, que derivan del buen ejemplo, que tienen que derivarse del buen ejemplo; hábitos saludables, hábitos que traigan un beneficio para mi vida, de organización, hábitos de bienestar y hábitos espirituales también.

Entrevistadora: ¿Cómo describe su alimentación diaria?

Participante: Es balanceada, siempre trato de que las tres comidas diarias haya el componente fundamental que es la proteína y un carbohidrato.

Entrevistadora: ¿Qué representa un estilo de vida saludable para Ud.?

Participante: Representa un estilo de vida saludable representa un equilibrio entre lo que es provechoso para mí en las tres dimensiones: cuerpo, alma y espíritu.

Entrevistadora: ¿Qué la llevo a consumir bebidas funcionales y hace cuánto tiempo las consume?

Participante: Pienso que la conciencia, de mantener sano el cuerpo, de revitalizar el cuerpo, de nutrirlo y de también enseñar a otras personas la importancia del cuidado del

cuerpo y consumo las bebidas funcionales hace cinco años me dedico más a profundidad con el tema de los funcionales.

Entrevistadora: ¿Qué conocimientos nos puede ofrecer acerca de estas?

Participante: Las bebidas funcionales son, primero que todo son alimentos o bebidas que aportan, tienen un aporte importante para la nutrición y estas bebidas funcionales tienen que ser parte de la alimentación diaria, no pueden ser esporádicas por qué no tendrían ningún aporte real, sino tienen que ser parte de mi alimentación tomar y comer ciertos alimentos que tengan una función especial, que me va a aportar una función especial para el tejido humano o para la piel o para el sistema digestivo, respiratorio, circulatorio del cuerpo, tiene que tener un aporte especial, para que realmente surja un efecto, si es algo esporádico no tiene ningún beneficio, sería un consumo digamos no rutinario, no representa un beneficio real sino temporal, tiene que ser permanente, usar una dosis permanente, en una cantidad permanente, en una variedad permanente.

Entrevistadora: Respecto a lo anterior ¿alguien aparte de Ud. Consume estos alimentos?

Participante: Sí, mi familia, nosotros somos ingenieros y tratamos de tener un balance en nuestra alimentación y obviamente por la crianza que tenemos una niña pequeña, ella también está involucrada en la alimentación saludable, sus loncheras son saludables absolutamente o sin caer en los excesos, tenemos ciertos parámetros de permisividad en lo que ella puede consumir como golosina digámoslo así, pero su principal fuente alimentación tiene que ser derivada de alimentos saludables que le aporte a su crecimiento.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los criterios que tiene a la hora de elegir una bebida funcional?

Participante: Una bebida funcional, debe reunir ciertos criterios y es que tenga realmente los componentes que le puedan aportar una especial nutrición o elementos naturales que le puedan aportar al cuerpo una real ayuda, porque hay muchos alimentos que hablan de cosas o que venden productos que no los tiene o que no tiene la cantidad suficiente, por ejemplo una mínima cantidad en su composición y tampoco tiene ningún efecto al consumirlo entonces, buscamos que haya alimentos que tengan la cantidad que de verdad aporta al organismo los oligoelementos que realmente aportan nutrientes al organismo, porque algunos no; algunos no son tan necesarios y también dependiendo de la etapa que van en la vida, por ejemplo, en niños, adolescentes o ancianos o personas mayores de la tercera edad, entonces buscamos que esos alimentos tengan esa característica importante, que sean de un laboratorio confiable o de una marca confiable, donde haya pasado por una elaboración que usa las buenas prácticas de manufactura, porque de todas maneras es un alimento; que tenga un respaldo en el momento en que yo, digamos tenga un requerimiento de ese producto y que comercialmente se pueda encontrar fácil y que sea a un buen precio, un costo/beneficio adecuado.

Entrevistadora: Respecto a lo anterior ¿existe un precio ideal para estas bebidas?

Participante: Pues la rama de funcionales tiene una gran variedad de productos y depende de la tecnología que implementaron para poder desarrollar, los productos funcionales tienen un desarrollo y de por si los alimentos funcionales no son digamos baratos, que se puedan consumir, que sean populares, por esa misma categoría, porque

tienen ciencia y tecnología detrás de la fabricación de estos alimentos, tienen componentes que son naturales que son de difícil extracción y que requieren tecnología de punta en el área de alimentos para poderlos extraer, llámese aloe vera, llámese ácido fólico, todo estos componentes que hay, vitaminas, biotina, todos estos componentes, no son baratos, pero si aportan un valor muy importante para el cuerpo.

Entrevistadora: ¿Con qué frecuencia consume bebidas funcionales?

Participante: Tiene que ser parte de una alimentación diaria o si no, no tiene ningún efecto, si es eventual tomarse por ejemplo, un tinto una gaseosa, hay cosas que uno toma eventualmente y no, que hay gente que consume, no puede ser algo esporádico, tiene que ser bien, esa es la principal característica.

Entrevistadora: Escuche con atención las siguientes palabras y diga lo primero que se le venga a la mente:

Entrevistadora: Nutrición

Participante: Salud

Entrevistadora: Bienestar

Participante: Tranquilidad

Entrevistadora: Salud

Participante: Buena alimentación

Entrevistadora: Energía

Participante: Vitalidad

Entrevistadora: Prebiótico

Participante: Niños

Entrevistadora: ¿Cómo ha sido el cambio de consumir una bebida normal a una bebida funcional?

Participante: El cambio de consumir una bebida normal, pues el organismo lo siente, lo vive, uno personalmente siente una vitalidad o una re-vitalidad en su cuerpo, en el funcionamiento de los órganos diferente, es muy distinto, tomarse un jugo de naranja en la mañana a tomarse un tinto, es muy distinto es más, tomar un jugo de naranja en la mañana o tomar un jugo de manzana, tiene una función muy diferente, lo que quiero decir con esto es que el cuerpo, siente toda esas cosas, entonces el cuerpo tiene un buen desempeño físico y mental.

Entrevistadora: ¿Qué sabores de marcas de bebidas funcionales naturales son sus preferidas?

Participante: No tengo una bebida preferida, siento que todas son importantes para el buen funcionamiento del organismo, porque aportan los oligoelementos, se llama así, necesarios para el cuerpo humano, lo importante para mí es que esas bebidas tengan una buena manipulación, un buen tratamiento, un buen empaque que conserve estas propias y un mínimo de almacenamiento para que no se dañen todas estas propiedades fisicoquímicas, microbiológicas y organolépticas y que mejor que consumirlo natural sin tanto tratamiento; el valor agregado tu lo tienes en un sitio donde fácilmente no lo puedas conseguir y eso cuesta, ya depende de la variedad de frutas y vegetales que se consigan, también depende mucho de la cantidad de oligoelementos que me van a proporcionar a mi nutrición, también depende mucho de la calidad de suelo donde fue sembrado y la condición de siembra, si tiene más o menos oligoelementos, porqué también depende de

eso; todos sabemos muy bien que hay naranjas de diferentes variedades y unas son mejores que otras, eso depende de la siembra y pues yo siempre voy a tratar de consumir los alimentos que mejor sepa que vienen de una muy buena calidad del suelo en donde lo sembraron, porque eso también me va a portar a mí y ya el resto es una preparación adecuada con una frecuencia adecuada, que yo los consuma en una dieta diaria.

Entrevistadora: ¿Qué marcas de bebidas funcionales conoce?

Participante: Hay una oleada de productos, que en este momento, de esta categoría de productos naturales, que están proliferando en nuestro mercado colombiano, en Bogotá y en todas las ciudades de Colombia, Benefit es una de ellas, dentro de esta categoría de los alimentos saludables, que están extendiéndose con varias tiendas en Bogotá, en este momento tenemos dos, pero nuestro proyecto va a mediano y corto plazo, mediano y largo plazo, mejor es extendernos más. Esta Benefit, hay otras marcas como Cosechas, pero Cosechas es una franquicia costarricense, entonces pienso que debemos apoyar la industria nacional y hay otras marcas como, Cut Salad, hay otras marcas como Juan Valdez que ha incursionado en este tema de frutas y hay varias empresas, esta Juice Bar, que es un Bar de Frutas, que pusieron por la zona del centro internacional y hay varias marcas pequeñas, no hay realmente ahora unas marcas así grandes, las que hay hasta ahora están creciendo, que pasan de pequeña a grande, porque es el momento del crecimiento y de la expansión de estos productos, están bien posicionados en la mente de la gente, que ya ven un factor diferenciados entre consumir una empanada o un jugo Hit o un de eso en caja o en botella que no tienen el mismo porcentaje de nutrición para el organismo, entonces ahí están las ventajas de consumir fresco un alimento.

Entrevistadora: Escucha con atención las siguientes frases y complétala con la frase que tu consideres. Lo más importante de una bebida funcional es

Participante: Los ingredientes con que se preparan y el tratamiento que se le da a las frutas y vegetales.

Entrevistadora: La nutrición es importante porque.

Participante: Permite una armonía con el organismo

Entrevistadora: La primera vez que probé una bebida funcional sentí

Participante: Que estaba dando a mi cuerpo los elementos necesarios para una buena salud.

Entrevista No. 5

Entrevistadora: ¿Describeme cuáles son tus hobbies?

Participante: Mis hobbies, principalmente es ir a entrenar en el gimnasio, es como el principal de otros hobbies, salir a ciclo vía y ya es como lo único.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus hábitos de vida?

Participante: Mi vida se basa en universidad, entrenamiento y trabajo, pero entonces ahorita estoy trabajando en lo mismo del gimnasio entonces no me quita mucho tiempo si no estoy más dedicada a la parte de gimnasio.

Entrevistadora: ¿Es decir que eres entrenadora?

Participante: No, soy imagen de una marca de suplementación entonces prácticamente me pagan por ir al gimnasio

Entrevistadora: ¿Describeme tu alimentación de lunes a viernes?

Participante: Me levanto más o menos a las cuatro y media y estoy desayunando a las cinco, mi desayuno son cuatro claras de huevo aproximadamente entre 50 a 120 gramos de arroz con variaciones dependiendo digamos si es el día de carga o día de descarga, entonces empiezo aumentando los carbohidratos y termino bajando los carbohidratos, lo que quiere decir que el lunes me como 120 y el viernes me estoy comiendo 50 gramos de arroz, digamos en esa primera comida que es huevos con arroz, de tomar tomo agua no me gusta el café entonces tomo agua, mi segunda comida viene siendo más o menos a las ocho, cada tres horas entonces a las ocho cuando salgo de clase como 120 gramos de pechuga con más o menos la misma proporción de arroz que comí en el desayuno, la tercera comida viene siendo entre las doce o una, también pechuga y arroz la misma proporción que por la mañana, la cuarta viene siendo más o menos a las tres y media o cuatro de la tarde y ahí empiezo a comer pechuga, pues pechuga es mi preferencia pero puede ser carne, puede ser atún, puede ser pescado, una proteína como tal y 100 gramos de verdura, mis verduras llevan calabacín, habichuelas, espárragos, apio, eso son como los principales, entonces lo combino, esa sería la cuarta, la quinta y la sexta comida son exactamente igual y las horas pues entonces si comí a las tres y media la otra es por ahí a las seis y la otra es a las nueve o diez de la noche ya para acostarme a dormir.

Entrevistadora: ¿Tienes una pesa?

Participante: Si, tengo una báscula en mi casa entonces todo el tiempo estoy pesando la comida.

Entrevistadora: ¿Y acá para la universidad como haces?

Participante: Traigo la comida pesada, traigo las coquitas con la comida lista y simplemente es calentar y comer.

Entrevistadora: Bueno eso es entre semana, ¿y los fines de semana como son?

Participante: Los fines de semana, es el descontrol como lo que sea si mi mamá prepara calentado de frijoles en el desayuno, como calentado de frijoles tamal lo que sea, fin de semana si como lo que sea, pero no dejo de entrenar siempre entreno, de lo que como pues lo quemo en el entrenamiento y me cuido durante la semana para poder hacer eso el fin de semana.

Entrevistadora: ¿Entrenas todos los días?

Participante: Todos los días descanso más o menos un día a la semana, pero ahí de vez en cuando la mayoría de veces no alcanzo y entreno entre una hora y media a dos horas.

Entrevistadora: Me decías que lo que más te gusta beber es el agua, y tienes alguna otra bebida

Participante: El H₂O, porque es agua que no tiene sodios, pues tiene un poquito de sodio no tiene azucares y pues el gas como que te da una perspectiva diferente porque uno se cansa de lo mismo, entonces el H₂O es como lo único de resto nada.

Entrevistadora: Teniendo en cuenta esas rutinas alimentarias que tú me cuentas, ¿En qué momento consumes las bebidas funcionales?

Participante: En la mañana.

Entrevistadora: ¿Tienes alguna hora?

Participante: Antes del desayuno y mis bebidas son de jugo verde y jugo rojo entonces lo vario, igual no lo tomo todos los días, sino lo tomo por ahí dos días a la semana y

digamos si el fin de semana estuvo muy cargado de comidas grasosa, hamburguesa y esas cosas lo tomo más.

Entrevistadora: Lo consumes más cuando comes grasas.

Participante: Exacto, porque eso te ayuda a liberar toxinas a limpiar la sangre entonces por eso lo hago para liberar todas las toxinas y las grasas que comí el fin de semana.

Entrevistadora: ¿Qué significa el agua en tu vida?

Participante: El agua es vida y el agua es salud.

Entrevistadora: ¿Sueles acompañar las bebidas funcionales?

Participante: No.

Entrevistadora: ¿Cómo es compartir con amigos o familiares de una bebida funcional?

Participante: Muy bien mi mamá, ella tiene cáncer entonces obviamente cuando le hacen quimioterapia y esas cosas se le bajan los glóbulos rojos en fin, digamos el jugo rojo le ayuda demasiado en eso también mi mamá toma jugo verde, jugo rojo conmigo si me queda un poquito ella se lo toma o preparamos para las dos.

Entrevistadora: Eso es con tu mamá y amigos.

Participante: No comparto mucho con amigos en ese aspecto porque siempre lo tomo en la mañana entonces en la mañana no estoy con amigos.

Entrevistadora: Pensado en tus padres, de pronto de que tu mamá tuviera cáncer, hubo una influencia para consumir las bebidas.

Participante: No, lo empecé a consumir por mi dieta, entonces mi dieta como te das cuenta a veces le hace falta grasa, la cantidad de proteínas y la cantidad de verduras a

veces retiene mucho el aparato digestivo entonces la manera de complementar como esa alimentación sin meter azúcares, sin meter grasas son como los jugos.

Entrevistadora: Bueno, ¿cuáles de las bebidas funcionales vistas en un medio publicitario has consumido?

Participante: La de cosecha únicamente.

Entrevistadora: ¿Qué piensas de la frase dime que bebes y te diré quién eres?

Participante: Cierta, si consumes alcohol tu cuerpo está dañado, tu cuerpo está mal, tu vida está mal, entonces ahí entiendes que estas mal, si eres una persona que toma té, que jugos verdes, que jugos rojos, que mucha agua te indica que ya eres una persona mucho más saludable y vas por otro camino.

Entrevistadora: Tienes algún recuerdo sobre las bebidas funcionales cuando las empezaste a consumir o como te enteraste.

Participante: Por las redes sociales, para mi ahorita el papel de las redes sociales en el medio en el que yo me muevo es todo, ahorita las redes sociales son el centro de atención por lo menos para el estándar que yo manejo entonces justamente por eso me entere de esas bebidas y por eso también las empecé a consumir obviamente con influencia de mi nutricionista, pero por esa parte es como el recuerdo.

Entrevistadora: Tú me dices que consumes jugo verde, ¿cómo es la bebida?

Participante: Lleva apio, espinaca, lleva pepino cohombro, lleva limón, lleva jengibre yo le pongo las cascara de la manzana verde, que más le pongo no me acuerdo creo que esas son como las principales

Entrevistadora: ¿La bebida roja que lleva?

Participante: La roja lleva moras, frambuesas, arándanos, lleva no me acuerdo esa de las ensaladas, remolacha eso.

Entrevistadora: ¿Cuánto te demoras en cada preparación?

Participante: Pico pongo todo a la licuadora colar y listo, eso se me va que como cinco minutos por mucho.

Entrevistadora: Bueno eso son los que tú preparas y los que consumes en cosechas cuales son.

Participante: Lo mismo el jugo verde y ahí uno que trae como yogurt griego no me acuerdo como se llama y también con remolacha por eso también lo consumo el de remolacha y el jugo verde, y ahí uno que se llama colibrí morado y trae todos los frutos rojos entonces ese también me parece interesante obviamente no le pongo azúcar, pero lo hago con yogurt griego que también tiene proteínas entonces me parece súper bueno.

Entrevistadora: ¿Cómo es esa experiencia en esos establecimientos?

Participante: Me parece genial, me parece que cosechas está muy bien estructurado en cuanto a su fachada me parece súper lindo, súper agradable en cuanto al servicio me parece chévere, me parece genial que prepare lo que te vas a tomar, de momento te vas a tomar un alimento fresco, me parece muy chévere.

Entrevistadora: Bueno me contabas que por influencia de nutricionista él que te aportaba.

Participante: Él es el que me da la dieta sobre los objetivos que tengo en el gimnasio, entonces obviamente como nutricionista y entrenador él tiene que suplementarme absolutamente en todo según el desgaste que yo tengo entonces obviamente por eso entra

los jugos para satisfacer las grasa, los azucares y los dulces etc, la fructosa que no me como en las otras comidas.

Entrevistadora: ¿Cómo ha sido ese cambio de consumir una bebida normal a una bebida funcional?

Participante: Es diferente, el sabor es diferente, sabes que estas consumiendo estas trayendo más nutrientes porque como es una combinación entonces mientras que te tomas un jugo de mora pues así tenga azúcar, estas tomando poquitas vitaminas mientras que te lo tomas de mora frambuesa fresa, arándanos bueno etc.

Entrevistadora: Escucha con atención las siguientes palabras y di lo primero que se te venga a la mente, nutrición.

Participante: Alimentación.

Entrevistadora: Bienestar.

Participante: Salud.

Entrevistadora: Prebiótico.

Participante: Salud.

Entrevistadora: Energía.

Participante: No se energía a través de energía

Entrevistadora: ¿Me podrías aportar algún conocimiento que tengas sobre las bebidas funcionales?

Participante: Bueno yo te puedo decir que una bebida funcional aporta nutrientes a tu aparato tanto como digestivo tanto reproductivo y tanto como vascular entonces mientras que tú te tomas una bebida estas ayudando a tu sangre a que libere toxinas, estas

ayudando a tu aparato digestivo a que elimine mucho más rápido las heces, estas eliminando esas toxinas que producen mal olor, producen estrés, me parecen súper saludables.

Entrevistadora: ¿Hace cuánto consumes una bebida funcional?

Participante: Aproximadamente unos seis meses, no hace mucho al igual mi dieta como te la cuento así estricta, la hago aproximada un año porque yo si llevo seis años casi siete años entrenando, pero como tal mi dieta así súper juiciosa súper estricta la hago hace un año.

Entrevistadora: ¿Qué te llevo a hacer esa dieta?

Participante: Las competencias, yo entrenaba como por mi hobby, por pasar tiempo porque me parecía genial por la parte de belleza, de verte mejor, de tener un cuerpo tal, pero a medida que me fui metiendo en ese medio fui conociendo las competencias del fisiculturismo y eso me encanta me enamore de eso y ya tome la decisión de competir, entonces para competir necesitas una asesoría profesional fue cuando entre a buscar mi entrenador y nutricionista y a partir de ahí fue que empecé a hacer el plan de alimentación de esa manera junto a las bebidas

Entrevistadora: ¿Tu familia que piensa?

Participante: En un principio fue súper difícil, porque obviamente de pasar de todos comer lo mismo a que tú seas el apartado de que no comes, que no sal, porque muchas veces cuando vas a competir te suspenden la sal, entonces es muy difícil para mi familia fue súper duro, mi mamá se puso súper brava, mi papá súper bravo que como se me ocurría que bueno que me estaba enloqueciendo y pues yo no sé, mi punto era que no

estaba haciendo nada malo que yo me estoy yendo por la salud entonces yo les decía prefieren eso o prefieren que llegue borracha, prefieren eso o prefieren que llegue aquí drogada, entonces como que ya ellos empezaron a caer en cuenta y cuando empecé a competir son los primeros que van allá en primera fila con pitos y pancartas gritando, entonces ha sido un proceso que al principio muy difícil pero ahorita ellos me apoyan.

Entrevistadora: ¿Tienes hermanos?

Participante: Tengo una hermana menor y un hermano mayor, pero mi hermano no vive conmigo vivo es con mi hermana menor.

Entrevistadora: ¿Y tú de alguna manera has influenciado a tus hermanos para que lleven una vida saludable y puntualmente sobre las bebidas funcionales?

Participante: Puntualmente sobre las bebidas funcionales no porque mi hermana dice que le da asco como esa combinación y pues vegetales ahí como que no le ve mucho agrado entonces pues como bebidas funcionales no, pero ella dice que como a futuro ella quiere que yo la entrene, entrenar conmigo que el cuerpo que esto que aquello, pero obviamente es pequeña entonces todavía no es el momento.

Entrevistadora: ¿Cuántos años tiene?

Participante: Va a cumplir quince.

Entrevistadora: ¿Tú de alguna manera has influenciado a tus amigos sobre la bebida funcional?

Participante: Si pues, justamente eso es parte de mi trabajo ser influenciadora en cuanto a mi red social para atraer gente de los productos que me suplementan tanto como mi estilo de vida, entonces tengo varios amigos de hecho Paola ella empezó a entrenar y a

llevar ese estilo de vida como a imitar y varios amigos del colegio me preguntan, me escriben, que como hago que, si les ayudo, entonces si me considero en esa parte.

Entrevistadora: ¿Qué significa alimentarse de manera saludable?

Participante: Alimentarse de manera saludable significa para mí estar feliz, cuando yo me alimento de manera saludable me siento feliz, me siento plena, me siento tranquila, siento que la alimentación juega un papel muy importante en la emoción y no permite que te dé como mucho estrés, cuando te alimentas de manera correcta.

Entrevistadora: Escucha con atención la siguiente frase y completa la frase como tú lo consideres.

Entrevistadora: En mis tiempos libres me gusta.

Participante: Entrenar.

Entrevistadora: Pienso que el deporte es.

Participante: Salud.

Entrevistadora: Cuando me siento triste o estresada busco.

Participante: Entrenar.

Entrevistadora: Cuando estoy en parciales me siento.

Participante: Uy estresada.

Entrevistadora: Estar en la Universidad para mí es.

Participante: Estrés

Entrevista No. 6

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus hobbies?

Participante: Bueno yo nado, practico Crossfit, juego voleibol de vez en cuando y también pues estoy trabajando pues ahorita en un gimnasio, entonces también estoy entrenando.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus hábitos de vida en general ósea no en alimentación sino tus hábitos de vida?

Participante: Tienden a ser muy saludables normalmente, como sin azúcar sin sal, tomo bastante agua, trato de estarme moviendo, trato de evitar mucho las comidas grasas, tratar de dormir bien, no tomo, entonces tiendo como a ser muy sana.

Entrevistadora: Cuéntame tu rutina alimentaria de lunes a viernes desde que te levantas hasta que te acuestas.

Participante: Digamos cuento con más o menos con siete comidas, recién me levanto me estoy tomando un batido.

Entrevistadora: ¿A qué hora te levantas?

Participante: Tres de la mañana o cuatro dependiendo si tengo personalizados tengo que venir a trabajar, normalmente lo que hago es cohombro, perejil a veces espinacas limón y kiwi en las mañanas me tomo ese licuado recién me levante ya por ahí a hora, hora y media estoy desayunando me estoy comiendo seis huevos, a veces como avena con papaya o algún tipo de fruta picada y leche de almendras o un jugo de naranja algún tipo de jugo también digamos que ahí está el desayuno, ya después cuando llego por aquí sobre las ocho o nueve estoy comiendo fruta picada con granola o un yogurt Griego con manzana verde, ya otra vez sobre las doce estoy comiendo, entonces digamos que ahí si como algo más fuerte digamos un sándwich o algo porque ya me da muchísima hambre,

el almuerzo sobre las dos o tres de la tarde proteína, verdura, el carbohidrato dependiendo si tengo o no entrenamiento o tengo algo más que hacer y ya y el jugo, sopa es muy de vez en cuando, ya después del entreno si como algo maní, yogurt y ya por la noche como tal la cena que vendría siendo la proteína y también la verdura, así de lunes a viernes.

Entrevistadora: ¿Y los fines de semana?

Participante: Bueno los fines de semana si cambia un poco la rutina porque digamos no madrugo tanto, entonces digamos ya el batido no lo consumo, los huevos baja ya no son seis o siete, me estoy comiendo dos o a veces ni siquiera consumo huevo y estoy comiendo arepa o algo así como pues como por lo que más se comparte más con la familia entonces pues tiende uno como a pecar más, lo mismo digamos en el almuerzo entonces a veces ya es como no es la pechuga asada sino frita o algo así entonces digamos que ahí si varia un poco pero igual la idea es tratar de no salirse mucho y digamos por ahí una vez cada quince días si es como el día que me permito comer como muchas cosas pero tampoco sin abusar no veinte donuts ni nada de eso pero si una donuts un brownie o algo así como darse uno como un gustico, pero si es una vez como al mes.

Entrevistadora: Cuéntame de tu familia con quien vives.

Participante: Vivo con mi mamá, con mi papá y mi hermano, mi mamá, mi papá de por si todos nos cuidamos mucho, es más porque mis papás ya están en esa época de donde todo les hace daño, entonces digamos igual cero azúcar, cero sal, los jugos pues también se hacen naturales tratamos de evitar el consumo de las gaseosas, el arroz también es integral o parbolizado, se trata de hacer las carnes no fritas sino asadas y así más o menos entonces todos nos cuidamos.

Entrevistadora: Pensando en tus padres ellos de alguna manera han ejercido influencia sobre las bebidas funcionales.

Participante: Sobre todo a mi mamá, mi mamá le ha gustado bastante lo referente a eso de hecho ella también toma muchos batidos constantemente o jugos esta en esa índole porque también a veces por trabajo o eso porque ella trabaja con prensas entonces está ocupada, entonces se toma su jugo y su bebida.

Entrevistadora: ¿Pensando en tus amigos ellos han tenido alguna influencia sobre las bebidas o tu sobre ellos?

Participante: Si, es mutuo porque a veces uno sale de entreno y vamos a pensar en algo para restituir y digamos el que yo siempre consumo es uno que trae coco, la leche de coco o algo con sustrato de coco porque le ayuda a uno a recuperar más fácil entonces digamos eso es uno y lo otro es cuando uno está como aburrido entonces no somos muy de vámonos a un bar una cerveza sino más de vamos y nos sentamos y normalmente siempre vamos a cosechas, porque es muy cercano tu donde vas encuentras y en esta zona si hay muchísimos.

Entrevistadora: ¿Qué significa agua en tu vida?

Participante: Es como un líquido vital al principio no me gustaba y era la que le huía y le huía, pero ya empezando a entrenar empecé a darme cuenta que era necesaria entonces estoy consumiendo casi dos litros porque creo que eso trae mi tarrito diario.

Entrevistadora: Pensando más en tu infancia, ¿Alguna vez tuviste contacto con una bebida funcional?

Participante: Digamos mi mamá nos hacía bastantes jugos, en la casa se hacía jugo de remolacha jugo con auyama.

Entrevistadora: ¿Cuáles eran los ingredientes?

Participante: Digamos mora y remolacha, entonces ese era uno que servían mucho y el otro era el de jugo de espinacas siempre ha estado en la casa con auyama creo, entonces digamos que ese tipo de cosas siempre han estado mi familia siempre ha sido y más porque ellos se crearon en el campo entonces digamos que ese tipo de comidas muy naturales también siempre influyen.

Entrevistadora: Veo que hiciste gestos eran feos.

Participante: No es que la auyama no me gusta entonces por eso la espinaca si me gusta, pero la auyama no entonces pues la auyama casi no se utiliza mucho en los batidos siempre es más como las partes verdes frutas verdes.

Entrevistadora: ¿Alguna vez has preparado bebidas funcionales?

Participante: Si en la mañana digamos tengo esa o el de remolacha ese sigue siendo parte de la vida porque mi mamá está enferma tiene un problema con defensas entonces digamos se trabaja remolacha, las moras, las fresas, los arándanos entonces digamos que eso se trabaja.

Entrevistadora: ¿Sueles acompañar una bebida funcional?

Participante: No, realmente siempre es solo, fue una vez en una tienda con una torta de babano y nueces, pero fue una vez igual no me gusta porque las bebidas funcionales pesan también, entonces como que quedan muy pesado.

Entrevistadora: ¿Cuál bebida era cuando compartiste con tus amigos?

Participante: Creo que fue un jugo de, fue algo rojo creo que era sandía entonces era muy fácil para mezclarlo.

Entrevistadora: ¿Cómo es un compartir con amigos la experiencia?

Participante: Bueno pues el compartir con mis amigos es de risas es muy relajado es estar tranquilo de hecho la forma como de contarnos los problemas como salir de la rutina del trabajo, entonces pues es una ventaja porque pues es de dispersión más que otra cosa.

Entrevistadora: ¿Hay motivos de encuentro en específico para compartir una bebida funcional?

Participante: A veces los viernes que salimos y nos queda fácil en Cosechas y nos vamos para allá es como ya la carga de la semana entonces como para desestresarnos.

Entrevistadora: ¿Aproximadamente cuantos amigos son?

Participante: Como cuatro, somos cuatro.

Entrevistadora: ¿Y qué hacen tus amigos?

Participante: Los otros dos trabajan en oficina y la otra persona trabaja también en un gimnasio.

Entrevistadora: ¿Cómo fue esa experiencia de consumir en Cosechas?

Participante: La atención ha sido buena, en precios pues también no es muy costoso pues tampoco podemos decir que es barato y es chévere porque te están ofreciendo muchas bebidas y también bastantes endulzantes y varias bases, aunque pues ahorita solo tienen la de yogurt y helado creo que es, pero igual tú vas a otros lados y es como agua

no más, pues digamos que eso también le está dando una variedad y pues siempre los va mezclando entonces te permite tener como sabores nuevos

Entrevistadora: ¿Qué otros lugares?

Participante: Pero no se me el nombre como fruta algo que es ahí como por la 72 no me gusto la atención y tampoco la preparación.

Entrevistadora: Jugos-Manía

Participante: Creo que sí es uno que esta por acá, y la preparación no me gusto porque no lo dieron como a medio licuar, entonces no sé si era porque estaba muy lleno eso, pero entonces y el pedazo de fruta y el pedazo de fruta entonces como que ya era maluco.

Entrevistadora: ¿Hay otro diferente?

Participante: No siempre buscamos en Cosechas y lo que te digo ya tiene puntos entonces así es más sencillo llegar.

Entrevistadora: ¿Cómo ha sido el cambio de consumir una bebida normal por ejemplo un jugo de mora por una bebida funcional de frutos rojos?

Participante: Primero la cuestión del azúcar y todo eso porque muchos de los lugares ya los venden con azúcar entonces pues es súper maluco, segundo que por lo menos sabemos que son frutas que de verdad son frutas que no son como Frutiño y lo otro es que tú te sientes como más hidratado si uno siente la diferencia de tomarse un agua a tomarse ya un jugo de verdad, porque se siente más hidratado.

Entrevistadora: ¿consumes el de frutos rojos?

Participante: Batido que trae coco piña y fresa o banano y fresa.

Entrevistadora: Escucha con atención las siguientes palabras y di lo primero que se te venga a la mente, nutrición.

Participante: Vegetal.

Entrevistadora: Bienestar.

Participante: Sonrisa.

Entrevistadora: Salud.

Participante: Correr.

Entrevistadora: Energía.

Participante: Un rayito

Entrevistadora: Prebiótico.

Participante: Algo verde, como en un yogurt

Entrevistadora: ¿Qué piensas de la frase dime que bebes y te diré quién eres?

Participante: Que es muy cierta realmente si es una persona que está tomando tequila o está tomando cerveza constantemente es una persona que es problemática que su salud se ve afectada que su cara también se ve apagada sus dientes también lo notan en cambio las personas que son muy sanas que solo están tomando agua y eso son más vitales les brilla la piel, no se enferman tan rápido, generan defensas más altas y así.

Entrevistadora: De las bebidas funcionales vistas por algún medio publicitario ¿cuáles has consumido?

Participante: No de hecho son, de las cuales perdón de las vitales.

Entrevistadora: No, tú me dices Cosechas lo has visto en un medio publicitario

Participante: Lo que ellos manejan digamos en las entradas los volantes que dan, pero de resto no.

Entrevistadora: Desde tu profesión, ¿Qué conocimientos nos puedes aportar sobre las bebidas funcionales?

Participante: Que son unas bebidas que te están dando un tipo de nutrición y te están aportando algo más que un agua, además que cuando uno hace ejercicio pierde mucho sales y minerales y vitaminas y muchas de esas sales se encuentran en la fruta y esos están hechos en fruta, también los lácteos los necesitamos y ellos también los manejan la cuestión del azúcar es algo que es muy bueno, porque el azúcar es malo para el cuerpo y ellos no manejan azúcar sino tienen otros tipos de endulzante o a veces si quieres lo pides sin endulzante eso también es bueno.

Entrevistadora: Desde tu campo de acción, el gimnasio en este caso ¿Has recomendado bebidas funcionales?

Participante: Los batidos verdes son los que más se utilizan porque son personas que están en un proceso de baja de peso entonces un batido verde siempre va acompañando mucho estas dietas.

Entrevistadora: ¿En algún momento algún especialista puede ser doctor, colega tuyo, nutricionista te ha recomendado las bebidas funcionales?

Participante: Directamente a mí no, pero si he escuchado de dietas basadas en batidos.

Entrevistadora: ¿Cómo son esas dietas?

Participante: Digamos que son batidos solo verdes durante dos comidas, por ejemplo, también he escuchado unas para el tratamiento del cáncer que se consumen una o dos

veces al día, pues he escuchado que en estudios son muy buenas, yo vivirlos no los he vivido, pero son buenos en estudios.

Entrevistadora: ¿Con que frecuencia consume las bebidas funcionales?

Participante: Yo creo que semanalmente estoy consumiendo uno o dos.

Entrevistadora: ¿En la mañana?

Participante: En la mañana el que hago en la casa, pero los que compro afuera uno o dos.

Entrevistadora: ¿Y a qué hora?

Participante: En mi casa dos, tres o cuatro de la mañana, pero afuera si digamos en las horas de la tarde a veces a las cinco o seis de la tarde ya cuando estamos saliendo de toda la rutina.

Entrevistadora: ¿Qué significa alimentarse de manera saludable?

Entrevistadora: Tener una comida balanceada es decir que todos los nutrientes que tiene también la naturaleza porque a veces la gente no come carbohidratos o no come proteína y pues realmente el cuerpo necesita de todo entonces tiene que ser más que saludable es balanceada.

Entrevistadora: ¿Cómo defines tu estilo de vida?

Entrevistadora: No es la más sana porque a veces uno tiene pecaditos, pero si realmente me considero muy sana en muchos aspectos no fumo, no tomo, los carbohidratos son controlados, el azúcar ya no consumo mucho, fruta consumo mucho entonces digamos tiende a ser un poco más saludable.

Entrevistadora: Escucha con atención la siguiente frase y di lo primero que se te venga a la mente.

Entrevistadora: En mis tiempos libres me gusta.

Participante: Entrenar.

Entrevistadora: Pienso que el deporte es.

Participante: Bueno.

Entrevistadora: Cuando me siento triste o estresada busco.

Participante: Moverme o entrenar.

Entrevistadora: Para mi estar en el trabajo es.

Participante: Un goce.

Entrevistadora: ¿Respecto a cosechas te sabes los nombres de los sabores y que has consumido?

Participante: Sé que hay una tortuga verde, ahí una mariposa o así ellos tienen muchos nombres como de animalitos en uno y en los otros son como uno que se llama menstrual no me acuerdo cosas así, pero realmente no, colibrí morado esos son como los que me acuerde del resto no.

Entrevistadora: ¿Y qué has consumido?

Participante: Esos son los que he consumido el de coco que no me acuerdo el nombre siempre le digo a la señora el de coco con banano y ella ya sabe cuál es, los de jengibre y eso que son los verdes también los he consumido, una vez probamos uno que fue con café que me gusto, si realmente es como variado bastante la carta.

Apéndice E. Nota de campo de Técnica observación participante

Observador: Laura Ximena Chicuazuque Briceño

Lugar: BENEFIT

Fecha de observación: Mayo 10, 2017 Hora: de 10:00 am a 12:00 m

Fecha de transcripción: Mayo 12, 2017 Hora: de 2:00 pm a 4:00 pm

Hechos observados	Análisis e interpretación
<p>Ubicación:</p> <p>Se ubica dentro de la universidad Santo Tomás en la Sede Doctor Angélico en el primer piso, cerca de la cafetería, es una especie de chaza donde en su parte frontal cuenta con un aviso luminoso y una cenefa con los productos que ofrece con sus respectivos precios, a un lado del establecimiento hay una ventanilla de igual manera de atención al público, ya que al lado están ubicadas cuatro mesas con parasol en madera. Dentro del establecimiento se define claramente la sección de: despacho de los alimentos, la preparación, de refrigeración, de almacenamiento y el punto de pago (caja registradora). En el mostrador hay empanadas hojaldradas, galletas de avena, sándwiches y algunos snacks (papas, platanitos), algunos productos están protegidos con vinipel y otros con recipientes transparentes de plástico y de vidrio;</p>	<p>El lugar es ordenado cuenta con las normas mínimas de higiene y salubridad, las personas que brindan el servicio cuentan con su uniforme, gorro y tapabocas, tienen un trato amable y cordial con los clientes, el proceso de compra consiste en elección del producto, pago, preparación y entrega.</p>

seguido del mostrador hay un refrigerador abierto en el que se encuentra yogurt, jugos naturales, salpicón, fruta picada, botellas de agua, quesos, avenas y algunos otros lácteos de la marca Alpina. En la sección de preparación y almacenamiento hay un mesón con su respectiva lava platos y dos mesas donde se encuentra una licuadora, una nevera, una gaveta de madera donde guardan productos como la granola y cereales, una sandwichera, un horno microondas y una zona de almacenamiento de empaques.







Situación:

Se observa que la mayoría de las personas no necesitan ver el menú para pedir, sin embargo en algunas ocasiones se preguntaba por el precio de algunos productos que se estaban a la vista, el tiempo de entrega que cada producto es entre tres y cuatro minutos, en esos momentos hay tiempos de silencio o algunos hablan entre ellos.

Por otra parte se observa que el modo pago las personas de traje formal pagan con billetes de denominación superior a \$10.000, mientras que las personas más jóvenes, en este caso en su mayoría estudiantes de la universidad Santo

Los participantes ejecutivos iban a comprar en grupo, no necesitaban preguntar el precio del producto, realizaban ordenadamente una fila, para la compra y consumo del producto, no había mucho dialogo entre ellos, el poco que había trataban temas de trabajo y familia, en cuanto los estudiantes había más individualización, no hacían la

<p>Tomas y vestidas informalmente pagan con sencillo.</p> <p>El retrato humano de los participantes, se podrían clasificar en dos el ejecutivo y el estudiante. Por un lado el ejecutivo en su mayoría mujeres, viste traje formal, en una edad entre 35 a 45 años de edad, estatura media alta; las mujeres con vestido elegante y hombres con corbata y vestido de paño. Por otro lado los estudiantes vestían en traje informal (jean y tenis) en su mayoría eran mujeres.</p>	<p>fila ordenadamente para la compra y consumo de los productos, se preguntaba mucho el factor precio, en oportunidades hubo estudiantes que preguntaban y se iban sin comprar algún producto.</p> <p>Las mesas que están a disposición al lado del establecimiento, no las usaba los consumidores, sino estudiantes que llegaban a consumir productos comprados en otros lugares o a jugar juegos de mesa (parqués y uno).</p> <p>El tiempo con mayor afluencia de personas era entre las 11 de la mañana y 12 del mediodía.</p>
---	---

	Las bebidas que más se vendían era la de mora y fresa, además de las empanadas y yogurt.
--	--

Reflexiones

Preguntas:

¿Qué tipo de bebidas ofrece?

RTA: Hay zumos como de naranja, Slim pineapple, verde vital, rojo vital y veggie tangefine y también hay Smoothies de zanahoria, mango o guayaba

¿Qué precio tienen estas bebidas?

RTA: pues nosotros ofrecemos dos presentaciones mediana y grande y dependiendo de la cantidad de ingredientes que se utilicen y el proceso de preparación se coloca el precio, por ejemplo en los vasos medianos puede estar en \$4.000 y los grandes \$5.000 y van aumentando como te decía según la preparación.

¿Cuáles son las bebidas que más se venden?

RTA: fresa y mora

¿Cuántas personas trabajan acá?

Siempre estamos dos atendiendo, pero en total somos cuatro y nos rotamos y nuestra jefe trabaja de diez de la mañana hasta las por ahí las dos de la tarde

¿Por qué compra acá?

RTA: Es rico y saludable

¿Viene seguido a comer acá o es la primera vez?

RTA: Si me gusta lo que ofrecen y es saludable.

¿Qué le gustaría que cambiara de acá?

RTA: pues, eee, creo que el tiempo para que entregan el producto, se me hace muy demorado, porque uno solo tiene como cinco minutos entre clases y clases para comer algo.

Aportes a la construcción teórica:

La evaluación de los hábitos ha sido muy variable a través del tiempo, cada día las exigencias de los consumidores se dirigen más a la búsqueda de nuevos productos con propiedades funcionales que puedan proporcionar un valor nutritivo y otros componentes con actividad fisiológica.

Tanto jóvenes como adultos tienen la accesibilidad al conocimiento para tener una dieta sana, por lo que son otras las razones por las cuales presentan la mala nutrición, considerándose los hábitos alimentarios y no precisamente la falta del conocimiento.

Otras razón radican en que en la actualidad, debido a la carga laboral, el tráfico, entre otros aspectos; el comer se volvió un hábito que se hace de manera inmediata y fuera de casa (Fischler, 1995) y esto unido a las ofertas excesivas de alimentos; la comida rápida, se ha convertido en un determinante fuerte a la hora de elegir que consumir y la experiencia multisensorial que surge alrededor de este tipo de comidas es única, ya que el comensal busca saciar su hambre, sin tener en cuenta aspectos como la nutrición, ya que lo que prevalece es el factor precio.

Observaciones generales:

Se ofrecen una variedad amplia de productos y las bebidas tienen nombres originales y en su

mayoría combinados con el idioma inglés.

Se observa una fidelización por estos productos, en especial en mujeres.

