

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS



**HÁBITOS, ESTILOS DE VIDA Y PRÁCTICAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS
SALUDABLES EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE BOGOTÁ**

ELABORADO POR:

Liliana Catalina León Medina

PRESENTADO A:

Samir Ricardo Neme Chaves

BOGOTÁ D.C. Febrero de 2017

TABLA DE CONTENIDO

1. Planteamiento del problema	3
2. Pregunta problema	4
3. Justificación.....	5
4. Marco Teórico y conceptual.....	7
5. Triangulación Teórica.....	17
6. Planteamiento Metodológico	18
7. Método de investigación cualitativa.....	19
8. Categorías de estudio.....	20
9. Mapeo.....	21
10. Muestreo.....	22
11. Técnicas y herramientas de recolección.....	23
12. Consideraciones Éticas	24
13. Resultados.....	25
14. Discusión.....	29
15. Conclusiones.....	32
16. Referencias.....	33
17. Anexos.....	37

Introducción

La alimentación es uno de los factores que con más intensidad condiciona no sólo el bienestar físico, sino la salud, el rendimiento y la productividad de la persona, contribuyendo al desarrollo y futura mejora de las colectividades (Contreras, 1995), es por ello que una buena alimentación es la clave para tener un excelente desempeño de las actividades que se realizan diariamente, resaltándose que a la hora de realizar la compra de los alimentos, estos deben ser ricos en proteínas, vitaminas y minerales que aportan nutrientes para tener una vida más longeva.

La presente investigación se enfoca en estudiar los hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de Bogotá con edades que oscilan entre los 18 y 30, donde se abordarán las siguientes categorías que servirán como guía en la investigación: Alimentos saludables, hábitos alimentarios, estilos de vida, prácticas de compra y consumo y conocimiento de marca.

Inicialmente es importante traer a colación el cambio de mentalidad de los consumidores con respecto a adquirir hábitos de alimentación saludable, un ejemplo claro que evidencia este caso son los jóvenes los cuales se preocupan desde muy corta edad por consumir alimentos naturales, detenerse a examinar y leer la etiqueta de los productos buscando elegir productos que no tengan químicos o sustancias que sean nocivas para la salud.

Desde el punto de vista del marketing una de las opciones que tienen las empresas de producción de alimentos para retener a los clientes consiste en preocuparse por la salud de los consumidores, poniendo en marcha diferentes estrategias para conectarse con los consumidores que buscan alimentos saludables, tal es el caso de marcas como Quaker, Bimbo y Gourmet que han desarrollado productos saludables (Hoyos, 2016), por lo tanto es necesario profundizar sobre los gustos, preferencias, estilos de vida de los jóvenes, entre otras características que permitan conocer a los consumidores jóvenes que se preocupan por tener hábitos de compra y consumo de productos saludables.

1. Planteamiento del problema social de consumo y mercado

La creación de productos especialmente en el sector de alimentos requiere de una inversión en investigación para conocer los gustos y preferencias de los consumidores, que va de la mano con la psicología del consumidor, sociología y antropología, ciencias que son indispensables para estudiar el comportamiento y los nuevos hábitos de los consumidores que van cambiando en el transcurso del tiempo, debido a que los productos cada vez tienen un ciclo de vida más corto.

En principio es importante reconocer que un alimento saludable es comprendido como aquel tipo de alimento que permite alcanzar y mantener un funcionamiento óptimo del organismo, conservar o restablecer la salud, disminuir el riesgo de padecer enfermedades, acompañado de una completa y equilibrada alimentación Carcamo y Mena (2006). Es válido decir que estamos ante

un cambio de mentalidad en lo respectivo a la forma como las personas se alimentan, primero por razones culturales y otra por estilos de vida adquiridos desde muy jóvenes, generando oportunidades para el desarrollo de nuevo portafolio de productos en todo lo que abarca alimentos saludables, por esta razón este estudio busca orientarse a conocer las prácticas de consumo, hábitos y estilos de vida que llevan a la compra y consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios. En este orden de ideas, la pregunta de investigación que orienta al trabajo es:

2. Pregunta problema de investigación

¿Cuáles son los hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables de jóvenes universitarios de 18 a 30 años de la ciudad de Bogotá durante el segundo semestre del año 2016?



Figura1: árbol de problemas. Fuente de elaboración propia.

3 Justificación del problema de investigación

Los alimentos saludables actualmente están teniendo mayor protagonismo, debido a que los consumidores se están preocupando cada vez más por la apariencia física y salud, por esta razón muchas empresas se están interesando por satisfacer esta necesidad al incorporar en el mercado productos ricos en vitaminas y minerales, los cuales proporcionan beneficios al organismo, contribuyendo de esta manera a la salud y el bienestar de cada consumidor saludables.

En términos generales los alimentos saludables son aquellos que se encargan de aportar nutrientes, vitaminas para realizar las actividades diarias, (FAO, 2000) los profesionales en marketing deben estar completamente informados sobre los gustos, preferencias de los consumidores, temas que son indispensables a la hora de realizar investigación de mercados, convirtiéndose el proyecto en un soporte para conocer a profundidad a los consumidores universitarios que se preocupan por tener hábitos saludables.

En la actualidad, las preferencias de los consumidores están cambiando y cada vez se están preocupando por comprar y consumir productos saludables que le ayuden a tener buena salud, todo esto ligado a los hábitos, estilos de vida y la preocupación por la apariencia física (Nielsen, 2015; Euromonitor, 2016; Portafolio, 2016)

Hoy en día existe interés en la relación entre dieta y la salud, donde es evidente la preocupación de las personas en llevar un estilo de vida saludable, por medio de acciones como las son: disminuir las porciones de harinas, tomar agua, hacer ejercicio, disminuir el contenido de sal y azúcar entre otros métodos que son adquiridos dependiendo del lugar donde habite la persona. Por ello este estudio busca como futuro profesional en Marketing fortalecer habilidades investigativas aportando conocimiento a la línea de investigación de la facultad de mercadeo que está orientada en el conocimiento profundo del consumidor y de los mercados, a través del estudio de hábitos, prácticas de consumo de alimentos saludables, y estilos de vida en jóvenes universitarios de la ciudad de Bogotá, generando así datos confiables que sean de aporte para toda la comunidad académica e investigativa, y de base para la formulación de estrategias de Marketing.

Desde una perspectiva social, los consumidores podrán conocer a través de esta investigación el estilo de vida, hábitos de consumo de alimentos, preferencias alimenticias y marcas que ellos categorizan como saludables.

Lo nombrado anteriormente se puede convertir en una oportunidad de negocios resaltando que los consumidores se están preocupando por su apariencia física y consumir productos que sean saludables para su organismo, además iniciativas de marcas como Kellogg's, Danone, Nestlé, Bimbo entre otras (Pickers & Cervantes, s.f.); además la ola natural y saludable está generando un incremento en ventas en este tipo de alimentos y poder satisfacer las necesidades de estos individuos que cumplen con el perfil descrito anteriormente.

Un estudio de Euromonitor en 2015 titulado *young women's health: Global Attitudes Toward Health, Fitness and wellbeing among the under 30 and market impact* demuestra que la obesidad femenina es particularmente alta en los E.E.U.U. 43% y el México el casi el 40%, respectivamente, en 2014, mientras en Japón y la India, el 3%, Cifras que demuestran la forma incorrecta de alimentación que se han llevado en la cultura americana y mexicana, es por ello que el trabajo de investigación que se está desarrollando nos permite identificar hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo que serían indispensables estudiar para comprender si en Colombia se podría presentar hábitos alimenticios similares.

Temas que son de gran relevancia y aportes para profesionales en Marketing que estén en el campo alimenticio, identificar variables como hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo se convierten en ejes primordiales para conocer más a fondo a los consumidores y el mercado, e identificar el ambiente cultural en el cual se desenvuelven, gustos, preferencias facilita la aceptación de los productos por parte de los consumidores que buscan alimentarse de una forma sana.

Según (Vallejos, 2016) las personas argumentan que no tienen el suficiente tiempo para preparar un buen desayuno, convirtiéndose la variable tiempo en un factor determinante para no adquirir hábitos de consumo saludables y optar por consumir alimentos no preparados en casa. La situación presentada se relaciona con la muestra seleccionada debido a que el tiempo influye considerablemente para los jóvenes universitarios, los cuales tienen que modificar sus hábitos, horarios de alimentación por razones de horario de clase.

4. Marco teórico y conceptual

CAMBIO DE CONDUCTA ALIMENTARIA Y ALIMENTOS SALUDABLES

La ciencia de la alimentación ha evolucionado considerablemente en los últimos años, y hoy en día se sabe con mayor exactitud, qué alimentos ofrecen una mejor vitalidad, y cuáles son altamente perjudiciales para la salud, demostrándose poco a poco el cambio de conciencia para adquirir hábitos más saludables desde muy corta edad.

Resulta necesario comprender qué factores afectan a la elección de los alimentos, donde el primer factor impulsor es el hambre, el apetito y el sentido del gusto resaltando que lo que se decide comer no está determinado únicamente por la necesidad fisiológica, donde El "sabor" resulta ser una y otra vez uno de los factores que más influyen en la conducta alimentaria. En realidad, el "sabor" es la suma de toda la estimulación sensorial que se produce al ingerir un alimento. En dicha estimulación sensorial está englobado no solo el sabor en sí, sino también el aroma, el aspecto y la textura de los alimentos. Se cree que estos aspectos sensoriales influyen, en particular, sobre las elecciones espontáneas de alimentos (EUFIC, 2015), en el documento mencionado anteriormente trae a colación el siguiente planteamiento donde afirma que desde una edad temprana, el sabor y la familiarización con los alimentos influyen en la actitud que tenemos hacia estos. Se consideran inclinaciones humanas innatas el gusto por lo dulce y el rechazo de lo amargo, que están presentes desde el nacimiento. Según la página web de European Food International Council traen a colación que las preferencias por sabores concretos y las aversiones por determinados alimentos van surgiendo en función de las experiencias de cada persona, y además, se ven influenciadas por nuestras actitudes, creencias y expectativas (EUFIC, 2015)

Sin duda, el coste de los alimentos es uno de los principales factores que determinan la elección de los alimentos. El hecho de que el coste sea prohibitivo o no depende fundamentalmente de los ingresos y del estatus socioeconómico de cada persona. Los grupos de población con ingresos bajos muestran una mayor tendencia a seguir una alimentación no equilibrada y, en particular, ingieren poca fruta y pocas verduras (EUFIC, 2015). No obstante, el hecho de disponer de acceso a mayores cantidades de dinero no se traduce, por sí mismo, en una alimentación de mayor variedad y alto valor nutricional.

La accesibilidad a las tiendas es otro factor físico importante que influye en la elección de alimentos, y depende de recursos tales como el transporte y la ubicación geográfica. Cuando están disponibles dentro de pueblos y ciudades, los alimentos saludables tienden a ser más caros que en los supermercados de las afueras (Donkin, Dowler, Stevenson & Turner 2000). No obstante, el hecho de aumentar el acceso, por sí solo, no es suficiente para que se consiga incrementar la compra de frutas y verduras, que siguen siendo consideradas por la población en general como prohibitivamente caras (Dibsdall, 2003, citado en EUFIC, 2015).

Gracias a las distintas investigaciones realizadas llevan a cuestionar el papel de la industria de alimentos donde por varios años se ocultó a través de informaciones, mitos falsos que hacían

creer que al consumir alimentos de origen animal tenían que ser indispensable para la salud del ser humano, generando un nuevo planteamiento sobre esta cuestión, según la organización mundial de la salud, corroboró y despejó el cuestionamiento al respecto al publicar informes donde califica la carne como cancerígena para los seres humanos. (OMS, 2002)

Según la Asociación Médica Americana señalo que el 90% de las enfermedades del corazón pueden ser prevenidas con una dieta vegetariana, exponiendo además que las personas que consumen alcohol y fuman se convertían en la principal causa de mortalidad en Europa, EEUU Australia y otros países, (Naranjo, 2015) generando preocupación a los gobiernos en generar políticas públicas que beneficien a la población.

En definitiva las diferentes investigaciones que se han realizado son de base para comprender el cambio de conducta alimentaria tanto de jóvenes como de adultos, instituciones como la OMS, la Asociación Médica Americana se convierten en predictores de la conducta de algunos consumidores que se encuentran indagando sobre qué alimentos son sanos y cuales son nocivos para la salud resaltando que cada vez los consumidores cada vez están más informados.

La primera nación que se encuentra escrita respecto a la información nutricional se encuentre en época de los babilonios en 1972 a.c. aproximadamente donde se comienza a hablar sobre los múltiples beneficios de las frutas, hortalizas y las verduras, resaltando la ventaja de consumir este tipo de alimentos, en ese mismo orden de ideas Lind (1740) logró descubrir que los cítricos podrían prevenir enfermedades como el escorbuto, este hallazgo se originó debido a que los marineros consumirá bastante frutas durante su travesía y demostrando mejorar en su calidad de vida, lo cual refleja cómo estos hallazgos ayudaron a fortalecer la base conceptual de los alimentos saludables. (FAO, 2002)

Es importante traer a colación la situación que se presentó en Japón en el año de 1984, donde se generó la preocupación por adquirir hábitos de alimentación saludables con el propósito de mejorar la salud y reducir el riesgo de contraer enfermedades; esto se originó por la gran preocupación de las autoridades sanitarias Japonesas principalmente por preservar una mejor calidad de vida a su población cada vez más longeva (Álvarez y Álvarez, 2009) lo cual permite fortalecen el bagaje histórico de los alimentos saludables, creándose el interés por parte de los gobiernos por brindar una mejor calidad de vida a su población. La ciencia de la alimentación ha evolucionado considerablemente en los últimos años, y hoy en día se sabe con mayor exactitud, qué alimentos son beneficiosos para la salud y cuáles no tanto, para poder evaluar cuáles productos ofrecen mayores beneficios para la salud y cuales hay que reducir su consumo como es el caso de la sal, azúcar, dulces entre otros demostrándose una alta preocupación por parte de la industria de alimentos en producir alimentos que aporten nutrientes, vitaminas a sus consumidores.

Según un estudio de la corporación ganadera costarricense sobre hábitos del consumo de carne en Costa Rica concluye que una de las razones por las cuales la población no consume carne, se debe a que no les gusta, seguido por alguna indicación médica. Se determinó que el mayor sustituto de la carne bovina es la carne de pollo, seguida por la de pescado demostrándose que los cambios

de alimentación de las personas son influenciados por personal involucrado en el área de la salud (CORFOGA, s.f.)

A través de las distintas investigaciones que se han encontrado son de gran base para comprender el cambio de conducta alimentaria tanto de jóvenes como de adultos, instituciones como la OMS, la Asociación Médica Americana se convierten en predictores de la conducta de consumidores que se encuentran indagando sobre qué alimentos son sanos y cuales son nocivos para la salud.

Los alimentos saludables son comprendidos según la Asociación Española de Dietistas Nutricionistas como aquel tipo de alimento que permite alcanzar y mantener un funcionamiento óptimo del organismo, significa elegir una alimentación que aporte todos los nutrientes esenciales para que generen la energía suficiente que necesita la persona para mantener una vida sana y longeva. (Basulto, Manera, Baladia, Miserachs, Pérez, Ferrando, Amigó, Rodríguez, Babio, Mielgo-Ayuso, Roca, San Mauro, Martínez, Sotos, Blanquer, Revenga., 2013)

Diversos estudios han evidenciado la buena actitud que tienen las personas sobre alimentos saludables, a los que, por sus supuestos beneficios para la salud, está convirtiendo en un valor social Meléndez, L; González, C; Alcarez- Dardet. (2013). Fischer (1990) resalta que el consumo de alimentos está estrechamente relacionado con los aspectos socio antropológicos relacionado con las tradiciones, lo cual se convierte en un valor simbólico y un punto de referencia para consumir determinados alimentos.

Ni en el campo de la seguridad alimentaria ni en el de la nutrición se ha investigado suficientemente para mejorar la comprensión de las actitudes de los consumidores (Gibney, 2004). Lo mencionado anteriormente lleva a deducir que es un campo que necesita ser estudiado con mayor profundidad por parte de la ciencia de la salud y así servir como soporte para el marketing con el fin de diversificar el mercado de productos saludables.

HÁBITOS ALIMENTARIOS Y ESTILOS DE VIDA

Según el artículo titulado “estilos de vida y alimentos”, define los hábitos alimenticios como patrones rutinarios que van ligados al consumo de alimentos, involucrando un factor importante que es la elección, en el cual la persona organiza y orienta toda su conducta cotidiana (Álvarez y Álvarez, 2009), lo nombrado anteriormente significa que el hábito se convierte en una rutina de consumo que en ocasiones pueden llevar a cambiar la razón de compra y consumo de este tipo de alimentos.

El hábito es definido como el modo de conducta adquirido, es decir una reacción aprendida que supone la tendencia a repetir y a reproducir ciertas acciones bajo las mismas circunstancias, la formación del hábito es el aprender a percibir, a imaginar, recordar, a sentir, a pensar o actuar en formas particulares bajo circunstancias especiales (Kelly, 1982), lo nombrado anteriormente resalta que el hábito es adquirido dependiendo del contexto y ambiente cultural el cual se desenvuelva la persona y se convierte en una costumbre de por vida.

Una de las principales características de los hábitos alimentarios es que no son inmutables ya que son también esquemas de comportamiento modificables, abiertos al cambio a través de todas las potencialidades que ofrece la vida cotidiana. (Delormier, Frohlich, & Potvin, 2009). Demostrándose que el hábito se aprende desde una edad muy temprana que puede ser modificable dependiendo del entorno al cual se ha ido adaptando. El contexto social es determinante en la medida que puede desencadenar una evolución notable en los hábitos alimentarios de los ciudadanos (Cantarero, 2012), resaltándose que el hábito se ha ido condicionando dependiendo de la región, cultura en la cual se habita.

Según el manual de la alimentación hábitos saludables para crecer sanos y aprender con salud, afirma que los hábitos alimentarios son el resultado del comportamiento de las personas en el momento de preparar y consumir los determinados alimentos como una parte de sus costumbres sociales, culturales y religiosas, y que están influenciados por múltiples factores culturales, geográficos y socioeconómicos, que se comienzan a ser formados desde el momento del nacimiento y se desarrolla durante la infancia y en la adolescencia (FAO, 2000) es por ello que desde pequeños la educación alimentaria se convierte en la base para preferir o generar aversión a determinados alimentos.

Teniendo en cuenta Fischler, (1990). “En el hábito hay una familiaridad al consumir un alimento que aumenta la aceptabilidad de este, siendo cierto que algunas preferencias o aversiones gustativas son innatas y reversibles, también es importante la variabilidad de costumbres alimentarias que consumen los grupos humanos en ciertas regiones del mundo y la adaptabilidad que se ha tenido en el transcurso de la historia donde el hombre se ajusta al entorno en que habita” (p15), de acuerdo a esto las personas siempre estarán ligadas a ciertas preferencias y aversiones gustativas de acuerdo a las costumbres que tenga la persona, adaptándose a la cultura en la que se encuentre.

Por esta razón, al momento de analizar los hábitos de una persona a través de la categoría de estilos de vida permitirá conocer si el ámbito genera un orden simbólico que conduce las decisiones de las personas en la elección, compra y consumo de productos y servicios. (Douglas, & Isherwood, 1979), el consumo de alimentos es una categoría fértil porque permite articular la esfera pública y la privada, entender cómo las personas dentro de los cauces que le ofrece la sociedad mantienen su propia identidad en su conducta alimentaria (Álvarez & Álvarez, 2009)

Según (Álvarez y Álvarez, 2009). Definen el estilo de vida son una serie de pautas o conductas que son seguidas por un grupo en particular que conciben en su forma de vivir, emplear su tiempo libre, hobbies, gastar su dinero entre otras, esto conlleva a que la vida es un conjunto de patrones que estructuran a la sociedad que está en constante cambio.

En el estilo de vida están vinculados hábitos, valores, actitudes, tendencias, consumos entre otras, definida como "un conjunto de prácticas más o menos integrado que un individuo adopta no sólo porque satisfacen necesidades utilitarias, sino porque dan forma material a una crónica concreta de la identidad del yo" Beck, Guiddens y Lash (1997 citado en Águila, 2004), esto nos da a entender que las personas siempre estarán estructuradas por diferentes conductas orientadas siempre a satisfacer cierta necesidad sea para reducir el riesgo de padecer una enfermedad futura o una dieta que está llevando para conservar su apariencia física.

El estudio titulado Estilos de vida y alimentación de Luis Munárriz trae a colación el siguiente planteamiento, la comida es una parte importante del estilo de vida y por consiguiente una categoría que también permite entender y anticipar la conducta alimentaria. Influye de manera directa en la forma de comer, en lo que se come y en el significado que tiene la comida (Holzman 2006, p 371; Reid p. 2001: 61; Mardomingo 2000 p. 103, citado en Muñárriz 2009) teniendo en cuenta esto el estilo de vida es la pauta para entender los hábitos alimenticios de cada uno de los individuos, teniendo claridad de los gustos y preferencias y cómo estos se convierten en la base de las preferencias para elegir determinados alimentos.

Un estudio titulado Healthy Lifestyle in European by Nutrition in Adolescents, 2005 el cual se basa en comprender los hábitos nutricionales y el estilo de vida de los jóvenes de Bélgica, España, Hungría, el Reino Unido y Suecia, destacando que el consumo de alimentos está fuertemente influenciado por las percepciones y actitudes relacionadas con la nutrición y la salud, así como por las elecciones y preferencias alimentarias; destacado como resultado de la investigación que la frecuencia de la comida y la elección de alimentos en cada comida varía en los diferentes países, salvo en España donde los adolescentes ingieren de tres a cinco comidas más refrigerios, destacándose que en todos los lugares donde se realizó la muestra que picar entre horas es un fenómeno que se da en todos los países. Es importante resaltar que los jóvenes participantes en el estudio comprenden la importancia de llevar una alimentación sana y eran conscientes de que no llevaban una alimentación sana, los jóvenes afirman que la comida llamada sana es muy aburrida y no es apetitosa, destacando que no les llena generando más hambre destacando que este tipo de comida es más costosa. A pesar de tener determinados conocimientos en materia de nutrición y salud, muchos de los comentarios de los jóvenes implican que no los ponían en práctica,

probablemente porque su presentación no era agradable y no por su conocimiento nutricional porque si existe un concepto claro por parte de los jóvenes estudiados.

Diversos estudios reflejan el cambio de hábitos de consumo de la población joven un reflejo de ello se evidencia en un estudio titulado hábitos de los consumidores en la tendencia saludable, el cual fue llevado a cabo por Nielsen, 2015 sobre salud y bienestar utilizando como muestra consumidores Colombianos, reconociendo lo que piensan acerca de las rutinas de alimentación y consumo en relación con tendencias saludables. Afirmando que los consumidores estudiados consideran que hidratarse es parte esencial de su estilo de vida donde un 91% lo hace, el 84% de la muestra busca alimentos con ingredientes locales, frescos, naturales con alternativas orgánicas hasta el punto de preferir comprar alimentos en tiendas especializadas, el 78% leen las etiquetas de los alimentos, verifican su contenido nutritivo mientras que el 20% confía significativamente en esta información del etiquetado, que cada día toma más relevancia a la hora de informarse y escoger opción de alimentos con gran valor nutricional.

Las costumbres nutricionales adquiridas en la niñez se modifica muy poco en los años posteriores, (Fernández, 2012) evidenciándose que la forma de alimentarse de un joven o de un adulto son prácticamente iguales a los adquiridos en las primeras etapas de su vida lo cual nos permite comprender que desde una muy corta edad se forman las conductas y prácticas alimenticias.

Desde el punto de vista social las personas tienen influencias sobre la conducta alimentaria impartidas por familiares, amigos que no se limitan a un solo tipo de influencia porque la gente no es necesariamente consciente de las influencias sociales que se ejercen sobre su propia conducta alimentaria (Domínguez-Vasquez, Santos, 2008), comprendiendo que la formación de la conducta se forma a través de distintos ejes como lo son el social, cultural, factores psicológicos, estado de ánimo que se convierten en la base de la formación de la conducta.

El apoyo social puede provenir del propio hogar y también de compañeros de trabajo, y dichos apoyos se han asociado positivamente a aumentos en el consumo de frutas y verduras y a una fase de preparación para una mejora de los hábitos alimentarios, respectivamente Sorensen, (1998 citado en EUFIC, 2015), lo nombrado anteriormente trae a colación la importancia de opiniones, comentarios que transmiten amigos, familiares y demás personal de círculo social los cuales expresan experiencias vividas y la transmiten generando un fuerte influenciador en el momento de compra y de modificar un tipo de alimentación que se está llevando a cabo.

El apoyo social puede incrementar la promoción de la salud mediante el impulso de la sensación de pertenencia a un grupo, así como ayudando a las personas a mostrarse más competentes y eficientes por sí mismas en este ámbito Berkman, (1995 citado en EUFIC, 2015), apostando cada vez más a consumidores que se preocupan por pertenecer a un grupo social y destacarse dentro de este, llevando a comprender que en la mayoría de casos se realiza el cambio de hábitos es por la opinión del otro y no en su mayoría por un beneficio propio.

Es un hecho ampliamente aceptado que la familia es la base a la hora de tomar decisiones en materia de alimentación debido a que la conformación de elección de determinados alimentos tiene origen desde el hogar debido a que papá, mamá, abuelos, amigos y demás personas cercanas pueden impulsar la decisión a cambiar los hábitos alimentarios. La gran mayoría de las jóvenes que ingresan a la universidad comienzan con la modificación de la alimentación que llevan a cabo normalmente dentro del hogar, falta de tiempo y el cambio de horarios produce un alimentación baja en frutas, verduras, proteínas optando por consumir en mayor proporción comida chatarra, disminuyendo el consumo de frutas y verduras generando problemas de salud a un largo plazo. Berkman, (1995 citado en EUFIC, 2015),

Una variedad de factores sociales, económicos, culturales contribuyen al desarrollo, el mantenimiento y el cambio de patrones dietéticos, determinantes individuales, tales como factores fisiológicos y psicológicos, las preferencias alimentarias y los conocimientos adquiridos, se pueden distinguir de los factores interpersonales o sociales como la familia y del grupo de influencia (Glanz y Mullins, 1988).

PRÁCTICAS DE COMPRA Y CONSUMO

Las prácticas de compra y consumo permiten descubrir, interpretar y evaluar las características que funcionan como estilo de vida (Bourdieu, 2000:170). Se consideran prácticas a los modos de acción cotidiana que responden a una lógica táctica mediante las cuales el ser humano configura su existencia como individuo en comunidad construyendo cultura. Además se entienden como un conjunto de conocimientos que enseñan el modo de hacer algo ajustándose a la realidad social, adquiere el carácter de social cuando pertenece a los miembros que integran la sociedad. (Campo, Restrepo y García, 2002) las cuales se basan en las experiencia vividas, acciones repetitivas que realizan familiares que se continúan practicando.

Según un estudio de Prácticas alimentarias y significados de alimentos saludables, en donde se evidencia que los consumidores están orientando sus prácticas alimentarias al consumo de alimentos saludables, con el fin de conservar su salud y promoviendo la cultura de la dieta. Según Hernández y Sastre (1999), llevar una dieta equilibrada es la pauta para prevenir el desarrollo de enfermedades; por esta razón al consumir productos con fibra permite el funcionamiento digestivo a nivel metabólico y cardiovascular, siendo recomendados por profesionales expertos en el área de la salud.

Según una encuesta publicada por Nielsen en donde se refleja que el 62% de los italianos consideran las propiedades que tiene los alimentos saludables como beneficiosas y necesarias para el organismo, el 37% considera importante las propiedades de los alimentos saludables los cuales son comprendidos como aquel tipo de alimento alterado químicamente para generar mejoramiento en la salud, y demostrando con un 15% ahorra en comprar alimentos dando a conocer las conductas de compra y preferencias alimentarias de las personas a nivel mundial (Prochile, 2013).

Un estudio realizado por Nielsen titulado “Generaciones más jóvenes buscan alimentos saludables ” (2016) en el cual se expone que las generaciones más jóvenes buscan consumir alimentos saludables, demostrando que están dispuestos a pagar un precio más alto por este tipo de alimentos, destacando que atributos saludables como bajo en sodio o bajo en azúcar parecen ser más atractivos para consumidores mayores, atributos como orgánico, libre de gluten y alto en proteínas son aquellos que cautivan la atención de los jóvenes participantes, este estudio refleja cómo los jóvenes consumidores colombianos están cambiando sus preferencias de compra y consumo generando una ola de preocupación por su apariencia física y mantener una buena calidad de vida.

Destacando la importancia de los alimentos saludables a nivel internacional Nielsen demostró a través de una investigación titulada “Consumo de saludables se sigue afianzando en las compras de los consumidores latinoamericanos” (2014) que el consumo de alimentos saludables sigue afianzando en la compra de los consumidores latinoamericanos destacando hoy en día las tendencias el mercado y el consumo se mueven hacia categorías de alimentos y bebidas que tengan beneficios funcionales o representen un consumo mucho más light. De esta forma, la categoría de saludables, representa actualmente un 17% del gasto total de la canasta completa, demostrando que Brasil tuvo en 2013 un crecimiento en ventas un 9,3%, seguido en mayor proporción por México creció un 9,6%, Chile 7,8%, Colombia creció en ventas un 4,98% lo cual permite concluir que la preocupación por comprar alimentos saludables no es solo a nivel Colombia sino a nivel internacional.

La creencia es un mapa con el que alguien se guía, estas dirán cómo son, o cómo pueden ser las cosas; y determina las acciones u otros estados mentales de los individuos, por ejemplo los deseos, pueden modificar la conducta de las personas. (Defez,2012), comprendiéndose una creencia como la base principal para comprender cómo son las cosas y la forma de actuar de acuerdo a lo que se percibe y se adopta para perfilar la conducta del individuo.

La aceptación de alimentos saludables se relacionan con diversos factores como son el gusto, calidad, precio, comodidad, la presentación, familiaridad con el producto, naturaleza de la compañía que ofrece, forma de comunicar los efectos en la salud y los conocimientos que se tengan sobre los mismos para mejorar la salud y prevenir enfermedades; (Millone, Olagnero, & Santana, 2011) esto permite reflejar la importancia y necesidad de comunicar e informar a los consumidores a través de mensajes sencillos, claros y de fácil comprensión en esta para satisfacer las necesidades de los consumidores que tienen hábitos saludables, resaltando el uso de una comunicación directa y sencilla que eduque al consumidor y lo oriente para mejorar los hábitos alimenticios. (Millone, Olagnero, & Santana, 2011)

CONOCIMIENTO DE MARCA

Son distintas las discusiones que se han generado en lo que abarca el concepto de marca, destacándose que no existe un consenso definitivo en cuanto a su limitación teórica,

evidenciándose entonces que la marca se ha convertido en un tema central en la vida de los consumidores, el nombre, logotipo, los colores manejados, la tipografía llegan a representar poderosas asociaciones en la mente del consumidor (Tybout y Carpenter, 2002), generando una fuerte razón de identificación de la marca en determinada categoría y facilidad de recordación a la hora de realizar la compra.

Hoy en día la marca se ha convertido en el activo más importante de las empresas, ya sea para bienes o servicios ubicada en el sector no lucrativo o gubernamental (Saavedra, 2004). Generando un incremento en el valor intangible de la marca el cual se acompaña de largos procesos de imagen corporativa y de reconocimiento en el mercado, incluso inversionistas destacan que el indicador más confiable y estable para medir la salud de un negocio. De hecho, a través de ella las marcas pueden desarrollar una ventaja competitiva sostenible para la empresa (Aaker, 1996). Por ello, cualquier organización que desee agregar valor debe enfocarse en la marca fortalecerla y posicionarla.

El conocimiento, entonces, es la esencia de lo que representa una marca, con ello se pueden alcanzar ventajas competitivas y el valor del significado de un negocio. Las marcas son, fundamentalmente, el conocimiento del consumidor (Richards, 1998), destacándose la importancia de la marca y como esta debe ser manejada para que esté en los primeros lugares del top of mind de la categoría.

Keller (1993) define el conocimiento de marca sobre la base de un modelo de memoria de red asociativa como la presencia de un nodo sobre la marca en la memoria, con enlaces o asociaciones de distinto nivel de fuerza a otros nodos informativos la categoría de producto, atributos y beneficios de la marca; y considera que este conocimiento forma parte de la respuesta cognitiva, y por tanto, no incorpora elementos de carácter afectivo.

Los aspectos tangibles y funcionales de las marcas comienzan a tener mayor importancia dentro de las organizaciones, según la teoría del simbolismo y el enfoque post modernista se busca entender la parte abstracta e intangible de la marca no relacionada solamente con este aspecto físico y utilitario de los bienes (Keller, 2003) lo intangible entonces comienza a tener mayor atención, debido a que los consumidores se basan en elementos como la atención al cliente, actividades BTL, publicidad, siendo estos el abrebocas para que los consumidores elijan su marca y no otra.

De hecho, Fournier (1998) plantea que “la marca objetivamente no existe como tal, sino que es el resultado de la colección de percepciones en la mente del consumidor”, detallándose entonces la marca está constituida por un conjunto de percepciones que reciben los consumidores, experiencias vividas con la marca que permiten evaluar la eficiencia del bien o servicio adquirido, cabe resaltar que debe existir igualdad entre lo que quiere transmitir la marca y lo que en verdad está recibiendo el consumidor para así generar un vínculo a largo plazo.

Las marcas constituyen la base clara para posicionarse y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo y globalizado (Stern, 2006), es decir la marca se convierte en un distintivo comercial o un signo por el cual el consumidor identifica, asocia y reconoce para elegir y realizar la compra. El capital o valor de una marca es considerado como una consecuencia del conocimiento que el consumidor posea de la marca (Keller, 1999). Lo nombrado anteriormente evidencia que el conocimiento de marca es la idea que percibe el consumidor sobre una marca, permitiendo generar diferenciación y posicionamiento frente a la competencia.

El conocimiento de marca es definido como una red de asociaciones que incluye creencias relacionadas con la marca, actitudes y percepciones de aspectos como la calidad y la imagen; que provienen de fuentes directas, como la experiencia previa personal y de fuentes indirectas, como la publicidad (Erdem y Swait, 1998). Es por ello que las empresas no solo se enfocan en producir productos de buena calidad y ofrecer servicios óptimos, sino en ofrecer algo más que la competencia no tenga, dándolas a conocer a través de los distintos mensajes y comunicaciones que se convierten en una ventaja competitiva para la organización.

El conocimiento de marca incorpora dos dimensiones en las cuales se encuentra la notoriedad de marca, ya sea en términos de recuerdo o reconocimiento y la imagen de marca o conjunto de asociaciones vinculadas a la marca en memoria, y que configuran el significado de la marca para el consumidor (Keller, 1993). Las cuales son la base de la formación de una marca para generar recordación y distinción en el momento de encontrarse en el lugar donde se relaciona la compra.

Por otra parte un documento titulado Conocimiento de marca una revisión teórica realizada por Comlemares, Schkesinger y Saavedra (2009) trae a colación autores que aportan a la construcción teórica de la investigación, concibe la notoriedad de marca como “el nivel básico del conocimiento de marca” (Hoyer y Brown, 1990). Convirtiéndose en un primer paso para que el consumidor tenga presente la recuerde y genere recompra del bien o servicio adquirido demostrándose entonces que en muchas ocasiones reconocer la marca es el nivel básico, conocer la marca no significa que el consumidor la compre, como es el caso de marcas de carro de lujo muchas personas las conocen y la identifican pero no adquieren este producto.

Resulta relevante analizar el conocimiento de los expertos en nutrición sobre los alimentos funcionales, ya que actúan como referentes convirtiéndose en líderes de opinión en temas relacionados con la alimentación y la salud, ejerciendo un importante papel en el tratamiento nutricional de enfermedades crónicas y en la mejora de la calidad de vida de la población.

La línea de productos de alimentos funcionales es muy reducida, lo cual se convierte en una oportunidad de negocio para las empresas del sector alimentos, donde influyen factores como la publicidad, los medios de comunicación, líderes de opinión, factores psicológicos, el estrés, estados de ánimo, comentarios de familias y amigos , el estado de ánimo entre otros para elegir.

5. Triangulación teórica

Los hábitos se estudiaron desde la perspectiva de Kelly que definía tales como el modo de conducta adquirido, es decir una reacción aprendida que supone la tendencia a repetir y a reproducir ciertas acciones bajo las mismas circunstancias, la formación del hábito es el aprender a percibir, a imaginar, recordar, a sentir, a pensar o actuar en formas particulares bajo circunstancias especiales (Kelly, 1982).

Las prácticas de compra y consumo se estudiaron desde la perspectiva de (Bourdieu, 2000). Que consideran prácticas a los modos de acción cotidiana que responden a una lógica táctica mediante las cuales el ser humano configura su existencia como individuo en comunidad construyendo cultura

El consumo de alimentos se estudió desde la perspectiva de Fischer (1990) quien resalta que el consumo de alimentos está estrechamente relacionado con los aspectos socio antropológico relacionado con las tradiciones, lo cual se convierte en un valor simbólico y un punto de referencia para consumir determinados alimentos.

6. Planteamiento metodológico

Objetivo general:

Comprender los hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de 18 a 30 años de la ciudad Bogotá.

Objetivos Específicos:

Explorar los hábitos relacionados con el consumo de alimentos saludables en los jóvenes universitarios.

Describir el estilo de vida de los jóvenes universitarios de la ciudad de Bogotá.

Identificar las prácticas de consumo de alimentos saludables de los jóvenes universitarios bogotanos

Identificar las preferencias alimentarias en los jóvenes universitarios entre 18 y 30 años, de la ciudad de Bogotá.

Identificar marcas de alimentos que los estudiantes consideran saludables

7. Método de investigación cualitativa

El método que se desarrollara en esta investigación es etnográfico enfocándose en hábitos, estilo de vida, y prácticas de consumo, categorías que se convierten en los ejes de indagación del proyecto. Tradicionalmente la etnografía se entiende como la disciplina dedicada a la observación y descripción de los distintos aspectos de una cultura o pueblo determinado, como la población, las costumbres, la simbología y los medios de vida. (Bautista, 2011), convirtiéndose en el método que permite a el investigador involucrase en el contexto y a partir de allí identificar elementos que no son de fácil percepción.

El método etnográfico, surgió desde el ámbito antropológico, es una forma de investigación naturalista que utiliza el sistema inductivo, esto es, estudia casos específicos con el fin de desarrollar la teoría general. El objetivo de este tipo de investigación es descubrir y generar teoría; no es probar ninguna teoría determinada, buscando comprender una comunidad y su contexto cultural, interpretando entre otros sus gustos, actividades, prácticas sociales, sin partir de presuposiciones o expectativas, lo cual no significa que la labor del investigador sea de carácter empírico, espontaneista y carente de sustento teórico, representa más bien una postura frente a la realidad investigada. (Monje, 2011)

Teniendo en cuenta esto se consideró el método apropiado para conocer y comprender este tipo de consumidores sus actividades, rutinas, tipo de alimentación, elección de alimentos etc.

8. Categorías de estudio (definición y ejes de indagación)

CATEGORIA	DEFINICIÓN	EJES DE INDAGACIÓN
ESTILOS DE VIDA	El estilo de vida puede definirse como el conjunto de patrones de conducta que caracteriza la manera general de vivir de un individuo o grupo (Sánchez Bañuelos, 1996; Casimiro1999). <i>“una forma general de vida basada en la interacción entre las condiciones de vida en un sentido amplio y los patrones individuales de conducta determinados por factores socioculturales y características personales”.</i>(WHO,1998) Forma general de vida basada en la interacción entre las condiciones de vida en un sentido amplio y los patrones individuales de conducta determinados por factores socioculturales y características personales” (Who, 1998, p. 118)	Actividades Pasatiempos Hobbies Tiempo libre
HÁBITOS	Los hábitos como aquello en virtud de lo cual nos comportamos, el hábito predispone a un sujeto actuar, diferenciándose de motivo que es la razón por la cual el individuo actúa. (Mc Phail, 2012)	Predisposición a actuar Tendencia a comportarse
PRÁCTICAS DE CONSUMO	Se consideran prácticas a los modos de acción cotidiana que responden a una lógica táctica mediante las cuales el ser humano configura su existencia como individuo en comunidad construyendo cultura. Además se entienden como un Conjunto de conocimientos que enseñan el modo de hacer algo ajustándose a la realidad social, adquiere el carácter de social cuando pertenece a los miembros que integran la sociedad.(Barrero & Mejia, 2005)	Acciones cotidianas Cultura Modo de hacer algo Conocimiento aprendido Conductas de compra Elección de los alimentos

Se llevará a cabo la implementación a través de la entrevista a profundidad que permitirá estudiar las categorías: Estilos de vida, hábitos y prácticas de consumo de alimentos saludables de jóvenes universitarios de la ciudad de Bogotá con edades que oscilan entre los 18 y 30 años.

9. Mapeo



Fuente: Elaboración propia

10. Muestreo

Muestra

La muestra estuvo construida por 4 mujeres y 1 hombre que estuvieran entre 18 y 30 años de edad y fueran estudiantes universitarios de la ciudad de Bogotá.

Se decidió utilizar un muestreo no probabilístico, por conveniencia es decir aquel tipo de muestreo que la selección de unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador, donde las unidades de muestreo son accesibles, fáciles de medir y cooperativas. (Hernández, Fernández Y Baptista, 2014)

11. Fuentes, técnicas y herramientas de recolección

Técnicas y herramientas

Entrevista a profundidad

Es la herramienta favorita de los sociólogos, definida como un encuentro cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. (Taylor y Bogdan 1992). Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asemejarse a un robot recolector de datos, el propio investigador es el instrumento de la investigación, y no lo es un protocolo o formulario de entrevista. El rol implica no sólo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas (Taylor y Bogdan 1992)

Herramienta:

Derrotero de preguntas a través del cual se pretende redactar conjunto de preguntas asociadas a las categorías descritas en el mapeo, con el propósito de obtener la mayor cantidad de información y generar información relevante para la investigación.(Apéndice 1)

Procedimiento

El procedimiento se desarrolló a través de los siguientes 3 momentos:

Exploración: La exploración es por la cual se define la problemática en el caso de este trabajo de grado de cuáles son los, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de Bogotá

Focalización: Se centra la problemática haciendo una relación con el contexto, se realizó la recolección de datos con la herramienta de entrevistas a profundidad. Indagando en diferentes temas como las actividades o rutinas diarias, el tipo de actividad física que se practica, el tipo de alimentos que consume, la elección y compra de alimentos, entre otros.

Profundización: La información recogida se analizó, interpreto y conceptualizo; haciendo énfasis en conocer la experiencia de consumo en alimentos saludables, estilos de vida, hábitos y prácticas de consumo de alimentos saludables.

Análisis de los datos

Apoyado del software Atlas ti 7.0 para poder orientar la codificación axial, abierta y selectiva, para el análisis de contenido.

12. Consideraciones éticas

A continuación para proteger la ética de esta investigación cualitativa, 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”. Así mismo, en el Capítulo 8 del mismo Título, se establece 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”.

En la recolección de los datos, se entregó a los participantes un consentimiento informado, con el fin de asegurar que los individuos participan en la investigación propuesta voluntariamente, siendo compatible con sus valores, intereses y preferencias. Tal y como lo plantea la Resolución 008430 del 93 en el Capítulo II al afirmar:

“En las investigaciones en comunidades, el investigador principal deberá obtener la aprobación de las autoridades de salud y de otras autoridades civiles de la comunidad a estudiar, además de obtener la carta de Consentimiento Informado de los individuos que se incluyan en el estudio, dándoles a conocer la información requerida para la investigación”. (Véase apéndice 2)

Para proteger la ética del presente trabajo de investigación, está se sustenta en la resolución 008430 de 1993 del Ministerio de Salud, en el artículo 5, Título II- Capítulo 1 considera que: Antes de realizar la recolección de la información se realizara la presentación de consideraciones éticas a los participantes en la investigación debido a que en “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”.

El artículo octavo del mismo documento afirma que: “En las investigaciones en seres humanos se protegerá la privacidad del individuo, sujeto de investigación, identificándolo solo cuando los resultados lo requieran y este lo autorice”.

Las anteriores consideraciones éticas se tienen en cuenta para la realización de las entrevistas a profundidad a jóvenes universitarios de la ciudad de Bogotá. (Ver apéndice 2)

13. Resultados

Teniendo en cuenta la triangulación teórica propuesta inicialmente se encuentra la sociología, psicología del consumidor y antropología como ejes orientadores de la investigación, los datos que se presentan a continuación son los resultado arrojados sobre los hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en los jóvenes universitarios de la ciudad de Bogotá, teniendo en cuenta el marco teórico introductorio y las redes semánticas que a continuación se presentarán, las cuales buscaron abordar los significados frente a la experiencia de consumo en alimentos saludables , estilos de vida , hábitos y prácticas de consumo de alimentos saludables.

a) Estilo de vida

El estilo de vida es definido como el conjunto de patrones de conducta que caracterizan la manera general de vivir de un individuo o grupo (Sánchez Bañuelos,1996; Casimiro 1999) , según la OMS define el estilo de vida de una persona como aquel compuesto por sus reacciones habituales y por las pautas de conducta que han desarrollado durante su proceso de socialización, estas pautas se aprenden en la relación con los padres, compañeros, amigos y hermanos o influencia escolar, medio de comunicación etc., Dichas pautas de comportamiento son interpretadas y puestas a prueba continuamente en las diversas situaciones sociales y por tanto no son fijas, sino que están sujetas a modificaciones.(OMS 1999).(ver figura 3).

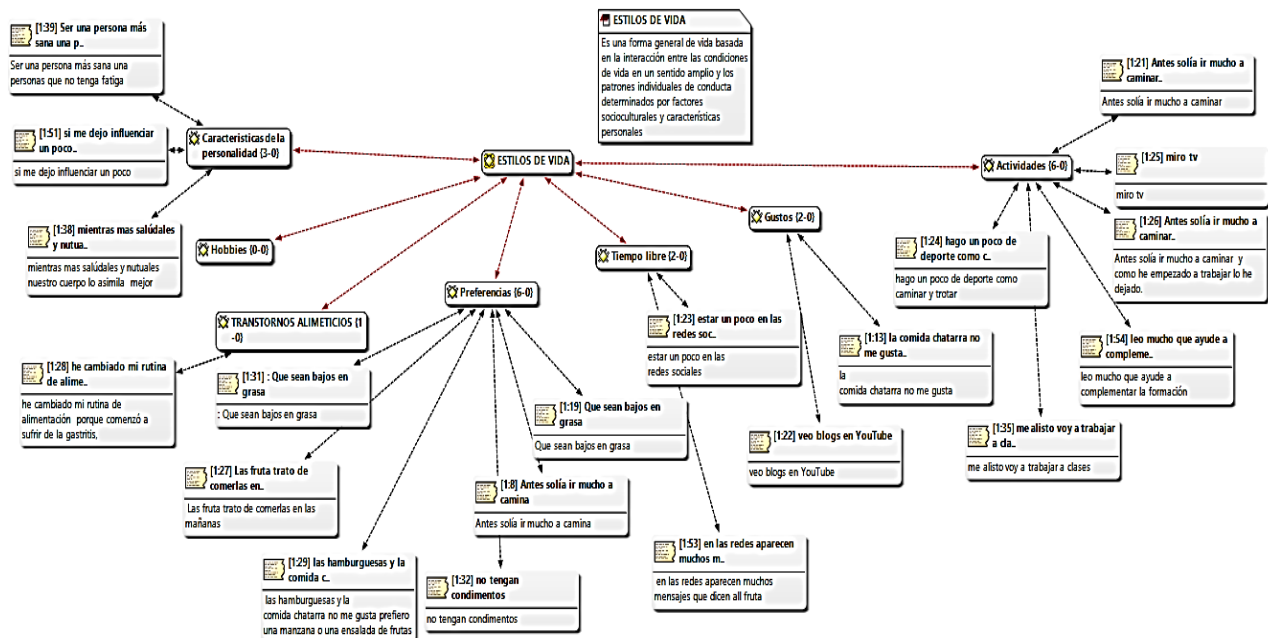


Figura 3. Estilos de vida .Fuente de elaboración, codificación de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 7.0.

“Veo blog en YouTube” (1:22)

“Antes solía ir mucho a caminar” (1:8)

“Hago un poco de deporte como caminar y trotar” (1:24)

b) Hábitos

El diagrama de flujo ilustra la interacción entre el conocimiento nutricional y los hábitos alimenticios en una población infantil.

- Nivel Superior:** Se sitúan dos nodos principales: "Conocimiento nutricional (6-0)" y "HABITOS".
- Nivel Intermedio:**
 - Bajo "Conocimiento nutricional (6-0)":
 - [4-19] comenze a comer ahuyama y bebe..
 - [4-18] Nutrisoaya que son alimentos a ..
 - [4-17] te ayuda a mantener tus nivele..
 - [4-16] mantener los niveles de glucos..
 - [4-15] comer manzana verde
 - [4-14] Creería que es deacuerdo al me..
 - Bajo "HABITOS":
 - Habitos alimenticios (11-0)
- Nivel Inferior (Ejemplos de Hábitos):**
 - De [4-19]: comenze a comer ahuyama y beber agua hace que tu organismo funcione de una mejor
 - De [4-18]: Nutrisoaya que son alimentos a base de soya
 - De [4-17]: te ayuda a mantener tus niveles
 - De [4-16]: mantener los niveles de glucosa,
 - De [4-15]: comer manzana verde
 - De [4-14]: Creería que es deacuerdo al metabolismo
 - De [4-13]: yo veo los porcentajes de glut..
 - De [4-10]: a veces arepas de harina de so..
 - De [4-11]: a toda hora estoy comiendo muy..
 - De [4-3]: comer mucho sandia me gusta mu..
 - De [4-8]: Aquellos alimentos que son nut..
 - De [4-9]: me tomo un vaso de agua desayu..
 - De [4-5]: alimentos de soya son ricos.
 - De [4-4]: deje de comer algunas carnes p..
 - De [4-7]: compro en alimentos es verde t..

26

Se puede evidenciar con respecto a la categoría de hábitos que algunos jóvenes llevan una alimentación saludable rica en vitaminas, proteínas, toman agua y consumen bastantes frutas demostrándose un hábito alimenticio saludable, evidenciándose preocupación por ser más saludables y prevenir enfermedades, también es importante traer a colación que algunos estudiantes tratan de consumir saludable pero por la ubicación y portafolio de productos que ofrecen las cafetería dentro de la universidad no ayudan para ser saludables con mayor frecuencia demostrados en las siguientes afirmaciones.

“Tomar agua hace que tu cuerpo funcione mejor” (4:19)

“Consumo alimentos de soya” (4:5)

“Dejar de consumir gaseosa” (4:6)

“A toda hora estoy comiendo muy saludable” (4:11)

“A veces arepa de harina de soya (4:11)”

“Deje de comer alguna carnes”(4:4)

Hábitos que se evidencia en la muestra es tomar bastante agua (4:19), y ayuda al cuerpo para que los riñones, cerebro funcionen mejor y se mantengan sanos, consumir alimentos de base de soya harinas de soya son preferencias de los jóvenes, también se puede destacar que el caso (4:4) se deja de consumir carne principalmente por factores influenciadores como lo son la familia, o investigaciones que son presentadas por BBC news, afirmaciones, consejos que son acatadas por algunos jóvenes universitarios y que aplican en su vida modificando hábitos que ya han sido adaptados según la cultura y lugar de ubicación.

c) Prácticas de consumo

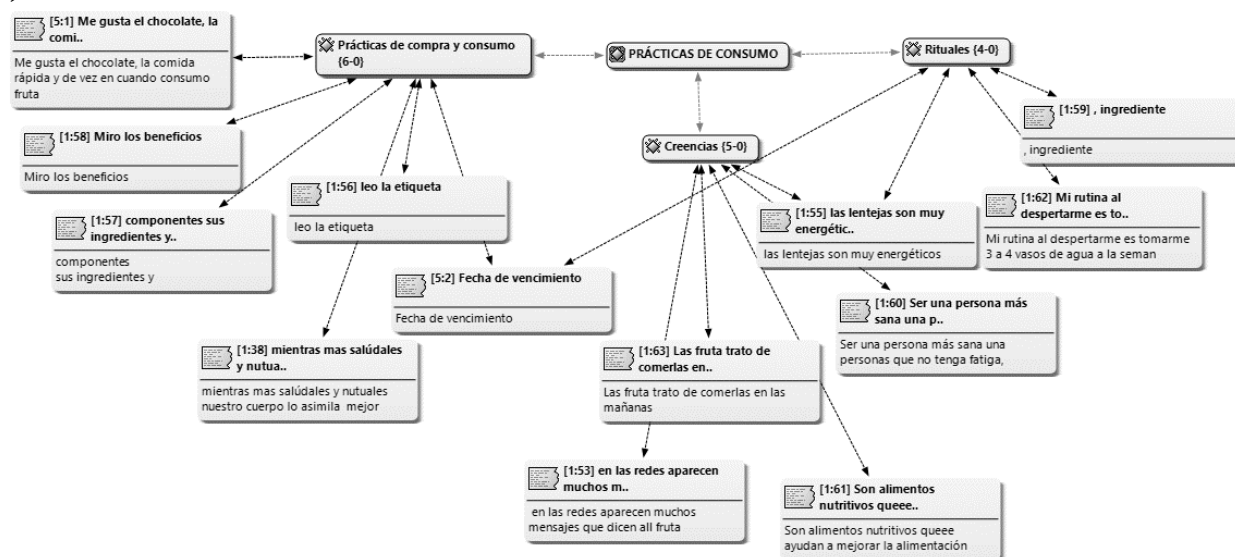


Figura 5. Prácticas de consumo. Fuente de elaboración, codificación de elaboración, codificación de datos mediante Atlas Ti 7.0.

Se consideran prácticas a los modos de acción cotidiana que responden a una lógica táctica mediante las cuales el ser humano configura su existencia como individuo en comunidad construyendo cultura. Además se entienden como un Conjunto de conocimientos que enseñan el modo de hacer algo ajustándose a la realidad social, adquiere el carácter de social cuando pertenece a los miembros que integran la sociedad. (Fernández, 2008).

Con respecto a la categoría prácticas de consumo se encuentran unidad con rituales creencias y prácticas de compra de alimentos saludables, donde los jóvenes universitarios estudiados tienen el concepto claro comprendiendo que los alimentos saludables son alimentos nutritivos que ayudan a mejorar el organismo aportando gran cantidad de vitaminas y minerales que contribuyen a una mejor calidad de vida. Apoyando lo mencionado anteriormente se evidencia en las siguientes afirmaciones de los jóvenes universitarios.

“Mi rutina al despertarme es tomarme 3 o 4 vasos de agua” (1:62)

“Trato de comer frutas en las mañanas” (1:16)

“Leo la etiqueta” (1:56)

“Miro los componentes y sus ingredientes” (1:57)

Lo nombrado anteriormente lleva a comprender que tomar agua se convierte en un ritual para muchos universitarios en especial mujeres que se preocupan por la apariencia física y mejorar su piel, con respecto a prácticas de compra y consumo se enfocan en los beneficios que tienen los productos que van a consumir, leer la etiqueta, verificar la fecha de vencimiento de los productos se convierten en acciones a desempeñar durante el proceso de la compra. En cuanto a las creencias que tienen los jóvenes universitarios son que al consumir granos como las lentejas estas aportan energía al cuerpo, tratan de comer fruta en la mañana porque creen que el beneficio es mayor que en las noches porque al consumirlas quemas el azúcar que estas contienen durante todas las actividades que desarrolles, al ver en redes propiedades y beneficios de las frutas o consejos de belleza son en algunos casos tomados en práctica directamente pero por otro lado son verificados con investigaciones de revistas con un buen respaldo de universidades y organizaciones con gran influencia a nivel internacional.

Es válido resaltar que durante la realización de las entrevistas a profundidad los jóvenes universitarios tienen en común las siguientes marcas que califican como saludables: Alpina con la línea light, Tosh, Taeq demostrándose que en el mercado existen muy pocas marcas posicionadas que los jóvenes categorizan como saludables, convirtiéndose lo nombrado anteriormente en una oportunidad de mercado.

14. Discusión

El aumento de las enfermedades y el hecho de que los consumidores reconozcan la relación entre dieta y salud está teniendo mayor fuerza actualmente, pues cada vez más las personas se preocupan por consumir alimentos más ricos en vitaminas, minerales y proteínas, preocupándose cada vez más por su autocuidado; llevándolos a buscar en el mercado productos que sean sanos y que contribuyan al mejoramiento de su salud.

Los jóvenes participantes en la investigación definieron alimentos saludables como:

“alimento que contiene los nutrientes suficientes para que el cuerpo funcione de manera regular y le provee de energía necesaria para el día ”,

“Son alimentos nutritivos que ayudan a mejorar la alimentación, nutrición y digestión “, ayuda a mantenerte con menos fatiga y sentirte con energía”

Es importante traer a colación la definición que propone Food and Agriculture Organization donde resalta que los alimentos saludables son aquellos que se encargan de aportar nutrientes, vitaminas para realizar las actividades diarias. (FAO, 2000), la definición descrita anteriormente y el conocimiento de los jóvenes universitarios permiten resaltar que existe un conocimiento sobre los alimentos saludables e identifican elementos como lo son aportar energía para el desarrollo de las actividades y que son necesarios consumir, temas que como profesionales en marketing debemos estar completamente informados sobre las creencias, hábitos que tienen los jóvenes universitarios frente a los alimentos saludables.

Es por ellos, que los alimentos saludables tienen las propiedades saludables, que, además de su valor nutricional básica, contiene los nutrientes u otras sustancias o tienen una composición nutricional que puede prevenir o reducir el riesgo de una enfermedad relacionada con la dieta o mejorar una determinada función fisiológica, (Diplock et al., 1999), por esta razón la importancia de consumir este tipo de alimentos que ayudan a prevenir problemas de salud.

Según el artículo titulado *estilos de vida y alimentos* (2009) , en el que se describen de forma muy detallada los hábitos alimenticios, los cuales se describen como patrones rutinarios que van ligados al consumo de alimentos, que cada vez son tendencia a elegir y consumir un alimento de preferencia, involucrando un factor importante que es la elección, en el cual la persona organiza y orienta toda su conducta cotidiana (Álvarez y Álvarez, 2009), teniendo en cuenta lo que expresaron las participantes jóvenes *“cuando compramos, no necesariamente cuando estoy comprando no digo, hay esto tiene fibra, sino ya se tiene presente comprar galletas con fibra, fruta y quien compra eso es mi mama para alimentarse bien”* y además *“trabaja en este área en todo lo que*

involucra el cuidado de la piel, el cuerpo y la salud más que todo eso y por el tema de mi mama en donde el tema de la alimentación es bastante importante para mí'', es por esta razón que ciertas conductas de las personas van ligados al estilo de vida que lleva y en la cultura en la cual se desarrolla diariamente, teniendo la necesidad de llevar una mejor rutina alimentaria para desempeñar mejor cada una de las actividades cotidianas.

Asimismo, según Hernández y Sastre (1999), llevar una dieta equilibrada es la pauta para prevenir el desarrollo de enfermedades; por esta razón al consumir productos con fibra permite el funcionamiento digestivo a nivel metabólico y cardiovascular, siendo recomendados por profesionales expertos en el área de la salud; igualmente y resaltando los jóvenes entrevistados que al consumir alimentos saludables

''Mejorar el flujo sanguíneo, que mejora mejor la alineación de las toxinas, los vasos linfáticos, sanguíneos, mejora el metabolismo del cuerpo, genera beneficios en el colon por que no irritan y tienen bastantes funciones de acuerdo a cada órgano, igual también mejoran el tema de la orina, debido a que es un factor importante para la salud y son alimentos que tienen mucho campo de acción'',

Evidenciándose la necesidad de alimentarse de forma saludable donde tanto la información teórica como empírica de la estudiante se resalta la importancia de los beneficios que estos proporcionan y como alimentarse bien ayuda a un mejor desempeño de las actividades que se desarrollen cada día.

Un estudio de prácticas alimentarias y significados de alimentos light de familias de un sector urbano de Bogotá, resalta que las personas relacionan los alimentos saludables al consumo de ''verduras, frutas y agua'', alimentación ''baja en grasa y en azúcares'', permitiendo así el cuidado de la salud. (Garzón y Barrero, 2013) y realmente esto se puede ver reflejado porque la preocupación por mejorar su salud o su apariencia física es cada vez mayor para los jóvenes, donde la publicidad y familia, son un gran influyente al momento del consumo de este tipo de alimentos, teniendo en cuenta que este tipo de hábito se empieza a desarrollar desde edad muy temprana.

La aceptación de alimentos saludables se relacionan con diversos factores como son el gusto, calidad, precio, comodidad, la presentación, familiaridad con el producto, naturaleza de la compañía que ofrece, forma de comunicar los efectos en la salud y los conocimientos que se tengan sobre los mismos para mejorar la salud y prevenir enfermedades; esto permite reflejar la importancia y necesidad de comunicar e informar a los consumidores a través de mensajes sencillos, claros y de fácil comprensión en esta categoría. (Olagnero, Genevois, Irei, Marcenaro & Bendersky 2007; Millone, Olagnero y Santana 2011) asimismo los participantes afirmaron que:

“El envase y empaque, como estén promocionándolos y el precio también”,

Lo nombrado anteriormente se ve reflejado al momento de la compra y consumo se tienen en cuenta el gusto, calidad, precio y comodidad como dice el autor, del mismo modo el envase entra en estos tipos de categoría a la hora de la elección de un producto. Cabe resaltar que la influencia de la publicidad es uno de los principales que educa y ayuda a llevar una alimentación más sana y balanceada convirtiéndose en un influenciador directo para cambia hábitos de alimentación.

El presente trabajo muestra que los entrevistados y las definiciones descritas presentan un enfoque común especialmente en lo que abarca los beneficios de consumir alimentos saludables otorgándole una serie de aspectos positivos que resaltan el por qué consumirlos, disminuyendo el riesgo de padecer enfermedades y mejorar la calidad de vida desde muy jóvenes, resaltándose que la publicidad, artículos en revistas de belleza se convierten en fuertes influenciadores a la hora de adquirir hábitos saludables para mejorar la apariencia física.

15. Conclusiones

En los jóvenes universitarios entrevistados se pudo evidenciar el amplio conocimiento que tienen sobre los alimentos saludables, donde cada una de las participantes las relacionaba con alimentos ricos en nutrientes, fibras, vitaminas y minerales siendo estos los elementos que tienen en cuenta al momento de la elección de este tipo de producto, los cuales no pueden faltar en casa, con el fin de llevar una vida sana y reducir el riesgo de padecer enfermedades futuras.

Los hábitos de consumo de los alimentos saludables de los jóvenes universitarios se ve reflejado en tomar agua, comer bastante frutas, y verduras, agregar bajo contenido de sal, snacks y barras de cereales con bajo contenido calórico, este tipo de acciones conlleva a pensar a los jóvenes se están cuidando y ayudando a tener una excelente calidad de vida. Tendencias que marcan los gustos y preferencias de los jóvenes modificando gustos y preferencias a la hora de realizar la compra de los alimentos.

El estilo de vida que llevan las personas está muy relacionado en la cultura y grupo social que se desenvuelven, por lo cual las prácticas cultural de compra y consumo en jóvenes universitarios entrevistados están más guiados a consumir frutas, verduras, alimentos bajos en grasa y con gran aporte nutricional para el organismo los cuales por su apariencia física y salud los conllevan a consumir este tipo de alimento teniéndolo en cuenta en su rutina alimentaria y hábito de compra y consumo, siendo cada vez más frecuente el consumo de estos alimentos.

Los jóvenes resaltaron que durante la semana tratan de alimentarse muy bien evitando alimentos de paquete, pero en ocasiones los fines de semana comen algo especial y diferente como la pizza, demostrándose también que la forma de alimentarse durante sus jornadas académicas se ve fuertemente influenciada por comerciales, familiares y amigos, también la cultura y lugar de nacimiento influye bastante en la forma y las porciones de alimentarse, llevando a cambiar la conducta de compra y reflexionar sobre los beneficios de los alimentos que compran.

Las preferencias alimentarias de los jóvenes universitarios estudiados se refleja en comer frutas preferiblemente durante la jornada de la mañana, evitan consumir alimentos que contienen muchos químicos y contenido calórico, prefieren tomar jugos naturales e incluso te evitando en alto grado el consumo e gaseosa.

Las marcas que categorizan como saludables se encuentran Alpina con la línea light, Tosh, Taeq demostrándose que en el mercado existen muy pocas marcas posicionadas en la mente de los jóvenes universitarios las cuales categorizan como saludables, convirtiéndose lo nombrado anteriormente en una oportunidad de mercado para la industria alimentaria.

16 .Referencias

Aguila (2004) El ocio en el marco sociocultural de la posmodernidad, una aproximación desde las prácticas de los jóvenes universitarios. Universidad de Almería.

Aaker, D. (1996). "Measuring Brand Equity across products and markets", California Management Review, 38, pp. 102-120.

Ashwell M. (2002) Conceptos sobre Alimentos Funcionales. ILSI EUROPE. Tomado de: <http://www.argenbio.org/adu/uploads/pdf/alimentosfuncionalesILSI.pdf>

Álvarez, L., & Álvarez de Luis, A. (2009) Estilos de vida y alimentación. Gazeta de antropología 25 (1) Artículo 27. Tomado de: <http://hdl.handle.net/10481/6858>

Barrero, F y Mejía, B. (2005) La interpretación de la práctica pedagógica de una docente de matemáticas

Bourdieu, P (2000), Cosas dichas. Ed Gedisa. Argentina

Basulto J, Manera M, Baladía E, Miserachs M, Pérez R, Ferrando C, Amigó P, Rodríguez VM, Babio N, Mielgo-Ayuso J, Roca A, San Mauro I, Martínez R, Sotos M, Blanquer M, Revenga J. (2013). Definición y características de la alimentación saludable. Tomado de: http://fedn.es/docs/grep/docs/alimentacion_saludable.pdf

Carcamo, G; y Mena, C (2006) Alimentación saludable. Horizontes educacionales, Universidad Bio-Bio. Número 11

Canterero, L (2012) La antropología de la alimentación en España: Perspectivas actuales. Ed: UOC. Madrid.

Contreras, J. (1995) Alimentación y cultura, necesidades, gustos y costumbres. Editorial. Universidad de Barcelona

CORFOGA (s.f.) Estudio de mercado hábitos de consumo de la carne. Tomado de: http://www.mag.go.cr/biblioteca_virtual/animal/habitos_consumo_carne.pdf

Craig, W & Mangels (2010) Actividad dietética. Postura de la asociación americana de dietética: Dietas vegetarianas, Tomado de: http://apps.elsevier.es/watermark/ctl_servlet?_f=10&pidet_articulo=13149398&pidet_usuario=0&pcontactid=&pidet_revista=283&ty=11&accion=L&origen=elsevier&web=www.elsevier.es&lan=es&fichero=283v14n01a13149398pdf001.pdf

Colmenares, O; Schlesinger, W; y Saavedra, J. (2009) Conocimiento de Marca: Una Revisión Teórica Revista Ciencia y Técnica Administrativa. Argentina. Vol. 8. No. 2. Abril - Junio. Disponible en: www.cyta.com.ar/ta0802/v8n2a1.htm

Defez; I (2012) ¿De que manera es posible llegar a ser un escéptico. *Anales de la metafísica*. (45) 211-222

Delormier, T, Frohlich, K & Potvin, L. (2009) Food and eating as social practice – understanding eating patterns as social phenomena and implications for public health. *Sociology of health and illness* Volumen 31, (2), Pp. 215–228 tomado de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9566.2008.01128.x/full>

Domínguez-Vasquez, P; Santos, J. (2008) Influencia familiar sobre la conducta alimentaria y su relación con la obesidad infantil. Universidad de Chile. Tomado de: repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/123925/Dominguez_p.pdf?sequence=1

Donkin AJ, Dowler EA, Stevenson SJ, Turner SA (2000). Mapping access to food in a deprived area: the development of price and availability indices. *Public Health Nutr*. 3(1):31-8.

Douglas, M & Isherwood B.(1979) El mundo de los bienes hacia la antropología del consumo. Ed: El Grijalbo. Buenos Aires, Argentina

Euromonitor. (2015). Young Women's Health: Global Attitudes Towards Health, Fitness and Wellbeing Among the Under 30s and Market Impact. Septiembre del 2015. Tomado de: <http://www.euromonitor.com/young-womens-health-global-attitudes-towards-health-fitness-and-wellbeing-among-the-under-30s-and-market-impact/report>

Euromonitor, (2016) Top 10 global consumer trends for 2016. Tomado: <http://go.euromonitor.com/consumer-trends-2016.html>

European Food Information Council. EUFIC (2015). Los factores determinantes de la elección de alimentos. Abril del 2015, de European Food Information Council Sitio web: <http://www.eufic.org/article/es/expid/review-food-choice/>

Erdem, T. y Swait, J. (1998). “Brand Equity as a Signalling Phenomenon”, *Journal of Consumer Psychology*, 7, (2), pp 131-157.

FAO (2000). Alimentación saludable. 2000, de 2000 sitio web: http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0ahukewjhkbbzmibqahvv_mmkhqixd_4qfggamaa&url=http%3a%2f%2fwww.fao.org%2fdocrep%2f014%2fam401s%2fam401s02.pdf&usq=afqjcnffwywnpic3e3krbxobeiqcs8zlg&sig2=2yj7pjwb6afec0ulsl-35g&bvm=bv.137132246,d.ewe

FAO (2002) Carencia de vitamina C y escorbuto. Nutrición Humana en el Mundo en Desarrollo. Tomado de: <http://www.fao.org/docrep/006/W0073S/w0073s0n.htm#TopOfPage>

Fischler, C. (1990). *el (h)omnívoro*. Barcelona: Editorial anagrama.

Healthy Lifestyle in European by Nutrition in Adolescents. (2005). Tomado de: www.helenastudy.com/abstract.php

Hernández, M; Saste, A (1999) Tratado de nutrición. Ediciones: Diaz de santos. Madrid.

Fournier, S. (1998). "Consumers and their brands: Developing Relationship theory in consumer research", *Journal of Consumer Research*, 24, pp. 343-373.

Glanz, K & Mullins R (1988) Environmental interventions to promote healthy eating: A review of models, programs and evidence. *Health Education quarterly* 15, 395 - 415

Gibney, (2004) Public Health Nutrition. Ed: Wiley – Blackwell. ISBN: 978-0-632-05627-9

Fernández (2012) Actividad física en los jóvenes de Santiago de Compostela. Tesis doctoral inédita. Tomado de:

https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/7141/rep_344.pdf;jsessionid=6C7C16A09AD09A8A36309AA92BDDA59C?sequence=1

Hernández, R; Fernandez, C & Baptista, M (2014) Metodología de la investigación. 6 (ed) Editorial: MacGraw

Hoyer, W. y Brown, S. (1990). "Effects of brand awareness on choice for a common, repeat-purchase product". *Journal of Consumer Research*, 17, pp 141-148.

Hoyos, R. (2016) Branding el arte de marcar corazones. Ed. Ecoe: Bogotá

Keller, K. (1993). "Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity", *Journal of Marketing*, 57, January, pp. 1-22.

Keller, K. (1999), "Managing brands for the long run: brand reinforcement and revitalization strategies". *California Management Review*, 41, (3), pp 102-104.

Keller, K. (2003a). "Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge", *Journal of Consumer Research*, 29, pp. 595-600.

Kelly. (1982). *psicología de la educación*. Madrid: morata .

Mc Phail, E (2012) Publicidad, hábitos y motivaciones. *Razón y palabra* Tomado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/14_McPhail_V80.pdf

Meléndez, L; González, C; Álvarez- Dardet. (2013) Los funcionales a examen: ¿Alimentos al servicio de la salud o nuevo negocio para la industria alimentaria?. *Atención primaria*. 25 (6) p 287-289

Millone, M; Olagnero, G & Santana, E (2011) Alimentos funcionales: análisis de la recomendación en la práctica diaria. *Diaeta*, vol.29, n.134, pp. 7-15. Tomado de: www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-73372011000100002&script=sci_abstract

Ministerio de salud (1993) Resolución 8430 de 1993

Monje, C. (2011). metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. 2011, de universidad sur colombiana sitio web: http://congreso enfermeria.com/2016/sites/default/files/styles/monjecarlosarturo-guiadidacticametodologiadelainvestigacion_1421658502527.pdf

Nielsen (2014) Consumo de saludables se sigue afianzando en las compras de los consumidores latinoamericanos. Tomado de: <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2014/saludables.html>

Nielsen (2015) Hábitos de los consumidores en la tendencia saludable. Tomado de: <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/20151/habitos-consumidores-colombianos.html>

Nielsen, (2015) Hábitos de los consumidores colombianos en la tendencia saludable. Tomado de: <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/20151/habitos-consumidores-colombianos.html>

Nielsen (2016) Generaciones más jóvenes buscan alimentos más saludables. Tomado de: <http://www.nielsen.com/latam/es/insights/news/2016/Generaciones-mas-jovenes-buscan-los-alimentos-mas-saludables.html>

Novoa-Gómez, M., Barreto, I., & Silva, L. M. (2012). Consumo de cigarrillo y prácticas culturales en contextos universitarios. *Revista latinoamericana de psicología*, 44(1), 97-110.

Naranjo, M (2015) Riesgo de enfermedad arterial oclusiva y su relación con los niveles de homocisteína en personas de la tercera edad en el asilo de ancianos sagrado corazón de Jesús. Universidad técnica de Ambato. Tomado de: <http://redi.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/8497>

Olagnero G, Genevois C, Irei V, Marcenaro J, Bendersky S. Alimentos funcionales: Conceptos, Definiciones y Marco Legal Global. *Diaeta* (B. Aires) 2007;25(119):31-39.

OMS (2002) Informe sobre la salud en el mundo Reducir los riesgos y promover una vida sana. Toamdo de: <http://www.who.int/whr/2002/es/>

Pickers & Cervantes (s.f.) Hacia el marketing de marcas saludables (O como convertir un producto poco nutritivo en comida chatarra). Psyma. Tomado de: <https://www.psyma.com/assets/pics-news/DDT30-final-26-29.pdf>

Portafolio, (2016) Por la coyuntura, colombianos cambiaron hábitos de consumo. Tomado de: <http://www.portafolio.co/mis-finanzas/ahorro/colombianos-cambiaron-habitos-consumo-155210>

Prochile (2013) Tendencias del mercado, Alimentos funcionales en Italia. Tomado de: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1383831657Italia_Tendencias_Funcionales_2013.pdf

Richards I., Foster D. y Morgan R. (1998). “Brand knowledge management: Growing brand equity”. Journal of Knowledge Management, 2, 1, pp 47-55.

Saavedra, J. (2004). “Capital de Marca desde la Perspectiva del Consumidor”, Revista Venezolana de Gerencia, 9, 27, pp. 508-530.

Sánchez Bañuelos, F. (1996). La actividad física orientada hacia la salud. Biblioteca Nueva, Madrid.

Stern, B. (2006). “What Does Brand Mean? Historical-Analysis Method and Construct Definition”. Journal of the Academy of Marketing Science, 34, 2, pp. 216-223.

Taylor, S; Bogdan, R. (1992) Introducción a los métodos cualitativos en investigación. La búsqueda de los significados. Ed. Paidós, España

Tybout, A; Carpenter, G. (2002). Crear y administrar marcas. En: Iacobucci, D. (Ed.) Marketing según Kelloggs. Vergara Editores

Tybout, A y Carpenter, G. (2002) Crear y Administrar Marcas en Marketing según Kelloggs, ed. por Iacobucci, Dawn. España. Vergara Editores/Business.

Kelly, W. (1982). *psicología de la educación* . Madrid: morata .

Vallejos, S. (2016). Un artículo publicado en el periódico el tiempo titulado ¿Es el desayuno una comida indispensable? . El tiempo, 13.

World Health Organization WHO, (1998) Promoción de la salud glosario. Tomado de: <https://www.msssi.gob.es/profesionales/saludPublica/prevPromocion/docs/glosario.pdf>

Apéndice 1

Derrotero de preguntas

1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en su tiempo libre?
2. ¿Describame que hace un día domingo?
3. ¿Cuáles son sus alimentos preferidos?
4. ¿Cuáles son los productos indispensables a la hora de realizar la compra de productos alimenticios?
5. ¿Cuáles son los criterios que usted tiene para la elección y compra de los alimentos?
6. ¿Qué piensa acerca de los alimentos saludables?
7. ¿Son un factor importante al momento de la compra y consumo de estos alimentos?
8. ¿Cómo es una rutina diaria de su alimentación?
9. ¿Cuáles son los alimentos de mayor consumo dentro de esa rutina?
10. ¿Describame cuál es su rutina en el momento del desayuno?
11. ¿Cómo definiría usted alimentos saludables?
12. ¿Para usted que representan los alimentos saludables?
13. ¿En qué momento del día prefiere consumir los alimentos saludables?
14. ¿Cuáles cree que son los beneficios de consumir alimentos saludables?
15. ¿Cuáles fueron los motivos por los cuales consume alimentos saludables?}
16. ¿Quién ha sido el principal influenciador para tener estos hábitos alimenticios?
17. ¿Hubo algún evento en particular en su vida, que le impulsara para iniciar a consumir alimentos saludables?
18. ¿Con qué frecuencia consume alimentos saludables?
19. ¿En qué momento del día prefiere consumir los alimentos saludables?
20. ¿Qué se le viene a la cabeza cuando piensa en la palabra “saludables ”’?
21. ¿La información que se transmite a través de la publicidad influyen en el consumo de alimentos saludables?
22. ¿Cuáles son las marcas de alimentos saludables que más consume?
23. ¿Al encontrarse con una nueva marca de alimentos saludables que es lo primero que usted evalúa?
24. ¿Qué marcas lo definen a usted como persona de acuerdo a su estilo de vida? Y porque te identificas con esa marca?
25. ¿Qué es un alimento para usted?
26. ¿Qué es un nutriente?
27. ¿Usted se considera una persona con buena educación nutricional?
28. ¿Qué alimentos cree que son energéticos?
29. ¿Qué alimentos cree que son reguladores?
30. ¿Qué alimento es indispensable a la hora del desayuno?
31. ¿Usted es una persona altamente influenciable por la moda y las tendencias a la hora de consumir algún alimento?

32. ¿Al encontrarse con consejos nutricionales de revistas dedicadas a belleza y salud usted los cree?
33. ¿Cuáles son las marcas de alimentos saludables?

Apéndice 2

Transcripción Entrevistas a profundidad

ENTREVISTADORA: CATALINA LEON MEDINA

ENREVISTADA: VANESSA CELENTA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

ENTREVISTADORA: Muy buenas tardes Vanessa ¿Cómo te encuentras el día de hoy?

ENREVISTADA: Muy bien muchas gracias por preguntar.

ENTREVISTADORA: Me permites realizarte la grabación de audio durante la entrevista es importante aclarar que va a ser de uso exclusivamente académico.

ENREVISTADA: Si estas autorizada a grabar mi voz.

ENTREVISTADORA: Muchas gracias por tu colaboración. ¿Cuéntame que actividades realizas en tu tiempo libre?

ENTREVISTADA: emm, pues más o menos lo que hago es en las mañanas ejercicio, leo un poco a veces cuando tengo tiempo y no me da pereza, noveleo con mi abuela, ver películas y ejercicio en la noche como aeróbicos.

ENREVISTADORA: ¿Qué actividades realizas un día domingo?

ENTREVISTADA: El domingo no hacemos ejercicio, solo ir a la iglesia a orar y luego llego tipo 10:00am para estar y compartir con mi familia, es un día de descanso y de relax total.

ENREVISTADORA: En cuanto a temas de alimentos ¿Cuáles son tus alimentos preferidos?

ENTREVISTADA: unmm un poco hace tres meses inicie a comer mucho sandia me gusta mucho diría que la como mucho a diario y proteína mucha en huevo y no como casi carnes.

ENTREVISTADORA: Significa que no consumes frecuentemente carnes rojas y blancas

ENTREVISTADA: SI deje de comer algunas carnes por salud no sé por culturales entonces deje algunos alimentos y los sustituí por otros por ejemplo con alimentos de soya son ricos.

ENTREVISTADORA: ¿Cuáles serían las razones fundamentales que te llevaron a cambiar tus hábitos de alimentación?

ENTREVISTADA: Estuve por países europeos y allí aprendí a comer un poco mejor, allí las personas son muy saludables mmm, ellos no consumen alimentos con alto porcentaje de grasa se cuidan muy bien. Conocí a muchas chicas de mi edad y ellas cocinan y se alimentan muy saludable rico y uno como colombiano se da cuenta que solo come grasa y dulce y esa fue la razón fundamental que me llevo a comer más fruta a desayunar más fresco, a tomar más té que me hizo cambiar y a realizar ejercicio. Dejando de consumir gaseosa y quiero ser más saludables como ellas.

ENTREVISTADORA: ¿A la hora de realizar la compra que productos son indispensables?

ENTREVISTADA: Pues yo digo dos cosas indispensable una son los granos y otras las frutas cuando voy al supermercado nunca me puede faltar los frijoles o las lentejas, y cuando es de frutas y verduras siempre debo llevar espinaca, ahuyama, brócoli enserio son saludables y aprendí a cocinarlo rico sabe bueno.

ENTREVISTADORA: ¿Por qué comenzaste a comer más sano durante tu viaje y decidiste comer más sano?

ENTREVISTADA: todo comenzó cuando tú eres un estudiante internacional es supremamente costoso comprar lo mismo que comprabas en Colombia el poder adquisitivo baja. Todo por economía, allá no hay harina de maíz y hizo que cambiara mis hábitos, inicie a comprar fruta a desayunar más fresco no tan caliente, a tomar más té.

ENTREVISTADORA: ¿Cuáles son los criterios que tienes en cuenta a la hora de realizar la compra?

ENTREVISTADO: mmm. Usualmente lo que compro en alimentos es verde tiene que ser un verde no amarillento tiene que estar bien verde y brillante como en el caso de la calabaza entre más brillante más fresco y me ha funcionado entonces básicamente un color vivo hace que yo lo perciba fresco.

ENTREVISTADORA: ¿Qué entiendes por alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Aquellos alimentos que son nutritivos que aportan componentes que en muchas no tienes y que te ayudan a no enfermarte y mantenerte sano y es tu cuerpo a través de los síntomas de informa sobre problemas que tienes entonces son alimentos nutritivos que te aportan lo que necesitas .Son aquellos que te proporcionan la energía que te permite mantenerte activo y te da lo suficiente para realizar todo lo que necesitas.

ENTREVISTADORA: ¿Cómo es una rutina de tu alimentación?

ENTREVISTADA: OK Mi rutina va más o menos así va por meses digamos que mm en un mes del año me levanto tipo 6:30 am y me tomo un vaso de agua desayuno sandia, a veces arepas de harina de soya y láctea, o huevos cocinados o una torita de espinaca con huevo un poco para variar

así es mi desayuno. A las tres horas una manzana verde y sigue el almuerzo más o menos a las 2 pm siempre.

ENTREVISTADORA: ¿En qué momento del día prefieres consumir alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Yo te diría que todos los días y a toda hora estoy comiendo muy saludables puede ser que ocasionalmente un domingo me coma algo no tan saludable que contenga mucho azúcar o salado pero desayuno, almuerzo y cena muy saludable.

ENTREVISTADORA: ¿Cuáles creerías que son los beneficios de consumir alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Huy! Yo diría que es mucho uno realmente nota la diferencia suena raro pero lo note instantáneamente en mi piel antes comía mucho merengón empanada y comencé a comer ahuyama y beber agua hace que tu organismo funcione de una mejor manera por ejemplo no me dado gripa no me enfermado de nada y te mantienes más activo.

ENTREVISTADORA: ¿La situación que me describes de tu viaje y encuentro con un cultura nueva fue un evento en particular en tu vida que te motivara a alimentarte de una forma más saludable?

ENTREVISTADA: mm si de hecho si mm digamos que estar rodeado de personas tan diferentes hubo un momento que entre en un momento duro pues estaba con personas con hábitos muy diferentes y emocionalmente me di cuenta que debía estar mejor y eso hizo que iniciara yo a alimentarme mejor, el entorno me ayudo y me influencio.

ENTREVISTADORA: ¿Qué se te viene a la cabeza cuando le nombro la palabra saludable?

ENTREVISTADA: mmmm pienso en verde, pero después pienso en todo lo que como en el día y la segunda palabra cero azúcares y balance.

ENTREVISTADORA ¿La información que se transmite a través de la publicidad influyen en el consumo de Alimentos saludables?

ENTREVISTADA: mmm últimamente no influye mucho pasa que la publicidad que tengo acceso es cuando estas por internet entonces diría que más el temas de antojos a veces sale algo nuevo y todo lo quieres probar.

ENTREVISTADORA: ¿Cuáles son las marcas de alimentos que más consumen?

ENTREVISTADA: Nutrisoya que son alimentos a base de soya y son muy saludables mmm realmente no compro por marcas pero digamos en cuanto a frutas y verduras me gusta Surtifruber. Y en el súper mercado granos y son saludable, no consumo mantequilla ni sal ni azúcar. Y pues en cuento a temas de galleta no consumo porque contiene gluten y las remplazo por una harina de soya y las remplazó y la marca seria soya que compro.

ENTREVISTADORA ¿Al encontrarse con una nueva marca de alimentos saludables que es lo primero que usted evalúa?

ENTREVISTADA: mm yo veo los porcentajes de gluten sodio, que tanta sal tienen pero si tienen el código invima es súper importante pues tuve una mala experiencia con mi mamá fue a comprar una carne de soya y yo no le vi registro invima y me devolví a preguntarle al señor porque no lo tenía y él lo buscó y lo mostro y tienen una abreviación pero debe tenerlo y fecha de vencimiento larga para que lo podamos consumir.

ENTREVISTADORA ¿Qué es un alimento para usted?

ENTREVISTADA: Un alimento se dice de la porción de comida que usted puede ingerir para obtener energía que será de acuerdo a estatura y peso.

ENTREVISTADORA ¿Qué es un nutriente?

ENTREVISTADA: Son los nutrientes que tienen los alimentos que va a beneficiarme pueden ser vitaminas, minerales los compuestos que tu cuerpo músculos pueden absorber y que no se convierten en azúcar o carbohidratos que puedes quemar a lo largo del día.

ENTREVISTADORA ¿Usted se considera una persona con buena educación nutricional?

ENTREVISTADA: Ahora sí antes no como más sano y leo mucho sobre los beneficios de frutas y verduras.

ENTREVISTADORA ¿Qué alimentos cree que son energéticos?

ENTREVISTADA: Son alimentos que te proporcionan energía eee como es el caso de las frutas y si las combinadas con huevo te dan mucha energía y el banano también que te ayudan a quemar energía.

ENTREVISTADORA: ¿Qué alimentos cree que son reguladores?

ENTREVISTADA: Creería que es de acuerdo al metabolismo digamos al comer manzana verde, manzana, la sandía, melones, papaya ayudan a metabolizar y mantener los niveles de glucosa, el kiwi diurético que te ayuda a mantener tus niveles

ENTREVISTADORA ¿Usted es una persona altamente influenciada por la moda y las tendencias a la hora de consumir algún alimento?

ENTREVISTADA: Diría que no soy altamente influenciada por la moda pero sí veo que culturalmente les funciona su forma de alimentación los copio.

ENTREVISTADORA ¿Al encontrarse con consejos nutricionales de revistas dedicadas a belleza y salud usted los cree?

ENTREVISTADA: Si a veces busco en internet lo googleo miro la primera página y lo compruebo digamos lo creo cuando son fuentes confiables como es el caso de BBC NEWS, MM discovery, TLC, DHH.

ENTREVISTADORA: MUCHAS GRACIAS POR PERMITIRME REALIZAR LA ENTREVISTA

E: CON GUSTO

TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Entrevistadora: Liliana ENTREVISTADORA Catalina León Medina

Entrevistada: Katherine Coveñas

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

ENTREVISTADORA: Bueno días mi nombre es Catalina León soy estudiante de último semestre de la facultad de Mercadeo, actualmente estoy llevando a cabo mi proyecto de grado que se titula hábitos de compra y consumo de alimentos saludables en los jóvenes universitarios, me permite realizarle la grabación del sonido del registro de esta entrevista.

ENTREVISTADA: Claro si con gusto

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son las actividades que realiza en su tiempo libre?

ENTREVISTADA: En mi tiempo libre duermo un poco, veo blogs en YouTube, teatro de comer una fruta, estar un poco en las redes sociales y hablar por teléfono y muy poco frecuente caminar.

ENTREVISTADORA ¿Describame una rutina del día domingo?

ENTREVISTADA: Duermo hasta las 9:00 am voy a almorzar con una amiga y en las tardes aprovecho para llamar a mis familias hago un poco de deporte como caminar y trotar. A las 5 y 6 miro tv y arreglo las cosas del día lunes

ENTREVISTADORA: Realizas algún tipo de actividad física. Antes solía ir mucho a caminar y como he empezado a trabajar lo he dejado.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son sus alimentos más preferidos?

ENTREVISTADA: Las fruta trato de comerlas en las mañanas en las tardes para mi jugo y bueno eso es lo que más consumo, es muy indispensable, también he cambiado mi rutina de alimentación porque comenzó a sufrir de la gastritis, cuando vivía con mis papás comía más sano y desde que ya no trato de mantenerlo, las hamburguesas y la comida chatarra no me gusta prefiero una manzana o una ensalada de frutas.

ENTREVISTADORA: ¿Desde hace cuánto tiempo cambiaste tus hábitos alimenticios ¿

E: Desde ya hace un año.

ENTREVISTADORA: ¿Cómo me mencionabas que sufres de gastritis que aspectos puntuales de tu rutina cambiaron?

ENTREVISTADA: Siempre he comido sano y pues en mi casa sirven mucho ya vivo sin mis papas consuma más fruta de lo que consumía, avena, granos y me cuido más como más vegetales y verduras que hace un año muy de vez en cuando consumo pizza y los perros calientes y hamburguesas no las consumo, una cena para mí es un jugo o una ensalada de fruta, aaa también estoy comenzando a tomar aguas aromatizas hiervas que son buenas para el riñón, también hago agüitas de aloe vera con la savilla.

ENTREVISTADORA: ¿Quién fue tu principal influenciador para que realizaras este tipo de recetas caceras?

Desde que me dio gastritis, yo vi en un programa por internet que llama doctor tv donde vi que el aloe vera es muy bueno para las gastritis y las bebidas eee desde hay comencé y siento alivio, en las noches es muy suave mi cena y me cuido más, los domingos y sábado como algo como pollo asado y algo diferente o pizza cuando salgo con mis amigas.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son los criterios que usted tiene para la elección y compra de los alimentos? ¿Qué es lo primero que tienes en cuenta?

E: Que sean bajos en grasa que no tengan condimentos por ejemplo cuando campo un plato de comida que cero condimento porque me hace mal, que no tenga mucha fritura.

ENTREVISTADORA ¿Qué piensa acerca de los alimentos saludables?

E: Pienso que son muy buenos porque aa nooo en su mayoría ayudan a que la persona tenga buenos hábitos alimenticios no se trata de comer solo por hacerlo sino para nutriese consumir alimentos que nos ayuden mantenernos sanos si tu comes mucho frito te vas a sentir cansado es lo mismo cuando no practicas deporte y so lo haces eres una persona activa. Sobre todo si comes fruta y verduras, también como mucha ensalada de verduras, siempre e sido delgada y yyy siempre me he tratado de mantenerme así

ENTREVISTADORA ¿Cómo es una rutina diaria de su alimentación ¿Describame cuál es su rutina en el momento del desayuno?

E: Mi rutina al despertarme es tomarme 3 a 4 vasos de agua a la semana me alisto voy a trabajar a clases, en la mañana trato de preparar jugo sándwich de huevo avena y quedo bien desayunada. No consumo café, chocolate. En el almuerzo trato que la entrada desea un caldo o ensalada siempre que sea saludable.

ENTREVISTADORA ¿Cómo definiría usted alimentos saludables?

ENTEVISTADA: Son alimentos nutritivos queee ayudan a mejorar la alimentación, nutrición digestión y también te ayuda a mantenerte con menos fatiga

ENTREVISTADORA ¿Para usted que representan los alimentos saludables?

ENTEVISTADA: Para mi representa que no tiene químicos, no ha sido procesado netamente natural sin haber tenido ninguna alternación química mientras más salúdales y nutuales nuestro cuerpo lo asimila mejor.

ENTREVISTADORA ¿En qué momento del día prefiere consumir los alimentos saludables?

ENTEVISTADA: En las mañanas y en las noches sobre todo

ENTREVISTADORA ¿Cuáles cree que son los beneficios de consumir alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Ser una persona más sana una personas que no tenga fatiga, que tengas una mejor digestión eso es lo principal

ENTREVISTADORA ¿Quién ha sido el principal influenciador para tener estos hábitos alimenticios?

ENTREVISTADA: Doctores y mi mamá me dieron las recetas buscar por internet el programa doctor tv que te enseña y dicen sobre los alimentos que hacen daño

ENTREVISTADORA ¿Qué se le viene a la cabeza cuando piensa en la palabra “saludables ”?

E: SALUD VITALIDAD eso

ENTREVISTADORA ¿La información que se transmite a través de la publicidad influyen en el consumo de Alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Bueno no puedo decirlo exactamente porque no he visto el comercial de algún producto saludable 100% sin ninguna alteración química y con menos de estos químicos nuestro cuerpo lo asimila mejor.

ENTREVISTADORA ¿Al encontrarse con una nueva marca de alimentos saludables que es lo primero que usted evalúa?

ENTREVISTADA: Miro el tipo de producto que está vendiendo miro si hay productos naturales, leo la etiqueta componentes sus ingredientes y entre más natural mejor. Miro los beneficios, ingredientes, fecha de vencimiento el precio no me interesa. No me gusta comprar jugos en caja. Porque siento que le echan mucho colorantes

ENTREVISTADORA ¿Qué es un alimento para usted?

E: Es una cuida natural que la brinda la naturaleza como las frutas, las verduras

ENTREVISTADORA ¿Qué es un nutriente?

E: Como una vitamina

ENTREVISTADORA ¿Usted se considera una persona con buena educación nutricional?

E: sii un poco porque a veces león los benéficos de las frutas las verduras el programa me ayudado bastante y los sigo a través de las redes sociales

ENTREVISTADORA ¿Qué alimentos cree que son energéticos?

ENTREVISTADA: Por ejemplo las lentejas son muy energéticos que ayudan aaaa que te aporten hierro, y complementarla con un poco de limón para que se absorba

ENTREVISTADORA: ¿Qué alimentos cree que son reguladores?

ENTREVISTADA: Las verduras son alimentos reguladores ayudan a quemar la grasa mala que comemos como el brócoli el tomate que ayuda a liberar las toxinas a limpiar el organismo de vez en cuando lo consumo, la naranja por su vitamina C , que previene la gripe y enfermedades respiratorias ayuda a tener más defensas.

ENTREVISTADORA ¿Usted es una persona altamente influenciada por la moda y las tendencias a la hora de consumir algún alimento?

ENTREVISTADA: si me dejo influenciar un poco veo en YouTube recetas que desayuno almuerzo y cena preparar los alimentos sigo a youtubers les creo y pues en las redes aparecen muchos mensajes que dicen all fruta es buena para tal y los en otras y lo corroboro con el programa del doctor.

ENTREVISTADORA ¿Al encontrarse con consejos nutricionales de revistas dedicadas a belleza y salud usted los cree?

ENTREVISTADA: si la mayoría de veces siii es cierto y lo tomo, leo mucho que ayude a complementar la formación

ENTREVISTADORA : ¿Cuáles son las marcas de alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Alpina tos, te hindú, la leche

ENTREVISTADORA: MUCHAS GRACIAS POR PERMITIRME REALIZAR LA ENTREVISTA

E: De nada

TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

DIANA MARIA RUIZ RIVERA

INGENIERIA QUIMICA

UNIVERSIDAD AMERICA

ENTREVISTADORA: Bueno días mi nombre es LILIANA LEÓN soy estudiante de último semestre de la facultad de Mercadeo, actualmente estoy llevando a cabo mi proyecto de grado que se titula hábitos de compra y consumo de alimentos saludables en los jóvenes universitarios, me permite realizarle la grabación del sonido del registro de esta entrevista.

ENTREVISTADA: Claro que si tiene mi autorización para grabarme.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son las actividades que realiza en su tiempo libre que actividades realizas?

ENTREVISTADA: Básicamente leer, ver series por Netflix mmm y en ratos libres pasar tiempo con mi familia e ir a cine, es lo que más hago.

ENTREVISTADORA ¿Describame una rutina del día domingo?

ENTREVISTADA: Bueno principalmente los domingos me levanto tarde ya que no es un día laboral, voy a misa prácticamente todos los domingos salimos a la ciclo vía, luego a almorzar a un restaurante en ocasiones a sopas de mamá y postres de la abuela, y en ocasiones un paseo familiar a lugares por fuera de Bogotá.

ENTREVISTADORA: A qué lugares prefieren salir y que actividades realizan

ENTREVISTADA: Bueno en Familia salimos a caminar a los alrededores de Santa Rosa y demás municipios cercanos de Boyacá. Y cerca a Bogotá a parques ecológicos, También a Choachi, chía.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son sus alimentos más preferidos?

ENTREVISTADA: Lo que más gusta la comida boyacense y la comida casera platos típicos como la arepa, sopas acompañado de frutas y verduras que nunca pueden faltar , trato de llevar fruta a mi camino a la universidad..

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son los criterios que usted tiene para la elección y compra de los alimentos? Que es lo primero que tienes en cuenta?

ENTREVISTADA : las características y estado del producto, que no esté maltratado la fecha de vencimiento en caso de las frutas que estén frescos y mm en alimentos perecederos fechas de vencimiento, también tengo en cuenta la marca si es reconocida y el precio.

ENTREVISTADORA ¿Qué piensa acerca de los alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Que los alimentos saludables están tomando gran auge actualmente porque el prototipo y la sociedad hace que las personas se preocupen por el físico y comiencen a cuidarse pero generan gran controversia porque son caros comparados con los que no son saludables.

ENTREVISTADORA ¿Cuándo considera que un alimento no es saludable?

ENTREVISTADA: Cuando durante el proceso de obtención a pasado por mmm adición de adictivos cuando dentro de su manipulación ha estado sometido a muchos cambios desde su materia prima.

ENTREVISTADORA ¿Cómo es una rutina diaria de su alimentación ¿Describame cuál es su rutina en el momento del desayuno?

ENTREVISTADA: Bueno te cuento que en el desayuno siempre debe haber fruta picada huevo mm café y arepa y de onces fruta o un yogurt y en la hora del almuerzo carne, ensalada, arroz, papá y después un tinto y ya en la noche algo suave como un café con galletas.

ENTREVISTADORA ¿Cómo definiría usted alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Un alimento saludable es aquel que otorga proteínas y mm aminoácidos esenciales para el organismo como las frutas, eee todos aquellos que necesitamos para el correcto metabolismo mmm son aquellos que han tenido menos manipulación en su procesamiento.

ENTREVISTADORA ¿Para usted que representan los alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Otorgan proteínas y vitaminas mmm también que ayudan al sistema inmunológico por ejemplo el yogurt con prebióticos.

ENTREVISTADORA ¿En qué momento del día prefiere consumir los alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Los prefiero consumir en las horas de la mañana porque me suministran la energía para estar bien durante todo el día y en la noche porque el soporte calórico es menor.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles cree que son los beneficios de consumir alimentos saludables?

E: Buena salud reduce problemas cardiacos ayuda al sistema inmunológico nos ayuda a evitar que nos dé gripa previene a la obesidad y todo lo que tiene que ver con problemas intestinales.

ENTREVISTADORA ¿Quién ha sido el principal influenciador para tener estos hábitos saludables?

ENTREVISTADA: Los medios de comunicación porque ellos venden un estilo de vida y han que las personas sigan prototipos de vida, lo sustentan con estadísticas basadas en la salud que son reales y de fuentes confiables

ENTREVISTADORA ¿Qué se le viene a la cabeza cuando piensa en la palabra “saludables”?

ENTREVISTADA: Calidad de Vida

ENTREVISTADORA ¿Qué es un alimento para usted?

ENTREVISTADA: Como una fuente de carbohidratos del que se obtiene energía para desarrollar todas las funciones corporales.

ENTREVISTADORA ¿Qué es un nutriente?

ENTREVISTADA: Proteínas necesarias para el buen funcionamiento de las células.

ENTREVISTADORA ¿Usted se considera una persona con buena educación nutricional?

ENTREVISTADA: Si leo bastante y me instruyo sobre el tema pero no lo aplico al 100%.

ENTREVISTADORA ¿Qué alimentos cree que son energéticos?

ENTREVISTADA: Los almidones como la papá, la yuca mmm los cereales el arroz los que contienen gran cantidad de carbohidratos.

ENTREVISTADORA: ¿Qué alimentos cree que son reguladores?

ENTREVISTADA: Los lácteos, frutas y verduras que te ayudan a mantén todo en orden

ENTREVISTADORA ¿Usted es una persona altamente influenciable por la moda y las tendencias a la hora de consumir algún alimento?

ENTREVISTADA: Si. Estoy influenciada pero no mucho diría que en un grado medio sigo tendencias.

ENTREVISTADORA ¿Al encontrarse con consejos nutricionales de revistas dedicadas a belleza y salud usted los cree?

ENTREVISTADA: Si los creo y trato d aplicarlos en mi vida.

ENTREVISTADORA : ¿Cuáles son las marcas de alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Tosh, la línea light de Alpina baja en grasa

ENTREVISTADORA: MUCHAS GRACIAS POR PERMITIRME REALIZAR LA ENTREVISTA

E: De nada, con gusto

TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

PAULA STEFANIA VARGAS

VETERINARIA

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA

ENTREVISTADORA: Bueno días mi nombre es Liliana León soy estudiante de último semestre de la facultad de Mercadeo, actualmente estoy llevando a cabo mi proyecto de grado que se titula hábitos de compra y consumo de alimentos saludables en los jóvenes universitarios, me permite realizarle la grabación del sonido del registro de esta entrevista.

ENTREVISTADA: Claro que si tiene mi autorización para grabarme.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son las actividades que realiza en su tiempo libre?

ENTREVISTADA: En mi tiempo libre trabajo, hago ejercicio y salgo con mis amigos.

ENTREVISTADORA ¿Describame una rutina del día domingo?

ENTREVISTADA: El día domingo madrugo a trabajar salgo a mi casa me arreglo y voy a almorzar con mi familia.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son sus alimentos más preferidos?

ENTREVISTADA: Me gusta el chocolate, la comida rápida y de vez en cuando consumo fruta en las mañanas.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son los criterios que usted tiene para la elección y compra de los alimentos? ¿Qué es lo primero que tienes en cuenta?

ENTREVISTADA: Fecha de vencimiento, si es fruta miro que está fresca.

ENTREVISTADORA ¿Qué piensa acerca de los alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Los alimentos saludables son muy ricos pero en su mayoría son muy costosos lo que hace su difícil acceso a comprarlos.

ENTREVISTADORA ¿Cómo es una rutina diaria de su alimentación ¿Describame cuál es su rutina en el momento del desayuno?

ENTREVISTADA: Desayuno huevos con café o chocolate almuerzo lo que haya en el restaurante papas, arroz carne o pollo y ensalada y sopa y después compro un yogurt o llevo fruta para ser un poco saludable

.

ENTREVISTADORA ¿Cómo definiría usted alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Aquellos alimentos que ayudan al buen funcionamiento del organismo que no lo dañan ni lo perjudican

ENTREVISTADORA ¿En qué momento del día prefiere consumir los alimentos saludables?

ENTREVISTADA: En la hora de la mañana para tener buena energía.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles cree que son los beneficios de consumir alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Tienes la piel limpia, no te enfermas y estas muy saludable y con mucha energía para desarrollar todas tus actividades

ENTREVISTADORA ¿Quién ha sido el principal influenciador para tener estos hábitos saludables?

ENTREVISTADA: Mi mamá ha sido quien me da consejos sobre tomar agua, hacer ejercicio y mantenerme activo.

ENTREVISTADORA ¿Qué se le viene a la cabeza cuando piensa en la palabra “saludables ”?

ENTREVISTADA: Vida

ENTREVISTADORA ¿Qué es un alimento para usted?

ENTREVISTADA: Aquel que te da energía para desarrollar todas las actividades que tienes que realizar.

ENTREVISTADORA ¿Qué es un nutriente?

ENTREVISTADA: Componente que tiene los productos para ayudarle a tu organismo

ENTREVISTADORA ¿Usted se considera una persona con buena educación nutricional?

ENTREVISTADA: Tengo varios conocimientos pero los aplico muy poco porque en la universidad no venden productos muy sanos y compró lo que hay como son pasteles de pollo, empanadas etc.

ENTREVISTADORA ¿Qué alimentos cree que son energéticos?

ENTREVISTADA: Las frutas y las verduras el arroz y los granos

ENTREVISTADORA: ¿Qué alimentos cree que son reguladores?

ENTREVISTADA: los yogurts

ENTREVISTADORA ¿Usted es una persona altamente influenciable por la moda y las tendencias a la hora de consumir algún alimento?

ENTREVISTADA: No leo y comparo para estar bien informada

ENTREVISTADORA : ¿Cuáles son las marcas de alimentos saludables?

ENTREVISTADA: Tosh, me gusta alpina y mucha fruta

ENTREVISTADORA: MUCHAS GRACIAS POR PERMITIRME REALIZAR LA ENTREVISTA

E: Bueno, de nada.

Entrevista a profundidad

Carlos Gutiérrez

Universidad Santo Tomás

ENTREVISTADORA Muy buenas tardes ¿Cómo está el día de hoy?

ENTREVISTADO: Súper Bien y tú ¿Cómo estás?

ENTREVISTADORA Muy Bien gracias por preguntar, le comento que mi nombre es Catalina Leon, me permites realizarte la grabación de audio durante la entrevistas importante aclarar que va a ser de uso exclusivamente académico.

ENTREVISTADA: Listo Puedes grabar mi voz.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son las actividades que realiza en su tiempo libre?

ENTREVISTADO: Bueno en mi tiempo libre principalmente busco realizar un tipo de actividad física, hacer ejercicio e ir al gimnasio y sobre todo practicar un deporte

ENTREVISTADA: ¿Cómo cual deporte practicas?

ENTREVISTADO: pues me gusta el tenis ir al gimnasio donde me encuentro con mis amigos y me dan más energía para asistir y realizar ejercicio y estar más satisfecho con lo que hago, también me gusta salir a comer con mis amigos e ir a cine.

ENTREVISTADORA ¿Cuáles son sus alimentos preferidos?

ENTREVISTADO: Me gusta la carne, la pasta, las frutas las verduras en verdad como de todo. Además de los pescados

ENTREVISTADORA: ¿Desde hace cuánto tiempo cambiaste tus hábitos alimenticios?

ENTREVISTADO: Buenos mis hábitos alimenticios los cambie cuando tenía unos 13 o 14 años me encontraba en bachillerato y pues allí mis amigos hombres y mujeres se comenzaron a preocupar por la apariencia física y estar en pues uno ya comienza prestar cierto interés a las otras personas

ETREVISTADORA: ¿Quien fue tu principal influenciador?

ETREVISTADO: Fue mi mejor amiga del Bachillerato porque ella inicio a cambiar sus hábitos alimenticios a cuidarse más tanto que ya se hacía mascarillas entre otros tratamientos para la piel entonces ella fue quien me decía Carlos tienes que cuidarte y a si no vas a levantar a alguien.

ETREVISTADORA: ¿Cuáles son los criterios que usted tiene para la elección y compra de los alimentos?

ETREVISTADO: Bueno para comprar un alimento por lo general busco que sean alimentos orgánicos que no contenga mucho químico y pues también pido comentarios de mis amigos cuales son mas saludables y cuales ayudan a cuidar el organismo eeeee cuales ayudan a nutrirlo o y que sean de fácil cocción y que no tengan que contener aceite para su preparación, evito mucho los alimentos fritos

ETREVISTADORA ¿Qué piensa acerca de los alimentos saludables?

ETREVISTADO: Pienso que los alimentos saludables son eeee la tendencia porque la imagen está jugando mucho a la hora de tener una relación o a la hora de entrar al campo laboral pues la apariencia física es muy importante y la primera imagen que tiene las personas y pienso que estos alimentos eee va a ser futuro de nuestra alimenticio pues se evidencia que algunos alimentos están siendo nocivos para la salud

ETREVISTADORA ¿Describame cuál es su rutina en el momento del desayuno?

ETREVISTADO: Son aquellos alimentos que cumplen su función e nutrir el cuerpo dar las vitaminas y minerales que el cuerpo necesita sin tener efectos negativos para el cuerpo humano.

ETREVISTADORA ¿En qué momento del día prefiere consumir los alimentos saludables?

ETREVISTADO: Este tipo de alimentos los prefiero consumir en las horas de la mañana y en la noche porque es el tiempo que estoy en casa para prepararme algo fresco y saludable. Y es difícil encontrar un lugar donde consigas una alimentación saludable.

ETREVISTADORA ¿Cuáles cree que son los beneficios de consumir alimentos saludables?

ETREVISTADO: buenos los beneficios pienso que son aquellos que me permiten realizar todas las actividades del día día y permiten nutrirme y realizar todas mis actividades evitando un impacto negativo

ETREVISTADORA ¿La información que se transmite a través de la publicidad influyen en el consumo de alimentos saludables?

ETREVISTADO: Si, pienso que la publicidad condiciona nuestra forma de pensar y de actuar pero sobre todo de alimentarnos pues miro mucho publicidad que resalta el cuidado de la figura y que solo no es un tema estético de las mujeres sino de los hombres también está tomando más

importancia y pues que los alimentos saludables son importante y la publicidad nos ayuda para mantenernos informados

ETREVISTADORA ¿Al encontrarse con una nueva marca de alimentos saludables que es lo primero que usted evalúa?

ETREVISTADO: Bueno lo primero que evaluó es el precio porque estos alimentos tienden a ser costosos y ya miro ingredientes y entro a cuestionar si la marca conocida o tiene convenio con una marca famoso y cuáles son los beneficios que me va a proporcionar el producto.

ETREVISTADORA ¿Qué es un alimento para usted?

ETREVISTADO: Un alimento es un elemento que le permite al cuerpo obtener la energía suficiente para realizar todas sus funciones digestivas, respiratorias es decir el combustible que permite que el cuerpo siga funcionando correctamente.

ETREVISTADORA ¿Qué es un nutriente?

ETREVISTADO: Nutriente es aquella enzima que permite que el cuerpo tenga la suficiente existencia y estabilidad para realiza las actividades del día día

ETREVISTADORA ¿Qué alimentos cree que son energéticos?

ETREVISTADO: Es aquel alimento que me proporciona energía, la vitalidad de seguir con las actividades y hacer todo lo que me gusta.

ETREVISTADORA ¿Qué alimentos cree que son reguladores?

ETREVISTADO: Un regulador es aquel que ayuda a mantener el cuerpo en línea y cierta forma regular todos sus órganos, limpiarlo ya hacer de que toda la parte interna funcione de manera correcta.

ETREVISTADORA ¿Usted es una persona altamente influenciable por la moda y las tendencias a la hora de consumir algún alimento?

ETREVISTADO: Si, la verdad si tomo encuesta todo lo que sale en tv, lo que hacen mis amigos a que sitios van que deporte y actividades realizan entonces si estoy muy pendiente de lo que hacen los demás para imitarlo

ETREVISTADORA ¿Al encontrarse con consejos nutricionales de revistas dedicadas a belleza y salud usted los cree?

ETREVISTADO: eee si cuando veo un artículo sobre alimentación o para el cuidado del cuerpo si me llama la atención busco leerlo, analizarlo y sacarle provecho

ETREVISTADORA ¿Cuáles son las marcas de alimentos saludables?

ETREVISTADO: eeee bueno pienso que Alpina ofrece muchas opciones de alimentación saludables bajos en azúcar grasas, también marcas Tosh con las galletas, taeq, línea fitness de cereales que ofrecen gran variedad de productos saludables.

ETREVISTADORA: Muchas Gracias Carlos por colaborar con la entrevista

ETREVISTAO: De nada Catalina

Apéndice 2

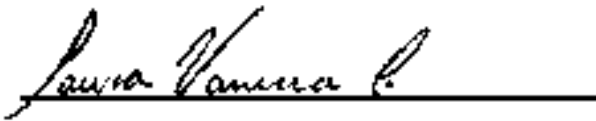
Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Liliana Catalina León Medina estudiante de la facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás. El objetivo es estudiar hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de Bogotá

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una serie de preguntas a través de la entrevista a profundidad realizada a continuación; esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo y será grabado para uso exclusivamente académico.

Desde ya le agradecemos su participación.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los que este estudio sin mi consentimiento. He sido informado (a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Laura Vanesa C.', is written over a solid black horizontal line.

Firma del Participante

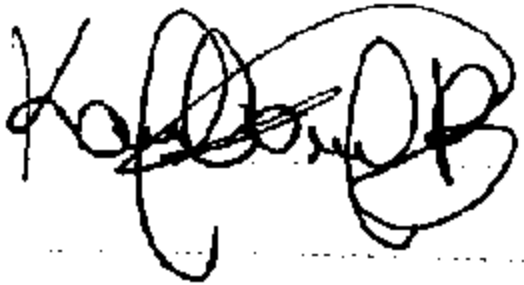
Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Liliana Catalina León Medina estudiante de la facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás. El objetivo es estudiar hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de Bogotá

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una serie de preguntas a través de la entrevista a profundidad realizada a continuación; esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo y será grabado para uso exclusivamente académico.

Desde ya le agradecemos su participación.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los que este estudio sin mi consentimiento. He sido informado (a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'K. León', written over a dotted line.

Firma del Participante

Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Liliana Catalina León Medina estudiante de la facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás. El objetivo es estudiar hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de Bogotá

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una serie de preguntas a través de la entrevista a profundidad realizada a continuación; esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo y será grabado para uso exclusivamente académico.

Desde ya le agradecemos su participación.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los que este estudio sin mi consentimiento. He sido informado (a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Liliana Catalina León Medina', written over a horizontal line.

Firma del Participante

Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Liliana Catalina León Medina estudiante de la facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás. El objetivo es estudiar hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de Bogotá

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una serie de preguntas a través de la entrevista a profundidad realizada a continuación; esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo y será grabado para uso exclusivamente académico.

Desde ya le agradecemos su participación.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los que este estudio sin mi consentimiento. He sido informado (a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

A handwritten signature in black ink that reads "Diana Ruiz". The signature is written in a cursive, flowing style.

Firma del Participante

Consentimiento Informado

La presente investigación es realizada por Liliana Catalina León Medina estudiante de la facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás. El objetivo es estudiar hábitos, estilos de vida y prácticas de consumo de alimentos saludables en jóvenes universitarios de Bogotá

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una serie de preguntas a través de la entrevista a profundidad realizada a continuación; esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo y será grabado para uso exclusivamente académico.

Desde ya le agradecemos su participación.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los que este estudio sin mi consentimiento. He sido informado (a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

A handwritten signature in black ink that reads "Paula Estefanía Vargas". The script is cursive and fluid, with the first letter of each name being capitalized and prominent.

Firma del Participante