



Monografía de investigación

Estrategias para Promover Alternativas a los Alimentos Ultraprocesados

Autores:

Andrian Josué Arroyo Arrieta

Sergio Estiven Amórtegui Arévalo

Mary Nancy Valencia Figueroa

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Octubre de 2024

Monografía de investigación

Estrategias para Promover Alternativas a los Alimentos Ultraprocesados

Autores:

Andrian Josué Arroyo Arrieta

Sergio Estiven Amórtegui Arévalo

Mary Nancy Valencia Figueroa

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesor(a):

Hugo Alejandro Muñoz Bonilla

Docente

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

octubre de 2024

Contenido

Introducción.....	6
1. Planteamiento del problema	11
1.1 La pregunta de investigación	14
1.2 Los objetivos de investigación	14
1.2.1 <i>Objetivo general</i>	14
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	14
1.3 Justificación de la investigación	15
2. Marco de referencia.....	17
2.1. Marco de Antecedentes.....	17
2.2. Marco Teórico	22
2.2.1. <i>Estrategias</i>	22
2.2.2. <i>Alternativa</i>	24
2.2.3. <i>Alimentos ultraprocesados</i>	24
2.2.4. <i>Consumidor</i>	25
2.2.5. <i>Saludable</i>	26
2.3. Marco normativo	28
2.3.1. <i>Ley 9 de 1979</i>	28
2.3.2. <i>Ley 1715 de 2015</i>	28
2.3.3. <i>Ley 1480 de 2011</i>	29
2.3.4. <i>Resolución 2674 de 2013</i>	29
3. Metodología.....	31
3.1. Enfoque y alcance de la investigación	31
3.2. Diseño de la Investigación	32
3.3. Población y muestra.....	33
3.3.1. <i>Definición de la población</i>	33

Monografía de investigación

3.3.2. Cálculo y selección de la muestra.....	34
3.4. Instrumentos de Recolección de Datos	34
3.4.1. Contenido de las Preguntas:	35
3.4.2. Distribución de las Preguntas:.....	35
3.4.3. Validación del Instrumento	35
3.4.4. Encuesta	36
3.4.5. Descripción de procedimientos	39
3.4.6. Análisis de información	40
3.4.7. Resultados de la encuesta.....	40
4. Análisis de Resultados.....	50
4.1 Descripción Estadística de los Datos.....	50
4.2 Análisis Cualitativo de las Percepciones	51
4.3 Comparación con Estudios Previos	52
4.4 Impacto de las Alternativas Saludables en la Percepción del Consumidor	53
5. Discusión	54
5.1 Implicaciones para la Salud Pública	54
5.2 Implicaciones para Políticas Públicas.....	55
5.3 Estrategias para Promover Alimentos Saludables	56
5.4 Limitaciones del Estudio	57
5.5 Futuras Líneas de Investigación	58
6. Conclusiones	59
7. Recomendaciones.....	60
8. Referencias.....	62

Índice de tablas

Tabla 1 Frecuencia de consumo de productos ultraprocesados	42
Tabla 2 Factores influyentes en el consumo de ultraprocesados	44
Tabla 3 Tipos de alimentos ultraprocesados más consumidos	45
Tabla 4 Promedio de ingresos económicos.....	47
Tabla 5 Barreras para consumo de alimentos saludables.....	49

Índice de figuras

Figura 1 preguntas de encuesta realizada	36
Figura 2 Frecuencia de consumo de productos ultraprocesados en Chapinero.	42
Figura 3 Factores que influyen en la decisión de compra de alimentos ultraprocesados	44
Figura 4 Tipos de alimentos ultraprocesados que los encuestados consumen con mayor frecuencia.....	45
Figura 5 Distribución de los niveles de ingreso económico y su relación con el consumo de ultraprocesados	47
Figura 6 Barreras percibidas para el consumo de alimentos saludables.....	49

Resumen

Esta investigación analiza el impacto del consumo de alimentos ultraprocesados en la salud pública, con énfasis en la localidad de Chapinero, Bogotá. Estos productos, asociados con enfermedades crónicas como obesidad y diabetes, son populares por su bajo costo y conveniencia, especialmente en entornos urbanos. El estudio busca comprender las percepciones y actitudes de los consumidores hacia estos alimentos, identificando barreras para adoptar alternativas más saludables. Basado en evidencia científica, se destaca la necesidad de estrategias integrales que combinen alimentación saludable y actividad física. La gerencia de proyectos, mediante metodologías como PMBOK o PRINCE2, se propone como herramienta clave para diseñar iniciativas que promuevan cambios en los hábitos alimenticios, alineando objetivos económicos con el bienestar social y generando valor compartido para la comunidad.

Palabras clave: Alimentos ultraprocesados, salud pública, valor compartido, gerencia de proyectos.

Abstract

This research examines the impact of ultra-processed food consumption on public health, focusing on the locality of Chapinero, Bogotá. These products, linked to chronic diseases such as obesity and diabetes, are popular due to their low cost and convenience, especially in urban settings. The study aims to understand consumer perceptions and attitudes toward these foods, identifying barriers to adopting healthier alternatives. Based on scientific evidence, the need for comprehensive strategies combining healthy eating and physical activity is highlighted. Project management, using methodologies such as PMBOK or PRINCE2, is proposed as a key tool to design initiatives that promote changes in eating habits, aligning economic objectives with social well-being and generating shared value for the community.

Keywords: Ultra-processed foods, public health, shared value, project management.

Introducción

La siguiente es una investigación encaminada en una monografía basada sobre la línea de innovación, sostenibilidad empresarial y valor compartido. En las últimas décadas, el consumo de alimentos ultraprocesados ha aumentado significativamente a nivel global, generando preocupación sobre sus efectos en la salud pública. Estos productos, que se caracterizan por su alto contenido de aditivos, conservantes, saborizantes y otros ingredientes artificiales, son populares debido a su bajo costo y a la conveniencia que ofrecen en cuanto a preparación y consumo, han sido objeto de estudios que evidencian su asociación con diversas enfermedades crónicas, como la obesidad, la diabetes y los problemas cardiovasculares. La producción industrial de estos alimentos busca maximizar su atractivo, a menudo reduciendo la calidad nutricional en el proceso, lo que plantea un reto para la salud de las poblaciones modernas, especialmente entre los consumidores jóvenes.

En el caso específico de Colombia, y más concretamente de la localidad de Chapinero en Bogotá, el estilo de vida urbano y las dinámicas económicas y sociales han favorecido la popularidad de estos productos. Los habitantes de zonas urbanas como Chapinero, expuestos a largas jornadas laborales y un ritmo de vida acelerado, recurren con frecuencia a los alimentos ultraprocesados como una opción rápida y económica. A pesar de esto, existe una creciente preocupación sobre los efectos negativos de estos productos en la salud, lo que ha generado un interés por explorar alternativas más saludables.

La importancia de investigar las percepciones y actitudes hacia los alimentos ultraprocesados radica en su impacto directo en las decisiones alimentarias de los consumidores. Comprender cómo los individuos ven estos productos y las creencias que los rodean puede

ofrecer información valiosa para diseñar estrategias de salud pública. Según la literatura científica, se ha observado que las actitudes hacia la alimentación están fuertemente influenciadas por la cultura, la educación y la publicidad, lo que recalca la necesidad de explorar estos factores en contextos específicos, como el de la localidad de Chapinero.

Varios estudios han abordado esta problemática desde diferentes enfoques. Por ejemplo, un artículo de la Revista Nutrición Hospitalaria (2020) señala que el consumo elevado de alimentos ultraprocesados puede alterar el microbiota intestinal, elevando el riesgo de enfermedades crónicas y afectando la salud mental. Otro estudio en Science Direct (2022) resalta cómo el sedentarismo combinado con la ingesta de ultraprocesados puede ocasionar problemas de salud, sugiriendo la necesidad de un enfoque integral que contemple tanto la dieta como la actividad física. Estos hallazgos destacan la complejidad de la relación entre la alimentación y la salud, y la urgencia de fomentar hábitos más saludables.

En el contexto específico de Chapinero, la investigación sobre las percepciones y actitudes hacia los alimentos ultraprocesados es especialmente relevante, dado el estilo de vida urbano y las dinámicas sociales de la localidad. La diversidad cultural y socioeconómica de Chapinero también puede influir en las elecciones alimentarias de sus habitantes, lo que a su vez tiene implicaciones en su salud y bienestar. Por tanto, este estudio no solo busca comprender las decisiones alimentarias de los consumidores locales, sino también promover un cambio hacia patrones de consumo más saludables que beneficien a la comunidad en su conjunto.

Esta investigación se enmarca en la línea de Innovación, sostenibilidad empresarial y valor compartido. Centrándose en entender las percepciones y actitudes de los consumidores hacia los alimentos ultraprocesados, así como en identificar las barreras que enfrentan para adoptar

alternativas más saludables. Con base en esta información, se busca desarrollar estrategias efectivas que promuevan un cambio en los hábitos alimenticios de los consumidores de Chapinero.

El consumo de alimentos ultraprocesados está vinculado al desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles. La OMS estima que estas enfermedades son responsables del 71% de todas las muertes en el mundo, afectando en mayor medida a las comunidades urbanas, donde el acceso a estos productos es elevado debido a su conveniencia y bajo precio. Además, un análisis realizado por The Global Nutrition Report de (2021) identificó a América Latina como una de las regiones con mayor aumento en la ingesta de ultraprocesados, destacando que más del 60% de las calorías consumidas en países como México y Chile provienen de este tipo de alimentos.

La gerencia de proyectos aplicada a la salud pública tiene un papel crucial en la planificación y ejecución de iniciativas que promuevan una mejor alimentación; a través de la integración de la innovación, sostenibilidad empresarial y el valor compartido. El enfoque estratégico en la gestión de proyectos permite que las soluciones se diseñen con objetivos claros, plazos definidos y con un uso eficiente de los recursos, fomentando prácticas que generen impactos positivos en la comunidad.

En esta investigación es de vital importancia que el proyecto se estructure con una metodología adecuada, como PMBOK o PRINCE2, que no sólo garantice el seguimiento de los entregables permitiendo la medición de los resultados a largo plazo, sino que también se optimicen recursos permitiendo que los resultados económicos estén alineados a un bienestar social, estableciendo un valor compartido.

1. Planteamiento del problema

El consumo de alimentos ultraprocesados a nivel mundial ha generado gran preocupación y un creciente interés en la literatura científica, especialmente en relación con el impacto que estos tienen en la salud pública. Distintos estudios han señalado que la alta ingesta de estos alimentos está asociada con un aumento en el riesgo de obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares. Los alimentos ultraprocesados, según la Pontificia Universidad Javeriana (2019) son: “aquellos que se elaboran por medio de fórmulas industriales de ingredientes que se someten a métodos físicos, químicos y biológicos para su producción. Algunos ultraprocesados son las barritas de cereal, helados o bebidas energizantes”. Como señala la Javeriana, este tipo de alimentos se caracterizan por contener aditivos, conservantes y saborizantes que no se encuentran en su forma natural, lo que los diferencia notablemente de los alimentos que son mínimamente procesados. La producción industrial de estos productos busca maximizar su duración, su sabor y su textura sin tener en cuenta la pérdida de la calidad nutricional. Como resultado, su consumo frecuente puede llevar a una dieta desbalanceada, rica en azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y otros componentes que con su consumo constante se convierten en nocivos para la salud de los individuos, lo que incrementa el riesgo de enfermedades crónicas. Además, el atractivo de estos productos, está dirigido generalmente a los consumidores más jóvenes, incitando patrones de alimentación poco saludables desde una edad temprana. En consecuencia, es necesario aumentar la conciencia sobre las implicaciones para la salud de los alimentos ultraprocesados y promover alternativas más saludables que fortalezcan el bienestar general. La Revista Nutrición Hospitalaria (2020) afirmó lo siguiente:

Una alta ingesta de alimentos ultraprocesados induce disbiosis en el microbiota intestinal, lo que puede llevar al desarrollo de enfermedades cardiovasculares, diabetes tipo 2 e incluso cáncer. Con respecto a la depresión, un estudio llevado a cabo con individuos de la cohorte del proyecto SUN concluye que existe una asociación positiva entre el consumo de ultraprocesados y el riesgo de desarrollar depresión. Además, este riesgo resultó ser mayor entre aquellos sujetos con menor nivel de actividad física.

Lo anterior resalta la complejidad de la relación entre la alimentación moderna y la salud mental, sugiriendo que la dieta puede influir no solo en la salud física, sino también en el bienestar psicológico, influenciando en trastornos del estado de ánimo. Asimismo, la interacción entre el sedentarismo y la dieta destaca la importancia de una perspectiva integral que contemple tanto la alimentación como el ejercicio físico para mejorar la salud general. En este contexto, es esencial promover programas y proyectos que fomenten el consumo de alimentos frescos y mínimamente procesados, así como estrategias educativas que ayuden a la población a tomar decisiones más saludables en su dieta diaria.

Conviene, en este sentido, acudir a la Sociedad Geográfica Nacional, National Geographic. Donde Jibrin (2023) afirma:

Los alimentos ultraprocesados son fáciles de consumir en grandes cantidades porque suelen ser blandos y fáciles de masticar", explica Lane. También son hiperpalatables, que es el término de investigación para decir muy sabrosos en un lenguaje coloquial. "Estos

atributos pueden interrumpir y anular la comunicación normal 'estoy lleno' entre el intestino y el cerebro.

Los alimentos ultraprocesados representan una carga económica significativa para los sistemas de salud debido a las enfermedades que desencadenan. Según el Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME), el costo directo del tratamiento de enfermedades crónicas relacionadas con la mala alimentación en países como Estados Unidos se ha estimado en 50 mil millones de dólares anuales. Además, un estudio del Ministerio de Salud de Colombia muestra que la prevalencia de obesidad en adultos se incrementó en un 10% en la última década, con una relación directa al consumo frecuente de ultraprocesados.

En la localidad de Chapinero, Bogotá, el consumo de estos productos es particularmente alto debido al estilo de vida urbano y las limitadas opciones de alimentos frescos y saludables. La demanda de opciones rápidas y baratas se traduce en un aumento en la ingesta de alimentos ultraprocesados, lo que a su vez está afectando negativamente la salud de la población. Los estudios revelan que los habitantes de Chapinero, al igual que en otras zonas urbanas, están cada vez más inclinados a consumir alimentos de baja calidad nutricional debido a su conveniencia, ignorando o subestimando los efectos adversos a largo plazo.

El principal problema que plantea esta investigación es la necesidad de crear conciencia y promover el consumo de alimentos más saludables en lugar de los ultraprocesados. Sin embargo, este cambio no es sencillo, ya que está influido por múltiples factores, tales como el precio, la accesibilidad, el tiempo de preparación y la falta de conocimiento sobre las alternativas disponibles. Por ello, se propone no solo ofrecer alimentos saludables, sino también diseñar

estrategias que puedan abordar estas barreras y facilitar una transición hacia hábitos alimentarios más equilibrados.

1.1 La pregunta de investigación

¿Cómo influyen las percepciones y actitudes de los habitantes de la localidad de Chapinero en Bogotá hacia los alimentos ultraprocesados en sus decisiones alimentarias y en la adopción de opciones más saludables?

1.2 Los objetivos de investigación

1.2.1 Objetivo general

Analizar cómo las percepciones y actitudes de los consumidores en la localidad de Chapinero, Bogotá, hacia los alimentos ultraprocesados influyen en sus decisiones de compra y en la adopción de opciones alimentarias más saludables.

1.2.2 Objetivos específicos

- Evaluar la frecuencia de compra de alimentos ultraprocesados en la localidad de Chapinero, analizando cómo las percepciones de los consumidores sobre estos productos influyen en su decisión de compra.

- Identificar los criterios de elección de productos ultraprocesados entre los consumidores de Chapinero, considerando factores como la marca, el precio, la publicidad y las percepciones sobre la calidad y la salud.
- Analizar las barreras que presentan los diferentes consumidores de la localidad de Chapinero en la adquisición de productos saludables.

1.3 Justificación de la investigación

El estudio de las percepciones y actitudes hacia los alimentos ultraprocesados tiene un significativo aporte práctico al entregar información clave para el diseño de intervenciones de salud pública. Al entender cómo los consumidores de la localidad de Chapinero conciben y se relacionan con los productos ultraprocesados, se pueden desarrollar estrategias educativas y de concienciación que fomenten hábitos alimentarios más saludables. Esto es determinante en un contexto donde el consumo de ultra procesado está vinculado a un aumento en enfermedades crónicas. Implementar programas y proyectos que promuevan alternativas más nutritivas puede resultar en una mejora en la calidad de vida y en la salud de la comunidad en general.

Desde un enfoque social, esta investigación tiene el potencial para contribuir al bienestar de la población de Chapinero al abordar temas de salud pública desde una perspectiva local. Al

reconocer y valorar las características culturales y socioeconómicas de la localidad, se pueden diseñar campañas de sensibilización que repercutan en los consumidores, favoreciendo la creación de un entorno más propicio para decisiones alimentarias informadas. Esto no solo impacta la salud individual, sino que también puede generar un cambio positivo en la dinámica social, promoviendo un sentido de comunidad y apoyo mutuo en la incorporación de estilos de vida más saludables.

Metodológicamente, el estudio se basa en un enfoque interdisciplinario que integra métodos cualitativos y cuantitativos. Esta diversidad metodológica permite una comprensión considerable de las actitudes de los consumidores, facilitando el análisis de factores como la cultura, la educación y la publicidad que afectan las decisiones alimentarias.

Esta investigación está alineada con los principios de innovación, sostenibilidad empresarial y valor compartido, con esto se busca promover un modelo de desarrollo que genere un impacto social que, para nosotros como estudiantes, nos ayuda a desarrollar un pensamiento crítico y creativo que permite buscar soluciones dinámicas a problemáticas y desafíos en un entorno de constantes cambios, contribuyendo al bien general.

Por último, en un sentido teórico, la investigación servirá para aportar al conocimiento existente sobre la relación entre dieta y salud, al enriquecer la discusión académica con datos específicos del contexto de Chapinero. Así, se promoverá un diálogo más amplio en la literatura sobre la necesidad de adaptar las estrategias de salud pública a las realidades locales, fortaleciendo la teoría con evidencia empírica.

2. Marco de referencia

2.1.Marco de Antecedentes

El modelo de fast food (comida rápida) ha promovido la creación de escenarios en el ámbito de la alimentación de rápido consumo y preparación que, generalmente están organizados bajo un sistema de franquicias. Estas franquicias fomentan la adquisición y el desarrollo estratégico, permitiendo una expansión rápida en el mercado. Sin embargo, tras la pandemia, este sector ha enfrentado desafíos significativos que han transformado su funcionamiento y estrategias comerciales, como lo menciona Granados y Arce (2021), el público se convirtió en un cliente más exigente y con mayor información sobre el proceso nutricional por lo cual busca alternativas saludables pero que en su mayoría genera un sobre costo a diferencia de los demás menús.

La industria de la comida rápida ha evolucionado de manera significativa en las últimas décadas, siendo impulsada no solo por la demanda de conveniencia, sino también por la necesidad de innovación en un mercado cada vez más competitivo. Según el informe de Euromonitor International (2021), la industria de comida rápida se ha diversificado, integrando opciones más saludables en sus menús para adaptarse a las nuevas tendencias de consumo.

La búsqueda de alternativas saludables se ve complicada por la baja disponibilidad de alimentos orgánicos, como mencionaste. Un estudio de Smith y Leaver (2019) sostiene que la falta de infraestructura adecuada para la producción y distribución de alimentos orgánicos puede llevar a precios más altos y a una menor oferta en el mercado. Esto resalta la necesidad de políticas que fomenten la producción local y el consumo de alimentos orgánicos.

En el contexto de la producción de alimentos orgánicos y saludables, el análisis de las cadenas logísticas es crucial. El estudio de Schmitt et al. (2020) enfatiza la importancia de implementar prácticas sostenibles en las cadenas de suministro, señalando que la sostenibilidad no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede reducir costos a largo plazo.

Por otro lado, como lo menciona en su tesis Molina (2018), la baja producción de alimentos orgánicos en el país implica una búsqueda más exhaustiva al no tener una oferta amplia de productos libres de pesticidas y fertilizantes químicos, que implica una poca variedad y tendencia a existencia de compra por medio de terceros o distribuidores que aumenta el precio de los insumos básicos y que se deben asociar a cadenas logísticas que aumentan no solo el costo total, si no que vinculan limitaciones en creación de menús y demás medidas que repercute en el valor de acceso al cliente.

Estas limitaciones no están presentes únicamente en el territorio colombiano si no que se extienden a diferentes partes del mundo, donde se requieren cadenas logísticas de mayor optimización y contención de las necesidades, por lo que se incorporan metodologías de parametrización técnica. Al respecto, Fajardo et al. (2016) sostiene que las empresas y cooperativas campesinas están gestionando procesos desde la ISO 9001:2018 que incorporan procesos de calidad y tendencias mercadeo y abastecimiento con el fin de poder detallar y minimizar los costos y procesos de distribución, necesarios para poder asumir procesos que compitan con los productos de consumo masivo que no tienen las tendencias y priorizaciones agrícolas orgánicas.

La relación entre desigualdad y acceso a alimentos saludables ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones. Un informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

(PNUD, 2020) señala que, en América Latina, la pobreza y la desigualdad limitan el acceso a alimentos frescos y saludables, contribuyendo así a la malnutrición y a enfermedades crónicas. Esto destaca la necesidad de políticas que promuevan la seguridad alimentaria y el acceso a opciones saludables, especialmente en comunidades vulnerables.

De igual forma, el apoyo de las cadenas sociales y gubernamentales han hecho participe a las comunidades campesinas víctimas del conflicto armado crear programas agrícolas de mayor impacto en el país que permite que las estrategias de cadenas de restaurantes y proyectos de microempresas puedan afianzar sus procesos de abastecimiento de forma segura y continua. Rojas y Mellizo (2022), resaltan que los entornos donde se encuentran la mayoría de comunidades víctimas del conflicto armado gozan de características naturales y recursos biodiversos, panorama que aumenta las capacidades y valores nutricionales de los productos que se pretenden adquirir por las diferentes industrias fast food orientados a cadenas saludables y que permiten una disminución gradual de los costos de venta.

De ahí la necesidad de crear espacios de consumo de alimentos y de accesibilidad a personas con limitación de recursos en zonas comerciales y empresariales, en productos que tienen como característica un valor elevado, generando una ampliación o acrecentamiento de los niveles de desigualdad. Uribe y Londoño (2023) afirman que “Colombia es el segundo país más desigual de Latinoamérica en términos de ingreso, lugar que se conserva pese a que como en otros países de la región la lucha contra pobreza tuvo avances entre los años 2010 y 2017”. Además, diferentes estudios a nivel de Latinoamérica permiten evidenciar que una gran parte de la población mantienen unos valores de IMC alterados, esto derivado de una alimentación alta en carbohidratos, grasas y azúcares que influyen en el desarrollo de patologías cardiovasculares y demás fenómenos a nivel de salud.

Ahora, Paredes et al. (2018) en su análisis de los muestreos de la investigación, se estipula que las alteraciones de IMC están siendo intervenidas desde enfoques de promoción y prevención, apoyos empresariales y sectorizados por la protección y la educación a los colaboradores. Así, los entornos laborales y académicos están siendo cada vez más participes en las temáticas del desarrollo de programas de hábitos de vida saludables, guiados mediante análisis sociodemográficos que permiten identificar características en la población, desarrollo social, hábitos y estrategias para la prevención de riesgos derivados de los malos hábitos de salud.

Los cambios en los hábitos alimenticios globales, exacerbados por la pandemia de COVID-19, aumentaron el consumo de ultraprocesados en un 15%, según el informe de Euromonitor International. El confinamiento, junto con el incremento del teletrabajo, hizo que muchas personas dependieran más de estos alimentos por su accesibilidad y bajo costo. En Chile, la implementación del etiquetado NutriScore redujo el consumo de ultraprocesados en un 20% al clasificar los productos por su valor nutricional

En una investigación realizada en Tunja, sobre la caracterización de los hábitos y estilos de vida saludables en universitarios, Vargas et al. (2024, pág. 140) resaltan la importancia de generar un equilibrio dietario que articula no solo los márgenes conocidos de la obesidad, si no que promulga el riesgo de caries, diabetes alteraciones cardiacas por el consumo excesivo de alimentos poco nutricionales como lo son las comidas rápidas y las diferentes bebidas que lo acompañan. Esto resalta la necesidad de un equilibrio dietario en la vida de los estudiantes universitarios, no solo para evitar la obesidad, sino también para prevenir diversas enfermedades.

La implementación de programas de intervención que fomenten hábitos alimentarios saludables ha mostrado resultados positivos. Un estudio de Wansink et al. (2018) revela que las campañas educativas centradas en la alimentación saludable pueden cambiar las percepciones de los consumidores y aumentar la aceptación de opciones más nutritivas. Esto refuerza la idea de que la educación y concienciación tiene un papel importante dentro de las dinámicas de la comunidad sobre la importancia de una alimentación saludable.

En resumen, esta integralidad destaca que una alimentación poco saludable, caracterizada por el consumo excesivo de comidas rápidas, alimentos ultraprocesados y bebidas azucaradas, puede incrementar el riesgo de condiciones graves como caries, diabetes y problemas cardíacos. Así, se hace evidente que adoptar hábitos alimenticios saludables va más allá de la estética, promoviendo una mejor calidad de vida y bienestar general entre los jóvenes y la población en general.

2.2.Marco Teórico

La Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen sostiene que los consumidores pueden cambiar su comportamiento alimenticio al modificar sus actitudes, normas sociales y control percibido. En un contexto urbano como Chapinero, los consumidores pueden estar conscientes de los riesgos asociados a los ultraprocesados, pero el entorno social y la falta de opciones accesibles inhiben dicho cambio

Esta teoría no solo sugiere que los consumidores pueden cambiar su comportamiento alimenticio, sino que también resalta la importancia de las intenciones y el contexto social. Según un estudio de Lappalainen et al. (1997), los factores sociales, como el apoyo de amigos y familiares, pueden influir significativamente en la adopción de hábitos alimentarios más saludables.

2.2.1. Estrategias

La definición de estrategia ha sido abordada por diferentes autores, (Mintzberg, 1987, como se citó en Reyes et al 2024) señala que una estrategia “consiste, en esencia, en la formulación de un plan, el cual puede entenderse como “algún tipo de curso de acción conscientemente previsto, una pauta (o conjunto de pautas) para hacer frente a una situación”. Lo anterior, destaca que no se trata de un enfoque aleatorio, sino de un proceso deliberado que busca anticipar y responder a situaciones específicas. Esto implica que, para que una estrategia sea efectiva, debe basarse en un análisis cuidadoso del contexto en el que se aplica, considerando factores como los recursos disponibles, las oportunidades y las amenazas del entorno.

Las estrategias para promover opciones alimentarias saludables pueden incluir la creación de alianzas con restaurantes y tiendas locales, como sugiere el estudio de Sweeney et al. (2019).

Estas colaboraciones pueden ayudar a aumentar la visibilidad de las alternativas saludables y mejorar su accesibilidad para los consumidores.

En el contexto de la investigación, esto significa que el desarrollo de alternativas alimentarias saludables debe ir más allá de simplemente ofrecer nuevos productos; debe incluir un análisis profundo de las preferencias de los consumidores, las barreras que enfrentan al elegir opciones más saludables y la cultura alimentaria de la localidad de Chapinero. La estrategia debe ser un conjunto de pautas que guíen todas las acciones, desde la formulación de los sándwiches hasta la creación de campañas educativas que informen a los consumidores sobre los beneficios de reducir el consumo de ultra procesado.

Además, el enfoque estratégico debe ser flexible y adaptable, como sugiere Mintzberg. A medida que se recopile retroalimentación de la comunidad y se evalúe el impacto de las intervenciones, será crucial ajustar las pautas y tácticas para maximizar la efectividad del proyecto. De este modo, un proveedor de alimentos servidos a la mesa, necesita no solo ofrecer alternativas saludables, sino también se basarse en un plan estratégico que se adapte a las necesidades cambiantes de los consumidores, fomentando un cambio de hábitos alimentarios sostenible y positivo.

2.2.2. *Alternativa*

El término alternativo, va está definido por la Real Academia Española como “dicho de persona o cosa: Que puede sustituir a otra cumpliendo su misma función” (RAE, s.f). Esta definición es fundamental para el proyecto, que busca identificar opciones más saludables en lugar de los alimentos ultraprocesados. Al enfocarse en alternativas, se promueven productos que no se centren únicamente en la satisfacción del gusto y conveniencia del consumidor, sino que también contribuyan a una alimentación más equilibrada y nutritiva.

La idea de ofrecer alternativas implica una transformación en las decisiones alimentarias de los consumidores, permitiéndoles elegir opciones que, aunque sean diferentes, cumplan con las expectativas de sabor, textura y accesibilidad. Por ejemplo, al diseñar sándwiches nutritivos que reemplacen las opciones ultra procesadas, estos se convierten en una opción práctica que puede reducir el consumo de productos perjudiciales para la salud, teniendo en cuenta las necesidades y preferencias de la población específica.

2.2.3. *Alimentos ultraprocesados*

Para empezar, los alimentos ultraprocesados se convierten en un componente sumamente importante para entender las distintas dinámicas en cuanto a alimentación que se presentan en un contexto de gran movimiento empresarial y laboral en la localidad de Chapinero. En lo planteado por La Universidad Nacional Autónoma de México (2020):

Son formulaciones industriales, fabricadas sintéticamente, a base de sustancias extraídas o derivadas de alimentos, además de aditivos y cosméticos como colorantes, saborizantes artificiales y conservadores para incrementar artificialmente su color, sabor o textura, haciéndolos más duraderos, atractivos, generadores de hábitos y desafortunadamente en ocasiones más económicos ya que se utilizan ingredientes de baja calidad y costo para intentar imitar a los alimentos.

Por lo tanto, este contexto resalta la necesidad urgente de promover alternativas más saludables que no sólo sean nutritivas, sino que también ofrezcan un perfil sensorial atractivo para los consumidores. Los ultraprocesados, al estar diseñados para ser más duraderos y atractivos a través de colorantes, saborizantes artificiales y conservantes crean dependencia en los consumidores, quienes pueden verse atraídos por su conveniencia y bajo costo. Ahora bien, esta apariencia ilusoria camufla el impacto perjudicial que estos productos pueden tener en la salud, incluyendo el aumento del riesgo de enfermedades crónicas.

2.2.4. Consumidor

Los alimentos ultraprocesados se definen como productos que han sido sometidos a un proceso industrial intensivo y que contienen ingredientes no habituales en una cocina doméstica, como colorantes, saborizantes, emulsificantes y conservantes. Según la clasificación de NOVA, estos alimentos son aquellos que han sido formulados principalmente a partir de sustancias extraídas de alimentos (azúcares, aceites, grasas, almidones, proteínas) y que incluyen aditivos

para imitar las propiedades sensoriales de los alimentos frescos y minimizar su costo. Ejemplos comunes incluyen refrescos, galletas, snacks, comidas rápidas y cereales de desayuno.

En esta investigación se entenderá el consumidor según Ángeles et al., (2014) como:

La persona que satisface sus necesidades o deseos al adquirir un producto que puede ser tangible (producto) o intangible (servicios). Este concepto no debe confundirse con el de un cliente, que es un comprador que ya tiene una relación con un proveedor.

Esta definición, ayuda a entender el consumo como la satisfacción de necesidades y deseos a través de productos, se hace visible que los consumidores buscan y prefieren opciones que no sólo se basen en ser deliciosas, sino también saludables. Así, es importante aportar alternativas a los alimentos ultraprocesados que atiendan estas necesidades, promoviendo la calidad nutricional y el bienestar.

Además, al entender la diferencia entre "consumidor" y "cliente", la investigación busca establecer una relación más duradera con sus consumidores, fomentando la lealtad y la educación sobre elecciones alimentarias más saludables, aspirando a transformar las decisiones alimentarias al satisfacer tanto los deseos inmediatos como las necesidades de salud a largo plazo.

2.2.5. *Saludable*

El consumo excesivo de alimentos ultraprocesados se ha relacionado con una serie de problemas de salud. Estudios epidemiológicos han demostrado que una dieta alta en estos productos se asocia con un mayor riesgo de obesidad, diabetes tipo 2, hipertensión y

enfermedades cardiovasculares. El efecto nocivo de estos alimentos se debe principalmente a su contenido elevado de azúcares añadidos, grasas saturadas y sodio, además de la falta de fibra y nutrientes esenciales.

Para comprender el impacto del consumo de alimentos ultraprocesados, es esencial definir qué se entiende por saludable en el contexto mundial. (OMS, 1999, como se citó en Universidad de Cundinamarca, 2021) “un estilo de vida saludable es una forma de vida que permite disminuir el riesgo de estar gravemente enfermo o de una muerte temprana”

Este enfoque es fundamental para afrontar el consumo de alimentos ultraprocesados que, como se ha mencionado en la literatura científica, son detonadores de problemáticas de salud. Por ello, hay que entender que esto no sólo implica ofrecer productos atractivos, sino también garantizar que sean nutritivos y beneficiosos para la salud pública. Mediante esta investigación, se puede proponer una educación a los consumidores sobre cómo una alimentación consciente puede mejorar su calidad de vida y reducir riesgos de enfermedades. El proyecto busca empoderar a la comunidad para que tome decisiones informadas. Así, no sólo se demostrará que hay alternativas a los ultraprocesados, sino que también se fomentará una transformación cultural hacia hábitos alimenticios más saludables que beneficien la salud de la población a largo plazo.

2.3. Marco normativo

2.3.1. Ley 9 de 1979

Por la cual se dictan Medidas Sanitarias. Art. 1: Para la protección del Medio Ambiente la presente Ley establece: a) Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar u mejorar las condiciones necesarias en lo que se relaciona a la salud humana; b) Los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente. (Ley 9 de 1979, 1979)

Esta Ley regula los asuntos relacionados con la Salud Pública en Colombia, estableciendo la normatividad sobre la calidad de los alimentos. Resalta la necesidad de garantizar que los alimentos que se comercializan en el país sean seguros y no representen un riesgo para la salud de la población. Ya que lo que se busca es asegurar que los productos estén dentro de los estándares de seguridad y calidad alimentaria.

2.3.2. Ley 1715 de 2015

Por medio de la cual se regula el derecho fundamental a la salud y se dictan otras disposiciones. Artículo 10. Objeto. La presente ley tiene por objeto garantizar el derecho fundamental a la salud, regularlo y establecer sus mecanismos de protección. (Ley 1715 de 2015, 2015)

La Ley 1715 de 2015 establece que todas las personas tienen derecho a acceder a servicios de salud de calidad. En el contexto del consumo de productos ultraprocesados, esta ley es fundamental porque promueve la salud pública y la prevención de enfermedades relacionadas con la alimentación, argumentando que es necesario fomentar los hábitos alimentarios saludables y garantizar el acceso a una alimentación nutritiva.

2.3.3. Ley 1480 de 2011

Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Artículo 1°. Principios generales. Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos. (Ley 1480 de 2011, 2011)

Esta ley protege los derechos de los consumidores en Colombia, garantizando la información clara y confiable sobre los productos alimenticios. La investigación debe alinearse con esta ley al proporcionar información transparente sobre los ingredientes y beneficios de los productos que se muestran como mejor opción, permitiendo que los consumidores tomen decisiones informadas sobre su alimentación.

2.3.4. Resolución 2674 de 2013

Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones. Artículo 1. Objeto. La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte,

distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013)

Esta resolución define recomendaciones sobre patrones de alimentación saludable. La propuesta que se plantee, debe ir alineada con estas guías al promover opciones alimentarias que favorezcan una dieta equilibrada y reduzcan el consumo de alimentos ultraprocesados, apoyando así la salud de la comunidad de Chapinero.

En resumen, el marco normativo en Colombia establece un conjunto de regulaciones destinadas a garantizar la calidad y seguridad de los alimentos. Entre las normativas más relevantes se encuentran la Ley 9 de 1979, que dicta medidas sanitarias para la protección de la salud humana y la Ley 1480 de 2011, que establece el Estatuto del Consumidor y garantiza el derecho a recibir información clara y veraz sobre los productos alimenticios.

El marco normativo que regula la calidad y seguridad alimentaria es fundamental para cualquier iniciativa en el ámbito de la alimentación. Además de las leyes mencionadas, es importante considerar los lineamientos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre la promoción de dietas saludables y el control de la obesidad. Según la OMS (2021), la implementación de políticas que regulen la publicidad de alimentos ultraprocesados puede ser efectiva para reducir su consumo entre los grupos más vulnerables, especialmente los niños.

La adopción de etiquetados nutricionales claros y accesibles también es crucial para informar a los consumidores sobre el contenido de los productos. Un estudio de Swinburn et al.

(2019) destaca que los sistemas de etiquetado que son fáciles de entender pueden ayudar a los consumidores a tomar decisiones más informadas y saludables.

Es fundamental asegurar que las alternativas alimentarias propuestas cumplan con los requisitos establecidos por estas leyes, garantizando que los productos sean seguros y que la información proporcionada a los consumidores sea transparente.

3. Metodología

3.1. Enfoque y alcance de la investigación

Esta investigación se enmarca dentro de un enfoque metodológico mixto, que según Campos de Oliveira (2020), “las investigaciones de métodos mixtos son aquellas que condensan, en el mismo estudio, procedimientos de recolección, análisis y combinación/integración de datos de enfoques/líneas cuantitativas y cualitativas”. Este enfoque es pertinente para el objeto de estudio, ya que permite explorar la complejidad de las percepciones y hábitos de consumo relacionados con los alimentos ultraprocesados en la localidad de Chapinero.

En este caso, se busca recoger datos estadísticos sobre la frecuencia de compra y las preferencias de los consumidores (cuantitativos), al mismo tiempo que se exploran experiencias personales, opiniones y percepciones sobre las opciones saludables (cualitativos).

Este enfoque permite obtener una visión más completa sobre cómo es la dinámica de consumo en el sector y cómo es percibida la inclusión en el mercado de productos más

saludables y qué factores influyen en su aceptación. Así, el uso de métodos mixtos facilita la conexión entre datos estadísticos y narrativas personales, permitiendo entender mejor cómo las características del producto impactan en el comportamiento del consumidor.

Además, aplicar métodos mixtos en esta investigación asegura que las recomendaciones y conclusiones estén bien fundamentadas, ya que se refleja la necesidad de combinar datos cuantitativos y cualitativos para obtener una visión integral y efectiva de la problemática.

3.2. Diseño de la Investigación

El estudio busca analizar cómo las percepciones y actitudes de los consumidores de la localidad de Chapinero, en Bogotá, hacia los alimentos ultraprocesados influyen en sus decisiones de compra y en la adopción de opciones alimentarias más saludables.

La investigación se enmarca en un paradigma mixto que combina tanto datos cuantitativos como cualitativos. Esto permite obtener una visión amplia del fenómeno, explorando tanto las estadísticas de consumo como las percepciones y opiniones de los participantes. El enfoque es de tipo inductivo, ya que se parte de la observación específica de los hábitos y actitudes de los consumidores en Chapinero para construir conclusiones que puedan aplicarse a contextos similares o guiar políticas y estrategias en salud pública.

El estudio es de tipo descriptivo y exploratorio, pues describe y analiza las percepciones de los consumidores sin manipular variables, simplemente observando y analizando el comportamiento en torno a los alimentos ultraprocesados. Se ha adoptado un método de estudio de caso no experimental, ya que se enfoca en observar y analizar el comportamiento en un entorno natural, sin la intervención o manipulación directa sobre los participantes.

Los datos fueron obtenidos mediante encuestas y entrevistas semiestructuradas a una muestra de consumidores de Chapinero, Bogotá. La fase cuantitativa consistió en encuestas aplicadas en puntos estratégicos (supermercados y tiendas de barrio), mientras que la fase cualitativa incluyó entrevistas a un subconjunto de los encuestados. La recolección de datos se realizó en un periodo específico de dos días.

3.3. Población y muestra

Para esta investigación, se toma como un estudio de caso el análisis del comportamiento y las percepciones de los consumidores en la localidad de Chapinero, Bogotá, específicamente en relación con el consumo de alimentos ultraprocesados. Este enfoque de estudio de caso permite explorar en profundidad las dinámicas específicas de consumo y las actitudes dentro de un contexto urbano representativo y diverso, sin generalizar a una población más amplia de Bogotá ni a otros proyectos de intervención alimentaria.

3.3.1. Definición de la población

La población objetivo incluye a todos los residentes y trabajadores de Chapinero que sean consumidores de alimentos ultraprocesados.

Según Jany (1994) (como se cita en Bernal 2010), la población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia”. Por lo anterior, la población o universo al cual está dirigida la investigación, está constituida por los habitantes de la localidad Chapinero, en Bogotá, abarcando un amplio rango

de edades, géneros y niveles socioeconómicos, teniendo en cuenta que esta es una de las localidades más tradicionales de la ciudad. Esta diversidad en la población proporcionará una variedad de percepciones y hábitos de consumo, que ayudan a enriquecer el análisis y a entender mejor el comportamiento del entorno en cuanto a sus hábitos alimenticios. Se espera que en la población se incluyan tanto consumidores habituales como consumidores ocasionales, ya que esto deja ver patrones en el comportamiento de compra y en la satisfacción con el producto.

3.3.2. Cálculo y selección de la muestra

Para la selección de la muestra, se utilizará un muestreo no probabilístico por conveniencia, dado que se buscará acceder a los consumidores en puntos estratégicos como supermercados y tiendas de barrio. Se calculará un tamaño de muestra de aproximadamente 30 participantes, utilizando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Los criterios de inclusión serán: personas mayores de 18 años que laboren en la zona y sean consumidores constantes de productos ultraprocesados. Se excluirán aquellos que no cumplan con estos criterios o que no deseen participar en el estudio.

3.4. Instrumentos de Recolección de Datos

El principal instrumento de recolección de datos es una encuesta estructurada que fue aplicada a los consumidores de la localidad de Chapinero. Dado el carácter cuantitativo de este estudio, el cuestionario se diseñó en formato digital mediante Google Forms, facilitando así la recopilación y organización de los datos obtenidos.

3.4.1. Contenido de las Preguntas: La encuesta incluye preguntas enfocadas en:

- La frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados.
- Los factores que influyen en la compra de dichos alimentos (precio, sabor, facilidad de acceso, entre otros).
- Percepciones sobre la calidad y los riesgos de estos productos.
- Barreras y actitudes hacia alternativas alimenticias más saludables.

3.4.2. Distribución de las Preguntas:

- Sección 1: Datos demográficos básicos (edad, género, nivel socioeconómico).
- Sección 2: Preguntas sobre frecuencia de consumo y preferencias (escalas de frecuencia y opción múltiple).
- Sección 3: Preguntas sobre los factores de elección y percepciones hacia los alimentos ultraprocesados
- Sección 4: Preguntas sobre barreras percibidas para el consumo de opciones más saludables y disposición para cambiar hábitos alimenticios.

3.4.3. Validación del Instrumento: Para asegurar la fiabilidad del cuestionario, este fue diseñado basado en estudios previos sobre consumo y percepción de alimentos ultraprocesados, y validado por expertos en el área de investigación alimentaria y comportamiento del consumidor. Además, se realizó una prueba piloto para ajustar el lenguaje y garantizar que las preguntas fueran claras y relevantes para el público objetivo.

3.4.4. Encuesta en línea

La encuesta se creó en Google forms de conformidad a la estructura ya planteada

Figura 1

preguntas de encuesta realizada

procesados en la localidad de Chapinero, Bogotá

Gracias por participar. Esta encuesta busca explorar sus experiencias y percepciones sobre el consumo de alimentos ultra procesados en la localidad de Chapinero, Bogotá. TENGA UN CUENTA QUE SUS RESPUESTAS SERÁN CONFIDENCIALES Y SE UTILIZARÁN ÚNICAMENTE PARA FINES ACADÉMICOS EN LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS.

1. Nombre y apellidos
 Texto de respuesta corto

2. Edad
 Menos de 20 años
 20-29 años
 30-39 años
 40-49 años
 50 años o más

3. Género
 Masculino
 Femenino
 Prefiero no decirlo
 Otro...

4. ¿Con qué frecuencia consume productos ultraprocesados?
 A diario
 Varias veces por semana
 Una vez por semana
 Rara vez
 Nunca

5. Nivel socioeconómico
 1- Bajo bajo
 2- Bajo
 3- Medio bajo
 4- Medio
 5- Medio alto
 6- Alto

6. ¿Cuáles son los tipos de alimentos ultraprocesados que consume con mayor frecuencia?
 Snacks (galletas, papitas, etc.)
 Bebidas procesadas o energéticas
 Carnes rápidas (cerdos, hamburguesas, salchipapas)
 Postres, dulces
 Otro...

7. ¿Qué factores influyen más en su decisión de comprar alimentos ultraprocesados? Seleccione las 3 más importantes.
 Precio
 Sabor
 Facilidad de preparación/obtención
 Publicidad
 Disponibilidad
 Otro
 Otro...

8. ¿Cree que los alimentos ultraprocesados afectan negativamente su salud?
 Sí, definitivamente
 Probablemente sí
 No estoy seguro/a
 Probablemente no
 No, definitivamente no
 Otro...

9. ¿Estaría dispuesto/a a pagar más por opciones de alimentos saludables?
 Sí
 No
 Depende del precio
 Otro...

10. ¿Cuáles considera que son las principales barreras para consumir alimentos más saludables?
 Precio elevado
 Falta de tiempo para preparar comidas
 Falta de opciones disponibles en el mercado
 No me gustan
 Otro
 Otro...

Nota: Gráfico Encuesta percepción de productos ultra procesados en la localidad de Chapinero, Bogotá: (Propia – Creada con Google Forms 2024).

El principal instrumento de recolección de datos en la fase cuantitativa fue una encuesta estructurada, fue diseñada para medir variables clave como la frecuencia de consumo, los factores que influyen en la compra de alimentos ultraprocesados, y las percepciones sobre la calidad y la salud de estos productos. La encuesta fue diseñada en base a estudios previos sobre hábitos alimenticios y consistió en preguntas de opción múltiple y escalas de Likert para evaluar las actitudes de los participantes. Se acopló bajo diferentes principios:

- Agilidad de recopilación de datos: Formulario online con políticas de conservación documental abierta (principios de formularios de Google) y que incorporen bases en Excel.
- Vocabulario simple, sin estructura gramatical compleja: Con el fin de generar una comprensión rápida por parte del participante sin importar su nivel académico.
- Desarrollo de esquemas amplios de selección, acoplando bloques de gustos con el fin de minimizar la cantidad de preguntas que implicaran pérdida de interés en el desarrollo. Incorporar tendencias de sabores y gustos en participantes con el fin de identificar una tendencia de comportamiento si existe por edades, géneros, estrato social etc.
- Incorporación de herramientas de bajo nivel de dificultad con el fin de generar líneas de comprobación y análisis teniendo como fundamento:
 - Formulario de Google en línea: Genera unos esquemas gráficos donde refleja tendencias derivadas de las respuestas que evidencia y permite de manera rápida clasificar los datos sociodemográficos con el fin de equilibrar las tendencias de población y reconocer de forma anticipada necesidades en los procesos de participación y disminuir la posibilidad de

falencias en la comprobación por falta de información en focalización de los participantes.

- Bases de Excel: La información recopilada en este tipo de archivo permite utilizar los softwares libres que no solo se adaptan a diferentes plataformas de análisis estadístico que permiten una migración de datos de forma ágil y sin necesidad de un lenguaje especial de programación. Bajo otro uso y selecciono permite que en caso de pérdida de conexión se pueda utilizar para recopilar sin necesidad de internet y bajo una graficación simple reconocer comportamiento y necesidad como lo hace los formularios de Google, acopla medidas estadísticas con el fin de poder verificar una tendencia y una moda en las respuestas y generar un primer proceso de validación.
- JASP: El software que permite utilizar sus licencias de forma libre incorpora un nivel de programación y de utilización simple que adapta las bases descargadas y permite mediante una codificación simple, compartir las bases originales y seleccionar a necesidad los cuadros comparativos, estadísticos y de validación necesarios para el tipo de preguntas, la cantidad de participantes y estructuración de forma ágil la alineación con las necesidades de estudio.

3.4.5. Descripción de procedimientos

El instrumento de recolección de información se aplicará en la localidad de Chapinero en la ciudad de Bogotá, durante un periodo de 2 días. Ésta recolección de información se hará en supermercados, tiendas de barrio y calles concurridas, donde se invitará a los participantes a completar la encuesta. El tiempo estimado para la aplicación de cada encuesta será de aproximadamente 2 minutos. Esto con el fin de generar datos que permitan tener conocimiento sobre las percepciones y consumo de los alimentos ultraprocesados en el sector. Se les entregará un dispositivo móvil para realizar la encuesta en línea y así entender sus hábitos alimenticios, preferencias en cuanto a opciones saludables y nivel de interés en la personalización de alimentos. Luego se hará un barrido operacional de tal forma que se encueste a todos los niveles económicos, sociales, culturales y demás. Con el fin de profundizar en la necesidad y gusto de cada una de las personas.

Por otro lado, las entrevistas cualitativas se llevaron a cabo en espacios acordados con los participantes, y cada una tuvo una duración aproximada de 15 a 20 minutos. Estas entrevistas fueron grabadas y transcritas para su posterior análisis.

3.4.6. Análisis de información

La información recolectada será procesada y analizada utilizando software JASP y la herramienta Excel, que permitirán realizar un análisis descriptivo y correlacional de los datos cuantitativos. Se aplicarán medidas estadísticas como frecuencias, porcentajes y análisis de varianza para identificar patrones en las respuestas.

Una vez recopilada la información, se avanza en el procesamiento y evaluación de los datos para generar análisis y conclusiones útiles para los resultados de la investigación. Así pues, el análisis de la información recolectada es un proceso clave para poder identificar las preferencias y percepciones de la muestra, y así, la investigación se mantenga alineada con las preferencias del público de Chapinero.

Para los datos cualitativos, se utilizó el análisis de contenido para identificar temas recurrentes en las respuestas de los participantes. Este enfoque permitió obtener una comprensión más rica de las percepciones y barreras que influyen en las decisiones alimentarias de los consumidores en Chapinero. Los hallazgos cualitativos fueron triangulados con los resultados cuantitativos para proporcionar una visión integral del fenómeno estudiado.

3.4.7. Resultados de la encuesta

El análisis de los datos obtenidos en la investigación permitió identificar patrones clave en el comportamiento y las percepciones de los consumidores de la localidad de Chapinero respecto a los alimentos ultraprocesados y las barreras para adoptar alternativas más saludables.

Mediante el aplicativo en línea Google Forms, se elaboró una encuesta virtual que se aplicó a 30 personas que viven y/o laboran en la localidad de Chapinero, esto con el objetivo de determinar la moda de las diferentes percepciones sobre comida ultra procesada y comida saludable que tienen los encuestados. Para el proceso de análisis estadístico se utilizó el software JASP, que proporcionó una confiabilidad y resguardo de los datos de forma segura.

Las preguntas del cuestionario son enfocadas en tres objetivos específicos y se estructuraron mediante un lenguaje de fácil comprensión con el fin de disminuir la posibilidad de errores en el proceso. Los participantes que realizaron el cuestionario, trabajan o residen en la localidad de Chapinero, se hizo énfasis en esta característica para poder hacer una georreferenciación. Las preguntas fueron estructuradas para estar enfocadas en los objetivos específicos planteados y, es así como se recopiló 30 respuestas derivadas de 17 mujeres con un porcentaje del 56.6% y 13 hombres equivalente al 43.4%.

Para determinar la percepción del objetivo específico 1: Evaluar la frecuencia de compra de alimentos ultraprocesados en la localidad de Chapinero, analizando cómo las percepciones de los consumidores sobre estos productos influyen en su decisión de compra.

Los resultados reflejaron que alrededor del 79.9% de los participantes consume alimentos ultraprocesados y que el 40% lo realiza de varios días a la semana esto se contrasta con el 20% de los participantes que rara vez o no consume alimentos ultraprocesados.

Tabla 1

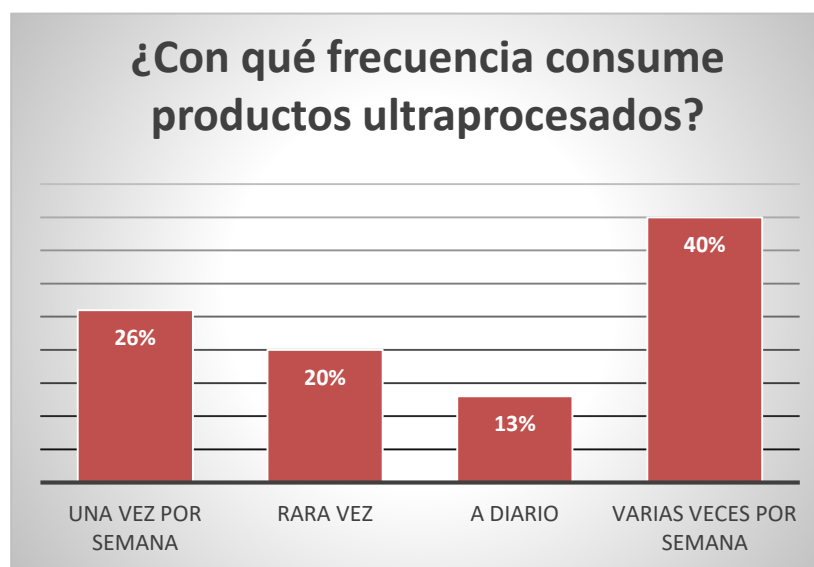
Frecuencia de consumo de productos ultraprocesados

¿Con qué frecuencia consume productos ultraprocesados?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
A diario	4	13.333	13.333	13.333
Varias veces por semana	12	40.000	40.000	53.333
Una vez por semana	8	26.667	26.667	80.000
Rara vez	6	20.000	20.000	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	30	100.000		

Nota. Datos recolectados en la localidad de Chapinero, Bogotá. Fuente: Propia (2024)

Figura 2

Frecuencia de consumo de productos ultraprocesados en Chapinero.



Nota: Gráfico que muestra la frecuencia de consumo de productos ultraprocesados según los datos recolectados. Fuente: (Propia – Creada con software JASP 2024).

Como se puede ver en la Figura 1, se refleja que la mayoría de participantes del sector consumen altas cantidades de alimentos ultraprocesados varias veces por semana, lo que demuestra que esta población ha adoptado una posición de consumo de productos poco saludables, ignorando las posteriores consecuencias que esto pueda traer a su salud y bienestar. Así, queda en evidencia la tendencia del comportamiento en términos de frecuencia sobre el consumo.

Para el objetivo 2: Identificar los criterios de elección de productos ultraprocesados entre los consumidores de Chapinero, considerando factores como la marca, el precio, la publicidad y las percepciones sobre la calidad y la salud.

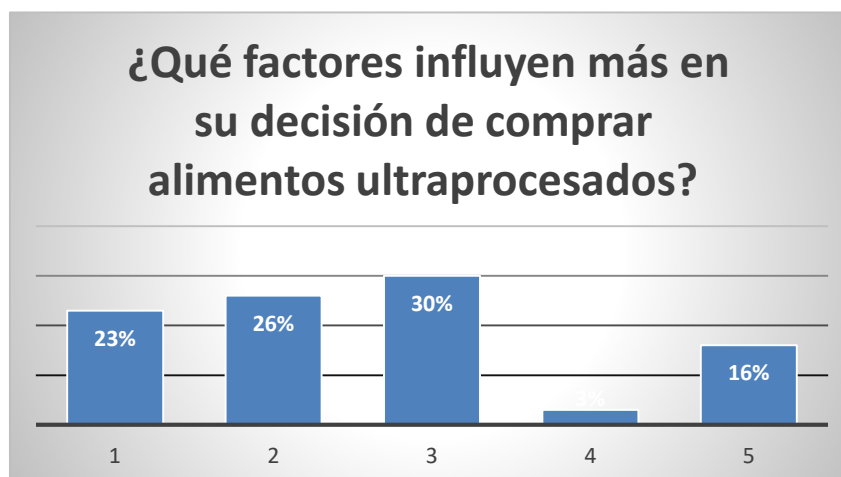
Se incluyeron 3 preguntas en el cuestionario donde se determinaron criterios de elección, promedio de ingresos y tipos de alimentos generando grupos de percepción y consumo más frecuentes, esto generó el siguiente resultado.

Resultados obtenidos sobre: La primera, ¿Qué factores influyen más en su decisión de comprar alimentos ultraprocesados?

Tabla 2*Factores influyentes en el consumo de ultraprocesados*

. Qué. factores influyen más en su decisión de comprar alimentos ultraprocesados?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Precio	7	23.333	23.333	23.333
Sabor	8	26.667	26.667	50.000
Facilidad de preparación/ obtención	9	30.000	30.000	80.000
Publicidad	1	3.333	3.333	83.333
Disponibilidad	5	16.667	16.667	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	30	100.000		

Nota. Resultados basados en preferencias de compra en Chapinero. Fuente: Propia (2024).

Figura 3*Factores que influyen en la decisión de compra de alimentos ultraprocesados*

Nota: Gráfico con los factores de influencia para la compra de alimentos ultraprocesados, identificados a partir de la muestra encuestada. Fuente: (Propia – Creada con software JASP 2024).

Tabla 3

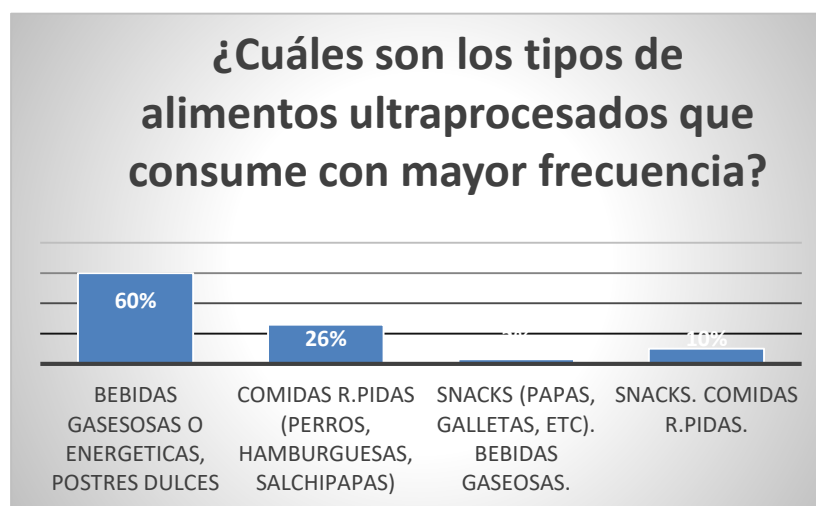
Tipos de alimentos ultraprocesados más consumidos

. ¿Cuáles son los tipos de alimentos ultraprocesados que consume con mayor frecuencia?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Bebidas gaseosas o energéticas, postres dulces	18	60.000	60.000	60.000
Comidas rápidas (perros, hamburguesas, salchipapas)	8	26.667	26.667	86.667
Snacks (papas, galletas, etc.). Bebidas gaseosas.	1	3.333	3.333	90.000
Snacks. Comidas rápidas.	3	10.000	10.000	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	30	100.000		

Nota. Preferencias de consumo en Chapinero. Fuente: Propia (2024).

Figura 4

Tipos de alimentos ultraprocesados que los encuestados consumen con mayor frecuencia



Nota: Distribución de los tipos de alimentos ultraprocesados más comunes entre los consumidores de Chapinero. Fuente (Propia – Creada con software JASP 2024).

De lo anterior, la figura 3 muestra que la encuesta reveló que un 30% de los participantes optan por el consumo de los alimentos ultraprocesados debido a la facilidad de preparación y obtención del mismo, el 26% por el sabor y el 23 % por el precio de estos. Al asociar y comparar

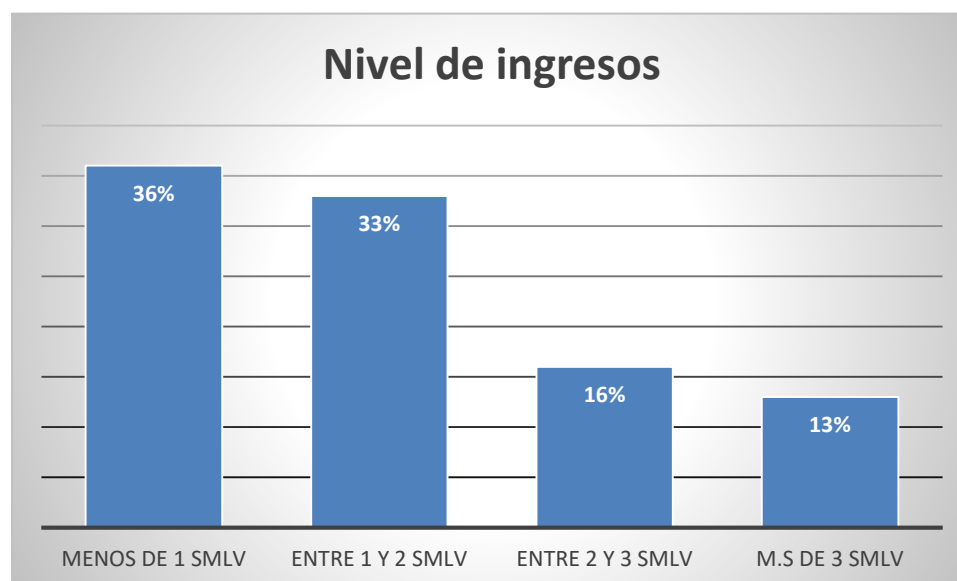
los resultados con la siguiente pregunta sobre ¿Cuáles son los tipos de alimentos ultraprocesados que consume con mayor frecuencia?, reflejan una coincidencia sobre la predilección respecto al tipo de alimento más frecuente en el consumo; pues un 60% de los participantes escogieron el grupo de bebidas gaseosas o energéticas, postres y dulces y, un 26% de los participantes escogieron el grupo de los alimentos salados.

Además, con el fin de poder determinar y dar una clasificación sociodemográfica y contrastar las variables económicas, se generó dentro del cuestionario un acercamiento sobre el nivel de ingresos económicos mensuales de los participantes, pregunta que reflejó que, entre menos recursos económicos mayor es el consumo de alimentos ultraprocesados, ya que el 36% recibe entre menos de un SMLV y 33% está entre 1 y 2 SMLV dejando así una proporción del 13% en participantes con más de 3 SMLV.

Tabla 4*Promedio de ingresos económicos*

Frecuencias para Promedio de ingresos

Promedio de ingresos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Menos de 1 SMLV	11	36.667	36.667	36.667
Entre 1 y 2 SMLV	10	33.333	33.333	70.000
Entre 2 y 3 SMLV	5	16.667	16.667	86.667
Más de 3 SMLV	4	13.333	13.333	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	30	100.000		

Nota. Datos representativos de la muestra de Chapinero. Fuente: Propia (2024)**Figura 5***Distribución de los niveles de ingreso económico y su relación con el consumo de ultraprocesados**Nota:* Gráfico representativo de los ingresos de los encuestados y el consumo de ultraprocesados.

Fuente: (Propia – Creada con software JASP 2024).

Los anteriores resultados de la figura No 4, permiten evaluar diferentes perspectivas de gran importancia en el desarrollo de la investigación, donde se evidencia que gran parte de los participantes al percibir menos ingresos buscan alternativas de consumo en alimentos ultra procesado en su dieta diaria, teniendo presente que la población participante considera el consumo de bebidas y postres como alimento frecuente y que este se asocia con el análisis de precio y sabor. También se evidencia que la ingesta de endulzantes genera una mayor adicción y que por su valor que generalmente suele ser inferior a comidas de sal, se convierten en un alto atractivo para el consumo generando unas condiciones de gran alteración a la estabilidad de la salud de la población.

Finalmente, respecto al objetivo específico 3: Analizar las barreras que presentan los diferentes consumidores de la localidad de Chapinero en la adquisición de productos saludables.

Como se puede ver en la Figura 5, el 40% de los participantes perciben como barrera de acceso a comidas saludables la falta de opciones disponibles en el mercado y de manera similar con un 26% respectivamente el precio elevado y la falta de tiempo en la preparación, lo que refleja que sólo el 6% de los encuestados no consume productos ultraprocesados por no disfrutarlos o no gustarles este tipo de alimentos. Dicho lo anterior, los resultados dejan en evidencia que la población está de forma asertiva a las tendencias de consumo de alimentos saludables, vinculando un mayor posicionamiento y generación de mercados que permitan una accesibilidad y unas condiciones económicas positivas en el desarrollo de las dietas saludables, propiciando así hábitos de vida y consumo saludable.

Tabla 5

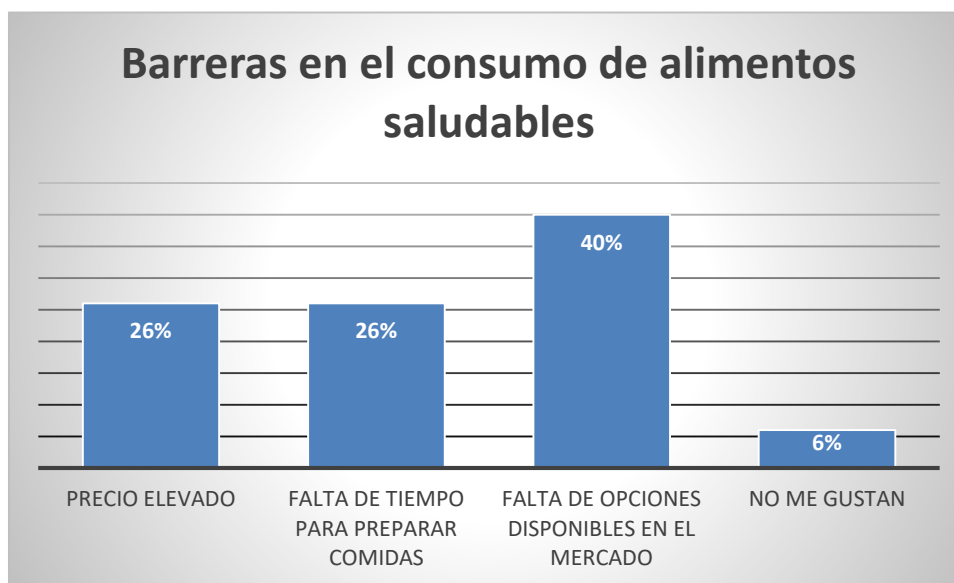
Barreras para consumo de alimentos saludables.

.Cuáles considera que son las principales barreras para consumir alimentos más saludables?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Precio elevado	8	26.667	26.667	26.667
Falta de tiempo para preparar comidas	8	26.667	26.667	53.333
Falta de opciones disponibles en el mercado	12	40.000	40.000	93.333
No me gustan	2	6.667	6.667	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	30	100.000		

Nota. Principales barreras identificadas por la muestra de Chapinero. Fuente: Propia (2024).

Figura 6

Barreras percibidas para el consumo de alimentos saludables



Nota: Principales barreras percibidas en la adopción de opciones alimenticias saludables. Fuente: (Propia – Creada con software JASP 2024).

En definitiva, en la figura No 5, se refleja que, dentro de los panoramas de consumo de alimentos de los participantes, está en un porcentaje elevado los hábitos de consumir alimentos ultraprocesados de forma muy frecuente, patrón que puede repercutir en condiciones de salud desfavorables y, así mismo se evidencia una afectación en términos financieros sobre todo en población que percibe ingresos bajos o insuficientes. La poca accesibilidad y elevación de los precios de alimentos saludables está generando unas condiciones negativas en una población que si bien es reducida por lo tiempos y sector donde se realizó, refleja una necesidad de poder generar líneas de abastecimiento, consumo y vinculación de proyectos no solo de identificación y promoción si no de accesibilidad, estabilidad y vinculación de mercados orgánicos que puedan disminuir el consumo en alimentos ultraprocesados.

4. Análisis de Resultados

El análisis de los datos obtenidos en la investigación permitió identificar patrones clave en el comportamiento y las percepciones de los consumidores de la localidad de Chapinero respecto a los alimentos ultraprocesados y las barreras para adoptar alternativas más saludables. A continuación, se detallan los principales hallazgos obtenidos de las encuestas y entrevistas.

4.1 Descripción Estadística de los Datos

En cuanto al consumo de alimentos ultraprocesados, se encontró que el 79.9% de los participantes afirmó consumir estos productos con frecuencia. El 40% indicó que lo hace varias veces a la semana, mientras que un 13% reportó consumirlos diariamente. Estos resultados sugieren que los alimentos ultraprocesados son parte central de la dieta de la mayoría de los encuestados.

Las razones más comunes para elegir estos productos fueron la facilidad de preparación y obtención (30%), seguida del sabor (26%) y el precio (23%). Esto refleja que los consumidores perciben los alimentos ultraprocesados como opciones convenientes y económicas. Solo un 3% de los participantes mencionó la publicidad como un factor decisivo en su elección, lo que sugiere que la preferencia por estos productos está más relacionada con la accesibilidad y la conveniencia que con la influencia publicitaria directa.

En cuanto a los tipos de alimentos ultraprocesados más consumidos, el 60% de los encuestados indicó que suele consumir bebidas gaseosas, energéticas y postres dulces con mayor frecuencia, mientras que el 26% se inclinó por las comidas rápidas como hamburguesas, perros calientes y salchipapas. Solo un 10% mencionó los snacks salados (como papas o galletas) como su opción principal de consumo.

4.2 Análisis Cualitativo de las Percepciones

Los datos cualitativos, obtenidos a través de entrevistas semiestructuradas, arrojaron información valiosa sobre las percepciones y actitudes de los consumidores. La mayoría de los entrevistados reconoció que los alimentos ultraprocesados no son saludables, pero señalaron que los eligen por la facilidad de acceso, la falta de tiempo para preparar comidas más saludables y el bajo costo. Un participante señaló: “Sé que no es bueno comer tantas cosas de paquete, pero entre el trabajo y los compromisos, no tengo tiempo de cocinar”.

Además, se identificaron barreras económicas y de disponibilidad como los principales obstáculos para consumir alimentos más saludables. El 40% de los encuestados mencionó la falta de opciones accesibles en el mercado como una barrera significativa, mientras que un 26% mencionó el precio elevado de los alimentos saludables. Esto coincide con estudios previos que indican que los alimentos frescos y nutritivos son percibidos como costosos y de difícil acceso en muchas zonas urbanas.

Por otro lado, un grupo minoritario de los encuestados (6%) expresó una preferencia personal por los alimentos ultraprocesados, indicando que simplemente no disfrutaban de las opciones más saludables o no están familiarizados con alternativas que satisfagan sus preferencias de sabor. Esta percepción sugiere que, además de mejorar la accesibilidad a alimentos saludables, es importante educar a los consumidores sobre las opciones disponibles que pueden ser tanto saludables como sabrosas.

4.3 Comparación con Estudios Previos

Los resultados de esta investigación se alinean con estudios previos que indican que los alimentos ultraprocesados son populares principalmente por su conveniencia y precio, más que por una preferencia consciente hacia productos de baja calidad nutricional. En un estudio realizado por Jibrin (2023) se señaló que los alimentos ultraprocesados son más fáciles de consumir en grandes cantidades debido a su naturaleza blanda, lo que refuerza el consumo frecuente.

Asimismo, los resultados sobre la influencia de las barreras económicas coinciden con estudios internacionales que indican que los consumidores en áreas urbanas de ingresos bajos o moderados tienden a optar por alimentos ultraprocesados debido a su bajo costo, mientras que los alimentos frescos son percibidos como un lujo no siempre accesible. Esto resalta la necesidad de desarrollar estrategias que no solo ofrezcan productos más saludables, sino que también aborden las barreras económicas para su adopción.

4.4 Impacto de las Alternativas Saludables en la Percepción del Consumidor

Durante las entrevistas, se exploró la percepción de los participantes sobre, una propuesta que busca ofrecer sándwiches personalizados y nutritivos como alternativa a los alimentos ultraprocesados. La mayoría de los entrevistados mostró interés en la idea, señalando que, si el producto es accesible en términos de precio y disponible en puntos estratégicos, estarían dispuestos a cambiar sus hábitos de consumo.

Un participante mencionó: “Si puedo encontrar un sándwich que me llene y no sea tan caro, lo preferiría antes que las comidas rápidas”. Esto sugiere que existe una apertura hacia el cambio, siempre y cuando las alternativas sean competitivas con las opciones ultra procesadas en términos de precio y conveniencia.

Sin embargo, algunos participantes manifestaron incertidumbre respecto al sabor de los productos saludables. La percepción de que los alimentos saludables carecen de sabor o son menos atractivos sigue siendo una barrera significativa que debe abordarse mediante campañas educativas y de marketing que resalten los beneficios de estos productos sin sacrificar el placer sensorial.

5. Discusión

La investigación sobre los alimentos ultraprocesados ha proporcionado valiosos insights sobre la promoción de alternativas saludables a estos en la comunidad. Al analizar los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas, se pueden identificar varias conclusiones clave que reflejan la complejidad del tema. La prevalencia del consumo de alimentos ultraprocesados en la localidad de Chapinero, Bogotá, y resaltan las barreras que enfrentan los consumidores para adoptar alternativas más saludables. Estos hallazgos tienen implicaciones importantes para la salud pública, ya que sugieren que la popularidad de los alimentos ultraprocesados está impulsada principalmente por factores relacionados con la conveniencia, el precio y la accesibilidad, más que por la falta de conocimiento sobre sus efectos negativos en la salud.

5.1 Implicaciones para la Salud Pública

El hecho de que casi el 80% de los encuestados consuman alimentos ultraprocesados de manera regular, con un 40% haciéndolo varias veces por semana, plantea un desafío considerable para la promoción de una alimentación saludable en zonas urbanas como Chapinero. Estos productos, ricos en azúcares, grasas y sodio, están asociados con un aumento en las tasas de

obesidad, diabetes tipo 2 y enfermedades cardiovasculares, todas ellas condiciones que suponen una carga significativa para los sistemas de salud pública.

Dado que la mayoría de los encuestados están conscientes de los riesgos asociados a los alimentos ultraprocesados, pero siguen eligiéndolos debido a la facilidad de acceso y el bajo costo, se hace evidente que las intervenciones de salud pública deben ir más allá de la simple educación. Es fundamental que las políticas públicas promuevan la creación de un entorno alimentario que favorezca el acceso a opciones saludables, haciendo que estas sean tan accesibles y asequibles como los alimentos ultraprocesados.

Además, la influencia de factores como la falta de tiempo para preparar comidas saludables refuerza la necesidad de crear soluciones prácticas que se ajusten a las rutinas diarias de los consumidores. La propuesta de investigación se alinea con esta necesidad, ya que ofrece una alternativa saludable y conveniente que podría reducir el consumo de alimentos ultraprocesados si se implementa de manera efectiva.

5.2 Implicaciones para Políticas Públicas

Los resultados de esta investigación subrayan la importancia de integrar enfoques comunitarios y educativos en las políticas públicas relacionadas con la alimentación. La promoción de programas puede ser clave para reducir el consumo de alimentos ultraprocesados y fomentar hábitos alimenticios saludables en la población. Se recomienda que las autoridades

locales apoyen iniciativas que proporcionen recursos y capacitación a la comunidad para crear un entorno más saludable

5.3 Estrategias para Promover Alimentos Saludables

Los hallazgos sugieren que las estrategias para promover alternativas a los alimentos ultraprocesados deben abordar no solo el precio y la accesibilidad, sino también las percepciones de los consumidores sobre el sabor y la conveniencia de los productos saludables. Si bien la mayoría de los encuestados manifestó interés en productos como los sándwiches personalizados y nutritivos de esta investigación, también expresaron dudas sobre si estos productos podrían ser tan sabrosos y satisfactorios como las opciones ultra procesadas.

Por lo tanto, una estrategia clave para promover alternativas saludables debe centrarse en cambiar la percepción de que los alimentos saludables son menos sabrosos. Esto podría lograrse mediante campañas educativas que resalten el valor nutricional y el placer de consumir alimentos frescos y nutritivos. Además, es importante que las alternativas saludables sean visual y sensorialmente atractivas para competir de manera efectiva con los alimentos ultraprocesados.

La accesibilidad económica sigue siendo una barrera importante para la adopción de alimentos saludables, especialmente en zonas urbanas con una gran diversidad socioeconómica

como Chapinero. Para mitigar este problema, se podría considerar opciones como ofrecer precios competitivos o implementar promociones especiales para fomentar la prueba inicial de los productos. También sería útil crear alianzas con supermercados locales para distribuir estos alimentos en puntos de venta estratégicos, donde los consumidores ya adquieren productos ultraprocesados.

5.4 Limitaciones del Estudio

A pesar de los hallazgos significativos, este estudio tiene algunas limitaciones. En primer lugar, la muestra utilizada fue relativamente pequeña, con 30 encuestados en la fase cuantitativa y 10 participantes en las entrevistas cualitativas. Si bien esto permite obtener una visión general de las tendencias en la localidad de Chapinero, los resultados no pueden generalizarse a toda la población de Bogotá o a otras áreas urbanas.

En segundo lugar, el uso de un muestreo por conveniencia puede haber introducido un sesgo en la selección de los participantes, ya que los encuestados fueron reclutados en puntos de venta donde se consumen alimentos ultraprocesados con frecuencia. Esto podría haber influido en los resultados, ya que es posible que los participantes seleccionados tuvieran una mayor tendencia a consumir estos productos que otros segmentos de la población.

Finalmente, aunque se exploraron algunas percepciones sobre los alimentos saludables, el estudio no profundizó en otros factores que podrían influir en el comportamiento alimentario, como las creencias culturales o las influencias sociales. Futuros estudios podrían beneficiarse de un enfoque más amplio que incluya estos aspectos para obtener una comprensión más completa de las barreras para el consumo de alimentos saludables.

5.5 Futuras Líneas de Investigación

A partir de los resultados obtenidos, surgen varias líneas de investigación futuras que podrían enriquecer el conocimiento sobre las percepciones y el consumo de alimentos ultraprocesados. En primer lugar, sería interesante realizar estudios con muestras más grandes y representativas que incluyan diversas localidades urbanas y rurales para explorar si las tendencias observadas en Chapinero se replican en otras áreas con diferentes características demográficas y socioeconómicas.

Además, sería valioso investigar más a fondo las creencias culturales que podrían influir en las decisiones alimentarias, así como el papel que desempeñan las redes sociales y los entornos familiares en la promoción de hábitos saludables o no saludables. Este enfoque podría ayudar a desarrollar intervenciones que se adapten mejor a las realidades culturales y sociales de los consumidores.

Finalmente, se recomienda realizar estudios longitudinales que analicen el impacto de iniciativas a lo largo del tiempo, para evaluar si la introducción de alternativas saludables realmente genera un cambio sostenido en los hábitos alimentarios de los consumidores. Estos estudios podrían incluir evaluaciones continuas de las ventas, encuestas de seguimiento y análisis del impacto en la salud de los consumidores.

6. Conclusiones

La investigación mostró que aproximadamente el 80% de los participantes en Chapinero consume alimentos ultraprocesados varias veces por semana, destacando factores como la accesibilidad, el precio, y el sabor como razones de esta alta frecuencia. La conveniencia de estos productos facilita su inclusión en las dietas diarias de los consumidores, a pesar de ser conscientes de los posibles efectos negativos para la salud.

Los criterios que predominan en la elección de productos ultraprocesados en esta localidad son la facilidad de preparación (30%), seguida por el sabor (26%) y el precio (23%). Estos datos revelan que el consumo está impulsado por la conveniencia y la percepción de accesibilidad económica, mientras que factores como la publicidad tienen una influencia mínima en la decisión de la adquisición de productos saludables.

Las principales barreras identificadas para la adopción de alimentos saludables en Chapinero incluyen la falta de opciones accesibles en el mercado (40%) y el precio elevado

(26%). Además, algunos consumidores mencionaron la falta de tiempo para preparar comidas saludables como un factor limitante. Solo un pequeño porcentaje expresó que la preferencia personal por los alimentos ultraprocesados era una barrera para cambiar a opciones más saludables.

En conclusión, la investigación resalta la necesidad de alternativas accesibles y atractivas que puedan competir con los productos ultraprocesados en términos de conveniencia y satisfacción. Para alcanzar un cambio en los hábitos alimentarios de los habitantes de Chapinero, es importante que iniciativas saludables se posicionen como opciones deseables, promovidas tanto por campañas de concienciación como por políticas que favorezcan el acceso a estos productos. Este cambio en el consumo alimentario, si es apoyado y sostenido, tiene el potencial de mejorar significativamente la salud de la comunidad y de generar un impacto positivo en los patrones de consumo a largo plazo.

7. Recomendaciones

Se recomienda a los emprendedores en el sector de la restauración que busquen desarrollar alternativas de alimentos que sean tanto saludables como accesibles para la comunidad de Chapinero. Ofrecer opciones atractivas y convenientes puede captar a consumidores que actualmente prefieren alimentos ultraprocesados debido a su facilidad de adquisición. Además, asociarse con proveedores locales para mantener costos competitivos y priorizar ingredientes frescos y nutritivos puede fortalecer la aceptación de estas opciones en el mercado.

Futuros estudios deberían ampliar el alcance de esta investigación con una muestra más grande que incluya diferentes sectores de Bogotá, para evaluar si las tendencias observadas en Chapinero son consistentes en otros contextos. También se sugiere explorar factores culturales y sociales que influyen en las decisiones alimentarias, para diseñar intervenciones que respondan mejor a la realidad de los consumidores locales. Además, investigaciones longitudinales podrían evaluar cómo las intervenciones de fomento de alimentos saludables impactan a largo plazo los hábitos alimenticios de los consumidores.

Se recomienda al gobierno local implementar políticas que promuevan un entorno alimentario saludable, donde las opciones frescas y nutritivas sean asequibles y accesibles. Esto podría incluir subsidios o incentivos para tiendas y restaurantes que prioricen alimentos saludables y regulaciones que faciliten la venta de estos productos en áreas de alta demanda. Además, campañas educativas que refuercen la importancia de la alimentación saludable pueden ayudar a reducir el consumo de ultraprocesados y promover decisiones alimentarias informadas entre los habitantes de Chapinero.

8. Referencias

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. Obtenido de [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Angeles Ramos, G., Ávila Márquez, L., Flores Abad, V., & Francisco Rojas, C. (2014). *ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR*. Recuperado el 18 de septiembre de 2024, de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/1935/n/>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Recuperado el 2 de septiembre de 2024, de <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Campos de Oliveira, J. L. (2020). *Integración de datos en investigación de métodos mixtos: desafío y oportunidad para la enfermería*. Recuperado el 2 de septiembre de 2024, de <https://www.scielo.br/j/tce/a/WDgMcQxRLvmjQrwbQVMkb7K/?lang=es#>
- Campos de Oliveira, J. L. (2020). *Integración de datos en investigación de métodos mixtos: Desafío y oportunidad para la enfermería*. Recuperado el 19 de septiembre de 2024, de <https://www.scielo.br/j/tce/a/WDgMcQxRLvmjQrwbQVMkb7K/?format=pdf&lang=es>
- Congreso de Colombia. (1979). *Ley 9 de 1979*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=1177
- Congreso de Colombia. (2011). *Ley 1480 de 2011*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>
- Congreso de Colombia. (2015). *Ley 1715 de 2015*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Ley%201751%20de%202015.pdf
- Costa-Font, M. J.-B. (2019). *The role of the food environment in the consumption of healthy and unhealthy foods: A review of the literature. Health Economics*. Obtenido de <https://doi.org/10.1186/s13561-019-0246-4>
- Fajardo, M. Á., Tellez, Y., Rodríguez Otalora, O., & Salcedo Rivera, P. (2016). *Diplomado de profundización supply chain management consolidación proyecto final*.

- Granados García, J., & Arce Larrea, G. R. (2021). *Factores estratégicos en tiempo de crisis para generar crecimiento en las empresas fast food, bajo el modelo de negocios franquicia*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://revistas.ucsm.edu.pe/ojs/index.php/veritas/article/view/325/238>
- Jibrin, J. (2023). *Los alimentos ultraprocesados también son malos para tu cerebro y tu estado de ánimo*. Recuperado el 3 de abril de 2024, de <https://www.nationalgeographic.es/ciencia/2023/11/alimentos-ultraprocesados-peligros-cerebro-salud-mental>
- Kearns, T. S. (2019). *The psychological and social dimensions of health: What do consumers really want? Food Quality and Preference, 74, 171-178*. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.12.001>
- Lappalainen, R. S. (1997). *Understanding the consumer's food choice. Food Quality and Preference, 8(2), 106-114*. Obtenido de [https://doi.org/10.1016/S0950-3293\(96\)00064-7](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(96)00064-7)
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). *Resolución 2674 de 2013*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>
- Molina Ospina, T. (2018). *Tendencias del consumidor hacia productos orgánicos*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/39805/Tatiana%20Molina%20Ospina%20tesis.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Monteiro, C. A. (2018). *Ultra-processed foods: What they are and how to identify them. Public Health Nutrition, 21(1), 1-10*. Obtenido de <https://doi.org/10.1017/S1368980017000046>
- Paredes, F., Ruiz Díaz, L., & González, N. (2018). *Hábitos saludables y estado nutricional en el entorno laboral*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://www.scielo.cl/pdf/rchnut/v45n2/0716-1549-rchnut-45-02-0119.pdf>
- PNUD. (2020). *Desigualdad y acceso a alimentos en América Latina. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de

<https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/publications/desigualdad-y-acceso-a-alimentos.html>

Pontificia Universidad Javeriana. (2019). *Por qué evitar los alimentos ultraprocesados*. Recuperado el 3 de abril de 2024, de <https://vidasaludable.udec.cl/node/281>

RAE, R. (s.f). Recuperado el 30 de agosto de 2024, de <https://dle.rae.es/barrera>

RAE, R. (s.f). *Diccionario del estudiante*. Recuperado el 18 de septiembre de 2024, de <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/alternativo#:~:text=2.-,adj.,otra%20cumpliendo%20su%20misma%20funci%C3%B3n>.

Revista Nutrición Hospitalaria. (2020). *Consumo de alimentos ultraprocesados y obesidad: una revisión sistemática*. Obtenido de <https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v38n1/0212-1611-nh-38-1-177.pdf>

Reyes Ortiz, G. E., Socorro Márquez, F. Ó., & Díaz Muñoz, G. M. (2024). *Fundamentos de la estrategia*. Recuperado el 18 de septiembre de 2024, de https://www.researchgate.net/publication/378366188_Fundamentos_de_la_estrategia

Rojas Pabón, M., & Mellizo Rojas, W. (2022). *Sujetos de reparación colectiva y construcción de territorios de paz*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://publicaciones.uexternado.edu.co/gpd-sujetos-de-reparacion-colectiva-y-construccion-de-territorios-de-paz-9789587908527.html>

UCundinamarca, U. (2021). *Manual de estilos de vida saludable*. Recuperado el 18 de septiembre de 2024, de https://www.ucundinamarca.edu.co/intranet/documents/seguridad-salud/Manual-ESG-SST-M008_V1.pdf

UNAM, U. (2020). *¿Qué son los productos ultraprocesados?* Recuperado el 18 de septiembre de 2024, de <https://www.personal.unam.mx/Docs/Cendi/productosUltraprocesados.pdf>

Universidad de Guadalajara. (2023). Recuperado el 2 de septiembre de 2024, de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/4061/1/T%C3%A9cnicas_diagn%C3%B3stico_Encuesta.pdf

Universidad de Guanajuato. (2021). Recuperado el 2 de septiembre de 2024, de <https://blogs.ugto.mx/mdued/wp-content/uploads/sites/66/2022/10/Tipos-alcances-y-disenos-de-investigacion-paginas-66-79.pdf>

Uribe Gómez, M., & Londoño, A. J. (2023). *Desigualdad (es) y pobreza, problemas persistentes en Colombia: reflexiones para una agenda urgente*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/forum/article/view/107138/87180>

Vargas, L., Hernández, Á., Escobar, L., Alemán, J., Ortiz, N., & Acosta, C. (2024). *Caracterización de los hábitos y estilos de vida saludables en estudiantes universitarios de Tunja, Colombia*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://revistas.fucsalud.edu.co/index.php/repertorio/article/view/1418/2396>