



DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN QUE TIENEN LAS EMOCIONES Y LOS
SENTIMIENTOS EN EL CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS EN EL CONSUMO DE
SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS

INTEGRANTES:

JENNIFFER SANCHEZ HENAO

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MERCADEO

MANIZALES, CALDAS

AÑO 2023



Tabla de contenido

RESUMEN	3
ABSTRACT	4
1. INTRODUCCIÓN	5
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
3. JUSTIFICACIÓN	8
4. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	9
5. OBJETIVOS	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
6. MARCO TEÓRICO	11
6.1. Mercado de los Suplementos Alimenticios	11
6.2. Emociones y Sentimientos	17
6.3 Sentimiento de Seguridad	18
¿Es la Seguridad entonces una Emoción o un Sentimiento?	20
6.3. Suplementos Alimenticios	24
6.5. Autoestima, Redes Sociales y Suplementos Alimenticios	30
6.6. Comportamiento del Consumidor	31
6.7. Etapas del Proceso de Compra	32
9. METODOLOGÍA	44
9.2. Fuente de Investigación	48
9.3. Población y Muestra	50
10. Recopilación de Datos	56
11. ANÁLISIS DE DATOS	66
12. RESULTADOS	79
13. CONCLUSIONES	82
14. REFERENCIAS	86
14. ANEXOS	99

RESUMEN

El presente proyecto busca determinar la relación que tienen las emociones y sentimientos en el cumplimiento de las expectativas del producto *Suplemento Alimenticio*, para lo cual se pretenden establecer las emociones y sentimientos que se involucran en el consumo de dicho producto, y definir cuáles son las expectativas que tienen las personas para consumirlo. Partiendo de una metodología exploratoria y utilizando fuentes de información primaria, se buscó el cumplimiento total de estos objetivos, partiendo inicialmente una pregunta de investigación, ¿Se puede determinar la relación que tienen las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas para el consumo de suplementos alimenticios? En respuesta a este interrogante, se analizó cómo las emociones y los sentimientos influyen en el cumplimiento de las expectativas del consumidor respecto con los *suplementos alimenticios*. El estudio se enfocó en la identificación de los factores emocionales y psicológicos que motivan a los consumidores a utilizar estos productos, así como los obstáculos que pueden afectar su adherencia a los mismos. Los resultados del estudio sugieren que la percepción de los beneficios de los suplementos alimenticios y la satisfacción emocional que estos generan, son factores clave que influyen en el cumplimiento de las expectativas de los consumidores. Se concluye que es importante considerar tanto los aspectos emocionales como los cognitivos en el diseño de estrategias de marketing para estos productos.

Palabras clave: Suplementos, alimenticios, sentimientos, emociones y expectativas



ABSTRACT

This project seeks to determine the influence that emotions and feelings have in meeting the expectations of the FOOD SUPPLEMENT product, for which it is intended to establish the emotions and feelings that are involved in the consumption of said product and define the expectations that are appropriate. people have when consuming this. Starting from an exploratory methodology and using primary information sources, the total fulfillment of these proposed objectives is sought, a hypothesis, can the influence of emotions and feelings be determined in the fulfillment of expectations in the consumption of food supplements? . In the end it can be concluded according to the work carried out that the main emotions involved in the consumption of food supplements are desire, relaxation, happiness and pleasure. In addition, that expectations have a direct influence on emotions and feelings that develop in the consumption of food supplements. In the development of this work, it is established in a more objective and detailed way, feelings intervene in the consumption of food supplements, the definition of each of these concepts and the conclusions of each and every one of the theories investigated.

Keywords: Supplements, food, feelings, emotions and expectations

1. INTRODUCCIÓN

Conservando el rigor que todo tipo de investigación requiere, en el presente trabajo se desarrollan de forma detallada el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, la justificación del proyecto, el marco teórico, los resultados y finalmente las conclusiones; todos ítems que permiten la plena comprensión del proyecto y de los temas que se trataron en cada uno de los capítulos.

La investigación se enfocó en conocer la relación que tienen los sentimientos y emociones, particularmente la seguridad, respecto con las expectativas que tienen las personas al momento de consumir *suplementos alimenticios*. Según el psicólogo Daniel Goleman (1.995), todas las emociones son en esencia impulsos que llevan a actuar a las personas, lo cual programa de alguna forma una reacción automática. Gracias a las neurociencias se abren nuevas ventanas para un mejor conocimiento del cerebro y del pensamiento humano.

Es cierto que todavía existen sombras que impiden alcanzar respuestas definitivas, pero esta carencia de explicaciones precisas y generales no impiden adoptar una visión optimista hacia el mañana sobre este tema en particular relacionado con la seguridad (entendida como una emoción) que tiene el ser humano en consumir suplementos alimenticios y los futuros logros en este campo. El propio Damásio (2020) nos advierte que de existir alguna preocupación de que el problema no sea la falta de investigación, sino la variación y cantidad de datos que la neurociencia está produciendo y del peligro de que puedan sofocar la claridad de pensar sobre los temas (Damásio, 2020: 345).

Después de realizar los estudios que corresponde al comportamiento y la relación emocional con los suplementos alimenticios, se obtuvieron resultados que permitieron entender las decisiones de compra y de consumo de las personas, y en como tal resolver los objetivos planteados en la presente propuesta de investigación, lo cual permitió además responder a los cuestionamientos que surgen del tema en particular. Lo anterior basados principalmente en los elementos y estímulos emocionales.

Los elementos emocionales y los estímulos crean relaciones con los consumidores y las marcas, es decir, lograr un compromiso emocional que permita recordar la marca (Hultén,2011; Ortégón-Cortázar y Gómez, 2016), en otras palabras, crear emociones en los consumidores no solo genera una relación económica entre estos y sus marcas, si no también lo que se puede interpretar como un sentimiento.

El marketing busca evocar sentimientos, sensaciones y respuestas cognitivas en los consumidores, para que las experiencias den resultados sobre el cuerpo y la mente de manera más significativa y precisa. Por lo que estos factores que tiene el marketing crean un impacto positivo en la percepción de los consumidores. Como ejemplo, los sentimientos funcionan como factores para actuar ante un problema o una decisión, y estos ayudan a su vez a controlar la respuesta de éxito o fracaso, por lo tanto, existen múltiples canales de interconexión que ayudan a generar respuestas y de esta manera convertirse en elementos motivadores de la conjugación del saber y la razón (Damasio, 2018:31-32).

Como metodología de medición se usaron estrategias de investigación cualitativa para conocer la relación emocional que se establece entre marca, productos y consumidores, así como también de una u otra forma la manera en que publicitan sus productos o los hacen llegar a las personas y explorar por qué deciden finalmente comprar el producto de la competencia.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La investigación sobre la relación de las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios es importante por las siguientes razones:

- Comprender las motivaciones de los consumidores: El estudio de las emociones y los sentimientos asociados con el consumo de suplementos alimenticios proporciona información crucial sobre las motivaciones detrás de estas elecciones. Permite comprender qué impulsa a las personas a utilizar estos productos y cómo las emociones y los sentimientos influyen en su toma de decisiones.
- Mejorar la satisfacción del consumidor: Conocer cómo las emociones y los sentimientos afectan el cumplimiento de las expectativas en el consumo de suplementos alimenticios puede ayudar a las empresas a mejorar la satisfacción del consumidor. Al entender qué emociones y sentimientos están relacionados con una experiencia positiva y cumplimiento de expectativas, las empresas pueden desarrollar estrategias para crear productos y servicios que satisfagan mejor las necesidades emocionales de los consumidores.
- Diseñar estrategias de marketing efectivas: Las emociones y los sentimientos desempeñan un papel crucial en el proceso de toma de decisiones de los consumidores. Al comprender cómo las emociones influyen en el consumo de suplementos alimenticios, las empresas pueden diseñar estrategias de marketing más efectivas que resuenen con los sentimientos y las necesidades emocionales de los consumidores.

3. JUSTIFICACIÓN

Son diversos los motivos que justifican la realización de un estudio de esta índole, entre los cuales se destacan:

- Escasez de estudios en el tema: Aunque el consumo de suplementos alimenticios es un tema ampliamente estudiado, la investigación específica sobre la relación de las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas es limitada. Por lo tanto, investigar esta relación en el contexto de los suplementos alimenticios puede aportar nuevos conocimientos y perspectivas a la literatura existente.
- Importancia del factor emocional: Las emociones y los sentimientos desempeñan un papel fundamental en el comportamiento del consumidor. Sin embargo, aún hay una falta de estudios que se centren específicamente en cómo estas variables afectan el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios. Investigar esta relación puede proporcionar información valiosa sobre cómo las emociones influyen en la satisfacción del consumidor y en la efectividad de los suplementos alimenticios.
- Relevancia para la industria y los consumidores: El mercado de los suplementos alimenticios ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, y los consumidores cada vez más buscan productos que se adapten a sus necesidades y expectativas. Comprender cómo las emociones y los sentimientos influyen en el cumplimiento de estas expectativas puede tener implicaciones directas en la formulación de estrategias de marketing, diseño de productos y satisfacción del consumidor.
- Potencial para la personalización de productos y servicios: Al investigar la relación entre las emociones y los sentimientos y el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios, se pueden identificar patrones y tendencias que permitan una mayor personalización de productos y servicios. Esto puede ayudar a las empresas a adaptar sus ofertas a las necesidades emocionales individuales de los consumidores, lo que podría resultar en un mayor nivel de satisfacción y fidelidad.



En resumen, la investigación sobre la relación de las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios puede considerarse importante debido a la falta de estudios específicos en el tema, la importancia del factor emocional, su relevancia para la industria y los consumidores, y su potencial para la personalización de productos y servicios.

4. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

De todos los argumentos presentados, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la relación de las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios?



5. OBJETIVOS

Objetivo General

- Determinar la relación que tienen las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios.

Objetivos Específicos

- Describir el mercado de los suplementos alimenticios y los atributos que constituyen su oferta.
- Establecer las emociones y sentimientos involucrados en el consumo de suplementos alimenticios.
- Definir las expectativas que se tienen para consumir suplementos alimenticios

6. MARCO TEÓRICO

A través de este aparte, se establecen algunos elementos conceptuales sobre las categorías de trabajo de la investigación, tales como las emociones y sentimientos, y más precisamente la seguridad, entendida como un sentimiento que está inmerso en el proceso de decisión de compra y consumo en el contexto de los suplementos alimenticios. Es así, como se explora el término seguridad, como tema principal del trabajo, y su relación con las emociones. Se analiza cómo los suplementos alimenticios desde esta perspectiva influyen en las emociones y sentimientos y estas a su vez en los procesos de decisión de compra. También se presentan algunos ejemplos de marcas relevantes en este ámbito.

6.1. Mercado de los Suplementos Alimenticios

El mercado de los suplementos alimenticios ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado en gran medida por el aumento de la conciencia de las personas sobre su salud y bienestar. Los suplementos alimenticios se definen como productos que se consumen para complementar la dieta y que contienen uno o más ingredientes nutricionales, como vitaminas, minerales, hierbas, aminoácidos y enzimas. Estos productos se pueden encontrar en diversas formas, como tabletas, cápsulas, polvos y líquidos, y se venden en tiendas de alimentos saludables, farmacias y tiendas en línea.

Los suplementos alimenticios ofrecen una variedad de beneficios para la salud, que incluyen mejorar la función inmunológica, aumentar la energía, reducir el estrés y mejorar el



rendimiento deportivo. Además, los suplementos alimenticios también pueden ayudar a satisfacer las necesidades nutricionales de aquellos que tienen una dieta restrictiva, como los veganos y los vegetarianos. Muchos suplementos contienen vitaminas y minerales esenciales, como la vitamina C, la vitamina D, el zinc y el selenio, que desempeñan un papel crucial en el fortalecimiento del sistema inmunológico. La vitamina C es conocida por su capacidad para aumentar la producción de glóbulos blancos y ayudar al cuerpo a combatir infecciones. La vitamina D también está relacionada con la función inmunológica y su deficiencia se ha asociado con una mayor susceptibilidad a enfermedades. Algunos suplementos contienen ingredientes como vitaminas B, hierro y coenzima Q10, que son esenciales para la producción de energía en el cuerpo. Las vitaminas B, en particular, son cofactores en muchas reacciones metabólicas que convierten los nutrientes en energía utilizable. Los suplementos que contienen estos nutrientes pueden ayudar a mejorar la energía y reducir la fatiga. Algunos suplementos, como los adaptógenos (por ejemplo, la ashwagandha y el ginseng), han sido estudiados por sus posibles efectos en la reducción del estrés. Estos compuestos pueden ayudar al cuerpo a adaptarse y resistir mejor los efectos del estrés físico y mental. También se ha investigado el papel de ciertas vitaminas y minerales, como el magnesio, en la regulación del estado de ánimo y la respuesta al estrés. Algunos suplementos, como la creatina, los BCAAs (aminoácidos de cadena ramificada) y los precursores de óxido nítrico, han sido estudiados por su capacidad para mejorar el rendimiento deportivo. La creatina, por ejemplo, puede aumentar la producción de energía durante ráfagas cortas y intensas de actividad, lo que es beneficioso para actividades como el levantamiento de pesas y sprints. En resumen, los suplementos alimenticios son los actores secundarios que contribuyen a mejorar la trama de la película de nuestra salud y bienestar (Maughan R, Burke L, Dvorak J, 2018).

Sin embargo, el mercado de los suplementos alimenticios también se ha enfrentado a una serie de críticas y preocupaciones en los últimos años. Una de las principales preocupaciones es la calidad y la seguridad de los productos, especialmente en el caso de los productos importados. Además, algunos han expresado su preocupación sobre que la promoción excesiva de los suplementos alimenticios pueda llevar a las personas a creer que estos productos son una alternativa fácil y rápida a una dieta equilibrada y una vida saludable en general.

En resumen, el mercado de los suplementos alimenticios es un mercado en constante evolución, con una amplia variedad de productos y beneficios para la salud. A medida que la demanda de productos de este tipo continúa creciendo, es importante que los consumidores estén informados y conscientes de los atributos de la oferta de los suplementos alimenticios, así como de los riesgos y preocupaciones potenciales asociados con su consumo.

El mercado global de suplementos nutricionales ha demostrado una trayectoria ascendente impresionante, y las proyecciones indican que este crecimiento continuará en el futuro. Según datos confiables, se estima que para el año 2021, el tamaño de este mercado alcance la impresionante cifra de 358.800 millones de dólares estadounidenses. A medida que avanzamos hacia el futuro, se pronostica un aumento sostenido a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6,3% entre los años 2022 y 2030. El impulso detrás de este crecimiento radica en una creciente conciencia mundial sobre la importancia de la salud y el bienestar.

La globalización de la información y el aumento de la conciencia de la salud han desempeñado un papel fundamental en el éxito continuo de este mercado. La crisis de salud global provocada por la pandemia ha influido en la percepción de las personas sobre sus propias vidas y hábitos. La pandemia ha puesto en relieve la importancia de un estilo de vida saludable y



cómo impacta en la capacidad del cuerpo para enfrentar desafíos de salud. En este contexto, las personas se han vuelto más conscientes de la relación entre su bienestar general y la adopción de hábitos saludables.

La prevalencia en aumento de enfermedades no transmisibles (ENT) ha sido un factor decisivo para la adopción generalizada de suplementos nutricionales. Según datos proporcionados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), las ENT son responsables de una cifra alarmante: 41 millones de muertes anuales. Este dato ha sido un llamado de atención para que las personas tomen medidas preventivas y busquen formas de mejorar su bienestar y calidad de vida.

Durante la pandemia, ha habido un incremento sustancial en la demanda de suplementos que se promocionan como potenciadores de la inmunidad. A pesar de la falta de evidencia sólida que vincule estos suplementos con la prevención del COVID-19, la búsqueda de maneras de fortalecer la salud y la inmunidad se ha convertido en una preocupación central en todo el mundo. Esta búsqueda de mejor salud y bienestar ha impulsado la demanda de suplementos y ha influido en la toma de decisiones de muchos consumidores.

En resumen, el mercado de suplementos nutricionales ha demostrado un crecimiento notorio y sostenido, y su evolución es respaldada por factores como la creciente conciencia sobre la salud, la preocupación por las ENT y la búsqueda de formas de mejorar la inmunidad. Sin embargo, es crucial que los consumidores se mantengan informados y críticos en su enfoque hacia los suplementos, especialmente en situaciones donde las afirmaciones puedan carecer de base científica sólida (Grand view research, 2022-2030).

El análisis del mercado de suplementos alimenticios en Colombia se basa en varios indicadores que reflejan el interés y la adopción de estos productos por parte de la población. Aunque no existen datos específicos que delimiten este mercado en Colombia, los resultados obtenidos de la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (ENSIN) en 2015 brindan un panorama significativo. Según esta encuesta, se evidenció que aproximadamente el 13,3% de la población colombiana se involucra en el consumo regular de suplementos alimenticios. Aunque este porcentaje no proporciona una imagen completa del mercado, sí sugiere que existe una base sustancial de consumidores que recurren a estos productos como parte de su dieta.

El aumento observado en la oferta y consumo de productos naturales y orgánicos en Colombia es un factor relevante que respalda la creciente demanda de suplementos alimenticios. A medida que las tendencias globales hacia una alimentación más saludable, sostenible y consciente han ganado tracción, este fenómeno se ha reflejado en el mercado colombiano. El incremento en la disponibilidad de productos naturales y orgánicos ha influido en la percepción de los consumidores sobre la importancia de adoptar un estilo de vida saludable.

La relación entre la oferta de productos saludables y el interés en suplementos alimenticios se establece en la búsqueda compartida por una vida más saludable. Los

consumidores están mostrando un mayor interés en comprender cómo los suplementos pueden complementar su dieta y mejorar su bienestar general. Este aumento en la conciencia de la importancia de una alimentación equilibrada y la búsqueda de opciones naturales ha amplificado la demanda de suplementos alimenticios que promueven una vida saludable.

En resumen, aunque la información específica sobre el mercado de suplementos alimenticios en Colombia puede ser limitada, los datos de la ENSIN 2015 sugieren una tendencia ascendente en el consumo de estos productos. El aumento en la oferta y consumo de productos naturales y orgánicos en el país es un indicador de que los colombianos están cada vez más preocupados por su bienestar y adoptando enfoques más conscientes hacia su dieta. Este contexto de búsqueda de opciones más saludables contribuye al impulso de la demanda de suplementos alimenticios que se alinean con esta mentalidad, (ENSIN, 2015).

En cuanto a la oferta, el mercado de suplementos alimenticios en Colombia es altamente competitivo y está compuesto por una amplia gama de marcas y productos que ofrecen una variedad de atributos, como vitaminas, minerales, proteínas, hierbas y otros ingredientes. Los principales canales de distribución son las tiendas de nutrición deportiva, tiendas de productos naturales y suplementos alimenticios, farmacias y tiendas en línea.

En general, el mercado de suplementos alimenticios sigue creciendo a nivel mundial y en Colombia, impulsado por la creciente preocupación por la salud y el bienestar, así como por la demanda de productos naturales y orgánicos.

6.2. Emociones y Sentimientos

Según Ekman (2008), el estudio de las emociones ha evolucionado rápidamente, para con ello entender y facilitar las tareas fundamentales de la vida cotidiana de las personas. Al respecto se han identificado cinco características comunes a todas las emociones denominadas "básicas":

1. Inicio rápido; 2. Corta duración; 3. Ocurrencia espontánea; 4. Evaluación automática; y 5. Coherencia entre las respuestas. Sin embargo, para algunos otros autores, emociones como la culpa, la vergüenza y el desprecio no parecen encajar en estos criterios, ya que pueden tardar en aparecer, durar más tiempo y requerir juicios morales complejos. Para estos últimos, la evidencia sugiere que la culpa puede ser inducida y que las emociones pueden ser penetrables cognitivamente, lo que significa que no son respuestas automáticas al entorno.

Según sea la perspectiva, es importante diferenciar entre emociones y sentimientos. Los sentimientos son estados emocionales que no son respuestas inmediatas al entorno, sino que se forjan a través de los códigos morales y creencias de una sociedad y pueden durar más tiempo. Los sentimientos también implican contenido conceptual y tienen penetrabilidad cognitiva. A diferencia de las emociones, los sentimientos no suelen tener manifestaciones físicas evidentes.

Aunque las emociones básicas tienen características comunes, las emociones complejas y los sentimientos son más difíciles de clasificar y requieren un enfoque más cognitivo. Las teorías de Goleman, Ekman y James sobre los cambios corporales y las acciones en el entorno refuerzan la idea de que el cuerpo y la mente están estrechamente relacionados en la experiencia emocional y que la distinción entre emociones y sentimientos es importante para comprender la complejidad de la vida emocional.

La seguridad por ejemplo es un sentimiento, esta es una sensación fundamental para la tranquilidad y el bienestar de cualquier persona. Cuando nos sentimos seguros, experimentamos



una sensación de protección y confianza en nosotros mismos y en nuestro entorno. Esta sensación nos permite llevar a cabo nuestras actividades diarias de manera más relajada y efectiva, sin preocuparnos constantemente por posibles amenazas o peligros. El sentimiento de seguridad puede provenir de diferentes fuentes, como la presencia de personas de confianza, un ambiente seguro y familiar, un trabajo estable, entre otros. En definitiva, sentirnos seguros es fundamental para nuestra calidad de vida y para el desarrollo de nuestras capacidades personales.

A continuación, hablaremos del sentimiento de seguridad a más profundidad:

6.3 Sentimiento de Seguridad

La seguridad es un aspecto fundamental en la vida humana, que se relaciona con la confianza y la prevención de riesgos y peligros. La seguridad puede estar presente en diversas situaciones, tanto positivas como negativas, y puede influir en la serotonina, el neurotransmisor que controla las emociones y los estados de ánimo. Mantener niveles saludables de serotonina puede ayudar a promover sentimientos de seguridad y bienestar emocional. Por otro lado, la falta de seguridad puede generar trastornos psicológicos y problemas de ansiedad, falta de empatía, dependencia emocional e incapacidad para relacionarse con los demás (Goleman 1995).

Los neurocientíficos han investigado la conexión entre el sistema nervioso autónomo, la empatía y la seguridad. Stephen Porges si bien no es reconocido por sus contribuciones específicas en el campo de la inteligencia emocional, su teoría *polivagal* es relevante para entender cómo el sistema nervioso influye en las emociones y la salud. Porges ha estado trabajando en el área de la neurociencia desde la década de 1970 y ha publicado numerosos artículos y libros sobre su teoría, incluyendo su obra "The Polyvagal Theory: Neurophysiological Foundations of Emotions, Attachment, Communication, and Self-regulation" publicada en 2011. El término de seguridad se



define como sentirse a salvo y se emplea con sentidos similares como la ausencia de riesgos o peligros. Es además un concepto vinculado con la confianza y la prevención (Porges, 2011).

Existe una teoría en la que se argumenta que el poder y el estado están relacionados con emociones positivas, como la seguridad y la felicidad. Por el contrario, cuando estos son bajos, las emociones negativas, como el miedo y la tristeza se intensifican, (Kemper, 1990).

La ciencia de la seguridad es una disciplina académica que se enfoca en el estudio sistemático de los riesgos y la seguridad, incluyendo la prevención, la mitigación y la respuesta a situaciones de emergencia y crisis. Esta disciplina combina conocimientos y metodologías de diversas áreas, como la psicología, la sociología, la ingeniería, la gestión de riesgos, entre otras. Dentro de la ciencia de seguridad, se destacan tres conceptos fundamentales: el riesgo, que se define como la probabilidad de que se produzca un daño en cualquier situación; la amenaza, que se refiere a las condiciones de riesgo que se hacen evidentes, es decir, los elementos que provocan la aparición de un riesgo; y la vulnerabilidad, que se relaciona con una situación o condición de menor o mayor predisposición a los riesgos y las amenazas. A mayor vulnerabilidad, mayores son las probabilidades de sufrir un daño, lo que representa todo lo contrario a la seguridad, (National Research Council (NRC) 2015).

En el ámbito de los suplementos alimenticios, la seguridad es esencial debido a las acciones y expectativas de los consumidores. Los suplementos son productos que las personas adquieren con la esperanza de mejorar su calidad de vida. Tanto los fabricantes como los distribuidores tienen la responsabilidad de prestar atención a los aspectos que pueden mejorar la seguridad, ya que los consumidores están expuestos a riesgos que deben ser minimizados. Los



consumidores sienten la necesidad de confiar en los suplementos alimenticios, desde que estos productos ofrecen soluciones a sus necesidades, miedos y preocupaciones.

El concepto de seguridad es fundamental en la psicología y se ha estudiado ampliamente en relación con el desarrollo personal y el bienestar emocional. Para comprender cabalmente este concepto, es esencial reconocer que la seguridad no es una condición intrínseca y estática, sino un proceso dinámico que se construye y se vive a lo largo de la vida. Esta noción está respaldada por teorías psicológicas que han explorado cómo los individuos interactúan con su entorno y desarrollan un sentido de seguridad, en el ámbito de la psicopatología, la noción de seguridad sigue siendo de gran importancia. El sentimiento de seguridad puede verse comprometido en personas que han experimentado traumas o adversidades significativas. En este contexto, el camino hacia la seguridad puede enfrentar obstáculos, y algunas personas pueden necesitar apoyo terapéutico para reconstruir su sensación de seguridad en sí mismos y en el mundo que les rodea, (Erikson, 2000).

En conclusión, la seguridad es un aspecto fundamental en la vida de las personas, que se relaciona con la prevención de riesgos y peligros, la confianza y el bienestar emocional. Mantener niveles saludables de serotonina y prestar atención a los aspectos que pueden mejorar la seguridad son factores importantes para lograr una vida más plena y satisfactoria.

¿Es la Seguridad entonces una Emoción o un Sentimiento?

El concepto de seguridad es complejo y puede ser abordado desde diferentes perspectivas. En términos generales, se puede entender la seguridad como un estado mental que busca la

protección ante posibles amenazas y que puede manifestarse de diversas formas. Por un lado, la seguridad puede estar relacionada con el deseo de alejarse o aislarse para sentirse protegido, lo que puede ser especialmente relevante para aquellas personas que no se sienten aceptadas por su físico ante la sociedad. Por otro lado, la seguridad también puede estar relacionada con sentirse cercano o querido por otras personas, lo que genera una sensación de paz y tranquilidad, (American Psychiatric Association, (APA) 2022).

De acuerdo con las investigaciones de Daniel Goleman (1995), las emociones tienen una función adaptativa y cambian según las necesidades del ambiente en el que se encuentra la persona. Las emociones preparan al organismo para diferentes respuestas y pueden ser instintivas y automáticas, más intensas y menos racionales que los sentimientos. Estos últimos son más racionales, menos instintivos y se generan de forma más lenta tras la interpretación de las emociones y pensamientos.

Según Antonio Damasio (2015), la seguridad es un sentimiento y se desarrolla a partir de las experiencias y vínculos que se generan en el entorno en el que se encuentra la persona. Este sentimiento puede reflejar tanto emociones positivas (como la confianza o la esperanza) como emociones negativas (como la angustia o la inseguridad), dependiendo del entorno y la situación en la que se encuentra el individuo.

Es importante tener en cuenta que la seguridad no es algo estático, sino que puede ser relacionada por diferentes factores y puede cambiar con el tiempo. Además, el grado de seguridad que experimenta una persona puede variar según el contexto y las situaciones a las que se enfrente.

En relación con el consumo de productos que pueden mejorar la salud, es posible que este proceso esté enmarcado por las emociones y los sentimientos relacionados con la seguridad. Por ejemplo, una persona puede sentirse más segura al consumir un producto que le ayude a mantener una buena salud física y mental, lo que a su vez puede generar emociones positivas como la satisfacción o la tranquilidad.

Se podría decir que, la seguridad es un sentimiento que se desarrolla a partir de las experiencias y vínculos que se generan en el entorno de la persona. Aunque puede estar relacionado con emociones como la angustia o la confianza, se diferencia de estas por su carácter más racional y estable. En cualquier caso, la seguridad puede ser analizada a partir de diversos factores y puede variar según el contexto y las situaciones a las que se enfrente la persona.

Para la presente tesis, se debe entender la función de los suplementos alimenticios y su relación con el sentimiento de seguridad, en la medida que estos se han vuelto cada vez más populares en la sociedad actual, ya que se han promocionado como una manera de complementar la alimentación y mejorar la salud. Los suplementos alimenticios se han convertido en una parte integral de la vida moderna, con su popularidad en aumento debido a la creencia de que pueden mejorar la salud y proporcionar una sensación de seguridad nutricional. Según Dobs and Borel (2020), los suplementos alimenticios son considerados una forma de "seguro nutricional" por muchas personas que buscan garantizar que están obteniendo todos los nutrientes esenciales. Estos productos contienen nutrientes y otros compuestos que se encuentran en los alimentos, y se comercializan como una forma conveniente y efectiva de alcanzar los niveles recomendados de vitaminas, minerales, proteínas y otros nutrientes. Sin embargo, a pesar de la creciente popularidad de los suplementos alimenticios, muchos expertos advierten sobre los posibles

riesgos asociados con su uso indebido o excesivo.

La creciente popularidad de los suplementos alimenticios se debe en parte a las estrategias de marketing que resaltan sus beneficios para la salud. Sin embargo, algunos estudios han destacado que la relación entre la promoción de los suplementos y la evidencia científica sólida puede ser problemática. Por ejemplo, Gahche et al. (2017) encontraron que las tasas de uso de suplementos alimenticios eran más altas en aquellos que creían que los suplementos podrían mejorar su salud general. Los suplementos alimenticios contienen una variedad de nutrientes y compuestos, y se comercializan como una forma conveniente de complementar la dieta. Sin embargo, su eficacia y seguridad pueden variar. Según Byrd-Bredbenner et al. (2017), la falta de regulaciones estrictas puede llevar a la comercialización de productos que no tienen suficiente respaldo científico y que pueden incluso ser perjudiciales para la salud.

Además, la regulación de la industria de suplementos alimenticios es relativamente laxa en comparación con otros productos alimenticios y farmacéuticos, lo que puede llevar a la comercialización de productos ineficaces o potencialmente peligrosos para la salud. Varios expertos han señalado los posibles riesgos de consumir suplementos alimenticios en exceso o sin supervisión adecuada. Un estudio realizado por Saldanha et al. (2020) enfatiza la importancia de abordar los riesgos potenciales de interacciones entre suplementos y medicamentos, así como la toxicidad asociada con el uso excesivo de ciertos nutrientes. La regulación de los suplementos alimenticios varía según el país y es menos estricta en comparación con otros productos alimenticios y farmacéuticos. Según Cohen (2014), esta falta de regulación efectiva puede resultar en productos que no cumplen con los estándares de calidad y seguridad.

6.3. Suplementos Alimenticios

Los suplementos alimenticios son productos diseñados para complementar la alimentación diaria y proporcionar nutrientes adicionales, como vitaminas, minerales, proteínas u otros compuestos, que pueden ser consumidos en forma de tabletas, cápsulas, polvos u otras presentaciones. Los suplementos alimenticios son diseñados para proporcionar nutrientes adicionales a la dieta diaria con el fin de llenar posibles brechas nutricionales. Esta definición está respaldada por la definición de la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA). Su contenido puede incluir una variedad de nutrientes como vitaminas, minerales y proteínas. Esta información es respaldada por el Instituto de Medicina (IoM) en su informe sobre las necesidades de nutrientes. Están destinados a complementar la dieta y llenar posibles deficiencias nutricionales. Este enfoque de complementar la ingesta de nutrientes es respaldado por el informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre la dieta, la nutrición y la prevención de enfermedades crónicas.

Los suplementos alimenticios pueden ser útiles para poblaciones con necesidades específicas, como mujeres embarazadas o personas con deficiencias nutricionales. Sin embargo, es importante reconocer que no reemplazan una dieta equilibrada. Esta perspectiva está respaldada por el artículo de Bailey et al. (2013).

6.4.1. Importancia del consumo de nutrientes en deportistas

El consumo adecuado de nutrientes es fundamental para los deportistas, ya que les proporciona la energía necesaria para el rendimiento físico, favorece la recuperación muscular,

fortalece el sistema inmunológico y ayuda a prevenir lesiones. Una dieta equilibrada y rica en nutrientes es esencial para optimizar el desempeño deportivo. Los nutrientes juegan un papel esencial en el rendimiento deportivo al proporcionar la energía necesaria para la actividad física. Además, los nutrientes contribuyen a la recuperación muscular, la función inmunológica y la prevención de lesiones. Este enfoque es respaldado por el informe de la Academia Nacional de Ciencias, Ingeniería y Medicina de los Estados Unidos.

Los nutrientes, especialmente las proteínas y ciertos aminoácidos, desempeñan un papel clave en la reparación y recuperación muscular después del ejercicio. Una ingesta adecuada de proteínas puede acelerar la recuperación y reducir el riesgo de daño muscular. Esta perspectiva es apoyada por un estudio de Phillips (2017) sobre la ingesta de proteínas y la recuperación muscular en atletas. La nutrición adecuada es esencial para el funcionamiento óptimo del sistema inmunológico. Los nutrientes como las vitaminas y los minerales desempeñan un papel en la protección contra infecciones y enfermedades. El artículo de Calder (2013) proporciona información sobre la relación entre la nutrición y la inmunidad. Además, una dieta equilibrada que proporciona una variedad de nutrientes es esencial para mantener la salud musculoesquelética y prevenir lesiones. Los nutrientes como el calcio, la vitamina D y los ácidos grasos omega-3 desempeñan un papel en la salud de los huesos y las articulaciones. El artículo de Nieman (2018) destaca la relación entre la nutrición y la prevención de lesiones en deportistas.

6.4.2. Clasificación de suplementos alimenticios

Los suplementos alimenticios se clasifican según su función y composición. Algunas categorías comunes incluyen los suplementos de proteínas, utilizados para favorecer la recuperación muscular y el desarrollo de masa muscular; los suplementos de vitaminas y

minerales, que ayudan a cubrir deficiencias nutricionales; y los suplementos de energía, como los carbohidratos y los aminoácidos, que proporcionan combustible adicional durante el ejercicio, además, aquellos que dan energía, como los carbohidratos y los aminoácidos, proporcionan combustible adicional durante el ejercicio. Un estudio de Hawley et al. (2018) analiza la influencia de los carbohidratos en el rendimiento y la resistencia física.

La clasificación de los suplementos alimenticios según su función es ampliamente reconocida en la literatura científica. Un estudio de Williams et al. (2018) discute la clasificación de suplementos nutricionales en categorías como proteínas, vitaminas y minerales, entre otros. Los suplementos de proteínas son ampliamente utilizados en el ámbito deportivo para favorecer la recuperación muscular y el desarrollo de masa muscular. El estudio de Pasiakos et al. (2015) explora cómo la suplementación de proteínas puede influir en la recuperación después del ejercicio.

6.4.3. Efectos de los suplementos alimenticios en el rendimiento deportivo

Algunos suplementos alimenticios han demostrado tener efectos beneficiosos en el rendimiento deportivo, como mejorar la fuerza, la resistencia, la capacidad de recuperación y la concentración. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los efectos pueden variar según el tipo de suplemento y las características individuales de cada deportista.

6.4.4. Riesgos asociados a los suplementos alimenticios

El consumo inadecuado o descontrolado de suplementos alimenticios puede acarrear riesgos para la salud. Algunos de estos riesgos incluyen posibles efectos secundarios, interacciones con medicamentos, contaminación de productos, falta de regulación y la posibilidad

de utilizar sustancias prohibidas en ciertos deportes. Es fundamental que los deportistas consulten a profesionales de la salud y se informen adecuadamente antes de iniciar la suplementación y evitar efectos secundarios y riesgos para la salud. El estudio de Geller et al. (2019) destaca la importancia de entender los riesgos potenciales y los efectos adversos de los suplementos.

La falta de regulación en la industria de suplementos puede llevar a la contaminación de productos y a la presencia de ingredientes no declarados, ya que, algunos suplementos pueden contener sustancias prohibidas en ciertos deportes, lo que puede resultar en sanciones y descalificaciones para los atletas. El informe de la Agencia Mundial Antidopaje (WADA) sobre la Lista de Sustancias y Métodos Prohibidos ofrece información sobre sustancias prohibidas y su detección y el artículo de Cohen (2014) aborda los riesgos asociados con la falta de regulación y la posible contaminación de suplementos.

6.4.5. Análisis de tendencias del consumo de suplementos alimenticios

Los consumidores están considerando cada vez más su estado emocional y nivel de estrés al seleccionar suplementos alimenticios. Un estudio de Dubé et al. (2016) investiga cómo los factores emocionales pueden influir en la elección de alimentos y los consumidores de suplementos alimenticios toman en cuenta su estado emocional y su nivel de estrés al momento de elegir qué producto comprar. Además, se ha observado una tendencia hacia productos que promuevan la relajación y el bienestar emocional, como aquellos que contienen ingredientes como la valeriana y el té de manzanilla. La búsqueda de productos que promuevan el bienestar emocional es una tendencia en el mercado de suplementos. Un estudio de Chai et al. (2019) explora cómo los ingredientes naturales como la valeriana y el té de manzanilla pueden afectar el bienestar emocional.

Otra tendencia en el mercado de suplementos alimenticios es la creciente demanda por productos naturales y orgánicos que está en aumento. Un estudio de Huang et al. (2020) analiza las preferencias de los consumidores por productos naturales y los factores que influyen en su elección. Adicionalmente, los consumidores están buscando productos que sean saludables y que no contengan aditivos químicos que puedan ser perjudiciales para su salud, Anagnostopoulos et al. (2021) investiga cómo la información de la etiqueta y la transparencia influyen en la percepción de los consumidores sobre la calidad del producto.

6.4.6. Análisis de mercado de los suplementos alimenticios

Los principales actores del mercado incluyen empresas como Abbott Laboratories, Amway Corporation, Bayer AG, Glanbia plc, Herbalife Nutrition Ltd, Pfizer Inc, among others. Estas empresas están invirtiendo en investigación y desarrollo de productos para satisfacer las necesidades y demandas de los consumidores.

Los suplementos alimenticios son productos diseñados para complementar la dieta y aportar nutrientes, vitaminas, minerales, ácidos grasos y otros compuestos alimentarios que puedan estar faltando en la alimentación diaria. Se comercializan en forma de tabletas, cápsulas, polvos o líquidos, y se pueden encontrar en una amplia variedad de puntos de venta, desde tiendas de alimentos naturales hasta farmacias y tiendas en línea. Los suplementos alimenticios no están diseñados para reemplazar los alimentos que forman parte de la dieta diaria, sino que están destinados a complementar la alimentación. En algunos casos, los suplementos alimenticios pueden ser recomendados por un profesional de la salud para corregir deficiencias nutricionales



específicas o para tratar enfermedades específicas (Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos - FDA).

Los suplementos alimenticios son productos que contienen uno o más ingredientes dietéticos, como vitaminas, minerales, hierbas y otros botánicos, aminoácidos y sustancias como enzimas y tejidos glandulares. Estos productos se presentan en forma de comprimidos, cápsulas, polvos, líquidos, tabletas y otros formatos similares, y se comercializan para complementar la dieta diaria. A pesar de que los suplementos alimenticios pueden ser útiles en algunas situaciones, es importante destacar que la FDA no evalúa ni aprueba los suplementos alimenticios antes de que sean comercializados, lo que significa que la calidad, seguridad y efectividad de estos productos puede variar significativamente, (Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos, (FDA).

Es importante consultar con un profesional de la salud antes de tomar cualquier tipo de suplemento alimenticio, especialmente si se está tomando algún medicamento o se tiene una condición médica. Además, es importante adquirir suplementos alimenticios de fuentes confiables y reconocidas, ya que la calidad y la seguridad de los suplementos pueden variar significativamente entre marcas y fabricantes.

Otro aspecto importante para tener en cuenta es que algunos suplementos alimenticios pueden contener ingredientes activos que no están indicados en la etiqueta del producto. Se encontró que el 54% de los suplementos alimenticios probados contenían ingredientes activos no indicados en la etiqueta del producto, lo que podría representar un riesgo para la salud de los consumidores. (JAMA Network Open, 2018).

En conclusión, los suplementos alimenticios pueden ser útiles para complementar una dieta equilibrada y mejorar la salud en ciertos casos, pero es importante tomarlos con precaución y consultar con un profesional de la salud antes de su consumo. Además, es importante adquirirlos de fuentes confiables y reconocidas para asegurar su calidad y seguridad.

6.5. Autoestima, Redes Sociales y Suplementos Alimenticios

Además de los efectos negativos de las redes sociales en la autoestima, también se ha demostrado que pueden influir en la toma de decisiones relacionadas con la alimentación y la dieta. Se encontró que las personas que pasan más tiempo en las redes sociales tienen más probabilidades de comer alimentos poco saludables y menos probabilidades de cocinar en casa. Además, las redes sociales también pueden afectar las decisiones alimentarias al promover modas dietéticas poco saludables o desaconsejar ciertos alimentos sin justificación científica. (

Allcott H, Braghieri L, Eichmeyer S, Gentzkow M, 2020)

En cuanto a los suplementos alimenticios, es importante destacar que no están regulados de la misma manera que los medicamentos, lo que significa que la calidad y seguridad de los productos pueden variar ampliamente. Es importante leer las etiquetas y buscar marcas reconocidas que hayan sido evaluadas por terceros independientes. Además, es importante no depender exclusivamente de los suplementos para obtener nutrientes, sino seguir una dieta equilibrada y variada.

Por último, es importante tener en cuenta que los suplementos no son una solución mágica para problemas de salud o pérdida de peso. Siempre es mejor hablar con un médico o



nutricionista antes de comenzar a tomar cualquier suplemento y no esperar resultados inmediatos o milagrosos. La clave para una buena salud es llevar un estilo de vida saludable que incluya una dieta equilibrada, ejercicio regular y cuidado adecuado del cuerpo y la mente.

6.6. Comportamiento del Consumidor

El comportamiento del consumidor es un tema relevante en el mundo del marketing, pero su estudio va más allá de esta disciplina. Como bien menciona (Douglas, 2022), se involucran otras áreas como la psicología, la antropología, la economía y la neurociencia para entender todos los factores que influyen en la toma de decisiones de una persona.

Es importante destacar que el comportamiento del consumidor no se limita solo a la decisión de compra, sino a todas las etapas del proceso de compra. Por lo tanto, es crucial comprender cómo una persona utiliza sus recursos para satisfacer sus necesidades.

En cuanto al origen del estudio del comportamiento, se puede rastrear su inicio en la psicología, específicamente en la rama de la conducta. La conducta humana es el foco de estudio de esta rama, ya que es imposible el estudio objetivo de la mente humana. Por lo tanto, se centra en los comportamientos y en la respuesta a los diferentes estímulos (Pavlov, 1934/1968).

La psicología también ha sido fundamental en la realización de diferentes estudios y experimentos para comprender mejor el comportamiento del consumidor. Por ejemplo, el experimento de Iván Pávlov a principios del siglo XX, quien realizó estudios con perros e ilustra el modelo estímulo-respuesta o condicionamiento clásico, que es un concepto importante en la psicología y en el marketing.

En cuanto a la aplicación del comportamiento del consumidor en el marketing, se utiliza para predecir de manera más concreta y segura lo que el cliente compraría y cómo lo haría. Además, se utiliza en la creación de nuevos productos, la modificación de productos existentes, la comunicación y los canales de distribución, la fijación de precios y en el diseño integral de la experiencia del cliente con la marca.

En resumen, el comportamiento del consumidor es un tema multidisciplinario que abarca diferentes áreas del conocimiento. Su estudio es fundamental en el mundo del marketing, pero también es relevante en otras disciplinas para entender mejor la conducta humana y las decisiones que tomamos en nuestro día a día.

6.7. Etapas del Proceso de Compra

Según Douglas (2022), comprender el comportamiento del consumidor al realizar una compra requiere responder a una serie de preguntas clave, incluyendo quién compra el producto, qué compra, por qué lo compra, quién lo consume, dónde lo compra, cómo lo compra, con qué frecuencia lo compra y qué cantidad compra. Para responder a estas preguntas, Douglas (2022) identifica cinco etapas críticas del proceso de compra:

- a. Reconocimiento de la necesidad: es la etapa inicial en la que una persona o empresa identifica y manifiesta que existe una necesidad.
- b. Búsqueda de información: en esta etapa, el consumidor busca información que le ayude a tomar una decisión de compra informada. La duración de esta etapa puede



variar según la persona y el producto en cuestión, y las fuentes de información pueden incluir experiencias anteriores, recomendaciones, redes sociales, comentarios de otros clientes, blogs y expertos.

- c. Evaluación de la información: en esta etapa, el consumidor analiza y compara la información obtenida en la etapa anterior. Los criterios que se deben tener en cuenta incluyen el precio, la calidad, la reputación de la marca, la vida útil del producto, la ubicación del establecimiento, la rapidez en el envío o en la prestación del servicio y la garantía.
- d. Decisión y acción de compra: en esta etapa, el consumidor decide qué producto o servicio comprar y realiza la compra.
- e. Consumo y evaluación post compra: después de la compra, el consumidor evalúa si la compra ha sido satisfactoria o no. Esto implica considerar si el producto cumple con sus necesidades, expectativas y derechos como consumidor.

Es importante destacar que el proceso de compra no siempre sigue estas etapas de manera lineal y secuencial. Dependiendo del producto y del consumidor, el proceso puede ser rápido y sencillo o más complejo y prolongado.

Por otro lado, Sordo (2021) afirma que existen herramientas más avanzadas para comprender al consumidor desde una perspectiva más amplia, como ponerse en el lugar del cliente. Esto puede ayudar a dirigir a los consumidores hacia su propio producto de manera más



efectiva y a refinar las tácticas de marketing y ventas de la marca.

Es esencial que la marca ofrezca una adecuada información y acompañamiento a lo largo del proceso de compra del consumidor, ya que, si los clientes no reciben la información necesaria en el momento adecuado, las etapas anteriores pueden no ser claras y la compra puede resultar más complicada. Si se ofrece un acompañamiento adecuado, los consumidores recibirán la información adecuada en el momento pertinente, lo que puede mejorar significativamente su experiencia de compra.

6.8. Decisión de Compra sobre Productos Alimenticios

La decisión de compra de una persona sobre productos alimenticios puede ser relacionada por una variedad de factores, como el sabor, la calidad, el precio, la disponibilidad y la salud. En cuanto a la salud, es común que las personas busquen productos alimenticios que les brindan nutrientes y beneficios para su bienestar físico y emocional.

Además, la toma de decisiones de compra puede estar relacionada por factores externos, como la publicidad, las recomendaciones de amigos y familiares, la información disponible en los medios de comunicación y las tendencias de consumo actuales.

En el caso de los suplementos alimenticios, la decisión de compra puede ser aún más compleja debido a la gran cantidad de opciones disponibles en el mercado y la falta de regulación en algunos países. Por esta razón, es importante que los consumidores estén informados y puedan tomar decisiones informadas basadas en la evidencia científica y recomendaciones de expertos en



nutrición y salud. (Kothler, 2003).

6.9.Promesas de venta de Suplementos Alimenticios de Marcas Reconocidas

AUTORES

Las promesas de ventas de los productos alimenticios son:

Calidad: Las marcas pueden prometer que sus productos son de alta calidad, con ingredientes frescos y naturales, y que se preparan cuidadosamente siguiendo procesos rigurosos.

Salud: Las marcas pueden promover sus productos como saludables, bajos en calorías o bajo en azúcares.

Sabor: Las marcas pueden resaltar el sabor de sus productos y ser más llamativo para las personas.

Conveniencia: Las marcas pueden usar varios factores de salud a su favor, como el tema de la obesidad o hasta problemas de estrés.

Es importante destacar que la percepción de las marcas más reconocidas de suplementos alimenticios puede variar dependiendo de la región geográfica y de las preferencias individuales de los consumidores. Sin embargo, a nivel mundial, algunas de las marcas más reconocidas en este sector son:

GNC (General Nutrition Centers): Esta es una marca de suplementos alimenticios muy conocida en todo el mundo. GNC cuenta con una amplia variedad de productos destinados a mejorar la salud y el bienestar, y su calidad y eficacia están avaladas por años de experiencia en el mercado.

Optimum Nutrition: Optimum Nutrition es una marca especializada en proteínas y otros



suplementos deportivos. Sus productos se destacan por su calidad y eficacia, lo que la convierte en una de las marcas más reconocidas en el sector del fitness y el culturismo.

MuscleTech: MuscleTech es otra marca líder en el mercado de los suplementos deportivos y alimenticios. Sus productos se centran en mejorar el rendimiento físico y la recuperación muscular, y se caracterizan por su calidad y eficacia.

Herbalife: Herbalife es una marca reconocida a nivel mundial por sus productos de nutrición y bienestar. Sus productos están diseñados para ayudar a las personas a controlar su peso, mejorar su salud y aumentar su energía.

Amway: Amway es otra marca muy conocida en el mercado de los suplementos alimenticios y la nutrición. Su catálogo de productos incluye vitaminas, minerales, suplementos deportivos y otros productos destinados a mejorar la salud y el bienestar de las personas.

En términos generales, estas marcas son reconocidas por su calidad, eficacia y por su larga trayectoria en el mercado de los suplementos alimenticios y la nutrición. Además, su presencia en el mercado global y su estrategia de marketing también han contribuido a su popularidad y reconocimiento entre los consumidores.

7. Expectativas de los Clientes al Consumir Suplementos Alimenticios

Al consumir suplementos alimenticios, las personas tienen varias expectativas, como mejorar su salud, aumentar su energía, mejorar su apariencia física y su rendimiento deportivo, prevenir

enfermedades y mejorar su calidad de vida en general. También pueden buscar suplementos para compensar deficiencias nutricionales o para complementar su dieta y mejorar su bienestar en general. Algunos consumidores también pueden tener expectativas específicas en relación con su género, edad, actividad física, estado de salud y objetivos personales. Es importante tener en cuenta que los suplementos alimenticios no son una solución mágica y que los resultados pueden variar dependiendo de cada individuo y sus circunstancias personales. Además, es fundamental que los consumidores se informen adecuadamente sobre los suplementos que están considerando y consulten con un profesional de la salud antes de tomar cualquier decisión sobre su consumo.

Según Sordo (2022), existen factores internos y externos que influyen en la decisión de compra de productos o servicios, y estos están relacionados con las características del cliente y su personalidad, que se reflejan en hábitos como consumidor. Los factores internos incluyen los locales, personales y el estilo de vida del cliente, que se relacionan con el país y el idioma nativo, la experiencia individual y las decisiones y preferencias cotidianas. Los factores externos incluyen los administrativos, públicos y los eventos imprevistos, que incluyen elementos como leyes y normas, recomendaciones de grupos familiares, de amigos o de trabajo, y circunstancias que aumentan la capacidad adquisitiva del cliente (Sordo, 2022).

Por ejemplo, un estudio realizado en 2020 por investigadores brasileños (Bruno Gualano: Profesor e investigador de la Universidad de São Paulo (USP) y autor principal de un estudio publicado en la revista *Nutrients* en 2020 que encontró que el consumo de suplementos alimenticios mejoraba el bienestar psicológico de los deportistas) encontró que los deportistas que consumían suplementos alimenticios reportaban niveles más altos de bienestar psicológico en comparación con aquellos que no los consumían. Además, también se encontró que los suplementos como la creatina y la cafeína podrían mejorar el estado de ánimo y reducir la fatiga

durante el ejercicio.

Otro estudio realizado en 2019 por investigadores españoles encontró que los deportistas que consumían suplementos alimenticios tenían una mayor autoeficacia y autoconfianza en su desempeño deportivo. También se encontró que los suplementos como la cafeína y la beta-alanina podían mejorar la concentración y el estado de alerta durante el ejercicio.

(García-Rivero, M., González-Ruiz, B., Morales, E., Peñaloza, V. 2019)

8. Emociones y Sentimientos involucrados en el consumo de Suplementos Alimenticios

El consumo de suplementos alimenticios puede estar relacionado por una variedad de emociones y sentimientos. Algunas personas pueden tomar suplementos por razones emocionales, como sentirse inseguras acerca de su dieta o tener preocupaciones por su salud. También pueden ser motivadas por sentimientos de insuficiencia o falta de energía. Por otro lado, algunas personas pueden tomar suplementos como parte de un régimen de entrenamiento deportivo, lo que puede involucrar emociones como la motivación y el entusiasmo (Macht, M. 2008)

Además, algunos suplementos están diseñados específicamente para mejorar el estado de ánimo o reducir los síntomas de la depresión o la ansiedad. Estos productos pueden contener ingredientes como vitaminas B y D, ácidos grasos omega-3 y extractos de hierbas que se sabe que tienen propiedades ansiolíticas y antidepresivas (Marx, Moseley, Berk, & Jacka, 2017).

En general, el consumo de suplementos alimenticios puede estar asociado con una variedad de emociones y sentimientos, desde la preocupación por la salud y el bienestar hasta la motivación y



la búsqueda de mejoras en el estado de ánimo. Es importante tener en cuenta que cada persona puede tener razones y motivaciones diferentes para tomar suplementos, y es importante evaluar cuidadosamente cualquier suplemento antes de consumirlo (Sarma 2018).

Algunos de los sentimientos que pueden estar vinculados con el consumo de suplementos alimenticios son:

- Esperanza: La esperanza de que el suplemento pueda proporcionar los nutrientes necesarios para mejorar la salud (Dickinson 2014).
- Confianza: La confianza en la marca y en la calidad del producto puede generar un sentimiento de seguridad en la decisión de compra (Mohiuddin 2020).
- Culpa: A veces, las personas pueden sentirse culpables por no obtener suficientes nutrientes de los alimentos y recurrir a los suplementos para compensar (Farrow 2015) .
- Ansiedad: La ansiedad puede estar presente en la decisión de compra, especialmente si la persona no está segura de qué suplemento es el adecuado para sus necesidades (Nowak 2019).
- Satisfacción: La satisfacción puede estar presente cuando el consumidor percibe que el suplemento está mejorando su salud o estado físico (Dickinson 2011).
- Frustración: La frustración puede surgir si el suplemento no cumple con las expectativas del consumidor (Oliver 2014).

Es importante tener en cuenta que los sentimientos pueden variar según la persona y su experiencia con el consumo de suplementos alimenticios.

¿Cuáles pueden ser las emociones que pueden vincularse con el consumo de suplementos alimenticios?

El consumo de suplementos alimenticios puede estar vinculado a diferentes emociones según la persona y su situación particular. Algunas emociones comunes podrían ser la preocupación por la salud y el bienestar, la búsqueda de mejoras físicas o estéticas (Peacock 2017), la confianza en la efectividad del suplemento, la motivación para alcanzar metas deportivas o de fitness, el alivio de la ansiedad relacionada con la alimentación, la satisfacción de estar haciendo algo positivo por el cuerpo, y en algunos casos, la presión social o la relación de la publicidad y la cultura de la salud y el fitness (Jonker 2019) . Es importante tener en cuenta que las emociones pueden variar significativamente de persona a persona y que no todas las emociones pueden estar presentes en todos los consumidores de suplementos alimenticios (Alves 2019).

- **Ejemplo con una Marca de Suplementos Alimenticios:**

Con base en lo expuesto anteriormente, para el logro de los objetivos empresariales y abonar a un sentimiento de seguridad, la marca debe considerar por lo menos los siguientes elementos:

1. Reconocimiento: Para que un suplemento alimenticio sea reconocido por el público, es necesario que tenga una marca sólida que sepa comunicarse efectivamente con su audiencia. Un ejemplo de esto es la marca "Garden of Life", que ha logrado un gran reconocimiento en el mercado de los suplementos alimenticios gracias a su enfoque en la salud y el bienestar integral de sus clientes (Keller, K. L. 1993).

2. Consideración: La marca se comunica de manera efectiva con su audiencia a través de su página web, redes sociales y otros medios, ofreciendo información útil sobre la nutrición y la salud, así como promociones y descuentos en sus productos. También se enfoca en la empatía y el respeto por el cliente, lo que crea una conexión emocional con ellos y aumenta su lealtad a la marca (Reichheld, 1990).

Además, Garden of Life se preocupa por ofrecer productos de alta calidad, naturales y orgánicos, lo que aumenta su reputación y reconocimiento en el mercado. Esta combinación de una buena comunicación con el cliente y la oferta de productos de alta calidad ha llevado a la marca a ser reconocida como una de las principales en el mercado de suplementos alimenticios.

En el caso de un suplemento alimenticio, la consideración es un factor clave para atraer y mantener la atención del cliente potencial. Por ejemplo, una marca de suplementos alimenticios podría ofrecer información detallada sobre los ingredientes y sus beneficios para la salud, junto con testimonios de clientes satisfechos. Además, podría publicar contenido relevante en sus redes sociales y sitio web, como recetas saludables y consejos de nutrición, para demostrar su experiencia en el tema y generar confianza en los consumidores. (Keller, K. L. 1993).

En resumen, la consideración en el contexto de un suplemento alimenticio implica ofrecer información relevante y útil sobre el producto y su impacto en la salud, así como demostrar la experiencia y confiabilidad de la marca para generar confianza en los consumidores potenciales.

3. Decisión: También podrían ofrecer promociones especiales para nuevos clientes, como descuentos en la primera compra o envío gratuito, lo que podría incentivar la consideración y, finalmente, la decisión de compra (Neslin, 2006).

4. Compra: Para generar ventas de un suplemento alimenticio es importante tener en



cuenta varios aspectos (Kotler,2018) :

- Identificar el público objetivo: Es fundamental conocer a quién va dirigido el producto, sus necesidades, intereses y características demográficas. De esta manera, se podrán adaptar las estrategias de venta y comunicación para lograr una mayor efectividad.
- Promoción y publicidad: Es importante que el producto tenga una buena visibilidad en los medios de comunicación y redes sociales, y que se utilicen diferentes técnicas publicitarias para dar a conocer sus beneficios y características únicas.
- Diferenciación: En un mercado saturado de productos similares, es importante encontrar un factor diferenciador que haga que el producto se destaque y sea atractivo para el consumidor. Esto puede ser a través de una formulación innovadora, ingredientes de alta calidad, envase atractivo, entre otros.
- Alianzas estratégicas: Buscar alianzas con empresas complementarias que tengan el mismo objetivo público puede ser una buena manera de aumentar las ventas. Por ejemplo, si el suplemento alimenticio está enfocado en deportistas, se pueden buscar alianzas con tiendas de artículos deportivos o gimnasios.
- Ofertas y promociones: Ofrecer descuentos o promociones en la compra del producto puede ser una buena manera de incentivar la compra. Además, se pueden



crear paquetes con otros productos complementarios para generar un mayor interés en la compra.

- Atención al cliente: Una atención al cliente de calidad puede generar fidelización y recomendaciones del producto, por lo que es importante brindar información clara, responder preguntas y resolver problemas de manera eficiente. También se pueden ofrecer garantías y políticas de devolución para aumentar la confianza del consumidor.
5. Posventa: Para generar una buena postventa en un suplemento alimenticio es importante seguir algunos pasos clave. En primer lugar, es necesario mantener una buena comunicación con los clientes para conocer sus experiencias y necesidades en relación al producto. Esto se puede lograr a través de encuestas, correos electrónicos o llamadas telefónicas (Kotler,2018).

Además, es importante ofrecer un buen servicio de atención al cliente, brindando respuestas oportunas y soluciones a cualquier problema que puedan presentar los clientes. También se pueden ofrecer promociones exclusivas o descuentos a los clientes que hayan realizado una compra anteriormente, incentivando así la fidelidad del cliente.

Otra forma de generar postventa es a través de la educación sobre el uso y beneficios del producto, brindando información relevante sobre cómo incorporarlo a una dieta saludable y sus efectos en el cuerpo.

Finalmente, es importante estar disponible para resolver cualquier duda o problema que pueda surgir después de la compra, ofreciendo soporte técnico o asistencia en caso de cualquier



problema con el producto.

Un ejemplo de cómo generar postventa en un suplemento alimenticio ofrecería un programa de fidelidad para los clientes recurrentes, brindando descuentos en futuras compras y regalos exclusivos. Además, se podría enviar correos electrónicos con consejos y recetas saludables para utilizar el suplemento y ofrecer atención personalizada a través de un servicio de chat en línea para resolver cualquier inquietud que puedan tener los clientes (Zeithaml, 2009).

9. METODOLOGÍA

La metodología implementada en este trabajo de investigación está amparada bajo el paradigma cualitativo y de índole exploratorio. La metodología exploratoria y cualitativa es una técnica de investigación que se utiliza para estudiar un problema que no está claramente definido. En este caso, el objetivo es determinar la relación de las emociones y los sentimientos en el consumo de suplementos alimenticios. La investigación exploratoria es flexible y se adapta con facilidad, lo que la hace ideal para este tipo de estudio. El libro "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches" de John W. Creswell y J. David Creswell es una referencia ampliamente utilizada en el campo de la investigación social y proporciona una comprensión sólida de diferentes enfoques metodológicos. En particular, destaca la importancia de la metodología cualitativa y exploratoria cuando se trata de investigar problemas que no están claramente definidos., . (Creswell, 2017).

Bajo la anterior premisa, se utiliza como herramienta de captura de información la

entrevista a profundidad. El uso de entrevistas en una investigación exploratoria y cualitativa es importante por varias razones. En primer lugar, las entrevistas permiten a los investigadores obtener información detallada y rica sobre las experiencias, perspectivas y comportamientos de los participantes en el estudio. Esto puede proporcionar una comprensión profunda de los temas en cuestión, lo que puede ayudar a identificar patrones y tendencias emergentes (Patton, 2015).

En segundo lugar, las entrevistas también permiten a los investigadores hacer preguntas de seguimiento y profundizar en las respuestas de los participantes, lo que puede ayudar a clarificar y enriquecer la información recopilada.

En tercer lugar, las entrevistas pueden ayudar a los investigadores a establecer una relación más cercana con los participantes y comprender sus perspectivas de manera más completa y auténtica. Esto puede ayudar a mejorar la validez y la calidad de los datos recopilados.

En resumen, las entrevistas son una herramienta valiosa en la investigación exploratoria y cualitativa, ya que permiten obtener información detallada y rica, hacer preguntas de seguimiento y profundizar en las respuestas, y establecer una relación más cercana con los participantes. Todo esto puede ayudar a proporcionar una comprensión profunda y auténtica de los temas en cuestión.

Para comprender la relación de las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios, se usaron las *entrevistas*, en la medida que pueden proporcionar información cualitativa sobre los sentimientos y emociones de los consumidores, lo que podría ayudar a identificar tendencias y patrones en el comportamiento de

compra y en la percepción sobre los productos.

La investigación cualitativa se utiliza para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular. La investigación exploratoria se lleva a cabo cuando el problema se encuentra en una fase casi final y se utiliza para responder preguntas como por qué y cómo. La investigación exploratoria genera hipótesis que ayudan a desarrollar un estudio más profundo y obtener resultados y conclusiones más definidos.

Entre las características y ventajas de la investigación exploratoria se encuentran la prioridad en los puntos de vista de las personas, la flexibilidad en el proceso de investigación, la solución de problemas no tomados en cuenta en el pasado y el bajo costo. Además, la investigación exploratoria permite al investigador comprender en una fase temprana si el tema es digno de invertir tiempo y recursos.

Sin embargo, la investigación exploratoria también tiene desventajas, como la interpretación crítica y sesgada de los datos cualitativos, la muestra más pequeña, la posibilidad de que los datos están desactualizados, la falta de conclusiones concluyentes y la dependencia de la investigación secundaria.

Existen dos tipos de investigación para recopilar datos: la investigación primaria y la investigación secundaria, que pueden proporcionar datos cualitativos o cuantitativos. En general, la metodología exploratoria y cualitativa es una técnica adecuada para este proyecto y permitirá interpretar los resultados con base en las consultas desarrolladas (Bryman, 2015).

9.1. Pasos que se realizaron para la Investigación Exploratoria del Proyecto

Para realizar una investigación exploratoria sobre la relación de las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios, se siguieron los siguientes pasos:

Revisión bibliográfica: Lo primero que se hizo fue realizar una revisión bibliográfica exhaustiva sobre el tema. Buscar artículos científicos, libros, tesis y cualquier otra fuente de información relevante. Esto permitió conocer el estado del arte sobre el tema y descubrir los vacíos o áreas de oportunidad para investigaciones futuras (Neuman, 2017).

Selección del método: En una investigación exploratoria, no hay un método específico que se deba seguir. Sin embargo, se pueden utilizar herramientas como encuestas, entrevistas a profundidad, grupos focales, entre otras, para recopilar información cualitativa sobre las emociones y sentimientos asociados al consumo de suplementos alimenticios (Neuman, 2017).

Definición de población y muestra: En este paso se debe definir la población objetivo y la muestra a estudiar. Por ejemplo, se puede elegir a un grupo específico de consumidores de suplementos alimenticios y preguntarles sobre sus emociones y sentimientos asociados al consumo de estos productos (Neuman, 2017).

Recopilación de datos: Una vez definida la población y muestra, se procedió a recopilar los datos. Esto se puede hacer a través de entrevistas, encuestas, grupos focales, entre otras herramientas (Neuman, 2017).

Análisis de datos: Una vez recopilados los datos, se procedió a analizarlos. Esto puede hacerse a través de análisis estadísticos o de contenido, dependiendo del tipo de datos recopilados (Neuman, 2017).

Interpretación de resultados: Finalmente, se interpretaron los resultados obtenidos y extraer conclusiones relevantes. Estas conclusiones pueden ser útiles para diseñar estrategias de marketing más efectivas en el mercado de los suplementos alimenticios (Neuman, 2017).

Es importante destacar que estos pasos son generales y que el proceso de investigación puede variar dependiendo de las particularidades del estudio y los objetivos específicos de la investigación (Neuman, 2017).

9.2. Fuente de Investigación

La investigación primaria es la información recopilada directamente del sujeto. Puede ser a través de un grupo de personas o incluso de un individuo. Puede ser llevada a cabo directamente por el investigador o encargarse a un tercero para que la realice en su nombre. La investigación primaria se lleva a cabo específicamente para explorar un determinado problema que requiere un estudio a profundidad. De este tipo de información también se puede decir, que esta viene de fuentes con información original, de primera mano y es resultado de trabajo



intelectual.

Fuentes de investigación a consideradas para el proyecto:

1. Artículos y estudios científicos relacionados con la psicología del consumidor y la nutrición que traten sobre la relación entre las emociones y los sentimientos y el comportamiento del consumidor en cuanto al consumo de suplementos alimenticios (Solomon, 2017).
2. Informes de mercado y análisis de tendencias que abordan el consumo de suplementos alimenticios y las emociones y sentimientos que tienen relación en las decisiones de compra (Kotler, 2016).
3. Entrevistas y encuestas a consumidores de suplementos alimenticios, enfocadas en entender sus emociones y sentimientos en el proceso de selección y compra de estos productos (Dillman, Smyth, & Christian, 2014).
4. Entrevistas y encuestas a expertos en nutrición y psicología del consumidor, con el objetivo de obtener su perspectiva sobre el tema y su experiencia en el campo (Malhotra, 2017).

En general, se buscaron fuentes de investigación que proporcionaran información detallada sobre la relación entre las emociones y los sentimientos en el consumo de suplementos alimenticios, y que permitieran obtener una perspectiva completa del tema desde diferentes puntos de vista.

9.3. Población y Muestra

En una investigación exploratoria y cualitativa sobre la relación de las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios, la muestra se definió como un grupo de individuos que han consumido o están consumiendo suplementos alimenticios y que están dispuestos a compartir sus experiencias y emociones relacionadas con el consumo de estos productos. La investigación permite realizar un muestreo intencional o por conveniencia para seleccionar a personas que tengan diferentes edades, géneros, hábitos alimenticios, niveles de actividad física, entre otros factores relevantes para el estudio. También fue importante considerar la diversidad cultural y geográfica de la muestra para obtener una perspectiva más amplia. En general, se buscó una muestra de participantes que estuvieran dispuestos a brindar información detallada sobre sus experiencias con los suplementos alimenticios y cómo sus emociones y sentimientos influyen en el cumplimiento de sus expectativas en cuanto a estos productos.

9.3.1. Población usada en este caso

La población específica que más consume suplementos alimenticios son los deportistas, especialmente aquellos que se dedican al entrenamiento de fuerza en gimnasios. Estudios han demostrado que el consumo de suplementos alimenticios puede tener un impacto en las emociones y sentimientos de los deportistas.

En general, los estudios sugieren que el consumo de suplementos alimenticios puede tener un impacto positivo en las emociones y sentimientos de los deportistas, lo que puede contribuir a

una mejor motivación y rendimiento deportivo. Sin embargo, es importante destacar que los efectos pueden variar dependiendo del tipo de suplemento y la dosis utilizada, por lo que se recomienda siempre consultar con un profesional de la salud antes de empezar a consumirlos.

9.4. Muestreo con entrevistas

Las entrevistas permitieron obtener información detallada y en profundidad sobre las percepciones, actitudes y comportamientos de los deportistas en relación con el uso de suplementos alimenticios. Por su flexibilidad, las entrevistas permitieron adaptarse a las respuestas del entrevistado y hacer preguntas de seguimiento para obtener información más completa y precisa. De igual forma, las entrevistas permitieron obtener la perspectiva del usuario directamente, lo que puede ayudar a comprender mejor sus necesidades y preferencias (Patton, 2015).

El uso de entrevista como herramienta de captura de información, permitió la exploración de temas complejos, en la medida que como las entrevistas son particularmente útiles cuando se exploran temas complejos o sensibles, como el consumo de suplementos alimenticios, permitieron explorar en profundidad los motivos y las razones detrás del comportamiento (Kvale & Brinkmann 2009).

En resumen, el muestreo con entrevistas fue una herramienta valiosa en la investigación exploratoria y cualitativa sobre suplementos alimenticios en deportistas, ya que permitió obtener información detallada, flexible y directa de los usuarios y explorar temas complejos de manera efectiva (Denzin & Lincoln, 2017).

En el diseño de la muestra, se llevó a cabo una cuidadosa selección de una población específica que incluyó deportistas y personas que frecuentan gimnasios en la ciudad de Manizales, con edades entre 23 y 32 años. Este proceso se basó en principios fundamentales de la investigación y la estadística para garantizar la representatividad y equidad en la muestra.

Selección de Población Específica: La selección de una población específica es un enfoque común en la investigación, ya que permite centrarse en un grupo particular de individuos que son relevantes para el estudio. Esto se alinea con el enfoque de investigación dirigido a comprender las percepciones y comportamientos de los deportistas y los asistentes al gimnasio en relación con el consumo de suplementos alimenticios (Dillman, Smyth, & Christian, 2014).

Edad de los Participantes: La elección de un rango de edades específico (entre 23 y 32 años) es una estrategia común para limitar la variabilidad en la muestra y garantizar que los participantes tengan características similares en términos de edad. Esto facilita la comparación de resultados y la identificación de patrones en un grupo demográfico específico (Bryman, 2015).

Muestra Equilibrada y Representativa: La búsqueda de una muestra equilibrada y representativa es esencial para evitar sesgos en los resultados y garantizar que los hallazgos puedan extrapolarse a la población más amplia de deportistas y asistentes al gimnasio en Manizales. Una muestra de 5 hombres y 5 mujeres es un ejemplo de muestra equilibrada en términos de género, lo que puede ayudar a capturar una variedad de perspectivas y experiencias (Kvale & Brinkmann, 2009).

Principios de Muestreo: La selección de la muestra se basa en principios de muestreo que buscan minimizar el sesgo de selección y garantizar la representatividad. Esto se alinea con las mejores

prácticas en investigación cualitativa y cuantitativa (Denzin & Lincoln, 2017).

En resumen, la selección de una población específica, el establecimiento de un rango de edades, la búsqueda de equilibrio de género y la atención a principios de muestreo son estrategias respaldadas teóricamente que se aplicaron en la selección de la muestra para este estudio, con el objetivo de garantizar la representatividad y la calidad de los datos recopilados.

¿Por qué se realiza la población y muestra únicamente con deportistas en este rango de edad?

Con la definición del perfil de la muestra, se buscaba en esencia, la exploración de nuevas ideas. Es decir, la investigación exploratoria permitiría explorar y comprender mejor la relación entre las emociones, los sentimientos y el consumo de suplementos alimenticios en un grupo específico de personas, en este caso, aquellos que asisten al gimnasio y que se encuentran en el rango de edad de entre 23 a 32 años. Esto brindaría una oportunidad para descubrir nuevas perspectivas y posibles conexiones entre estos factores.

Toda la estrategia metodológica permitió de alguna manera comprender la experiencia subjetiva. Al utilizar métodos cualitativos, como entrevistas en profundidad se puede capturar la experiencia subjetiva de los participantes. Esto permitiría comprender cómo se sienten emocionalmente los consumidores de suplementos alimenticios en relación con el cumplimiento de sus expectativas. Se pueden explorar las razones detrás de las emociones y los sentimientos asociados al consumo de suplementos, así como los factores que influyen en su experiencia (Denzin, 2017).

Al centrarse en personas que asisten al gimnasio y en un rango de edad específico, se puede obtener una comprensión más detallada de cómo las emociones y los sentimientos influyen en el cumplimiento de expectativas en el contexto de la actividad física y el cuidado de la salud. Esto ayudaría a identificar patrones y tendencias específicas en este grupo demográfico.

La investigación cualitativa puede proporcionar información valiosa que podría ser utilizada por empresas y marcas que operan en el mercado de suplementos alimenticios. Los resultados podrían ayudar a comprender las necesidades, deseos y expectativas emocionales de los consumidores de este grupo demográfico, lo que permitiría desarrollar estrategias de marketing más efectivas y personalizadas.

En resumen, la investigación exploratoria y cualitativa con personas que asisten al gimnasio y en el rango de edad de 23-32 años permitiría una comprensión más profunda de la relación entre las emociones, los sentimientos y el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios en este contexto específico. Los hallazgos podrían tener aplicaciones prácticas tanto en la industria de los suplementos alimenticios como en el desarrollo de estrategias de marketing orientadas a este grupo demográfico.

Existen varias razones por las cuales se podría optar por no realizar una investigación sobre personas que consumen suplementos alimenticios, pero no van al gimnasio. Algunas de estas razones podrían ser:

Enfoque más específico: Si el objetivo de la investigación es explorar la relación entre las

emociones, los sentimientos y el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios dentro del contexto del ejercicio físico, limitar el estudio a personas que asisten al gimnasio puede proporcionar una comprensión más específica y relevante para ese contexto particular. Al incluir a personas que consumen suplementos alimenticios, pero no van al gimnasio, se estaría abarcando un grupo más amplio y diverso que podría diluir el enfoque y dificultar la interpretación de los resultados.

Diferencias en las motivaciones y comportamientos: Las personas que consumen suplementos alimenticios, pero no van al gimnasio pueden tener motivaciones y comportamientos diferentes en comparación con aquellos que sí asisten al gimnasio. Las expectativas, las metas de salud, los niveles de actividad física y las preocupaciones específicas pueden variar significativamente entre estos dos grupos. Al centrarse en personas que asisten al gimnasio, se puede obtener una comprensión más profunda y precisa de las emociones y los sentimientos relacionados con el consumo de suplementos dentro del contexto del ejercicio físico.

Limitaciones de tiempo y recursos: Realizar una investigación exhaustiva implica recursos limitados, como tiempo y presupuesto. Al delimitar el estudio a personas que asisten al gimnasio, se puede maximizar la eficiencia y los recursos disponibles al enfocarse en un grupo más específico y abordar de manera más precisa las preguntas de investigación planteadas.

Relevancia y aplicabilidad de los resultados: Al dirigirse a un grupo específico de personas, como los que asisten al gimnasio, los resultados obtenidos pueden tener una mayor relevancia y aplicabilidad para la toma de decisiones y la implementación de estrategias en el ámbito del ejercicio físico y la industria de los suplementos alimenticios. Estos resultados podrían

proporcionar información más específica y valiosa para los profesionales de la salud, los entrenadores y las empresas que operan en ese contexto.

En conclusión, optar por no realizar una investigación sobre personas que consumen suplementos alimenticios, pero no van al gimnasio puede ser una decisión basada en la necesidad de enfoque y especificidad, así como en las limitaciones de tiempo, recursos y relevancia de los resultados.

Cada investigación debe adaptarse a los objetivos y preguntas de investigación específicas para obtener los resultados más pertinentes y aplicables.

10. Recopilación de Datos

Para recopilar información valiosa y detallada sobre la relación entre las emociones y los sentimientos en el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios, se emplearon las entrevistas como una herramienta fundamental en la investigación. Se seleccionó cuidadosamente una población específica compuesta por deportistas y personas que asisten al gimnasio de la ciudad de Manizales, con edades comprendidas entre los 23 y 32 años. Se buscó obtener una muestra equilibrada y representativa, conformada por 5 hombres y 5 mujeres, los cuales consumieron algún tipo de suplemento alimenticio.

Durante las entrevistas, se adoptó un enfoque riguroso para asegurar que cada respuesta se resumiera de manera relevante, capturando la esencia de la pregunta y proporcionando una comprensión clara y sencilla. Se tuvo en cuenta la importancia de

transmitir la información recopilada de manera coherente y precisa, evitando la tergiversación de los datos.

Este enfoque meticuloso en la recopilación y resumen de las respuestas permitió obtener una visión detallada de las experiencias, percepciones y perspectivas de los participantes en relación con las emociones, los sentimientos y las expectativas asociadas al consumo de suplementos alimenticios. Así, se logró obtener una comprensión enriquecedora de los factores emocionales que influyen en la elección y el cumplimiento de expectativas de estos productos en el contexto de los deportistas.

La utilización de las entrevistas como método de recopilación de datos brinda la oportunidad de explorar de manera más profunda y significativa las experiencias individuales y las opiniones de los participantes. Al proporcionar una plataforma de interacción directa, se favorece la expresión de ideas y emociones en un entorno de confianza, lo que contribuye a una comprensión más completa y contextualizada del fenómeno en estudio.

La decisión de llevar a cabo solo 10 entrevistas utilizando el método de bola de nieve en esta investigación exploratoria se justifica por varias razones clave:

1. Especificidad del Grupo Objetivo: La investigación se enfocó en una población altamente específica de deportistas y personas que asisten al gimnasio en la ciudad de Manizales, con edades entre 23 y 32 años, que consumen suplementos



alimenticios. Debido a esta especificidad, la cantidad de personas elegibles para participar en la investigación podría ser limitada.

2. Calidad sobre Cantidad: En la investigación cualitativa, la calidad de la información es a menudo más valiosa que la cantidad. Realizar un número limitado de entrevistas permite un enfoque más detallado y profundo en las respuestas de los participantes. Esto es especialmente relevante cuando se investiga la relación entre emociones y sentimientos en la toma de decisiones sobre el consumo de suplementos alimenticios, ya que se requiere una comprensión en profundidad.

3. Equilibrio de Género y Representatividad: A pesar del número limitado de entrevistas, se aseguró una muestra equilibrada y representativa, compuesta por igual número de hombres y mujeres. Esto proporciona diversidad de perspectivas de género en la muestra, lo que puede ser fundamental para comprender cómo las emociones y sentimientos varían entre los géneros en relación con el consumo de suplementos alimenticios.

4. Enfoque Riguroso: Como se mencionó en la descripción, se adoptó un enfoque riguroso durante las entrevistas para asegurar que cada respuesta se resumiera de manera relevante, capturando la esencia de la pregunta. Este enfoque en la calidad sobre la cantidad puede conducir a una comprensión más profunda de las emociones y sentimientos de los participantes.

5. Eficiencia y Recursos Limitados: Realizar entrevistas de calidad es un proceso



que requiere tiempo y recursos. En ocasiones, las limitaciones de tiempo y recursos pueden hacer que sea más práctico y efectivo llevar a cabo un número limitado de entrevistas, siempre y cuando estas sean ricas en contenido y representativas.

En resumen, la elección de llevar a cabo solo 10 entrevistas utilizando el método de bola de nieve se basó en la especificidad del grupo objetivo, la búsqueda de calidad sobre cantidad, la diversidad de género en la muestra, el enfoque riguroso y la eficiencia de recursos. Estas razones justifican la cantidad limitada de entrevistas en esta investigación exploratoria.

PREGUNTA	RESPUESTA (primera persona)
¿Has utilizado suplementos alimenticios en alguna ocasión? Si es así, ¿cuál fue la razón principal para hacerlo?	-Si he utilizado suplementos, para el crecimiento y fatiga musculares.
	-Alimentación, regular la sensación de hambre, tener más energía, fuerza y recuperación muscular.-
	-Si , con el fin de aumentar masa corporal y recuperación del músculo
	-Si he utilizado suplementos. La razón principal por la cual lo hice fue para subir de peso y verme mucho mejor.
	-Si, el motivo principal fue para potenciar los resultados en el ejercicio y aumentar el rendimiento en el mismo.

	<p>-He utilizado varios suplementos alimenticios, en su mayoría para bajar de peso o tener mas energia.</p>
	<p>-Alguna vez llegue a consumir suplementos para evitar el agotamiento y tener una piel más sana.</p>
	<p>-Si, consumo suplementos para bajar de peso y otros suplementos para el cabello y las uñas.</p>
	<p>-Muy poco, solo una vez utilice suplementos alimenticios, la razón fue porque quería bajar de peso.</p>
	<p>-Si, los uso de manera regular y la razón es para sentirme más saludable y evitar el cansancio.</p>
<p>¿Cómo te sientes antes de tomar un suplemento alimenticio? ¿Experimentas alguna emoción o sentimiento en particular?</p>	<p>-Se siente la diferencia al no tomarlo y al si tomarlo. Cómo rendimiento deportivo y apetito en el resto del día</p>
	<p>-Antes de tomar suplementos no experimentó ninguna emoción o sentimiento en particular.</p>
	<p>-Siento cansancio general, es decir , como sueño y debilidad después de practicar un deporte y antes de tomar un suplemento.</p>
	<p>-Una recarga de energía a la hora de entrenar o de realizar alguna actividad física.</p>
	<p>-Altas expectativas por los resultados que se pueden generar.</p>
	<p>-Me siento muy bien al tomarlos, es como estuviera cumpliendo con mi deber en el gimnasio.</p>
	<p>-Ocasionalmente me siento feliz, porque sé que me funcionaran en algún momento para tener mis resultados.</p>
	<p>-Siento mucha satisfacción al tomarlos, me siento tranquilo.</p>
	<p>--No suelo experimentar alguna emoción o sentimiento que recuerde.</p>
	<p>-Suelo sentirme muy confiada de los suplementos, se que me ayudaran a cumplir mis expectativas.</p>
<p>¿Crees que el uso de suplementos alimenticios te da una sensación de seguridad? ¿Por qué?</p>	<p>-En mi caso el suplemento deportivo ya es necesario. Al no tomarlo me siento sin energía para entrenar, me da la seguridad de tener mejores resultados.</p>
	<p>-Si, por qué proporciona al cuerpo vitaminas entre otras cosas que los alimentos naturales no logran proporcionar. La seguridad de que me ayudara a sentirme saludable.</p>
	<p>-No creo que me da sensación de seguridad, pero sí creo que me</p>

	aporta en mi alimentación y mejora mi rendimiento.
	-Si, porque es una ayuda extra a la hora de hacer deporte, me da la seguridad de que puedo rendir en mis entrenamientos.
	-No me genera seguridad, simplemente lo veo como un beneficio adicional.
	-No, simplemente lo tomo para cumplir con los nutrientes que necesito después de mi entrenamiento.
	-Si, porque se que son productos que me ayudan a mejorar mi entrenamiento y recuperarme del mismo.
	-A veces siento que los productos me funcionan muy bien, podría decir que si me funcionan y me siento segura de lo que estoy tomando.
	-Si, se siente esa sensación de seguridad de que al día siguiente estare con energía y que pronto se tendrán buenos resultados.
	-Si, genera mucha confianza antes y después de los entrenamientos.
¿Has notado alguna diferencia en tu rendimiento deportivo o en tu bienestar físico después de consumir suplementos alimenticios?	-El suplemento solo es la base para el rendimiento deportivo si no hay buena alimentación no estaría haciendo nada para mi estado físico (aumento muscular).
	-Si he notado diferencia, en cuanto a mi aspecto físico y rendimiento, cabe resaltar que es importante mantener una buena alimentación y entrenar.
	-Si claro, se siente uno más vital y energético.
	-Si, los cambios físicos se notan y con mas energia.
	-Si, durante el día me siento mas saludable y con energia, me ayuda mucho con mis actividades diarias.
	-Si, he notado mejor recuperación muscular, menos lesiones, en ocasiones evitando el catabolismo.
	- Definitivamente, los resultados y hasta el estado de ánimo mejoran de manera muy significativa gracias al consumo de suplementos.
	-Si, el rendimiento es muy bueno antes y después del ejercicio.
	-Física y mentalmente se siente los cambios, los suplementos me han ayudado mucho a rendir más en el gym.
	-Los cambios se notan y se sienten, tener energía durante el día y sentirse vital es muy importante para mi.

	-Al comienzo no sentia ningun cambio, después de un tiempo empecé a sentirme más energético y saludable.
<p>¿Cuáles son tus expectativas al consumir suplementos alimenticios? ¿Crees que se cumplen?</p>	-En mi caso la cafeína me ayuda al rendimiento deportivo como muscular, al no tomarlo me siento sin energias para el entrenamiento.
	-Mis expectativas son mejorar mi rendimiento físico, hasta el momento si se cumplen.
	-Las expectativas son mejorar rendimiento y estar más energético y si se cumplen.
	-Mis expectativas al consumir suplementos es tener un mejor cuerpo. Y si se cumplen.
	-Mis expectativas si se cumplen, siendo estas una mejor recuperación.
	-Mis expectativas son bajar de peso, si se cumplen con buena alimentacion y suplementacion.
	-Son tener mas energia, mas rendimiento, bajar de peso y la recuperación muscular, en su mayoría se cumplen.
	-Mis expectativas es el crecimiento muscular, si se cumple pero con ayuda de una alimentación balanceada.
	-Mis expectativas son bajar de peso, no se cumple si consumes el producto por sí solo, adicionar ejercicio y una alimentación más balanceada.
-Consumo suplementos para tener mas energia, un cuerpo sano y verse físicamente bien, si se cumple.	
<p>¿Te sentirías más seguro si consumes suplementos alimenticios de marcas reconocidas o si recibieras recomendaciones de un profesional de la salud? ¿Por qué?</p>	-Siempre y cuando uno tenga el conocimiento adecuado para saber qué es lo que uno necesita como suplemento . No necesitaría de un marco profesional para saber si cumple la misma función de una marca nacional.
	-Me siento seguro usando suplementos sugeridos por profesionales de la salud, porque tienen el conocimiento.
	-Si claro por qué ellos hacen una evaluación previa para poder saber que mandar y que no de acuerdo al objetivo que uno tenga
	-Si, definitivamente, ya que ellos son quienes realmente tienen el conocimiento a fondo de cada suplemento, sus beneficios y sus contras.

	- Por supuesto, es mas seguro y fiable contar con ayuda de profesionales.
	-Definitivamente sí, es importante saber cuales son tus expectativas y estado de salud para el consumo de suplementos.
	-Si, he conocido casos de gravedad donde la salud se ve afectada por no consumir suplementos de calidad y otros que no son aptos para la salud.
	-Si, además de saber que consumir es saber hacerlo, tomar más suplementos no garantiza tener resultados rápidos, lo considero muy importante.
	-La gran mayoría de personas que entramos al gimnasio no tenemos conocimientos sobre los suplementos y en varios casos tomamos los mismos suplementos de nuestros compañeros y no recomendados por un profesional.
	- Si, las marcas e ingredientes es importante conocerlos por parte de profesionales, no todos los productos son lo que dicen ser y es muy peligroso.
¿Alguna vez has experimentado algún efecto secundario al consumir suplementos alimenticios? ¿Cuál fue tu reacción ante esto?	-Si caída de cabello al no saber el porcentaje de suplemento que necesito a diario.
	-No he experimentado efecto secundario.
	-No , no he experimentado.
	-Si, el brote de barros y daño de estómago.
	-En ocasiones he llegado a sentir algo de malestar estomacal.
	-El mal uso de suplementos me ha generado problemas cardiacos.
	-Si, el daño estomacal, se presentan dolores fuertes y no se tolera la comida.
	-Si, algunos problemas de piel, como acné o manchas.
	-No, ninguno hasta el momento.
-No, ningún efecto secundario que esté enterada.	
¿Cómo crees que la seguridad y eficacia de los suplementos alimenticios podrían mejorarse? ¿Qué medidas se deberían	-Sí incluso de comercio, cerciorarse que se está distribuyendo en el mercado un producto limpio y de calidad, que no traerá perjuicios en la persona.
	-Pruebas con resultados sobre algún modelo deportivo y claramente resultados positivos ante la marca del producto.

tomar para garantizar la seguridad del consumidor?	-Se puede dar mejor información con publicidad y con asesoría.
	-Medidas como fechas de vencimiento, modo de consumo.
	-Con una mejor asesoría a la hora de comprar un suplemento y las medidas que se podrían garantizar es tener un con asesor de confianza quien venda un buen suplemento.
	-Se deben exigir certificaciones de calidad, con un estándar alto y una declaración al 100% de ingredientes y la procedencia de los mismos.
	-En cuanto a la seguridad serían los beneficios correctos de los productos y en la eficacia, es el consumo profesional que requieren.
	-Con más resultados reales sobre el uso de los productos, los testimonios son muy atractivos y las personas tendrán mucha más confianza al comprarlos. Y adicional, asesoría profesional.
	-Calidad de los productos, mejor publicidad, más testimonios y que garanticen la salud de las personas que lo tomamos.
	-Se deben exigir certificaciones de calidad, con un estándar alto y una declaración al 100% de ingredientes y la procedencia de los mismos.
¿Recomendarías el consumo de suplementos alimenticios a otras personas? ¿Por qué o por qué no?	-Cuando no hay resultados positivos no se los recomiendo a nadie. En mi caso he tenido resultados positivos entonces recomendaría mis productos alimenticios a otras personas.
	-Si lo recomendaría, siempre y cuando se asesoren por profesionales de la salud. Porque, aunque no es obligatorio o indispensable, si aporta beneficios.
	-Depende de la actividad que hagan lo recomendaría, lo recomendaría para mejorar enérgicamente y no por qué las personas se acostumbran a esas cosas.
	-En muchos casos he recomendado productos que me han mostrado resultados y cambios positivos.
	-Si, ya que es una ayuda a la alimentación sana.
	-Si, ayuda a cumplir con tus expectativas en el gimnasio y normalmente recomiendo suplementos naturales, que no tengan ninguna restricción médica.
	-Si me gusta recomendar productos, sin embargo, depende de las necesidades de las personas.



	<p>-Si, porque tienen muchos beneficios para la salud y aporta</p>
	<p>-Si, es común que las personas pregunten sobre tus resultados y confíen en lo que consumes.</p>
	<p>-Lo recomiendo desde que la persona realmente lo necesite y pueda mantener su consumo de manera lineal.</p>
¿Tienes alguna sugerencia adicional o comentario sobre el uso de suplementos alimenticios y su relación con las emociones y los sentimientos?	<p>-Primero chequeo alimenticio luego chequeo suplementario para así saber qué dosis consumir y no tener efectos secundarios a medida del tiempo.</p>
	<p>-Con el uso de suplementos es fundamental una buena asesoría teniendo en cuenta la composición de la persona desde su parte física, y escoger los suplementos que están certificados y registrados en el mercado, con relación a las emociones y sentimientos no tengo sugerencia.</p>
	<p>-Considero que muchas personas pueden consumir estos productos porque sienten que se verán mejor o que se sentirán mejor, mejora el autoestima y la salud mental, entonces sí, influye en las emociones y sentimientos porque afecta la forma en la que podemos sentirnos</p>
	<p>-Considero que muchas personas pueden consumir estos productos porque sienten que se verán mejor o que se sentirán mejor, mejora la autoestima y la salud mental, entonces sí, influye en las emociones y sentimientos porque afecta la forma en la que podemos sentirnos.</p>
	<p>-Si, en ocasiones de manera positiva como mejorar el aspecto físico, pero en negativa también, es importante recalcar que algunas personas se sienten frustradas al no consumir suplementos, ya que sienten que no están haciendo bien las cosas y no avanzan con los resultados, se pueden sentir tristes o incapaces.</p>
	<p>-Creo que en ocasiones las personas por consumir esto, al momento de no consumirlo su calidad anímica disminuye, lo que puede ser psicológico y puede afectar de manera negativa.</p>
	<p>-Consumir suplementos genera mucha confianza en sí mismo, lo que permite que las personas se sientan física y mentalmente sanos y mucho mejor.</p>
	<p>-Considero que si influyen mucho, son importantes para cumplir con nuestros objetivos en el gimnasio, nos hace sentir saludables y con mucha vitalidad.</p>
	<p>-Consultar con profesionales es importante, siempre es importante</p>

	cuidar la salud física y mental y los suplementos son parte de ello.
--	--

En resumen, el uso de entrevistas en esta investigación ha permitido recopilar información valiosa y enriquecedora sobre la relación entre las emociones, los sentimientos y el cumplimiento de expectativas en el consumo de suplementos alimenticios. La selección cuidadosa de la muestra y el enfoque riguroso en el resumen de las respuestas han asegurado la obtención de datos relevantes y claros, proporcionando una base sólida para el análisis y la interpretación de los resultados.

Es importante recordar que, como profesional, se debe garantizar la confidencialidad y el anonimato de los participantes en las entrevistas, asegurando que sus respuestas sean tratadas de manera ética y respetuosa.

11. ANÁLISIS DE DATOS

Algunos datos relevantes de autores sobre el consumo de suplementos alimenticios en deportistas:

1. Según un estudio publicado en la revista científica *Nutrients* (Moreira, Saldanha, Moraes, Gomes, & Capitani, 2020). el 100% de los atletas encuestados consumieron algún tipo de suplemento alimenticio, siendo los más populares los multivitamínicos, los suplementos de proteínas y los aminoácidos de cadena ramificada (BCAA). (Moreira et al., 2020).
2. Otro estudio publicado en la revista *Nutritional Supplements*, encontró que el 96,2% de

los deportistas encuestados consumieron algún tipo de suplemento alimenticio, siendo los más utilizados los suplementos de proteínas, creatina, cafeína y BCAA. (Veloso et al., 2020).

3. Según una revisión sistemática y meta-análisis publicada en la revista científica Sports Medicine, se encontró que el 76,2% de los atletas consumieron algún tipo de suplemento alimenticio, siendo los más populares los suplementos de proteínas y los BCAA. Además, se encontró que el consumo de suplementos de proteínas y creatina puede mejorar el rendimiento deportivo en ciertas disciplinas deportivas. (Mielgo-Ayuso et al., 2018).

Es importante destacar que el consumo de suplementos alimenticios debe ser supervisado por un profesional de la salud y que cada deportista es único y puede tener diferentes necesidades y requerimientos nutricionales.

1. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas ante la pregunta ***¿Has utilizado suplementos alimenticios en alguna ocasión? Si es así, ¿cuál fue la razón principal para hacerlo?***, revela algunas tendencias y motivaciones comunes para el uso de suplementos alimenticios en los participantes de la investigación. A continuación, se presentan los principales temas identificados:

Mejora del rendimiento deportivo: Varios participantes mencionaron que utilizan suplementos alimenticios con el objetivo de mejorar su rendimiento durante el ejercicio. Esto se refleja en las respuestas que mencionan el crecimiento muscular, la fatiga muscular, la fuerza y la recuperación muscular como razones principales para el consumo de estos productos. Estos participantes

buscan obtener beneficios adicionales que les permitan alcanzar sus metas atléticas.

Control de la alimentación: Algunos participantes indicaron que utilizan suplementos alimenticios como una forma de regular su sensación de hambre y controlar su alimentación. Estos suplementos les brindan una sensación de saciedad y les ayudan a mantener una dieta equilibrada y controlada.

Aumento de masa corporal y aspecto físico: Otros participantes mencionaron que utilizaron suplementos alimenticios con el objetivo de aumentar su masa corporal y mejorar su apariencia física. Estos individuos buscaban ganar peso y lograr una apariencia más musculosa, lo que refleja una motivación estética y de autoimagen.

Potenciación de resultados y rendimiento: Algunos participantes señalaron que utilizaron suplementos alimenticios para potenciar los resultados de su ejercicio y aumentar su rendimiento físico. Estos suplementos les proporcionaban un impulso adicional durante sus entrenamientos, lo que les permitía obtener mejores resultados en términos de fuerza, resistencia y desempeño general.

2. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas por la pregunta ***¿Cómo te sientes antes de tomar un suplemento alimenticio? ¿Experimentas alguna emoción o sentimiento en particular?***, revela algunas percepciones y emociones relacionadas con el consumo de suplementos alimenticios. A continuación, se presentan los principales temas identificados:

Diferencia en rendimiento y apetito: Algunos participantes mencionaron que experimentan una



diferencia perceptible en su rendimiento deportivo y apetito después de tomar un suplemento alimenticio. Estas personas señalaron que se sienten mejor en términos de energía y capacidad física, lo que les permite rendir mejor durante el ejercicio y mantener un apetito equilibrado a lo largo del día. Estas respuestas indican una asociación positiva entre el consumo de suplementos y la mejora en el desempeño y bienestar físico.

Ausencia de emociones o sentimientos particulares: Algunos participantes indicaron que no experimentan ninguna emoción o sentimiento en particular antes de tomar un suplemento alimenticio. Esto sugiere que el consumo de suplementos no genera un impacto emocional significativo en estos individuos. Es importante destacar que esta respuesta puede variar entre diferentes personas y contextos, y algunos participantes pueden experimentar emociones o sentimientos específicos que no mencionaron en sus respuestas.

Sensación de cansancio y recarga de energía: Algunos participantes mencionaron que experimentan sensaciones de cansancio general, somnolencia y debilidad después de practicar deporte y antes de tomar un suplemento. Sin embargo, al tomar el suplemento, informaron sentir una recarga de energía que les permite afrontar mejor la actividad física. Estas respuestas reflejan la percepción de que los suplementos pueden brindar un impulso de energía y contrarrestar la fatiga asociada al ejercicio.

Altas expectativas de resultados: Algunos participantes mencionaron tener altas expectativas en cuanto a los resultados que se pueden generar al consumir suplementos alimenticios. Estas expectativas pueden estar relacionadas con mejoras en el rendimiento deportivo, el desarrollo muscular o la salud en general. Estas respuestas sugieren que las personas tienen ciertas creencias

y esperanzas en relación con los efectos positivos que los suplementos pueden tener en su bienestar físico.

3. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas de la pregunta *¿Crees que el uso de suplementos alimenticios te da una sensación de seguridad? ¿Por qué?* revela diferentes perspectivas sobre si el uso de suplementos alimenticios brinda una sensación de seguridad. A continuación, se presentan los principales temas identificados:

Mejora en el rendimiento y resultados: Algunos participantes mencionaron que el uso de suplementos alimenticios les proporciona una sensación de seguridad debido a que perciben mejoras en su energía, rendimiento deportivo y resultados en general. Estas personas consideran que los suplementos son necesarios para obtener los nutrientes adicionales que su cuerpo necesita y confían en que les ayudarán a lograr mejores resultados en sus entrenamientos. La sensación de seguridad está asociada a la creencia de que los suplementos son una herramienta efectiva para alcanzar sus metas deportivas.

Aporte nutricional y bienestar: Otros participantes mencionaron que el uso de suplementos alimenticios les brinda una sensación de seguridad porque consideran que complementan su alimentación y les ayudan a mantenerse saludables. Estas personas ven los suplementos como una forma de asegurarse de obtener vitaminas y nutrientes adicionales que podrían no obtener de manera suficiente a través de su dieta habitual. La sensación de seguridad está relacionada con la percepción de cuidar su salud y bienestar a través de la suplementación.

Beneficios y mejora del rendimiento: Algunos participantes expresaron que, si bien no sienten una sensación de seguridad en particular, reconocen los beneficios que los suplementos aportan a su alimentación y rendimiento deportivo. Estas personas ven los suplementos como una ayuda adicional para mejorar su dieta y optimizar su desempeño físico. La seguridad está asociada a la confianza en que los suplementos pueden ser beneficiosos sin generar una sensación de seguridad específica.

Percepción neutra o sin seguridad asociada: Algunos participantes indicaron que el uso de suplementos no les genera una sensación de seguridad en particular. Para ellos, los suplementos son vistos simplemente como un beneficio adicional, sin una connotación de seguridad específica. Estas respuestas reflejan una perspectiva neutral sobre la sensación de seguridad relacionada con el uso de suplementos alimenticios.

4. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas por la pregunta ***¿Has notado alguna diferencia en tu rendimiento deportivo o en tu bienestar físico después de consumir suplementos alimenticios?***, revela las siguientes observaciones en relación con la diferencia en el rendimiento deportivo o el bienestar físico después de consumir suplementos alimenticios:

Importancia de la alimentación y entrenamiento: Algunos participantes señalaron que, si bien han notado una diferencia en su rendimiento o aspecto físico después de consumir suplementos alimenticios, reconocen que estos resultados están asociados a una combinación de factores que incluyen una buena alimentación y un entrenamiento adecuado. Estos participantes enfatizan que los suplementos no son suficientes por sí solos, sino que deben complementarse con una dieta



equilibrada y una rutina de ejercicios apropiada para obtener beneficios significativos en el rendimiento deportivo y el bienestar físico.

Vitalidad y energía: Otros participantes mencionaron que han experimentado una sensación de mayor vitalidad y energía después de consumir suplementos alimenticios. Estas personas perciben que los suplementos les brindan un impulso adicional en términos de energía y vitalidad, lo que puede traducirse en un mejor rendimiento físico durante las actividades deportivas.

Cambios físicos y recuperación muscular: Varios participantes han notado cambios físicos positivos después de consumir suplementos alimenticios, como una mejor recuperación muscular, una reducción de lesiones y la prevención del catabolismo. Estos cambios físicos refuerzan la percepción de que los suplementos pueden desempeñar un papel importante en el rendimiento deportivo y el bienestar físico.

5. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas de la pregunta ***¿Cuáles son tus expectativas al consumir suplementos alimenticios? ¿Crees que se cumplen?***

revela las siguientes observaciones en relación con las expectativas al consumir suplementos alimenticios y si estas expectativas se cumplen:

Mejora del rendimiento físico y energía: Algunos participantes mencionaron que sus expectativas al consumir suplementos alimenticios son mejorar su rendimiento físico y aumentar sus niveles de energía. Estos participantes han experimentado que, al consumir los suplementos, efectivamente han sentido mejoras en su rendimiento deportivo y han experimentado un aumento

de energía durante el entrenamiento. Estas expectativas se han cumplido según su experiencia personal.

Mejoramiento del cuerpo: Otros participantes expresaron que sus expectativas al consumir suplementos alimenticios están relacionadas con la mejora de su aspecto físico y la consecución de un cuerpo más definido o musculoso. Estos participantes han notado que sus expectativas se cumplen, ya que han observado cambios positivos en su cuerpo después de consumir los suplementos.

Recuperación muscular: Algunos participantes tienen expectativas relacionadas con la mejora de la recuperación muscular. Han notado que los suplementos alimenticios les han ayudado a recuperarse más rápidamente después de los entrenamientos intensos. Por lo tanto, sus expectativas se han cumplido en términos de una mejor recuperación muscular.

6. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas por la pregunta ***¿Te sentirías más seguro si consumes suplementos alimenticios de marcas reconocidas o si recibieras recomendaciones de un profesional de la salud? ¿Por qué?***, revela las siguientes observaciones en relación con la sensación de seguridad al consumir suplementos alimenticios de marcas reconocidas o al recibir recomendaciones de un profesional de la salud:

Conocimiento personal: Algunos participantes expresaron que se sienten seguros al consumir suplementos alimenticios basados en su propio conocimiento y entendimiento de sus necesidades. Consideran que no necesitan necesariamente la recomendación de un profesional de la salud o la elección de marcas reconocidas, ya que confían en su propia capacidad para evaluar y seleccionar

los suplementos adecuados según sus objetivos personales.

Recomendaciones profesionales: Otros participantes mencionaron que se sienten más seguros al consumir suplementos alimenticios recomendados por profesionales de la salud. Consideran que los profesionales tienen el conocimiento necesario para evaluar las necesidades individuales, objetivos y posibles contraindicaciones, lo que les brinda mayor seguridad en la elección y consumo de los suplementos.

Conocimiento especializado: Algunos participantes destacaron que confían en los profesionales de la salud debido a su conocimiento especializado sobre los diferentes suplementos alimenticios, incluyendo sus beneficios y riesgos asociados. Consideran que esta información detallada y personalizada les brinda mayor seguridad al consumir los suplementos recomendados.

En resumen, las respuestas indican que los participantes tienen diferentes percepciones en cuanto a la sensación de seguridad al consumir suplementos alimenticios. Mientras que algunos confían en su propio conocimiento y capacidad para seleccionar los suplementos adecuados, otros valoran las recomendaciones de profesionales de la salud debido a su conocimiento especializado. Estos resultados resaltan la importancia del conocimiento y la confianza en la toma de decisiones relacionadas con el consumo de suplementos alimenticios.

7. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas por la pregunta *¿Alguna vez has experimentado algún efecto secundario al consumir suplementos alimenticios? ¿Cuál fue tu reacción ante esto?* revela las siguientes observaciones en relación con la experiencia de efectos secundarios al consumir suplementos alimenticios:

Efectos secundarios relacionados con el cabello: Un participante mencionó haber experimentado la caída del cabello como efecto secundario. Esto se atribuye a la falta de conocimiento sobre la dosis adecuada del suplemento y su impacto en la salud capilar.

Ausencia de efectos secundarios: Algunos participantes indicaron no haber experimentado ningún efecto secundario al consumir suplementos alimenticios. Esto puede sugerir que han seleccionado y utilizado los suplementos de manera adecuada, evitando reacciones adversas.

Efectos secundarios en la piel y el sistema digestivo: Otros participantes mencionaron haber experimentado efectos secundarios como brotes de acné, daño y malestar estomacales. Estos efectos secundarios pueden estar relacionados con la sensibilidad individual a ciertos ingredientes de los suplementos o la ingesta inadecuada de los mismos.

8. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas por la pregunta ***¿Cómo crees que la seguridad y eficacia de los suplementos alimenticios podrían mejorarse? ¿Qué medidas se deberían tomar para garantizar la seguridad del consumidor?***, revela las siguientes observaciones sobre cómo mejorar la seguridad y eficacia de los suplementos alimenticios, así como las medidas que se deberían tomar para garantizar la seguridad del consumidor:

Verificación de la calidad del producto: Un participante mencionó la importancia de asegurarse de que los suplementos distribuidos en el mercado sean productos limpios y de calidad, que no causen perjuicios a las personas. Esto implica realizar controles de calidad y asegurar que los

productos cumplan con los estándares adecuados.

Realización de pruebas y estudios: Otro participante sugirió la realización de pruebas con resultados basados en modelos deportivos, demostrando de manera clara y evidente los efectos positivos asociados a una marca de producto. Esto ayudaría a respaldar la eficacia y seguridad de los suplementos.

Información y asesoría: Algunos participantes mencionaron que mejorar la información proporcionada a través de la publicidad y contar con una asesoría adecuada podrían contribuir a garantizar la seguridad y eficacia de los suplementos alimenticios. Esto implica brindar información clara y precisa sobre los productos, sus beneficios y su uso adecuado.

Etiquetado y fechas de vencimiento: Se mencionó la importancia de incluir fechas de vencimiento en los productos y proporcionar instrucciones claras sobre su consumo. Esto permitiría a los consumidores verificar la frescura y vigencia de los suplementos, así como utilizarlos de acuerdo con las indicaciones.

Certificaciones de calidad y transparencia: Otros participantes sugirieron exigir certificaciones de calidad para los suplementos, con estándares altos y una declaración completa de los ingredientes utilizados y su procedencia. Esto garantiza la transparencia en la fabricación y composición de los productos, brindando confianza al consumidor.

9. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas por la pregunta *¿Recomendarías el consumo de suplementos alimenticios a otras personas? ¿Por qué o por qué no?* revela las siguientes observaciones sobre la recomendación del consumo de suplementos alimenticios a otras personas:

Experiencia personal y resultados: Algunos participantes basan su recomendación en su propia experiencia y los resultados que han obtenido. Aquellos que han tenido resultados positivos están más inclinados a recomendar los suplementos alimenticios a otras personas, mientras que aquellos que no han experimentado resultados positivos no los recomendaría. Esto sugiere que la percepción de eficacia personal influye en la recomendación.

Asesoramiento profesional: Varios participantes mencionaron que recomendarían el consumo de suplementos alimenticios, pero siempre y cuando las personas se asesoren por profesionales de la salud. Reconocen la importancia de obtener orientación y consejo experto para garantizar un uso adecuado y seguro de los suplementos.

Tipo de actividad y necesidad: Algunos participantes condicionan su recomendación en función del tipo de actividad que realicen las personas. Recomendarían los suplementos alimenticios para mejorar el rendimiento y la energía, pero también enfatizan que deben utilizarse como un complemento a una alimentación saludable. La necesidad y la adecuación del suplemento a la situación individual parecen influir en la recomendación.

Alimentación saludable: Se mencionó que se recomendaría el consumo de suplementos alimenticios cuando la persona realmente lo necesite y pueda mantener su consumo de manera

coherente. Esto sugiere que se valora la importancia de una alimentación saludable como base, y los suplementos se consideran como una ayuda complementaria en determinadas circunstancias.

10. El análisis de contenido de las respuestas proporcionadas por la pregunta *¿Tienes alguna sugerencia adicional o comentario sobre el uso de suplementos alimenticios y su relación con las emociones y los sentimientos?*, revela las siguientes observaciones adicionales y comentarios sobre el uso de suplementos alimenticios y su relación con las emociones y los sentimientos:

Asesoramiento y dosis adecuada: Se enfatiza la importancia de contar con un buen asesoramiento para determinar la dosis adecuada de suplementos alimenticios. Se sugiere realizar un chequeo alimenticio previo y luego agregar los suplementos necesarios de acuerdo con las necesidades individuales. Esto demuestra la preocupación por evitar efectos secundarios y utilizar los suplementos de manera segura.

Certificación y calidad: Se menciona la importancia de seleccionar suplementos que estén certificados y registrados en el mercado. Esta sugerencia destaca la importancia de elegir productos confiables y de calidad para garantizar su eficacia y seguridad.

Impacto en las emociones y los sentimientos: Varias respuestas indican que el uso de suplementos alimenticios puede influir en las emociones y los sentimientos de las personas. Se menciona que el consumo de suplementos puede mejorar el aspecto físico, aumentar la autoestima y contribuir a la salud mental. Sin embargo, también se señala que algunas personas pueden experimentar frustración, tristeza o una disminución en su estado de ánimo cuando no consumen los



suplementos. Esto sugiere que los suplementos pueden tener un impacto psicológico en la forma en que las personas se sienten y se perciben a sí mismas.

Motivación y seguridad: Algunas respuestas resaltan que el consumo de suplementos alimenticios puede generar una sensación de motivación y seguridad en las personas. Se menciona que el hecho de consumir suplementos les hace sentir confiados en que los productos funcionan y, por lo tanto, se sienten motivados para continuar consumiéndolos y asistiendo al gimnasio.

12. RESULTADOS

- Las respuestas adicionales y comentarios sobre el uso de suplementos alimenticios y su relación con las emociones y los sentimientos resaltan la importancia del asesoramiento, la dosis adecuada, la certificación y la calidad de los suplementos. Además, se destaca el impacto tanto positivo como negativo que los suplementos pueden tener en las emociones, los sentimientos y la motivación de las personas. Estos aspectos deben ser considerados al analizar la relación entre los suplementos alimenticios y el bienestar

emocional.

- Las respuestas indican que la recomendación del consumo de suplementos alimenticios a otras personas se basa en la experiencia personal, los resultados obtenidos, el asesoramiento profesional, la necesidad individual y la importancia de una alimentación saludable. Estos factores influyen en la percepción de eficacia y en la decisión de recomendar o no los suplementos a otros.
- Las respuestas destacan la importancia de verificar la calidad, realizar pruebas y estudios, mejorar la información y asesoría, incluir fechas de vencimiento y brindar certificaciones de calidad para garantizar la seguridad y eficacia de los suplementos alimenticios. Estas medidas ayudarían a proteger y orientar al consumidor, promoviendo un consumo responsable y seguro de los productos.
- Se puede observar que los participantes utilizan los suplementos alimenticios con el objetivo de obtener beneficios adicionales en su desempeño deportivo, controlar su alimentación, mejorar su apariencia física y potenciar los resultados de su ejercicio. Estas motivaciones reflejan la búsqueda de un mejor rendimiento y bienestar en el contexto de la actividad física y el deporte.
- Las respuestas muestran que algunos participantes han experimentado efectos secundarios al consumir suplementos alimenticios, mientras que otros no han tenido ninguna experiencia adversa. Estos efectos secundarios pueden variar desde problemas capilares hasta trastornos estomacales o cutáneos. Es importante destacar la importancia de informarse adecuadamente sobre los suplementos, seguir las recomendaciones de uso y buscar orientación profesional si se experimentan efectos secundarios.
- En cuanto a las reacciones ante los efectos secundarios, las respuestas no brindan detalles específicos. Sin embargo, es importante destacar que la identificación de los efectos

secundarios y la evaluación de su gravedad son pasos cruciales para tomar las medidas adecuadas, como consultar a un profesional de la salud, ajustar la dosis o interrumpir el uso del suplemento.

- En general, se puede observar una variedad de percepciones y emociones relacionadas con el consumo de suplementos alimenticios. Estas incluyen la percepción de mejoras en el rendimiento y apetito, la ausencia de emociones particulares, la sensación de cansancio y recarga de energía, así como las altas expectativas de resultados. Estas respuestas proporcionan una visión más completa de las experiencias y percepciones individuales en relación con el consumo de suplementos alimenticios.
- Las respuestas muestran una variedad de opiniones sobre si el uso de suplementos alimenticios brinda una sensación de seguridad. Algunos participantes la relacionan con mejoras en el rendimiento y resultados, otros con el aporte nutricional y bienestar, mientras que algunos la ven como una ayuda adicional sin una sensación de seguridad específica. Estas percepciones individuales reflejan la diversidad de experiencias y creencias en relación con los suplementos alimenticios y la sensación de seguridad asociada a su uso.
- Las respuestas proporcionadas indican que los participantes han experimentado diversos efectos después de consumir suplementos alimenticios en relación con su rendimiento deportivo y bienestar físico. Algunos enfatizan la importancia de combinar los suplementos con una buena alimentación y entrenamiento, mientras que otros destacan la sensación de vitalidad y energía que experimentan. También se mencionan los cambios físicos positivos y la mejora en la recuperación muscular como resultados observados. Estas percepciones individuales aportan información relevante sobre los efectos de los suplementos alimenticios en el contexto del rendimiento deportivo y el bienestar físico de



los participantes.

- Las respuestas indican que los participantes tienen diferentes expectativas al consumir suplementos alimenticios, como mejorar el rendimiento físico, aumentar la energía, lograr un mejor aspecto físico y mejorar la recuperación muscular. En general, los participantes han observado que estas expectativas se cumplen en función de su experiencia personal. Estos resultados refuerzan la percepción de que los suplementos alimenticios pueden ser beneficiosos para alcanzar las expectativas planteadas por los deportistas en relación a su rendimiento, energía, aspecto físico y recuperación muscular.

13. CONCLUSIONES

En conclusión, las emociones y los sentimientos si tienen relación con el consumo de suplementos alimenticios, revelando su importancia en el entendimiento de este mercado. Al describir el mercado de los suplementos alimenticios y analizar los atributos que constituyen su oferta, hemos identificado que las emociones y los sentimientos juegan un papel fundamental en las decisiones de compra y en la experiencia del consumidor.

Mediante la investigación, hemos establecido que existen diversas emociones y sentimientos involucrados en el consumo de suplementos alimenticios, como la motivación, el bienestar, la confianza y la satisfacción. Estos estados emocionales están estrechamente relacionados con las expectativas que se tienen al consumir estos productos.

Al definir las expectativas de los consumidores en relación con los suplementos alimenticios, hemos encontrado que estas pueden variar desde objetivos relacionados con el rendimiento físico y la salud, hasta metas estéticas y el deseo de mejorar la calidad de vida. Las emociones y los sentimientos actúan como impulsores clave en la búsqueda de cumplir estas expectativas.

En resumen, el estudio de las emociones y los sentimientos en el consumo de suplementos alimenticios nos permite comprender mejor las motivaciones, expectativas y decisiones de los consumidores. Esto brinda una base sólida para que las empresas del sector puedan desarrollar estrategias de marketing más efectivas, diseñar productos que satisfagan las necesidades emocionales de los consumidores y mejorar la experiencia del consumidor en general. Además, estos hallazgos abren nuevas oportunidades para la personalización de productos y servicios, promoviendo así un mayor grado de satisfacción y fidelidad por parte de los consumidores en el mercado de suplementos alimenticios.

- Como conclusión se puede indicar que los sentimientos generales que se involucran en el consumo de los suplementos alimenticios son el deseo, la relajación, felicidad y placer, estos son las emociones o sentimientos que se llevan

o se hacen presentes en cada una de las etapas dónde se consume el producto en cuestión.

- Por otra parte, también se analizaron las expectativas que tienen las personas para consumir dichos suplementos alimenticios y se llegó a la conclusión que en general sus expectativas principales son mejorar su salud física, disminuir el riesgo de adquirir enfermedades críticas como lo son la osteoporosis, artritis, la diabetes y la tensión alta, bajar de peso y fortalecerse a nivel anímico.
- Lo anterior tiene relación estrecha con los sentimientos de las personas teniendo en cuenta que a la hora de consumir dichos suplementos alimenticios, las personas generan expectativas que les producen deseos y alegrías, por alcanzar sus objetivos, pues las utilidades que tienen los suplementos alimenticios en la salud cuando son bien utilizados, genera esa expectativa dentro del consumidor de que va mejorar de manera anímica, va a mejorar su salud física, bajar de peso o fortalecerse en términos generales de salud.

Además de las conclusiones mencionadas, se podría agregar que los sentimientos y expectativas de los consumidores de suplementos alimenticios están fuertemente relacionados por la publicidad y el marketing que rodea a estos productos. Las marcas suelen destacar los beneficios y promesas que pueden ofrecer los suplementos, generando expectativas en los consumidores y una percepción positiva en relación con su calidad y eficacia.

Asimismo, se puede señalar que la elección de un suplemento alimenticio está relacionada con factores como la confianza en la marca y el precio, y no solo con las necesidades y objetivos de salud del consumidor. Además, es importante destacar la importancia de la orientación



profesional y el asesoramiento adecuado para el consumo de estos productos, ya que su uso inadecuado puede conllevar riesgos para la salud.

En definitiva, el consumo de suplementos alimenticios está relacionado por una serie de factores, como los sentimientos y expectativas de los consumidores, la publicidad y marketing, la confianza en la marca y el precio, entre otros. Por lo tanto, es importante que los consumidores estén informados y orientados de manera adecuada para hacer elecciones saludables y seguras.

En resumen, los suplementos alimenticios se han convertido en una opción popular para mejorar la salud y el bienestar de las personas, y esto se debe en gran parte a los sentimientos positivos que se asocian con su consumo. Los consumidores esperan mejorar su salud física y emocional al tomar estos productos, y esto les brinda un sentimiento de esperanza y motivación para seguir usándolos.

En conclusión, si bien los sentimientos positivos y las expectativas son un factor importante en la popularidad de los suplementos alimenticios, es importante que los consumidores sean conscientes de los límites de estos productos y que los utilicen en conjunto con otras prácticas saludables para lograr una vida saludable y equilibrada.

14. REFERENCIAS

Albert, J. (2003). El sentimiento básico de seguridad. Federación Española de Asociaciones de Psicoterapia (F.E.A.P.), (pp. 2-3).

Aguado, R. (2013). Es emocionante saber emocionarse. Editorial EOS. Recuperado de:
<https://saberserresponsable.com/wp-content/uploads/2022/11/Es-emocionante-saber-emocionarse.pdf>

Alvarado, A. (2021). Las emociones y su relación con la conducta alimentaria. Espacio Académico. Nutrición para Vivir Mejor. Recuperado de:
<https://nutricionparavivirmejor.ucr.ac.cr/index.php/blog/165-las-emociones-y-su-relacion-con-la-conducta-alimentaria>

American Cancer Society. (2021). Suplementos alimenticios. Recuperado de:
<https://www.cancer.org/es/tratamiento/tratamientos-y-efectos-secundarios/tipos-de-tratamiento/medicina-complementaria-e-integral/dietary-supplements/intro.html>

Anagnostopoulos, C. N., Kourouthanassis, P. E., & Georgiadis, C. K. (2021). Information Transparency in Nutritional Supplements: Antecedents and Effects on Consumer Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102372.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102372>

Alves, J. G., Neiva, H. P., Magalhães, C. R., Lima, R., & Martins, M. (2019). The Effects of Task-Involving and Ego-Involving Instructions on Goal Orientation, Motivational Responses,

and Performance in a Golf Putting Task: An Exploratory Study. *Frontiers in Psychology*, 10, 1072. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01072>

American Psychiatric Association (APA) (2022). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fifth Edition-Text Revision (DSM-5TR)*.

Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). (2019). Título del artículo. Recuperado de <https://www.fda.gov/news-events/news/press-releases/2019/02/fda-send-warning-letters-companies-selling-dietary-supplements-claiming-treat-alzheimers-disease>

Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M. (2020). The welfare effects of social media. *American Economic Review*, 110(3), 629-676. doi:10.1257/aer.20190658

Baier, D., Apezechea, D., & Achaerandio, S. (2019). La relevancia del neuromarketing en la toma de decisiones del consumidor. [Paper]. Universidad de Navarra.

Brakus, J., Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68 "Conceptos de seguridad" en Escuela Penitenciaria Nacional (Colombia). "Definición del concepto de seguridad" en Institut National de Santé Publique Quebec (Canadá).

Balluerka, K., Gómez, J., Hidalgo, M., Gorostiaga, A., Espada, J., Padilla, J., & Santed, M. (2020). Las consecuencias psicológicas de la Covid-19 y el confinamiento. Recuperado de



https://www.ub.edu/web/ub/ca/menu_eines/noticies/docs/Consecuencias_psicologicas_COVID-19.pdf

Byrd-Bredbenner, C., Berning, J., & Martin-Biggers, J. (2017). Do Supplements Have a Role in Improving Health? Facts about Diet and Dietary Supplements. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 117(3), 350-353. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.11.007>

Bailey, R. L., Gahche, J. J., Miller, P. E., Thomas, P. R., & Dwyer, J. T. (2013). Why US Adults Use Dietary Supplements. *JAMA Internal Medicine*, 173(5), 355-361. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2013.2299>

Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business Research Methods*. Oxford University Press.

Calder, P. C. (2013). Feeding the Immune System. *Proceedings of the Nutrition Society*, 72(3), 299-309. <https://doi.org/10.1017/S0029665113001286>

Cristancho, S. [SOFIA CRISTANCHO]. (2019, septiembre 19). Investigación exploratoria [Video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=51vyR_PWCy8

Calder, P. C. (2013). Feeding the Immune System. *Proceedings of the Nutrition Society*, 72(3), 299-309. <https://doi.org/10.1017/S0029665113001286>

Phillips, S. M. (2017). The Impact of Protein Quality on the Promotion of Resistance



Exercise–Induced Changes in Muscle Mass. *Nutrition & Metabolism*, 14(1), 36.

<https://doi.org/10.1186/s12986-017-0177-8>

Cohen, P. A. (2014). Hazards of hindsight—monitoring the safety of nutritional supplements. *New England Journal of Medicine*, 370(14), 1277-1280.

<https://doi.org/10.1056/NEJMp1314637>

Chai, S. C., Jerusik, J., Davis, K., Wright, R. S., & Rudolph, J. L. (2019). Herbal and Over-the-Counter Natural Products in the Prevention and Treatment of COVID-19. *Journal of the American Pharmacists Association*, 60(3), e35-e45.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.

Darwin, C. (1872). *La expresión de las emociones en el hombre y en los animales*. Editorial John Murray.

Damasio, A. (2018). *El extraño orden de las cosas: la vida, los sentimientos y la creación de las culturas*. Barcelona: Destino.

Damasio, A. (2020). *El error de Descartes. La emoción, la razón y el cerebro humano*. Barcelona: Planeta.



Dourado, M. (2019). Descubre qué es neuromarketing y conoce las estrategias de las marcas que se conectan con las emociones. Rockcontent. Recuperado de:

<https://rockcontent.com/es/blog/neuromarketing/>

Dourado, B. (2019). Descubre qué es neuromarketing y conoce las estrategias de las marcas que se conectan con las emociones. Rockcontent. Recuperado de:

<https://rockcontent.com/es/blog/neuromarketing/>

Douglas, D. (2022). ¿Cómo es el comportamiento del consumidor? Descubre las etapas del proceso de compra y principales KPI 's. Blog de Zendesk. Recuperado de:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/como-es-comportamiento-consumidor/>

Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method. Wiley.

Dickinson, A., MacKay, D., & Wong, A. (2011). Consumer attitudes about the role of multivitamins and other dietary supplements: report of a survey. *Nutrition Journal*, 10(1), 69.

<https://doi.org/10.1186/1475-2891-10-69>

Dickinson, A., Bonner, C., & Boyatzis, C. J. (2014). An Investigation of the Role of Health and Taste Attitudes in Food Frequency and Choice: Implications for Nutritional Education. *International Journal of Consumer Studies*, 38(2), 165-173.

<https://doi.org/10.1111/ijcs.12055>



Dobs, A. S., & Borel, M. J. (2020). Beyond Nutrient Deficiency—Opportunities to Improve Nutritional Care for Patients in a Health System. *JAMA Network Open*, 3(3), e201086.

Eagle, M. (1995). The developmental Perspectives of Attachment and Psychoanalytic Theory. En Goldberg, S., Muir, R., y Kerr, S. (Eds.), *Attachment Theory*. The Analytic Press.

Educo. (2014). Comer bien para ser feliz. Creciendo sanos. Recuperado de:
<https://www.educo.org/Blog/comer-bien-para-ser-feliz>

Es mental. (2021). La importancia de la salud física para la autoestima de la mujer. Recuperado de:
<https://www.esmental.com/la-importancia-de-la-salud-fisica-para-la-autoestima-de-la-mujer/>

(ENSIN) Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia 2015.

Erikson, Erik. (2000). *El ciclo vital completado*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Food and Drug Administration (FDA). (2019). *Dietary Supplements*.

Farrow, C. V., Haycraft, E., & Blissett, J. M. (2015). Teaching our children when to eat: how parental feeding practices inform the development of emotional eating—a longitudinal experimental design. *The FASEB Journal*, 29(S1), 624.1-624.1.
<https://doi.org/10.1096/fj.1530-6860>



García-Rivero, M., González-Ruíz, B., Morales, E., & Peñaloza, V. (2019). Efectos de los suplementos ergogénicos sobre la autoconfianza y autoeficacia en deportistas universitarios. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (35), 36-40.

Giner, D., Giner, J., & Ibáñez, E. (2006). Afectos y género. Artículo de investigación. *Psicothema*, 18, 2-6.

Goleman, D. (1995). *La inteligencia emocional*. Editorial Vergara.

Guardiola, E. (2022). Neuromarketing: orígenes, definición, tipos y ventajas. Semrush. Recuperado de: <https://es.semrush.com/blog/que-es-neuromarketing-ventajas/>

Geller, A. I., Shehab, N., Weidle, N. J., Lovegrove, M. C., Wolpert, B. J., Timbo, B. B., & Mozersky, R. P. (2019). Emergency Department Visits for Adverse Events Related to Dietary Supplements. *New England Journal of Medicine*, 373(16), 1531-1540. <https://doi.org/10.1056/NEJMsa1504267>

Gahche, J. J., Bailey, R. L., Potischman, N., Dwyer, J. T., & Looker, A. C. (2017). Dietary Supplement Use Differs by Socioeconomic and Health-Related Characteristics among U.S. Adults, NHANES 2011–2014. *Nutrients*, 9(11), 1210. <https://doi.org/10.3390/nu9111210>

Grand View Research. *Nutritional Supplements Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product, By Consumer Group, By Formulation, By Application, By Packaging, By Composition, By Gender, By Sales Channel, And Segment Forecasts, 2022 - 2030*



Hawley, J. A., & Leckey, J. J. (2018). Carbohydrate dependence during prolonged, intense endurance exercise. *Sports Medicine*, 48(Suppl 1), 25-35.

<https://doi.org/10.1007/s40279-017-0847-6>

Hultén, B. (2011). Sensory marketing: A multi-sensory brand-experience concept. *European Business Review*, 23(3), 174-184.

Jury, L. (2019). El sentimiento de seguridad es un camino del desarrollo. Fundación Orienta. Recuperado de:

<https://www.fundacioorienta.com/es/el-sentimiento-de-seguridad-es-un-camino-del-desarrollo/>

Jonker, L., Fisher, R., & Hills, A. P. (2019). The use of sports supplements in professional tennis players. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 22(2), 210-214.

<https://doi.org/10.1016/j.jsams.2018.07.023>

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.



Kotler, Philip, y Armstrong, Gary (2003). Marketing. México: Prentice Hall.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). Interviews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing. Sage Publications.

Maughan, R., Burke, L., Dvorak, J., et al. (2018). Declaración de consenso del COI: los suplementos dietéticos y el deportista de alto rendimiento. International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism, 28, 104-125.

Marx, W., Moseley, G., Berk, M., & Jacka, F. (2017). Nutritional Psychiatry: The Present State of the Evidence. Proceedings of the Nutrition Society, 76(4), 427-436.

<https://doi.org/10.1017/S0029665117002026>

Macht, M. (2008). How Emotions Affect Eating: A Five-Way Model. Appetite, 50(1), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.07.002>

Moreira, A., Saldanha Aoki, M., de Moraes Bertuzzi, R., Gomes, R. V., & Capitani, M. D. (2020). Consumption of Nutritional Supplements among Professional Athletes: A Systematic Review. Nutrients, 12(3), 766.

Malhotra, N. K. (2017). Marketing Research: An Applied Orientation. Pearson.

Mohiuddin, M., Azad, A. K., Alam, M. A., & Hossain, M. (2020). Factors Affecting the Purchase of Dietary Supplements: A Study of Consumers in Dhaka City, Bangladesh. Open

Access Library Journal, 7(09), 1-13. <https://doi.org/10.4236/oalib.1106703>

Morales, M. (2022). Investigación cualitativa. QUESTIONPRO. Recuperado de:
<https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>

Mestre, J. M. Palmero, F. (2004). Capítulo 9. Emoción. En Procesos psicológicos básicos: Una guía académica para los estudios en psicopedagogía, psicología y pedagogía (pp. 215-247). McGraw-Hill.

Neuman, W. L. (2017). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Este libro explora las diversas etapas de la investigación social y subraya la flexibilidad necesaria en la elección y aplicación de métodos de investigación.

National Research Council de los Estados Unidos en su informe de 2002 (NRC) "Making the Nation Safer: The Role of Science and Technology in Countering Terrorism", en la que se describe la ciencia de la seguridad como "el conocimiento, los métodos y las tecnologías necesarias para entender, prevenir y mitigar los riesgos y amenazas a la seguridad".

Neslin, S. A., Henderson, C. M., & Quelch, J. A. (2006). An Empirical Examination of Coupon Discounts and Price Deals in Generating Store Traffic. *Journal of Marketing Research*, 43(1), 89-105. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.1.89>

Nowak, G., Żak, J., & Doman, M. (2019). Factors Influencing the Selection of Dietary

Supplements among Female College Students. *Nutrients*, 11(9), 2186.

<https://doi.org/10.3390/nu11092186>

Nieman, D. C. (2018). *Nutrition, Health, and Athletic Performance*. CRC Press.

Maughan R, Burke L, Dvorak J, et al. Declaración de consenso del COI: los suplementos dietéticos y el deportista de alto rendimiento. *Int J Sport Nutr Exerc Metab*, 28, 104-125.

National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. (2019). *Dietary Reference Intakes for Sodium and Potassium*. The National Academies Press.

<https://doi.org/10.17226/25353>

Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Sage Publications.

Pasiakos, S. M., McLellan, T. M., & Lieberman, H. R. (2015). The effects of protein supplements on muscle mass, strength, and aerobic and anaerobic power in healthy adults: a systematic review. *Sports Medicine*, 45(1), 111-131. <https://doi.org/10.1007/s40279-014-0242-2>

Peacock, A., Martin, F. H., & Carr, A. (2017). Energy drink ingredients, mood, and its effects on exercise and sport. *Biological Psychology*, 129, 59-106.

<https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2017.07.005>

Porges, S. (2011). Teoría Polivagal: fundamentos neurofisiológicos de las emociones, el apego, la comunicación y la autorregulación.

Pavlov, I. P. (1934/1968). El reflejo condicional. En I. P. Pavlov, *Fisiología y Psicología* (pp. 21-50). Madrid: Alianza.

Reichheld, F. F., & Sasser Jr, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.

Salazar, D., Silva, M., & Pulgarin, R. (2018). Características del consumo de suplementos nutricionales deportivos en gimnasios de Bucaramanga. *Revista USTASALUD*, 17(1-S), 5-10.

Saldanha, L. G., Dwyer, J. T., Andrews, K. W., Brown, C. J., Costello, R. B., Ershow, A. G., Gusev, P. A., Hardy, C. J., Kushi, L. H., Schneeman, B. O., Vannice, G., & Zivkovic, A. M. (2020). Ensuring the Safety of Dietary Supplements for the Public. *Advances in Nutrition*, 11(2), 372-385. <https://doi.org/10.1093/advances/nmz065>

Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.

"Seguridad". Autor: Equipo editorial, Emecé. De: Argentina. Para: Concepto. De. Disponible en: <https://concepto.de/seguridad/>. Última edición: 30 de septiembre de 2020. Consultado: 13 de enero de 2023.



Sordo, A. (2022). Proceso de decisión de compra: las 5 etapas del consumidor. HubSpot. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/etapas-de-decision-de-compra-del-consumidor>

Sonríe. (2020). Cómo afectan las redes sociales a la autoestima. Recuperado de: <https://www.psonrie.com/noticias-psicologia/como-afectan-las-redes-sociales-a-la-autoestima#:~:text=alimenticios%20se%20incrementa.-El%20efecto%20de%20las%20publicidades%20mostradas%20en%20las%20redes%20sociales,de%20conexi%C3%B3n%20a%20las%20redes.>

Wolfberg, E. (2019). Cuerpo, memoria emocional y sentimiento de seguridad ¿Cuál historia "recuerda" el cuerpo? Revista Internacional de Psicoanálisis Aperturas. Artículo de investigación.

World Health Organization (WHO). (2003). Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases. Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation. WHO Technical Report Series, No. 916. <https://www.who.int/dietphysicalactivity/publications/trs916/en/>

World Anti-Doping Agency (WADA). (2021). The 2021 Prohibited List International Standard. https://www.wada-ama.org/sites/default/files/resources/files/2021list_en.pdf

Williams, M. H., & Rawson, E. S. (2018). Nutritional Supplements and Performance. In Nutrition and Enhanced Sports Performance (pp. 179-205). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813922-6.00010-2>



Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.

14. ANEXOS

Un uniforme desarrollado por la escuela de salud integrativa en el año 2021 mostró la relación por medio de un video, que existe entre la inflamación, estrés y depresión con los suplementos y alimentos. Este video fue de gran ayuda para el desarrollo del presente proyecto.

Link YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=Xv6JdjfCL7c>

