

EL VERDADERO  
**VALOR** DE LOS  
**ALIMENTOS**



IMAGINARIOS, COMPORTAMIENTOS  
Y REALIDADES DE LA RELACIÓN  
ALIMENTACIÓN - NATURALEZA EN COLOMBIA.



**SANCHO**BBDO

Directora de investigación.  
**Catalina Rodríguez Serrano**

Investigadores  
**Santiago Hernández**  
**Germán Palacio**  
**Daniela Hernández**  
**María Huertas**  
**Miguel Urrego**  
**Valeria Parra**  
**Ana Ancines**

Dirección de Arte y Diseño  
**María Paula Barragán**  
**Santiago Carvajal Ávila**

Fotografía  
**Santiago Hernández**  
**Germán Palacio**

Esta investigación fue hecha por:

DEPARTAMENTO DE  
**INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR** | **SANCHO BBDO**



Esta investigación forma parte de la iniciativa Producción y Consumo Sostenible, que tiene como objetivo apoyar a los gobiernos nacionales en su compromiso de colaborar con los esfuerzos mundiales para mitigar el cambio climático. Cuenta con financiamiento del Ministerio del Ambiente Alemán a través de su Iniciativa Internacional para la Protección del Clima (IKI), con WWF-Alemania.

Future Food Together es una iniciativa multinacional liderada por WWF dedicada a promover la agenda global de Consumo y Producción Sostenibles (CPS), uno de los más transversales de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU que forman el modelo de la Agenda 2030 para el Desarrollo. Con un enfoque en el Sur Global, Future Food Together ha establecido cinco proyectos en dos continentes: Asia y América del Sur. Se lanzó en Tailandia, Indonesia y Filipinas en 2017 y en Paraguay y Colombia en 2020.

Todas las fotos de este documento hacen parte del ensayo fotográfico realizado como parte de las visitas a los hogares. No representan ninguna posición de Sancho o WWF frente a los productos o marcas que allí se muestran.

Fomentado por el:



Ministerio Federal  
de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza  
y Seguridad Nuclear

en virtud de una resolución del Parlamento  
de la República Federal de Alemania







# Tabla de contenido

**01.**

PAG 6

**Marco metodológico**

**02.**

PAG 26

**10 Realidades de la alimentación en Colombia**

**03.**

PAG 48

**Del campo a la mesa, el proceso de alimentación**

**04.**

PAG 104

**Relación alimentación y ambiente**

**05.**

PAG 112

**Los perfiles de los colombianos en la alimentación**

**06.**

PAG 152

**Cada ciudad desde su punto de vista alimentario**

**07.**

PAG 230

**Aprendizajes: Consejos prácticos**

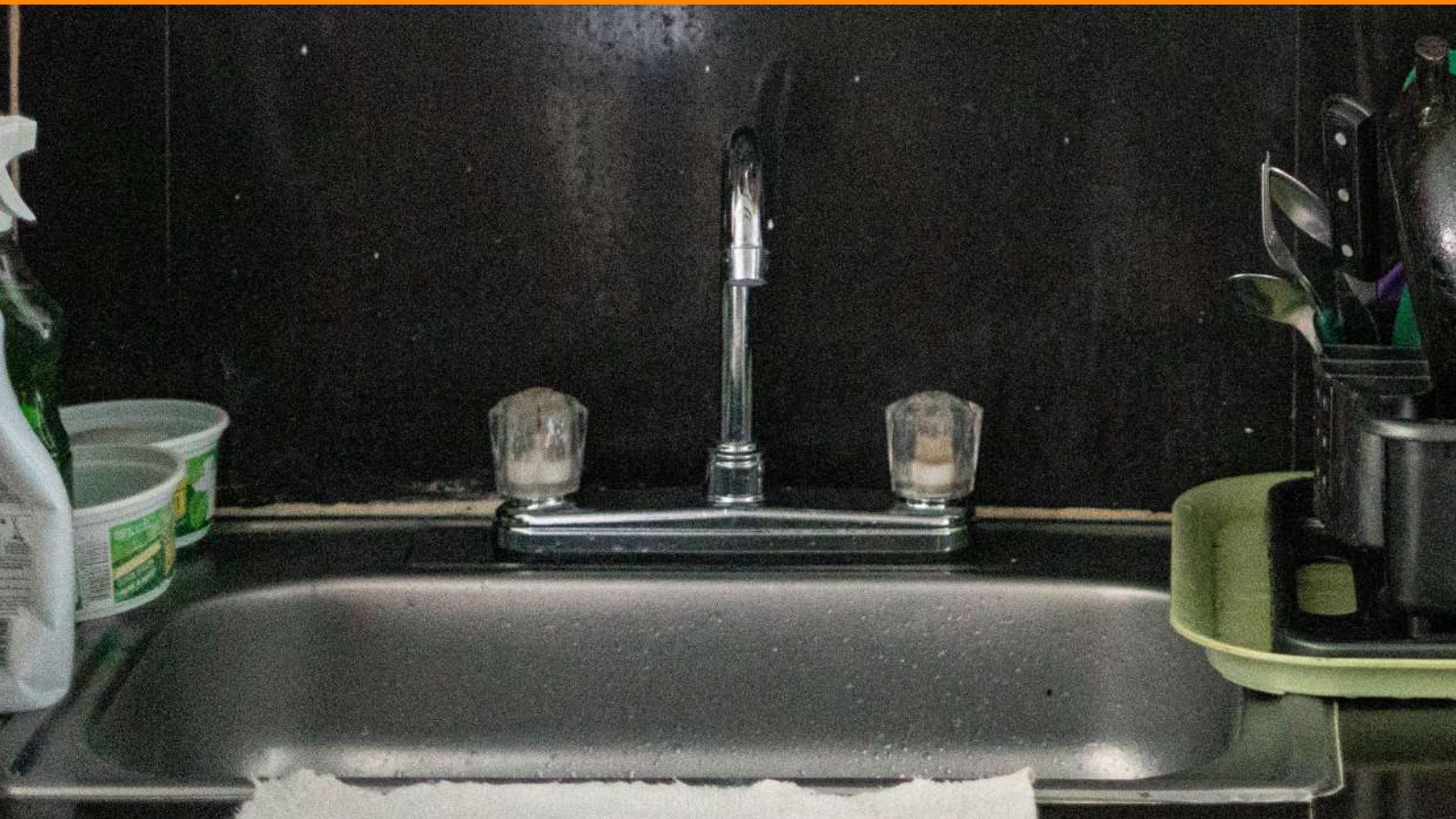
**08.**

PAG 254

**Resultado encuestas**



# Marco metodológico



1



SANCHOBBDO

# Ficha Técnica

## Objetivo General

Entender el relacionamiento de los colombianos con las hábitos de consumo sostenible en alimentos.







1.

Reconstruir los hábitos culturales alrededor de la alimentación en los colombianos.

*Para comprender la relación de la cultura con la comida.*

2.

Detallar el journey de compra y uso de alimentos de los colombianos.

*Para determinar el paso a paso de la relación de las personas con la comida.*

3.

Comprender el nivel de conocimiento que tienen los colombianos sobre la relación entre prácticas de alimentación y el origen e impacto en el medio ambiente de los alimentos.

*Para identificar previamente qué conceptos y conocimientos tienen relacionados a prácticas de consumo sostenible en alimentos.*

4.

Identificar los imaginarios, comportamientos y estrategias de consumo sostenible de alimentos de los colombianos.

*Para identificar qué acciones específicas hacen las personas cuando creen consumir sosteniblemente.*

5.

Definir las barreras y motivadores a las que se enfrentan los colombianos para tener hábitos de consumo sostenible en alimentos.

*Para identificar aspectos que impiden o promueven los hábitos de consumo sostenible.*

6.

Establecer el nivel de conocimiento que tienen los colombianos sobre el origen de sus alimentos.

*Para entender el conocimiento e involucramiento que tienen las personas con sus alimentos y su proveniencia.*

7.

Establecer el nivel de conocimiento de los colombianos sobre la relación entre la comida, los ecosistemas y la pérdida de biodiversidad.

*Para identificar el entendimiento de las personas sobre la relación de su consumo y el efecto de este en el entorno.*

8.

Identificar las iniciativas y propuestas que han conseguido generar nuevas tensiones o cambios en torno al consumo sostenible de alimentos.

*Para comprender qué elementos de la comunicación y las iniciativas generaron cambios en las personas.*

**Objetivos Específicos.**



# Metodologías

Mixta:

1 - Fase : Cuantitativa

2 - Fase : Cualitativa



Mariela Hernández - San José del Guaviare © Sancho BBDO.

# Cultural Discoveries

Hicimos una investigación interpretativa, desde ópticas y metodologías innovadoras, por eso utilizamos una herramienta propia de la red **BBDO**: *Cultural Discoveries*, un estudio que permite identificar hábitos, costumbres, opiniones y esquemas de pensamiento de las personas. Esta herramienta implicó una inmersión profunda en los contextos culturales y cotidianos de las personas, lo que permitió hacer un estudio de *Cultural Discoveries* para retratar los comportamientos más escondidos de los seres humanos.

## Utilidad:

Permitió llegar a retratar los hábitos y prácticas alrededor de cómo las personas se relacionan con su alimentación. Se indagó en la vida de las personas con el objetivo de observar la forma de cómo se alimentan y los significados y simbolismos alrededor de la comida.

## Definición metodológica

Metodología mixta de dos fases, una primera fase cualitativa de profundización de la realidad de los colombianos frente a la alimentación sostenible, con tres herramientas metodológicas: InHouse Observation, ensayos fotográficos y entrevistas a profundidad con un total de 47 entrevistas en todo el país. La segunda fase cuantitativa da entendimiento de una realidad con una herramienta de encuestas digitales aplicada a hombres y mujeres mayores de 18 años que fueran decisores de compra de alimentos en el hogar. Ambas herramientas metodológicas se realizaron en Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Medellín, Florencia, San José del Guaviare y Leticia.



# Fase 1 - Cuantitativa

## Encuestas digitales

Representativa por:



**Ciudad**



**Nivel socio  
económico**



**Género**

Se realizó una fase cuantitativa de *carácter longitudinal* de dos mediciones (2020-2023) mediante el uso de una encuesta *Online* por redes sociales con un cuestionario semiestructurado y un muestreo probabilístico sobre la base del marco muestral del universo de usuarios disponible en redes sociales. El método para segmentar la audiencia fue bajo los criterios de pauta digital y aplicación de filtros de pertenencia.

Dichas encuestas tuvieron una aplicación estimada de 15" aproximadamente y fueron controladas la calidad, completitud y tiempos de respuesta, con el fin de controlar la veracidad de la información recibida.

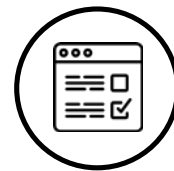
## Selección de la muestra



**1. Marco Muestral**  
Audiencias generales que correspondan a características del grupo objetivo propuesto (pauta digital)



**2. Invitación a participar de la encuesta**



**Aplicación de filtros**



**Diligenciamiento de la encuesta ONLINE**



**Entrega de incentivos**



# Fase 2 - Cualitativa

## In house observation

Metodología de corte etnográfico que permite entender los comportamientos humanos y la forma como las personas se relacionan con su entorno, la manera como construyen sus interacciones y relaciones alrededor de la alimentación y las nociones y prácticas hacia la alimentación sostenible.



## Entrevistas a profundidad

Es una herramienta que se desarrolla a través de un diálogo o conversación, el cual es posible gracias a un instrumento o guía que indaga por temas específicos en un orden determinado, con la flexibilidad de poder ahondar en temas relevantes. La entrevista se lleva a cabo en un espacio con una atmósfera neutral, donde en un ambiente de confianza se habla con las personas de manera abierta y tranquila.

## Ensayo fotográfico

Herramienta de lenguaje fotográfico como método para dar cuenta de la realidad de una manera vívida y cercana. En este ejercicio se retratan los aspectos visuales de la alimentación en lugares como cocinas, alacenas y neveras, entendiendo el relacionamiento y trayectoria de estas realidades en un ejercicio documental, con tintes etnográficos.







## Las tipologías de familias que se incluyeron:

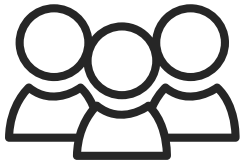
### 8 diferentes tipos de familia

<b>Solteros sin hijos</b>	Persona que vive sola, sin hijo(s)
<b>Solteros con hijos</b>	Persona que vive únicamente con su(s) hijo(s)
<b>Dinks</b>	Pareja sin hijo(s)
<b>Nuclear (HP)</b>	Pareja con hijo(s) pequeño(s)
<b>Nuclear (HG)</b>	Pareja con hijo(s) grande(s)
<b>Familia agrandada</b>	Pareja con hijo(s) y otro familiar (abuelo, primo, tío, etc)
<b>Nido vacío</b>	Pareja que tuvo hijo(s) pero ya no viven con la pareja
<b>Rommates</b>	Personas que viven juntas (sin hijo(s)), pero que no son pareja (Ej, amigos, primos, hermanos)

# Muestra







**ESCENARIO**  
CUANTITATIVO

**1950**

Encuestas



**ESCENARIO**  
CUALITATIVO

**47**

Entrevistas

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR

**SANCHO BBDO**



## prólogo

# Enfrentando la crisis global plato a plato

Luis Germán Naranjo  
Director de Conservación  
y gobernanza de WWF Colombia

En Colombia, en los últimos meses, se han prendido las alarmas por el alto costo de los alimentos. Esta situación pone en jaque a millones de familias que han tenido que reducir su consumo a menos de tres comidas al día.

Un panorama que afecta particularmente a los niños quienes sufrirán secuelas de por vida si no logran alcanzar los mínimos nutricionales. Paradójicamente, el Departamento Nacional de Planeación calcula que en el país se pierde o desperdicia al menos el 30% de los alimentos que se producen. Aunque estos cálculos son del 2016, coinciden con una contradicción que existente a nivel global: en el Planeta producimos suficiente comida para alimentar a toda la humanidad, pero el hambre sigue siendo una realidad.

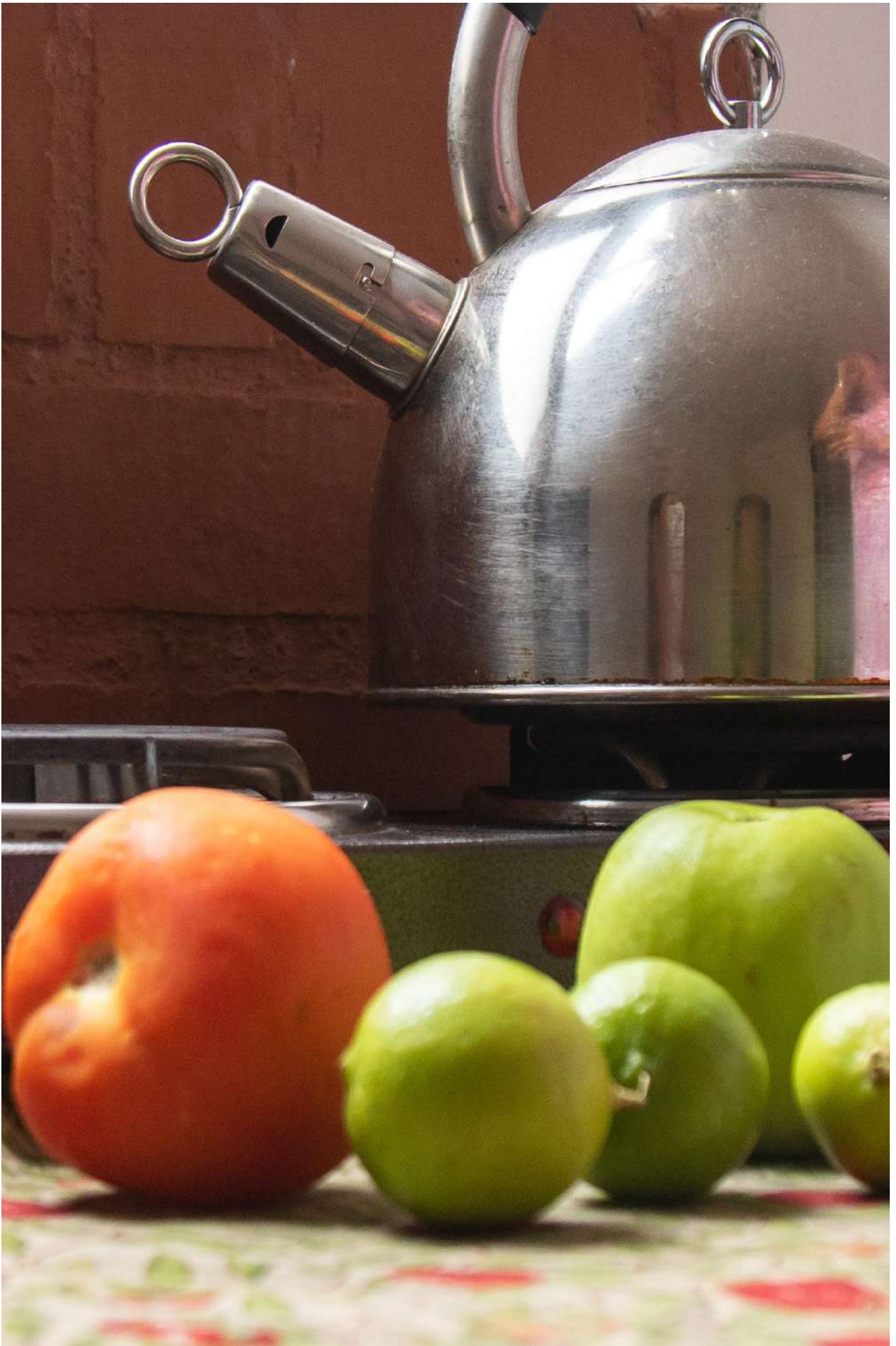
¿Cómo llegamos a esto? Parte de la explicación tiene que ver con un sistema alimentario cada vez más eficiente, pero solo en apariencia. Aunque es capaz de producir toneladas de comida, lo hace a expensas de la naturaleza, y, por tanto, poniendo en riesgo el bienestar humano. Además, el volumen de producción no tiene relación directa con la distribución equitativa del alimento, y el acceso que las

familias tienen a él. Justamente lograr una alimentación suficiente y saludable para todos sigue siendo un reto mundial, que se expresa en los Objetivos de Desarrollo Sostenible que nos propusimos alcanzar para 2030. Mientras algunos padecen hambre, otros también sufren los efectos del sobrepeso y la obesidad.

Invertimos recursos naturales, económicos y sociales para producir comida, pero el sistema alimentario no nos está haciendo más sanos, y al planeta, tampoco.

Hoy, es el principal sector económico detrás del uso y la transformación del suelo, lo cual hace peligrar ecosistemas clave para la estabilidad planetaria como los bosques o las sabanas. Además, consume más agua que cualquier otro sector, es una fuente significativa de contaminación y, a través de la acuicultura (crianza de especies acuáticas) y la pesca, genera impactos sobre los hábitats marinos y de agua dulce. En paralelo, también es fuente de empleo y sustento para millones de personas en el mundo dedicadas a que podamos llevar a nuestra mesa los alimentos que nos dan la vida.







## Una apuesta con dimensión local

Teniendo en cuenta esta realidad, desde la red de WWF se ha hecho un llamado global para poner a los alimentos en el centro de las soluciones que buscan hacer frente a la crisis de la Tierra. La pérdida de biodiversidad y el cambio climático están completamente relacionadas con lo que ponemos en nuestros platos. El sistema alimentario actual es una de las causas del cambio climático, y este a su vez, está poniendo en riesgo nuestros alimentos. De igual manera, nuestra manera de producir y comer está generando la pérdida de naturaleza, y con ello, nuestra capacidad de cultivar se reduce. Para poner un ejemplo puntual, sólo pensemos en lo que significan los polinizadores para la industria de alimentos: sin ellos, muchas de las frutas y legumbres que consumimos no podrían producirse.

Estos retos comparten causas estructurales y se refuerzan entre sí, acelerando y profundizando sus tendencias negativas. Además, tanto el cambio climático, como la pérdida de biodiversidad, y el sistema alimentario actual ponen en mayor riesgo a las poblaciones más vulnerables.

Pero, ¿qué tan conscientes están los colombianos de estas dinámicas? ¿Están modelando la forma en que comemos? Justo para responder estos interrogantes realizamos el estudio en ocho ciudades del país. Si bien, a priori, podríamos afirmar que el nivel de conciencia es bajo, esta investigación no sólo lo confirma, sino que arroja indicadores valiosos sobre cómo se relacionan los

colombianos con su comida, de qué manera sus comportamientos inciden en prácticas no sostenibles, y qué estarían dispuestos a hacer para cambiar su manera de comer.

Porque el propósito de esta investigación va más allá del conocimiento o de establecer una línea base. Busca ser una herramienta para la acción, desde las personas hasta las familias, pasando por los supermercados, las tiendas, las plazas de mercado, los restaurantes, los hoteles, los colegios, las universidades, los productores y todos los actores involucrados con el consumo de alimentos. Y nos referimos específicamente al consumo, porque suele ser un aspecto al que no se da relevancia suficiente. Pareciera que primero se requieren radicales transformaciones en la manera de producir alimentos, para que los consumidores podamos empezar a ser parte de la solución.

Pero esta visión es altamente perjudicial. No tenemos tiempo para esperar a que las transformaciones del sistema productivo se den, para hacer cambios en la manera de consumir. Más aún, la apuesta de WWF con sus Dietas Basadas en el Planeta, afirma que los cambios en la manera de alimentarnos son potencialmente la acción más rápida para lograr revertir la curva descendente de un sistema alimentario que explota la naturaleza, y llegar a uno que la restaure. Incluso afirma que, si cambiamos la manera de alimentarnos, facilitaremos la reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos, y la producción positiva para la naturaleza.



## Soluciones para el día a día

Hablar de cambios en la alimentación en Colombia, como en muchos otros países, es complejo. No sólo estamos tocando un asunto íntimamente ligado a las emociones, las tradiciones y los valores culturales, sino que muchas veces los colombianos comen lo que pueden, y no necesariamente lo que quieren. Su capacidad de elegir puede estar estrechamente ligada a su ingreso, y en un país con altos indicadores de desigualdad y pobreza, pareciera que estamos refiriéndonos a cambios que sólo pueden hacer quienes tengan un alto poder adquisitivo. Pero no. Los cambios que promovemos están al alcance de todos los colombianos y nos hemos esforzado por construir recomendaciones que sí se puedan ejecutar, y se adapten a las diferentes condiciones y situaciones de cada persona.

En general, invitamos a los colombianos a reducir su desperdicio de alimentos, a comer más local y variado, y a comprender mejor de qué forma se relacionan los alimentos con la naturaleza. Cada una de estas acciones, si bien parecen sencillas, tiene el potencial de transformar la manera en que comemos.

Por ejemplo, una papaya con una magulladura o un banano pecosito suelen quedarse en los estantes de fruteros, supermercados o la plaza porque nadie quiere llevarse un producto -en apariencia- deteriorado. Pero, ¿qué sucede luego? Seguramente terminarán en la caneca; los alimentos más desperdiciados en Colombia,

son justamente las frutas y las verduras. Y aunque las donaciones hacen parte de las estrategias de muchas empresas, y los bancos de alimentos hacen una labor muy valiosa en la lucha contra el hambre, no alcanzan a revertir la cantidad de alimentos que se desperdician cada año. Según el DNP, dos millones de toneladas se desperdicia en la distribución y el retail, es decir, los puntos de venta. Por eso afirmamos que las decisiones de consumo sí marcan la diferencia.

Otro modo en que el consumo puede resultar determinante es al elegir una alimentación más variada. En vez de una óptica de restricciones, estamos proponiendo una mirada de incluir más tipos de alimentos, con los consiguientes beneficios nutricionales. En general, las dietas actuales tienen muy poca variedad. En el mundo, los tres cultivos principales son el arroz, el trigo y el maíz. Y aunque en la historia el hombre haya domesticado más de 6.000 especies de plantas terrestres, se calcula que dos tercios de todos los cultivos globales se destinan a sólo 9 alimentos.

Si incluimos más vegetales, frutas, legumbres a nuestros menús, estaremos contribuyendo a reducir las presiones sobre los ecosistemas naturales. No en vano se estima que la agricultura ha causado el 80% de la deforestación en el mundo, y esto sin contar con otro tipo de ecosistemas como las sabanas. Si hay más tipos de cultivos para satisfacer un

demanda más variada, es posible cambiar la tendencia de enormes extensiones de tierra dedicadas a uno solo. Ya se ha perdido hasta 75% de la diversidad genética de los cultivos alimenticios, pero podemos revertir esta tendencia aprovechando nuestra agrobiodiversidad y apoyando a los productores locales para que logren apostarle a nuevas maneras de producir.

Estos ejemplos son una manera de explicar el poder transformador que tiene lo que ponemos en nuestro plato. Desde WWF Colombia trabajamos para alcanzar una transformación sistémica de los sectores económicos, que sea resiliente y compatible con la naturaleza y un desarrollo bajo en carbono. A la vez, queremos con estudios como este contribuir a una sociedad civil más informada, empoderada y activa. Sólo sumando mayores medidas de conservación, mayores esfuerzos por una producción sostenible y mayores esfuerzos por un consumo sostenible tendremos un sistema alimentario positivo para la naturaleza, indispensable para una sociedad colombiana más justa y equitativa.



# Somos un país folclórico

## De contrastes

En esta tierra donde el realismo es tan mágico que supera la ficción, necesitábamos entender cómo nos comportamos, consumimos, nos comunicamos y hasta cómo nos alimentamos desde una mirada específica.

Esta fue la razón para unir dos aliados como WWF y Sancho BBDO en una investigación, sin precedentes, que nos ayudará a revelar cómo nuestras tradiciones, tan básicas como la forma de comer, afectan al medio ambiente.

Y aunque se tiene la creencia que la publicidad solo tiene un fin: vender a toda costa, este tipo de iniciativas, que van más allá del accionar comercial, nos demuestran que el quehacer publicitario trasciende a un nivel en el que su poder de comunicación puede transformar a una sociedad.

A continuación, a través de este insumo investigativo, le proporcionaremos algunas herramientas a las personas para que cada vez sean más consciente del balance que debe existir entre consumo y cuidado, y al mismo tiempo se cuestionen acerca de su rol en la dinámica de consumo a la hora de alimentarse, en la que debe haber un segundo entendimiento, ya que la mayoría de los colombianos asumimos que no desperdiciamos alimentos y la realidad es que cuando nos vemos enfrentados al día a día, encontramos que botamos más comida de la que pensamos.

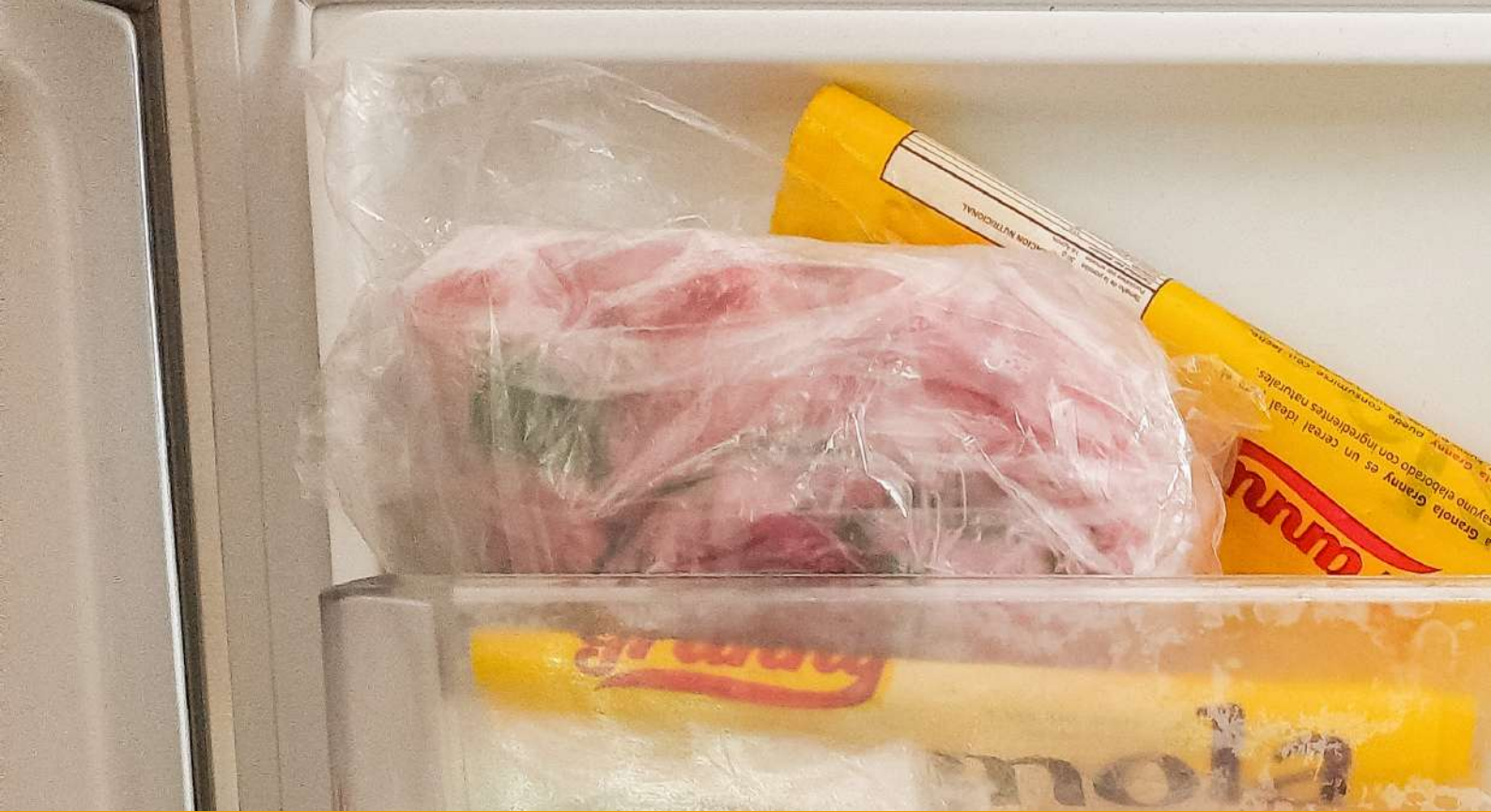
Este es el primer paso para, desde diferentes miradas, cambiar un comportamiento como sociedad y reevaluar muchos paradigmas como el de tener una mesa llena no siempre será sinónimo de abundancia.



Catalina Rodriguez Serrano  
Directora del Departamento de  
inteligencia y consumidor  
SANCHO BBDO







# 10 Realidades de la alimentación en Colombia

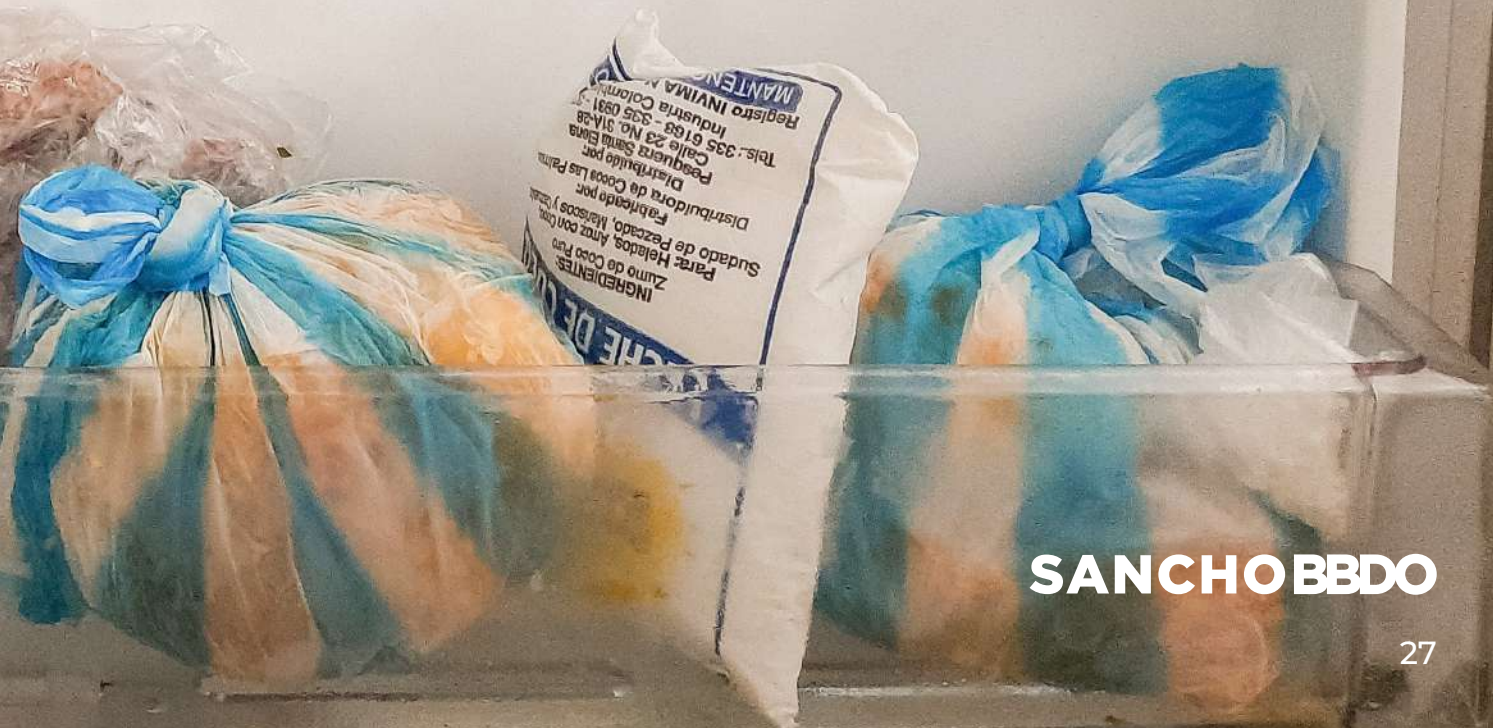


# 2.

**Temperatura Recomendados**

Control en el Congelador	Control Electrónico Interno en el Refrigerador
	REFRIGERATOR TEMPERATURE CONTROL (CONTROL DE TEMPERATURA REFRIGERADOR)  COLD (MENOS FRIO) COLDER (MAS FRIO) 
	REFRIGERATOR TEMPERATURE CONTROL (CONTROL DE TEMPERATURA REFRIGERADOR)  COLD (MENOS FRIO) COLDER (MAS FRIO) 

ME26887101




**SANCHOBBDO**

## **NO HAY UNA RELACIÓN ASOCIADA ENTRE LOS PROBLEMAS DEL MEDIO AMBIENTE Y LA ALIMENTACIÓN**

Las personas tienen una desconexión evidente entre lo que conocen como problemática ambiental, sostenibilidad y crisis climática, y la manera como compran y consumen alimentos. Para la mayoría no existe una relación clara y por lo tanto no tienen la información acerca de las acciones que podrían estar generando más daños al planeta. Las personas relacionan los temas medio ambientales o de crisis climática, con prácticas de reciclaje que realizan en sus hogares o con ahorro de energía y agua.

**La alimentación no hace parte de esa conversación.**





**A MAYOR CONOCIMIENTO  
Y RELACIÓN CON LA  
ALIMENTACIÓN, MAYOR  
CONCIENCIA FRENTE A LA  
PROBLEMÁTICA AMBIENTAL**

Las personas que tienen un conocimiento alto y sensibilidad en la cocina están en la capacidad de ser más sensibles sobre los desperdicios que se generan y los impactos que tienen en el medio ambiente.



20





## LA RELACIÓN CON LA ALIMENTACIÓN SE DA DESDE LA TRADICIÓN *(tradición campesina)*

La tradición está atada a la forma de comer de las personas, y es bastante difícil de modificar. Dado que la comida está profundamente conectada a las emociones, los recuerdos y la nostalgia.

*“Yo cocino así porque mi mamá me enseñó así”, “Siempre hemos comido así, esas porciones”.*

De esta forma, se evidencia que comer es un ritual altamente emocional en el que se recuerda el pasado y se genera nuevas relaciones familiares y sociales. Esta tradicionalidad la acompaña la herencia campesina, es parte de la conexión que las personas hacen con la naturaleza y la producción de los alimentos.





## SI ES TRADICIÓN ESTÁ “CORRECTO” Y NO HACE DAÑO

Para los entrevistados, las prácticas alimentarias que son heredadas y son parte de la herencia cultural de las personas no generan daños ambientales. Al estar atadas a las tradiciones de la gente no se ven como un peligro para la naturaleza, sino como prácticas de toda la vida que acompañan una enseñanza familiar. Por eso, por ejemplo, el gasto de agua innecesario para ciertas preparaciones, la decisión de botar ciertas partes de comida, o comer siempre lo mismo, son prácticas que se consideran correctas y buenas y que no esperan ser cambiadas.



# 5.

## LA ABUNDANCIA DE COMIDA ES SINÓNIMO DE BIENESTAR

En Colombia existe una relación muy estrecha entre la abundancia de la comida y la sensación de que todo esté bien. Durante las entrevistas, las personas afirmaban que se sentían mejor cuando la nevera estaba llena o cuando tenían la capacidad de comprar muchos alimentos. También se identificó que esta abundancia se hace tangible en la mesa de las personas, pues preparan y sirven sus alimentos con el fin de demostrar esa gran cantidad, que sí hay para todos también para repetir. No existe una consciencia clara de la necesidad de servir exactamente lo que se va a comer para no desperdiciar, sino que se prefiere mostrar la abundancia.



## **LA COMIDA SE ASOCIA CON COMPARTIR, ESTAR CON LA FAMILIA Y AMIGOS**

La alimentación tiene un significado social muy importante. Para las personas es esencial poder compartir sus alimentos y el proceso de compra, cocina y consumo. De esta forma, la preparación está cargada de significados asociados a la familia, al amor y a compartir con sus seres queridos, la alimentación se piensa como un momento social que todas las familias viven.







## EL CLIMA INFLUYE COMPLETAMENTE LA ALIMENTACIÓN DE LAS PERSONAS

Los factores climáticos como la temperatura ambiente y la humedad definen el relacionamiento que tienen las personas con la alimentación. La diferencia de temperatura define las prácticas de abastecimiento, consumo y almacenamiento de alimentos.

En este sentido es importante entender que en los climas cálidos la durabilidad de los alimentos es diferente que en climas fríos y por ende la forma como desechan también tiene diferencias, porque los desperdicios se descomponen más rápido.




## **HUERTA PROPIA, UNO DE LOS GRANDES DESEOS DE LAS PERSONAS, SIN EMBARGO EL ESPACIO Y EL TIEMPO NO SE LOS PERMITE**

Muchas personas reconocen que quieren sembrar sus propios alimentos, tener una huerta propia. Se evidencia que es un deseo heredado de prácticas campesinas.



**“Yo siempre  
he querido mi  
huerta pero  
¿dónde la  
pongo?”**






## **EN LA COMPRA, LAS PERSONAS BUSCAN EL PERFECTO BALANCE ENTRE PRECIO Y FRESCURA**

La situación actual del país impide que las personas puedan darse lujos a la hora de comprar alimentos. Sin embargo, sí tienen ciertos estándares alrededor de la frescura de estos. Es decir, los entrevistados piensan en comprar alimentos que se vean bien, y que parezca que duren, así no sean de la mejor calidad o los más finos. El aspecto visual de los alimentos juega un rol muy importante en la definición de esa frescura, sobre todo si el consumidor se siente inteligente al darse cuenta de que compró alimentos frescos, en buen estado y a buen precio.





10.



## **LA PARADOJA DE “LO VERDE”: LOS ALIMENTOS DE LA NATURALEZA NO LE HACEN DAÑO A LA NATURALEZA**

Por las asociaciones saludables y naturales que hay frente a los alimentos que salen de la tierra las personas piensan que lo que se siembra y se cultiva, al venir de la misma tierra, no representa un daño a la naturaleza. No ven una relación entre este tipo de alimentos y el cambio climático.



# **Del campo a la mesa, el proceso de alimentación**



# 3.



**SANCHOBDO**





Para entender la relación con la alimentación, se busca comprender la percepción de los entrevistados en cada uno de los puntos de la cadena de los alimentos. Estos puntos de contacto son: **la producción, la compra, el almacenamiento, el consumo/cocina y el desecho**. Cada momento conlleva una relación diferente con la alimentación y las concepciones, experiencias y emociones de las personas cambian.

En este capítulo se describe el proceso alimentario y las características que enmarcan estos momentos. Además se analiza como cambia la relación con la comida durante el transcurso de la cadena, se evidencia que las personas no son necesariamente conscientes de la cadena que tienen los alimentos, por lo que se busca durante la investigación entender las concepciones que se tienen.

# Relación con la alimentación

# Proceso por el que pasa la **alimentación**



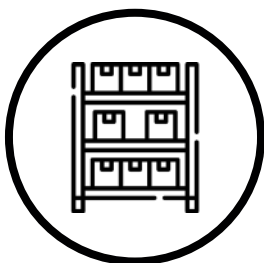
**1.**

Producción



**2.**

Compra



**3.**

Almacenamiento



**4.**

Cocina &  
Consumo



**5.**

Desecho y  
desperdicio



# 1. Producción



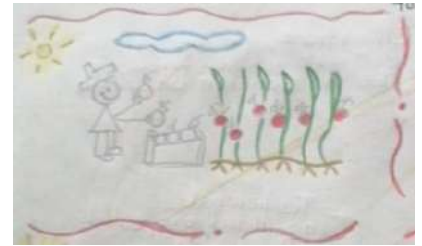
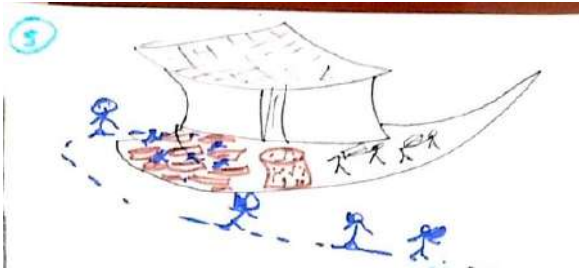
**1.** La producción es el punto de contacto con la alimentación más lejano para las personas.

**2.** Aunque las personas saben de dónde vienen los alimentos no conocen los impactos que tiene la producción.



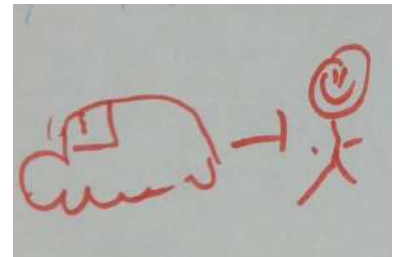
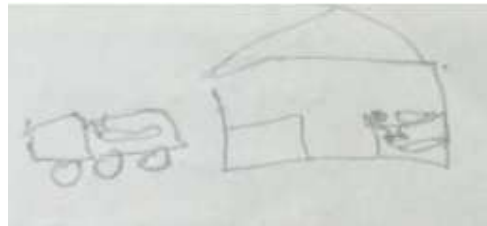
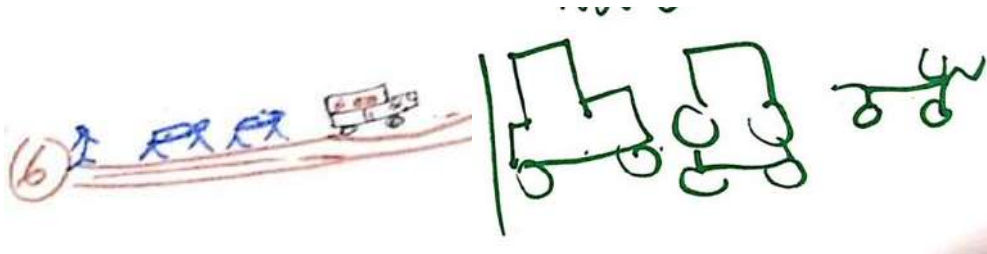
**3.** Para las personas, la producción se asocia al campo principalmente, todo nace de la naturaleza. No se piensa en producción industrial.



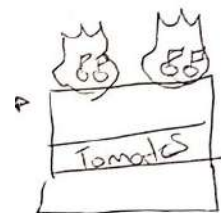
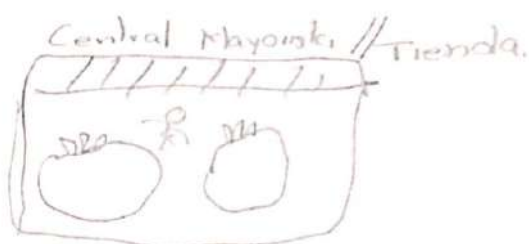
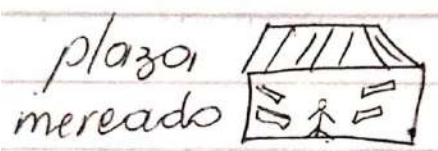


**2. El transporte es campo - almacén:** Las personas no consideran los intermediarios dentro del transporte de la alimentación, por lo que para ellos la relación con el campo y el almacén es directa, el intermediario es normalmente un camión.

camion  
Campo a la Empresa

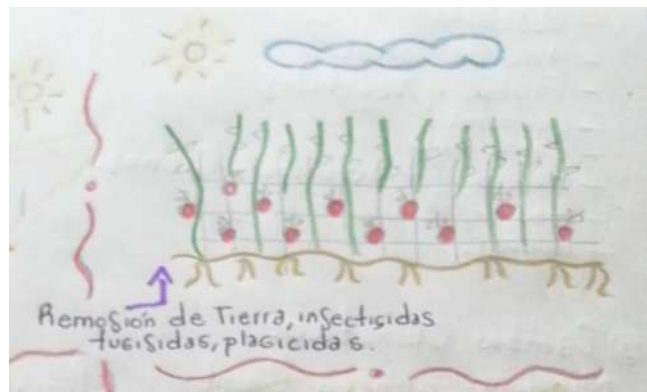


**3. Las marcas brillan por su ausencia:** En las cartografías las personas no plasman marcas o algún momento en el que el alimento represente una marca, no conocen cómo las marcas hacen su producción y piensan principalmente en el campo como el lugar donde nace todo.



**4. La gente considera que las afectaciones al medio ambiente se dan desde los insumos químicos que se usan para producir alimentos como pesticidas y plaguicidas. La principal tensión en este punto es que estas sustancias lleguen al plato de comida.**

Por otro lado, la otra afectación que más se señala es el transporte de los alimentos, pues la gente conoce la contaminación que los camiones generan. En esta misma línea están los centros de acopio, que según los entrevistados también generan contaminación por el desperdicio de comida.



6- El consumidor compra la leche, pero si no sabe desechar su empaque, esto también contamina el medio ambiente, por que algo que no se podía utilizar al 100%.





## COMPRA

SIGNIFICADO DE LA PRODUCCIÓN EN LA ALIMENTACIÓN:

## NATURALEZA

Las personas no conocen el impacto que tiene la producción de alimentos en el medio ambiente. El 65% de las personas creen que se puede hacer producción de alimentos sin tener un impacto negativo en la naturaleza y el 62% cree que la producción de alimentos solo contamina por el uso de pesticidas.



## 2. Compra

### La compra es el momento de mayor tensión para las personas en su relación con la alimentación

Las personas reconocen no pensar de dónde vienen los productos cuando compran o consumen alimentos. Es un momento que aunque es conocido por las personas no es consciente ni recurrente para ellos. Por lo tanto, no se cuestionan de dónde vienen los alimentos ni tampoco buscan la información.



*“Yo sé que lo que como viene del campo porque mi tía tenía una finca, pero no sé cómo lo cultivan y qué cosas se necesitan para eso”*

*“Normalmente no me pongo a pensar de donde viene lo que como, solo voy al supermercado y compro las mismas marcas siempre”*

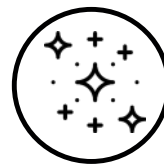
*“Con el afán de la cocina no es que tenga mucho tiempo para pensar en eso, lo que si hago es mirar que sean productos bajos en grasa”*

## 5 grandes tensiones que están ligadas al proceso de compra



**1.**

Frescura



**2.**

Estética



**3.**

Precio



**4.**

Lugar



**5.**

Variedad

## 1 - FRESCURA

**Buscar productos frescos es una de las principales necesidades cuando se trata de comprar**

Las gente siempre esta buscando lo mejor para ellos o para su hogar, en ese sentido, tener los productos más frescos es muy importante para el consumidor, le da al producto una mayor sensación de longevidad, limpieza y frescura.

Una manera de encontrar esa frescura es poner atención a las fechas de vencimiento y encontrar técnicas que les permitan comprar los productos más frescos en el mercado.

**El 94,5%** de las personas considera importante la frescura y el **94,5%** considera importante la fecha de vencimiento de los productos al momento de comprar alimentos.



*“Cuando voy a comprar lo de plaza a mi me gusta escoger lo que está en la parte de atrás de los estantes porque es lo más fresco”*

*“Yo sé que tengo que ir los sábados a comprar al fruver porque esos días llega el camión y uno puede elegir lo más bonito, sino se queda con lo última y ya todo esta maguyado”*

*“Compro lo que tiene fecha de vencimiento más largo, eso quiere decir que no lleva mucho tiempo reposado en la tienda”*



## 2 - ESTÉTICA



### La necesidad de buscar productos que se vean en buen estado está latente todo el tiempo

La estética que tiene el producto es muy importante para el consumidor, es uno de los puntos más importantes que conducen la decisión de compra. **La frescura y la calidad es identificada por cómo se ve el producto.**

Esta forma de pensar ha llevado a los consumidores a dejar de lado los factores nutritivos para darle más peso a cómo se ven los alimentos.

**80,8%** de las personas consideran que la estética y la buena apariencia de los alimentos son características importantes al momento de comprar



*“Me demoro un poco comprando porque para elegir un producto el empaque tiene que estar bien, si está como golpeado o se ve muy viejo no lo compro, porque uno no sabe cuanto tiempo lleve eso ahí”*

*“Me gusta comprar más en el fruver que en la plaza porque las cosas se ven más bonitas, son brillantes y están mejor empacadas”*

*“Para elegir la fruta que voy a comprar miro si tiene algún moradito o si se ve como maguyada, esa fruta no la compro porque se daña más rápido y pierdo mi dinero”*

## 3 - PRECIO




### ¿Qué tan importante es el precio como una característica de compra en cada uno de los estratos?

Para los estratos 1 y 2 el precio tiene una relevancia del 88,3%, para los estratos 3 y 4 es de 86,7%, y para el 4 y 6 del 83,5%, porcentajes que no son muy diferentes entre sí. Por lo que se puede concluir que **sin importar la condición socioeconómica**, las personas siempre buscan economizar al momento de comprar.

El **86%** de las personas considera importante el precio al momento de comprar alimentos.

**Pta.** Haciendo uso de una escala de 1 a 5 donde 1 es poco importante y 5 muy importante, ¿Qué tan importante son para usted, cada uno de los siguientes elementos, al momento de comprar alimentos?

 <b>El precio de los alimentos</b>	Estrato agrupado		
	1-2	3-4	5-6
	88,3%	86,7%	83,5%

**La gente está dispuesta a ir a varios supermercados o plazas con el objetivo de economizar.**

Debido a la situación actual y con una economía que recién empieza a recuperarse debido a la pandemia, las personas buscan las mejores opciones para su bolsillo sin arriesgar la frescura y calidad de los alimentos que consume, por esta razón, encontrar productos que le brinden la mejor relación calidad vs precio se convierte en toda una aventura.



*“Antes comprábamos todo en gran superficie, pero una vecina me dijo que en un supermercado de acá del barrio le salía más económico y desde ahí todo lo compramos por acá cerca”*

*“Lo de mercado lo compro en un supermercado acá del barrio pero lo de aseo y algunas cosas de comida en una tienda de bajo costo porque sale más barato”*

*“Para comprar las frutas y eso voy a la plaza los domingos bien temprano, uno encuentra las cosas más baratas y también lo más bonito”*

**4 - LUGAR**



**Aunque hay gran variedad de lugares para la compra de alimentos, las personas siempre terminan comprando en los mismos sitios.**

Los supermercados son la primera opción que tienen los colombianos para la compra de alimentos, en segundo lugar tiendas de conveniencia siguen siendo los lugares predilectos para la comprar de diferentes categorías de alimentos.

Lo único en donde no reinan ni los supermercados ni tiendas de conveniencia son en la repostería y pandería.

*“Siempre vamos a ese supermercado porque allá encontramos de todo y no tenemos que ir a otros lugares”*

*“Desde que tenemos esta tienda cerca vamos a comprar allá porque se encuentran los mismos productos que en otros sitios pero más económicos”*

*“Me acuerdo que de pequeña íbamos a ese supermercado a comprar el mercado y ahora que tengo mi propia casa siempre voy a merchar allá”*



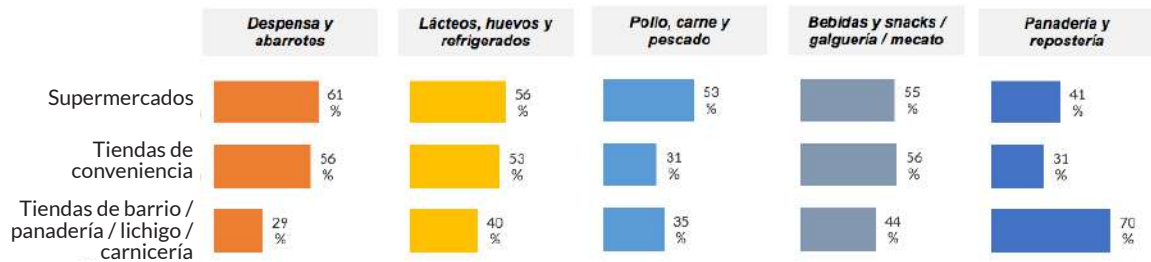




DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR

SANCHO BBDO

**Pta.** ¿Dónde compra habitualmente los siguientes tipos de alimentos?



## 5- Variedad

**La compra es un proceso muy monótono, las personas buscan comprar lo mismo siempre y la variedad no es parte de su rutina.**

Por tiempo y economía, la gente está acostumbrada a hacer el mismo mercado siempre, por no salirse de su presupuesto o también porque no tienen tiempo para comprar cosas nuevas y crear nuevos platos en la cocina. Las personas creen que su alimentación es variada pero tienen que repetir algunos alimentos debido a que sus hábitos de compra son siempre los mismos (compran en los mismos lugares, las mismas marcas y los mismos alimentos).

- El **43,7%** de las personas considera que su alimentación es lo suficientemente variada, aunque repite alimentos como el arroz, el café, etc. Y el **29,8%** considera que su alimentación es poco variada, por lo que suele comer varios días a la semana uno o dos alimentos repetidos

## COMPRA

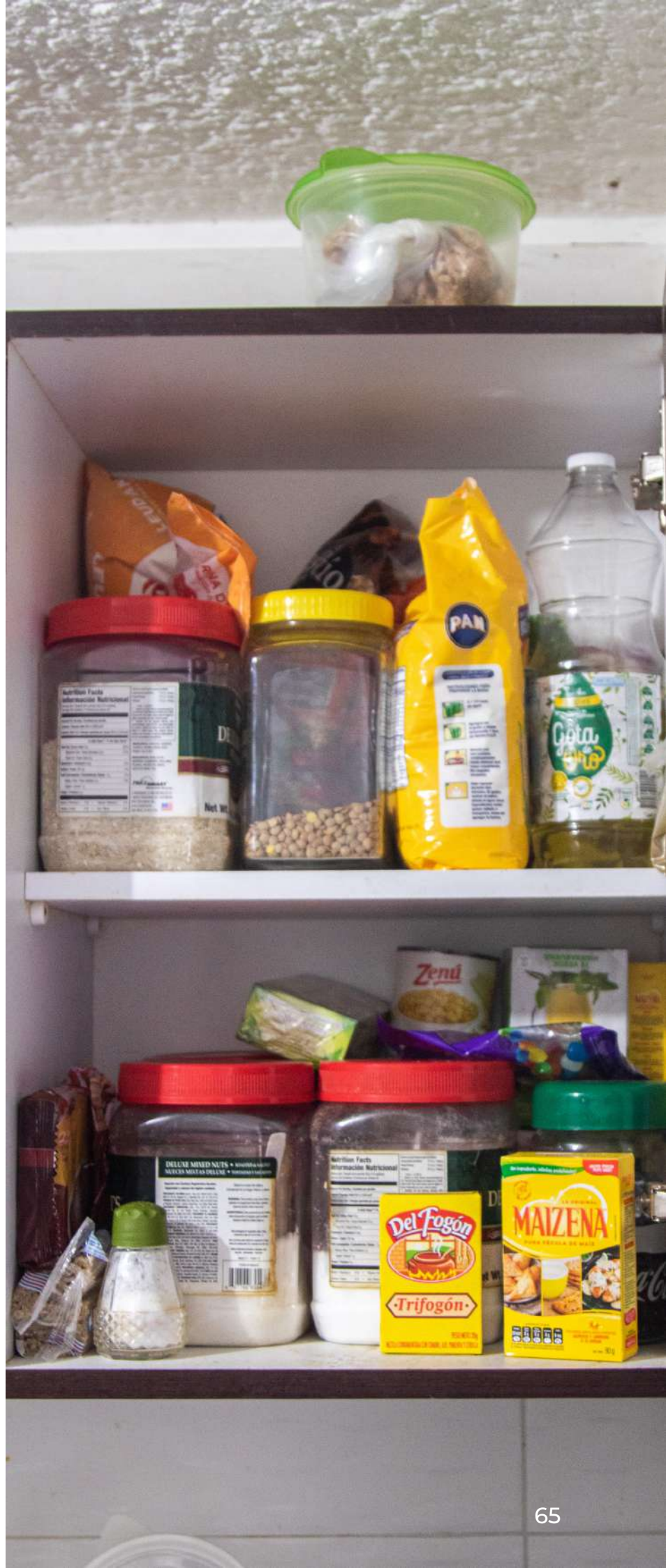
**SIGNIFICADO DE LA COMPRA EN LA ALIMENTACIÓN:**

### ABUNDANCIA

La abundancia es sinónimo de bienestar, por lo que una nevera vacía no es algo que este bien visto.

El comprar en cantidad le da a las personas una sensación de seguridad, suplir la necesidad de ser precavidos y sentirse satisfechos.







# ¿Cómo compran los Colombianos?

## 01. Drivers de compra de alimentos

**Pta.** ¿Cuáles de estas características son importantes para usted a la hora de comprar alimentos?

		 Hombres	 Mujeres
Que tengan menos químicos	60%	56,5%	61,4%
El precio de los alimentos	59%	57,1%	60,0%
Que tengan menos grasas	53%	50,2%	54,9%
Que sean menos procesados	53%	46,6%	56,4%
Que tengan menos azúcar	52%	46,8%	55,9%
Que tengan menos sal	34%	31,3%	35,0%
Que sean orgánicos	27%	27,2%	27,1%
Que sean nacionales	26%	26,3%	25,0%
Que tengan menos empaques	21%	19,2%	22,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Las características más importantes a la hora de comprar alimentos se basan en cosas que afectan a la salud o al bolsillo de las personas, el uso de químicos (**60%**), la cantidad de grasa (**53%**) y el precio (**59%**). Sin embargo las características que tienen que ver con el ambiente pasan a un segundo plano como el uso de menos empaques (**21%**)

Las mujeres le ponen más atención a la composición de los alimentos como una característica importante a la hora de comprar alimentos, para ellas es más importante que los alimentos sean menos procesados o que tengan menos grasa o azúcar.

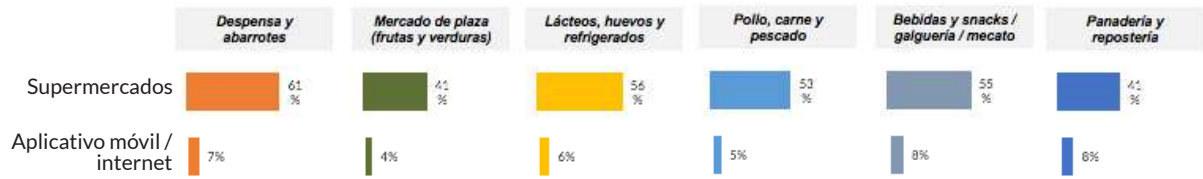
## 02. Lugar y frecuencia de compra por categoría de alimentos

El **64%** de las personas afirma que es importante comprar productos locales y la mayoría de alimentos se siguen comprando más en supermercados o tiendas de conveniencia.

Sin embargo, este porcentaje se reduce en la categoría de fruiter ya que aunque el **41,7%** de las personas lo compra en supermercados, el **37,2%** lo hace directamente en la plaza de mercado.

El uso de aplicativos móviles para la compra de alimentos sigue siendo bajo comparado con la compra de alimentos en lugares físicos, a continuación se expone un gráfico que muestra la comparación de porcentajes diferenciados por categoría de alimentos:

**Pta.** ¿Dónde compra habitualmente los siguientes tipos de alimentos?



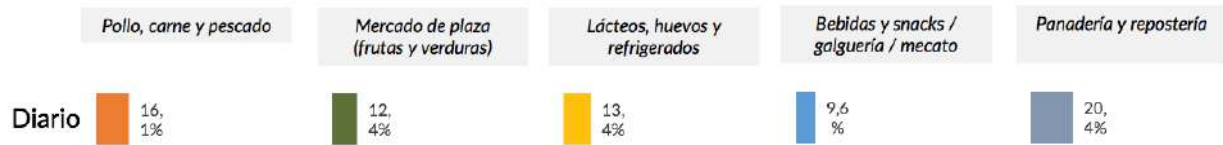
Las bebidas y snacks son el tipo de alimento que más se compra utilizando el canal digital. El **8,1%** de las personas encuestadas compra esta categoría de alimentos utilizando aplicativos móviles.

Bases de calculo:  
Base total: 2092



El pan es lo que más frecuencia de compra tiene. Las personas siguen comprando el pan en las panadería tradicionales pues el pan caliente sigue siendo un deseado por los colombianos.

**Pta.** ¿Con qué frecuencia suele comprar cada uno de los siguientes tipos de alimentos?



Alimentos de panadería y repostería son los que se compran con mayor frecuencia, un **20,4%** de los encuestados compran este alimento a diario, seguido de pollo, carne y pescado con un **16,1%**, lácteos, huevos y refrigerados con un **13,4%**, mercado de plaza (frutas y verduras) con un **12,4%**, y por último bebidas y snacks **9,6%**

La panadería y repostería siguen siendo alimentos propios de barrio, aunque la mayoría de alimentos se compran en supermercados, un **69,8%** de los encuestados aún prefiere comprar este tipo de alimento en las tiendas de barrio.



### 03. Comportamiento de compra de alimentos por estratos

#### Despensa y abarrotes (arroz, granos, pasta, azúcar, conservas)



	Estrato		
	1-2	3-4	5-6
Supermercados	39,2%	66,6%	80,7%
Tiendas de conveniencia	55,5%	57,5%	55,7%
Tienda de barrio /Panadería /líchigo/ carnicería	40,5%	26,3%	16,9%
Fruver grande / frigorífico de carnes	9,5%	12,4%	8,0%
Graneros y minimercados	28,6%	22,5%	14,6%
Plaza de mercado / de abastos	16,1%	16,5%	10,3%
Aplicativo móvil / internet	3,8%	7,9%	9,4%

#### Mercado de plaza (frutas y verduras)



	Estrato		
	1-2	3-4	5-6
Supermercados	23,4%	41,0%	62,9%
Tiendas de conveniencia	20,4%	21,9%	23,8%
Tienda de barrio /Panadería /líchigo/ carnicería	36,9%	25,0%	18,4%
Fruver grande / frigorífico de carnes	37,4%	42,8%	36,4%
Graneros y minimercados	19,7%	21,9%	15,8%
Plaza de mercado / de abastos	40,0%	39,3%	32,1%
Aplicativo móvil / internet	2,0%	4,4%	6,4%





Para los estratos **1 y 2**, la tienda de barrio es el mejor lugar para comprar sus productos de alimentación. Esto se debe a que en estos estratos la compra de alimentos se hace al diario y la tienda de barrio es el canal tradicional que mejor permite la compra a granel, una compra que no se planea tanto y es más por conveniencia.



Mientras que el **40%** de las personas de estratos **1 y 2** prefieren comprar frutas y verduras directamente de la plaza de mercado, el **62,9%** de las personas estrato **5 y 6** prefiere comprarlas en supermercados, esto se debe a que en los supermercados las frutas y verduras se venden en una presentación percibida como más estética y esto hace que el producto se perciba en mejor estado.



Sin importar la categoría de alimentos, los estratos **5 y 6** prefieren comprar en supermercados. Además, son los que mejor se adaptan a otros canales de compra poco convencionales como las aplicaciones móviles



## Lácteos, huevos y refrigerados



### Estrato

	<b>1-2</b>	<b>3-4</b>	<b>5-6</b>
Supermercados	35,9%	57,8%	77,6%
Tiendas de conveniencia	51,5%	56,7%	49,8%
Tienda de barrio /Panadería /líchigo/ carnicería	52,5%	37,7%	26,9%
Fruver grande / frigorífico de carnes	11,9%	11,6%	10,7%
Graneros y minimercados	18,9%	17,6%	10,5%
Plaza de mercado / de abastos	14,7%	16,3%	10,8%
Aplicativo móvil / internet	3,3%	7,3%	9,4%

## Pollo, carne y pescado



### Estrato

	<b>1-2</b>	<b>3-4</b>	<b>5-6</b>
Supermercados	32,5%	55,6%	73,3%
Tiendas de conveniencia	29,2%	31,2%	32,8%
Tienda de barrio /Panadería /líchigo/ carnicería	47,8%	33,3%	22,0%
Fruver grande / frigorífico de carnes	25,6%	31,4%	29,3%
Graneros y minimercados	13,7%	11,6%	7,3%
Plaza de mercado / de abastos	23,2%	22,3%	17,3%
Aplicativo móvil / internet	1,6%	6,3%	7,4%

Las personas de estrato **5 y 6** suelen comprar con menor frecuencia productos de panadería y repostería que las de otros estratos, pero compran con mayor frecuencia frutas y verduras.

## Bebidas y snacks / galguería / mecato



### Estrato

	<b>1-2</b>	<b>3-4</b>	<b>5-6</b>
Supermercados	34,9%	58,5%	75,3%
Tiendas de conveniencia	51,9%	59,9%	57,7%
Tienda de barrio /Panadería /líchigo/ carnicería	55,7%	43,1%	31,2%
Fruver grande / frigorífico de carnes	5,3%	7,8%	7,6%
Graneros y minimercados	16,8%	16,0%	8,6%
Plaza de mercado / de abastos	7,0%	8,4%	5,8%
Aplicativo móvil / internet	3,6%	7,4%	14,0%

## Panadería y repostería



### Estrato

	1-2	3-4	5-6
Supermercados	24,2%	40,1%	60,5%
Tiendas de conveniencia	27,2%	35,2%	30,9%
Tienda de barrio /Panadería /líchigo/ carnicería	80,1%	72,1%	55,7%
Fruver grande / frigorífico de carnes	4,4%	7,0%	4,9%
Graneros y minimercados	7,6%	10,1%	5,9%
Plaza de mercado / de abastos	6,2%	5,7%	5,9%
Aplicativo móvil / internet	2,8%	7,9%	12,9%

## ¿Qué podemos decir del proceso de compra de los colombianos?

La compra es la fase del proceso de alimentación más tensionante para las personas debido a que se encuentra lleno de contradicciones.

> Aunque Colombia es un país donde se da gran variedad de alimentos, la variedad es una de las cosas que menos se ve en la dieta de los colombianos. Suelen comprar los mismos alimentos y de las mismas marcas.



> Aunque las personas buscan economía y por ello están dispuestas a comprar alimentos en diferentes lugares terminan comprando siempre en los mismos sitios.



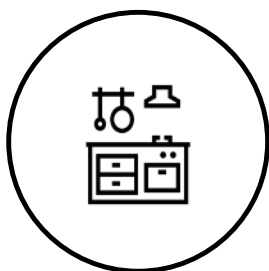
> Aunque se asocia la comida al compartir y la compañía, el proceso de alimentación sigue siendo visto desde el individualismo, las personas no ven las consecuencias sociales y ambientales que implica el proceso de compra de sus alimentos



# Existen tres motivadores para almacenar correctamente



**1.**  
Evitar  
plagas



**2.**  
Organizar  
la cocina



**3.**  
Durabilidad  
de los  
alimentos





# 3. Almacenamiento.





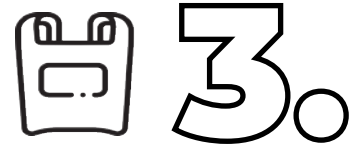
## El almacenamiento varía dependiendo de la ciudad de vivienda

El clima es una de las principales variaciones dentro de las estrategias de almacenamiento, se evidencia una alta necesidad de refrigerar las cosas en climas con mayor calor y donde los productos corren un riesgo de vencerse más rápido.



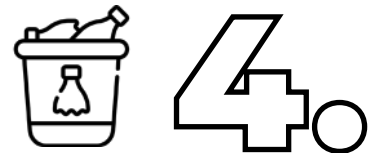
## **El almacenamiento es un reflejo de la relación que tienen las personas con la comida**

Según la manera como las personas organizan su comida, se muestra también el interés que tienen en la alimentación y en la cocina. Las personas más cuidadosas buscan almacenar de manera organizada y limpia, mientras que se evidencia descuido en personas que no tienen una alta relación con la alimentación.



## **El plástico es el método más frecuente para almacenar**

Tanto los envases de plástico, como las bolsas, son los principales elementos que se utilizan para el almacenamiento, las personas tienen la sensación de que los productos perduran más si están almacenados en plástico.



## **La reutilización es el pilar del almacenamiento**

Se convirtió en un hábito reutilizar frascos de diferentes productos para almacenar los alimentos como el arroz, el azúcar, la sal o los granos. Las personas usan este método como una estrategia que les permite almacenar de mejor manera sin gastar de más. Además, la reutilización de estos frascos también los ayudan a la organización de su cocina.



# 5.

## La búsqueda de la frescura

Toda la idea detrás de las muchas técnicas de almacenamiento que tiene la gente dependiendo de su ciudad tiene un objetivo primordial, que es mantener la frescura de los productos que compran, para así cumplir el plan que tienen para su alimentación diaria, semanal o mensual; dependiendo de cómo planifiquen su mercado.

## 4. Consumo, cocina

### Algunos datos importantes sobre el consumo de alimentos de los colombianos



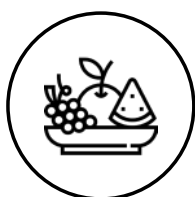
El promedio de veces que comen los encuestados es de **3.75** comidas al día. Comparado con esta cifra, en los estratos 1 y 2 el promedio baja a **3.45** y en los estratos 5 y 6 sube a **4** comidas por día.



EL **87%** de las personas come en promedio 3 a 5 veces al día. Además de consumir las comidas principales (desayuno, almuerzo y comida), la mayoría suelen consumir una comida adicional en la tarde, un **45%** afirma consumir onces entre el almuerzo y la cena.



Bucaramanga es la ciudad dónde se alimentan con mayor frecuencia durante el día, el promedio nacional de consumo de comidas entre 3 y 5 veces al día es de **85,4%**, en Bucaramanga esta cifra asciende a **90%**



Al indagar sobre aspectos que las personas consideran importantes al momento de consumir alimentos, afirmaron que sus tres prioridades son no desperdiciar alimentos (**93%**), comer más frutas y vegetales que otros alimentos (**85%**) y comer más variado (**84%**).



Un **90,5%** estaría dispuesto a aprender a cocinar nuevos alimentos con el fin de comer más variado.

Debe tenerse en cuenta que estas cifras corresponden a lo afirmado por las personas en las encuestas efectuadas en el marco de este estudio. Sin embargo, deben contrastarse con otros, como los revelados por el DANE, por ejemplo, donde se da cuenta de otros factores y donde las cifras de número de comidas al día son menores, en particular, en el contexto del alza de precios en el país.



## 1. ¿Cómo comen los colombianos?

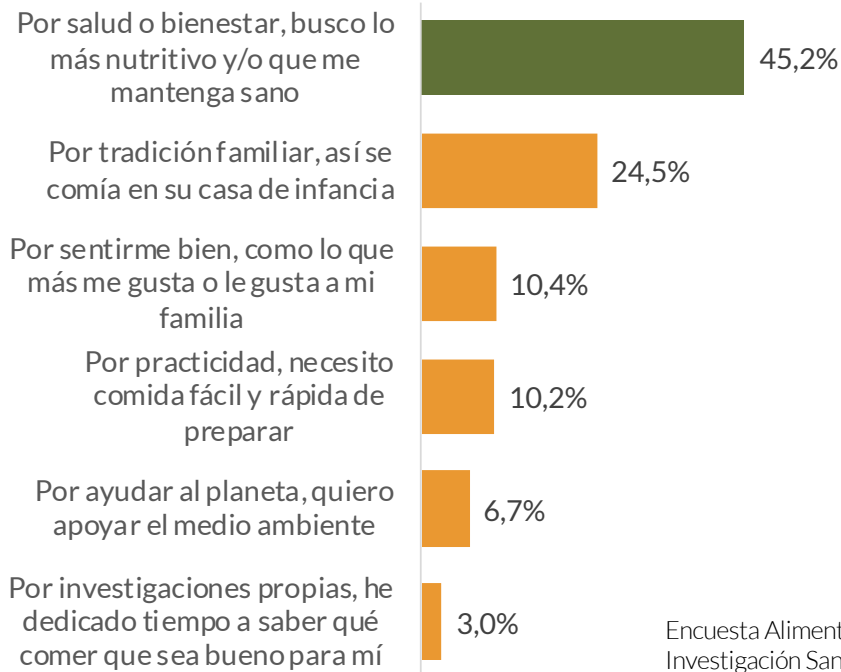
01. Origen de los hábitos alimenticios

02. Composición dietaria

03. Cambios en la alimentación

## 01. ORIGEN DE LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS

**Pta.** ¿Cuál de estas razones cree que es la que más ha definido la forma en que usted come actualmente?



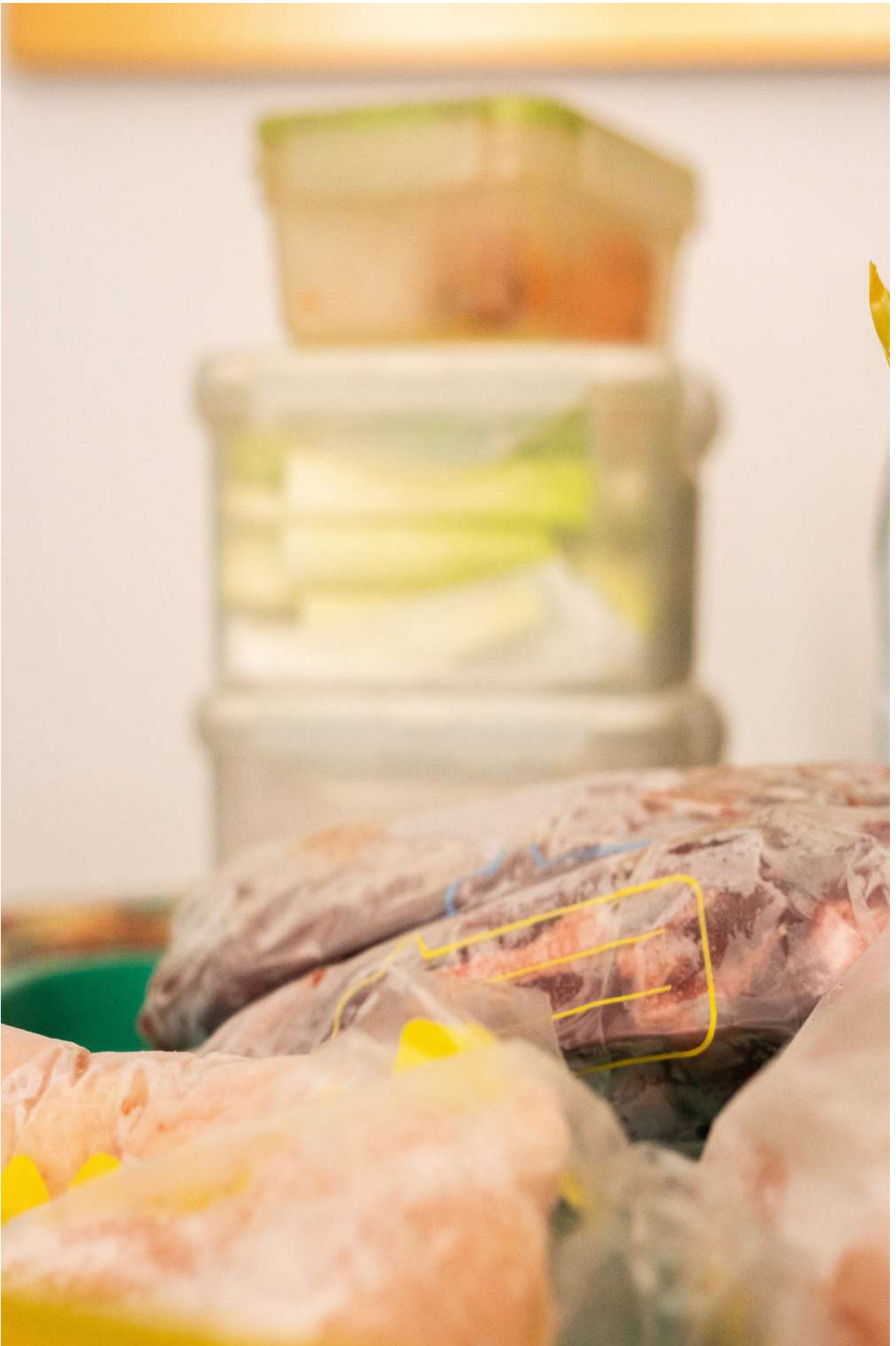
Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 2.092 personas.

Actualmente la forma de comer de los colombianos está definida por la salud o el bienestar, por lo que se preocupan por consumir alimentos que les permitan llevar una vida balanceada.

La segunda razón que define la forma en la que comen es la tradición familiar, esto quiere decir que la forma de cocinar los alimentos está ligada a una transmisión de conocimientos y sus hábitos alimenticios se ven condicionados por la forma en la que fueron educados cuando eran pequeños.

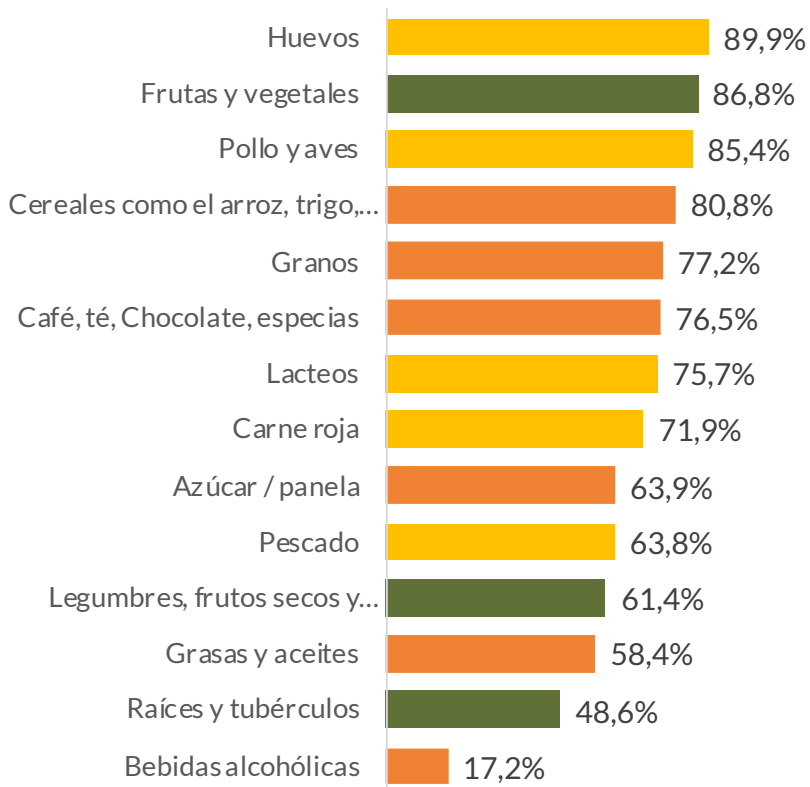






## 02. COMPOSICIÓN DIETARIA

**Pta.** Elija de los siguientes grupos de alimentos los que usted suele incluir en su alimentación.



### ¿Qué es lo que más consumimos?

El huevo es la proteína estrella para los colombianos. Es el alimento que más se incluye en las dietas de las personas, un **89,9%** dice que es parte frecuente de su alimentación.

Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 2.092 personas.



## ¿Qué es lo que más consumimos? Composición dietaria por estratos

**Pta.** Elija de los siguientes grupos de alimentos los que usted suele incluir en su alimentación.

### Top 5 de alimentos que más se consumen por estrato.

#### Estrato 1 y 2

Huevos	90,4%
Frutas y vegetales	84%
Pollos y aves	83,3%
Cereales como el arroz, trigo, cebada	81,3%
Granos	80,1%

#### Estrato 3 y 4

Huevos	89,4%
Frutas y vegetales	88,6%
Pollos y aves	85,9%
Cereales como el arroz, trigo, cebada	82,9%
Granos	78,1%

#### Estrato 5 y 6

Huevos	89,9%
Frutas y vegetales	88,4%
Pollos y aves	87,4%
Cereales como el arroz, trigo, cebada	78,3%
Granos	78,2%

**La composición dietaria de todos los estratos es parecida**, los alimentos que más comen son huevos, frutas y vegetales y pollo y aves.

Sin embargo se presentan las siguientes diferencias:

- En el estrato 1 y 2, los granos parecen como alimentos de uso frecuente con un 80,1%, esto se debe a que este alimento es uno de los más baratos en el mercado y no se daña con facilidad.
- En el estrato 3 y 4 los lácteos con un 78,1% se incluyen más que en los otros estratos.

En el estrato 5 y 6

- aparecen alimentos que satisfacen necesidades de indulgencia como el café, té, chocolate, especias con un 78,3%.

**Pta.** ¿Cuántas veces a la semana consume arroz?

## ¿Qué es lo que más consumimos?

Estrato agrupado



### Consumo de arroz semanal

1-2	3-4	5-6
5,40%	5,09%	4,71%

El arroz es un alimento primordial en la cocina colombiana. En promedio las personas consumen 5 veces arroz en la semana y tienen mayor frecuencia de uso en los hogares estratos 1 y 2.



**Pta.** ¿Cuántas frutas distintas comió esta semana en su casa?

Estrato agrupado



### Promedio de consumo de frutas distintas

1-2	3-4	5-6
3,89%	4,43%	4,53%

El **84%** de las personas considera importante consumir alimentos variados

## Variedad ¿Qué es lo que más consumimos?

En promedio los colombianos comen 4,26 frutas distintas a la semana, Sin embargo, en los estratos 1 y 2 ese promedio baja a 3,89.

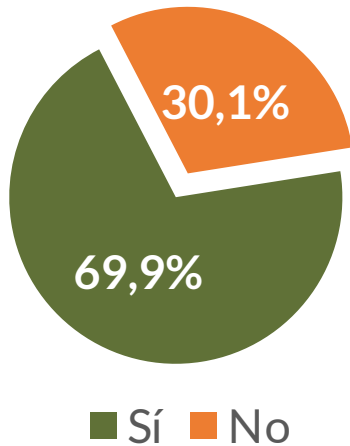


## 02. CAMBIOS EN LA ALIMENTACIÓN

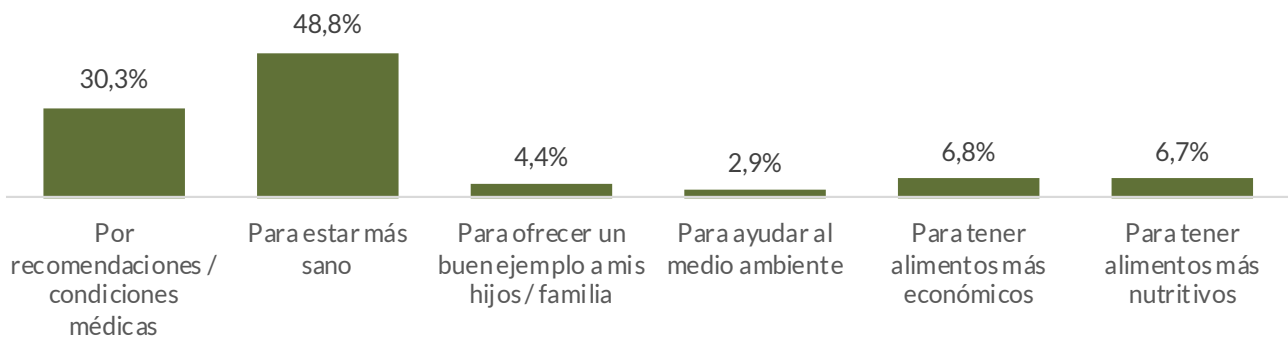


**Pta.** ¿Ha realizado algún cambio significativo en su forma de comer en los últimos 2 años?

### Cambios en la alimentación



Un **69,9%** de las personas han realizado cambios en su alimentación motivados por estar más sanos, un **48,8%** de los encuestados afirman que esta es la principal razón por la que cambió su forma de comer. Es interesante observar que ayudar al medio ambiente se encuentra en último lugar con un **2,9%**, por lo que hay una relación directa entre alimentación y salud, pero **cuando se habla de comida las personas no lo relacionan con el medio ambiente o no es un detonante para el cambio en sus hábitos alimenticios.**



Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 2.092 personas.





**Pta.** ¿Ha realizado algún cambio significativo en su forma de comer en los últimos 2 años?  
¿Qué razones lo motivarían a hacer un cambio en su dieta?



Estrato

¿Ha realizado algún cambio significativo en su forma de comer en los últimos 2 años?	Estrato		
	1-2	3-4	5-6
Si	68,1%	70,4%	71,5%
No	31,9%	29,6%	28,5%
<b>¿Qué razones lo motivarían a hacer un cambio en su dieta?</b>			
Por recomendaciones / Condiciones médicas	30,4%	32,0%	28,7%
Para estar más sano	43,9%	50,2%	53,0%
Para ofrecer un buen ejemplo a mis hijos/familia	5,8%	2,9%	4,4%
Para ayudar al medio ambiente	2,0%	2,5%	4,4%
Para tener alimentos más económicos	10,8%	5,4%	3,5%
Para tener alimentos más nutritivos	7,1%	7,0%	6,0%

- El porcentaje de personas que harían un cambio en su dieta motivadas por ayudar al medio ambiente es bajo, no hay cambio considerable entre los porcentajes por estratos.
- Para los estratos 1 y 2 el tener alimentos más económicos representa una razón importante para cambiar la forma en la que comen.

# Realidades sobre el consumo

## Antes de cocinar hay que limpiar

En climas fríos, como Bogotá por ejemplo, las personas solo suelen lavar sus manos antes de empezar a cocinar para no contaminar sus alimentos. En climas más cálidos, antes de empezar a cocinar no solo lavan sus manos sino también las herramientas de cocina que vayan a usar (ollas, sartenes) para quitar plagas y proteger sus alimentos.



## Consumo / Cocina



*“Acá por ser tierra caliente toca estar lavando la loza a cada rato, uno ve que le pasan bichos por la noche entonces es mejor cuidarse de una enfermedad”*

*“Toca dejar toda la comida tapada o en la nevera porque si la dejo por fuera se me entran una manada de mosquitos”*

*“Yo creo que lo que más gastamos es agua por lo que toca lavar las cosas de la cocina a cada rato, tanto los alimentos, como las ollas o los pocillos toca antes y después de comer,”*





## Mejor que sobre a que falte

Las personas no tienen muy claras las medidas a la hora de cocinar, esto genera sobras que a veces se reutilizan al día siguiente, o lo reciben los perros, o se usa como abono pero si nada de eso pasa se desecha.

Culturalmente los colombianos están acostumbrados a que la comida sobre porque esto les brinda una sensación de bienestar.



*“Para el almuerzo yo prefiero cocinar un poquito de más por si llega alguien”*

*“Prefiero que me sobre comida a que llegue alguien y no tenga nada para darle”*

*“Yo no boto comida, acá cuando sobra arroz se lo damos a los perritos de las calle”*

## Cocinar es una muestra de cariño

Para las personas no solo hay una conexión con lo tradicional, también existe una relación entre la comida y el afecto. Varias personas afirman que el ingrediente más importante es el amor, esto revela que una vez que hay un conocimiento relativamente profundo sobre la cocina, los procesos y las preparaciones son mucho menos rígidas, siendo ese el toque o el amor en las preparaciones.



*“Lo que me pone más feliz es cuando les sirvo a mis hijos la comida y ellos no dejan nada, eso quiere decir que les gusto y yo por eso es que cocino”*

*“Cuando viene toda la familia me gusta hacer una comida especial, yo creo que es la forma de demostrar cuanto los quiero”*

*“Para mi lo importante es que no dejen nada en el plato, me siento bien cuando terminan de comer y se les nota en la cara lo mucho que les gustó”*

## La cocina es un momento para lucirse

Las personas buscan agradar y compartir con otras personas cuando cocinan. Por esa razón, este proceso es el de mayor socialización de la alimentación. Su valor social radica en entregarle a otros algo que la persona preparó y a través de esta entrega demostrar las habilidades de cocinar. Ser un buen cocinero es parte del orgullo de las personas.



*“Yo sé que cocino rico y lo que le gusta a la gente que vienen a comer, por eso no me gusta probar nuevos platos porque tal vez no me quede con la misma sazón”*

*“A mi siempre me dicen que me quedan de buen sabor las cosas, desde pequeño me lo dicen”*

*“La mejor recompensa es cuando me piden más comida porque quedó muy rico, ese es el mejor regalo”*

## La tradición se vive en la cocina

La cocina y la mesa son espacios de socialización pero también en varios casos, dependiendo de que se prepare, son espacios para reconectarse con lo tradicional y las costumbres tanto familiares como a nivel país. La cocina y la mesa facilitan espacios para mantener vivas las tradiciones.



*“Cuando nos sentamos a comer todos me acuerdo de cuando era niña”*

*“La forma de cocinar se la saqué a mi mamá, ella me enseñó como unos trucos y así es como yo cocino”*

*“Acá la cocina es donde se habla, mientras uno hace el almuerzo todos vienen acá y adelantamos cuaderno”*



Significado del  
consumo/Cocina  
en la alimentación

## Tradición

Nuestros hábitos alimenticios son heredados, por lo que condicionan la forma en la que compramos, preparamos y consumimos alimentos.

# 5. Desecho y desperdicio



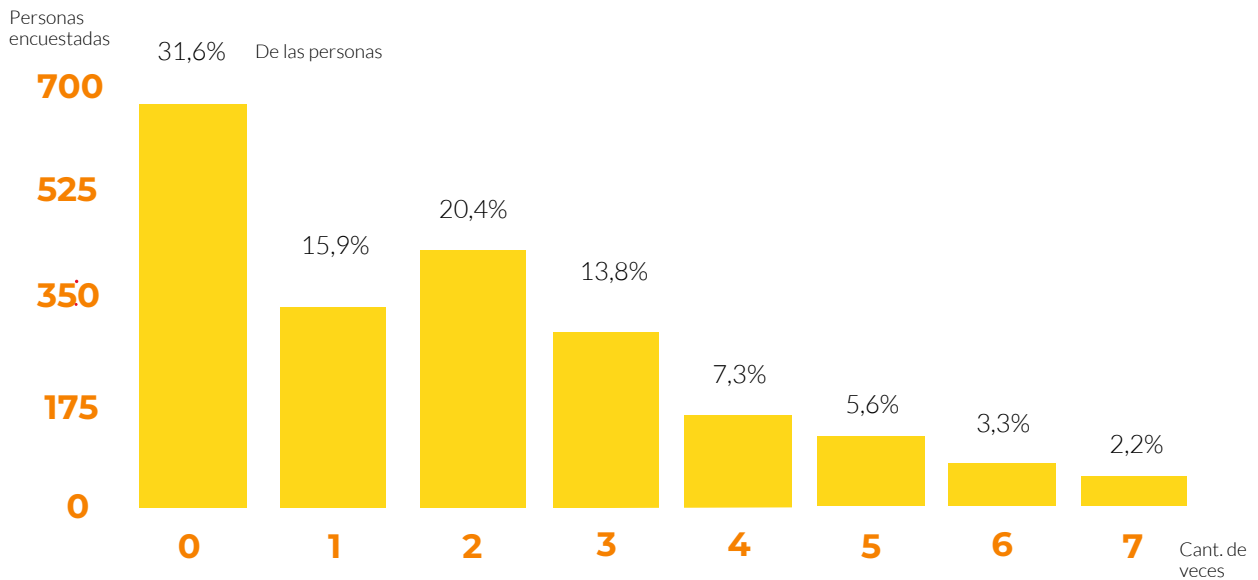


## La disonancia del no desperdiciar:

Muchas de las personas declaran que no desperdician comida por diferentes factores morales y religiosos como el pecado y el desperdicio en tiempos de crisis. Sin embargo, cuando entramos a sus cocinas todas las personas generan desperdicios con diferentes grados de conciencia.

## ¿Qué tanto desperdiciamos a la semana?

El promedio de veces que la gente afirma botar su basura es de **1.9** veces por semana. Un porcentaje muy bajo que nos habla de la disonancia del desperdicio, donde la gente por factores morales, religiosos y económicos decodifica el desperdicio como algo malo.



Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/ WWF. Base 1.950 personas.



# 5 Realidades del desecho y el desperdicio en Colombia

## 1. La abundancia es la principal causa de desperdicio



Las personas entrevistadas reconocen que parte de la razón del desperdicio es porque compran demás. Sin embargo, no es un comportamiento que están dispuestos a cambiar. Consideran que es natural que a veces sobre comida y generalmente buscan la manera de que alguien más se lo coma.

El **30,8 %** de los encuestados considera que la principal razón por la que desecha residuos es que se cocina en demasiada cantidad y el **25,3%** porque se sirve demasiado en el plato. Ambas características asociadas a la abundancia como pilar de la alimentación colombiana y responsable de parte del desecho.

## 2. El tabú de botar comida

Existe un gran tabú alrededor de botar comida y se considera pecado, el concepto de desperdiciar comida se convierte en un tema tabú dentro de las familias y genera un sentimiento de culpa ya que el significado de botar comida equivale al mal uso de los privilegios que otras personas no tienen.

Sin embargo, eso no implica que la gente no deseché, la diferencia es que se hace a escondidas o cierto tipo de desecho se considera menos grave.



### 3. Hay desperdicios más “malos” que otros



Para las personas no todos los desechos son iguales, las personas sienten mucha culpa alrededor de desperdiciar un plato de comida ya preparada (**65%** de los encuestados considera que lo qué más se desperdicia es la comida ya preparada). Sin embargo, desechos que tienen durante el proceso de cocina o de pequeños pedazos de comida son percibidos como normales dentro del proceso (Mientras que el **21,7%** considera que las sobras y pedazos de comida son lo qué más se desperdicia).

Además, si el desecho hace parte de las frutas y las verduras, las personas sienten que se lo están devolviendo a la naturaleza, por lo que no lo consideran un problema.

**“Acá tratamos de no botar comida, porque eso es pecado y más en estas épocas”, Julián Chaparro.**



### 4. El desecho es el desapego de las responsabilidades



Se evidenció que las personas no sienten ninguna responsabilidad por su basura, una vez sale de su casa es algo que ya no les pertenece. Esta desconexión impide que las personas vean desechar cosas como un problema dentro de las problemáticas ambientales pues consideran que es un tema que no tiene que ver con ellos.



**“Yo a veces trato de reciclar pero ni sé que hacen con eso y uno tampoco se pone en la tarea de preguntar”  
Camilo Tobar, Barranquilla.**

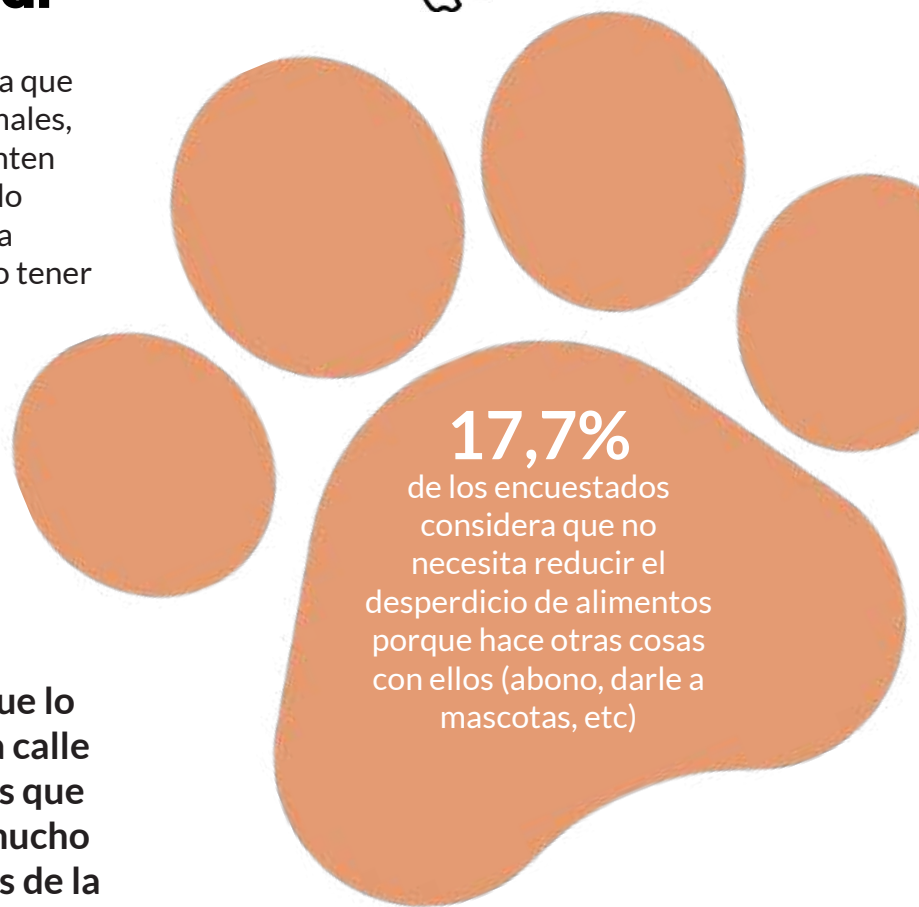


## 5. Los animales como opción para no desperdiciar



Muchos reconocen que toda la comida que desperdician suelen dársela a los animales, propios o del barrio. Las personas sienten que de esa forma están desperdiciando menos y al contrario están ayudando a animales con hambre o al bolsillo al no tener que comprar comida de animales.

“Acá no desperdiciamos porque lo que se daña lo sacamos ahí a la calle y siempre vienen unos perritos que se lo comen o si ya nos sobra mucho se lo llevamos a unos animalitos de la vecina”, Mariana Guerrero.



### SIGNIFICADO DEL DESPERDICIO EN LA ALIMENTACIÓN:

#### TABÚ

En el final del proceso de alimentación hay una frustración de no saber que hacer con el desperdicio. Sin embargo, conlleva una emocionalidad alta, donde la gente se frustra pero se recupera rápido de esta sensación.



# El origen de los desperdicios



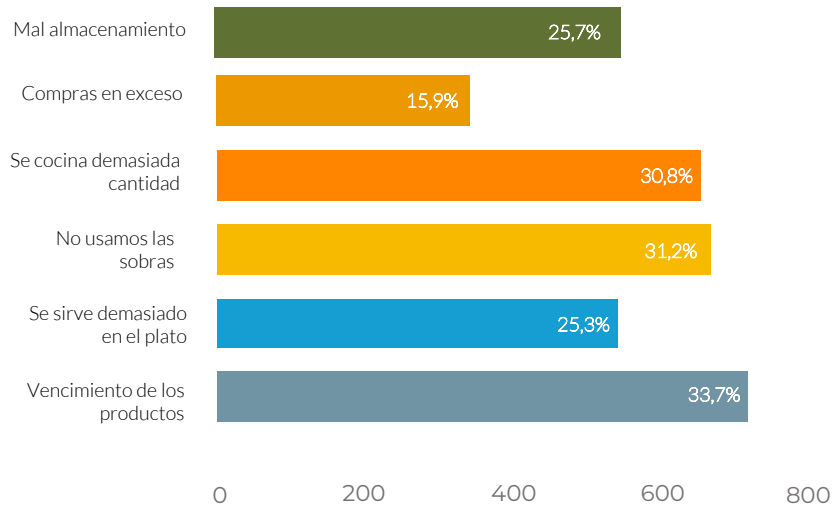
**Pta.** ¿Cuál cree que son las principales razones por las que se bota o desecha comida en su casa?

El top 3 de las principales razones por las cuales se bota o desecha alimentos es:

- > Vencimiento de los productos **33,7%**
- > No usamos las sobras **31,2%**
- > Se cocina demasiada cantidad **30,8 %**

Es interesante ver como compras en exceso con el **15,9%** es el más bajo y está asociado a la sensación de escasez que mucha gente tiene por una percepción negativa sobre la situación del país.

*Razones por las que se desecha*



Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 1.950 personas.

Personas encuestadas

## ¿Qué tipos de desperdicios existen para los colombianos?

Existen tres tipos de desperdicios.

**1. LO QUE NO SE COME:** Las personas utilizan muy pocas partes de los alimentos y desechan lo que no se debe comer: el tallo, la cáscara, la parte del pollo que está roja, etc.



**2. LO QUE SOBRÓ DE LA COMIDA:** Las personas también desechan la comida que sobra después de prepararla, normalmente se desecha porque ya pierde su sabor y nadie se lo va a comer.



**3. LO QUE ESTÁ VENCIDO / DAÑADO:** La mayoría de las cosas que van al desecho son aquellas que se vencen almacenadas, ya sea porque tienen una fecha de caducidad o porque ya no están en el mismo estado en que se compraron.



# Alimentos que más se desperdician en los hogares:



**Pta.** De la siguiente lista, **¿Cuáles cree usted que son los alimentos o ingredientes que más bota o desperdicia?**



**65,2%**

## Sobras de comida

sobras que se desechan después de dejarlas en el plato, ollas o sartenes. Por ejemplo, puré de papa o arroz que se deja en el plato o en la sartén, sándwiches que no se comieron durante el almuerzo



**36,7%**

## Sobras después de almacenar

Las sobras de comida que se desechan después de que se almacenaron en el congelador para consumir en un momento posterior. Por ejemplo, una porción de pasta congelada de la semana pasada



**27,1%**

## Alimentos parcialmente usados

alimentos que se desechan después de haber sido usados en fiestas. Por ejemplo, unas cuantas rebanadas de pan, cortar a la mitad un paquete de cortes de carne, cortar una cebolla a la mitad o un paquete de leche a la MITAD



**13,6%**

## Alimentos completamente sin usar

alimentos que se desechan y que no se usan en absoluto. Por ejemplo, paquetes sin abrir, incluidas las partes sin abrir de paquetes múltiples, manzanas mudadas, cebollas secas, pan completo

- > La gente considera que lo que más se desperdicia son las sobras de comida con un 65 % seguido por sobras de comida después de almacenar con un 36,7%.
- > Los alimentos sin usar con el 13,6% y los alimentos parcialmente usados son los que la gente considera que menos se desperdician.

Esto muestra que las personas tienen una mayor conciencia sobre el desperdicio hacia las sobras de alimentos ya preparados, mientras que tienen una menor conciencia hacia alimentos sin usar o pedazos, como por ejemplo, frutas y vegetales sin usar.

## Listado general de alimentos que más se desperdician:

Frutas y vegetales	19%	Aves de corral	11%
Raíces y tubérculos	16%	Azúcar / Panela	8%
Granos	13%	Lecherita	7%
Carne roja	11%	Huevos	4%
Pescado	11%		

Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/ WWF. Base 1.950 personas.

## El regionalismo se desdibuja en el desperdicio



**Pta.** ¿De la lista de alimentos cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

	Bogotá	Medellín	Barranquilla	Cali	Bucaramanga	San José del Guaviare	Florencia	Leticia
Frutas y vegetales	11%	23%	17%	35%	35%	22%	15%	30%
Raíces y tubérculos	23%	21%	18%	22%	33%	28%	35%	26%
Granos	7%	9%	13%	23%	23%	18%	0%	14%
Carne roja	21%	10%	8%	0%	0%	8%	33%	7%
Pescado	5%	5%	7%	0%	0%	2%	0%	0%
Aves de corral	10%	3%	6%	0%	0%	3%	0%	8%
Azúcar/Panela	9%	11%	7%	0%	0%	4%	0%	2%
Lechería	3%	11%	14%	9%	9%	5%	0%	2%
Huevos	11%	7%	11%	0%	0%	9%	17%	11%

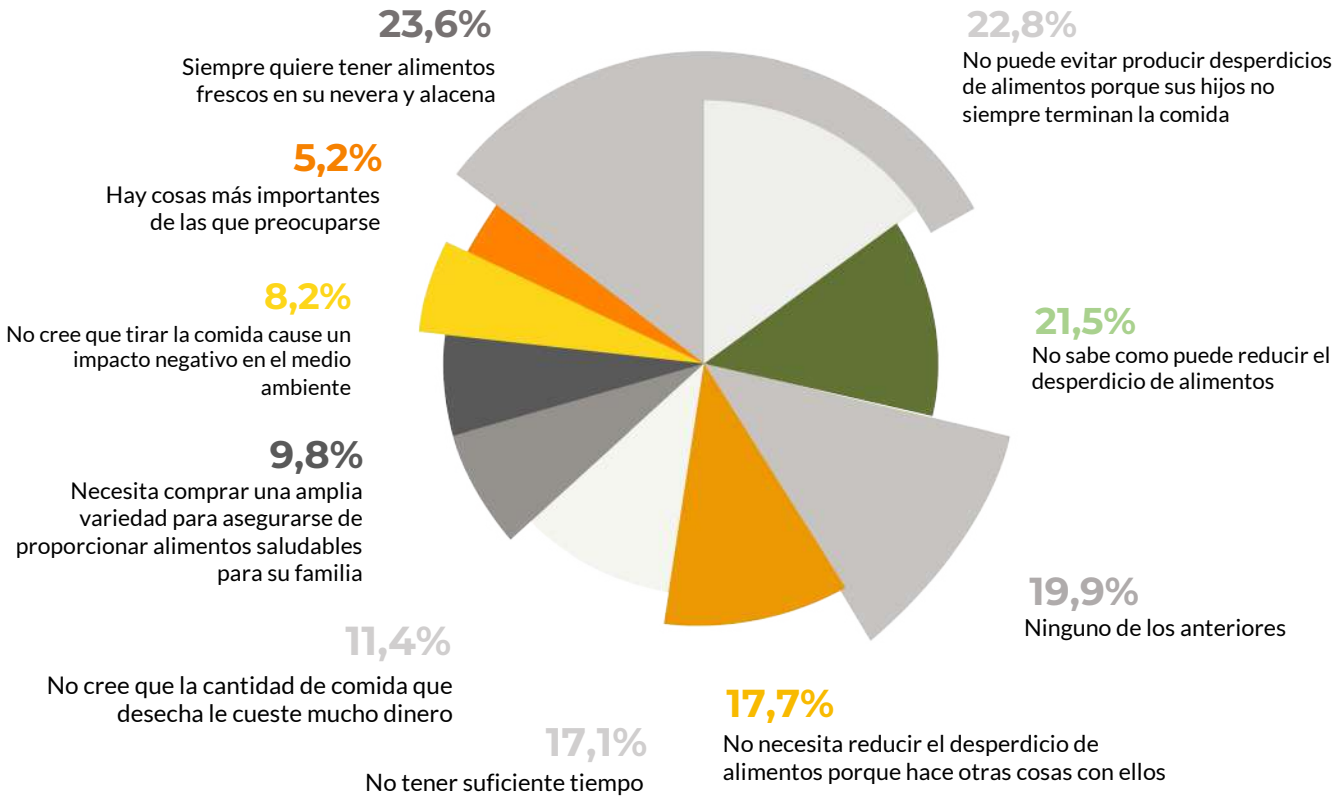
Para el colombiano el alimento que más se desperdicia son las frutas y vegetales y las raíces y los tubérculos pues son los más propicios a dañarse y los que generan más retos de almacenamiento.

Además son los que más se desperdician en el proceso de preparación y una vez se cocinan los alimentos son los que más se suelen desperdiciar pues hay un imaginario de que son los menos apetitosos.

# Formas de reducir los desperdicios



**Pta.** razones que llevan a la gente a producir sus desperdicios.

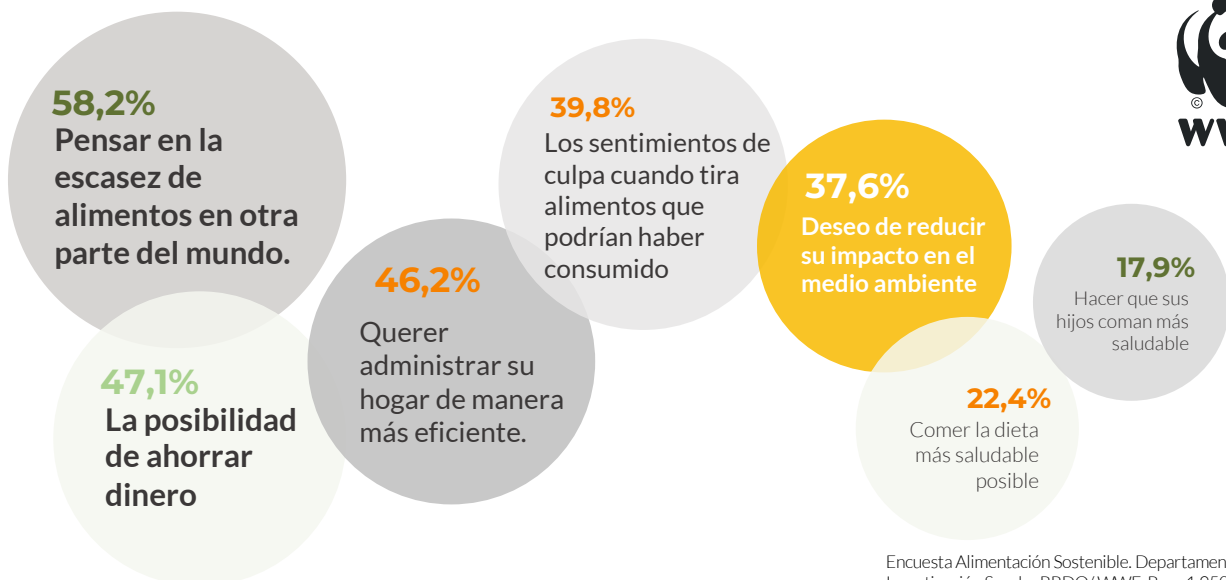


Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/ WWF. Base 1.950 personas.

# Alternativas y oportunidades



**Pta.** De la siguiente lista, ¿cuáles cree usted, son cosas que lo llevan a reducir desperdicio de alimento?

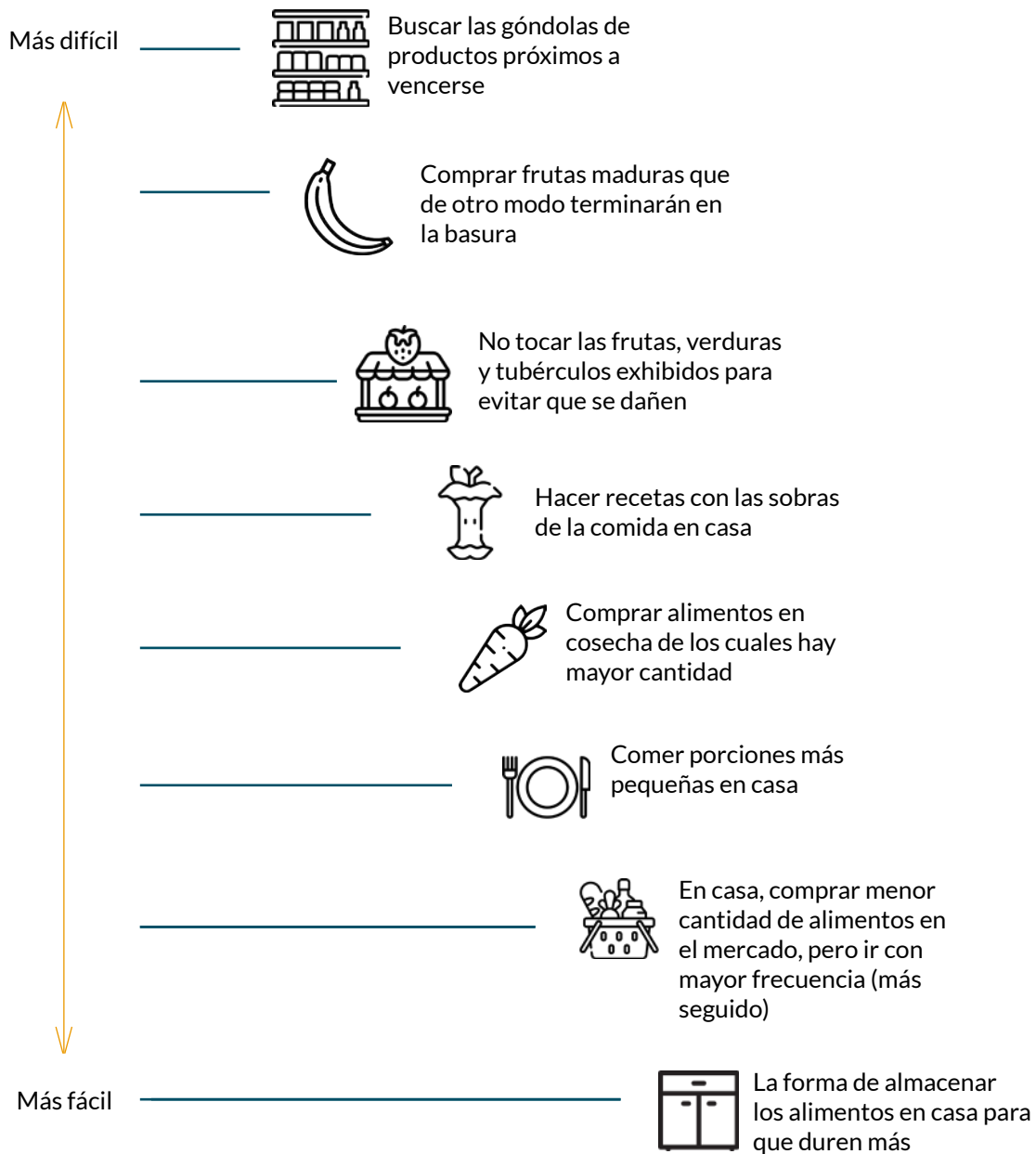


Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/ WWF. Base 1.950 personas.

La culpa hacia haber podido aprovechar mejor los alimentos con un **39,8%** con un porcentaje bajo, muestra la falta de nexo que existe entre la alimentación y el medio ambiente pues pesan más los factores sociales como pensar en la escasez de alimentos en otra partes del mundo con **58,2%**



**Pta.** ¿Cómo percibe la gente la reducción de los desechos?. Ordene de la más difícil a la más fácil de implementar, a partir de mañana.



Encuesta Alimentación Sostenible - Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 1.950 personas.

En aras de reducir desechos, para las personas es más difícil cambiar la forma como compran los alimentos que consumen a diario. Mientras que es más fácil lograr reducir el desperdicio en el almacenamiento y la cantidad de comida que se cocina.

# Conclusiones de desperdicios

**1. Aprendimos a convivir con los desperdicios y hemos naturalizado el botar alimentos sin sentir que es algo malo o un generador de culpas a largo plazo.**



**2. Desechar es la forma de solucionar las tensiones del desperdicio.**

**3. La preocupación alrededor de la basura que produce la alimentación se da por la necesidad de no tenerla en casa y no por temas ambientales.**





# Relación alimentación y ambiente



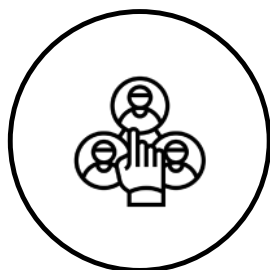


4.

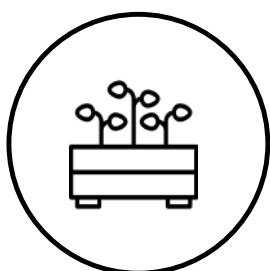


**SANCHO**BBDO

# Las **3** grandes verdades de la relación alimentación / medio ambiente



**1.**  
Delegando la  
responsabilidad



**2.**  
Lo que viene de la  
tierra no causa daño



**3.**  
Una alimentación  
individualista

# Relación ambiente y alimentación

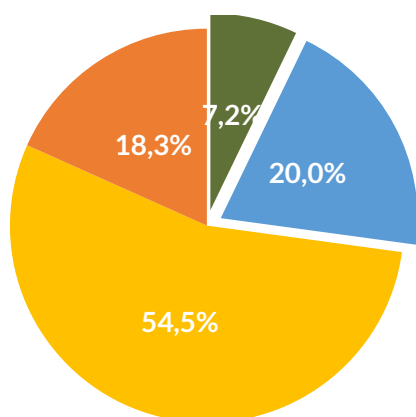


## 01. DELEGANDO LA RESPONSABILIDAD

Las personas no dimensionan la magnitud en la que la alimentación afecta al medio ambiente y asocian esta responsabilidad únicamente a la fase de desperdicio de los alimentos sin darse cuenta que otras fases del proceso como la compra, el consumo o el almacenamiento también tienen que ver mucho con este problema. Por lo que les resulta más fácil responsabilizar a otros que responsabilizarse a si mismos frente a esta problemática y esto impide tomar acciones ya que **“el problema no es conmigo”**



**Pta.** ¿En qué proporción cree que la forma de alimentarnos contribuye a la pérdida y degradación de la naturaleza en Colombia?



- No tiene mucho que ver
- Contribuye, pero no es decisivo
- Es una de las causas, pero no la principal
- Es la principal causa

El **54,5%** de las personas consideran que la forma como nos alimentamos es una de las causas de la degradación del medio ambiente pero no la principal, sin embargo, el **65%** considera que es posible hacer una producción de alimentos que no afecte al medio ambiente.

Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 2.092 personas.

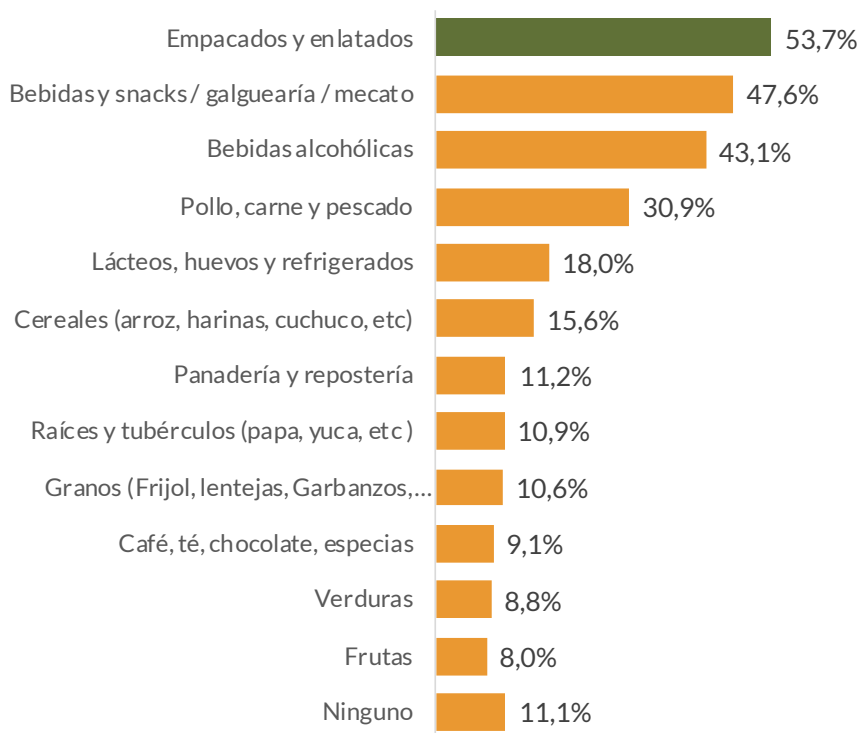




## 02. LO QUE VIENE DE LA TIERRA NO CAUSA DAÑO



**Pta.** ¿Cuáles de estos grupos de alimentos cree que producen más efectos negativos frente al ambiente?



Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 2.092 personas.

El **53,7%** de las personas asocian alimentos como empacados y enlatados como aquellos que más efectos negativos tienen frente al medio ambiente, sin embargo solo el **8%** cree las frutas y las verduras causan este mismo efecto.

**Por lo que hay una asociación de que lo natural o lo que venga directamente de la tierra no causa daño ambiental.**

### 03. UNA ALIMENTACIÓN INDIVIDUALISTA

#### Hay una relación inexistente entre alimentación y medio ambiente,

las personas están en desacuerdo con las frases que afirman una relación entre la alimentación y el daño medio ambiental.



**Pta.** A continuación le vamos a exponer una serie de frases que exponen algunos puntos de vista sobre la relación entre nuestra alimentación y los ecosistemas, Díganos si usted está de acuerdo, en desacuerdo o se declara indeciso

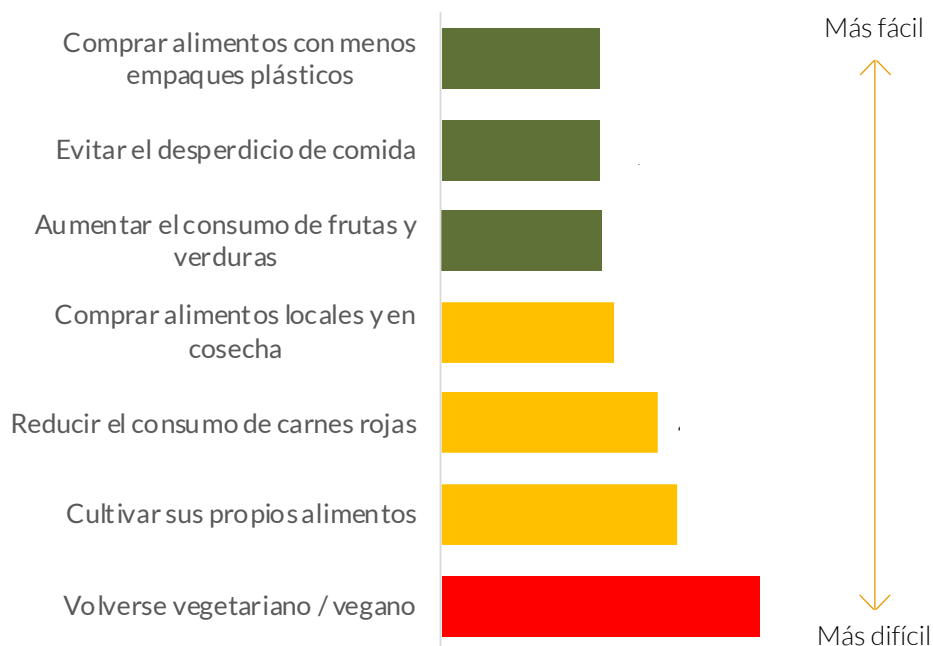
Resumen - De acuerdo	Porcentaje (%)
Es posible hacer producción de alimentos sin tener un impacto negativo en la naturaleza	65%
La producción de alimentos contamina por el uso de pesticidas y otros químicos	62%
La producción de alimentos pone en riesgo la vida de animales silvestres y otras especies	43%
La producción de alimentos está asociada a la tala de bosques y transformación de ecosistemas naturales	42%
La producción de alimentos gasta agua en exceso	42%
La producción de alimentos genera gases de efecto invernadero que contribuyen al cambio climático	41%
La producción de alimentos degrada los suelos donde se cultiva o producen alimentos	38%

Encuesta Alimentación Sostenible. Departamento de Investigación Sancho BBDO/WWF. Base 2.092 personas.

## ¿Qué estrategias estarían dispuestos a implementar para mejorar la relación alimentación/ medio ambiente?



**Pta.** A continuación le vamos a exponer una serie de frases que exponen algunos puntos de vista sobre la relación entre nuestra alimentación y los ecosistemas. Díganos si usted está de acuerdo, en desacuerdo o se declara indeciso



La estrategia percibida como más fácil de implementar es comprar alimentos con menos empaques plásticos. Sin embargo, resulta paradójico para los consumidores, ya que la mayoría de alimentos viene en en este tipo de empaques.

El segundo y tercer puesto, lo ocupan acciones como evitar el desperdicio de comida y aumentar el consumo de frutas y verduras, pues son acciones que los consumidores pueden controlar con mayor facilidad.





# Los perfiles de los colombianos en la alimentación





# 5.



**SANCHOBBDO**



DEPARTAMENTO DE  
**INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR**

**SANCHO BBDO**



Aunque existan ciertas realidades transversales, no todas las personas tienen una relación similar con la alimentación. Para entender esta diferencia se realizó una caracterización por perfiles teniendo en cuenta las siguientes variables:

El conocimiento que tienen las personas frente a la sostenibilidad y la crisis climática, y el nivel de relación e involucramiento que tienen las personas a la hora de cocinar y comprar alimentos.

# Perfilación

# VARIABLES DE LA PERFILACIÓN

## Relación con la alimentación



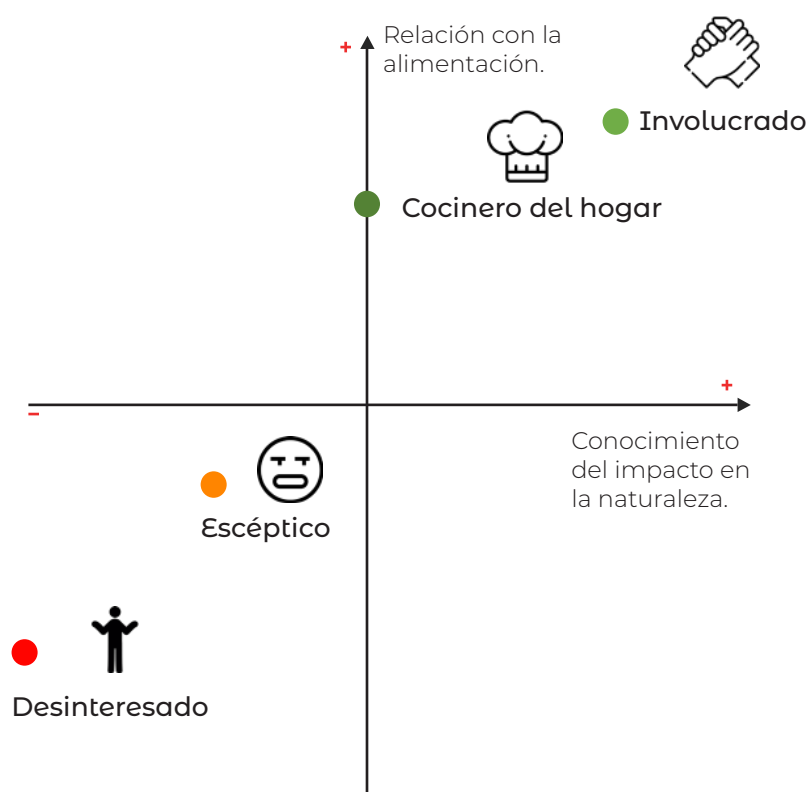
¿Qué tan estrecha y emocional es la relación que este perfil tiene con su alimentación y el proceso de consumo y compra?

## Conocimiento de impacto en la naturaleza



¿Qué tanto conoce o tiene alguna sensibilidad frente a los temas medioambientales y sostenibles relacionados con la alimentación?

# PERFILACIÓN





# 01. Involucrado

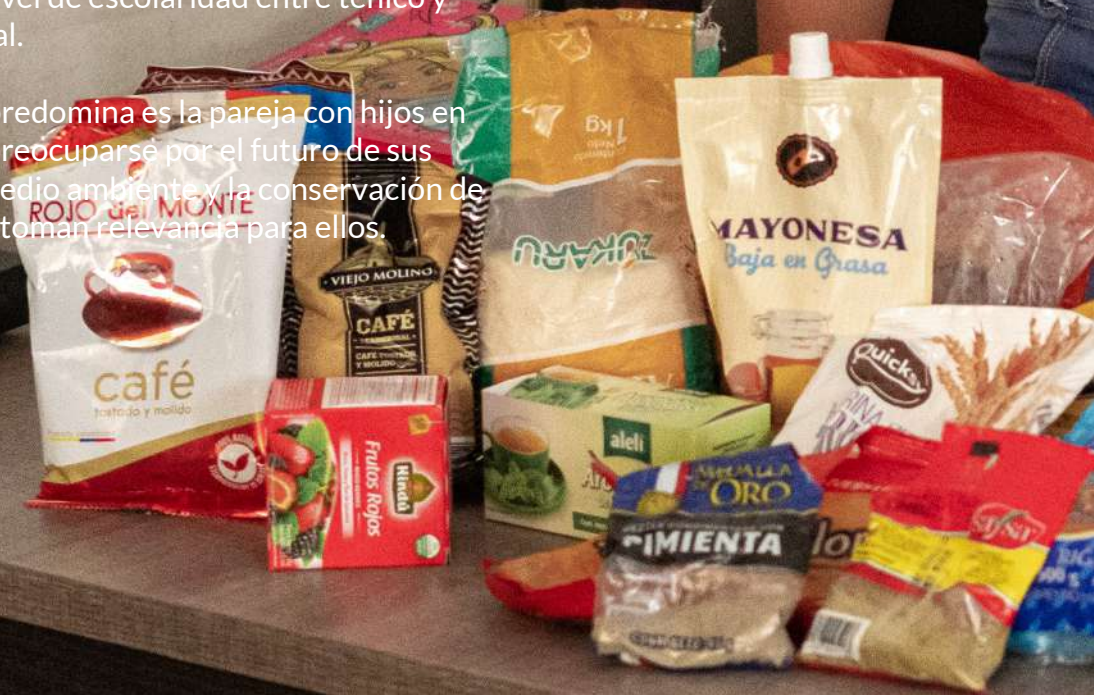
¿Cuántos colombianos pertenecen a este perfil?

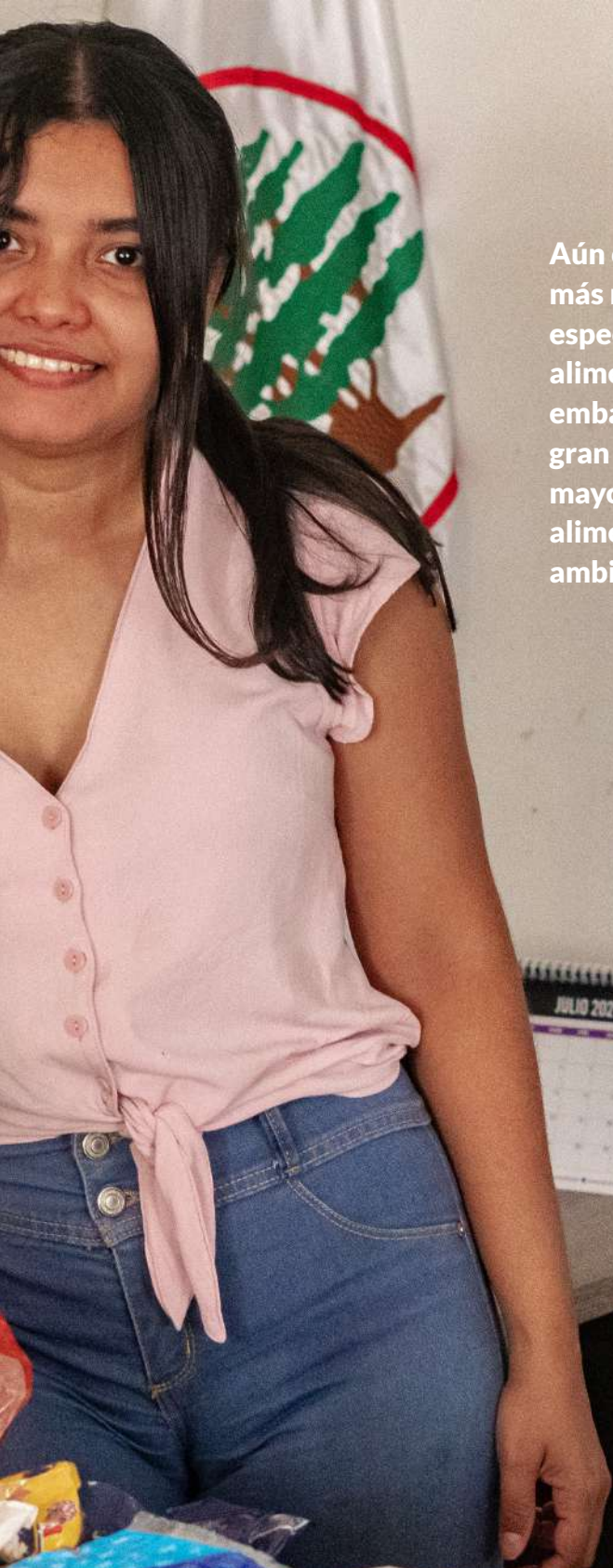
18.704.992



Es el perfil con mayor conocimiento y relación con la alimentación, son personas interesadas en comer saludable, y en general tienen conocimiento acerca de la producción y proceso de los alimentos. Sus compras y consumo son mucho más conscientes y se sienten diferentes a la mayoría.

- La mayoría de estudiantes pertenecen a este perfil.
- Un 66,7%, tienen un nivel de escolaridad entre técnico y tecnólogo o profesional.
- El tipo de familia que predomina es la pareja con hijos en un 53%. Al tener que preocuparse por el futuro de sus hijos, temas como el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales toman relevancia para ellos.





Aún cuando este perfil aparece como el más numeroso, el nivel de conocimiento específico sobre la relación e impactos alimentación-naturaleza es bajo. Sin embargo, este grupo representa una gran oportunidad para lograr una mayor apropiación de cómo la forma de alimentarse es decisiva frente a la crisis ambiental.

## ¿Cómo se alimentan?

Los alimentos que más incluyen en su alimentación son:



Huevos  
**90%**



Frutas y  
vegetales  
**88,9%**



Pollo y aves  
**86,1%**

- > Al ser más conscientes de su proceso de alimentación se atreven a probar nuevas formas de comprar los alimentos, por lo que es el perfil que más usa aplicativos móviles para realizar la compra de alimentos.
- > Aunque la alimentación y el cuidado del medio ambiente es una de sus prioridades, el **89,2%** también le presta atención al precio de los alimentos a la hora de comprarlos, por lo que si el precio no está a su favor, tiende a pensar más si comprar un producto o no.
- > Consume mayor cantidad y variedad de frutas. En promedio consume **4.52** frutas distintas cada semana.
- > **50,2%** se fija más en los beneficios que tiene la compra de alimentos locales y el **41,9%** prefiere comprar productos nacionales por encima de los importados.

### Características

- > Son gestores de cambio.
- > Pueden ser influenciadores del cambio sostenible.
- > Son conocedores de los procesos alimenticios.

### Motivadores

- > Los motiva el cambio de sus hábitos y promover ese cambio en las personas
- > También les interesa tener una relación con la alimentación más consciente, por lo que se interesan por el contexto de los alimentos.

### Inhibidores

- > No les gusta que les digan cómo comer, son expertos, no aprendices.

## ¿Cómo se entiende° la relación entre alimentación y medio ambiente?

### Relación con la alimentación

Se da desde el estilo de vida, normalmente acompañado de algún evento particular en su vida que generó un cambio necesario en la alimentación (Ya sea salud, una pareja que le enseñó, cambio de actividades deportivas, problemas de salud en la familia).





## Relación alimentación y medio ambiente

Los alimentos que más se cree que producen efectos negativos frente al medio ambiente:



Empacados y  
enlatados  
**55.2%**



Snacks /  
mecato  
**55,2%**



Bebidas  
alcohólicas  
**55,2%**

> Prestan más atención al origen de los alimentos que consumen, un **63%** dice que le parece importante saber si el producto es nacional o importado y un **78,9%** dice que las certificaciones y sellos ambientales también son un elemento importante a la hora de comprar.

## ¿Cómo desecha los alimentos?



- > **96,2%** considera muy importante no desperdiciar alimentos.
- > Manifiesta desechar comida **1.9** veces a la semana y un **33.9%** dice no desechar nada.
- > Lo que más desperdicia en su casa son sobras de comida (**65,8%**)
- > La principal razón por la que desecha comida es el vencimiento de productos (**33,5%**)
- > Una de las cosas que pueden llevarlo a generar desperdicio de alimentos es que siempre quiere tener alimentos frescos, lo que lo lleva a botar los alimentos que pierden esta característica (**25,3%**)
- > Aunque solo el **3,2%** dice desechar en promedio **7** veces a la semana, son los más concientes del nivel de desecho que generan. El que sean involucrados no quiere decir que todo su proceso de alimentación sea perfecto y que no generan desperdicios.

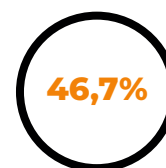
## Top 3 de razones que lo llevarían a reducir el desperdicio.



**1.** Pensar en la escasez de alimentos en otras partes del mundo



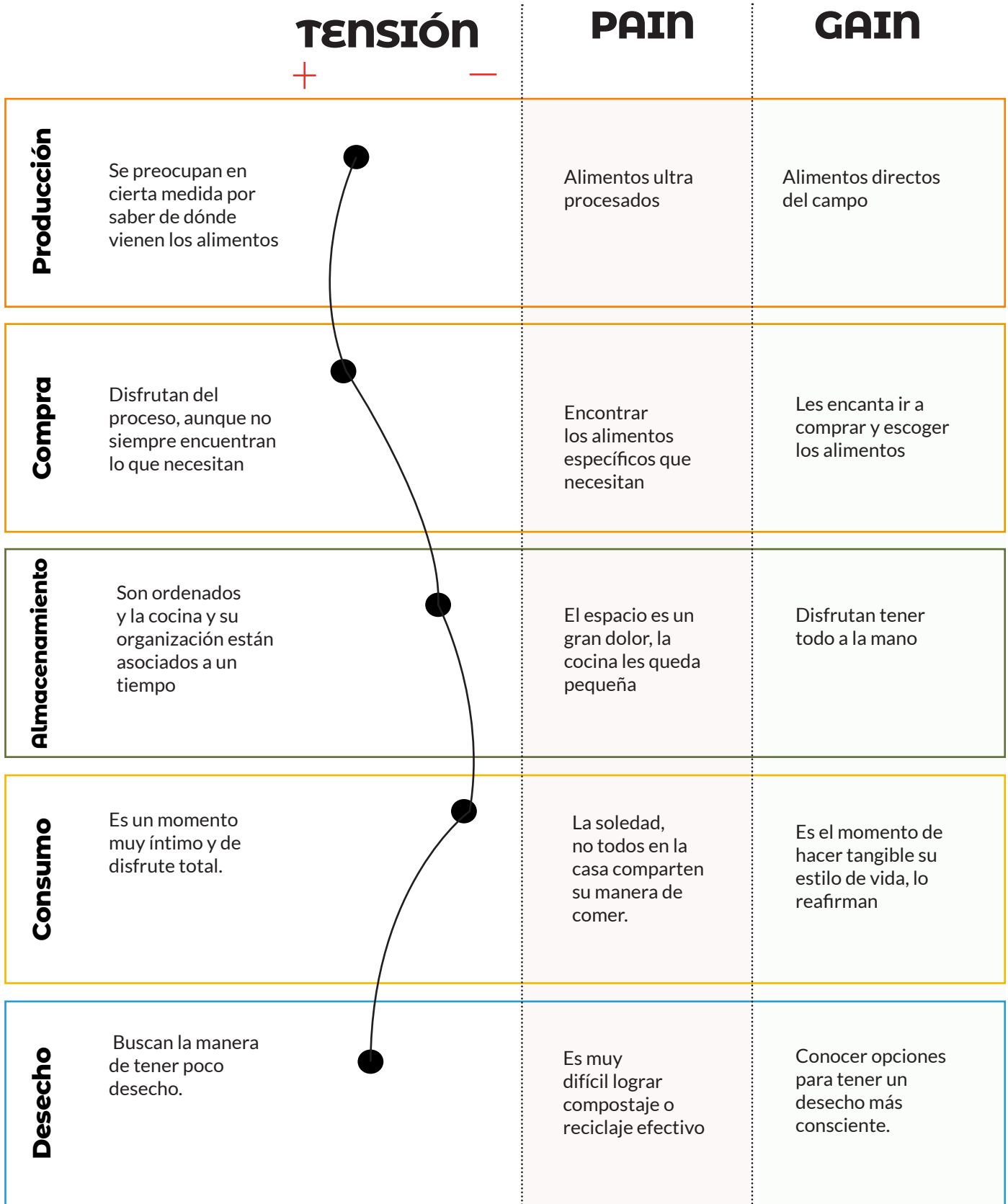
**2.** Ahorrar dinero



**3.** Administrar su hogar de manera más eficiente

# Journey proceso de compra del involucrado

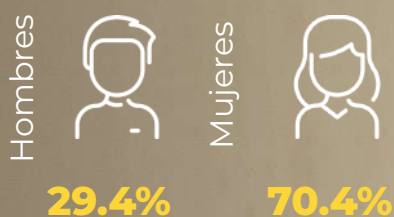
Un panorama de las tensiones asociadas a cada paso de la compra



# 02. Cocinero del hogar

¿Cuántos colombianos pertenecen a este perfil?

**7.875.786**



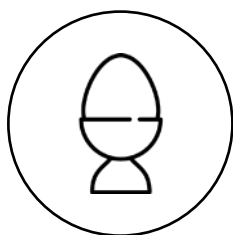
**Es el perfil que tiene una relación con la alimentación dada desde la emocionalidad, la nostalgia y la tradición. Ser los cocineros del hogar les hace sentirse orgullosos de sí mismo y esa posición en sus hogares les permite ser el centro de los eventos sociales. Por esta razón su relación es completamente desde el aprendizaje y la tradición.**

- Además de dedicarse a las labores del hogar, el 66,1% también trabaja como empleado o independiente, por lo que su día a día se encuentra lleno de labores que no le permiten pensar en el medio ambiente como una prioridad.
- La mayoría de los que pertenecen a este perfil, un 64,5%, tienen un nivel de escolaridad entre técnico y tecnólogo o profesional.
- El tipo de familia que predomina es la pareja con hijos pequeños o grandes con un 53%. Al tener que cuidar de otros, la relación que tienen con la comida es mayor, por lo que siempre van a preocupar brindarles la mejor alimentación.



## ¿Cómo se alimentan?

Los alimentos que más incluyen en su alimentación son:



Huevos  
**91.1%**



Frutas y vegetales  
**91.1%**



Pollos y aves  
**91.1%**

- La manera en la que se alimenta y alimentan a su familia está muy arraigada a la tradición, por esta razón es muy fácil que su forma de cocinar se vuelva rutinaria. De modo que se vuelven menos receptivos al cambio, lo que le impide modificar su forma de comer.
- Una forma de caer en la rutina es cocinar con los mismos ingredientes, un 37,5% dice que varía muy poco su alimentación.



### Características

- Son dados a hacer que las otras personas disfruten.
- Están abiertos a aprender todo lo que tengan por enseñarles.

### Motivadores

- Los motiva aprender y demostrar su capacidad cocinera.
- Les interesa agrandar el paladar de todos, lo importante es que quede rico.

### Inhibidores

- No les gusta perder el control de la cocina, por lo que es un espacio sagrado y donde ellos mandan.
- Están a favor del paradigma de la abundancia por lo que no les agradan las personas “complicadas para comer”.

# ¿Cómo se entiende la relación entre alimentación y medio ambiente?

## Relación con la alimentación

Se da desde la tradición que les han inculcado, su relación se construye a través de los años y mientras más años tengan el conocimiento y la habilidad mejoran. Para ellos la alimentación es el punto de contacto con las personas.

## Relación alimentación y medio ambiente.

Los alimentos que más cree que producen efectos negativos frente al medio ambiente:



Empacados y enlatados  
**53.2%**



Snacks / mecato  
**48%**



Bebidas alcohólicas  
**40.5%**



## ¿Cómo desecha los alimentos?

- 94% consideran muy importante no desperdiciar alimentos.
- Manifiesta desechar comida 1.8 veces a la semana y un 30% dice no desechar nada.
- Lo que más desperdicia en su casa son las sobras de comida (65.1%) y la principal razón de este comportamiento es porque no hace uso de estas sobras (33.3%).
- Otra de las principales razones por las que desperdicia comida es el vencimiento de productos (33.5%).
- Lo que lo lleva a generar desperdicio es que no sabe cómo puede reducirlo (26%)

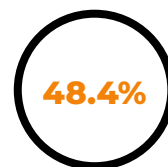
## Top 3 razones que lo llevarían a reducir el desperdicio



**1.** Pensar en la escasez de alimentos en otras partes del mundo



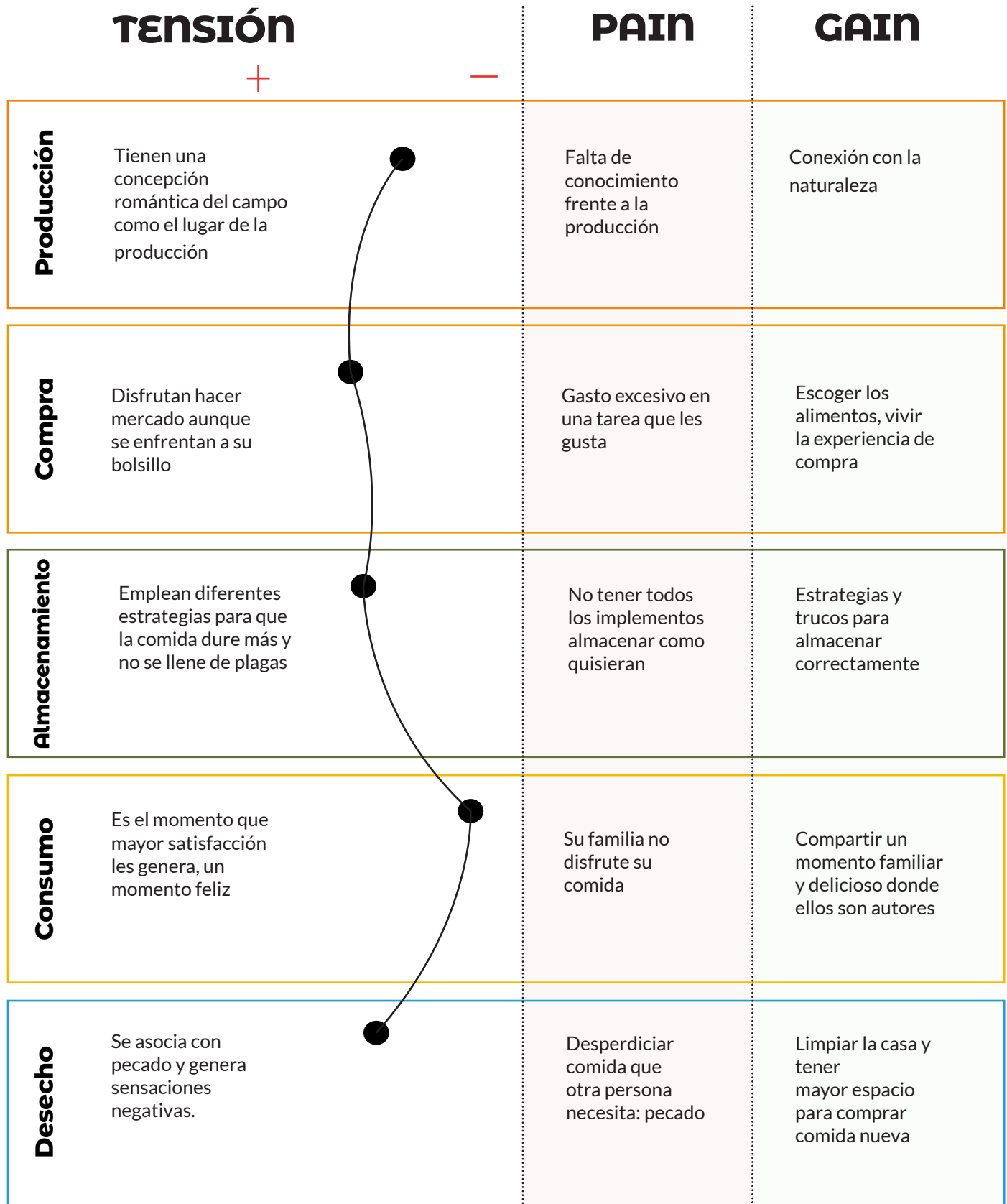
**2.** Ahorrar dinero



**3.** Administrar su hogar de manera más eficiente

# Journey proceso de compra del cocinero del hogar

Un panorama de las tensiones asociadas a cada paso de la compra





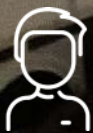


## 03. Escéptico

¿Cuántos colombianos pertenecen a este perfil?

1.968.947

Hombres



37,5%

Mujeres



62,5%

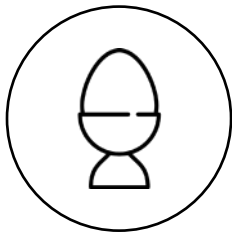
Es un perfil que se destaca por su poco gusto por cocinar, sin embargo es parte de su día a día así que prefiere sacar y organizar la comida de manera fácil y rápida. Para este perfil la alimentación es un paso más en su día.

- Un 60,8% de los que pertenecen a este perfil tienen un nivel de escolaridad de primaria o bachillerato.
- La mayoría de personas pertenecientes a este perfil viven solos, un 18,3%



## ¿Cómo se alimentan?

Los alimentos que más incluye en su alimentación son:



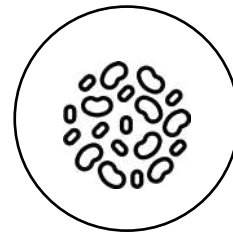
Huevos  
**91.7%**



Frutas y vegetales  
**82.5%**



Pollos y aves  
**85%**



Granos  
**82.5%**

- 18,3% dice que la practicidad es una de las razones principales que define la manera en la que come.
- Si el dinero no fuera un limitante, compraría más en restaurantes o pediría a domicilio

### Características

- Son dados a a buscar estrategias que les ahorren tiempo.
- Conocen acerca de la crisis climática pero no lo relacionan con la alimentación.

### Motivadores

- Los motiva comer rico en poco tiempo.
- Les interesa productos preparados que sepan rico y que les sirva para alimentarse.

### Inhibidores

- No les gusta preparar platos muy elaborados.
- Cuando tienen visita prefieren un domicilio antes que cocinar algo.



# ¿Cómo se entiende la relación entre alimentación y medio ambiente?

## Relación con la alimentación

Se da desde la practicidad, les gusta poder salir de eso rápido y por lo tanto no están acostumbrados a tener que cocinar comida complicada a menos de que sea un evento especial.

## Relación alimentación y medio ambiente.

Dice conocer acerca del impacto que tiene la producción de alimentos en el medio ambiente, pero piensa que es una problemática que deben resolver las grandes empresas, no él.



Empacados y enlatados  
**55%**



Snacks / mecato  
**49.2%**



Bebidas alcohólicas  
**42.9%**



*“Lo que yo hago en mi casa no tienen impacto, dígame a los gringos”*



## ¿Cómo desecha los alimentos?

- 89,% consideran importante no desperdiciar alimentos.
  - Manifiesta desechar comida 2.1 veces a la semana y un 25% dice no desechar nada.
  - Lo que más se desperdicia en su casa son las sobras de comida (68,3%)
  - La razón principal por la que desecha comida es por el vencimiento de productos (31%)
- Una de las razones que lo llevan a generar más desperdicio es que no tiene suficiente
- tiempo (23,3%) y que no sabe cómo puede reducir el desperdicio del alimentos (23,3%)

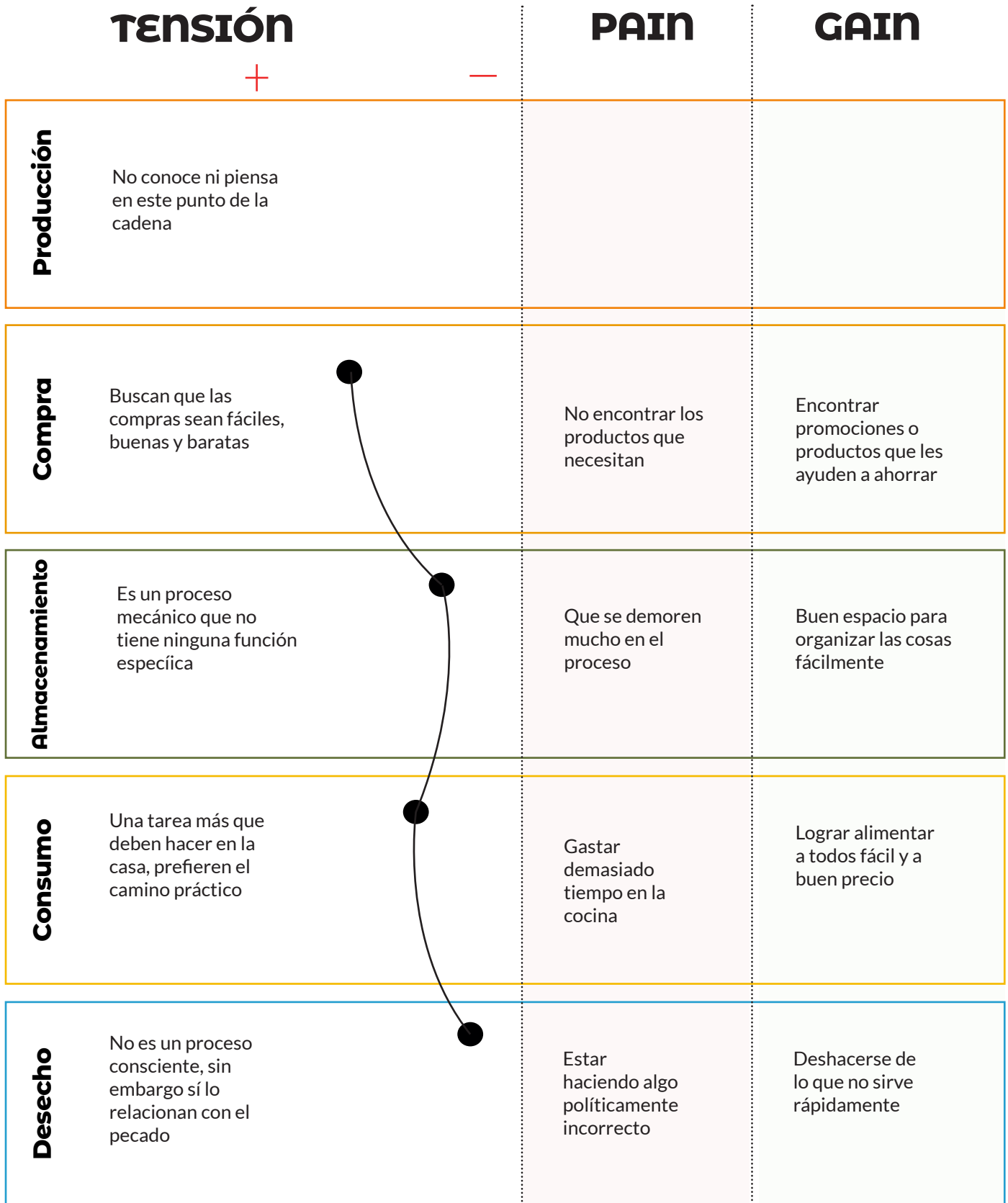
## Top 3 razones que lo llevarían a reducir el desperdicio

- 51,7%**  
**1.** Pensar en la escasez de alimentos en otras partes del mundo
- 47,5%**  
**2.** Ahorrar dinero
- 43,3%**  
**3.** Administrar su hogar de manera más eficiente



# Journey proceso de compra del escéptico

Un panorama de las tensiones asociadas a cada paso de la compra

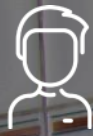


# 03. Desinteresado

¿Cuántos colombianos pertenecen a este perfil?

4.266.051

Hombres



35.8%

Mujeres



64.2%

Son el perfil que no tiene una relación clara con la alimentación, prefieren no cocinar si no les toca obligatoriamente y están a favor de los domicilios y la comida en la calle.

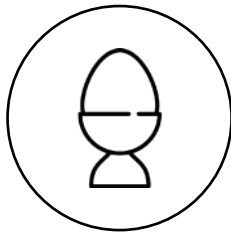
- La mayoría de los que pertenecen a este perfil, un 63.9%, tienen un nivel de escolaridad de primaria o bachillerato.
- Un 17.9% son personas que viven juntas pero no con pareja (amigos, primos, hermanos), no tienen un núcleo familiar conformado y no responde por nadie más, por lo que nadie critica su forma de alimentarse.





## ¿Cómo se alimentan?

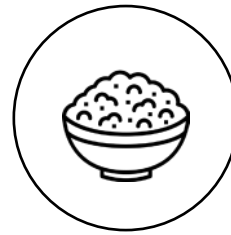
Los alimentos que más incluye en su alimentación son:



Huevos  
**83.9%**



Pollos y aves  
**76.6%**



Cereales como el arroz,  
trigo cebada  
**77%**

- Al no tener una relación cercana con la alimentación, es al que menos le importa la frescura o la estética de los alimentos al momento de comprarlos, este desinterés no se refleja solo en la compra sino en todos los eslabones del proceso de alimentación.
- 16, 1% dice que la practicidad es una de las razones principales que define la manera en la que come.
- Si el dinero no fuera un limitante, compraría más comida preparada.
- Al 8% no le parece importante ninguna característica al momento de consumir, por lo que su alimentación no se centra en conocer el proceso de la misma, si no en disfrutar del plato final. No hay cuestionamientos del porqué, donde y cuando de los alimentos.
- Aunque no le interesa mucho el proceso de los alimentos antes de llegar a su mesa, un 60,2% varía su alimentación todos los días y un 79,9% está dispuesto a aprender a cocinar nuevos alimentos con el fin de variar más lo que come cada día.

### Características

- Son dados a no acercarse a la cocina.
- Compran únicamente lo básico que necesitan.

### Motivadores

- Les motiva encontrar lugares donde pueden comer rico a poco precio.
- Les motiva convivir con alguien que cocine, es una labor que no quiere cumplir.

### Inhibidores

- Perciben que toda la comida es muy cara, dado su constante uso de restaurantes o tiendas.
- Creen que el proceso de cocinar es difícil.

# ¿Cómo se entiende la relación entre alimentación y medio ambiente?

## Relación con la alimentación

- Desde lo funcional, necesitan alimentarse para vivir pero no construyen una relación emocional con la alimentación.
- No tienen ninguna consciencia ambiental relacionada con la alimentación.

## Relación alimentación y medio ambiente.

Los alimentos que más cree que producen efectos negativos frente al medio ambiente:



Empacados y  
enlatados  
**47.4%**



Snacks /  
mecato  
**43.4%**



Bebidas  
alcohólicas  
**38.7%**



## ¿Cómo desecha los alimentos?

- 78,8% consideran importante no desperdiciar alimentos. Manifiesta desechar comida 2 veces a la semana y un 27.4% dice no desechar nada.
- Lo que más desperdicia en su casa son las sobras de comida (61.3%).
- La principal razón por la que desperdicia comida es por el vencimiento de productos (31%)
- Una de las razones que lo llevan a generar desperdicio es que no puede evitarlo porque sus hijos no siempre terminan la comida, por lo que siempre delega esta responsabilidad en otros.(23%)
- Al no tener conocimiento del proceso para que un alimento llegue a su mesa, tampoco conocen las causas del último eslabón de la cadena, por lo que, no cree que las compras en exceso y el que se sirva demasiado en el plato sean razones por las que se desecha comida en su casa.

## Top 3 razones que lo llevarían a reducir el desperdicio

**49.3%**

**1.** Pensar en la escasez de alimentos en otras partes del mundo

**46.4%**

**2.** Ahorrar dinero

**35.8%**

**3.** Administrar su hogar de manera más eficiente

# Journey proceso de compra del desinteresado

Un panorama de las tensiones asociadas a cada paso de la compra

	TENSIÓN +	-	PAIN	GAIN
<b>Producción</b>	No conoce ni piensa en este punto de la cadena			
<b>Compra</b>	Es un momento de alta tensión, pues no es una experiencia que agrade		Tardar mucho tiempo, complicarse durante las compras	Poder comprar lo necesario y ya
<b>Almacenamiento</b>	Buscan que sea fácil y rápido, no le dedican tiempo o estrategia		Complicarse al organizar la comida	Comprar poco para que no haya mucho que organizar
<b>Consumo</b>	Es una experiencia que no disfrutan, sienten que no es algo que hagan bien o les guste prefieren que lo hagan otras personas		Perder el tiempo, sentir que no saben, que no son buenos	Receta fácil, rápida que puedan seguir
<b>Desecho</b>	No piensan en este momento de la cadena, simplemente sacan la basura		El dolor es similar en su casa, intentan desecharla rápidamente	Como suelen comer por fuera, no tienen mucho que desechar







# Conclusiones

Los involucrados son un perfil que no solo **se alimenta bien y es responsable con el desperdicio** para sí mismo, sino también **son propensos a querer compartir sus conocimientos y ayudar a los demás a generar cambios en su alimentación.**







Para el cocinero del hogar la relación con la **cocina** y el **consumo** está **establecida desde la tradición** lo cual hace un **poco más difícil cambiar hábitos** que viren hacia un mejor manejo de alimentos y desperdicios, considerando que en este caso la relación emocional con las costumbres y tradiciones es más fuerte. Sin embargo, son un perfil al que le interesa aprender.

El escéptico **busca procesos mucho más rápidos a la hora de entrar a la cocina**, en ese sentido las nuevas relaciones que pueda construir con la alimentación y los desechos deben darse con base en la rapidez y la facilidad, procesos sencillos que se adapten a su relación con la comida.

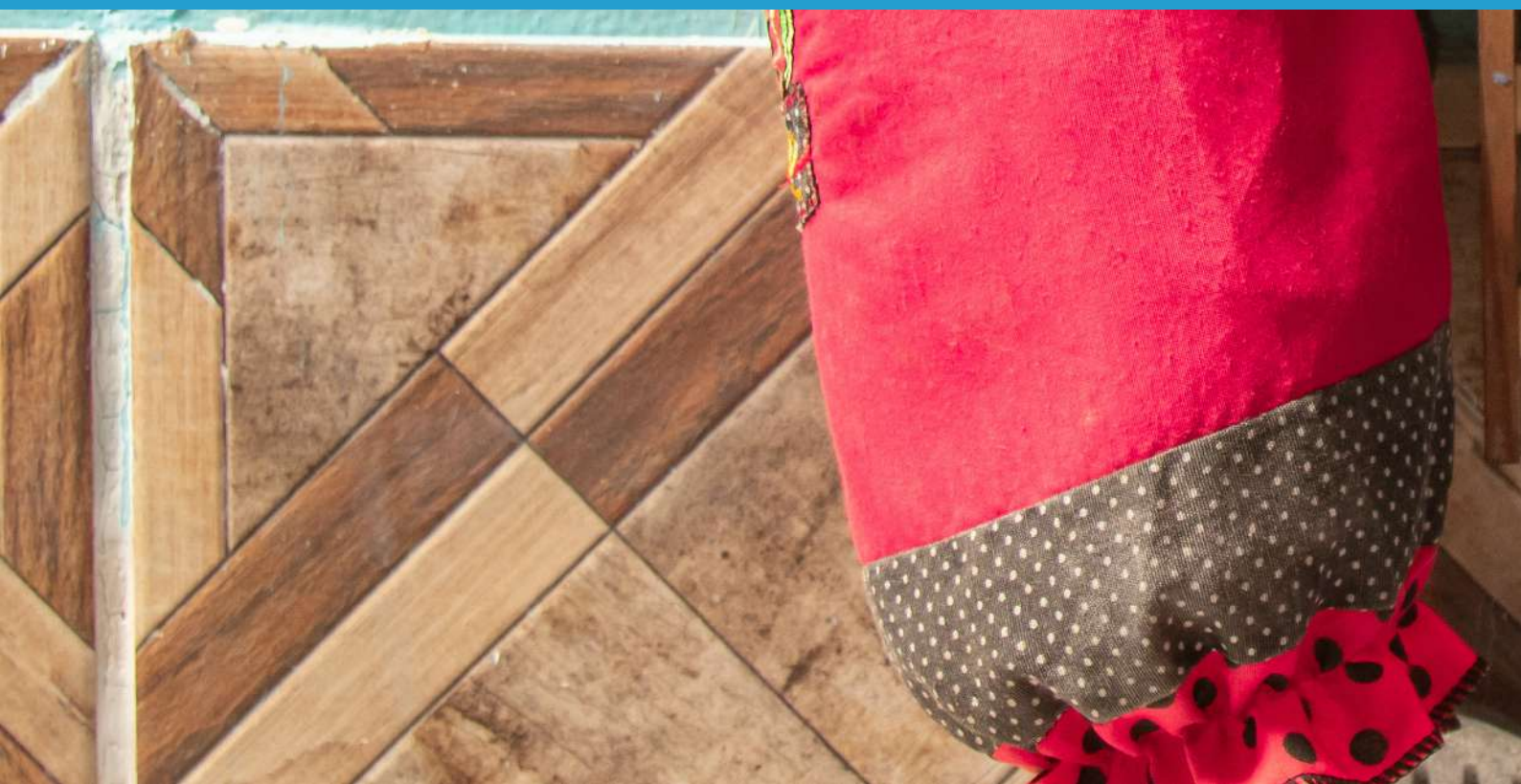




El desinteresado **no tiene ninguna relación con la alimentación y no le interesa establecerla.** Los procesos le parecen muy tediosos. Para cambiar hábitos, debe encontrar lo funcional en los cambios en su alimentación y en la manera en que compra y desecha. Además, debe ver esos cambios como algo que beneficia a él o ella directamente.



# Cada ciudad desde su punto de vista alimentario





6.



SANCHOBBDO





Los colombianos comparten muchos hábitos y patrones culturales que los caracterizan, pero, cuando se analizan las ciudades a profundidad se encuentran costumbres y prácticas únicas de cada región, estas se pueden identificar en varios aspectos de su cotidianidad, y la comida no se queda atrás. Hay diferencias desde los distintos enfoques gastronómicos hasta la forma de almacenar los alimentos.

# Caracterización por ciudades

La alacena de los colombianos.

# BOGOTÁ

## **Característica principal de la ciudad:**

### **La gran urbe, una ciudad que no descansa**

Bogotá es un gigante de cemento que está en constante cambio y movimiento, le llaman la ciudad de las oportunidades porque es el centro donde llegan personas de todas las regiones y traen consigo prácticas culturales que se mezclan y habitan en un mismo lugar. Esto se ve reflejado en la alimentación, pues la cantidad de alimentos y preparaciones que se encuentran en las casas bogotanas no se pueden categorizar en un único tipo de alimento, sino que son fruto de esa mezcla que hace de Bogotá un catálogo abierto para cualquier tipo de preparación.

Además, es una ciudad en constante crecimiento, una ciudad con un estilo de vida acelerado donde el tiempo y el espacio son bienes escasos, por lo que las prácticas asociadas a la sostenibilidad alimentaria se ven afectadas por estos dos factores principalmente, ya que se convierten en las barreras más importantes para que las personas apliquen buenas prácticas en su alimentación.



# Relación con la alimentación

## Bogotá

### **Una compra más consciente y planificada:**

La compra del mercado se hace con más tiempo, con lista en mano y para más días. Esto se puede hacer gracias a que las condiciones climáticas de la capital alivian la tensión de que se dañen rápido los alimentos, por lo que ir a merchar se convierte en un ritual que se hace dos o tres veces al mes y permite a las personas comprar en mayor cantidad y del mismo modo almacenar para más días, una práctica que también resulta económica para el bolsillo.

### **Una temperatura más baja de lo normal:**

Una condición climática favorable para los alimentos, en especial para aquellos que son perecederos hace que el uso y almacenamiento en la nevera no sea imprescindible, no es por nada que a Bogotá le digan “La nevera colombiana”. Gracias al clima frío no es necesario meter inmediatamente todos los alimentos a la nevera ya que pueden durar más tiempo afuera, por lo que los bogotanos no viven preocupados por si se les daña algo.

### **Una ciudad donde el tiempo no corre, vuela:**

En una ciudad que siempre va acelerada, el tiempo se convierte en un tema relevante. El tiempo es un limitante para involucrarse con la alimentación y todos sus procesos.

“Uno no tiene que dejar las cosas en la nevera porque con este frío la cosas no se dañan tanto, yo dejo el mercado 2 o 3 días por fuera y no se me daña”



# Bogotá







## **Una ciudad en constante desarrollo**

En Bogotá el costo de vida, la disminución de espacios y el crecimiento vertical hace que haya una noción de mayor dificultad para poder implementar prácticas sostenibles como mini huertas caseras, compostaje, aprovechamiento de residuos orgánicos e inorgánicos o gestión integral de residuos. asociadas a estos.

## **Un manejo de residuos más pausado**

Los residuos orgánicos no se sacan con mucha frecuencia ya que no causan tanto desagrado, gracias al clima y a una descomposición poco acelerada, los malos olores no se perciben tanto.

## **La variedad está a la orden del día**

Así no sea el lugar donde se cultiven más alimentos, si es el lugar donde se encuentra la mayor variedad de frutas, verduras, raíces, tubérculos e importados, esto se debe a la alta demanda.

# ¿Cómo viven los bogotanos su proceso de alimentación?

## Compra

- Los bogotanos son los que compran con más frecuencia pollo, carne o pescado, un **20,7%** compra estos alimentos a diario. También son los que más compran alimentos de panadería y repostería, un **27,3%** afirma hacerlo todos los días.

## Consumo

- Bogotá es la ciudad que más percibe la practicidad como una razón que define la forma en la que comen, un **13,8%** afirma que necesita comida fácil y rápida de preparar, mientras que el promedio nacional está en **10,2%**.
- Los bogotanos son los que más importancia le dan a comer variado, un **84,9%** consideran esta característica muy importante al momento de consumir alimentos. Además, son los que más frutas distintas consumen, en promedio comen **4.55** tipos de frutas en una semana.

## Desecho

- Los bogotanos son los que más desechan comida por vencimiento de productos, un **36%** lo afirma.
- Los bogotanos son los que más desperdician alimentos por siempre querer alimentos frescos en la alacena o nevera, un **28,3%** dice que esta es la razón principal que lo lleva a generar desperdicios.

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	19%
Frutas y vegetales	19%
Pescado	14%
Aves de corral	11%
Carne roja	11%
Lechería	10%
Azúcar / Panela	8%
Granos	5%
Huevos	4%



Bogotá

## Relación con el ambiente:

Para los bogotanos las frutas y vegetales, la carne roja, y las raíces y tubérculos son los que más gastan agua hasta llegar a la mesa. Por otro lado, los que más generan impacto en el cambio climático son las raíces y tubérculos seguido de frutas y vegetales.

- El **59,7%** de los bogotanos manifiesta conocer acerca del impacto que tiene la producción de alimentos en la naturaleza y los ecosistemas. Sin embargo, está por debajo del promedio nacional que es de **63,2%**.
- Por otra parte, en Bogotá el **59,8%** piensa que la degradación de la naturaleza en Colombia, es causada por la alimentación pero no la consideran como la causa principal, muy en concordancia con el promedio nacional que es de **54,5%**.



**¿Cuál cree que gasta más agua hasta llegar a su mesa?**

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	17%
Carne roja	15%
Raíces y tubérculos	14%
Lechería	13%
Pescado	11%
Aves de corral	10%
Huevos	7%
Azúcar / Panela	7%
Granos	6%

**¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?**

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	19%
Frutas y vegetales	19%
Pescado	14%
Aves de corral	11%
Carne roja	11%
Lechería	10%
Azúcar / Panela	8%
Granos	5%
Huevos	4%

# MEDELLÍN

## **Característica principal de la ciudad:**

### **La ciudad de la eterna primavera**

En la ciudad de la eterna primavera lo tradicional se valora como en ningún otro lugar, la comida, los trajes, el lenguaje y hasta la tradición más pequeña se lleva en la sangre y se muestra con orgullo. El sentido de pertenencia es el valor que vive a flor de piel en los antioqueños, ellos aman su ciudad y todo lo relacionado con ella por eso son tan arraigados a su cultura y esto también se refleja en sus hábitos alimenticios. En pocas palabras, el valor de lo tradicional lo llevan en lo alto y la cocina es una forma de reflejar la idiosincrasia paisa.

Una ciudad con un estilo de vida acelerado donde el tiempo y la cocina son parte esencial del hogar, la alimentación representa un proceso simbólico que da un significado mayor a sus costumbres, haciendo que los platos típicos sean una de las mejores formas de demostrar y enaltecer su cultura.

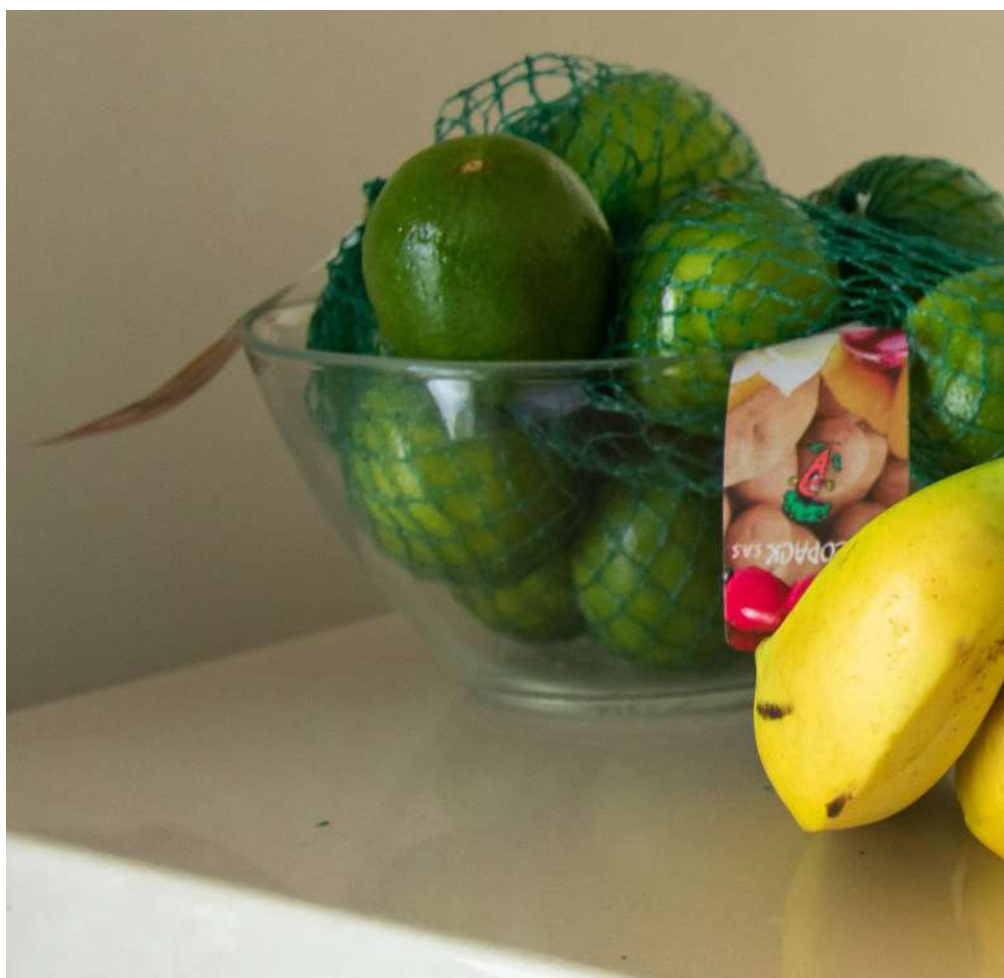
ME

DE

FIN

# Relación con la alimentación

Medellín





## Primero lo paisa, hasta en la comida

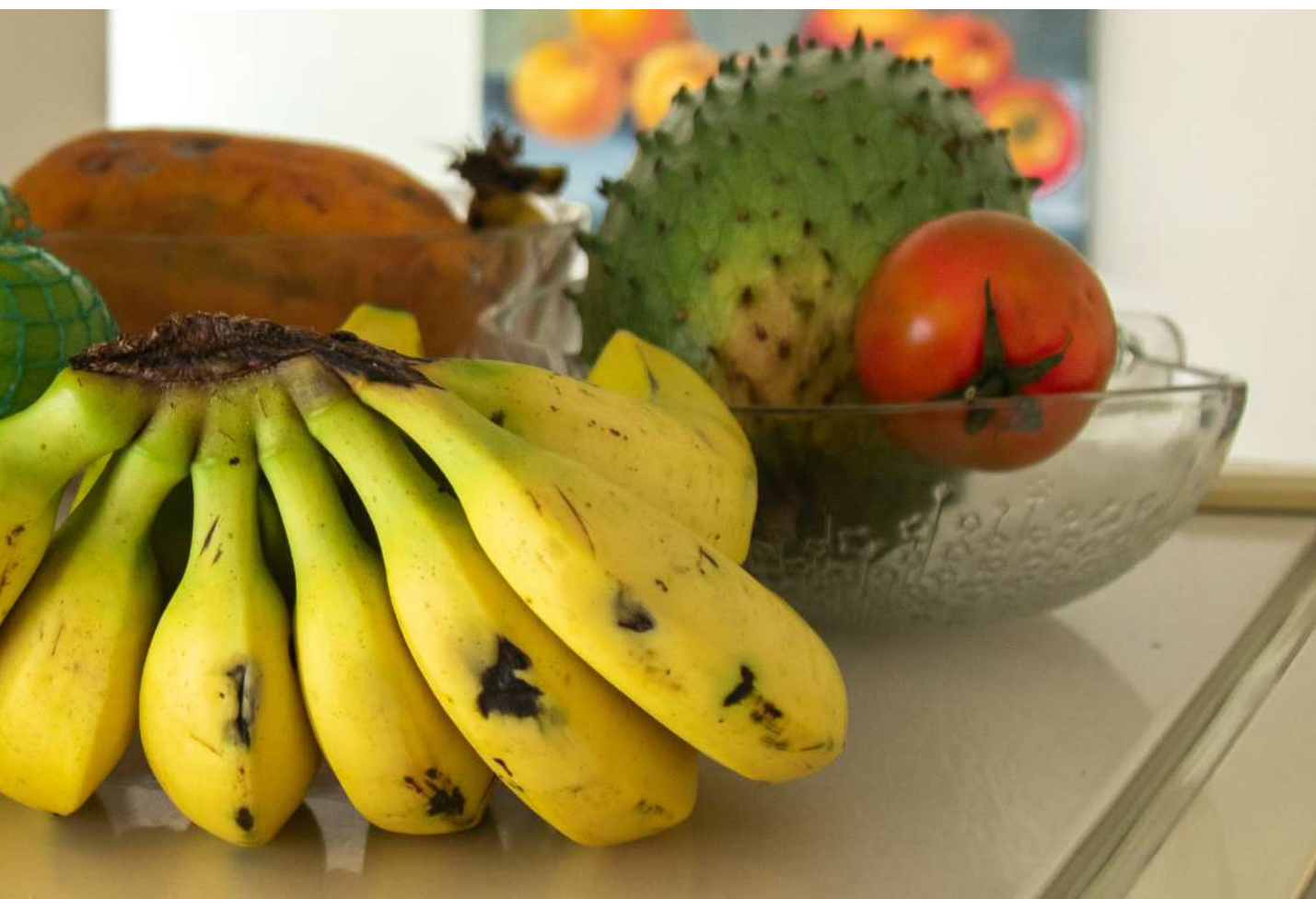
Al tener un nivel de apropiación tan grande con su cultura, los antioqueños son personas que cuidan sus costumbres y su ciudad, y eso también se ve reflejado en el cuidado que les dan a los alimentos y en la manera en la que comen, el regionalismo los lleva escoger marcas propias para el consumo porque eligen primero lo de ellos.

## La cultura del cuidado

Aunque el conocimiento de la producción y prácticas para una alimentación sostenible no es muy grande, tienen una sensibilidad por cuidar sus tradiciones y su ciudad, lo que puede jugar a favor a la hora de implementar buenas prácticas en su forma de comer.

## Una tradición destinada a no morir

La comida de siempre es algo que para los antioqueños no se puede olvidar, la forma de preparar y los hábitos relacionados a ella tampoco. La arepa no tiene reemplazo y una buena bandeja paisa nunca debe faltar. Con el tiempo, han ido adaptando esta tradición a su manera personal de alimentación sin dejar atrás lo que siempre los ha caracterizado, por lo que tienen definidos cuales son los símbolos base de su dieta y están apalancados en la cultura.



# ¿Cómo viven los paisas su proceso de alimentación?

## Compra

- Los antioqueños son los que más prefieren alimentos nacionales por encima de los importados, un **39,7%** indican que siempre lo hacen y reconocen que el mayor beneficio de la compra de productos locales es que se usa menos transporte para que los alimentos lleguen a la casa.
- Cuando los paisas compran alimentos, los elementos que tienen en cuenta a la hora de comprar son la frescura de los alimentos y la fecha de vencimiento con un **93%** cada una.
- Otras características importantes a la hora de comprar alimentos que se distinguen en los paisas es que buscan que sean bajos en químicos y grasas con un promedio de **57%**.

## Consumo

- Los elementos que más tienen en cuenta los paisas al momento de consumir alimentos es no desperdiciar alimentos con un **94%** y comer más frutas y vegetales con un **86%**. Muy similar al promedio nacional que está en **93%** y **85%** respectivamente.
- En Medellín uno de los aspectos que más a definido la forma de comer de las personas es por salud y bienestar con un **47,2%**, lo que hace que consuman productos más nutritivos con el fin de mantenerse sanos. Este factor también es un detonante de cambio en las dietas de los paisas, pues el **64,1%** de los encuestados manifiesta que cambiaría su dieta para estar más sanos.



# MEDELLÍN

## Desecho

- **75,1%** de las personas en Medellín consideran muy importante no desperdiciar. Las personas de Medellín manifiestan desechar comida **1,93** veces a la semana; el promedio nacional es de **1,9**.
- Los paisas manifiestan que la principal razón por la que botan o desechan comida es por el vencimiento de productos con un **33,7%**. Otras razones como no usar las sobras y cocinar en demasiada cantidad, son otras de las razones detonantes de desperdicio.

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	23%
Raíces y tubérculos	21%
Lechería	11%
Azúcar / Panela	11%
Carne roja	10%
Granos	9%
Huevos	7%
Pescado	5%
Aves de corral	3%



# Relación con el medio ambiente Medellín

- En Medellín son pocos los que manifiestan que la alimentación no tiene nada que ver con la degradación de la naturaleza en Colombia, pues el promedio de los que dicen que son dos variables que no tienen que ver es de **6%** debajo del promedio nacional que es de **7,2%**.
- Los antioqueños son los que más están dispuestos a volverse vegetarianos o veganos como una estrategia para ayudar al medio ambiente.

Para los paisas las frutas y vegetales, la carne roja, y las raíces y tubérculos son los que más desperdician agua hasta llegar a la mesa. Por otro lado, los que más generan impacto en el cambio climático son las raíces y tubérculos seguido de frutas y vegetales. Tendencia igual para Bogotá.

**¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?**

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	19%
Frutas y vegetales	19%
Pescado	14%
Aves de corral	11%
Carne roja	11%
Lechería	10%
Azúcar / Panela	8%
Granos	5%
Huevos	4%

**¿Cuál cree que gasta mas agua hasta llegar a su mesa?**

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	17%
Carne roja	15%
Raíces y tubérculos	14%
Lechería	13%
Pescado	
Aves de corral	10%
Azúcar / Panela	7%
Huevos	7%
Granos	6%

# BARRANQUILLA

## Característica principal de la ciudad:

### La arenosa

Barranquilla es una ciudad que vive la guacherna y tiene el sabor en el aire, esto también se refleja en su forma de cocinar ya que su gastronomía está llena de sabor, mezclado con las costumbres y la crianza en la familia costeña. Con platos abundantes en cantidad hay una sensación de bienestar que los hace sentir plenos y asocian un buen plato de comida con sentimientos de satisfacción y tranquilidad. La cocina es parte esencial

del hogar, representa un proceso simbólico que da un significado mayor a sus costumbres, haciendo que los platos típicos sean una de las mejores formas de demostrar y enaltecer su cultura.

BA

RRAN

QU

LIA

## Problemas de almacenamiento

Proteger los alimentos perecederos en esta región representa un gran problema que está más que todo presente en los retails, afirman que en la sección de carnes se presentan malos olores por lo que los barranquilleros se vuelven más exigentes a la hora de comprar carnes, pescado y pollo. La sección de carnes es la que menos gusta a los consumidores porque al no tener la calidad esperada no tienen la tranquilidad de cocinar con ese alimento.

## Influencia árabe

La gastronomía de la región se define por su cercanía al mar, pero también está influenciada por la cocina árabe por lo que varios platos que hoy son tradicionales tienen inspiración en otra cultura. Gracias a la abundancia del pescado se consume como parte fundamental de la dieta y no como un privilegio.

## Que falte todo, menos la nevera

Debido al clima, en esta región hay un uso intensivo de la nevera y de plástico (bolsas, ziploc) para almacenar casi cualquier tipo de alimento, están en una búsqueda constante de estrategias para poder proteger los alimentos del rápido deterioro y de las plagas.

## Un símbolo de orgullo

Los barranquilleros se sienten muy orgullosos de su pasado gastronómico, por lo que buscan que los platos tradicionales no se pierdan en la alimentación diaria y de la misma manera adaptan su alimentación del día a día a formas de preparación o a la utilización de alimentos típicos de la región

# Relación con la alimentación Barranquilla







# ¿Cómo viven los barranquilleros su proceso de alimentación?

## Compra

- Los barranquilleros son los que compran frutas y verduras con más frecuencia, un 17,1% compra estos alimentos a diario, mientras que el promedio nacional está en 12,4%.
- A la hora de comprar alimentos, los barranquilleros son los que más se preocupan por la estética y buena apariencia de estos con un 84,7%, mientras que el promedio nacional esta en 81%.
- Los barranquilleros son los que más se fijan si los alimentos que compran son nacionales o importados, el 28,1% siempre lo hace. El promedio de la ciudad es de 58% mientras que en nacional esta por 51%.

## Consumo

- Los barranquilleros son los que más importancia le dan a comer menos productos procesados y/o grasas y a comprar productos locales, con un porcentaje de 80% y 69,4% respectivamente, las personas encuestadas afirman que son características muy importantes al momento de consumir alimentos.
- Los barranquilleros son los que más varían su alimentación, un 32,7% afirma que su alimentación es muy variada y que usualmente no repite nada, ni siquiera alimentos como el arroz o la arepa.
- Los barranquilleros son los que más han realizado cambios significativos en su alimentación en los últimos dos años, un 72,5 % afirma haberlo hecho y el 44,4 % afirma que lo hizo para estar más sano.

## Desecho

- Los Barranquilleros son los que tienen el promedio más grande botando comida al mes con 2,12 veces, superior al promedio nacional que es de 1,9. El 30,1 % manifiestan no botar basura.

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)	Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	18%	Carne roja	8%
Frutas y vegetales	17%	Azúcar / Panela	7%
Lechería	14%	Pescado	7%
Granos	13%	Aves de corral	6%
Huevos	11%		

# Barranquilla

## Relación con el medio ambiente

- Con un 84,7%, los barranquilleros son los que tienen una relación más cercana con la comida pues son los que más se sienten identificados y le dan importancia a este aspecto. El promedio nacional esta por debajo en 81,2%.
- También son los que más dicen conocer acerca del impacto que tiene la producción de alimentos en la naturaleza y los ecosistemas con un 70,6%, mientras que el promedio nacional está por 63,2%.
- Los barranquilleros son los que más reconocen que la forma de alimentarse contribuye a la pérdida y degradación de la naturaleza en Colombia, un 21% reconocen que es la principal causa y un 54.3% la considera como una de las causas, pero no la principal.

### ¿Cuál cree que gasta mas agua hasta llegar a su mesa?

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	16%
Raíces y tubérculos	16%
Aves de corral	15%
Carne roja	12%
Granos	11%
Lechería	10%
Pescado	8%
Azúcar / Panela	7%
Huevos	6%

### ¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?

Alimento	Porcentaje (%)
Carne roja	17%
Aves de corral	13%
Pescado	13%
Granos	12%
Frutas y vegetales	10%
Raíces y tubérculos	10%
Huevos	10%
Azúcar / Panela	8%
Lechería	7%



# CALI

## **Característica principal de la ciudad:**

### **La sucursal del cielo**

La capital de Valle del Cauca, una ciudad que se mueve al ritmo de la salsa y de la calidez de sus habitantes, se encuentra en una coyuntura actual que afecta su relación con la alimentación. Debido a la tensión social se genera una percepción de escasez y de aumento en el costo de la alimentación haciendo que se cambien los hábitos alimentarios y al mismo tiempo se opta por la compra de raciones más pequeñas o por la sustitución de algunos ingredientes en las comidas.

La cocina es parte esencial del hogar, representa un proceso simbólico que da un significado mayor a sus costumbres, haciendo que los platos típicos sean una de las mejores formas de demostrar y enaltecer su cultura.







# Relación con la alimentación

## Cali

### **Cali es Cali, lo demás es loma**

Desde el “*mirá ve*” hasta el “*vojabés*”, los caleños tienen una cultura muy arraigada que se refleja en la manera en la que usan preparaciones tradicionales para acompañar su dieta diaria. Se ve una adaptación de lo tradicional al día a día, por lo que alimentos como los aborrajados, las empanadas, las marranitas se vuelven parte de los hábitos alimentarios de los caleños.

### **Influencia del Pacífico**

Por su cercanía al puerto existe una fuerte influencia del Pacífico en la gastronomía de la ciudad, dentro de su dieta aparecen una gran variedad de pescados y mariscos. Sin embargo, el consumo de estos alimentos es visto de manera esporádica.

# ¿Cómo viven los caleños su proceso de alimentación?

## Compra

- En la ciudad de Cali la compra de pollo carne y pescado se hace en su mayoría en supermercados pues el **68,3%** de los caleños manifiestan comprar estas carnes allí. El promedio nacional está en **52,6%**
- Los caleños son los que más se preocupan por la fecha de vencimiento a la hora de comprar alimentos, un **96,1%** afirma que esta característica es muy importante a la hora de elegir los alimentos que va a comprar.
- A la hora de hacer las compras los elementos que más tienen en cuenta son la fecha de vencimiento con el **96%** y la frescura de los alimentos, tendencia similar a nivel nacional.

## Consumo

- Los caleños consideran que lo que más consumen son huevos con un **91,6%** y frutas y vegetales en segundo lugar con un **89%**.
- Los caleños son los que están más dispuestos a aprender a cocinar nuevos alimentos, un **93,2%** afirma que estaría muy dispuesto a implementar esta estrategia a corto plazo con el fin de aumentar la variedad de alimentos que consume.
- Cali es la segunda ciudad donde más se han realizado cambios significativos en la alimentación en los últimos dos años, un **71,2%**, por encima del promedio nacional que está en **69,9%**. Uno de los principales detonantes de este cambio es porque el **55,1%** afirma que es para estar más sano.

## Relación con el medio ambiente

### Desecho

- En Cali las personas manifiestan que botan comida a la semana con una frecuencia de 1,95 veces, muy similar al promedio nacional que es de 1,9.
- El 32,2 % manifiesta no botar basura.

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	18%
Frutas y vegetales	17%
Lechería	14%
Granos	13%
Huevos	11%
Carne roja	8%
Azúcar / Panela	7%
Pescado	7%
Aves de corral	6%



# Cali

## Relación con el medio ambiente

- La ciudad de Cali es la que tiene el promedio más bajo en el conocimiento sobre el impacto que tiene la producción de alimentos en la naturaleza y los ecosistemas con un 59,2%, debajo del promedio nacional que está en 63,2%.
- El 50% de los caleños consideran que la manera como se alimentan es una de las causas pero no la principal en la pérdida y degradación de la naturaleza en Colombia. Solo el 22% considera que es la principal causa.

**Para los caleños las frutas y vegetales, granos, raíces y tubérculos son los que más gastan agua hasta llegar a la mesa.**

**Por otro lado, los que más generan impacto en el cambio climático son las frutas y vegetales, raíces y tubérculos.**

**¿Cuál cree que gasta más agua hasta llegar a su mesa?**

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	15%
Granos	15%
Raíces y tubérculos	14%
Azúcar / Panela	13%
Pescado	12%
Carne roja	10%
Lechería	8%
Aves de corral	8%
Huevos	6%

**¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?**

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	16%
Raíces y tubérculos	16%
Azúcar / Panela	13%
Granos	12%
Carne roja	10%
Lechería	10%
Pescado	9%
Aves de corral	7%
Huevos	6%

# BUCARAMANGA

## **Característica principal de la ciudad:**

## **La ciudad bonita**

Es una ciudad con un mundo gastronómico que se divide en dos: la variedad de restaurantes y estilos y la comida rápida; con una cultura hamburguesera importante y la mejor salsa tártara de Colombia.

Bucaramanga se caracteriza por ser la ciudad bonita de

Colombia, sus parques, la amabilidad de su gente hacen que sea una ciudad muy acogedora.

**BU**

**CA**

**RA**

**MAN**

**GA**







# Relación con la alimentación

## Bucaramanga

### **La comida rápida es única**

Ir a Bucaramanga implica estar listo para disfrutar de todos los restaurantes que ofrece la ciudad, especialmente la comida rápida.

### **Lo saludable sigue siendo primordial**

Aunque el bumangués tiene a su disposición una gran cantidad de opciones a la hora de alimentarse con comida rápida, la casa sigue siendo la mejor opción para no caer en excesos. Esto genera una tensión en los consumidores debido a que tienen una noción de que comer en casa es saludable, que tienen como antagonista una oferta de comida rápida muy amplia.

### **No es tedioso buscar la mejor opción**

En Bucaramanga ninguna distancia es demasiado lejos, esto hace que la gente este mucho más propensa a recorrer más lugares para así encontrar productos o más frescos o más baratos.

# ¿Cómo viven los bumangueses su proceso de alimentación?

## **Compra**

- Al la hora de hacer las compras los elementos que más tienen en cuenta en Bucaramanga son la frescura de los alimentos con un 96% y la fecha de vencimiento con el 95%, tendencia similar a nivel nacional.

## **Consumo**

- Para los encuestados en Bucaramanga las principales razones que han definido su alimentación es por salud y bienestar con un 47,6%, seguido de por tradición familiar con un 23,6%.
- Los factores que más tienen en cuenta en Bucaramanga a la hora de consumir alimentos es no desperdiciar con un 92% y consumir más frutas y verduras con un 87%.
- Los productos que más incluyen en Bucaramanga son pollo y aves con un 89,9% y huevos con 88,8%.
- El 68,8% de los bumangueses considera que han hecho un cambio significativo en su dieta en los últimos dos años. El 49,4% considera que el detonante de este cambio ha sido para estar más sanos.

## Bucaramanga

# Relación con el medio ambiente.

### Desperdicio

- En Bucaramanga las personas manifiestan que están botando comida a la semana con una frecuencia de 1,56 veces, por debajo al promedio nacional que es de 1,9. El 32,1 % manifiestan no botar basura, lo que podría mostrar una conciencia baja cuando piensan en desperdicios.
- Los bucaramanguenses son los que menos perciben la cantidad de comida que se desperdicia, un 36,1% afirma que no desperdició ningún tipo de alimento en el último mes.

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	35%
Raíces y tubérculos	33%
Granos	23%
Lechería	9%
Aves del corral	0%
Azúcar / Panela	0%
Carne roja	0%
Huevos	0%
Pescado	0%

**¿Cuál cree que gasta más agua hasta llegar a su mesa?**

<b>Alimento</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Frutas y vegetales	18%
Raíces y tubérculos	15%
Granos	14%
Pescado	13%
Carne roja	10%
Aves de corral	9%
Azúcar / Panela	9%
Lechería	7%
Huevos	4%

**¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?**

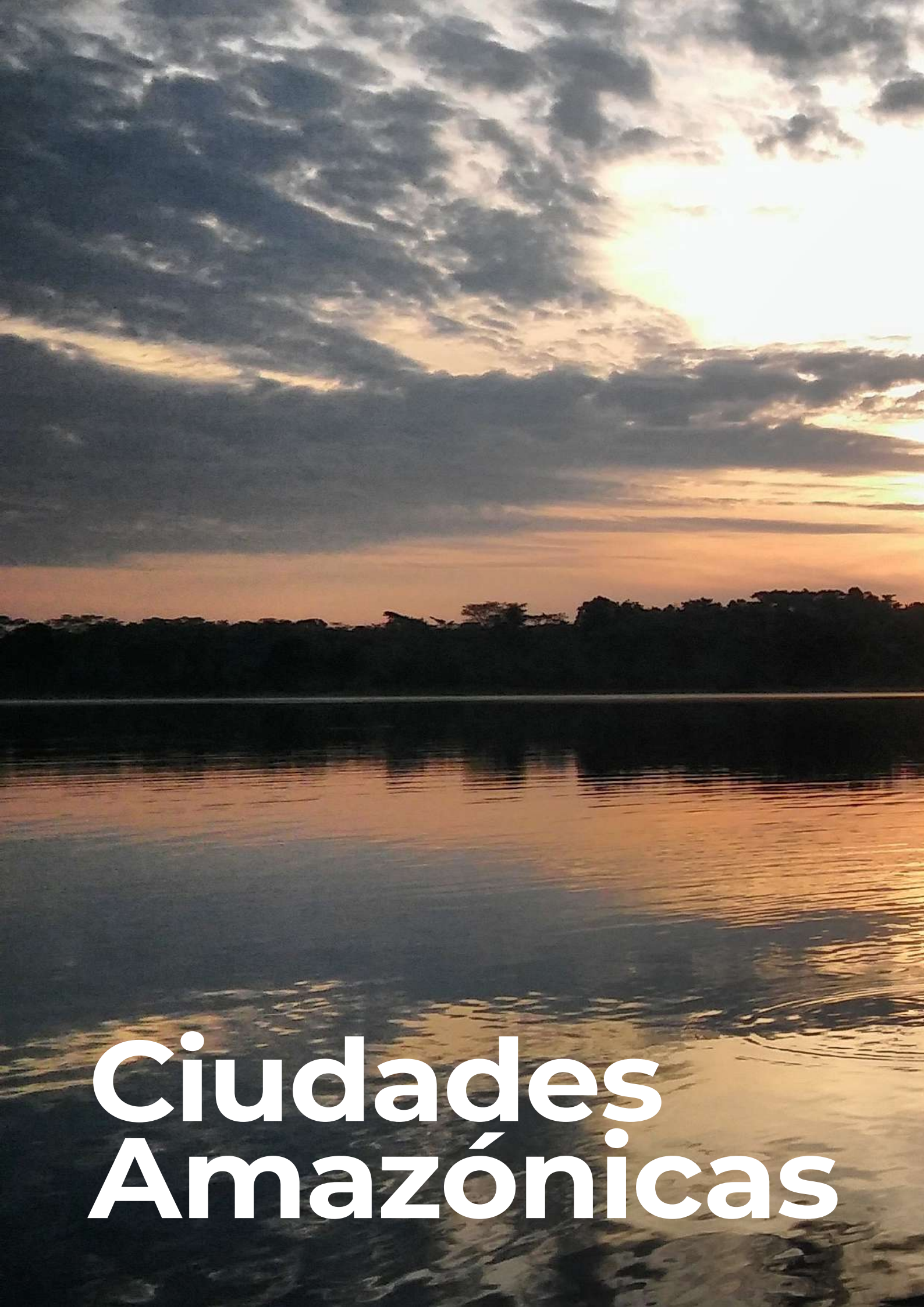
<b>Alimento</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Frutas y vegetales	21%
Raíces y tubérculos	18%
Pescado	16%
Carne roja	15%
Aves de corral	12%
Granos	7%
Azúcar / Panela	9%
Huevos	0%
Lechería	0%

## Burcaramanga Relación con el medio ambiente

- El 65,5% de los bumangueses manifiesta tener conocimiento sobre el impacto que tiene la producción de alimentos en la naturaleza y los ecosistemas, similar al promedio nacional que está en 63,2%.
- El 58,2% de los bumangueses considera que la manera como se alimentan es una de las causas pero no la principal en la pérdida y degradación de de la naturaleza en Colombia. Solo el 22% considera que es la principal causa.

**Para los bumangueses las frutas y vegetales, raíces, tubérculos, y granos son los que más gastan agua hasta llegar a la mesa. Por otro lado, los que más generan impacto en el cambio climático son las frutas y vegetales, raíces y tubérculos.**





# Ciudades Amazónicas

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR

SANCHOBEDO



# SAN JOSÉ DEL GUAVIARE

## **Característica principal de la ciudad:**

### **La puerta del Amazonas**

Gracias a la migración de la población de diferentes departamentos a esta zona tropical, hay una mezcla de hábitos alimenticios que al mismo tiempo se mezclan con los alimentos que más se dan en la región, es por esto que es normal encontrar dentro

de la alimentación de sus habitantes platos típicos de otras regiones combinadas con un alimento base de la región como la yuca.



SAN  
JOSÉ  
DEL  
GUA  
VIA  
RE



# Relación con la alimentación

## San José del Guaviare

### **Un mercado del día a día**

Teniendo en cuenta la condición económica de sus habitantes, el mercado no se hace con tanto nivel de planificación ya que se trata de comprar al diario, a esto se le suma la condición del clima que favorece el rápido deterioro de los alimentos.

### **La yuca, el alimento estrella**

Una y mil formas de preparar, la yuca es un esencial en la cocina. Un alimento que con un poco de ingenio puede tener las preparaciones menos pensadas, se aprovecha de diferentes maneras (casabe).



### **Influencia gastronómica**

Existe una alta influencia por parte de los indígenas que promueve el uso de ingredientes más tropicales como el *copoazú* o *camu-camu* y que a su vez influye en la manera de preparar los alimentos.

# LETICIA

## **Característica principal de la ciudad:**

### **El triángulo amazónico**

Leticia es el lugar por excelencia dónde se juntan todas las etnias y florecen las costumbres amazónicas como en ninguna otra región, su cercanía con Brasil, hace que sus habitantes no vean al vecino país como algo lejano, sino que al

contrario, se mezclen con su cultura y todos sus hábitos, incluidos los alimenticios, que se ven influenciados por este país.

LE

TI

CIA

# Relación con la alimentación

Leticia



## **No reconocen los productos brasileros como importados**

Gracia a la cercanía con el vecino país, los ven como productos de uso diario que muchas veces son más fáciles de conseguir que los productos propios de Colombia.

## **Las frutas locales no se dan todo el año**

Aunque es una zona con diversidad de cultivos y de frutos exóticos, estos alimentos se encuentran solamente en una temporada especial del año, hay periodos de tiempo donde abundan y es normal ver preparaciones con frutas exóticas, pero también hay periodos donde no se encuentran estos mismos productos por lo que su dieta alimentaria se va a ver afectada y tiene que cambiar.

## **Un espacio perfecto para el autocultivo**

Leticia al ser tan pequeña y al estar rodeada de tanta vegetación se presenta como una zona con mayor disposición de espacio para la siembra, lo que impulsa a las personas a cultivar su propio alimento debido a que tienen las herramientas para hacerlo.

## **Influencia indígena**

Una cultura indígena marcada en la región hace que los platos que se consumen en Leticia sean el resultado de la mezcla con alimentos y prácticas tradicionales indígenas que no se pueden producir en el centro de la ciudad, sino que vienen del interior de la selva.

# FLORENCIA

## **Característica principal de la ciudad:**

## **El eslabón entre la amazonía y la montaña.**

Florencia es el hermano del departamento del Huila.

Personas de diferentes rincones del país llegan a esta ciudad y por esa razón no hay una cultura gastronómica definida. Una de las características alimentarias que define a Florencia es la variedad de preparaciones, donde hay un alimento que predomina, el plátano. Este alimento es usado para una gran cantidad de preparaciones que manejan

y disfrutan como la popular hamburguesa de plátano. Además, Florencia también es una ciudad en donde la abundancia a la hora de comer es algo que resalta mucho, los platos siempre vendrán con varios acompañamientos y grandes porciones de comida.



FLO

REN

CA

# Relación con la alimentación

## Florescencia

### El plátano nunca puede faltar

En Florencia es un alimento muy importante e incluso base en la cotidianidad de las personas. Siempre el arroz y el plátano están presentes, pero el plátano parece no ser negociable.

### Lo mismo de siempre en medio de la variedad

Apesar de tener una gran variedad de frutas y verduras las personas siguen teniendo una base dietaria no muy variada.

### Frutas y verduras para rato

La cercanía con la selva hace que tengan abundancia de frutas tropicales, dándoles variedad a las personas para experimentar y hacer diferentes preparaciones, cambiando algunos hábitos alimenticios.

### Amor por la carne

En una ciudad muy cercana a la selva, curiosamente, la carne es la comida simbólica en Florencia.



# San José del Guaviare

¿Cuál cree que gasta más agua hasta llegar a su mesa?

Alimento	Porcentaje (%)
Aves del corral	17%
Pescado	17%
Azúcar / Panela	14%
Granos	14%
Frutas y vegetales	13%
Raíces y tubérculos	9%
Lechería	7%
Carne roja	5%
Huevos	4%

¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	30%
Raíces y tubérculos	21%
Pescado	18%
Carne roja	17%
Lechería	8%
Aves de corral	7%
Azúcar / Panela	0%
Granos	0%
Huevos	0%

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	28%
Frutas y vegetales	22%
Granos	18%
Huevos	9%
Carne roja	8%
Lechería	5%
Azúcar / Panela	4%
Aves de corral	3%
Pescado	2%





# Florencia

¿Cuál cree que gasta más agua hasta llegar a su mesa?

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	50%
Carne roja	35%
Frutas y vegetales	15%
Aves de corral	0%
Azúcar / Panela	0%
Granos	0%
Huevos	0%
Lechería	0%
Pescado	0%

¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	20%
Frutas y vegetales	18%
Carne roja	18%
Pescado	14%
Lechería	14%
Aves de corral	12%
Azúcar / Panela	3%
Huevos	2%
Granos	0%

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	35%
Carne roja	33%
Huevos	17%
Frutas y vegetales	15%
Aves de corral	0%
Azúcar / Panela	0%
Granos	0%
Pescado	0%
Lechería	0%



### **Compra**

- Los habitantes de ciudades amazónicas son los que más consideran lo orgánico como una característica importante a la hora de comprar alimentos, un 29,3% lo afirma.
- Al la hora de hacer las compras los elementos que más tienen en cuenta en ciudades Amazónicas son la fecha de vencimiento con un 96% y la frescura de los alimentos con el 95%, tendencia similar a nivel nacional.

### **Consumo**

- Los factores que más han definido la forma de alimentarse en los amazónicos son la salud y el bienestar con 40,7% y por tradición familiar con un 22,2%.
- Los alimentos que más se consumen en las ciudades amazónicas son huevos con un 86,2%, y frutas y vegetales con un 77,2%.
- Los habitantes de ciudades amazónicas son los que más importancia le dan a no desperdiciar alimentos, un 94,6% considera muy importante no desperdiciar alimentos al momento de consumirlos.
- Los habitantes de ciudades amazónicas son los que menos varían su alimentación, un 50,9% afirma que su alimentación es poco o nada variada por lo que suelen comer varios días a la semana uno o dos alimentos repetidos.



# ¿Cómo viven su proceso de alimentación?

## Desperdicio

- En las ciudades amazónicas las personas manifiestan que están botando comida a la semana con una frecuencia de 1,6 veces, por debajo al promedio nacional que es de 1,9. Además, el 34,7 % manifiestan no botar basura, lo que muestra una conciencia baja cuando piensan en desperdicios, tendencia que comparten con Bucaramanga.

¿Cuál cree que más se desperdicia en los hogares en Colombia?

Alimento	Porcentaje (%)
Raíces y tubérculos	18%
Frutas y vegetales	17%
Lechería	14%
Granos	13%
Huevos	11%
Carne roja	8%
Azúcar / Panela	7%
Pescado	7%
Aves de corral	6%

## Datos agregado de ciudades Amazónicas

(San José del Guaviare, Leticia y Florencia)

### ¿Cuál cree que gasta más agua hasta llegar a su mesa?

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	18%
Raíces y tubérculos	15%
Granos	14%
Pescado	13%
Carne roja	10%
Aves de corral	9%
Azúcar / Panela	9%
Lechería	7%
Huevos	4%

### ¿Cuál cree que es el que tiene un mayor impacto en el cambio climático?

Alimento	Porcentaje (%)
Frutas y vegetales	21%
Raíces y tubérculos	18%
Pescado	16%
Carne roja	15%
Aves de corral	12%
Granos	12%
Azúcar / Panela	7%
Huevos	0%
Lechería	0%

## Ciudades Amazónicas Relación con el medio ambiente

- El **63,5%** manifiesta tener conocimiento sobre el impacto que tiene la producción de alimentos en la naturaleza y los ecosistemas, similar al promedio nacional que está en **63,2%**.
- El **58,7%** de las ciudades amazónicas considera que la manera como se alimentan es una de las causas, pero no la principal en la pérdida y degradación de la naturaleza en Colombia. Solo el **16,2%** considera que es la principal causa.

**Para las ciudades amazónicas las frutas y vegetales, raíces y tubérculos, y los granos son los que más gastan agua hasta llegar a la mesa. Por otro lado, los que más generan impacto en el cambio climático son las frutas y vegetales, y raíces y tubérculos.**







# Conclusiones



Colombia, al ser un territorio tan diverso, tiene una gastronomía muy amplia y variada. Se pueden identificar **diferentes costumbres y tradiciones**, por lo tanto diferentes soluciones segmentadas por región.

Aunque hay una gran variedad de opciones, en el universo colombiano pluricultural, **las personas tienden a preparar y comer las mismas cosas,** no solamente por tradición sino también por situaciones económicas precarias o falta de tiempo en una cotidianidad enfocada en sobrevivir.







El ritmo que tiene el desarrollo o las situaciones adversas del país choca con las **diferentes ideas sostenibles que las personas quisieran implementar en sus vidas** (huertas, compostaje), así como el rápido desarrollo de las ciudades, la falta de tiempo por la necesidad de trabajar más y el desplazamiento del campo a la ciudad de muchas familias.

En varias regiones la comida rápida hace parte de la alimentación cotidiana de las personas, y aunque no es muy saludable, **estos platos pertenecen a la tradición y a lo clásico de cada región, haciendo más difícil tener una dieta balanceada.**



# Aprendizajes: Consejos prácticos

Un manual de buenas prácticas para una Alimentación basada en el planeta sólo podrá conseguirse por medio de un paro en el camino para hacer conciencia del tipo de relación que tenemos con los alimentos. El acto de comer es una de las relaciones más íntimas que tenemos con nuestro propio cuerpo y una relación directa con la naturaleza.

Es por esto que lograr hacer conciencia de lo que hacemos durante nuestra alimentación y todos los procesos que la complementan, es imprescindible para dar las respuestas adecuadas a las preguntas pertinentes y lograr conquistar una alimentación que no atenta, ni contra nuestra salud ni contra la salud planetaria.



**La alimentación  
es parte del  
problema,  
podemos hacerla  
parte de la  
solución**





Nuestros sistemas alimentarios dependen de la naturaleza y los servicios que esta proporciona, pero hoy en día la manera en que nos alimentamos está desestabilizando el planeta. Los sistemas alimentarios son responsables del 80% de la deforestación, el 70% de la pérdida de biodiversidad en la tierra -y el 50% en agua dulce - y producen alrededor del 30% de todas las emisiones de gases de efecto invernadero.

Por eso necesitamos un cambio, que permita a todas las personas tener dietas saludables y nutritivas dentro de los límites planetarios. Uno de los aspectos claves de esta transformación tiene que ver con formas de comer más saludables y sostenibles.

***WWF Colombia las llama Dietas Basadas en el Planeta, capaces de combatir el cambio climático, mejorar la salud humana y la seguridad alimentaria, reducir la pérdida de biodiversidad, salvar vidas, disminuir los riesgos de futuras pandemias y generar beneficios económicos.***

### **Es importante lograr una nueva relación con nuestro alimento.**

No podemos ver la alimentación de manera fragmentada y desarticulada de la crisis global. Las soluciones alimentarias deben verse de forma interconectada y sistémica que intervienen en un todo que se llama vida. Es por esto que, de lo que ponemos en nuestro plato, depende la vida humana y el ambiente.

### **Comer conscientemente**

Tiene que ver con 1. El tipo de alimentación que llevo, 2. los alimentos que se comen, 3. el lugar dónde se compran los alimentos y cómo se almacenan, 4. la manera cómo se preparan y se comen, y 5. cómo gestiono mis residuos. Esta conciencia abarca varios momentos. Veamos qué acciones prácticas podemos realizar. Son muchas las formas en las que podemos (y debemos) actuar para reducir el impacto y huella ambiental de lo que comemos.

# 10

**Seguir tres principios básicos: come más variado, más local y evita el desperdicio. Y aplica estas ideas en cada momento de tu relación con los alimentos, durante la compra, el almacenamiento, al cocinar o preparar, al comer y al desechar.**

- Comer variado puede ayudar a reducir la presión sobre los ecosistemas naturales que necesitamos para mantener la vida en el planeta.
- Si todos comemos x alimento todos los días, pues se requiere de mucho espacio para producirlo; parte de este espacio implicaría degradar lugares naturales como bosques o sabanas para destinarlos a la producción.
- Esta variedad de alimentos también ayuda a la salud: obtenemos más vitaminas, minerales y nutrientes.
- Comer local reduce los impactos del transporte de alimentos, incluyendo los gases efecto invernadero que generan. Además, local no sólo significa producido en el país, sino ojalá lo más cerca posible. Esto no es una prohibición para consumir un importado eventual, o deleitarse un producto de otra región, es una invitación a aprovechar mejor lo que se produce más cerca.

# La dieta o tipo de alimentación que sigo







# 20

## ¿Dónde estoy comprando?

Cuando se compra comida en un lugar, sea la plaza de mercado, la tienda del barrio, grandes superficies y supermercados, directamente a campesinos y cultivadores de productos agroecológicos con prácticas sostenibles, se determina no sólo un modelo de consumo, sino también de distribución y de producción, y por tanto, se están marcando las condiciones de trabajo y de vida de las personas que trabajan la tierra y producen los alimentos.

## Seamos curiosos y preguntemos

No siempre es fácil saber cómo fue elaborado un producto. Existen sellos y las certificaciones de producción orgánica, pero no es la única opción de comprar pensando en el planeta.

Aprovecha los mercados campesinos que se organizan en las ciudades y habla con los productores para saber cómo cultivan. Revisa los empaques para conocer más sobre lo que que distintas marcas hacen para producir de manera más responsable. Habla con quien te vende para que te haga recomendaciones de productos o marcas que estén marcando la diferencia.

Ten en cuenta que no existe ningún ingrediente que sea universalmente sostenible o insostenible; todo depende de cómo y dónde se cultive, produzca o pesque.-

## También en el mar

Confirma el origen de los productos marinos antes de comprarlos, con el fin de descartar que sean especies en peligro de extinción o en temporada de veda, es decir, la época en que se restringe su consumo para garantizar que puedan reproducirse. También, te sugerimos que evites el consumo de especies exóticas, pues es probable que estas se encuentren en estado crítico de conservación.



**Cada día se hace  
más importante  
ser consciente del  
lugar donde se  
obtiene la comida  
por 2 razones  
importantes**









## Entonces, ¿cómo comprar?

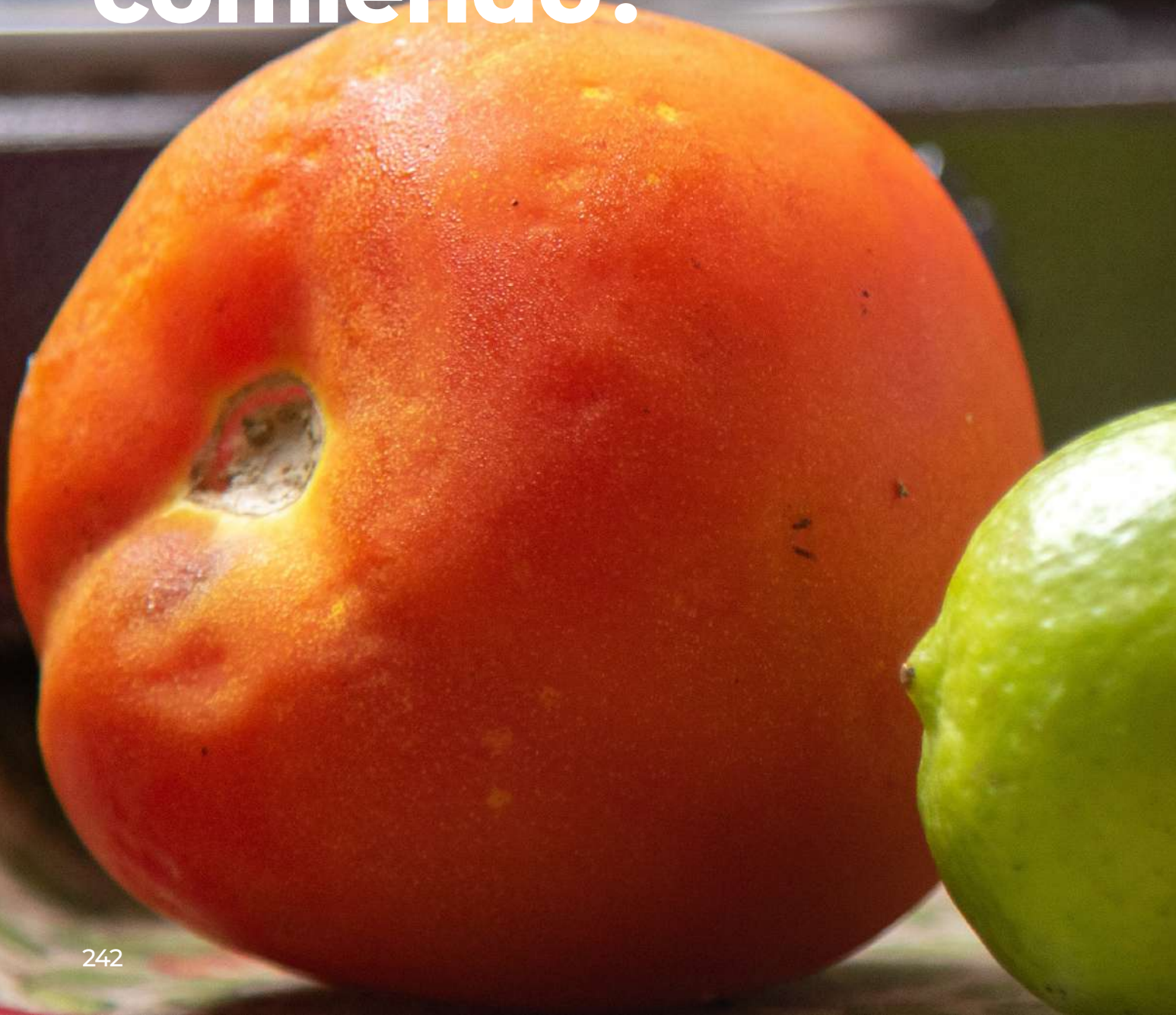
**Compra con diferentes grados de maduración y no rechaces las pequeñas imperfecciones de frutas y verduras.** ¿Sabes qué pasa con ese banano pecoso que está allí en el estante? ¿O con esa papaya que tiene un trozo blandito? Pueden terminar en la caneca.

**Dale prioridad a los alimentos que están en cosecha.** Es bueno para el bolsillo, porque generalmente están de mejor precio, y además evitas que se pierdan, pues puede haber sobreoferta.

**Encuentra proyectos en tu ciudad de venta de alimentos agroecológicos.** Muchos de ellos provienen de pequeños campesinos que utilizan prácticas ecológicas y regenerativas, sostenibles, que protegen el suelo y la biodiversidad, que conservan el valor nutricional del alimento, así que no dudes ni un segundo en preferirlos. Recuerda que con tu dinero defines el mercado. La humanidad necesita volver a alimentarse sanamente, como se hacía hace tan sólo unas décadas.

# 3.

**¿Qué estoy  
comiando?**



Cambiar nuestra manera de alimentarnos puede ser un proceso abrumador al comienzo, pero ¿qué proceso no lo es? Llevamos años de nuestra vida comiendo de una manera y cambiarla requiere foco y mucha concentración. Una vez logres hacer esa conciencia, cada salida a comprar alimentos se hará mucho más fácil y llevadera. **Lo prometo.**

Al hacer la conexión entre los alimentos, la salud humana y la salud del planeta, tendrás la respuesta de cómo están directamente relacionados con la crisis social y ambiental.

Y ese conocimiento será tu poder.



Primero comencemos por lo que debemos evitar, luego citaremos más formas de contribuir.

# ¿Qué debemos evitar?

El plástico. En 2019, WWF encontró evidencia de microplásticos en nuestra comida y bebidas. Estas partículas diminutas pueden ser invisibles a la vista y se filtran en el agua y el aire, pasando a los alimentos que consumimos. Comemos tantas de estas partículas de plástico como el peso equivalente a una tarjeta de crédito, ¡a la semana!

Por eso, te recomendamos que uses bolsas de tela; evita envases innecesarios; pide a los lugares donde compras que eviten al máximo este material; y no utilices vasos, platos y cubiertos desechables. Recuerda que menos del 10% de los envases de plástico a nivel

mundial se recicla y que se estima que ¡para 2050 podría haber más plástico que peces en el mar!

'FSC' (Forest Stewardship Council) es uno de estos sellos que deberíamos buscar en los productos que compramos, pues garantiza los empaques de materiales como papel, cartón y la madera son creados con insumos que vienen de bosques sostenibles.



## Únete al movimiento de vivir **#SinDesperdicio**

- Elige verduras y frutas imperfectas. Muchas fincas productoras pierden comida porque ésta no cumple con ciertas características estéticas, pero una forma irregular o una cáscara con manchas no afectan el valor nutricional de los alimentos. En Colombia, los alimentos que más se pierden y desperdician son precisamente frutas y verduras.
- Ojo con las fechas de caducidad. “Consumir antes de” indica una fecha en la que el alimento es seguro para ser consumido, mientras que “Consumir preferentemente antes de” significa que la calidad del alimento es mejor antes de esa fecha, pero sigue siendo seguro para el consumo después de esta. Si no puedes usar algo antes de su fecha de caducidad, comprueba si puedes congelarlo.
- ¡Usa las sobras! Hay muchas cosas buenas que puedes hacer con ellas y muchos sitios web que dan consejos para usarlas.
- Aprovecha todo el alimento. Puedes usar creativamente partes de los vegetales que usualmente no usas, como los tallos del brócoli para hacer una sopa.

Prefiere los alimentos frescos a los procesados: usa tu sentido común y fíjate si es posible usar un ingrediente fresco en lugar que uno que haya tenido muchos procesos para llegar a tus manos. Esto no es posible siempre, ni aplica en todos los alimentos, pero tenlo en cuenta a la hora de decidir con criterio. Cuanto más procesado sea un alimento, es posible que tenga un mayor impacto ambiental, ya que - al menos - se utiliza más energía durante su creación.

Algunos productos también pueden perder calidad nutricional durante el procesamiento, lo que significa que se deben producir más alimentos para ofrecer una nutrición mínima. Sin embargo, algunos procesos de valor agregado (como congelación y enlatado) ayudan a aliviar la pérdida y el desperdicio de alimentos. Intenta concentrarte en frutas, verduras y alimentos frescos, congelados y enlatados que estén mínimamente procesados y tengan menos aditivos.

# Entonces, ¿qué poner en el plato?

Cuando se trata de una forma de alimentarse, no existe un enfoque único para todos. Habrá momentos en la vida en los que necesitarás más de un alimento que de otro. Además, es importante que las dietas sean flexibles y tengan en cuenta las culturas locales. No es lo mismo alimentarse en el Llano, que en la costa Caribe o Pacífica. La disponibilidad de alimentos y tradiciones son diferentes, además de los gustos y preferencias particulares. Esto, sin tener en cuenta los requerimientos nutricionales específicos o indicaciones médicas.

Sin embargo, una recomendación general que podríamos hacer es aumentar el consumo de frutas y verduras, que según el estándar de la Organización Mundial de la Salud es cinco porciones de frutas y hortalizas al día. Un cálculo dice que cada colombiano apenas consume 90,5 kilos de estos alimentos al año, mientras que lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) son 146 kilos. Expertos incluso recomiendan llenar más de la mitad del plato con productos de origen vegetal. Esto te invita a ser más creativo y a llenarte de más nutrientes clave para mantenerte sano. Una clave es que tus platos sean coloridos: verde, naranja, amarillo, rojo, indican que estás incluyendo alimentos variados. El planeta se beneficia con esto, pues al haber diversidad de cultivos los suelos tienden a ser más saludables. Cultivar y consumir una variedad más amplia de alimentos también nos ayuda a ser más resilientes a los impactos de plagas, enfermedades o condiciones climáticas extremas.

Ten en cuenta que tres cuartas partes del suministro mundial de alimentos provienen de 12 plantas y cinco animales. Sin embargo, en su historia el hombre ha logrado domesticar hasta 6000 especies para alimentarse. Parece que estamos dejando de lado la diversidad de alimentos que nos ofrece la naturaleza por comer muy parecido.






# 40

## ¿Cómo estoy preparando y comiendo mis alimentos?

La vida moderna nos ha alejado de la preparación de nuestros alimentos. Pero esto lo podemos cambiar. Ajustando un poco nuestro estilo de vida y la manera como nos relacionamos con ella nos llevaría a conquistar una alimentación consciente que le permita a nuestro planeta Tierra la capacidad de producir los alimentos y sostener a cada ser vivo que la habita.



- 
- Planea tus menús. Elige un día a la semana para decidir el menú de la semana y hacer la lista del mercado.
  - Compra solo lo necesario. Si haces tus menús y lista de mercado con anticipación, garantizas no comprar más de la cuenta y evitas desperdicio de alimento.
  - Elige un día a la semana para preparar tus alimentos y ahorrar tiempo en la cocina.
  - Si vas a un restaurante, pide para llevar lo que te sobre. ¡No lo botes!
  - Involucra a tus hijos en la compra de alimentos y en la preparación en casa. Nuestros hijos aprenden con nuestro ejemplo. Involucrarlos en la cocina les enseñará una relación íntima y directa con sus alimentos. Hablen de dónde viene lo que están cocinando, los recursos que son utilizados en su producción.
  - Come despacio, vive el aquí y el ahora. Aprovecha el momento de comer y conviértelo en un ritual. Come despacio, disfruta de tu alimento. Conéctate de manera profunda con tu alimento y agradece por la oportunidad y el regalo de tenerlo.
  - Rétate a probar un nuevo ingrediente cada vez. Así lograrás comer más variado.



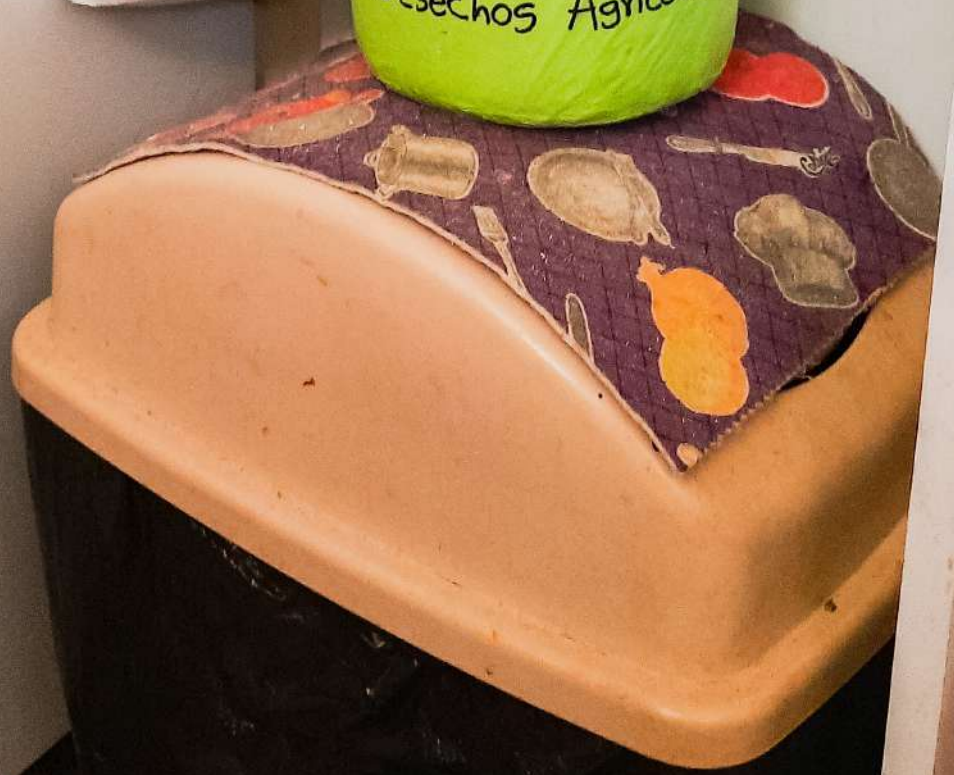
# 5.

## ¿Cómo gestiono mis residuos de alimento?

Se calcula que la pérdida y el desperdicio de alimentos es el responsable del 10% de los gases efecto invernadero. Aunque muchas personas piensan que la comida que botan a la caneca “vuelve a la naturaleza”, esto no es del todo cierto.

En los rellenos sanitarios o vertederos los restos de comida generan gas metano, uno de los responsables del aumento de la temperatura global. Además, los residuos orgánicos pueden contaminar el agua, incluyendo la subterránea.

- Ten en casa 3 contenedores diferentes. Uno para los residuos orgánicos, uno para el material que puede ser reciclado y otro para todo aquello que no puede ser ni reciclado ni transformado (papel higiénico usado, pañales, wipes).
  - Separa empaques de alimentos. Los empaques pueden ser reciclados y no deben llevarse a la misma bolsa donde se botan los residuos de los alimentos. Los alimentos al podrirse contaminan los empaques y materiales que pueden reciclarse y transformarse como el plástico, vidrio, cartones y papeles, metales.
  - Mide cada cuánto sacas el contenedor de los orgánicos. Si a diario sacas una bolsa mediana, ponte como meta reducirlo a una bolsa pequeña. Así te pondrás en modo **#SinDesperdicio**.
  - Entrega tus residuos orgánicos a proyectos de compostaje. Generalmente el sistema de gestión de residuos de las ciudades no cuentan con este sistema. Para resolver la problemática en diferentes ciudades de Colombia existen emprendimientos que se dedican a recoger los residuos orgánicos en la puerta de tu casa y transformarlos en abono.
  - Evita empaques innecesarios. Frutas y verduras, escógelas preferiblemente sin empaques y lleva tus propias bolsas. Envases, prefiere mejor en vidrio o cartón.
  - Lleva siempre contigo el kit “Fuera de Casa”: una bolsa, un vaso, un pitillo y un cubierto reutilizable. Busca en casa si tienes una bolsa en tela, saca un cubierto de los que ya tienes y revisa si ya tienes un pitillo. Compra únicamente lo que definitivamente no tengas. Evitarás usar pitillos, bolsas y cubiertos de manera innecesaria.
- Actúa bajo este principio: el mejor residuo es el que no se genera.**
- Sé creativo, no botes, utiliza residuos que se puedan usar. Muchas veces botamos partes de alimentos que pueden utilizarse. La piel de la naranja te sirve para hacer un limpiador de cocina natural, algunas sobras de verduras pueden servirte para hacer una sopa para la noche. En una mente creativa y enfocada en ser sostenible y responsable caben muchas ideas para evitar botar residuos aprovechables.



# Resultados de la encuesta



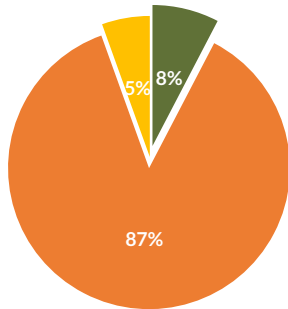
**SANCHOBBDO**

## Frecuencia de alimentación

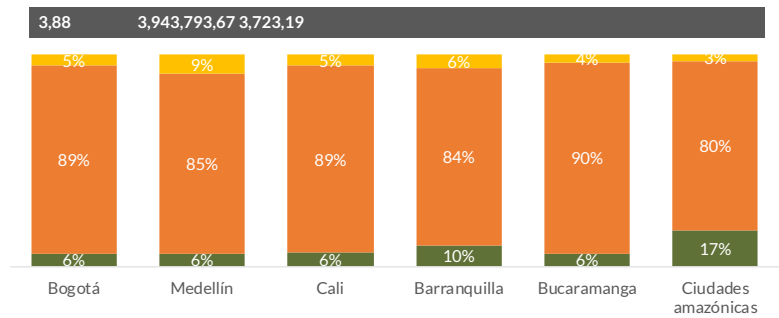
Total y ciudad

Pta: En un día normal ¿cuántas veces al día come usted?

Promedio:  
3,75 veces por día



■ Entre 1 y 2 veces ■ Entre 3 y 5 veces ■ Más de 5 veces



Bases de calculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

## Frecuencia de alimentación

Estrato y segmento

Pta: En un día normal ¿cuántas veces al día come usted?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
PROMEDIO	3,45	3,87	4,00	3,73	3,45	3,59	3,85
Entre 1 y 2 veces	13%	5%	4%	7%	13%	13%	6%
Entre 3 y 5 veces	83%	89%	90%	89%	83%	81%	87%
Más de 5 veces	4%	6%	6%	4%	4%	6%	6%

Bases de calculo:

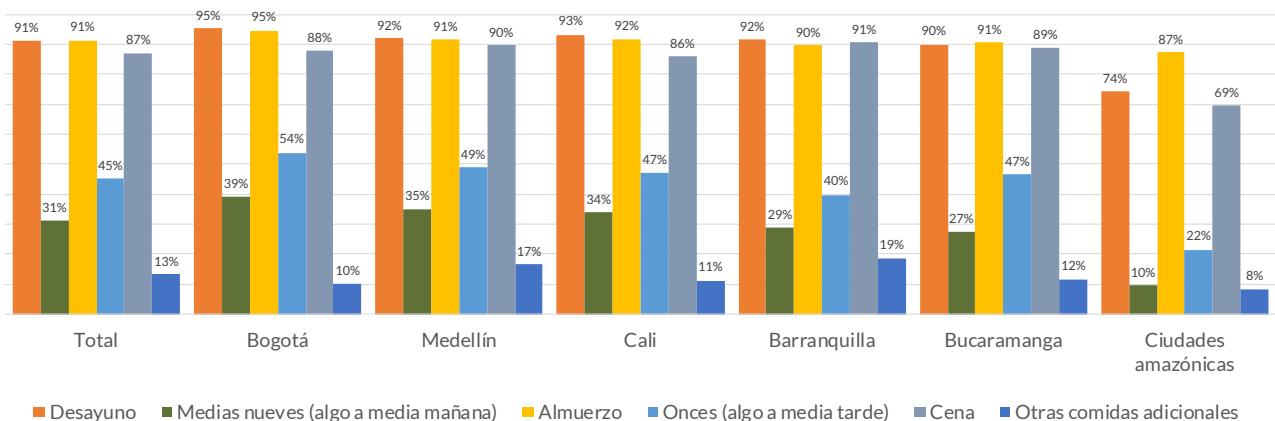
Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

## Preparación de comidas en el hogar

Total y ciudad

Pta: De la siguiente lista, ¿cuáles de las siguientes comidas usted come en su hogar en un día normal?



■ Desayuno ■ Medias nuevas (algo a media mañana) ■ Almuerzo ■ Onces (algo a media tarde) ■ Cena ■ Otras comidas adicionales

Bases de calculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167



# Preparación de comidas en el hogar

Estrato y segmento

Pta: De la siguiente lista, ¿cuáles de las siguientes comidas usted come en su hogar en un día normal?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Desayuno	85,9%	94,3%	94,1%	92,3%	83,6%	85,8%	92,8%
Medias nueves (algo a media mañana)	19,9%	35,3%	40,3%	28,2%	19,0%	20,0%	36,2%
Almuerzo	88,5%	93,3%	93,0%	90,5%	89,1%	89,2%	92,5%
Onces (algo a media tarde)	34,4%	50,4%	53,2%	47,6%	30,3%	40,8%	48,2%
Cena	81,0%	90,3%	91,4%	88,7%	83,2%	85,0%	87,6%
Otras comidas adicionales	11,0%	13,8%	15,3%	11,9%	13,9%	15,0%	13,5%

Bases de cálculo:

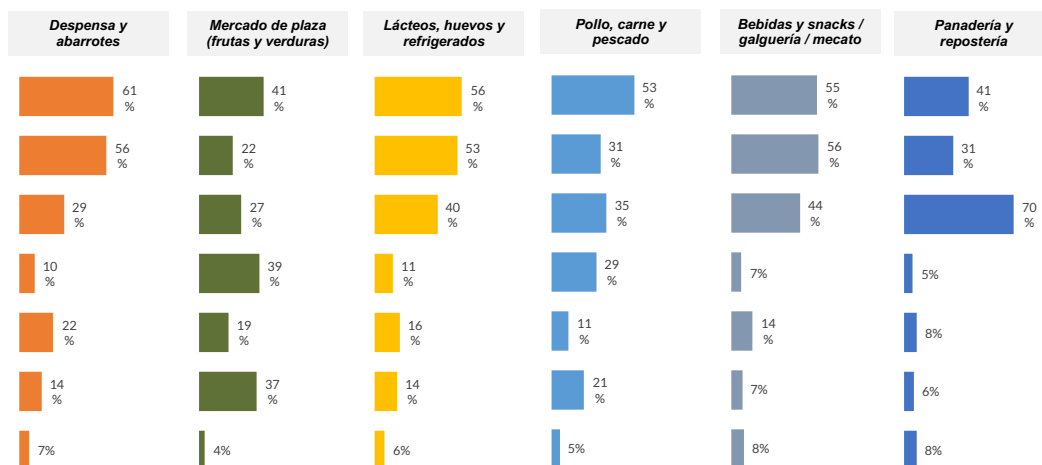
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Lugar de compra de los alimentos

Total

Pta: ¿Dónde compra habitualmente los siguientes tipos de alimentos?



Bases de cálculo:

Base total: 2092

## Lugar de compra de los alimentos

Ciudad, estrato y segmento

Pta: ¿Dónde compra habitualmente los siguientes tipos de alimentos?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento				
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado	
<b>Despensa y abarrotos (arroz, granos, pasta, azúcar, conservas)</b>														
Supermercados	64,0%	58,3%	70,9%	69,9%	56,3%	25,1%	39,2%	66,6%	80,7%	61,1%	47,4%	56,7%	64,1%	
Tiendas de conveniencia	60,5%	59,3%	51,8%	59,0%	56,8%	40,7%	55,5%	57,5%	55,7%	53,8%	49,3%	53,3%	59,0%	
Tienda de barrio / Panadería / lichigo / carnicería	23,2%	28,9%	21,7%	36,1%	31,0%	34,1%	40,5%	26,3%	16,9%	27,6%	29,2%	31,7%	28,6%	
Fruver grande / frigorífico de carnes	12,8%	11,3%	9,7%	7,3%	9,0%	8,4%	9,5%	12,4%	8,0%	7,1%	8,4%	11,7%	11,2%	
Graneros y minimercados	16,8%	24,4%	22,5%	19,5%	23,4%	32,9%	28,6%	22,5%	14,6%	20,8%	15,7%	23,3%	24,2%	
Plaza de mercado / de abastos	10,2%	15,1%	10,7%	12,7%	19,8%	22,2%	16,1%	16,5%	10,3%	9,7%	10,2%	16,7%	17,0%	
Aplicativo móvil / internet	8,9%	6,0%	7,6%	9,1%	5,2%	0,6%	3,8%	7,9%	9,4%	5,4%	4,0%	4,2%	8,3%	
<b>Mercado de plaza (frutas y verduras)</b>														
Supermercados	35,5%	41,2%	53,7%	60,5%	27,2%	15,0%	23,4%	41,0%	62,9%	37,9%	32,5%	35,0%	45,5%	
Tiendas de conveniencia	21,9%	19,1%	20,4%	31,9%	17,7%	18,6%	20,4%	21,9%	23,8%	17,7%	20,1%	15,0%	24,8%	
Tienda de barrio / Panadería / lichigo / carnicería	31,6%	24,1%	18,1%	33,5%	28,3%	30,5%	36,9%	25,0%	18,4%	24,8%	27,7%	30,8%	28,0%	
Fruver grande / frigorífico de carnes	50,0%	37,4%	44,2%	22,6%	42,7%	31,1%	37,4%	42,8%	36,4%	37,9%	31,8%	36,7%	40,8%	
Graneros y minimercados	18,1%	24,6%	19,1%	22,3%	12,0%	16,2%	19,7%	21,9%	15,8%	19,0%	21,2%	16,7%	18,9%	
Plaza de mercado / de abastos	30,9%	34,7%	27,5%	30,9%	56,3%	53,3%	40,0%	39,3%	32,1%	36,5%	29,2%	33,3%	39,8%	
Aplicativo móvil / internet	6,1%	3,3%	4,7%	5,2%	3,0%	0,6%	2,0%	4,4%	6,4%	2,4%	1,5%	0,8%	5,8%	

Bases de cálculo:

Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Lugar de compra de los alimentos

Ciudad, estrato y segmento

Pta: ¿Dónde compra habitualmente los siguientes tipos de alimentos?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento			
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>Lácteos, huevos y refrigerados</b>													
Supermercados	58,2%	52,0%	64,4%	70,1%	46,7%	28,1%	35,9%	57,8%	77,6%	53,8%	44,5%	49,2%	60,1%
Tiendas de conveniencia	54,3%	53,3%	50,0%	57,4%	54,6%	36,5%	51,5%	56,7%	49,8%	49,2%	43,1%	52,5%	56,1%
Tienda de barrio /Panadería /lichigo/ carnicería	41,6%	35,4%	33,2%	38,2%	47,8%	47,3%	52,5%	37,7%	26,9%	38,1%	42,7%	45,0%	39,4%
Fruver grande / frigorífico de carnes	14,5%	8,0%	10,7%	11,2%	13,6%	9,6%	11,9%	11,6%	10,7%	9,3%	8,0%	13,3%	12,9%
Graneros y minimercados	13,3%	22,1%	17,8%	11,4%	13,0%	18,6%	18,9%	17,6%	10,5%	15,7%	14,6%	11,7%	16,6%
Plaza de mercado / de abastos	10,7%	11,1%	11,3%	9,9%	21,7%	26,9%	14,7%	16,3%	10,8%	10,3%	11,7%	13,3%	16,1%
Aplicativo móvil / internet	9,4%	5,8%	6,8%	7,0%	5,4%	1,2%	3,3%	7,3%	9,4%	5,6%	3,6%	1,7%	7,9%
<b>Pollo, carne y pescado</b>													
Supermercados	48,2%	54,8%	68,3%	66,0%	39,4%	19,8%	32,5%	55,6%	73,3%	49,2%	41,6%	46,7%	57,1%
Tiendas de conveniencia	33,4%	36,7%	28,5%	35,8%	25,8%	17,4%	29,2%	31,2%	32,8%	29,4%	27,0%	25,0%	33,1%
Tienda de barrio /Panadería /lichigo/ carnicería	42,9%	33,4%	22,0%	37,1%	35,6%	45,5%	47,8%	33,3%	22,0%	32,1%	40,1%	45,8%	34,2%
Fruver grande / frigorífico de carnes	37,2%	21,1%	22,5%	30,1%	34,8%	22,2%	25,6%	31,4%	29,3%	26,6%	23,4%	26,7%	30,7%
Graneros y minimercados	7,9%	13,6%	14,9%	10,6%	7,3%	12,0%	13,7%	11,6%	7,3%	9,9%	9,9%	11,7%	11,6%
Plaza de mercado / de abastos	15,3%	16,3%	16,2%	14,8%	38,6%	32,3%	23,2%	22,3%	17,2%	20,6%	13,9%	20,0%	23,0%
Aplicativo móvil / internet	6,9%	4,5%	5,5%	6,5%	3,0%	0,6%	1,6%	6,3%	7,4%	3,6%	2,2%	2,5%	6,3%

Bases de cálculo:

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR

SANCHO BBDO

## Lugar de compra de los alimentos

Ciudad, estrato y segmento

Pta: ¿Dónde compra habitualmente los siguientes tipos de alimentos?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento			
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>Bebidas y snacks / galguería / mecató</b>													
Supermercados	59,7%	54,3%	59,7%	63,1%	51,1%	25,1%	34,9%	58,5%	75,3%	50,8%	39,8%	47,5%	61,0%
Tiendas de conveniencia	57,1%	54,5%	56,5%	60,8%	57,9%	41,9%	51,9%	59,9%	57,5%	54,4%	47,4%	55,0%	58,9%
Tienda de barrio /Panadería /lichigo/ carnicería	38,3%	38,9%	44,2%	45,2%	47,8%	58,1%	55,7%	43,1%	31,2%	45,0%	46,0%	51,7%	42,4%
Fruver grande / frigorífico de carnes	8,7%	4,8%	8,9%	6,2%	6,8%	3,6%	5,3%	7,8%	7,6%	3,2%	6,2%	8,3%	8,2%
Graneros y minimercados	12,5%	18,1%	15,2%	12,7%	10,3%	15,0%	16,8%	16,0%	8,6%	13,7%	9,5%	10,8%	15,3%
Plaza de mercado / de abastos	4,3%	8,0%	6,5%	6,2%	8,2%	11,4%	7,0%	8,4%	5,8%	2,2%	5,1%	7,5%	9,4%
Aplicativo móvil / internet	9,9%	7,3%	10,5%	9,9%	5,7%	1,2%	3,6%	7,4%	14,0%	6,9%	4,7%	2,5%	9,9%
<b>Panadería y repostería</b>													
Supermercados	38,8%	46,2%	39,0%	57,9%	33,7%	11,4%	24,2%	40,1%	60,5%	34,9%	30,3%	33,3%	46,2%
Tiendas de conveniencia	34,2%	36,9%	28,0%	34,5%	22,8%	23,4%	27,2%	35,2%	30,9%	28,2%	23,4%	30,0%	33,6%
Tienda de barrio /Panadería /lichigo/ carnicería	68,1%	59,5%	74,9%	63,6%	79,1%	80,8%	80,1%	72,1%	55,7%	72,4%	70,8%	76,7%	67,9%
Fruver grande / frigorífico de carnes	8,4%	4,8%	6,8%	4,2%	4,1%	1,8%	4,4%	7,0%	4,9%	2,6%	4,0%	5,8%	6,7%
Graneros y minimercados	6,6%	12,6%	6,0%	7,8%	6,3%	7,2%	7,6%	10,1%	5,9%	6,0%	4,7%	5,0%	9,6%
Plaza de mercado / de abastos	5,4%	8,3%	3,1%	6,8%	5,2%	8,4%	6,2%	5,7%	5,9%	4,0%	5,5%	2,5%	7,2%
Aplicativo móvil / internet	7,1%	6,0%	8,9%	12,2%	6,3%	1,8%	2,8%	7,9%	12,9%	6,3%	3,6%	4,2%	9,4%

Bases de cálculo:

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

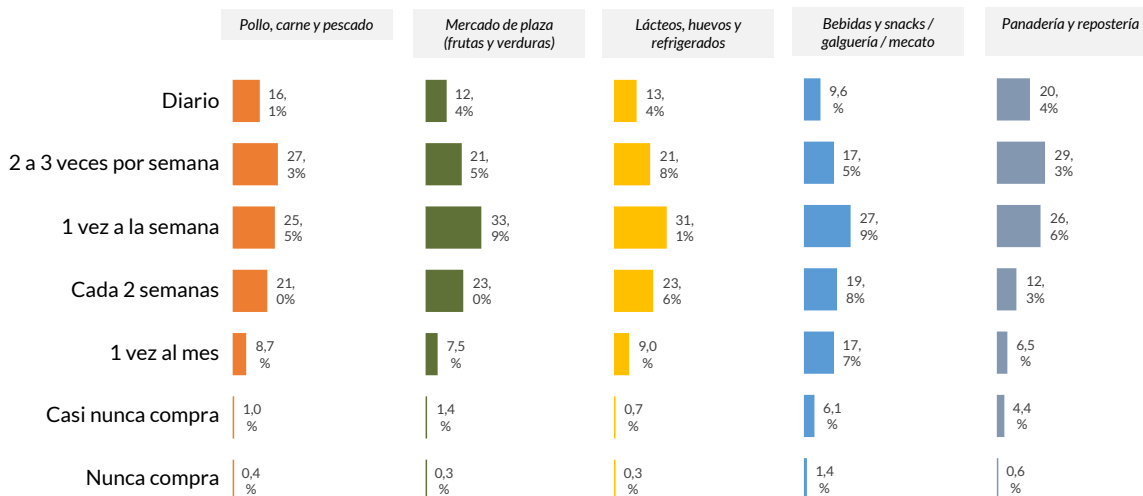
Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

# Frecuencia de compra de los alimentos

Total

Pta: ¿Con qué frecuencia suele comprar cada uno de los siguientes tipos de alimentos?



Bases de calculo:  
Base total: 2092



# Frecuencia de compra de los alimentos

Ciudad, estrato y segmento

Pta: ¿Con qué frecuencia suele comprar cada uno de los siguientes tipos de alimentos?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento			
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>Pollo, carne y pescado</b>													
Diario	20,7%	12,3%	12,6%	18,2%	18,5%	12,0%	15,7%	14,9%	17,5%	13,5%	13,9%	11,7%	18,1%
2 a 3 veces por semana	28,1%	19,6%	20,7%	32,2%	32,9%	35,9%	29,9%	26,5%	25,1%	24,8%	24,1%	25,8%	29,3%
1 vez a la semana	22,2%	28,4%	26,4%	20,8%	29,3%	26,3%	24,0%	29,8%	23,2%	28,0%	24,5%	25,8%	24,6%
Cada 2 semanas	18,1%	30,2%	25,9%	21,0%	12,2%	14,4%	18,4%	21,2%	23,9%	22,4%	23,4%	22,5%	19,8%
1 vez al mes	9,9%	7,8%	13,4%	6,8%	5,7%	8,4%	9,9%	7,0%	8,9%	10,5%	12,0%	10,0%	7,1%
Casi nunca compra	0,8%	1,0%	0,8%	0,8%	0,5%	3,0%	1,8%	0,3%	0,6%	0,8%	1,1%	3,3%	0,7%
Nunca compra	0,3%	0,8%	0,3%	0,3%	0,8%	0,0%	0,3%	0,3%	0,7%	0,0%	1,1%	0,8%	0,4%
<b>Mercado de plaza (frutas y verduras)</b>													
Diario	15,6%	8,5%	9,2%	17,1%	13,0%	9,0%	12,7%	11,3%	13,1%	9,9%	9,1%	10,0%	14,4%
2 a 3 veces por semana	21,2%	18,3%	19,4%	27,0%	22,0%	20,4%	21,6%	22,2%	20,7%	18,8%	20,4%	20,8%	22,9%
1 vez a la semana	34,2%	35,9%	34,8%	29,6%	38,9%	25,1%	29,7%	37,1%	35,8%	36,1%	27,7%	34,2%	34,4%
Cada 2 semanas	18,4%	28,6%	28,8%	17,9%	19,6%	26,3%	24,4%	21,7%	22,6%	25,4%	29,6%	22,5%	20,5%
1 vez al mes	10,2%	6,3%	6,8%	6,8%	5,7%	11,4%	8,8%	6,8%	6,7%	8,9%	9,9%	9,2%	6,2%
Casi nunca compra	0,3%	1,8%	0,8%	1,6%	0,8%	6,0%	2,7%	0,6%	0,7%	0,8%	3,3%	1,7%	1,2%
Nunca compra	0,3%	0,5%	0,3%	0,0%	0,0%	1,8%	0,3%	0,3%	0,4%	0,2%	0,0%	1,7%	0,3%

Bases de calculo:  
Bog: 392/ Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167  
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

# Frecuencia de compra de los alimentos

Ciudad, estrato y segmento

Pta: ¿Con qué frecuencia suele comprar cada uno de los siguientes tipos de alimentos?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento				
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades amá/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado	
<b>Lácteos, huevos y refrigerados</b>														
Diario	16,8%	11,3%	9,7%	16,6%	13,6%	11,4%	13,6%	13,5%	13,2%	12,3%	11,7%	11,7%	14,5%	
2 a 3 veces por semana	17,6%	21,9%	17,5%	24,9%	24,5%	28,7%	23,6%	22,8%	18,9%	17,5%	20,1%	19,2%	24,3%	
1 vez a la semana	31,4%	31,4%	33,8%	25,2%	35,6%	26,9%	28,8%	32,0%	32,8%	29,8%	27,7%	30,8%	32,4%	
Cada 2 semanas	18,6%	27,9%	28,8%	25,7%	19,3%	18,0%	22,0%	23,3%	25,9%	27,2%	27,7%	28,3%	20,7%	
1 vez al mes	14,0%	6,8%	9,9%	7,3%	5,7%	12,0%	10,4%	7,8%	8,6%	13,1%	9,5%	6,7%	7,5%	
Casi nunca compra	1,0%	0,5%	0,3%	0,3%	0,5%	2,4%	1,5%	0,2%	0,1%	0,0%	2,6%	1,7%	0,4%	
Nunca compra	0,5%	0,3%	0,0%	0,0%	0,8%	0,6%	0,1%	0,5%	0,4%	0,0%	0,7%	1,7%	0,2%	
<b>Bebidas y snacks / galgueria / mecato</b>														
Diario	11,5%	9,0%	7,6%	13,0%	7,1%	9,0%	8,8%	10,3%	10,0%	8,9%	7,3%	11,7%	10,2%	
2 a 3 veces por semana	17,3%	13,8%	18,8%	22,1%	17,4%	13,2%	16,5%	18,4%	17,8%	14,9%	12,4%	18,3%	19,6%	
1 vez a la semana	25,0%	29,6%	24,9%	28,8%	33,2%	23,4%	26,6%	30,6%	26,7%	25,6%	28,1%	26,7%	28,9%	
Cada 2 semanas	15,8%	26,6%	23,8%	18,7%	15,2%	16,8%	17,8%	19,2%	22,9%	21,0%	24,1%	13,3%	19,1%	
1 vez al mes	23,5%	16,1%	17,5%	11,9%	19,6%	17,4%	18,9%	15,7%	18,1%	20,6%	18,2%	17,5%	16,4%	
Casi nunca compra	4,6%	3,8%	5,5%	4,7%	6,5%	18,6%	9,9%	4,1%	3,4%	7,3%	8,0%	9,2%	4,8%	
Nunca compra	2,3%	1,0%	1,8%	0,8%	1,1%	1,8%	1,5%	1,7%	1,0%	1,8%	1,8%	3,3%	1,0%	

Bases de calculo:

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167  
 Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673  
 Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

# Frecuencia de compra de los alimentos

Ciudad, estrato y segmento

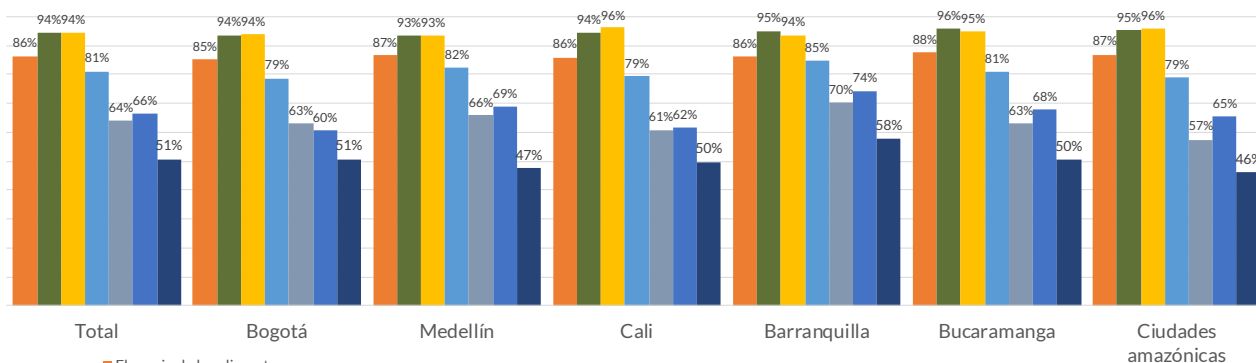
Pta: ¿Con qué frecuencia suele comprar cada uno de los siguientes tipos de alimentos?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento				
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades amá/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado	
<b>Panadería y repostería</b>														
Diario	27,3%	8,8%	24,6%	20,3%	23,1%	16,2%	22,1%	23,3%	15,6%	19,6%	17,2%	18,3%	21,6%	
2 a 3 veces por semana	28,1%	24,4%	33,5%	33,5%	29,3%	24,0%	28,2%	31,7%	28,2%	26,6%	28,8%	23,3%	31,0%	
1 vez a la semana	22,4%	33,2%	20,2%	24,7%	30,4%	31,1%	25,3%	24,7%	29,9%	28,4%	24,8%	28,3%	26,0%	
Cada 2 semanas	12,5%	17,6%	13,4%	10,9%	7,6%	10,8%	11,9%	10,5%	14,6%	12,3%	15,0%	13,3%	11,6%	
1 vez al mes	5,9%	10,3%	4,7%	4,9%	6,0%	7,8%	7,0%	5,2%	7,1%	7,7%	6,9%	8,3%	5,7%	
Casi nunca compra	2,8%	5,8%	3,4%	5,2%	2,4%	9,6%	5,1%	4,0%	4,0%	5,0%	6,2%	5,8%	3,6%	
Nunca compra	1,0%	0,0%	0,3%	0,5%	1,1%	0,6%	0,5%	0,6%	0,6%	0,4%	1,1%	2,5%	0,3%	

# Factores importantes en la compra de alimentos

Total y ciudad

Pta: Haciendo uso de una escala de 1 a 5 donde 1 es poco importante y 5 muy importante, ¿Qué tan importante son para usted, cada uno de los siguientes elementos, al momento de comprar alimentos?TTB



Bases de calculo:

Base total: 2092  
 Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

# Factores importantes en la compra de alimentos

Estrato y segmento

Pta: Haciendo uso de una escala de 1 a 5 donde 1 es poco importante y 5 muy importante, ¿Qué tan importante son para usted, cada uno de los siguientes elementos, al momento de comprar alimentos?TTB

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
El precio de los alimentos:	88,3%	86,7%	83,5%	86,7%	74,5%	82,5%	89,2%
La frescura de los alimentos:	93,7%	94,6%	95,2%	96,4%	80,3%	94,2%	96,9%
La fecha de vencimiento:	95,1%	94,8%	93,5%	96,2%	83,2%	90,8%	96,7%
La estética y buena apariencia:	80,8%	83,0%	79,2%	78,2%	64,2%	75,8%	86,4%
Reconocimiento del fabricante / marca:	61,5%	64,7%	66,3%	54,2%	40,5%	53,3%	74,5%
Certificaciones y sellos ambientales (libre de gluten, bajo en sodio, comercio justo, etc)	67,8%	69,3%	62,4%	54,0%	38,0%	59,2%	78,9%
Que sean nacionales o importados:	50,6%	50,6%	51,0%	35,1%	28,8%	42,5%	63,0%

Bases de cálculo:

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

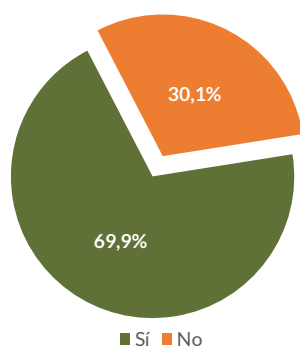
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Cambios en la forma de alimentación

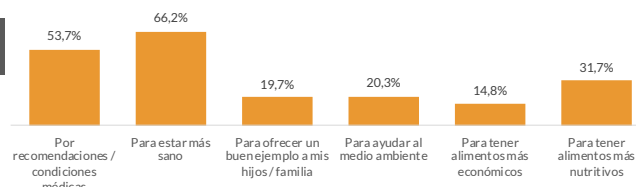
Total

Pta: ¿Ha realizado algún cambio significativo en su forma de comer en los últimos 2 años?  
¿Cuál es la principal razón que ha motivado este cambio?  
¿Qué razones que lo motivarían a hacer un cambio en su dieta?

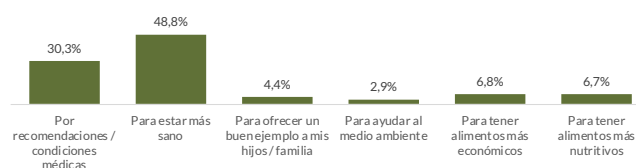
Cambios en la alimentación



Motivadores de un cambio



Razones de los cambios



Bases de cálculo:  
Base total: 2092

DEPARTAMENTO DE  
**INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR**

**SANCHO BBDO**

# Cambios en la forma de alimentación

Ciudad, estrato y segmento

Pta: ¿Ha realizado algún cambio significativo en su forma de comer en los últimos 2 años?  
 ¿Cuál es la principal razón que ha motivado este cambio?  
 ¿Qué razones que lo motivarían a hacer un cambio en su dieta?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento			
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>¿Ha realizado algún cambio significativo en su forma de comer en los últimos 2 años?</b>													
Si	69,1%	67,8%	71,2%	72,5%	68,8%	70,1%	68,1%	70,4%	71,5%	68,1%	55,5%	64,2%	74,5%
No	30,9%	32,2%	28,8%	27,5%	31,3%	29,9%	31,9%	29,6%	28,5%	31,9%	44,5%	35,8%	25,5%
<b>¿Cuál es la principal razón que ha motivado este cambio?</b>													
Por recomendaciones / condiciones médicas	30,6%	27,0%	31,3%	36,2%	29,6%	22,2%	30,4%	32,0%	28,7%	27,2%	27,6%	28,6%	32,1%
Para estar más sano	43,5%	51,9%	55,1%	44,4%	49,4%	48,7%	43,9%	50,2%	53,0%	52,1%	44,1%	42,9%	48,9%
Para ofrecer un buen ejemplo a mis hijos / familia	5,9%	4,4%	2,9%	5,0%	4,0%	4,3%	5,8%	2,9%	4,4%	4,1%	7,2%	5,2%	4,0%
Para ayudar al medio ambiente	2,2%	4,1%	2,6%	2,9%	3,6%	1,7%	2,0%	2,5%	4,4%	1,5%	3,3%	5,2%	3,2%
Para tener alimentos más económicos	7,7%	7,4%	3,3%	5,4%	6,3%	15,4%	10,8%	5,4%	3,5%	8,9%	12,5%	7,8%	4,9%
Para tener alimentos más nutritivos	10,0%	5,2%	4,8%	6,1%	7,1%	7,7%	7,1%	7,0%	6,0%	6,2%	5,3%	10,4%	6,8%
<b>¿Qué razones que lo motivarían a hacer un cambio en su dieta?</b>													
Por recomendaciones / condiciones médicas	56,2%	53,1%	58,2%	55,7%	49,6%	44,0%	47,8%	59,9%	55,2%	57,0%	50,8%	69,8%	50,8%
Para estar más sano	69,4%	64,1%	65,5%	67,9%	66,1%	62,0%	62,9%	64,7%	71,9%	63,9%	63,9%	58,1%	69,4%
Para ofrecer un buen ejemplo a mis hijos / familia	20,7%	12,5%	23,6%	23,6%	22,6%	12,0%	23,9%	19,3%	14,6%	24,1%	13,1%	7,0%	21,8%
Para ayudar al medio ambiente	19,0%	21,1%	25,5%	18,9%	19,1%	16,0%	18,7%	20,9%	21,9%	13,9%	15,6%	25,6%	24,8%
Para tener alimentos más económicos	14,0%	15,6%	12,7%	17,9%	14,8%	12,0%	17,5%	15,0%	10,9%	15,8%	11,5%	20,9%	14,7%
Para tener alimentos más nutritivos	24,0%	34,4%	32,7%	31,1%	38,3%	28,0%	34,3%	29,4%	30,7%	36,1%	22,1%	27,9%	33,9%

Bases de cálculo:

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

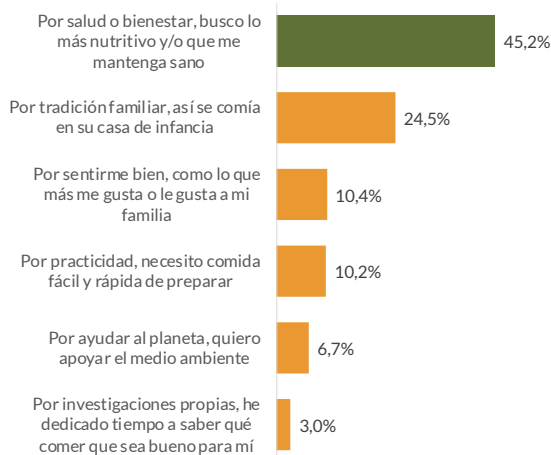
Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

## Origen de los hábitos alimenticios

Total y ciudad

Pta: ¿Cuál de estas razones cree que es la que más ha definido la forma en que usted come actualmente?



	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica
Por salud o bienestar, busco lo más nutritivo y/o que me mantenga sano	40,6%	47,2%	46,9%	46,0%	47,6%	40,7%
Por tradición familiar, así se comía en su casa de infancia	24,0%	23,9%	26,2%	26,0%	23,6%	22,2%
Por sentirme bien, como lo que más me gusta o le gusta a mi familia	10,2%	8,8%	10,5%	8,6%	12,0%	15,0%
Por practicidad, necesito comida fácil y rápida de preparar	13,8%	11,6%	7,6%	10,1%	8,2%	9,6%
Por ayudar al planeta, quiero apoyar el medio ambiente	9,4%	6,0%	5,8%	6,2%	4,9%	9,0%
Por investigaciones propias, he dedicado tiempo a saber qué comer que sea bueno para mí	2,0%	2,5%	3,1%	3,1%	3,8%	3,6%

## Origen de los hábitos alimenticios

Estrato y segmento

Pta: ¿Cuál de estas razones cree que es la que más ha definido la forma en que usted come actualmente?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Por salud o bienestar, busco lo más nutritivo y/o que me mantenga sano	43,9%	45,8%	46,2%	47,2%	25,5%	28,3%	50,6%
Por tradición familiar, así se comía en su casa de infancia	24,1%	25,5%	24,1%	22,2%	34,7%	26,7%	23,0%
Por sentirme bien, como lo que más me gusta o le gusta a mi familia	12,9%	9,2%	8,5%	14,1%	14,6%	18,3%	7,1%
Por practicidad, necesito comida fácil y rápida de preparar	9,5%	9,7%	11,6%	10,7%	16,1%	18,3%	7,9%
Por ayudar al planeta, quiero apoyar el medio ambiente	6,3%	7,1%	6,7%	3,4%	6,6%	5,8%	8,2%
Por investigaciones propias, he dedicado tiempo a saber qué comer que sea bueno para mí	3,2%	2,7%	3,0%	2,4%	2,6%	2,5%	3,3%

Bases de cálculo:

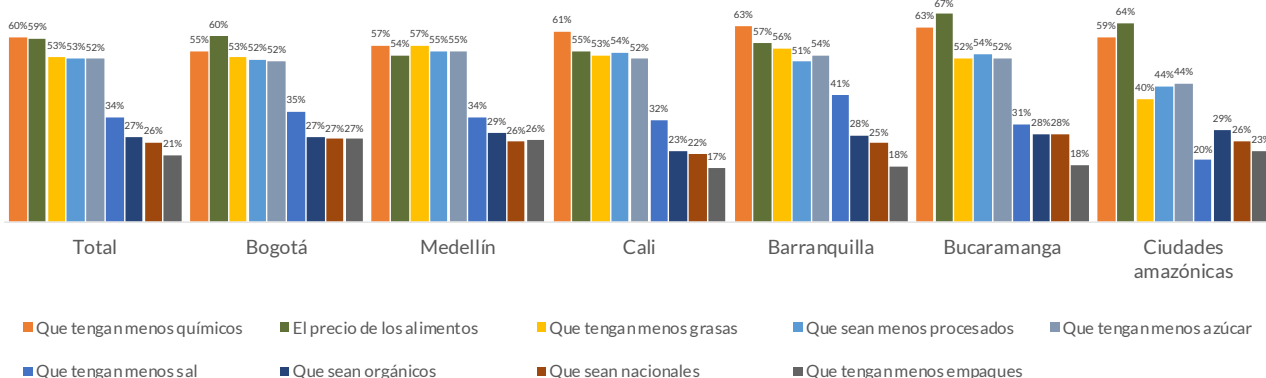
Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

## Elementos más importantes en la compra

Total y ciudad

Pta: ¿Cuáles de estas características son importantes para usted a la hora de comprar alimentos?



Bases de cálculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

## Elementos más importantes en la compra

Estrato y segmento

Pta: ¿Cuáles de estas características son importantes para usted a la hora de comprar alimentos?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Que tengan menos químicos	59,6%	63,1%	56,0%	59,9%	43,4%	53,3%	63,6%
El precio de los alimentos	65,2%	56,1%	53,9%	64,9%	63,1%	69,2%	54,3%
Que tengan menos grasas	49,6%	56,1%	54,2%	55,2%	38,3%	42,5%	56,6%
Que sean menos procesados	48,0%	53,9%	56,8%	54,0%	38,7%	45,0%	55,9%
Que tengan menos azúcar	45,6%	56,1%	56,8%	51,0%	38,0%	45,0%	56,9%
Que tengan menos sal	29,1%	36,8%	35,7%	32,5%	20,8%	30,0%	37,2%
Que sean orgánicos	22,5%	28,1%	31,8%	20,2%	13,9%	19,2%	33,9%
Que sean nacionales	28,2%	24,6%	23,3%	23,4%	16,4%	26,7%	28,4%
Que tengan menos empaques	19,7%	20,3%	24,4%	17,7%	16,4%	19,2%	24,2%

Bases de cálculo:

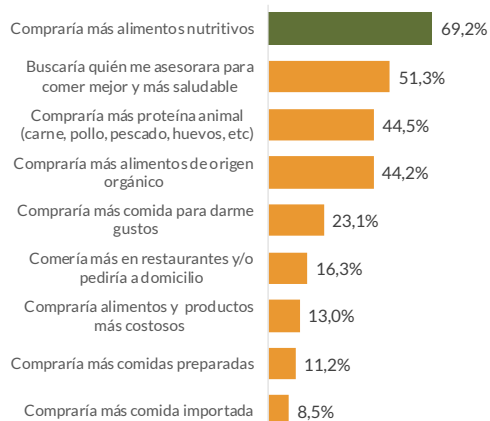
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Limitantes en la alimentación por el dinero

Total y ciudad

Pta: ¿Cuáles de las siguientes opciones usted realizaría con mayor frecuencia si el dinero no fuera un limitante?



	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica
Compraría más alimentos nutritivos	67,6%	68,6%	68,8%	69,9%	72,3%	67,1%
Buscaría quién me asesorara para comer mejor y más saludable	46,9%	56,8%	49,5%	52,7%	48,9%	54,5%
Compraría más proteína animal (carne, pollo, pescado, huevos, etc)	42,9%	39,4%	46,3%	44,9%	47,0%	49,1%
Compraría más alimentos de origen orgánico	49,2%	44,5%	43,7%	44,2%	46,7%	26,9%
Compraría más comida para darme gustos	26,8%	24,6%	22,5%	22,9%	21,2%	17,4%
Comería más en restaurantes y/o pediría a domicilio	17,1%	21,4%	14,4%	17,4%	16,3%	4,2%
Compraría alimentos y productos más costosos	15,6%	13,8%	12,6%	13,2%	12,2%	6,6%
Compraría más comidas preparadas	13,5%	11,8%	7,6%	14,5%	10,6%	6,6%
Compraría más comida importada	11,5%	7,0%	7,9%	11,2%	7,3%	3,0%

Bases de cálculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

# Limitantes en la alimentación por el dinero

Estrato y segmento

Pta: ¿Cuáles de las siguientes opciones usted realizaría con mayor frecuencia si el dinero no fuera un limitante?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Compraría más alimentos nutritivos	73,9%	70,2%	62,9%	70,8%	55,1%	60,0%	72,7%
Buscaría quién me asesorara para comer mejor y más saludable	54,7%	50,4%	48,1%	50,8%	42,0%	55,0%	53,2%
Compraría más proteína animal (carne, pollo, pescado, huevos, etc)	51,8%	44,1%	36,3%	45,6%	41,2%	46,7%	44,5%
Compraría más alimentos de origen orgánico	33,6%	46,9%	53,9%	47,2%	26,6%	37,5%	47,6%
Compraría más comida para darme gustos	21,6%	21,6%	26,4%	26,2%	25,2%	27,5%	21,0%
Comería más en restaurantes y/o pediría a domicilio	8,9%	16,3%	25,0%	16,7%	16,1%	24,2%	15,4%
Compraría alimentos y productos más costosos	8,8%	11,9%	18,9%	15,7%	11,3%	14,2%	12,1%
Compraría más comidas preparadas	8,8%	11,6%	13,8%	9,9%	14,2%	11,7%	11,1%
Compraría más comida importada	4,3%	8,9%	13,1%	7,3%	5,8%	11,7%	9,3%

Bases de cálculo:

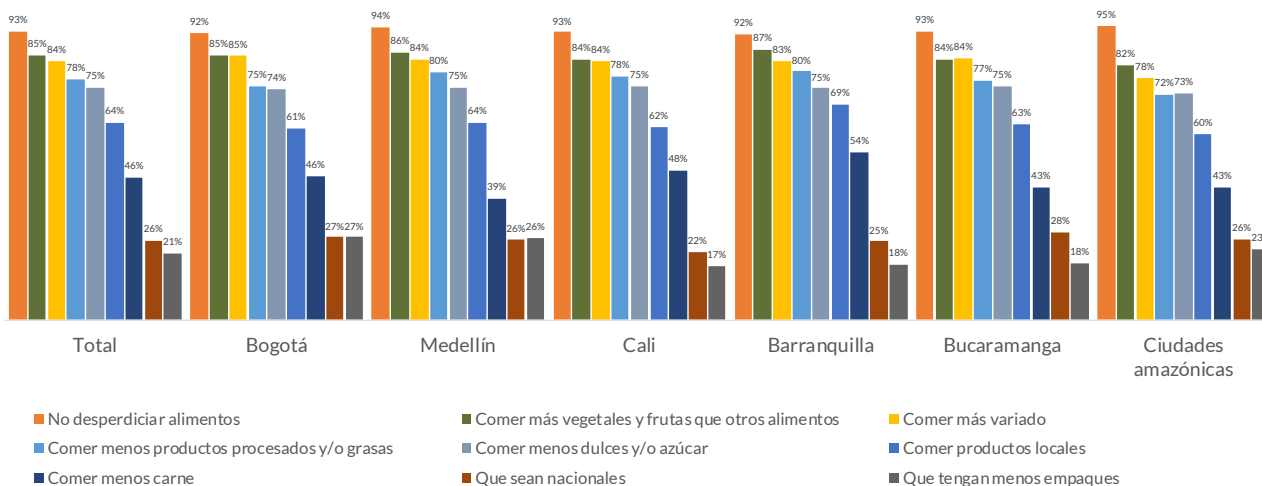
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

# Elementos más importantes en el consumo de alimentos

Total y ciudad

Pta: Haciendo uso de una escala de 1 a 5 donde 1 es poco importante y 5 muy importante, ¿Qué tan importante son para usted, cada uno de los siguientes elementos, al momento de consumir alimentos?



# Elementos más importantes en el consumo de alimentos

Estrato y segmento

Pta: Haciendo uso de una escala de 1 a 5 donde 1 es poco importante y 5 muy importante, ¿Qué tan importante son para usted, cada uno de los siguientes elementos, al momento de consumir alimentos?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
No desperdiciar alimentos	93,5%	92,9%	92,4%	94,0%	78,8%	89,2%	96,2%
Comer más vegetales y frutas que otros alimentos	86,7%	85,9%	82,3%	83,1%	62,8%	72,5%	92,2%
Comer más variado	80,8%	86,1%	84,2%	81,5%	65,7%	78,3%	88,9%
Comer menos productos procesados y/o grasas	74,9%	79,7%	79,0%	73,4%	52,6%	69,2%	86,0%
Comer menos dulces y/o azúcar	72,7%	75,8%	75,9%	70,0%	50,7%	65,8%	82,9%
Comer productos locales	62,4%	65,3%	63,3%	56,3%	39,4%	51,7%	73,3%
Comer menos carne	45,9%	49,1%	42,2%	33,7%	31,4%	37,5%	54,7%

Bases de cálculo:

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

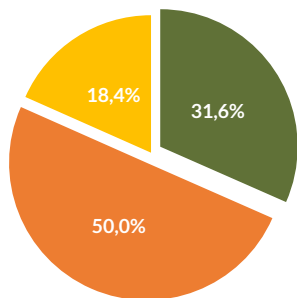


## Frecuencia desecho de alimentos

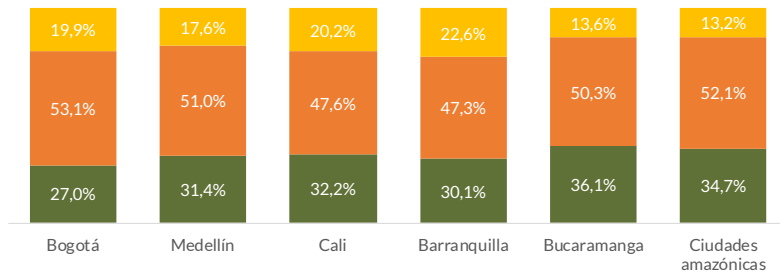
Total y ciudad

Pta: Indíquenos por favor cuantas veces se ha visto en el ultimo mes desechando comida, alimentos o ingredientes, que se hayan dañado por algún motivo

Promedio:  
1,9 veces por mes



- No desecha alimentos
- De 1 a 3 veces por mes
- Más de 3 veces a la mes



Bases de calculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

## Frecuencia desecho de alimentos

Estrato y segmento

Pta: Indíquenos por favor cuantas veces se ha visto en el ultimo mes desechando comida, alimentos o ingredientes, que se hayan dañado por algún motivo

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
PROMEDIO	1,58	1,99	2,20	1,80	2,02	2,10	1,90
No desecha alimentos	36,8%	30,4%	26,6%	30,0%	27,4%	25,0%	33,9%
De 1 a 3 veces por mes	50,3%	49,6%	50,2%	55,2%	51,5%	54,2%	47,2%
Más de 3 veces a la mes	12,9%	20,0%	23,2%	14,7%	21,2%	20,8%	19,0%

Bases de calculo:

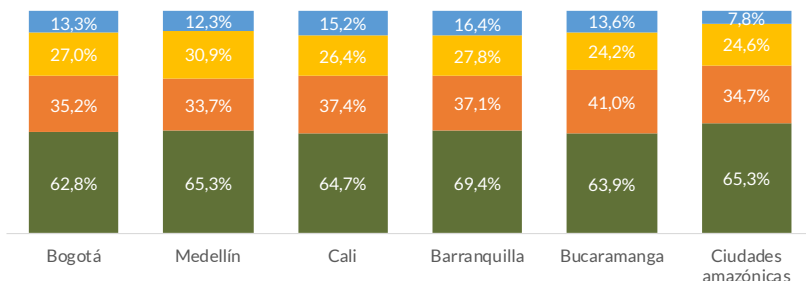
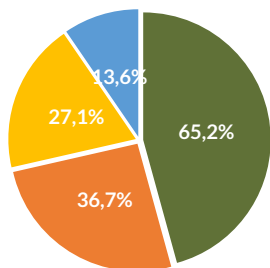
Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

## Tipos de alimentos más desperdiciados

Total y ciudad

Pta: De la siguiente lista, ¿Cuáles cree usted que son los alimentos o ingredientes que más bota o desperdicia?



- Sobras de comida: sobras que se desechan después de dejarlas en el plato, ollas o sartenes. Por ejemplo, puré de papa o arroz que se deja en el plato o en la sartén, sándwiches que no se comieron durante el almuerzo
- Sobras después de almacenar: las sobras de comida que se desechan después de que se almacenaron en el congelador para consumir en un momento posterior. Por ejemplo, una porción de pasta congelada de la semana pasada
- Alimentos parcialmente usados: alimentos que se desechan después de haber sido usados en fiestas. Por ejemplo, unas cuantas rebanadas de pan, cortar a la mitad un paquete de cortes de carne, cortar una cebolla a la mitad o un paquete de leche a la MITAD
- Alimentos completamente sin usar: alimentos que se desechan y que no se usan en absoluto. Por ejemplo, paquetes sin abrir, incluidas las partes sin abrir de paquetes múltiples, manzanas mudadas, puerros secos, pan completo

Bases de calculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

# Tipos de alimentos más desperdiciados

Estrato y segmento

Pta: De la siguiente lista, ¿Cuáles cree usted que son los alimentos o ingredientes que más bota o desperdicia?

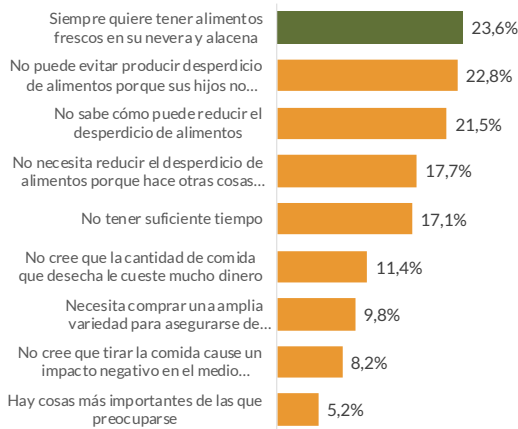
	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>Sobras de comida:</b> sobras que se desechan después de dejarlas en el plato, ollas o sartenes. Por ejemplo, puré de papa o arroz que se deja en el plato o en la sartén, sándwiches que no se comieron durante el almuerzo	67,3%	66,4%	61,7%	65,1%	61,3%	68,3%	65,8%
<b>Sobras después de almacenar:</b> las sobras de comida que se desechan después de que se almacenaron en el congelador para consumir en un momento posterior. Por ejemplo, una porción de pasta congelada de la semana pasada	39,5%	33,1%	36,7%	41,3%	31,0%	42,5%	35,4%
<b>Alimentos parcialmente usados:</b> alimentos que se desechan después de haber sido usados en fiestas. Por ejemplo, unas cuantas rebanadas de pan, cortar a la mitad un paquete de cortes de carne, cortar una cebolla a la mitad o un paquete de leche a la MITAD	19,2%	30,7%	33,0%	23,4%	32,1%	32,5%	27,0%
<b>Alimentos completamente sin usar:</b> alimentos que se desechan y que no se usan en absoluto. Por ejemplo, paquetes sin abrir, incluidas las partes sin abrir de paquetes múltiples, manzanas mudadas, puerros secos, pan completo	11,2%	14,3%	15,9%	9,7%	15,3%	11,7%	15,1%

Bases de calculo:  
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

# Creencias generadoras de desperdicios

Total y ciudad

Pta: De la siguiente lista, ¿cuáles cree usted, son cosas que pueden llevarlo a generar desperdicio de alimentos?



Bases de calculo:  
Base total: 2092  
Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica
Siempre quiere tener alimentos frescos en su nevera y alacena	28,3%	21,4%	25,1%	24,9%	22,0%	14,4%
No puede evitar producir desperdicio de alimentos porque sus hijos no siempre terminan su comida	21,7%	25,4%	20,4%	27,0%	22,6%	16,2%
No sabe cómo puede reducir el desperdicio de alimentos	24,5%	22,9%	22,8%	18,4%	19,8%	19,2%
No necesita reducir el desperdicio de alimentos porque hace otras cosas con ellos	17,6%	17,8%	14,7%	20,3%	17,1%	19,8%
No tener suficiente tiempo	16,1%	18,3%	16,0%	19,0%	16,3%	16,2%
No cree que la cantidad de comida que desecha le cueste mucho dinero	13,5%	13,3%	9,7%	11,7%	10,3%	7,8%
Necesita comprar una amplia variedad para asegurarse de proporcionar alimentos saludables a su familia	12,8%	9,5%	8,6%	11,9%	9,0%	3,6%
No cree que tirar la comida cause un impacto negativo en el medio ambiente	8,7%	8,3%	8,4%	8,1%	8,2%	7,2%
Hay cosas más importantes de las que preocuparse	7,4%	4,3%	3,4%	7,8%	3,8%	3,6%

DEPARTAMENTO DE  
**INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR**

**SANCHO BBDO**

## Creencias generadoras de desperdicios

Estrato y segmento

Pta: De la siguiente lista, ¿cuáles cree usted, son cosas que pueden llevarlo a generar desperdicio de alimentos?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Siempre quiere tener alimentos frescos en su nevera y alacena	17,4%	27,7%	26,9%	24,4%	15,0%	22,5%	25,3%
No puede evitar producir desperdicio de alimentos porque sus hijos no siempre terminan su comida	25,5%	23,5%	19,2%	23,2%	23,0%	15,0%	23,5%
No sabe cómo puede reducir el desperdicio de alimentos	19,3%	21,7%	23,9%	26,0%	20,8%	23,3%	19,6%
No necesita reducir el desperdicio de alimentos porque hace otras cosas con ellos	18,1%	18,5%	16,3%	16,5%	15,3%	20,0%	18,5%
No tener suficiente tiempo	15,4%	14,7%	21,2%	13,9%	17,2%	23,3%	17,7%
No cree que la cantidad de comida que desecha le cueste mucho dinero	8,6%	12,2%	14,0%	7,7%	13,1%	9,2%	12,8%
Necesita comprar una amplia variedad para asegurarse de proporcionar alimentos saludables a su familia	7,9%	10,0%	12,0%	9,7%	8,0%	8,3%	10,5%
No cree que tirar la comida cause un impacto negativo en el medio ambiente	7,0%	9,4%	8,6%	6,5%	5,8%	9,2%	9,4%
Hay cosas más importantes de las que preocuparse	3,2%	6,2%	6,7%	1,6%	4,4%	5,0%	6,9%

Bases de cálculo:

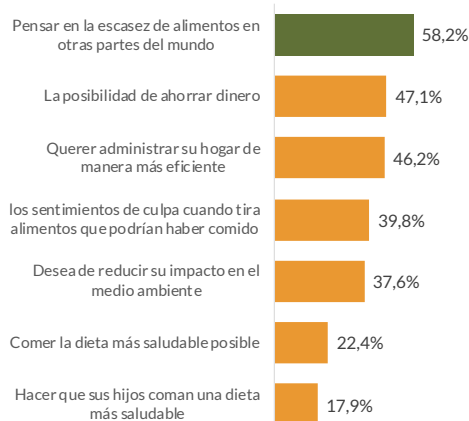
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Creencias y actos que reducen el desperdicio

Total y ciudad

Pta: De la siguiente lista, cuáles cree usted, son cosas que lo llevan a reducir desperdicio de alimentos



	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica
Pensar en la escasez de alimentos en otras partes del mundo	58,2%	58,0%	56,5%	60,0%	59,2%	56,3%
La posibilidad de ahorrar dinero	46,2%	47,5%	46,1%	46,0%	50,0%	47,3%
Querer administrar su hogar de manera más eficiente	48,2%	50,5%	42,4%	44,4%	49,5%	37,1%
los sentimientos de culpa cuando tira alimentos que podrían haber comido	42,1%	39,4%	41,9%	39,7%	39,1%	32,3%
Desea de reducir su impacto en el medio ambiente	42,9%	37,4%	37,4%	38,2%	35,3%	29,3%
Comer la dieta más saludable posible	20,9%	23,9%	22,3%	20,8%	25,8%	19,2%
Hacer que sus hijos coman una dieta más saludable	19,4%	19,1%	19,6%	18,4%	14,4%	14,4%

Bases de cálculo:

Base total: 2092

Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

## Creencias y actos que reducen el desperdicio

Estrato y segmento

Pta: De la siguiente lista, cuáles cree usted, son cosas que lo llevan a reducir desperdicio de alimentos

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Pensar en la escasez de alimentos en otras partes del mundo	58,9%	58,3%	57,4%	61,1%	49,3%	51,7%	59,7%
La posibilidad de ahorrar dinero	48,1%	49,1%	44,1%	48,4%	46,4%	47,5%	46,8%
Querer administrar su hogar de manera más eficiente	42,0%	49,0%	48,6%	51,6%	35,8%	43,3%	46,7%
los sentimientos de culpa cuando tira alimentos que podrían haber comido	36,5%	40,4%	43,1%	47,0%	32,5%	44,2%	38,1%
Desea de reducir su impacto en el medio ambiente	32,5%	39,5%	41,8%	29,6%	31,8%	37,5%	42,2%
Comer la dieta más saludable posible	20,7%	24,2%	22,7%	21,0%	17,9%	18,3%	24,5%
Hacer que sus hijos coman una dieta más saludable	20,2%	18,1%	15,2%	17,7%	11,3%	19,2%	19,4%

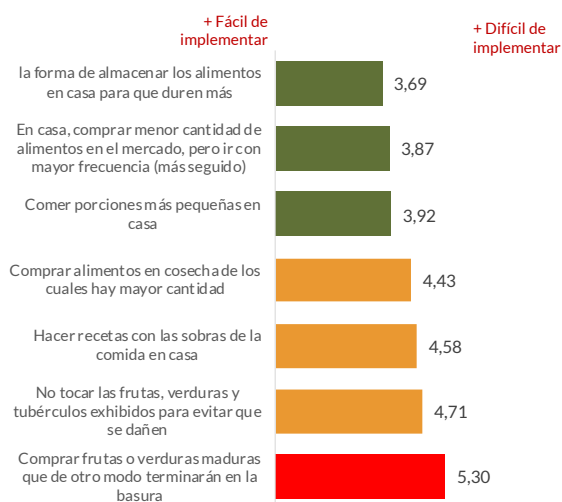
Bases de cálculo:

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Estrategias para reducir el desperdicio

Total y ciudad



Bases de calculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

Pta: A continuación se plantean una serie de estrategias para reducir el desperdicio en la compra y en la preparación de alimentos. Ordene de la más fácil a la más difícil de implementar, a partir de mañana

	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica
la forma de almacenar los alimentos en casa para que duren más	3,74	3,65	3,71	3,54	3,83	3,69
En casa, comprar menor cantidad de alimentos en el mercado, pero ir con mayor frecuencia (más seguido)	3,70	3,87	3,95	3,89	3,83	4,16
Comer porciones más pequeñas en casa	4,06	4,06	3,76	3,99	3,80	3,72
Comprar alimentos en cosecha de los cuales hay mayor cantidad	4,32	4,35	4,48	4,41	4,39	4,88
Hacer recetas con las sobras de la comida en casa	4,59	4,57	4,58	4,66	4,60	4,32
No tocar las frutas, verduras y tubérculos exhibidos para evitar que se dañen	4,78	4,75	4,69	4,72	4,61	4,77
Comprar frutas o verduras maduras que de otro modo terminarían en la basura	5,25	5,20	5,18	5,38	5,49	5,27
Buscar las góndolas de productos próximos a vencerse	5,56	5,56	5,65	5,37	5,45	5,14



## Estrategias para reducir el desperdicio

Estrato y segmento

Pta: A continuación se plantean una serie de estrategias para reducir el desperdicio en la compra y en la preparación de alimentos. Ordene de la más fácil a la más difícil de implementar, a partir de mañana

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
la forma de almacenar los alimentos en casa para que duren más	3,63	3,73	3,72	3,47	3,79	3,90	3,74
En casa, comprar menor cantidad de alimentos en el mercado, pero ir con mayor frecuencia (más seguido)	3,95	3,87	3,77	3,82	4,14	3,63	3,86
Comer porciones más pequeñas en casa	3,76	3,94	4,09	3,89	3,75	4,11	3,95
Comprar alimentos en cosecha de los cuales hay mayor cantidad	4,61	4,28	4,35	4,30	4,47	4,57	4,46
Hacer recetas con las sobras de la comida en casa	4,45	4,63	4,67	4,75	4,48	4,43	4,54
No tocar las frutas, verduras y tubérculos exhibidos para evitar que se dañen	4,76	4,76	4,62	4,71	4,77	4,48	4,73
Comprar frutas o verduras maduras que de otro modo terminarían en la basura	5,40	5,24	5,22	5,34	5,27	5,66	5,25
Buscar las góndolas de productos próximos a vencerse	5,39	5,55	5,56	5,74	5,26	5,23	5,47

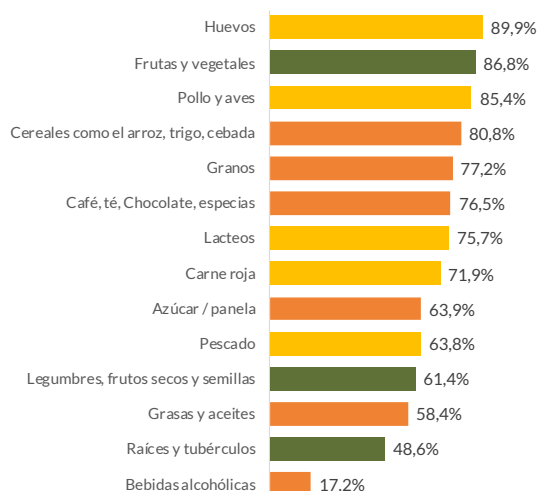
Bases de calculo:

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Productos incluidos en la alimentación

### Total y ciudad



Pta: Elija de los siguientes grupos de alimentos los que usted suele incluir en su alimentación

	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades amá/nica
Huevos	88,5%	90,7%	91,6%	88,8%	91,6%	86,2%
Frutas y vegetales	86,5%	88,9%	89,0%	84,7%	89,1%	77,2%
Pollo y aves	81,9%	84,7%	87,4%	89,9%	88,3%	74,3%
Cereales como el arroz, trigo, cebada	80,1%	79,1%	80,6%	82,9%	84,0%	74,9%
Granos	70,7%	79,1%	78,0%	78,2%	82,3%	71,9%
Café, té, Chocolate, especias	76,3%	77,4%	78,3%	73,8%	79,1%	71,3%
Lácteos	76,3%	79,9%	73,8%	78,2%	79,6%	53,9%
Carne roja	73,0%	71,6%	69,1%	72,5%	75,0%	68,3%
Azúcar / panela	58,9%	59,8%	65,7%	64,4%	67,1%	72,5%
Pescado	65,6%	56,3%	62,0%	74,8%	64,1%	55,7%
Legumbres, frutos secos y semillas	62,0%	75,1%	63,4%	56,1%	61,7%	34,7%
Grasas y aceites	56,4%	61,8%	59,4%	58,4%	56,5%	56,3%
Raíces y tubérculos	48,0%	49,7%	45,5%	55,3%	53,8%	27,5%
Bebidas alcohólicas	24,7%	19,1%	15,4%	16,9%	13,0%	9,0%

#### Bases de cálculo:

Base total: 2092

Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

## Productos incluidos en la alimentación

### Estrato y segmento

Pta: Elija de los siguientes grupos de alimentos los que usted suele incluir en su alimentación

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Huevos	90,4%	89,4%	89,9%	91,1%	83,9%	91,7%	90,6%
Frutas y vegetales	84,0%	88,6%	88,4%	89,5%	74,8%	82,5%	88,9%
Pollo y aves	83,4%	85,9%	87,4%	88,7%	76,6%	85,0%	86,1%
Cereales como el arroz, trigo, cebada	81,3%	82,9%	78,2%	80,0%	77,0%	80,0%	82,0%
Granos	80,1%	76,5%	74,3%	81,5%	70,8%	82,5%	76,3%
Café, té, Chocolate, especias	75,3%	76,1%	78,3%	82,3%	70,8%	77,5%	75,3%
Lácteos	72,2%	78,1%	77,4%	76,8%	69,7%	74,2%	76,7%
Carne roja	70,8%	73,9%	71,3%	74,8%	68,2%	70,8%	71,6%
Azúcar / panela	74,9%	61,2%	53,5%	66,5%	66,8%	78,3%	60,6%
Pescado	58,5%	67,4%	66,7%	62,7%	47,8%	49,2%	69,4%
Legumbres, frutos secos y semillas	52,0%	66,6%	67,6%	61,9%	42,7%	50,8%	66,6%
Grasas y aceites	60,9%	57,8%	55,9%	60,5%	59,1%	60,8%	57,1%
Raíces y tubérculos	40,1%	54,4%	53,2%	45,6%	33,2%	40,0%	54,2%
Bebidas alcohólicas	8,0%	20,1%	25,3%	14,5%	15,3%	16,7%	18,8%

#### Bases de cálculo:

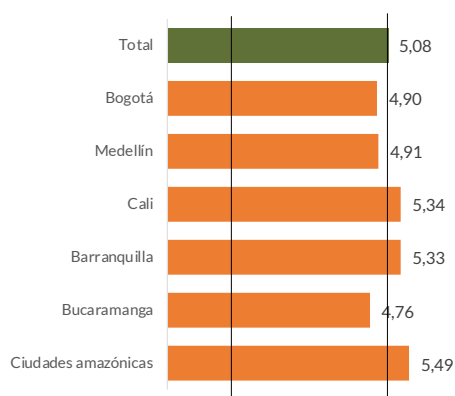
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Consumo de frutas y arroz

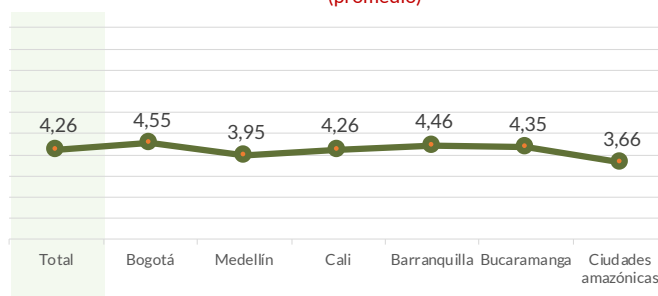
### Total y ciudad

#### Consumo semanal de arroz (promedio)



Pta: ¿Cuántas veces a la semana consume arroz?  
¿Cuántas frutas distintas comió esta semana en su casa?

#### Variedad de frutas consumidas por semana (promedio)



## Consumo de frutas y arroz

Estrato y segmento

Pta: ¿Cuántas veces a la semana consume arroz?  
¿Cuántas frutas distintas comió esta semana en su casa?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
¿Cuántas veces a la semana consume arroz?							
PROMEDIO	5,40	5,09	4,71	5,19	5,19	5,38	4,99
¿Cuántas frutas distintas comió esta semana en su casa?							
PROMEDIO	3,89	4,43	4,53	4,21	3,61	3,41	4,52

**Bases de cálculo:**

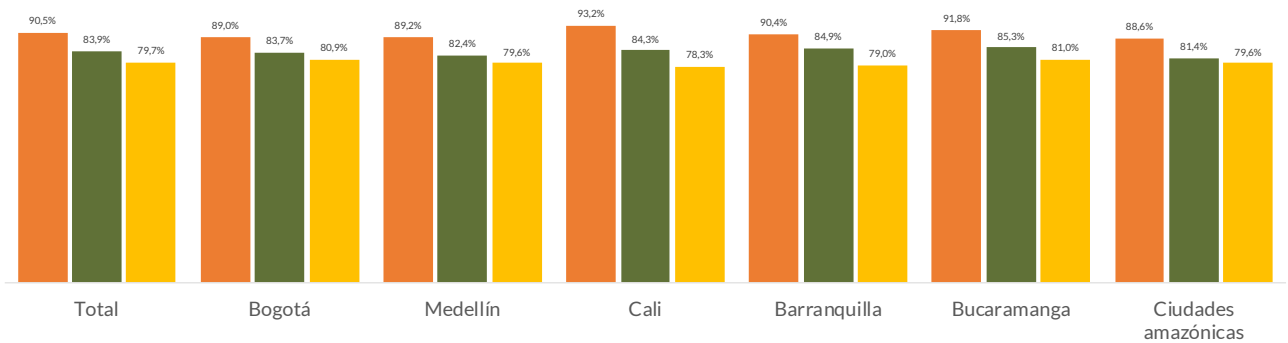
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Estrategias para aumentar la variedad en la alimentación

Total y ciudad

Pta: A continuación se plantean una serie de ideas y estrategias para aumentar la variedad de alimentos que consume. Díganos por favor que tan dispuesto estaría para implementarlas en el corto plazo sin que eso implique un gran esfuerzo de su parte

TTB: Muy dispuesto a implementarlo / Dispuesto



■ Aprender a cocinar nuevos alimentos ■ Probar nuevos alimentos que no ha probado antes ■ Cambiar la forma en que come actualmente

**Bases de cálculo:**

Base total: 2092  
Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

## Estrategias para aumentar la variedad en la alimentación

Estrato y segmento

Pta: A continuación se plantean una serie de ideas y estrategias para aumentar la variedad de alimentos que consume. Díganos por favor que tan dispuesto estaría para implementarlas en el corto plazo sin que eso implique un gran esfuerzo de su parte

TTB: Muy dispuesto a implementarlo / Dispuesto

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Aprender a cocinar nuevos alimentos	92,4%	89,9%	89,0%	89,7%	79,9%	87,5%	93,6%
Probar nuevos alimentos que no ha probado antes	85,3%	82,3%	83,8%	82,3%	70,8%	75,8%	88,4%
Cambiar la forma en que come actualmente	82,9%	81,0%	74,9%	77,0%	68,6%	75,8%	83,8%

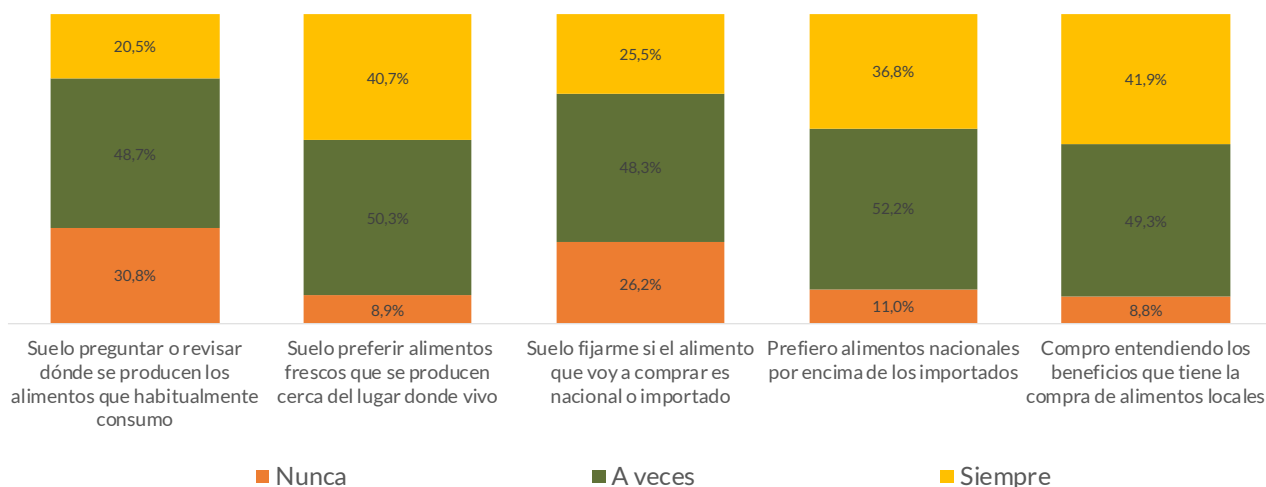
**Bases de cálculo:**

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Comportamientos de compra de productos locales

Total y ciudad

Pta: A continuación le vamos a exponer una serie de frases que explican algunos comportamientos al momento de su compra, Díganos si usted realiza la actividad, a veces, o no la realiza.



Bases de calculo:

Base total: 2092

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

## Comportamientos de compra de productos locales

Estrato y segmento

Pta: A continuación le vamos a exponer una serie de frases que explican algunos comportamientos al momento de su compra, Díganos si usted realiza la actividad, a veces, o no la realiza.

	Ciudades					Estrato			Perfil-segmento				
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades ama/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>Suelo preguntar o revisar dónde se producen los alimentos que habitualmente consumo</b>													
Nunca	34,9%	29,1%	32,7%	27,0%	31,0%	28,7%	31,9%	29,0%	31,2%	41,1%	43,4%	33,3%	23,4%
A veces	47,4%	52,0%	46,6%	48,6%	47,8%	50,9%	48,9%	48,8%	48,4%	47,6%	44,2%	49,2%	50,2%
Siempre	17,6%	18,8%	20,7%	24,4%	21,2%	20,4%	19,3%	22,2%	20,4%	11,3%	12,4%	17,5%	26,5%
<b>Suelo preferir alimentos frescos que se producen cerca del lugar donde vivo</b>													
Nunca	11,5%	8,5%	10,2%	9,9%	6,3%	4,8%	10,5%	7,1%	8,8%	10,9%	12,0%	13,3%	7,0%
A veces	52,3%	50,8%	52,4%	48,3%	47,8%	50,3%	51,6%	48,3%	50,7%	55,2%	60,6%	53,3%	45,7%
Siempre	36,2%	40,7%	37,4%	41,8%	45,9%	44,9%	37,8%	44,5%	40,6%	33,9%	27,4%	33,3%	47,3%
<b>Suelo fijarme si el alimento que voy a comprar es nacional o importado</b>													
Nunca	28,1%	28,6%	25,7%	23,1%	26,1%	24,6%	29,1%	23,8%	25,1%	33,5%	34,3%	35,8%	20,4%
A veces	45,9%	45,0%	51,0%	48,8%	50,0%	50,3%	46,8%	49,6%	48,7%	52,2%	49,3%	45,8%	46,7%
Siempre	26,0%	26,4%	23,3%	28,1%	23,9%	25,1%	24,1%	26,6%	26,2%	14,3%	16,4%	18,3%	32,9%
<b>Prefiero alimentos nacionales por encima de los importados</b>													
Nunca	10,2%	12,3%	12,0%	8,8%	10,9%	13,2%	13,2%	10,1%	9,4%	14,5%	16,8%	17,5%	7,7%
A veces	55,1%	48,0%	54,2%	54,0%	50,5%	49,7%	49,5%	51,3%	56,0%	54,6%	53,6%	55,8%	50,4%
Siempre	34,7%	39,7%	33,8%	37,1%	38,6%	37,1%	37,3%	38,5%	34,6%	30,8%	29,6%	26,7%	41,9%
<b>Compro entendiendo los beneficios que tiene la compra de alimentos locales</b>													
Nunca	9,4%	8,8%	9,2%	9,6%	7,9%	6,6%	9,4%	6,8%	10,0%	11,1%	15,0%	11,7%	6,2%
A veces	48,5%	50,8%	51,3%	48,3%	45,9%	53,3%	49,9%	48,0%	49,9%	55,2%	63,1%	50,8%	43,6%
Siempre	42,1%	40,5%	39,5%	42,1%	46,2%	40,1%	40,7%	45,2%	40,1%	33,7%	21,9%	37,5%	50,2%

Bases de calculo:

Bog: 392/ Med: 398/ Cali: 382/ Baq: 385/ Bga: 368/ Amaz: 167

Estrato 1-2: 788/ estrato 3-4: 631/ Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496/ Desinteresado: 274/ Escéptico: 120/ Involucrado: 1202

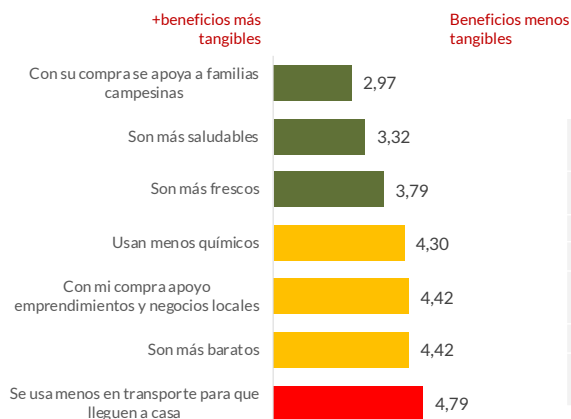
# La alacena de los colombianos



## Clasificación de los beneficios de la compra de productos locales

Total y ciudad

Pta: A continuación se plantean una serie de estrategias para reducir el desperdicio en la compra y en la preparación de alimentos. Ordene de la más fácil a la más difícil de implementar, a partir de mañana



	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades amazónicas
Con su compra se apoya a familias campesinas	2,84	2,86	3,10	3,06	3,04	2,83
Son más saludables	3,44	3,40	3,19	3,43	3,24	3,10
Son más frescos	3,89	3,65	3,68	3,77	3,84	4,05
Usan menos químicos	4,29	4,53	4,12	4,22	4,32	4,33
Con mi compra apoyo emprendimientos y negocios locales	4,44	4,38	4,43	4,29	4,49	4,57
Son más baratos	4,40	4,46	4,39	4,52	4,39	4,31
Se usa menos en transporte para que lleguen a casa	4,71	4,73	5,10	4,73	4,68	4,83

Bases de cálculo:

Base total: 2092

Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

## Clasificación de los beneficios de la compra de productos locales

Estrato y segmento

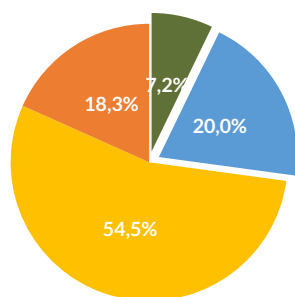
Pta: A continuación se plantean una serie de estrategias para reducir el desperdicio en la compra y en la preparación de alimentos. Ordene de la más fácil a la más difícil de implementar, a partir de mañana

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Con su compra se apoya a familias campesinas	2,96	3,07	2,87	2,91	3,12	3,08	2,94
Son más saludables	3,25	3,36	3,37	3,30	3,46	3,43	3,29
Son más frescos	3,92	3,70	3,71	3,57	3,90	3,83	3,84
Usan menos químicos	4,27	4,28	4,35	4,33	4,44	4,48	4,24
Con mi compra apoyo emprendimientos y negocios locales	4,53	4,40	4,30	4,45	4,35	4,24	4,44
Son más baratos	4,24	4,43	4,63	4,38	4,15	4,13	4,53
Se usa menos en transporte para que lleguen a casa	4,85	4,76	4,77	5,05	4,60	4,88	4,72

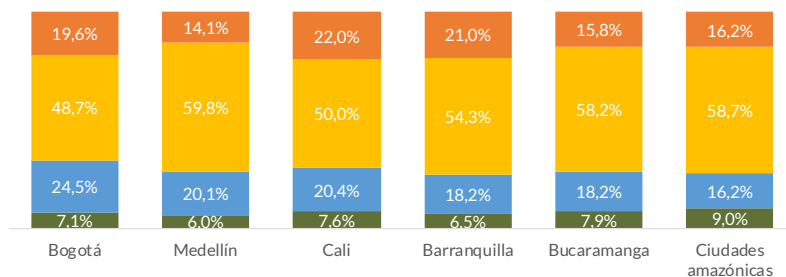
## Contribución de la alimentación a la degradación ambiental

Total y ciudad

Pta: ¿En qué proporción cree que la forma de alimentarnos contribuye a la pérdida y degradación de la naturaleza en Colombia?



- No tiene mucho que ver
- Contribuye, pero no es decisivo
- Es una de las causas, pero no la principal
- Es la principal causa



Bases de cálculo:

Base total: 2092

Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167



# Contribución de la alimentación a degradación ambiental

Estrato y segmento

Pta: A continuación le vamos a exponer una serie de frases que exponen algunos puntos de vista sobre la relación entre nuestra alimentación y los ecosistemas, Díganos si usted está de acuerdo, en desacuerdo o se declara indeciso

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
No tiene mucho que ver	10,3%	5,2%	5,3%	8,9%	10,2%	6,7%	5,8%
Contribuye, pero no es decisivo	17,1%	20,9%	22,4%	26,2%	28,8%	24,2%	15,0%
Es una de las causas, pero no la principal	52,3%	55,0%	56,8%	53,2%	48,5%	54,2%	56,5%
Es la principal causa	20,3%	18,9%	15,5%	11,7%	12,4%	15,0%	22,7%

Bases de calculo:

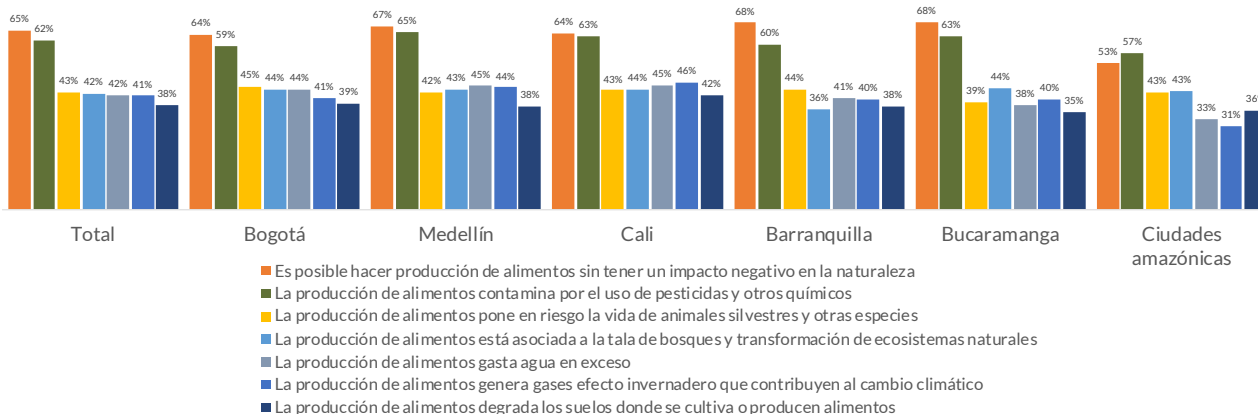
Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

# Perspectivas sobre la relación medio ambiente y alimentación

Total y ciudad

Pta: A continuación le vamos a exponer una serie de frases que exponen algunos puntos de vista sobre la relación entre nuestra alimentación y los ecosistemas, Díganos si usted está de acuerdo, en desacuerdo o se declara indeciso

De acuerdo con la frase



Bases de calculo:

Base total: 2092  
Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

# Perspectivas sobre la relación medio ambiente y alimentación

Estrato y segmento

Pta: A continuación le vamos a exponer una serie de frases que exponen algunos puntos de vista sobre la relación entre nuestra alimentación y los ecosistemas, Díganos si usted está de acuerdo, en desacuerdo o se declara indeciso

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Es posible hacer producción de alimentos sin tener un impacto negativo en la naturaleza	63,3%	65,5%	67,3%	61,7%	50,4%	65,0%	70,1%
La producción de alimentos contamina por el uso de pesticidas y otros químicos	55,8%	60,7%	69,5%	61,1%	51,1%	60,8%	64,5%
La producción de alimentos pone en riesgo la vida de animales silvestres y otras especies	38,7%	42,3%	47,7%	36,9%	36,5%	44,2%	46,3%
La producción de alimentos está asociada a la tala de bosques y transformación de ecosistemas naturales	36,4%	43,4%	48,1%	33,9%	32,8%	40,0%	48,2%
La producción de alimentos gasta agua en exceso	36,9%	41,2%	48,0%	35,1%	36,1%	43,3%	45,7%
La producción de alimentos genera gases efecto invernadero que contribuyen al cambio climático	32,1%	44,8%	49,0%	35,5%	35,0%	40,0%	45,4%
La producción de alimentos degrada los suelos donde se cultiva o producen alimentos	33,8%	39,3%	41,9%	32,1%	32,1%	34,2%	42,3%

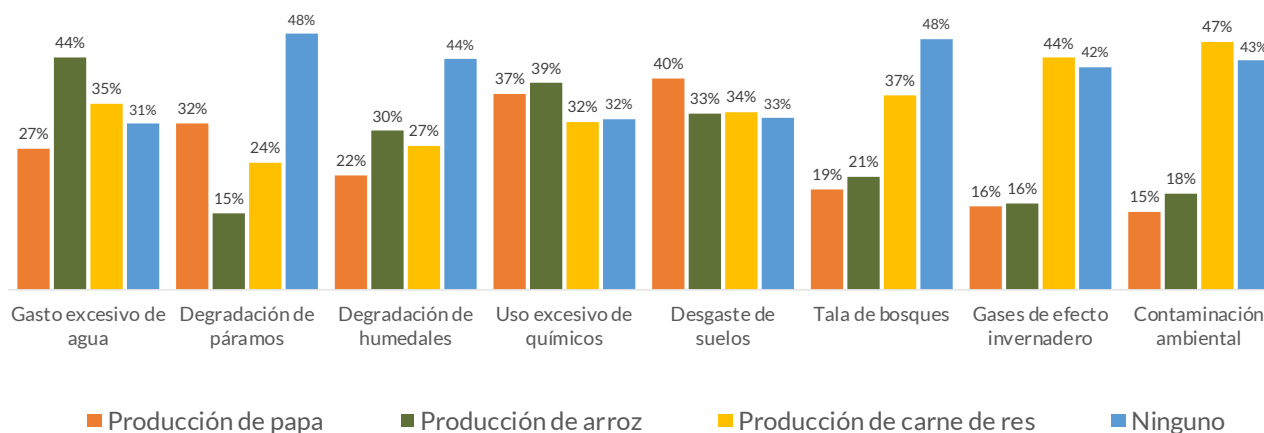
Bases de calculo:

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Relación de la producción de alimentos con problemas ambientales

Total

Pta: Desde su perspectiva, ¿a la producción de qué alimentos asocia usted estos problemas ambientales?



Bases de cálculo:

Base total: 2092

Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

# La alacena de los colombianos



## Relación de la producción de alimentos con problemas ambientales

Ciudad, estrato y segmento

Pta: Desde su perspectiva, ¿a la producción de qué alimentos asocia usted estos problemas ambientales?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento			
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades am/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>Gasto excesivo de agua</b>													
Producción de papa	35,7%	26,4%	22,0%	26,8%	23,9%	22,8%	27,0%	26,6%	26,3%	25,2%	28,8%	30,8%	26,4%
Producción de arroz	49,0%	40,7%	45,0%	43,4%	41,3%	46,7%	40,2%	43,6%	49,2%	43,5%	42,0%	42,5%	45,0%
Producción de carne de res	40,1%	37,9%	34,8%	30,4%	32,9%	34,7%	29,7%	37,7%	39,4%	32,1%	28,5%	35,0%	38,1%
Ninguno	24,5%	33,2%	30,4%	36,4%	33,7%	29,3%	36,8%	30,9%	25,6%	35,1%	35,8%	30,8%	29,0%
<b>Degradación de páramos</b>													
Producción de papa	36,0%	31,9%	28,3%	28,8%	33,2%	30,5%	26,8%	32,8%	36,0%	28,4%	24,8%	34,2%	34,1%
Producción de arroz	16,6%	16,6%	14,1%	15,3%	9,0%	16,2%	11,7%	16,8%	15,8%	11,7%	16,1%	12,5%	15,6%
Producción de carne de res	28,3%	25,9%	23,3%	22,1%	21,5%	22,8%	17,9%	26,8%	29,0%	17,9%	25,2%	17,5%	27,1%
Ninguno	43,1%	45,5%	50,8%	51,2%	51,4%	50,3%	57,9%	44,7%	41,0%	56,7%	50,7%	52,5%	44,2%
<b>Degradación de humedales</b>													
Producción de papa	21,7%	22,1%	21,2%	24,4%	20,4%	17,4%	19,9%	21,7%	23,5%	20,0%	20,8%	25,0%	22,1%
Producción de arroz	28,8%	30,7%	32,7%	30,4%	28,3%	29,3%	24,7%	32,3%	34,3%	28,4%	24,1%	30,8%	32,1%
Producción de carne de res	34,2%	26,9%	23,6%	24,4%	26,9%	28,7%	22,7%	29,3%	30,9%	21,4%	24,8%	31,7%	30,0%
Ninguno	42,6%	42,2%	42,4%	46,5%	42,9%	47,9%	49,4%	42,0%	38,6%	50,0%	48,5%	41,7%	40,2%
<b>Uso excesivo de químicos</b>													
Producción de papa	43,1%	38,7%	36,9%	32,2%	34,8%	36,5%	33,5%	37,7%	40,9%	34,9%	30,7%	39,2%	39,4%
Producción de arroz	40,3%	36,7%	40,3%	33,8%	42,7%	44,3%	36,0%	40,1%	41,9%	35,1%	34,7%	41,7%	41,6%
Producción de carne de res	32,1%	29,6%	36,1%	32,2%	28,3%	32,9%	28,8%	34,7%	32,5%	31,0%	27,7%	27,5%	33,4%
Ninguno	29,3%	34,4%	27,5%	39,2%	31,5%	31,7%	37,3%	30,4%	28,4%	33,7%	41,2%	35,8%	29,5%

Bases de cálculo:

Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673

Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

# Relación de la producción de alimentos con problemas ambientales

Ciudad, estrato y segmento

Pta: Desde su perspectiva, ¿a la producción de qué alimentos asocia usted estos problemas ambientales?

	Ciudades						Estrato			Perfil-segmento			
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades am/nica	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
<b>Desgaste de suelos</b>													
Producción de papa	38,8%	41,5%	43,7%	37,7%	38,0%	41,3%	39,2%	37,2%	43,7%	39,3%	34,3%	47,5%	40,9%
Producción de arroz	35,7%	33,2%	31,9%	31,2%	32,6%	39,5%	30,6%	33,8%	36,6%	31,5%	31,0%	34,2%	34,8%
Producción de carne de res	35,7%	35,2%	30,6%	31,9%	33,7%	37,1%	26,1%	37,2%	39,4%	31,0%	33,6%	31,7%	35,1%
Ninguno	32,4%	31,9%	31,9%	34,5%	34,5%	26,3%	38,2%	31,5%	26,7%	36,1%	34,3%	28,3%	31,0%
<b>Tala de bosques</b>													
Producción de papa	18,6%	19,3%	17,0%	19,5%	17,9%	24,6%	17,1%	18,7%	21,4%	12,7%	19,7%	23,3%	21,0%
Producción de arroz	21,9%	19,6%	17,8%	21,3%	19,3%	36,5%	20,1%	23,0%	21,2%	16,1%	19,0%	24,2%	23,7%
Producción de carne de res	39,0%	39,9%	35,1%	29,9%	36,4%	46,7%	29,9%	38,4%	43,8%	31,9%	35,0%	29,2%	40,3%
Ninguno	44,9%	48,0%	51,3%	50,9%	50,0%	31,1%	53,6%	46,8%	41,3%	55,4%	50,4%	51,7%	43,3%
<b>Gases de efecto invernadero</b>													
Producción de papa	16,3%	15,3%	14,4%	18,4%	13,0%	18,6%	17,4%	15,1%	14,6%	11,9%	16,1%	21,7%	16,7%
Producción de arroz	15,3%	16,8%	18,6%	17,4%	13,6%	15,0%	15,1%	17,7%	16,2%	12,9%	17,2%	15,0%	17,6%
Producción de carne de res	48,7%	48,5%	44,5%	35,3%	43,8%	41,3%	30,7%	46,0%	57,7%	42,3%	38,0%	44,2%	46,0%
Ninguno	40,6%	38,4%	40,8%	47,5%	43,8%	43,7%	52,0%	41,0%	32,1%	46,6%	46,0%	37,5%	40,2%
<b>Contaminación ambiental</b>													
Producción de papa	16,6%	14,1%	15,2%	15,8%	11,4%	16,8%	12,6%	15,7%	16,6%	10,7%	16,4%	16,7%	16,0%
Producción de arroz	20,4%	16,3%	19,4%	19,0%	14,1%	21,6%	16,5%	19,2%	19,2%	14,5%	20,8%	19,2%	19,0%
Producción de carne de res	51,8%	48,2%	47,9%	42,1%	47,0%	42,5%	36,5%	48,2%	58,2%	48,6%	43,1%	43,3%	47,7%
Ninguno	38,3%	44,7%	42,1%	45,5%	45,1%	46,7%	53,0%	42,0%	33,4%	45,0%	43,1%	48,3%	42,3%

**Bases de cálculo:**

Bog: 392/ Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167  
 Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
 Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

# Relación de alimentos con problemas ambientales

Total y ciudad

Pta: ¿Cuáles de estos grupos de alimentos cree que producen más efectos negativos frente al ambiente?



**Bases de cálculo:**

Base total: 2092  
 Bog: 392/ Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

	Ciudades					
	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Ciudades am/nica
Empacados y enlatados	48,5%	54,0%	51,0%	55,8%	60,9%	50,9%
Bebidas y snacks / galgüearía / mecato	44,9%	42,0%	46,6%	48,8%	55,7%	48,5%
Bebidas alcohólicas	37,2%	39,2%	42,1%	45,2%	49,2%	50,3%
Pollo, carne y pescado	39,0%	32,2%	28,8%	25,5%	31,3%	25,7%
Lácteos, huevos y refrigerados	23,7%	17,6%	14,9%	16,1%	19,8%	12,6%
Cereales (arroz, harinas, cuchuco, etc)	16,6%	18,6%	14,4%	14,0%	13,6%	16,8%
Panadería y repostería	16,3%	10,3%	9,2%	13,5%	8,7%	6,0%
Raíces y tubérculos (papa, yuca, etc)	12,2%	13,1%	10,5%	14,0%	6,3%	6,0%
Granos (Frijol, lentejas, Garbanzos, etc)	11,2%	11,1%	11,3%	11,2%	7,1%	13,2%
Café, té, chocolate, especias	12,8%	9,0%	7,3%	8,6%	8,2%	7,8%
Verduras	11,2%	10,3%	6,0%	11,2%	5,2%	8,4%
Frutas	10,7%	8,5%	6,0%	10,9%	4,9%	5,4%
Ninguno	12,0%	11,1%	13,4%	10,4%	8,7%	11,4%

## Relación de alimentos con problemas ambientales

Estrato y segmento

Pta: ¿Cuáles de estos grupos de alimentos cree que producen más efectos negativos frente al ambiente?

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Empacados y enlatados	54,8%	54,4%	51,9%	53,2%	47,4%	55,0%	55,2%
Bebidas y snacks / galgüearía / mecato	48,4%	48,5%	45,8%	48,0%	43,4%	49,2%	48,2%
Bebidas alcohólicas	50,3%	43,9%	34,0%	40,5%	38,7%	49,2%	44,6%
Pollo, carne y pescado	19,7%	30,6%	44,4%	31,5%	28,1%	25,8%	31,9%
Lácteos, huevos y refrigerados	12,6%	18,9%	23,5%	15,3%	16,8%	20,8%	19,1%
Cereales (arroz, harinas, cuchuco, etc)	13,8%	16,6%	16,6%	9,1%	19,7%	14,2%	17,5%
Panadería y repostería	8,1%	13,8%	12,3%	9,5%	11,7%	10,0%	11,9%
Raíces y tubérculos (papa, yuca, etc)	8,1%	13,3%	11,7%	5,0%	10,9%	14,2%	12,9%
Granos (Frijol, lentejas, Garbanzos, etc)	8,2%	12,8%	11,3%	5,4%	13,9%	9,2%	12,1%
Café, té, chocolate, especias	8,1%	9,4%	10,0%	7,3%	8,4%	14,2%	9,5%
Verduras	7,1%	10,5%	9,2%	4,0%	9,9%	10,8%	10,3%
Frutas	7,2%	9,2%	7,9%	4,6%	10,9%	8,3%	8,7%
Ninguno	12,9%	9,7%	10,4%	14,5%	11,3%	8,3%	10,0%

### Bases de cálculo:

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202

## Clasificación de estrategias para ayudar al medio ambiente desde la alimentación

### Total y ciudad

Pta: A continuación se plantean una serie de estrategias para ayudar al medio ambiente desde la forma en qué comemos. Ordene de la más fácil a la más difícil de implementar, a partir de mañana



### Bases de cálculo:

Base total: 2092  
Bog: 392 / Med: 398 / Cali: 382 / Baq: 385 / Bga: 368 / Amaz: 167

## Clasificación de los beneficios de la compra de productos locales

### Estrato y segmento

Pta: A continuación se plantean una serie de estrategias para reducir el desperdicio en la compra y en la preparación de alimentos. Ordene de la más fácil a la más difícil de implementar, a partir de mañana

	Estrato agrupado			Perfil-segmento			
	1-2	3-4	5-6	Cocinero del hogar	Desinteresado	Escéptico	Involucrado
Comprar alimentos con menos empaques plásticos	3,41	3,33	3,22	3,18	3,38	3,41	3,37
Evitar el desperdicio de comida	3,33	3,35	3,37	3,20	3,49	3,37	3,37
Aumentar el consumo de frutas y verduras	3,29	3,44	3,37	3,14	3,50	3,37	3,42
Comprar alimentos locales y en cosecha	3,59	3,55	3,47	3,43	3,46	3,53	3,60
Reducir el consumo de carnes rojas	4,32	4,22	4,06	4,34	4,18	4,31	4,15
Cultivar sus propios alimentos	4,24	4,44	4,81	4,66	4,40	4,47	4,43
Volverse vegetariano / vegano	5,81	5,67	5,70	6,04	5,59	5,55	5,65

### Bases de cálculo:

Estrato 1-2: 788 / estrato 3-4: 631 / Estrato 5-6: 673  
Cocinero: 496 / Desinteresado: 274 / Escéptico: 120 / Involucrado: 1202




mabe

pratiagua

6  
Nestum  
Trigo, Banano  
y Manzana

Azul  
Kleen



Esta investigación forma parte de la iniciativa Producción y Consumo Sostenible, que tiene como objetivo apoyar a los gobiernos nacionales en su compromiso de colaborar con los esfuerzos mundiales para mitigar el cambio climático. Cuenta con financiamiento del Ministerio del Ambiente Alemán a través de su Iniciativa Internacional para la Protección del Clima (IKI), con WWF-Alemania. Fue realizada por el área de investigaciones de la agencia Sancho BBDO. Implementó una metodología mixta de dos fases. Una primera fase cualitativa de profundización de la realidad de los colombianos frente a la alimentación sostenible con tres herramientas metodológicas InHouse Observation, ensayos fotográficos y entrevistas a profundidad con un total de 47 entrevistas en todo el país. La segunda fase cuantitativa de entendimiento de una realidad con una herramienta de encuestas digitales aplicada a hombres y mujeres mayores de 18 años que fueran decisores de compra de alimentos en el hogar. Ambas herramientas metodológicas se realizaron en Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Medellín, Florencia, San José del Guaviare y Leticia.



DEPARTAMENTO DE  
**INTELIGENCIA &  
CONSUMIDOR** | **SANCHOBBDO**

Fomentado por el:



en virtud de una resolución del Parlamento  
de la República Federal de Alemania