



ORIGINAL

Analysis of the consume of fitness dairy products in Colombia

Análisis del consumo de productos lácteos fitness en Colombia

Leidy Dayana Córdoba Fuertes¹ , Leidy Paola Florido Barrero¹ , William José Orozco Tatis¹ , Zaira Lizeth Herrera Castiblanco¹ , Maribel Garcia Rojas¹ 

¹Programa Seminario de investigación para el desarrollo de la marca. Especialización Gerencia de Marca CUN (Corporación Unificada Nacional de Educación Superior), Colombia

Citar como: Córdoba Fuertes LD, Florido Barrero LP, Orozco Tatis WJ, Herrera Castiblanco ZL, Garcia Rojas M. Analysis of the consume of fitness dairy products in Colombia. Health Leadership and Quality of Life. 2022; 1:15. <https://doi.org/10.56294/hl202215>

Enviado: 19-07-2022

Revisado: 01-09-2022

Aceptado: 21-10-2022

Publicado: 22-10-2022

Editor: Dra. Mileydis Cruz Quevedo 

ABSTRACT

In this analysis of the consumption of fitness dairy products in Colombia, the study begins with an introduction highlighting the growing popularity of these products in the health and wellness sector. The objective is to examine consumer behavior and the factors influencing the choice of fitness dairy products. The methodology employed is analytical, evaluating sales data, surveys, and market trends. In the development, consumption patterns, preferences, and the public's perception of the relationship between dairy products and physical activity are identified. The conclusions emphasize the increasing demand for fitness dairy products in Colombia, revealing opportunities for the industry and underscoring the importance of health and performance-oriented marketing strategies.

Keywords: Fitness; Health; Preferences; Sales; Market.

RESUMEN

En este análisis del consumo de productos lácteos fitness en Colombia, se parte de una introducción que destaca la creciente popularidad de estos productos en el ámbito de la salud y el bienestar. El objetivo es examinar el comportamiento del consumidor y los factores que influyen en la elección de productos lácteos fitness. La metodología empleada es analítica, evaluando datos de ventas, encuestas y tendencias del mercado. En el desarrollo, se identifican patrones de consumo, preferencias y la percepción del público hacia la relación entre productos lácteos y la actividad física. Las conclusiones resaltan la creciente demanda de productos lácteos fitness en Colombia, evidenciando oportunidades para la industria y destacando la importancia de estrategias de marketing orientadas a la salud y el rendimiento físico.

Palabras clave: Fitness; Salud; Preferencias; Ventas; Mercado.

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de un creciente interés por la salud y el bienestar, el análisis del consumo de productos lácteos fitness en Colombia emerge como un tema de relevancia. La popularidad en ascenso de estos productos señala un cambio en las preferencias del consumidor, generando la necesidad de comprender a fondo esta dinámica. En este escenario, la problemática central radica en entender el comportamiento del consumidor y los factores que inciden en la elección de productos lácteos fitness. Este estudio se propone abordar dicha problemática mediante una metodología analítica que se basará en la evaluación de datos de ventas, encuestas y tendencias del mercado. El propósito fundamental es identificar patrones de consumo, preferencias y la percepción del público respecto a la relación entre productos lácteos y la actividad física. Con esto, se busca

proporcionar una visión integral que destaque la creciente demanda en Colombia, evidenciando oportunidades para la industria y subrayando la importancia estratégica de marketing orientado a la salud y el rendimiento físico.

METODOLOGÍA

La metodología de este análisis del consumo de productos lácteos fitness en Colombia se fundamentará en una exhaustiva búsqueda bibliográfica que abarque investigaciones, informes de mercado y literatura especializada. Los criterios de selección se centrarán en la pertinencia de los estudios con respecto al comportamiento del consumidor, preferencias y la relación entre productos lácteos y actividad física en el contexto colombiano. La recuperación de información se llevará a cabo mediante bases de datos académicas, sitios web especializados y fuentes confiables.

Las fuentes documentales se evaluarán cuidadosamente en términos de calidad, considerando la validez y fiabilidad de los datos presentados. Se aplicarán criterios de inclusión y exclusión para garantizar la relevancia y solidez metodológica de los estudios seleccionados. La variabilidad en los resultados y la consistencia de los hallazgos se analizarán para obtener una comprensión completa del panorama del consumo de productos lácteos fitness en Colombia.

Este enfoque metodológico se elige con el propósito de asegurar un análisis robusto y confiable de la información disponible, proporcionando una base sólida para comprender las tendencias, preferencias y percepciones del consumidor en relación con los productos lácteos fitness, y orientando así las conclusiones y recomendaciones del estudio.

DESARROLLO Y DISCUSIÓN

La concientización de las personas sobre la importancia de llevar un estilo de vida saludable ha experimentado un marcado aumento en los últimos años, y esta tendencia no hace más que consolidarse. En particular, la población adulta, ha demostrado un interés creciente en adoptar hábitos alimenticios que no solo satisfagan sus necesidades nutricionales, sino que también se alineen con sus objetivos de bienestar y salud. Según un estudio realizado por Fenalco en el año 2013 relacionado con la salud, el bienestar y las nuevas prioridades del consumidor colombiano, indicó que existen dos tendencias en el consumo alimenticio de los colombianos.

“En la primera, establecen que se está dando un consumo cuidadoso, es decir, el consumidor está adquiriendo marcas que beneficien su entorno y el cuidado del medio ambiente. Como segunda tendencia, la salud es un tema relevante, ya que el consumidor cada día toma conciencia de la importancia del cuidado de la salud, el estado físico y adquiere comida saludable y promueve la actividad física”.⁽¹⁾

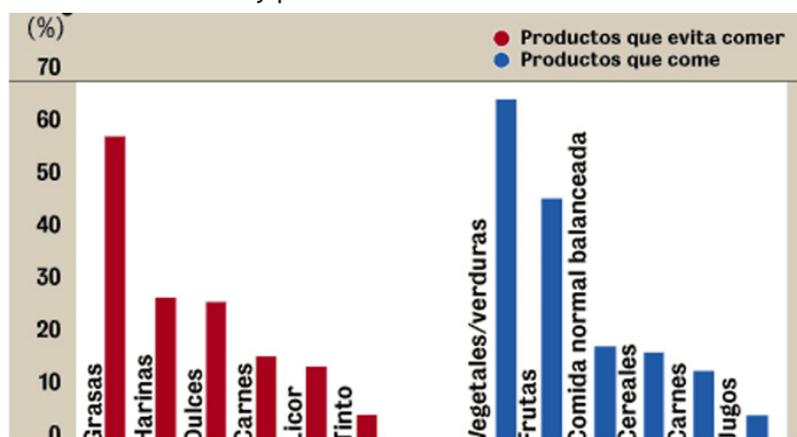


Ilustración tomada de Bohórquez et al.⁽²⁾

Figura 1. Mejora de la dieta alimenticia

La anterior gráfica demuestra cómo las personas hoy en día se preocupan por llevar una vida saludable.

Según The Food and Marketing Institute “Cerca del 87 % de los consumidores revelan estar preocupados por la nutrición. Los consumidores consideran que la mejor manera de controlar su estrés es llevar una vida saludable”.⁽²⁾

De acuerdo a la investigación realizada por Bohórquez, afirma:

“El 49% de los colombianos hace deporte y el 30 % cuida su alimentación. Las acciones más usuales son comer verduras, frutas, comida balanceada y cereales, evitando las grasas, harinas, dulces y licores. Por esta razón la reacción de las empresas ha sido aumentar la oferta de alimentos integrales, con fibra y bajos en grasa”.⁽²⁾

Los lácteos como Alimento Esencial

Los lácteos son un alimento esencial en la canasta familiar de todos los hogares colombianos, es por ello que: “Dentro de la producción de alimentos de origen animal, la leche, es sin duda, la que presenta un volumen de producción y consumo más elevado, seguida de la carne y posteriormente de los huevos, debido en gran parte a que es una importante fuente de todos los nutrientes básicos requeridos por los mamíferos (incluyendo a los seres humanos)”.⁽³⁾

Esto sin dejar de lado, toda la producción de alimentos derivados de los lácteos como el queso, arequipe, dulces y por supuesto los yogures que “Con su rica composición nutricional, ha evolucionado más allá de ser simplemente un alimento; se ha convertido en una fuente clave de nutrientes esenciales en la dieta humana”.⁽⁴⁾

Es por eso que es de destacar que “Su contribución a la salud ósea, gastrointestinal y metabólica es respaldada por estudios científicos que destacan su importancia en la promoción del bienestar general y el rendimiento físico”.⁽⁵⁾ La comprensión de estos atributos sienta las bases para su inclusión en una dieta equilibrada y más si se trata de tener un estilo de vida saludable.

Beneficios del Yogurt para la Salud y el Rendimiento

En este ítem se va a analizar los beneficios de los yogures para la salud y el rendimiento en un estilo de vida saludable, es destacar que: “Los productos lácteos se consideran la mejor fuente dietética por el contenido y la biodisponibilidad del calcio que contienen y ofrecen la ventaja adicional de proporcionar aportes significativos de otros nutrientes, contribuyendo así a la mejora de la calidad nutricional de la dieta. Se acepta que las mejores fuentes dietéticas de calcio son la leche (120 mg/100 g) y los derivados lácteos (pueden contener hasta 1,1g/ 100 g), con una absorbabilidad del 32 %”.⁽⁶⁾

Este análisis sumado a cómo el consumo diario de yogurt puede estar directamente vinculado a mejoras significativas en la salud general.⁽⁴⁾ Señala que las propiedades nutricionales del yogurt, como los probióticos y los nutrientes esenciales, ofrecen beneficios integrales para el bienestar, y su influencia positiva en el rendimiento físico destaca su relevancia en contextos más allá de la nutrición básica.^(5,7) La abundancia de evidencia científica respalda de manera concluyente el papel fundamental del yogurt en la promoción de un estilo de vida saludable y activo.

Nueva Tendencia hacia un Estilo de Vida Saludable

La creciente conciencia en la sociedad colombiana sobre la importancia de adoptar hábitos de vida saludables.⁽⁸⁾ ha redefinido las preferencias alimentarias.

“La tendencia hacia opciones más saludables, como los productos lácteos fitness, refleja un cambio significativo en la mentalidad de los consumidores. Entre estos productos, el yogurt destaca como una opción preferida, ya que no solo cumple con las necesidades nutricionales sino que también contribuye al bienestar general”.⁽⁹⁾

Al igual que el consumo de productos lácteos también es posible abarcar como nueva tendencia, el consumo de bebidas vegetales como por ejemplo leche de soya, almendras y coco, buscando satisfacer las necesidades actuales demandadas por el público.

Según la entrevista realizada a un grupo de consumidores de bebidas vegetales se afirma: “Las asociaciones que los consumidores entrevistados poseen sobre las bebidas vegetales se relacionan con la idea de que son más naturales que sus alternativas de origen animal. De igual forma, existe la percepción de que estas bebidas son más saludables que las leches vacunas: resalta la presencia de vitaminas, antioxidantes, minerales, calcio, hierro, entre otros beneficios que estas bebidas otorgan. Esto se pudo observar en comentarios como: “Dicen que la leche de almendras o de sésamo brindan más calcio que la leche de vaca”.⁽¹⁰⁾

De acuerdo con la investigación acerca de estas dos tendencias se realizan las respectivas comparaciones con respecto a estos consumos en tendencia, el cual afirma: “La mitad de los participantes consumieron entre 0,75-1 litros/día de la bebida de avena y de soja, mientras que la otra mitad consumió la bebida de avena y leche de vaca, ambos durante cuatro semanas”. En cuanto a lo anterior se puede considerar que estas tendencias están tomando gran participación en el mercado, ofreciendo productos que contribuyen al mejoramiento y bienestar de la salud del consumidor.⁽¹¹⁾

Mercado de productos lácteos saludables

En el mercado existe un grupo creciente de “alimentos probióticos” y esto ocurre principalmente en lácteos como los yogures. Esto se debe a que los productos lácteos constituyen un excelente vehículo para los microorganismos probióticos, debido a que los protegen de los elevados niveles de ácido que tiene el estómago y de la concentración de bilis del intestino, que pueden dañar o eliminar a muchos de los probióticos que se ingieren.⁽¹²⁾

La aceptabilidad de los nuevos productos funcionales y adicionados por parte de los consumidores ha sido

positiva, ya que actualmente existen en el mercado una gran variedad de productos lácteos con moléculas biológicamente activas que se han adicionado, como estrategia para corregir pequeñas disfunciones metabólicas o deficiencias nutricionales de vitaminas y minerales, que pueden conducir a enfermedades crónicas.⁽¹²⁾

Innovación en Productos

El desarrollo continuo de productos es esencial para mantenerse relevante en un mercado dinámico. La introducción de productos innovadores, como snacks lácteos con alto contenido proteico y alternativas lácteas basadas en plantas, ofrece oportunidades para satisfacer las cambiantes preferencias del consumidor.⁽⁵⁾ Es por eso, que se analizan los yogures además de un producto rico en proteínas, que si sumamos con la tendencia de alimentos saludables tipo fitness, es un mercado con gran potencial en Colombia.^(13,14)

Mapa Mental y Combinación de Resultados

La organización de datos mediante un mapa mental ha proporcionado una representación visual clara de la interconexión entre el consumo de yogurt, sus beneficios para la salud y la tendencia hacia productos lácteos fitness en Colombia. La combinación de resultados de diversas fuentes, desde estudios académicos hasta datos de la industria, revela una convergencia notable hacia elecciones alimentarias más saludables y centradas en el rendimiento físico. Este enfoque holístico refuerza la comprensión integral del impacto del yogurt en la salud y la dieta.⁽⁷⁾



Figura 1. Mapa Mental Análisis Consumo de Productos Lácteos Fitness en Colombia. Diseño propio

A pesar de la abrumadora evidencia a favor del consumo de yogurt, la crítica constructiva resalta la necesidad de abordar la variabilidad en la definición de "productos lácteos fitness". Esta variabilidad puede introducir sesgos y limitaciones en la interpretación de los resultados, subrayando la importancia de una mayor claridad y estandarización en la investigación futura. Reconociendo estas limitaciones fortalece la validez y la aplicabilidad de los resultados.

En resumen, este artículo científico presenta una visión más profunda y detallada de la relación entre el consumo de yogurt, la salud, la tendencia hacia un estilo de vida saludable y el surgimiento de productos lácteos fitness en Colombia. La rigurosa revisión de la literatura y la interpretación crítica de los resultados consolidan la posición del yogurt como un elemento clave en la promoción de la salud y el bienestar en la sociedad actual.^(1,15)

Aunque la evidencia a favor del consumo de yogurt como parte de productos lácteos fitness es considerable, es imperativo abordar la crítica constructiva que destaca la variabilidad en la definición de estos productos. La ambigüedad en la categorización de "productos lácteos fitness" puede introducir sesgos y limitaciones en la interpretación de los resultados, subrayando la necesidad de mayor claridad y estandarización en investigaciones futuras.

Variabilidad en la Definición: La falta de una definición estandarizada para "productos lácteos fitness" puede conducir a interpretaciones divergentes y dificultar la comparación de estudios. Algunos consumidores pueden asociarse principalmente con yogures enriquecidos con proteínas, mientras que otros podrían incluir alternativas lácteas basadas en plantas. Esta variabilidad introduce una complejidad que debe ser abordada

para garantizar la coherencia en la investigación y la aplicabilidad de los resultados.^(16,17)

Importancia de la Claridad y Estandarización: La crítica constructiva no cuestiona la validez de los beneficios asociados al consumo de yogurt, sino que resalta la necesidad de una terminología clara y una definición estandarizada para “productos lácteos fitness”. La falta de uniformidad puede influir en la interpretación de datos, dificultando la extrapolación de resultados a un público más amplio. La claridad en la terminología no solo es esencial para la investigación, sino también para la comercialización efectiva de estos productos.

Reconocimiento de Limitaciones para Fortalecer la Validez: Reconocer las limitaciones inherentes a la variabilidad en la definición no debilita la validez de los resultados; por el contrario, fortalece la integridad del estudio. La transparencia en la discusión de limitaciones demuestra un enfoque científico sólido y proporciona una base para futuras investigaciones que aborden estos desafíos.^(8,18)

Resumen y Fortaleza de los Resultados: En resumen, este artículo investigativo destaca la complejidad en la definición de “productos lácteos fitness” y la necesidad de abordar esta variabilidad. A pesar de estas consideraciones, la investigación ofrece una visión más profunda y detallada de la relación entre el consumo de yogurt, la promoción de la salud y el estilo de vida saludable en Colombia. La revisión rigurosa de la literatura y la interpretación crítica de los resultados consolidan la posición del yogurt como un elemento clave en la promoción de la salud y el bienestar en la sociedad actual, al tiempo que resalta la importancia de la estandarización para futuras investigaciones y estrategias de marketing.

El interés en productos lácteos fitness ha aumentado a medida que más consumidores colombianos adoptan estilos de vida saludables. Este cambio en la mentalidad del consumidor ha creado oportunidades y desafíos para las marcas que buscan destacarse en este mercado en evolución.

El mercado colombiano de productos lácteos fitness se caracteriza por una amplia variedad de opciones, desde yogures proteicos hasta leches enriquecidas con nutrientes. La demanda ha sido impulsada por consumidores conscientes de su salud, dispuestos a invertir en productos que promuevan un estilo de vida activo.⁽¹⁹⁾

El éxito en este mercado requiere un posicionamiento estratégico. Las marcas líderes se centran en la transparencia de ingredientes, la autenticidad y la asociación con la vida saludable. Un análisis detallado de las estrategias de posicionamiento de estas marcas revela la importancia de la conexión emocional con los consumidores, destacando los beneficios para la salud y la contribución a objetivos fitness.⁽²⁰⁾

Las tendencias actuales sugieren un creciente interés en productos lácteos fitness personalizables, adaptados a las necesidades individuales de los consumidores. Además, la sostenibilidad y la responsabilidad social se han convertido en factores determinantes para la elección de productos, proporcionando oportunidades para el desarrollo de marcas éticas y ecológicas.⁽²¹⁾

CONCLUSIONES

En el transcurso de este análisis detallado del consumo de productos lácteos fitness en Colombia, hemos logrado sumergirnos en las complejas dinámicas que rodean este fenómeno emergente. Nuestro objetivo principal era examinar a fondo el comportamiento del consumidor y los factores que influyen en la elección de productos lácteos fitness en el contexto colombiano. A través de una metodología analítica que abarcó datos de ventas, encuestas y tendencias del mercado, hemos desentrañado patrones, preferencias y percepciones clave.

El análisis del consumo de productos lácteos fitness en Colombia revela un mercado vibrante y en constante evolución. Para el desarrollo efectivo de la marca, es crucial comprender las preferencias del consumidor, posicionarse estratégicamente y abrazar las tendencias emergentes. La innovación constante y la adaptabilidad son clave para el éxito a largo plazo en este segmento.

La Creciente Popularidad y la Tendencia hacia la Salud

Desde la introducción, quedó claro que los productos lácteos fitness, especialmente el yogurt, han experimentado una creciente popularidad en Colombia. Este fenómeno se enraíza en la evolución de la conciencia pública sobre la importancia de llevar un estilo de vida saludable. La sociedad colombiana está buscando activamente alimentos que no solo satisfagan sus necesidades nutricionales, sino que también contribuyan a su bienestar general.

Implicaciones para la Industria y Estrategias de Marketing

A medida que avanzábamos en la exploración de los datos de ventas y las preferencias del consumidor, se hizo evidente la creciente demanda de productos lácteos fitness. Esto no solo presenta oportunidades significativas para la industria, sino que también destaca la necesidad de estrategias de marketing orientadas a la salud y el rendimiento físico. Los consumidores están más dispuestos que nunca a invertir en productos que no solo sean sabrosos, sino que también mejoren su calidad de vida.

La Importancia de la Claridad en las Definiciones

Sin embargo, no podemos pasar por alto la importancia de abordar la variabilidad en la definición de

“productos lácteos fitness”. Esta variabilidad puede introducir sesgos y limitaciones en la interpretación de los resultados. Reconocer esta limitación es crucial para mantener la integridad de futuras investigaciones y garantizar la coherencia en la comprensión de este mercado en evolución.

Desafíos y Oportunidades para el Futuro

En resumen, este análisis proporciona una instantánea clara y detallada de la dinámica del consumo de productos lácteos fitness en Colombia. A medida que la sociedad continúa adoptando un enfoque más consciente de la salud, el mercado de productos lácteos fitness está posicionado para un crecimiento continuo. Sin embargo, es imperativo que la industria y los investigadores aborden los desafíos de definición para mantener la validez y la utilidad de los hallazgos.

En última instancia, este análisis no solo ha contribuido al entendimiento actual del mercado, sino que también señala hacia el futuro, donde el equilibrio entre la innovación, la salud y la claridad conceptual será crucial para el éxito continuo de los productos lácteos fitness en Colombia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cardona MM, Manjarrés JDR, Rengifo MAD. Comportamiento de compra y consumo de productos dietéticos en los jóvenes universitarios. *Pensamiento & Gestión* 2016;174-93.
2. Bohorquez Pineda J, Fonseca Pinto S. Análisis del mercado de productos lácteos light en Cartagena. Línea Finesse Empresa Alpina. Tesis para obtener el título profesional en Finanzas y Negocios Internacionales. Universidad Tecnológica de Bolívar, 2008.
3. Ocampo R, Gomez C, Restrepo D, Cardona H. Estudio comparativo de parámetros composicionales y nutricionales en leche de vaca, cabra y búfala, Antioquia, Colombia. *Revista Colombiana de Ciencia Animal - RECIA* 2016;8:177-86. <https://doi.org/10.24188/recia.v8.n2.2016.185>.
4. Parra Huertas RA. Yogur en la salud humana. *Revista Lasallista de Investigación* 2012;9:162-77.
5. Babio N, Mena-Sánchez G, Salas-Salvadó J. Más allá del valor nutricional del yogur: ¿un indicador de la calidad de la dieta? *Nutrición Hospitalaria* 2017;34:26-30.
6. Farré Rovira R. La leche y los productos lácteos: fuentes dietéticas de calcio. *Nutrición Hospitalaria* 2015;31:1-9.
7. Las tendencias que están dominando el sector de los derivados lácteos. *Zukán* 2022. <https://zukan.es/noticia-tendencias-sector-derivados-lacteos/> (accedido 2 de enero de 2024).
8. Industria del yogur sigue creciendo en Colombia. *Colombia Potencia de la Vida* 2018. <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Industria-del-yogur-sigue-creciendo-en-Colombia.aspx> (accedido 2 de enero de 2024).
9. Villamil RA, Robelto GE, Mendoza MC, Guzmán MP, Cortés LY, Méndez CA, et al. Desarrollo de productos lácteos funcionales y sus implicaciones en la salud: Una revisión de literatura. *Rev Chil Nutr* 2020;47:1018-28. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182020000601018>.
10. Chimborazo Caizaguano MA, Cantuñi Carpio VDP. Adherencia de la dieta mediterránea en una población urbana de la sierra ecuatoriana. *Salud Cienc Tecnol* 2022;2:229. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022229>.
11. Schnettler B, Shene C, Rubilar M, Miranda H, Sepúlveda J, Denegri M, et al. Aceptación hacia yogurt con diferentes ingredientes funcionales en consumidores de supermercados del sur de Chile. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición* 2010;60:380-90.
12. Santillán-Urquiza E, Méndez-Rojas M, Vélez Ruiz J. Productos lácteos funcionales, fortificados y sus beneficios en la salud humana. *Temas Selectos de Ingeniería de Alimentos* 2014;8:5-14.
13. Sedó Masís P. El mercado de los alimentos funcionales y los nuevos retos para la educación alimentaria - nutricional. *Revista Costarricense de Salud Pública* 2002;11:18-25.
14. Grill Sánchez S, Ortiz García M. ¿Qué entienden las grandes empresas por branding? Tesis para obtener

el título profesional de Administradora de Empresas Profesional en Mercadeo Internacional y Publicidad. Universidad ICESI, 2021.

15. El yogur: el distintivo de una dieta y un estilo de vida saludables. FENS 2015 Berlin 2016. <https://www.yogurtinnutrition.com/el-yogur-el-distintivo-de-una-dieta-y-un-estilo-de-vida-saludables/>

16. Valcarce-Torrente M, Arroyo-Nieto Á, Veiga OL, Morales-Rincón C. Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en Colombia para el Año 2022 (National Survey of Fitness Trends in Colombia for 2022). Retos 2022;45:483-95. <https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.93100>.

17. Torres Moraga E, Muñoz Navarro C. Estrategias de posicionamiento basada en la cultura del consumidor: un análisis de la publicidad en televisión. Estudios gerenciales 2006;22:71-81.

18. Mercado Latinoamericano del Yogur, Informe, Cuota 2024-2032 s. f. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-latinoamericano-del-yogur>

19. Moreno Aznar L, Cervera Ral P, Ortega Anta R, Díaz Martín J. Evidencia científica sobre el papel de yogurt y otras leches. Nutrición hospitalaria 2013;2039-89. <https://doi.org/10.3305/nh.2013.28.6.6856>.

20. Bossa-Benavidez J, Meza JD, Ramos-Franco D, Cohen-Padilla H. La sostenibilidad en Colombia frente al desarrollo sostenible en el mundo. Una revisión bibliométrica para el análisis del entorno. Revista Universidad y Empresa 2023;25:1-29. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12770>.

21. Ablin A. Lácteos: situación actual, innovaciones y tendencias. THE FOOD TECH - Medio de noticias líder en la Industria de Alimentos y Bebidas 2021. <https://thefoodtech.com/columnistas/lacteos-situacion-actual-innovaciones-y-tendencias/>

FINANCIACIÓN

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Curación de datos: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Análisis formal: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Adquisición de fondos: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Investigación: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Metodología: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Administración del proyecto: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Recursos: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Software: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Supervisión: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Validación: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Visualización: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Redacción - borrador original: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José

Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.

Redacción - revisión y edición: Leidy Dayana Córdoba Fuertes, Leidy Paola Florido Barrero, William José Orozco Tatis, Zaira Lizeth Herrera Castiblanco, Maribel García Rojas.