

## **PERFILACIÓN DE POSIBLES USUARIOS DE PERSONALIZACION DE ALIMENTOS SALUDABLES EN LA WEB**

**Jorge Rico Rodríguez.**

jricorodriguez@gmail.com

Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo  
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

**Beatriz del Pilar Mejía Garrido**

mejiapilar@hotmail.com

Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo  
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

**Johanna Paola Alarcón Gómez**

palarcon\_gomez@hotmail.com

Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo  
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

**Julián Ramírez Angulo**

juliraman@gmail.com

Asesor Temático Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo  
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

### **RESUMEN**

*La obesidad como problema de salud pública en Colombia presenta un incremento notable entre la población a pesar de los esfuerzos del estado por disminuirla. Personalizar la alimentación de las personas es parte de la solución, la Web es uno de los medios existentes que ofrece la posibilidad de llegar a cada individuo con una opción alimenticia única. En este contexto el objetivo de la investigación es evaluar la percepción e intención de compra de productos de alimentación saludable en la web, analizando el perfil demográfico del consumidor potenciales. Para ello se plantea un marco teórico que permite identificar las variables relevantes para la identificación del perfil del consumidor potencial. Los datos recolectados indican que los factores demográficos son determinantes  
En la intención de compra de un usuarios en la web.*

**Palabras Clave:** Sitios web, Programas de nutrición y alimentación, Intención de compra.

## **CUSTOMIZED HEALTHY FOOD IN WEB CHANCE OF CONTROL OF OBESITY.**

### **ABSTRACT**

*Obesity as a public health problem in Colombia shows a marked increase in the population despite the state's efforts to decrease. Customize feeding people is part of the solution, The Web offers the possibility of reaching each individual with a unique food choice. In this context, the aim of the research is to determine the characteristics required of a personalization model healthy eating on the Web. For this, a theoretical framework to identify the relevant hermeneutical factors obtained in surveys with stakeholders arises. The result indicates that Web sites are suitable if it has a simple interface, that healthy food is perceived as a health benefit. These findings indicate a chance of using the Web channel to achieve to reduce levels of obesity in Colombia. Keywords: Website, nutrition and feeding programs, Purchase Intention.*

**Keywords:** Website, nutrition and feeding programs, Purchase Intention.