



Universidad Femenina del Sagrado Corazón

Facultad de Nutrición y Alimentación

Escuela Profesional de Nutrición y Dietética

USO DE REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA CONDUCTA ALIMENTARIA EN ADOLESCENTES DE PASCO

Tesis presentada por:

ANGELY CAROLINE ROJAS ZORRILLA

DELIN MISSENY VALUIS QUIÑONES

Para obtener el Título Profesional de
Licenciada en Nutrición y Dietética

Línea de investigación: Alimentación Humana y Modelo Dietético Nutricional

Asesora:

Mg. Vannya Inés Pineda Soto

Cód. Orcid: 0000-0001-9031-9119

Lima – Perú

2026

Los miembros del jurado han aprobado el estilo y el contenido de la tesis sustentada por:

ANGELY CAROLINE ROJAS ZORRILLA
DELIN MISSENY VALUIS QUIÑONES

Asesora: Vannya Inés Pineda Soto

Presidente de Jurado: Dra. Marinalva Santos Bandy




Miembro de Jurado 1: Dra. María Teresa Moreno Zanaleta

Miembro de Jurado 2: Nombre(s) Mg. Slovenia Ulloa Acuña



Dra. Marinalva Santos Bandy
Decana de la
Facultad de Nutrición y Alimentación

Declaratoria de Originalidad del Asesor

Facultad o Escuela de Posgrado:	Facultad de Nutrición y Alimentación
Escuela Profesional o Programa Académico:	Escuela Profesional de Nutrición y Dietética
Dependencia a la que pertenece el docente asesor:	Departamento de Nutrición y Dietética
Docente asesor que verifica la originalidad:	Mg. Vannya Inés Pineda Soto
ORCID:	0000-0001-9031-9119
Título del documento:	USO DE REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA CONDUCTA ALIMENTARIA EN ADOLESCENTES DE PASCO
Autora(s) del documento:	Angely Carolene Rojas Zorrilla Delin Misseny Valuis Quiñones
Mecanismo utilizado para detección de originalidad:	Software Turnitin
Nº de trabajo en Turnitin: (10 dígitos)	3117:547381793
Porcentaje de <u>similitud</u> detectado:	13%
Fuentes originales de las similitudes detectadas:	Fuentes de internet = 10% Publicaciones = 2% Trabajos del estudiante = 10%
<p>13% Similitud general</p> <p>El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...</p> <p>Filtrado desde el informe</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Bibliografía ▶ Texto citado ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras) <hr/> <p>Fuentes principales</p> <p>10%  Fuentes de Internet</p> <p>2%  Publicaciones</p> <p>10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)</p>	
El docente asesor declara ha revisado el informe de similitud y expresa que el porcentaje señalado cumple con las “Normas Internas de Investigación e Innovación” establecidas por la Universidad Femenina del Sagrado Corazón.	
Fecha de aplicación en Turnitin: (dd-mm-aaaa)	19-01-2026

RESUMEN

Los medios digitales han transformado los hábitos de consumo, especialmente en adolescentes, siendo las redes sociales una herramienta clave para el marketing de la industria alimentaria. Este estudio fue aplicado, cuantitativo, correlacional y no experimental de corte transversal. Analizó la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en adolescentes de Pasco. Se aplicó en una muestra de 147 estudiantes de secundaria. Se evaluó la frecuencia de uso de redes sociales y las conductas alimentarias a través de cuestionarios de elaboración propia previamente validados. El 78,9% de los participantes reportó usar redes sociales más de tres veces por semana y el 48.9% tuvieron conductas alimentarias “regulares”. Los datos revelaron una relación estadísticamente significativa entre la publicidad en redes sociales y las conductas alimentarias con un $p=0.001$ tras aplicar la prueba de Chi-cuadrado. La investigación concluyó que los anuncios en redes sociales se relacionan con las conductas alimentarias de los adolescentes.

Palabras clave: anuncios de alimentos, redes sociales, estudiantes, adolescentes y conductas alimentarias.

ABSTRACT

Digital media has transformed consumer habits, especially among adolescents, with social media being a key marketing tool for the food industry. This study was applied, quantitative, correlational, and non-experimental with a cross-sectional approach. It analyzed the relationship between social media and eating behaviors in adolescents from Pasco. The study involved a sample of 147 high school students. The frequency of social media use and eating behaviors were assessed using self-developed, previously validated questionnaires. 78.9% of participants reported using social media more than three times per week, and 48.9% had "regular" eating behaviors. The data revealed a statistically significant relationship between social media advertising and eating behaviors, with a p-value =0.001 after applying the Chi-square test. The study concluded that social media advertising is related to adolescents' eating behaviors.

Keywords: food advertisements, social networks, students, adolescents and eating behaviors.

RECONOCIMIENTO

A nuestra alma Mater, la Universidad Femenina del Sagrado Corazón. A la Facultad de Nutrición y Alimentación, a la Escuela Profesional de Nutrición y Dietética y a sus docentes por brindarnos una excelente formación académica. Igualmente, a nuestra asesora Mg. Vannya Inés Pineda Soto, por ser nuestra guía en este camino de investigación. Finalmente, al Colegio del Departamento de Cerro de Pasco, por brindarnos la oportunidad de evaluar a sus alumnos(as).



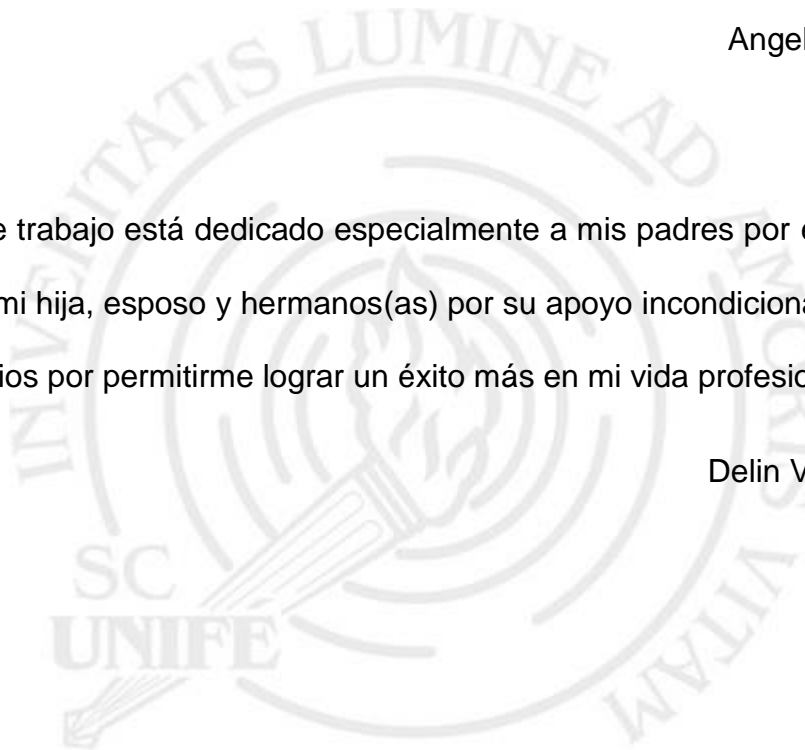
DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a Dios por guiarme en mi camino de la vida y de mis estudios, a mis padres por siempre apoyarme y dedicarme su amor y su tiempo cuando lo necesito, a mis profesores de la universidad por llenarme de sabiduría, a nuestra asesora por guiarnos en este gran proceso de desarrollo.

Angely Rojas Zorrilla

El presente trabajo está dedicado especialmente a mis padres por estar siempre a mi lado, a mi hija, esposo y hermanos(as) por su apoyo incondicional. Así también, dedico a Dios por permitirme lograr un éxito más en mi vida profesional.

Delin Valuis Quiñones



ÍNDICE

	Página
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1	Planteamiento del problema..... 14
1.1.1	Formulación del problema..... 16
1.2	Justificación de la investigación..... 16
1.3.	Delimitación y limitaciones de la investigación..... 18
1.4	Objetivos de la investigación..... 19
1.4.1	Objetivo general..... 19
1.4.2	Objetivos específicos..... 19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1	Antecedentes de la investigación..... 21
2.2	Bases teóricas..... 24
2.2.1	Caracterización de grupo de estudio 24
2.2.2	Particularidades socioculturales de Pasco 24
2.2.3	Uso de Redes Sociales 25
2.2.4	Conductas Alimentarias 27
2.3	Definición de términos..... 30
2.4	Formulación de hipótesis..... 31
2.4.1	Hipótesis 31
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	
3.1	Nivel, Tipo y Diseño de la Investigación..... 32
3.2	Población y Muestra..... 32

3.2.1	Criterios de Inclusión	33
3.2.2	Criterios de Exclusión	33
3.3	Variables de estudio.....	34
3.3.1	Matriz de operacionalización de Variables	35
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	36
3.4.1	Prueba piloto	37
3.4.2	Consentimiento informado	41
3.5	Técnicas Estadísticas para el Procesamiento y Análisis de Datos	42
3.6	Matriz de Consistencia.....	43
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		44
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		55
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		61
APÉNDICES		72



LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Clasificación del uso de redes sociales según puntaje	39
Tabla 2. Clasificación de las conductas alimentarias según puntaje	40
Tabla 3. Características sociodemográficas de los estudiantes adolescentes	44
Tabla 4. Distribución porcentual según la frecuencia de uso de redes sociales	45
Tabla 5. Distribución porcentual según los anuncios de alimentación visualizados en redes sociales	45
Tabla 6. Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la frecuencia de uso de redes sociales	47
Tabla 7. Distribución porcentual según la selectividad frente a los alimentos	48
Tabla 8. Distribución porcentual según los hábitos alimentarios	49
Tabla 9. Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la conducta alimentaria	50
Tabla 10. Asociación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria (prueba de chi-cuadrado)	52
Tabla 11. Asociación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria (test exacto de Fisher)	52
Tabla 12. Alfa de Cronbach del cuestionario para evaluar el uso de redes sociales.....	78
Tabla 13. Alfa de Cronbach del cuestionario para evaluar las conductas alimentarias.....	78

LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Distribución porcentual según los anuncios de alimentación visualizados en redes sociales.....	46
Figura 2. Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la frecuencia de uso de redes sociales.....	47
Figura 3. Distribución porcentual según la selectividad frente a los alimentos.....	48
Figura 4. Distribución porcentual según los hábitos alimentarios	50
Figura 5. Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la conducta alimentaria	51



INTRODUCCIÓN

En la era digital actual, las redes sociales han transformado la forma en que las personas interactúan, comunican y acceden a la información. Entre los diversos contenidos que se comparten en estas plataformas, los anuncios de alimentación han ganado popularidad, especialmente entre los adolescentes, quienes constituyen uno de los grupos más activos en redes sociales. La presente investigación analiza la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en escolares adolescentes¹.

La alimentación juega un papel crucial en la salud y el bienestar de los adolescentes, ya que esta etapa de la vida se caracteriza por un rápido crecimiento y desarrollo físico, así como por la formación de hábitos alimentarios que pueden perdurar en la edad adulta. El uso de las redes sociales puede influir en la percepción y elección de alimentos de los adolescentes, lo que a su vez puede tener un impacto en su salud y calidad de vida².

A pesar de la creciente preocupación por el impacto de la publicidad en redes sociales, existe una falta de investigación específica sobre cómo estos anuncios afectan la conducta alimentaria de los adolescentes escolares. Por lo tanto, esta investigación propone evaluar la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en adolescentes escolares.

Para alcanzar este objetivo, la presente tesis se estructura de la siguiente manera: en el Capítulo I se realiza una revisión exhaustiva de la literatura científica sobre las variables de investigación. En el Capítulo II, se expone la metodología empleada en la investigación, detallando la selección de la muestra, los instrumentos

utilizados para la recolección de datos, así como los métodos aplicados para su análisis. El Capítulo III presenta los resultados obtenidos, acompañados de un análisis crítico y una discusión profunda sobre su significado e implicancias. Finalmente, el Capítulo IV contiene las conclusiones generales del estudio, junto con recomendaciones orientadas a futuras investigaciones en esta línea temática.



CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En los últimos cinco años del siglo XXI, las redes sociales tuvieron un gran impacto a nivel mundial. Desde la pandemia, la salud física y mental se han visto afectadas, alterando así los comportamientos alimentarios de muchos adolescentes³.

Según el informe de Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en el 2020, se evidenció un efecto importante en la salud de más de 4.222 adolescentes y jóvenes de 12 a 17 años en América Latina entre el 2018 y el 2020, donde mencionan que en relación a las emociones que mostraron los adolescentes en la pandemia por Covid-19, el 27% reportó ansiedad, 15% depresión, más del 30% no tuvieron motivación para realizar las actividades, llevándolos a tener una vida sedentaria aumentando el riesgo de sufrir sobrepeso y obesidad⁴.

Según otro informe de UNICEF en un sondeo en el 2020, existió un incremento en el consumo de bebidas azucaradas de un 35%, comida rápida y productos precocinados de 29%, dulces 32% y una disminución del consumo de frutas y verduras de 33%, así como de agua a 12%; Además de que muchos adolescentes mediante las redes sociales observaron más publicidad de productos poco saludables⁵.

Por otro lado, las redes sociales se han vuelto una alternativa de comunicación para el mundo entero, donde los adolescentes son los más vulnerables a su uso. En los últimos años, el uso excesivo de medios digitales y virtuales ha sido una influencia muy fuerte para la mala alimentación, las malas

decisiones de uso de alimentos y la practicidad de movimiento que genera sedentarismo⁵.

Una encuesta realizada en el año 2022 a jóvenes de 13 a 17 años, evidenció que un 35% de los adolescentes uso al menos una de las 5 plataformas de redes sociales más de una vez al día, siendo éstas: *YouTube, TikTok, Facebook, Instagram y Snapchat*¹.

Las redes sociales mencionadas anteriormente, son frecuentemente usadas para la búsqueda de información y/o asesoramiento sobre temas relacionado a la mejora del aspecto físico o seguimiento de una dieta reductora de peso, generando desinformación y poniendo en riesgo la salud, bienestar y colaborando con la mala percepción de la imagen corporal que muchos adolescentes pueden padecer, siendo así que la prevalencia de los trastornos de conducta alimentaria se ha incrementado sostenidamente, el 85% de estos trastornos ocurren durante la adolescencia, en esta etapa se observa frecuentemente una conducta alimentaria alterada donde ocurren episodios de ansiedad, vómitos autoinducidos; dejando de consumir las comidas o saltándose de ellas y preocupación excesiva por los alimentos⁶.

De acuerdo a lo presentado, se propone dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación:

1.1.1. Formulación del problema

1.1.1.1. Problema general:

- ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa en Cerro de Pasco, Perú?

1.1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el uso que se da a las redes sociales en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú?
- ¿Cuál es la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú?

1.2 Justificación de la investigación

En la actualidad, las redes sociales han cobrado un papel preponderante en la vida cotidiana de los adolescentes, influyendo de manera significativa en sus comportamientos, percepciones y estilos de vida. Estas plataformas, basadas principalmente en contenido visual, difunden una amplia gama de información sobre alimentación, imagen corporal e ideales estéticos, muchas veces sin sustento científico ni regulación adecuada. Esta situación genera una exposición constante a mensajes que promueven hábitos alimentarios poco realistas o inadecuados, lo que puede contribuir a la formación de conductas alimentarias perjudiciales y distorsionadas en los adolescentes⁷.

El crecimiento acelerado de redes como *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* o *X* (antes *Twitter*) ha incrementado el acceso a contenidos sobre dietas, estilos de alimentación y corporalidad. Sin embargo, gran parte de esta información carece de respaldo profesional, lo que puede inducir a los adolescentes a replicar prácticas alimentarias erróneas, influenciados por influenciadores digitales, retos virales o publicidad encubierta. Estas prácticas pueden afectar negativamente su salud física, emocional y social, especialmente en una etapa como la adolescencia, caracterizada por la búsqueda de identidad y la vulnerabilidad ante presiones externas⁷. Estudios han advertido que el uso intensivo de redes sociales, sumado a la acción de sus algoritmos de recomendación, puede aumentar la exposición a contenido nocivo relacionado con ideales de delgadez extrema o alimentación restrictiva, incrementando así el riesgo de desarrollar trastornos de la conducta alimentaria (TCA) como anorexia, bulimia o trastorno por atracón⁸.

En este contexto, se hace indispensable comprender cómo los adolescentes internalizan estos mensajes y cómo se ve afectada su conducta alimentaria frente a estos estímulos digitales. La presente investigación es relevante porque permite evaluar la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en escolares adolescentes, contribuyendo a generar evidencia local sobre un fenómeno actual y poco explorado en entornos escolares del Perú.

Esta información será de gran utilidad para el diseño de estrategias educativas y preventivas dentro de las instituciones educativas, así como para sensibilizar a docentes, padres de familia y profesionales de la salud sobre la importancia de promover un uso responsable de las redes sociales y fortalecer una alimentación saludable basada en evidencia científica. Por ello, se busca aportar conocimiento sobre los riesgos asociados al uso no regulado de las redes sociales en la conducta alimentaria de los adolescentes, con el fin de identificar grupos en riesgo, orientar futuras intervenciones nutricionales y promover políticas educativas preventivas que garanticen el bienestar integral de esta población vulnerable.

1.3 Delimitación y limitaciones de la investigación

1.3.1. Delimitación

- Delimitación Semántica

Este estudio se centra en dos conceptos clave: uso de redes sociales y conducta alimentaria. El uso de redes sociales es el tiempo destinado a las plataformas digitales que permiten compartir contenido textos, fotos, videos, entablar interacciones sociales y formar comunidades virtuales, como Facebook, Instagram y TikTok⁹. Por su parte, la conducta alimentaria se entiende como el conjunto de acciones, decisiones y hábitos que una persona adopta en relación con la alimentación. Donde se incluye qué, cuándo, cuánto y cómo se come, motivados por necesidades biológicas, factores psicológicos y socioculturales¹⁰.

- Delimitación temporal

La investigación se llevó a cabo en el mes de diciembre del 2023.

- Delimitación geográfica

La investigación se desarrolló en una institución educativa pública situada en el distrito de Yanacancha, provincia y departamento de Pasco en Perú.

1.3.2. Limitaciones

- El estudio es de corte transversal, en ese sentido, no se podría establecer relaciones causales ni observar cambios en las variables a lo largo del tiempo.
- Algunos estudiantes pueden haber tenido acceso limitado o variable a internet o dispositivos móviles, lo cual puede haber influido en la medición del uso de redes sociales.
- Podrían haber influido otras variables en la conducta alimentaria, como el nivel socioeconómico, influencia familiar, publicidad alimentaria o disponibilidad de alimentos saludables en el entorno escolar.

1.4. Objetivo de la investigación

1.4.1 Objetivo general

- Evaluar la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar el uso de redes sociales en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú.

- Identificar la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedes de investigación

Moreno et al.¹¹ el año 2023, realizó una revisión bibliográfica con el objetivo de analizar el impacto del uso de redes sociales sobre la aparición de comportamientos alimentarios y de ejercicio físico que incrementan el riesgo de desarrollar trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en adolescentes. Se examinaron 19 artículos. Datos de bases de datos como PubMed y EBSCO, aplicando criterios de inclusión y exclusión. Los resultados evidenciaron una relación significativa entre el uso de redes sociales y la adopción de conductas alimentarias desadaptativas, concluyendo que dichas plataformas pueden actuar como un factor predisponente para los TCA.

Sanz et al.¹² en el año 2022, llevó a cabo una revisión sistemática con el propósito de identificar la relación entre el uso de redes sociales y la aparición de TCA, específicamente anorexia y bulimia nerviosa, en adolescentes. Se revisaron artículos publicados entre 2010 y 2022, seleccionados de bases de datos como *Medline Complete*, CINAHL y *Academic Search Ultimate*, utilizando descriptores MeSH y operadores booleanos. Tras aplicar criterios metodológicos de calidad mediante la herramienta CASPe, se analizaron ocho estudios, concluyendo que existe evidencia sólida sobre la relación entre el uso de redes sociales y el riesgo de desarrollar TCA en población adolescente.

Tenezaca y Trujillo et al.¹³ en el año 2022 desarrollaron una investigación cuantitativa, documental y bibliográfica en estudiantes de la Unidad Educativa La

Condamine (Pallatanga, Ecuador), con el objetivo de analizar la relación entre adicción a redes sociales y el riesgo de desarrollar TCA. Participaron 227 adolescentes entre 12 y 18 años, y se aplicaron la Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS) y la Prueba de Actitudes Alimentarias (EAT-26). Los resultados indicaron que el 56,8 % presentaba un riesgo alto de desarrollar TCA y que existía una correlación positiva y significativa ($p < 0,01$) entre el nivel de adicción a redes y dicho riesgo.

Ruiz, Baque y Juradi et al.¹⁴ en el 2021, realizaron un estudio documental sobre la influencia de las redes sociales virtuales en los hábitos alimentarios de adolescentes. A través del análisis de la literatura existente, se concluyó que existe una relación entre la exposición prolongada a redes sociales y la adopción de prácticas alimentarias no saludables. Los autores señalaron que la normalización de conductas restrictivas y purgativas a través del contenido digital puede comprometer la salud física y mental de esta población.

Sánchez y Pulido et al.¹⁵, en el 2021, realizaron un estudio teórico-descriptivo y documental para establecer la relación entre el contenido publicado en redes sociales y el desarrollo de TCA en adolescentes y adultos jóvenes. Analizaron literatura científica publicada entre 2005 y 2021, identificando tres factores clave: la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal; la construcción del autoconcepto a partir del contenido digital; y la dualidad entre la promoción de la salud y el riesgo para la salud mental. Se concluyó que la hiperconectividad, la comparación social y los estereotipos de belleza difundidos en

estas plataformas pueden impactar negativamente en la autoestima y la conducta alimentaria de los jóvenes.

García et al.¹⁶ en el 2020 examinó mediante una revisión sistemática el impacto del uso de Instagram en el desarrollo de TCA y trastornos emocionales en adolescentes. Se seleccionaron 13 artículos indexados en bases de datos del área de Ciencias de la Salud. Los resultados evidenciaron que el tiempo de uso de esta red social se relaciona con una baja autoestima, ansiedad, depresión y con la internalización de ideales estéticos poco saludables, concluyendo que Instagram actúa como un agente de presión sociocultural hacia la delgadez.

Messa y Molina en el 2020¹⁷, investigó los imaginarios sociales y los hábitos alimentarios influenciados por redes sociales en adolescentes de 14 a 16 años en Cartago Valle, Colombia. A través de una metodología cualitativa, se encontró que los adolescentes construyen representaciones sociales de la alimentación guiados por el contenido digital, destacándose prácticas como la restricción alimentaria, el consumo de dietas no supervisadas, y la interiorización de ideales corporales difundidos en redes. Se concluyó que la falta de una estructura educativa sólida en alimentación saludable desde el entorno familiar y escolar facilita la aceptación de estos imaginarios.

Lucciarini, Losada y Moscardi et al.¹⁸ en el 2021, analizaron desde un enfoque sistémico y cognitivo-conductual, la relación entre el uso de redes sociales y el desarrollo de anorexia en adolescentes de 10 a 19 años. A través de una revisión sistemática y descriptiva, se concluyó que el uso excesivo de estas plataformas, especialmente aquellas centradas en la imagen corporal, se asocia

positivamente con la aparición de anorexia nerviosa, afectando en mayor proporción a mujeres adolescentes.

Blanco et al.¹⁹ en el 2020, llevaron a cabo una revisión cuasiexperimental para evaluar la influencia de las redes sociales, particularmente Facebook, sobre los hábitos alimentarios y el conocimiento nutricional en adolescentes y adultos. De los 883 artículos identificados, se analizaron tres estudios clave. En uno de ellos, se observó una mejora en la organización de la dieta guiada por contenidos de Facebook; en otro, se evidenció un aumento en el conocimiento nutricional; y en el tercero, se identificaron conductas alimentarias poco saludables entre quienes usaban redes sociales más de cinco horas al día. Los autores concluyeron que el uso de redes sociales puede tener tanto efectos positivos como negativos sobre la conducta alimentaria, dependiendo de la forma en que se utilicen.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Caracterización de grupo de estudio

El grupo de estudio estuvo conformado por estudiantes adolescentes entre 14 y 17 años, pertenecientes a una institución educativa pública ubicada en Cerro de Pasco, Perú. La muestra fue de 147 escolares, con una distribución equitativa por sexo (50.3 % mujeres y 49.7 % varones), siendo la edad predominante los 16 años (44.9 %). Esta etapa evolutiva se caracteriza por cambios físicos, cognitivos y sociales que aumentan la susceptibilidad ante factores externos, incluyendo la exposición digital, la presión social y la adopción de comportamientos imitativos²⁰.

2.2.2. Particularidades socioculturales de Pasco

Pasco, está ubicada en la sierra central del Perú, pertenece a un entorno urbano. Factores como el clima extremo, el acceso irregular a alimentos frescos, y la coexistencia de tradiciones andinas con hábitos modernos, generan desafíos particulares en la alimentación de los adolescentes²¹.

A esto se suma el incremento del acceso a internet. Según el INEI, en 2021, el 55.0 % de hogares en Perú tenía acceso a internet, aumentando en zonas como Pasco²¹. Este fenómeno ha incrementado la exposición a contenido alimentario en redes sociales (como TikTok o YouTube), que muchas veces carece de sustento profesional y promueve modelos corporales estéticos inalcanzables²⁰.

En Perú, se ha evidenciado que los adolescentes presentan alta exposición a televisión, redes sociales e internet, y perciben estos medios como fuentes creíbles y formativas²². Este fenómeno se intensifica en zonas urbanas y semiurbanas, donde el acceso a tecnología es cada vez más amplio y donde las influencias mediáticas ya impactan en la percepción de alimentos y cuerpos ideales.

Por lo tanto, el análisis de este grupo debe considerar:

- Tiempo de uso diario de redes sociales.
- Plataformas más utilizadas.
- Exposición a contenido relacionado con alimentación y estética corporal.
- Conducta alimentaria saludable y no saludable.
- Presencia de insatisfacción corporal o conductas de riesgo alimentario.

2.2.3. Uso de redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten compartir contenido textos, fotos, videos, entablar interacciones sociales y formar comunidades virtuales, como *Facebook*, *Instagram* y *TikTok*⁹.

a. Frecuencia de uso de redes sociales

Los adolescentes dedican entre 4 y 5 horas diarias al uso de teléfonos inteligentes y redes sociales, según estudios recientes, con predominancia de redes visuales como *Instagram* y *TikTok*²³. Además, los adolescentes utilizan las redes sociales, motivados por la búsqueda de gratificación, validación social, identidad y pertenencia a grupos²⁰.

b. Contenido consumido en las redes sociales

Las redes sociales cumplen diferentes funciones en la vida de adolescentes:

- Comunicación e interacción social: Para poder mantenerse conectados con familiares, amigos o compañeros de clases²⁴.
- Expresión de identidad: Publican contenidos que reflejan sus gustos, ideas, emociones o estilos personales²⁵.
- Búsqueda de entretenimiento: Consumen videos, música y tendencias virales²⁶.
- Validación social: La cantidad de “me gusta”, comentarios y visualizaciones influye en su autoestima y sentido de pertenencia²⁴.

En el Perú, un estudio con 1020 adolescentes de 11 a 17 años encontró que el 94 % estaba frecuentemente expuesto a mensajes sobre cuerpo y dieta, percepciones que recibían como razonables (52 %), creíbles (45,9 %) y confiables (45,5 %)²⁷.

C. Influencia de *Influencers*, youtubers y celebridades:

Los *Influencers* tienen un impacto significativo en la juventud hoy en día, algunos promueven comportamientos poco saludables, como dietas extremas, consumo excesivo de alcohol o actividades arriesgadas en la búsqueda de gustos y compromiso²⁸.

Las redes sociales, mediante algoritmos, muestran contenido altamente personalizado. *Influencers* y marcas promocionan alimentos, especialmente ultraprocesados, aumentando el consumo a través del "snacking digital"²⁸.

Las imágenes de alimentos hipercalóricos o cuerpos idealizados activan regiones cerebrales asociadas a recompensa y deseo, lo que incrementa el riesgo de desarrollar *craving* alimentario²⁹.

La presión social se amplifica en las redes a través de *likes*, comentarios y contenidos compartidos, afectando la percepción de normalidad y las conductas alimentarias⁹.

Adicional a ello, el marketing digital trae *influencers* y contenidos financiados para promover el consumo de comida no saludable en adolescentes, generando una relación directa entre exposición constante y hábitos alimentarios poco saludables²⁸.

La comparación social inducida por contenido visual (dietas, cuerpos ideales, "fitspiration") aumenta la insatisfacción corporal y puede detonar síntomas de trastornos de la conducta alimentaria (TCA)³⁰.

2.2.4. Conductas Alimentarias

Se define como el comportamiento normal relacionado con: los hábitos de alimentación, la selección de alimentos que se ingieren, las preparaciones culinarias y las cantidades ingeridas de ellos³¹.

Se define como conductas alimentarias saludables al consumo adecuado de frutas, verduras, cereales integrales y agua: La ingesta diaria que sigue las recomendaciones de la Guía Alimentaria de Canadá para adolescentes, la cual establece que la mitad del plato debe estar compuesta por vegetales y frutas, una cuarta parte por granos integrales, y que el agua sea la bebida de elección. Esta alimentación nutritiva promueve el crecimiento y desarrollo en adolescentes y ayuda a reducir el riesgo de desarrollar enfermedades crónicas impactadas por la dieta más adelante en la vida, considerando que las necesidades de muchos nutrientes clave para el crecimiento y desarrollo aumentan durante la infancia tardía y la adolescencia³².

Por el contrario, las conductas alimentarias no saludables hacen referencia al consumo de ultraprocesados y bebidas azucaradas, donde se observa un alto consumo de comida rápida y refrescos entre adolescentes, especialmente aquellos en áreas periurbanas con menor nivel socioeconómico³³.

a. Selectividad frente a los alimentos

Existen factores que influyen en la selectividad frente a los alimentos:

- Internos: impulsividad, restricción cognitiva, insatisfacción corporal y baja autoestima son factores individuales que predisponen a conductas alimentarias desordenadas³³.

- Externos: presión de pares, influencia familiar, exposición a medios digitales y normas socioculturales impactan en la elección y el comportamiento alimentario³³.

b. Hábitos alimentarios

Los hábitos alimentarios son el conjunto de prácticas que regulan la forma en que una persona se relaciona con los alimentos. El cual se reflejan en la preferencia por ciertos productos frente a otros y no son innatos, sino que se van formando a lo largo de la vida. Generalmente se inician en la niñez y tienden a consolidarse durante la etapa de la adolescencia, influenciados por factores familiares, sociales y culturales³⁴.

A. Teorías asociadas al uso de redes sociales:

- Teoría del contagio social

El comportamiento alimentario puede ser transmitido socialmente en redes, por imitación directa o por normalización de prácticas alimentarias poco saludables dentro de comunidades digitales³⁵.

- Teoría de usos y gratificaciones

El uso de redes sociales responde a la búsqueda de gratificaciones sociales, lo que puede reforzar conductas asociadas a la imagen corporal y la alimentación, especialmente cuando el adolescente busca validación o pertenencia²⁷.

B. Teorías asociadas a la conducta alimentaria:

- Teoría de la auto-objetificación

De acuerdo con esta teoría, los adolescentes empiezan a verse a ellos mismos como un objeto a evaluar, llevándolos a una preocupación por el cuerpo, vigilancia constante de la apariencia y vergüenza corporal, lo que incrementa la vigilancia del cuerpo y las conductas restrictivas³⁶.

- **Teoría Sociocultural del Ideal Corporal**

Los adolescentes internalizan ideales de delgadez o musculatura promovidos por medios y redes sociales, generando insatisfacción corporal y desencadenar dietas extremas, restricción alimentaria o trastornos³⁶.

2.3. Definición de términos

2.3.1. Conductas alimentarias: conjunto de diversas acciones que establecen la relación de los seres humanos con los diferentes alimentos que existen³⁷.

2.3.2. Uso de redes sociales: consiste en la utilización de plataformas digitales o aplicaciones en internet que permiten crear perfiles de usuario, compartir contenido propio (texto, imágenes, videos), interactuar con el contenido de otros mediante “me gusta”, comentarios o reacciones, y mantener conexiones sociales con amigos, familiares o contactos con intereses comunes³⁸.

2.3.3. Adolescencia: Periodo de crecimiento que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y 19 años³⁹.

2.3.4. Mensaje nutricional: Es una recomendación nutricional que ayuda a llevar una alimentación saludable, donde también se encuentra información sobre el contenido de nutrientes que tiene cada alimento⁴⁰.

2.3.5. Mensaje en alimentación saludable: Es una recomendación de cómo llevar la alimentación saludable, donde podamos elegir y disfrutar la variedad de alimentos naturales disponibles en nuestra localidad⁴¹.

2.4. Formulación de la hipótesis

2.4.1 Hipótesis:

H1: El uso de las redes sociales está relacionado con la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa en Cerro de Pasco, Perú.



CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Nivel, tipo y diseño de la investigación

El presente estudio corresponde a un nivel correlacional, dado que tiene como propósito determinar la relación existente entre dos variables: el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en escolares adolescentes. Este nivel permite identificar asociaciones estadísticas entre dichas variables sin establecer causalidad⁴².

La investigación es de tipo aplicada, que se orienta a resolver un problema específico en un contexto real, aportando conocimiento útil que pueda ser utilizado en intervenciones futuras en el ámbito escolar, familiar o comunitario⁴³.

El enfoque metodológico es cuantitativo, pues se fundamenta en la recolección y análisis de datos numéricos, utilizando herramientas estadísticas para describir y examinar el fenómeno estudiado de manera objetiva⁴⁴.

En cuanto al diseño, se trata de un estudio no experimental, porque no se manipulan las variables, sino que se observan tal como se presentan en la realidad; es transversal porque la recolección de datos se realiza en un único momento del tiempo; y es correlacional porque su objetivo principal es analizar el grado de asociación entre el uso de redes sociales y las conductas alimentarias en la población estudiada⁴⁵.

3.2 Población y muestra

Población

La población estuvo conformada por 235 estudiantes del nivel secundario con edades comprendidas entre los 14 y 17 años, de ambos sexos, de una Institución Educativa pública ubicada en Cerro de Pasco.

El número total de estudiantes fue brindado por las autoridades del colegio a través de la ficha de matrícula del año escolar. Se trabajó con aquellos que cumplieron con los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

3.2.1 Criterios de inclusión:

- Estudiantes matriculados en el nivel secundario de la Institución Educativa durante el año académico 2023.
- Adolescentes con edades comprendidas entre los 14 y 17 años, según registros oficiales del colegio.
- Estudiantes de ambos sexos, con consentimiento informado firmado por el/la apoderado/a y asentimiento del estudiante para participar voluntariamente en el estudio.
- Estudiantes que asisten regularmente a clases presenciales (mínimo 80% de asistencia al momento del estudio), a fin de garantizar disponibilidad para la recolección de datos.

3.2.2 Criterios de exclusión:

- Estudiantes con dificultades de comprensión lectora o cognitiva diagnosticadas que impidan responder adecuadamente los instrumentos aplicados (según información del área de tutoría o psicopedagógica).

Muestra

El muestreo utilizado para esta investigación fue no probabilístico, elegidos por conveniencia entre aquellos adolescentes que cumplieron con los criterios mencionados anteriormente. Se empleó la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza → 95%

p= Variabilidad positiva →0.5

q= Variabilidad negativa→0.5

N= Tamaño de la población →235

e= Error →0.05

La muestra estadística estuvo conformada por 147 estudiantes.

3.3 Variables de estudio

La presente investigación estudió dos variables:

Variable 1: Uso de redes sociales

Variable 2: Conducta alimentaria

3.3.1 Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	CLASIFICACIÓN	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO
Uso de Redes sociales	Las redes sociales son plataformas digitales que permiten compartir contenido textos, fotos, videos, entablar interacciones sociales y formar comunidades virtuales, como Facebook, Instagram y TikTok ⁹ .	Frecuencia del uso de redes sociales	Frecuencia de uso semanal y diaria	-Hasta 3 veces a la semana -Más de 3 veces a la semana	Ordinal 0 a 7 puntos – No usa	Cuestionario de uso de redes sociales
				-Hasta 2 veces por día -Más de 2 veces por día		
		Contenido consumido	Tiempo promedio de uso	-Hasta 2 horas -Más de 2 horas	8 a 14 puntos – Uso regular	
			Visualización de anuncios de alimentación	-Sí -No	15 a 22 – Uso frecuente	
Conducta Alimentaria	Se define como el comportamiento normal relacionado con: los hábitos de alimentación, la selección de alimentos que se ingieren, las preparaciones culinarias y las cantidades ingeridas de ellos ³¹ .	Selectividad Frente a los Alimentos	Consumo de alimentos por categoría	-Alimentos nutritivos -Alimentos no nutritivos	Ordinal 0 a 7 puntos – Malas conductas 8 a 14 puntos – Regular conductas 15 a 20 – Buenas conductas	Cuestionario de conductas alimentarias
			Hábitos alimentarios	Prácticas alimentarias		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Antes de aplicar los cuestionarios, se realizó la firma del consentimiento informado por parte de los padres de familia, así como del asentimiento informado (Apéndice A)

Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta, aplicada a través de dos instrumentos estructurados: el “Cuestionario de Uso de Redes Sociales” (Apéndice B) y el “Cuestionario de Conducta Alimentaria” (Apéndice C), diseñados para medir las variables principales del estudio en la población seleccionada.

El Cuestionario de Uso de Redes Sociales fue diseñado para identificar las plataformas más utilizadas por los estudiantes, la frecuencia y duración del uso diario, así como el grado de exposición a contenidos relacionados con la alimentación (por ejemplo, publicidad de alimentos o *influencers* que promueven dietas). Este instrumento permitió caracterizar el comportamiento digital de los adolescentes en relación con las redes sociales.

Por su parte, el Cuestionario de Conducta Alimentaria evaluó el comportamiento alimentario de los escolares a través de dos dimensiones principales:

Selectividad frente a los alimentos, que incluyó ítems relacionados con la variedad y calidad de los alimentos consumidos, la influencia de la publicidad y el etiquetado nutricional en la elección de productos, el grado de control percibido sobre la dieta y el impacto del estado emocional en la alimentación.

Hábitos alimentarios, centrada en creencias y actitudes vinculadas al ejercicio físico como estrategia para mantener la salud o perder peso, así como la percepción sobre las dietas y el uso de suplementos para la reducción de peso.

3.4.1 Prueba Piloto

Ambos instrumentos fueron de elaboración propia, con base en la literatura científica actual y adaptados al contexto local. Para garantizar su validez, fueron sometidos a una prueba piloto a fin de evaluar la claridad, coherencia interna y comprensión de los ítems. Posteriormente, fueron validados mediante juicio de expertos (Apéndice D), contando con la revisión de siete especialistas en Nutrición, quienes evaluaron los aspectos de contenido, redacción y pertinencia de cada ítem. Como resultado del proceso de validación, se concluyó que ambos cuestionarios eran adecuados y aprobados para su aplicación en la investigación.

Con la finalidad de determinar la confiabilidad de los instrumentos aplicados, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, que permite medir la consistencia interna de los ítems de cada cuestionario. El cuestionario sobre uso de redes sociales, compuesto por 10 ítems, obtuvo un coeficiente de $\alpha = 0.781$, lo cual indica una alta confiabilidad.

El cuestionario sobre conducta alimentaria, compuesto por 12 ítems. Obtuvo un coeficiente de $\alpha = 0.770$, interpretándose también como alta confiabilidad.

Una vez finalizada la aplicación de las encuestas al total de estudiantes seleccionados, los datos recolectados fueron descargados y verificados,

asegurando que cada participante hubiera respondido completamente ambos cuestionarios. Posteriormente, las respuestas fueron organizadas en una hoja de cálculo en Microsoft Excel (Office 365), para su importación al *software* estadístico IBM SPSS Statistics, versión 29, utilizado para el análisis cuantitativo.

Instrumentos:

A cada ítem de los cuestionarios se le asignó un puntaje específico, de acuerdo con criterios previamente establecidos y en coherencia con la operacionalización de las variables.

a. Cuestionario de Uso de Redes Sociales:

Se asignaron valores dicotómicos u ordinales según la naturaleza de cada ítem:

- Pregunta 1: “Hasta tres veces por semana” = 0 puntos; “Más de tres veces por semana” = 2 puntos.
- Pregunta 2: “Hasta dos veces al día” = 0 puntos; “Más de dos veces al día” = 2 puntos.
- Pregunta 3: “Hasta dos horas” = 0 puntos; “Más de dos horas” = 2 puntos.
- Pregunta 5: “Hasta dos veces por semana” = 0 puntos; “Más de dos veces por semana” = 2 puntos.
- Preguntas 4, 6, 7, 8, 9 y 10: En estas preguntas de tipo cerrado, se asignó 2 puntos a la opción “Sí” y 0 puntos a la opción “No”.

Este sistema permitió construir un índice de intensidad del uso de redes sociales, útil para el análisis correlacional con la variable de conducta alimentaria, según se precisa en la siguiente tabla:

Tabla 1

Clasificación del uso de redes sociales según puntaje

Puntaje	Clasificación
0 a 7 puntos	No usa
8 a 14 puntos	Uso regular
15 a 22 puntos	Uso frecuente

b. Cuestionario de Conducta Alimentaria

En este instrumento, las opciones de respuesta fueron codificadas de forma ordinal, según la frecuencia de los comportamientos reportados:

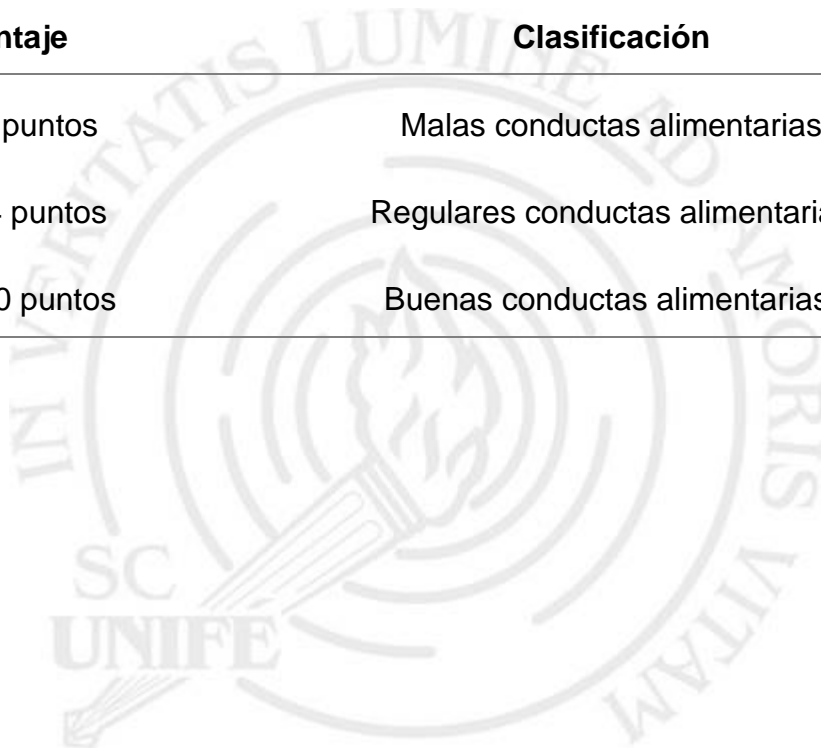
- “Nunca” o “Casi nunca” = 0 puntos
- “Con frecuencia” (2 veces en una semana) = 1 punto
- “Con mucha frecuencia” (más de 2 veces en una semana) = 1 punto
- “Casi siempre” (más de 4 veces en una semana) = 2 puntos
- “Siempre” = 2 puntos

Este esquema de puntuación permitió cuantificar el nivel de adherencia a conductas alimentarias saludables o no saludables, facilitando la elaboración de perfiles de comportamiento alimentario, según se precisa en la siguiente tabla:

Tabla 2

Clasificación de las conductas alimentarias según puntaje

Puntaje	Clasificación
0 a 7 puntos	Malas conductas alimentarias
8 a 14 puntos	Regulares conductas alimentarias
15 a 20 puntos	Buenas conductas alimentarias.



3.4.2 Consentimiento informado

Para la presente investigación, se solicitó la firma del consentimiento informado y del asentimiento informado (Apéndice A), los cuales son documentos esenciales donde se invita formalmente a los adolescentes a participar del estudio. La firma de ambos documentos representa la aceptación libre y voluntaria, autorizando el uso de la información recolectada exclusivamente con fines científicos y académicos relacionados con esta investigación.

El documento estuvo estructurado en dos secciones:

- Información al participante, donde se detalló el propósito del estudio, los procedimientos a seguir, los posibles riesgos y beneficios, la confidencialidad de los datos y los derechos del participante.
- Declaración de consentimiento y asentimiento, donde tanto el/la adolescente como su padre, madre o apoderado legal manifestaron su conformidad con la participación en el estudio, luego de haber comprendido claramente toda la información proporcionada.

El consentimiento informado garantizó que la participación fue voluntaria, basada en la comprensión clara y completa de los objetivos, procedimientos y posibles implicancias del estudio. Asimismo, se respetaron los principios éticos fundamentales como la autonomía, confidencialidad y protección de la integridad de los participantes.

3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos, se emplearon los programas Microsoft Excel (Office 365) y SPSS versión 29. Microsoft Excel fue utilizado

principalmente para la organización y consolidación inicial de la base de datos obtenida a través de los cuestionarios aplicados. Posteriormente, se utilizó el software estadístico SPSS para realizar los análisis estadísticos descriptivos e inferenciales correspondientes.

Se aplicaron técnicas de estadística descriptiva con el fin de caracterizar a la población de estudio y describir el comportamiento de las variables. Para ello, se calcularon frecuencias absolutas, frecuencias relativas (porcentajes) y se elaboraron tablas que permitieron resumir e interpretar de manera clara la información referente al uso de redes sociales y a la conducta alimentaria de los escolares adolescentes.

Con relación a los estadísticos inferenciales, con el propósito de determinar si existía una asociación estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria, se aplicó la prueba de Chi-Cuadrado. Esta prueba permitió evaluar la relación entre las variables categóricas, considerando un nivel de significancia del 5% ($p < 0.05$). Los resultados obtenidos sirvieron para contrastar las hipótesis planteadas y establecer conclusiones sobre la posible asociación entre las variables en estudio.

3.6 Matriz de Consistencia

Título: RELACIÓN ENTRE EL USO DE REDES SOCIALES Y LA CONDUCTA ALIMENTARIA EN ESCOLARES

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTE- SIS	VARIABLES (Def. conceptual)	METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS
<p>General: ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es el uso que se da a las redes sociales en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú?</p> <p>¿Cuál es la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú?</p>	<p>General: - Evaluar la relación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú.</p> <p>Objetivos específicos - Determinar el uso de redes sociales en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú. - Identificar la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú.</p>	<p>General: El uso frecuente de las redes sociales sí tienen una relación sobre la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa en Cerro de Pasco, Perú.</p>	<p>Variable (X) Uso de redes sociales El uso de redes sociales consiste en la utilización de plataformas digitales o aplicaciones en internet que permiten crear perfiles de usuario, compartir contenido propio (texto, imágenes, videos), interactuar con el contenido de otros mediante “me gusta”, comentarios o reacciones, y mantener conexiones sociales con amigos, familiares o contactos con intereses comunes³⁸.</p> <p>Variable (Y) Conducta Alimentaria Se define como el conjunto de diversas acciones que establecen la relación de los seres humanos con los diferentes alimentos que existen³⁷.</p>	<p>Metodología de la investigación:</p> <p>Nivel: Correlacional. Tipo: Aplicada. Diseño: No experimental</p> <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario de redes sociales. - Cuestionario de conductas alimentarias. <p>La técnica aplicada fue la encuesta. Se utilizó el software SPSS v. 29, y la prueba estadística Chi-Cuadrado de Pearson.</p>

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1 Características de la población de estudio

Tabla 3

Características sociodemográficas de los estudiantes adolescentes

Característica	Clasificación	n	%
Sexo	Femenino	74	50.3
	Masculino	73	49.7
Edad (años)	14	25	17
	15	38	25.9
	16	66	44.9
	17	18	12.2
Total		147	100

En la tabla 3 se visualiza que, respecto al sexo, 74 estudiantes (50.3%) son de sexo femenino. En relación con la edad, 25 (17%). El 44.9% de la población tuvo 16 años.

4.2. Uso de Redes Sociales

4.2.1 Frecuencia de uso de redes sociales en los adolescentes

Tabla 4

Distribución porcentual según la frecuencia de uso de redes sociales

Dimensión	Categoría	Clasificación	Resultados	
			n	%
Frecuencia de uso de redes sociales	Veces por semana	Hasta 3 veces a la semana	31	21.1
		Más de 3 veces a la semana	116	78.9
	Veces al día	Hasta 2 veces por día	23	15.6
		Más de 2 veces por día	124	84.4
	Horas al día	Hasta 2 horas	59	40.1
		Más de 2 horas	88	59.9
Total			147	100

En la tabla 4, se evidencia que el 21.1% (n=31) de estudiantes utilizan las redes sociales hasta 3 veces a la semana, 78.9% (n=116) utilizan más de 3 veces a la semana; 15.6% (n=23) utilizan hasta 2 veces por día.

4.2.2. Visualización de anuncios de alimentación en redes sociales

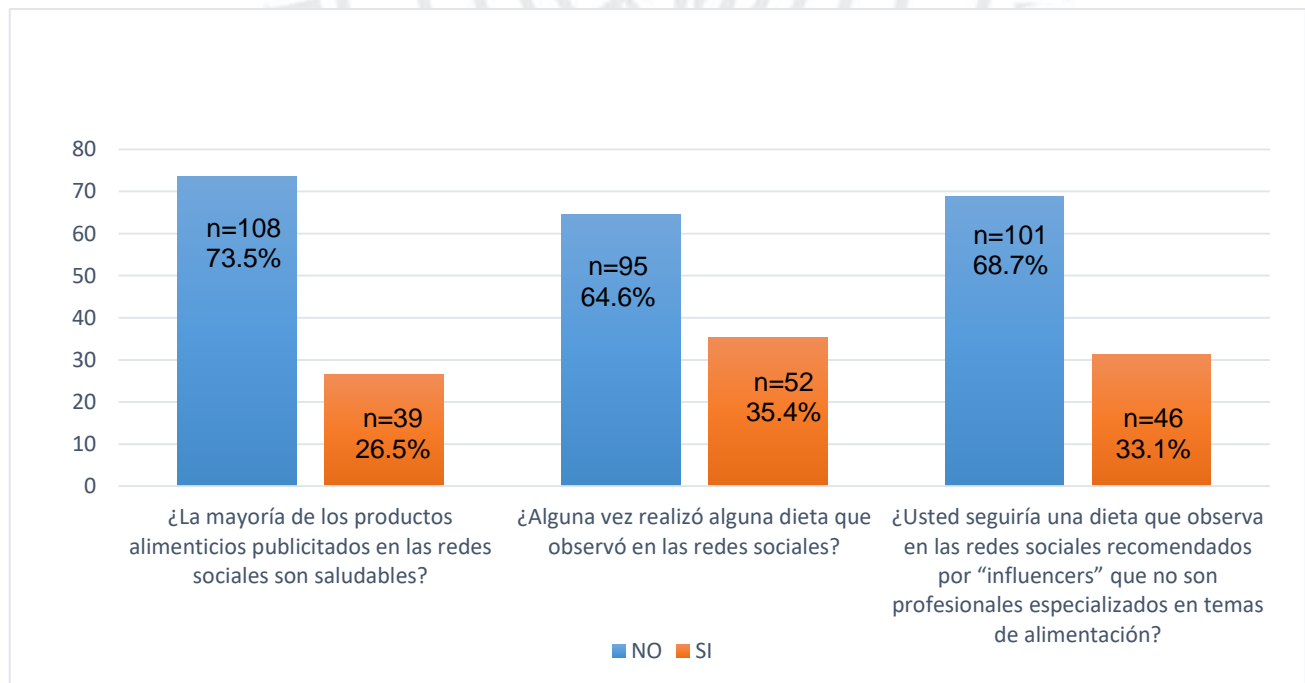
Tabla 5

Distribución porcentual según los anuncios de alimentación visualizados en redes sociales

Pregunta	No		Sí	
	n	%	n	%
¿La mayoría de los productos alimenticios publicitados en las redes sociales son saludables?	108	73.5	39	26.5
¿Alguna vez realizó alguna dieta que observó en las redes sociales?	95	64.6	52	35.4
¿Usted seguiría una dieta que observa en las redes sociales recomendados por “influencers” que no son profesionales especializados en temas de alimentación?	101	68.7	46	31.3

Figura 1:

Distribución porcentual según los anuncios de alimentación visualizados en redes sociales



En la tabla 5 y figura 1, se observa que 108 estudiantes (73.5%) consideran que la mayoría de productos alimenticios publicitados en redes sociales no son saludables. Asimismo, 95 estudiantes (64.6%) manifestaron no haber realizado alguna vez una dieta observada en redes sociales y 101 estudiantes (68.7%) señalaron que no seguirían una dieta recomendada por “*influencers*” que no son profesionales en temas de alimentación.

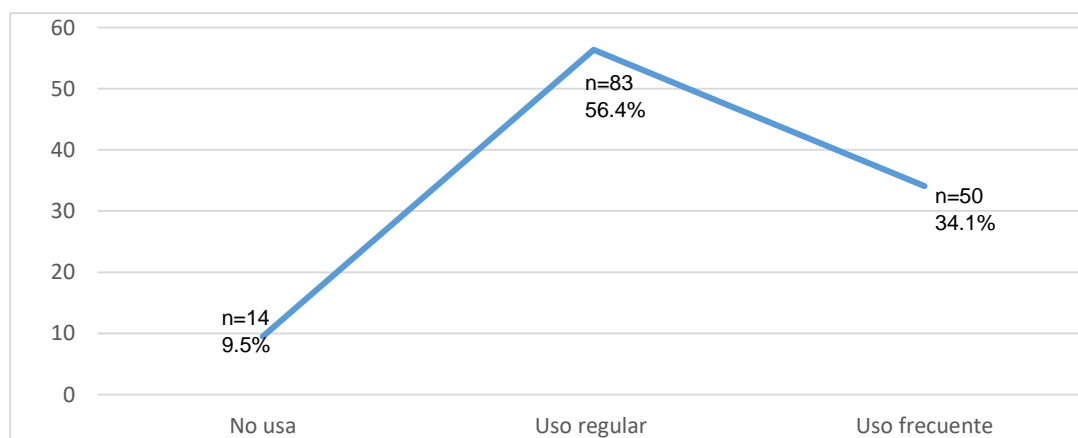
Tabla 6

Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la frecuencia de uso de redes sociales

Clasificación	n	%
No usa	14	9.5
Uso regular	83	56.4
Uso frecuente	50	34.1
Total	147	100

Figura 2:

Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la frecuencia de uso de redes sociales



En la tabla 6 y en la figura 2, se visualiza que 14 estudiantes adolescentes (9.5%) no usan las redes sociales, 83 estudiantes (56.4%) usan de manera regular las redes sociales y 50 estudiantes (34.1%) usan frecuentemente las redes sociales.

4.3. Conductas alimentarias en los escolares

4.3.1. Selectividad frente a los alimentos

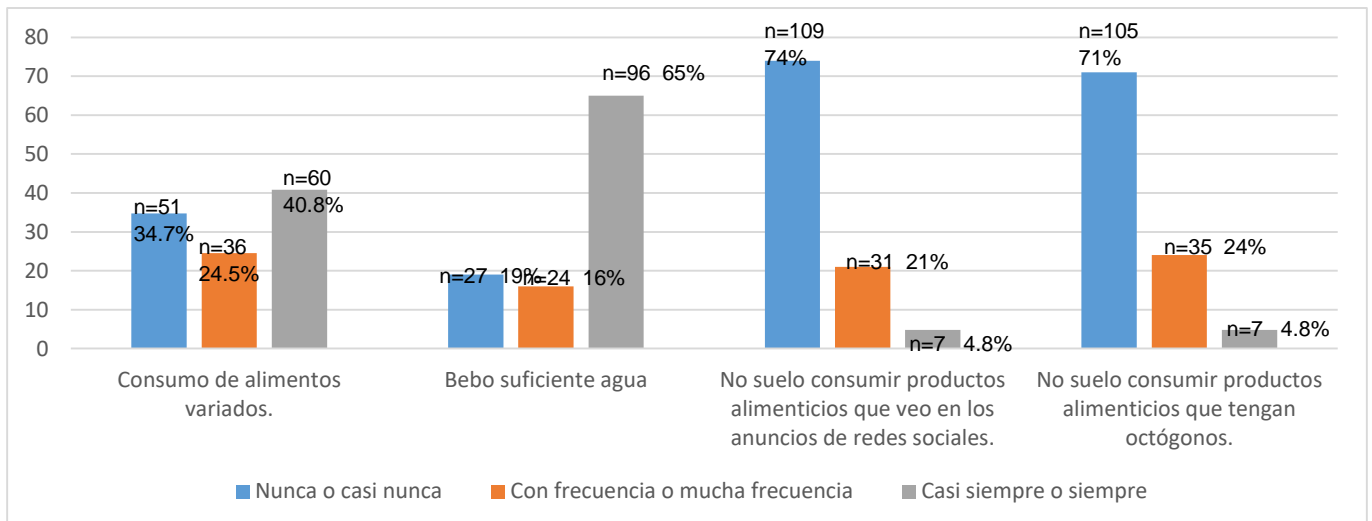
Tabla 7

Distribución porcentual según la selectividad frente a los alimentos

Pregunta	Nunca o casi nunca		Con frecuencia o mucha frecuencia		Casi siempre o siempre	
	n	%	n	%	n	%
Consumo de alimentos variados.	51	34.7	36	24.5	60	40.8
Bebo suficiente agua	27	19	24	16	96	65
No suelo consumir productos alimenticios que veo en los anuncios de redes sociales.	109	74	31	21	7	4.8
No suelo consumir productos alimenticios que tengan octógonos.	105	71	35	24	7	4.8

Figura 3:

Distribución porcentual según la selectividad frente a los alimentos



En la tabla 7 y figura 3, se evidencia que 60 estudiantes (40.8%) consumen casi siempre o siempre alimentos variados (cereales, cárnicos, frutas, verduras, etc.); 96 estudiantes (65%) beben casi siempre o siempre suficiente agua; 109 estudiantes (74%) refieren que nunca o casi nunca consumen productos alimenticios que ven en anuncios de redes sociales (galletas, dulces, snacks, gaseosas, etc.); y 105 estudiantes (71%) manifiestan que nunca o casi nunca consumen productos alimenticios que tengan octógonos de advertencia como “ALTO EN AZÚCAR”, “ALTO EN SODIO”, “ALTO EN GRASAS SATURADAS” o “CONTIENE GRASAS TRANS”.

4.3.2. Hábitos alimentarios

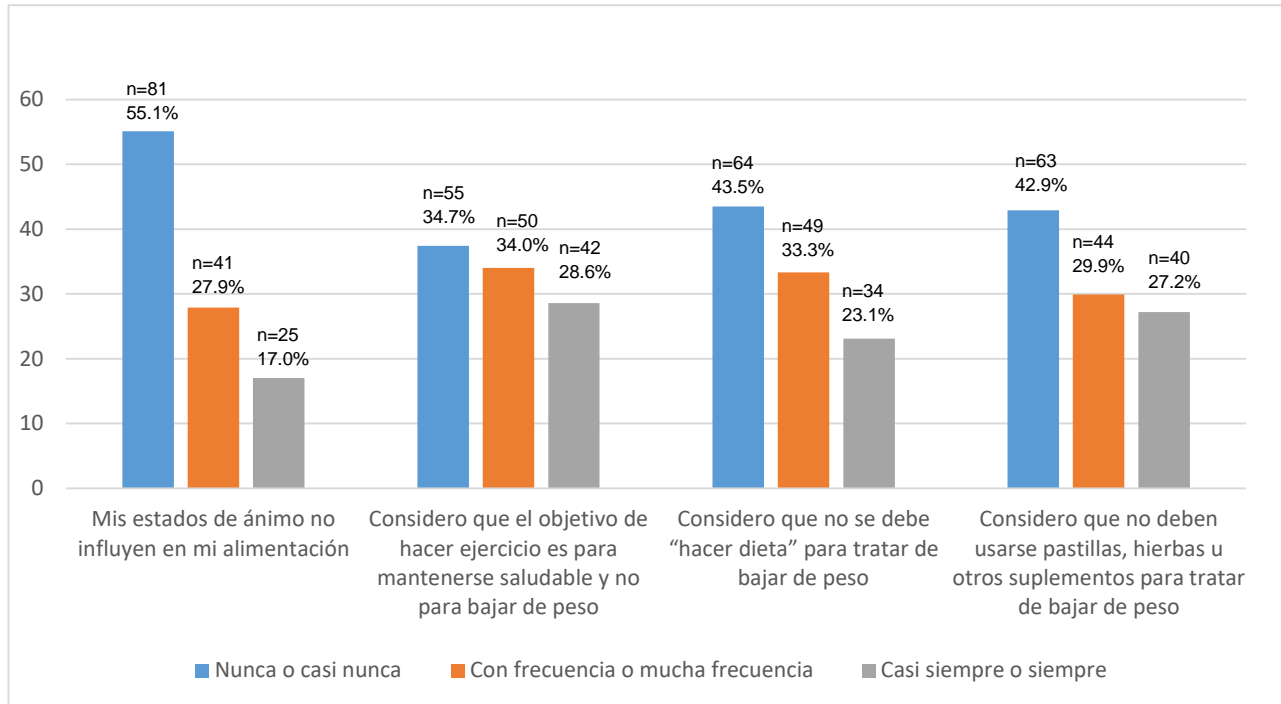
Tabla 8

Distribución porcentual según los hábitos alimentarios

Pregunta	Nunca o casi nunca		Con frecuencia o mucha frecuencia		Casi siempre o siempre	
	n	%	n	%	n	%
Mis estados de ánimo no influyen en mi alimentación	81	55.1	41	27.9	25	17.0
Considero que el objetivo de hacer ejercicio es para mantenerse saludable y no para bajar de peso	55	37.4	50	34.0	42	28.6
Considero que no se debe “hacer dieta” para tratar de bajar de peso	64	43.5	49	33.3	34	23.1
Considero que no deben usarse pastillas, hierbas u otros suplementos para tratar de bajar de peso	63	42.9	44	29.9	40	27.2

Figura 4:

Distribución porcentual según los hábitos alimentarios



En la tabla 8 y figura 4, se evidencia que 81 estudiantes (55.1%) señalaron que sus estados de ánimo nunca o casi nunca influyen en su alimentación, Respecto al objetivo de realizar ejercicio, 55 estudiantes (37.4%) consideraron que nunca o casi nunca es para mantenerse saludable y no para bajar de peso, 64 estudiantes (43.5%) afirmaron que nunca o casi nunca se debe "hacer dieta" para bajar de peso y 63 estudiantes (42.9%) indicaron que nunca o casi nunca se deben usar pastillas, hierbas u otros suplementos para tratar de bajar de peso.

Tabla 9

Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la conducta alimentaria

Clasificación	n	%
Malas conductas alimentarias	67	45.6%
Regulares conductas alimentarias	72	48.9%
Buenas conductas alimentarias.	8	5.5%
Total	147	100

Figura 5:

Distribución porcentual de la clasificación de los estudiantes según la conducta alimentaria



En la tabla 9 y figura 5, se visualiza que 67 estudiantes (45.6%) refieren que tienen malas conductas alimentarias; 72 (48.9%) considera que sus conductas

alimentarias son regulares y finalmente 8 estudiantes (5.5%) consideran que tienen buenas conductas alimentarias.

4.4. Prueba de Hipótesis: Relación de la frecuencia de uso de redes sociales y la visualización de anuncios de alimentación con la conducta alimentaria en los escolares

Tabla 10

Asociación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria (prueba de chi-cuadrado)

	Valor	GI	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	275.355 ^a	209	.001
Razón de verosimilitud	201.952	209	.624
Asociación lineal por lineal	.095	1	.757
N° de casos válidos	147		

a. 240 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Tabla 11

Asociación entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria (test exacto de Fisher)

	Valor	GI	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	260.793 ^a	209	.009
Razón de verosimilitud	218.246	209	.316
Asociación lineal por lineal	7.415	1	.006
N° de casos válidos	147		

240 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Hipótesis alterna (H1): El uso de las redes sociales sí tienen una relación con la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una Institución Educativa Estatal ubicado en Cerro de Pasco, Perú.

En la Tabla 10, se reporta el resultado de la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, utilizada para evaluar la independencia entre las variables categóricas: uso de redes sociales y conducta alimentaria. El valor obtenido fue $\chi^2 = 275.355$, con 209 grados de libertad y un nivel de significancia asintótica bilateral de $p = 0.001$. Con un nivel de confianza del 95% ($p < 0.05$). Por lo cual se comprueba que existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria en la población estudiada.

Sin embargo, al considerar pruebas complementarias que evalúan la fuerza y naturaleza de la asociación, se observó que la prueba de razón de verosimilitud brindó un valor de $p = 0.624$, y la asociación lineal por lineal, un valor de $p = 0.757$, ambos mayores a 0.05. Esto sugiere que, aunque la asociación global entre las variables es significativa, no existe evidencia estadística suficiente para afirmar que dicha relación sea lineal o monotónica. Por tanto, la relación podría ser de naturaleza más compleja o depender de categorías específicas de las variables.

Desde una perspectiva estadística, estos hallazgos indican que el uso de redes sociales sí tiene un vínculo con la conducta alimentaria, pero la relación no sigue una progresión lineal simple, lo que puede reflejar variaciones contextuales,

categoriales o interacciones entre factores que no son capturados por pruebas de tendencia lineal.

En la Tabla 11, se presentan los resultados del análisis de asociación mediante la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, obteniéndose un valor de $\chi^2 = 260.793$ con 209 grados de libertad y un nivel de significancia de $p = 0.009$, indicando que existe una asociación estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales (particularmente la exposición a anuncios sobre alimentos) y determinadas conductas alimentarias en los escolares adolescentes ($p < 0.05$).

A diferencia de los resultados mostrados en la tabla anterior, en este caso, la prueba de asociación lineal por lineal arrojó un valor de $p = 0.006$, el cual también es estadísticamente significativo. Este hallazgo sugiere la existencia de una tendencia lineal: a mayor uso de redes sociales y mayor exposición a publicidad de alimentos, se observa un cambio progresivo en la conducta alimentaria de los estudiantes, ya sea hacia hábitos más saludables o no saludables, dependiendo del tipo de contenido consumido.

Desde una perspectiva estadística, este resultado no solo confirma la asociación entre las variables, sino que además indica una dirección progresiva en dicha relación, lo que permite una interpretación más robusta para la toma de decisiones e intervenciones futuras.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidencian conductas relevantes respecto al uso de redes sociales y su relación con la conducta alimentaria en escolares adolescentes de una institución educativa en Cerro de Pasco, Perú. La distribución por sexo fue equilibrada, con una ligera mayor representación femenina (50.3%).

En cuanto a la frecuencia de uso de redes sociales, se observa un alto nivel de exposición: el 78.9% de los escolares utiliza redes sociales más de tres veces por semana y el 84.4% lo hace más de dos veces al día. Además, el 59.9% dedica más de dos horas diarias a estas plataformas. Estos hallazgos se alinean con estudios como el de Tenezaca y Trujillo¹³ en el año 2022, quienes reportaron que el 80% de adolescentes usaba redes sociales más de tres veces por semana, evidenciando una tendencia generalizada al uso frecuente en esta población etaria. Sin embargo, en el presente estudio se observa una proporción mayor de adolescentes con uso intensivo diario, lo cual podría explicarse por el crecimiento del acceso a internet móvil en regiones altoandinas o la menor supervisión parental en contextos escolares públicos.

Con relación a la dimensión contenido consumido en redes sociales, el 73.5% de los escolares consideró que los productos publicitados no son saludables, lo que podría indicar un nivel crítico ante el contenido comercial. Esta percepción es consistente con los hallazgos de Demers et al⁴⁶. en el 2022, quienes reportaron una alta exposición de adolescentes a publicidad de alimentos poco saludables, asociada positivamente con el tiempo frente a pantallas y redes sociales. La

similitud en ambos estudios sugiere una creciente conciencia crítica entre los adolescentes sobre la calidad nutricional de los productos que consumen, aunque en el presente estudio esta percepción no necesariamente se traduce en conductas alimentarias adecuadas.

El 70.1% de los estudiantes mostró interés en conocer más sobre productos publicitados, lo que plantea implicancias para la educación en alfabetización alimentaria digital. Sin embargo, este interés no se traduce necesariamente en acción: solo el 35.4% ha seguido dietas vistas en redes sociales, resultado similar al de Mata⁴⁷. en el 2021, quien halló que el 29.6% de adolescentes modificaban su alimentación según lo observado en redes sociales. La ligera diferencia podría deberse al contexto geográfico: en zonas como Cerro de Pasco, donde el acceso a profesionales en salud puede ser más limitado, los adolescentes recurren con mayor frecuencia a fuentes informales como redes sociales.

Sobre la influencia de *influencers* en decisiones alimentarias, el 31.3% afirmó que seguiría dietas recomendadas por ellos, resultado similar al de Dopico⁴⁸ en el 2020, aunque la población de su estudio fue mayor de edad. La coincidencia porcentual a pesar de la diferencia etaria podría deberse a una normalización del rol de los *influencers* como referentes informativos, incluso en temas de salud, independientemente de la edad del usuario. Sin embargo, en adolescentes, este comportamiento representa un riesgo mayor por su menor capacidad crítica frente a la información recibida.

En relación con la conducta alimentaria, el 52.4% reportó mantener una alimentación saludable, mientras que el 45.6% evidenció conductas alimentarias

inadecuadas. Esto difiere de lo reportado por Cruz Sáez et al.⁴⁹ en el 2019, donde solo el 15.1% presentó riesgo de trastornos alimentarios. La diferencia puede atribuirse al tipo de población: en el estudio de Sáez, solo se incluyó a mujeres, mientras que en el presente estudio participaron adolescentes de ambos sexos. Esto sugiere que al incluir a varones se visibiliza una proporción mayor de conductas inadecuadas, probablemente porque los estudios previos han centrado su atención en mujeres como grupo de mayor riesgo.

Asimismo, un 34.7% reportó no consumir alimentos variados, porcentaje superior al reportado por Rivas⁵⁰ en el 2020, quien encontró que el 69.1% practicaba hábitos alimentarios adecuados. Esta diferencia podría estar relacionada con factores socioculturales o de disponibilidad alimentaria en la región de estudio, donde hay menor el acceso económico.

En cuanto a hacer dietas para bajar de peso, el 43.5% rechazó esta práctica. Sin embargo, un 33.3% consideró que lo hace con frecuencia. Fernández y Morales⁵¹ en el 2022, encontró que el 30% de adolescentes tomaban decisiones de dieta basadas en información de internet, sin considerar su adecuación nutricional. Esta coincidencia en las cifras refuerza la necesidad de trabajar desde el ámbito escolar en educación nutricional crítica, ya que el acceso a información no confiable puede conducir a prácticas alimentarias de riesgo.

El análisis estadístico confirmó una relación significativa entre el uso de redes sociales y la conducta alimentaria ($p < 0.05$), lo que coincide con los hallazgos de Fernández y Morales⁵¹ en el 2022, quienes también reportaron una correlación positiva entre el uso de redes sociales y el riesgo de problemas alimentarios. Por el

contrario, el estudio de Alvarado y Montenegro⁵² en el 2024, no encontró una relación significativa, lo cual podría explicarse por diferencias en los instrumentos utilizados y en el contexto sociocultural. Mientras que en el presente estudio se utilizaron instrumentos elaborados de forma contextualizada y aplicados en una región altoandina, Alvarado y Montenegro⁵² aplicaron escalas estandarizadas en un entorno urbano costero. La diferencia también puede deberse a las características de la muestra, ya que una mayor diversidad sociodemográfica podría haber influido en la heterogeneidad de respuestas. Los resultados sugieren la necesidad de implementar programas educativos en escuelas sobre el uso crítico de redes sociales y la promoción de hábitos alimentarios saludables. Además, se requiere fortalecer la alfabetización digital y nutricional desde la adolescencia para contrarrestar los efectos de la publicidad engañosa o poco confiable.

Entre las limitaciones del estudio se encuentra el uso de instrumentos de recolección elaborados por los autores, lo que podría limitar la comparabilidad con otros estudios validados. Asimismo, el diseño transversal impide establecer relaciones causales.

Se recomienda replicar esta investigación con muestras más amplias y representativas a nivel nacional, así como utilizar instrumentos validados para cada variable. Sería pertinente también incluir un enfoque cualitativo que permita profundizar en las motivaciones y percepciones de los adolescentes respecto a su alimentación y el uso de redes sociales.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Este estudio conllevó a las siguientes conclusiones:

1. Esta investigación mostró una relación significativa entre el uso de las redes sociales y la conducta alimentaria evidenciando comportamientos relevantes hacia el consumo de alimentos no saludables, en escolares adolescentes de una Institución Educativa ubicada en Cerro de Pasco, Perú.
2. En cuanto a la frecuencia de uso de redes sociales, se observó un alto nivel de exposición de los escolares a las redes sociales. Algunos la utilizan más de tres veces por semana, la gran mayoría lo hace más de dos veces al día, lo que demuestra que una gran proporción de escolares adolescentes hace uso intensivo diario de las redes sociales.
3. Las conductas alimentarias más frecuentes de los escolares adolescentes son la tendencia a alimentos no nutritivos, uso de dietas que aparecen en internet y escuchar consejos de *influencers* sobre la selectividad de alimentos vía redes sociales.

6.2. Recomendaciones:

Este estudio conllevó a las siguientes recomendaciones:

Se sugiere que la Institución Educativa utilice sus redes sociales oficiales en Facebook, Instagram, o grupos de WhatsApp institucionales, para difundir contenido educativo sobre nutrición y salud digital avalado por un Profesional Nutricionista. Además, reproducir anuncios breves como infografías, *reels* o videos cortos que aborden temas como: los efectos negativos de las dietas de moda, riesgos de seguir *influencers* no especializados, y estrategias para mantener una relación saludable con la comida.

La Institución Educativa puede promover clubes o talleres extracurriculares (como deportes, arte, huertos escolares o cocina saludable) como una estrategia concreta para disminuir el tiempo en redes sociales y favorecer un desarrollo físico y emocional más equilibrado en los estudiantes.

Se sugiere que la Institución Educativa organice sesiones informativas para padres de familia, donde se aborde cómo influye el contenido digital en las decisiones alimentarias de sus hijos. Además, que ofrezcan herramientas prácticas para supervisar el uso de redes sociales en casa y reforzar hábitos de alimentación saludables desde el entorno familiar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mayo Clinic. *Los adolescentes y el uso de los medios sociales: ¿cuál es la repercusión?* [Internet]. 2025. [citado el 14 de agosto 2023]. Disponible de: <https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437>
2. Weisstaub G. *Alimentación del adolescente* [Internet]. Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos, Universidad de Chile; 2022 [citado el 18 de agosto 2023]. Disponible en: <https://inta.uchile.cl/noticias/201100/alimentacion-del-adolescente>
3. Enfermedad por el Coronavirus (COVID-19) [Internet]. OPS/OMS. [citado el 10 de agosto de 2023]. Disponible en: https://www.paho.org/es/enfermedad-por-coronavirus-covid-19?utm_source
4. Unicef.org. [Internet]. [citado el 6 de setiembre de 2025]. Disponible en: <https://www.unicef.org/lac/el-impacto-del-covid-19-en-la-salud-mental-de-adolescentes-y-j%C3%B3venes>
5. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Efectos de la pandemia por la COVID-19 en la nutrición y actividad física de adolescentes y jóvenes. Informe del grupo científico de la UNICEF. [Internet]. New York: UNICEF; 2020. [citado el 10 de agosto de 2023]. Series de Informe Técnico: 198. Disponible de: <https://www.unicef.org/lac/efectos-de-la-pandemia-por-la-covid-19-en-la-nutricion-y-actividad-fisica-de-adolescentes-y-jovenes>

6. Lezama C. Impacto de las redes sociales en los trastornos de alimentación. ALAN. [Internet]. 2020. [citado 15 de abril del 2022]; 65 (1). Disponible en: <https://www.alanrevista.org/ediciones/2015/suplemento-1/art-216/>
7. Bermúdez Mejía, M. Influencia de las redes sociales en conductas alimentarias de riesgo: Aproximación cualitativa exploratoria. Universitat Oberta de Catalunya (UOC); 2023. handle: <https://hdl.handle.net/10609/148395>
8. Ayechu Arrarás S. Las redes sociales como factor relevante en la aparición de trastornos de conducta alimentaria en los adolescentes. [Trabajo académico]. España: Universidad de Navarra, 2021. 21p.
9. Chung A, Vieira D, Donley T, Tan N, Jeanes G, Kiely K & Seixas A. Adolescent peer influence on eating behaviours via social media: scoping review. J Med , [Internet] 2021. [citado 15 de julio del 2023]; 23(6): e19697. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/352118222_Adolescent_Peer_Influence_on_Eating_Behaviors_via_Social_Media_Scoping_Review
10. Torres Meza A, Cisneros Herrera J & Guzmán G. Comportamiento alimentario: revisión conceptual. Bol Cient Esc Sup Atotonilco Tula. [Internet] 2022. [citado 15 de julio del 2023]; 9(17):38-44. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/357610626_Comportamiento_alimentario_Revision_conceptual
11. Moreno Martínez L. Las Redes Sociales Basadas en la Fotografía como Factor de Riesgo para Desarrollar un Trastorno de la Conducta Alimentaria

en Adolescentes. Una revisión bibliográfica. [2023]. [internet]. [citado 8 de enero del 2024]. Disponible en:

<https://riucv.ucv.es/bitstream/handle/20.500.12466/3097/TFG-%20Luc%c3%ada%20Moreno-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

12. Sanz Lezana M. Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes y su relación con las redes sociales; anorexia nerviosa y bulimia nerviosa. Revisión sistemática [tesis de grado]. Universidad Europea de Valencia; 2022. 33p.

13. Tenezaca Guamán C., Trujillo Ruales O. Adicción a Redes Sociales y Riesgo de Desarrollar Trastornos Alimenticios en Adolescentes. Unidad Educativa La Condamine. Pallatanga, 2022. [tesis de licenciatura]. Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo, 2022 [citado 15 de abril del 2022]. 67p. Disponible en:

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10087/1/Tenezaca%20Guam%c3%a1n%2c%20C%20y%20%20Trujillo%20Ruales%2c%20O%282022%29%20Adicci%c3%b3n%20a%20Redes%20Sociales%20y%20Riesgo%20de%20Desarrollar%20Trastornos%20Alimenticios%20en%20Adolescentes.%20Unidad%20Educativa%20La%20Condamine.%20Pallatanga%2c%202022.8Tesis%20de%20Pregrado%29%20Universidad%20Nacion.pdf>

14. Ruiz Polit P., Baque Añazco L., Jurado Maldonado K. Influencia de las redes sociales virtuales en los hábitos alimentarios en adolescentes. [tesis licenciatura]. Ecuador: UNEMI, 2021 [citado 15 de abril del 2022]. 43p. Disponible en:

http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5460/1/propuesta_2021102115319.pdf

15. Pulido Cantero S & Sánchez Cataño LS. Revisión teórica: factores de riesgo en el uso de las redes sociales y su asociación con los trastornos de conducta alimentaria. [tesis de grado]. España: Universidad CES; 2021. [citado 10 de julio del 2025]. 49p. Disponible en: <https://hdl.handle.net/10946/5660>
16. García D. Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. [Internet]. 2020. [citado 15 de abril del 2022]; 11 (2). Disponible en: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5223/4178>
17. Bueno Messa M, Molina Parra JE [Internet]. Imaginarios sociales y hábitos de alimentación influenciados por redes sociales en adolescentes de edades entre 14 y 16 años [tesis pregrado]. Bogotá: Universidad Antonio Nariño; 2021 [citado 14 de julio del 2025]. 43p. Disponible en: <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/2325>
18. Lucciarini F., Losada A. & Moscardi R. Anorexia y uso de redes sociales en adolescentes. UNIFE. [Internet]. 2021 [citado 15 de abril del 2022]; 29 (1). Disponible en: <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/2348/2493>
19. Blanco Quevedo R., Manrique Saavedra D., Silva Díaz V. Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes y adultos: una revisión sistemática. [tesis de licenciatura]. Perú: Universidad Científica del

- Sur; 2020.__[citado 15 de abril del 2022]. 27 p. Disponible en:
<https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/1723>
20. UNICEF. Informe sobre adolescencia y consumo digital en América Latina. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia; 2022.
21. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Informe Técnico: Estadísticas de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. Lima: INEI; 2022.
22. Instituto Nacional de Estadística e Informática. El 55,0% de los hogares del país accedieron a internet en el tercer trimestre del 2021. Informe del grupo científico de la INEI. Perú: INEI; 2021. Series de Informe Técnico: 195.
23. Gob.pe. EsSalud alerta: adolescentes pasan hasta cinco horas en redes sociales y apenas una hora con sus padres. [Internet]. 2025. [citado el 13 de setiembre del 2025]. Disponible en:
<https://www.gob.pe/institucion/essalud/noticias/1140038-essalud-alerta-adolescentes-pasan-hasta-cinco-horas-en-redes-sociales-y-apenas-una-hora-con-sus-padres>
24. Auxier B, Anderson M. Social media use in 2021 [Internet]. Washington (DC): Pew Research Center; 2021 [citado 10 de julio 2025]. Disponible en:
<https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
25. Church K, de Oliveira R ¿Qué pasa con WhatsApp?: comparando el comportamiento de la mensajería instantánea móvil con los SMS tradicionales. [Internet]. New York (NY): ACM; c2013. p. 352–61. [citado 10 de julio 2025]. Disponible en:
<https://dl.acm.org/doi/10.1145/2493190.2493225>

26. Twenge JM. Increases in depression, self-harm, and suicide among U.S. adolescents after 2012 and links to technology use: Possible mechanisms. *Psychiatric Research and Clinical Practice*. [Internet]. 2020;2(1):19–25. Disponible de: doi:10.1176/appi.prcp.20190015
27. Montúfar Á., Feijoo B, Díaz J., Palomino H. Actitud y comportamiento del adolescente frente al *influencers* y publicidad sobre cuerpo y dieta en Perú. [Internet]. 2024 [citado 14 de julio 2025]; 23(2):213–38. Disponible en: <https://revistadecomunicacion.com/article/view/3605>
28. Aishwarya P., Gavishiddhayya S., Mubashir A. Impact of social media and peer pressure on eating behaviours of adolescents. [Internet]. 2024 [citado 10 de julio del 2024]; 7(2):43–8. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/384229410_Impact_of_social_media_influence_on_eating_behavior_in_mid_and_late_adolescent_children_a_cross-sectional_study#:~:text=Adolescents%20are%20influenced%20by%20the,c onstitutes%20a%20healthy%20eating%20behavior.
29. ¿Cómo impactan los influencers de las redes sociales en los jóvenes? [Internet]. SOCIALSTAR; 2025. [citado el 7 de julio de 2025]. Disponible en: <https://officialsocialstar.com/es/blogs/blog/how-social-media-influencers-impact-on-youthm>
30. Sidani JE, Shensa A, Hoffman B, Hanmer KN, Primack BA [Internet]. The association between social media use and eating concerns among US young adults. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*. Chicago (IL):

- Elsevier; c2016. 1 de septiembre de 2016 [citado 14 de julio de 2025]; 116(9):1465–72. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26995158/>
31. Osorio J., Weisstaub N., Castillo C. Desarrollo de la conducta alimentaria en la infancia y sus alteraciones. Rev chil nutr [Internet]. 2002 Dec [citado 2025 Feb 8];29(3):280-285. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182002000300002&lng=en
. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182002000300002>
32. OMS. Alimentación sana [Internet]. Perú: El País; 2025 [citado 14 de setiembre del 2025]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
33. Choque B., Mamani M. & Rivera K. (2023). Consumo de Alimentos Procesados y Ultraprocesados, y su Relación con la Actividad Física en Adolescentes. Comuni@cción, 14(2), 111-121. Epub 30 de junio de 2023. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.2.838>
34. Caballero Cáceres, C. Estado Nutricional y su Relación con los Hábitos Alimentarios en los Estudiantes de Medicina del VII Ciclo de la Universidad Privada de Tacna, Periodo 2017 [tesis de licenciatura] Tacna: Universidad Privada de Tacna. 2017. [citado el 13 de setiembre del 2025] Disponible en: <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1312>
35. Christakis NA, Fowler JH. Social network sensors for early detection of contagious outbreaks. [Internet]. 2010 [citado 7 de julio de 2025]; 5(9):e12948. Disponible en: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0012948>

36. Casanova Garrigós G, Torrubia Pérez E, Cañellas Reverté N, Capera Fernández J, Mora López G, Albacar Riobóo N. Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes: una revisión integrativa. *Enferm. glob.* [Internet]. 2025 abril [citado 14 de julio del 2025] ; 24(75): 622331. Disponible en: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1695-61412025000100017
37. Oyarce Merino Karina, Valladares Vega Macarena, Elizondo-Vega Roberto, Obregón Ana María. Conducta alimentaria en niños. *Nutr. Hosp.* [Internet]. 2016 diciembre. [citado 2022 Nov 28] ; 33(6): 1461-1469. Disponible en: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S021216112016000600032#:~:text=La%20conducta%20alimentaria%20se%20define,ser%20humano%20con%20los%20alimentos.
38. RD Station Marketing. *Redes Sociales* [Internet]. Florianópolis (BR): RD Station; [fecha de consulta 2026 Feb 8]. Disponible en: <https://www.rdstation.com/es/redes%20sociales/>
39. Mayo Clinic. La salud de adolescentes y preadolescentes. [Acceso 13 de setiembre del 2025]. Disponible en: <https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/basics/teen-health/hlv-20049436>
40. Isabel Zacarías y Sonia Olivares. Mensaje nutricional. [Internet]. [Consultado el 07 de junio del 2022]. Disponible en: <https://www.saludquillota.cl/biblioteca/portalcidudadano/Etiquetado%20Nutricional%20de%20los%20Alimentos.pdf>

41. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Mensaje en alimentación saludable. Módulo 1 FAO.
42. Tatiana Mejía Jervis. Investigación correlacional. [Internet]. [Consultado el 26 de diciembre del 2023]. Disponible en: https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrhdfHT4tlnGQo2rh7egx.;_ylu=Y29sbwNjZjEEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1703657543/RO=10/RU=https%3a%2f%2fs9329b2fc3e54355a.jimcontent.com%2fdownload%2fversion%2f1545253266%2fmodule%2f9548087169%2fname%2fInvestigaci%25C3%25B3n%2520Correlacional.pdf/RK=2/RS=y0GnK74ydpIwB7Np5ZGI5M8iPFE-
43. Duocuc Bibliotecas. Investigación aplicada. [Internet]. [Consultado el 30 de enero del 2024]. Disponible en: <https://bibliotecas.duoc.cl/investigacion-aplicada/definicion-proposito-investigacion-aplicada>
44. Cristina Ortega. Investigación Cuantitativa. [2023]. [Internet]. [Consultado el 26 de diciembre del 2023]. Disponible en: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>
45. Willy Valle Salvatierra. Diseños de investigación no experimental. [Consultado el 30 de enero del 2024]. Disponible en: <https://files.uladech.edu.pe/docente/43342417/Psicologia%20experimental/sesi%C3%B3n%209/sesi%C3%B3n%209.pdf>
46. Demers E., Blanco M., Potvin M., Nieto C., Blanco C., Hammond D. & Vanderlee L. Uso de los medios de comunicación por parte de los adolescentes y exposición auto declarada a la publicidad en seis países: implicaciones para una comercialización de alimentos y bebidas menos

- saludables. BMJ. [Internet]. 2022. [citado el 10 de agosto del 2024].
Disponible en: <https://bmjopen.bmj.com/content/12/5/e058913.long>
47. Mata C., Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes en el estado de Guanajuato [Internet]. Vol. 13 No. 2 págs. 71-88. Dialnet; 2018 [citado el 9 de septiembre de 2024].
Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6816494>
48. Dopico C. Influencia de las Redes Sociales en la alimentación saludable [Internet]. [Madrid, España]: Universidad Pontificia de Comillas; 2022 [citado el 8 de julio de 2024]. Disponible en: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/56422>
49. Cruz Sáez, M. S., Pascual, A., Etxebarria, I., & Echeburúa, E. Riesgo de trastorno de la conducta alimentaria, consumo de sustancias adictivas y dificultades emocionales en chicas adolescentes. *Annals of Psychology*. [Internet]. 2013. [citado el 10 de julio del 2025]; 29(3), 724–733. Disponible en: <https://revistas.um.es/analesps/article/view/analesps.29.3.151041/151681>
50. Rivas S., Saintila J., Rodríguez M. & Milla Y. Evaluación de los conocimientos, actitudes y prácticas sobre alimentación saludable en una población adolescente peruana. DIALNET [Internet]. 2021. [citado el 10 de julio del 2025]; Vol. 27 Núm. 2 Pág. 4-0. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8009932>
51. Fernández Perez, N. y Morales Gil, I. Relación entre el uso de redes sociales y los problemas alimentarios adolescentes. DIALNET [Internet]. 2021 [Citado

el 20 de julio del 2024]. Vol. 48, N° 177, 73-88. Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8701437.pdf>

- 52.** Alvarado Parado, L. y Montenegro Moreno, K.. Relación del uso de las redes sociales y conductas de riesgos de trastornos de la alimentación en estudiantes del nivel secundario, Institución Educativa San Martín de Porres, Magdalena, 2024. [tesis licenciatura]. Perú: Universidad Cesar Vallejo, 2024. [Citado el 28 de agosto del 2024]. 52p. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/145568/Alvarado_PLM-Montenegro_MK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y



APÉNDICES

APÉNDICE A. Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO:

La presente investigación será realizada por los bachilleres en Nutrición y Dietética Angely Rojas Zorrilla y Delin Valuis Quiñones, de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón. El objetivo del estudio es conocer el efecto de los anuncios de alimentación en redes sociales sobre la conducta alimentaria de los estudiantes.

La participación en esta investigación es estrictamente voluntaria, la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Las respuestas al cuestionario, frecuencia de consumo de alimentos y anamnesis nutricional, las respuestas serán anónimas y se identificarán solo con un número, garantizando la privacidad.

Yo _____ madre/padre o apoderado de _____ acepto que participe voluntariamente en esta investigación. Entiendo que la información será tratada con estricta confidencialidad y no se usará para otros fines sin mi autorización.

DNI de madre/padre o apoderado

Firma DNI de madre/padre o apoderado

ASENTIMIENTO INFORMADO:

Yo _____ acepto participar voluntariamente en esta investigación.
Entiendo que la información que comparta para esta investigación será tratada con estricta confidencialidad y no se usará para otros fines sin mi autorización.

DNI del Participante

Firma del Participante

Fecha DD/MM/AAAA



APÉNDICE B. Cuestionario de uso de redes sociales

CUESTIONARIO DE USO DE REDES SOCIALES

Estimado estudiante, le pedimos que pueda responder con sinceridad y responsabilidad a las siguientes preguntas, sobre el uso de las redes sociales, con fines de trabajo de investigación.

Sexo:

Edad:

Marca con una X la respuesta que corresponda:

1. **¿Con qué frecuencia semanal accedes a una red social (tik tok, facebook o instagram)?**
 - a. Hasta 3 veces por semana (0 puntos)
 - b. Más de 3 veces por semana (2 puntos)
2. **¿Con qué frecuencia diaria accedes a una red social?**
 - a. Hasta 2 veces al día (0 puntos)
 - b. Más de 2 veces por día (2 puntos)
3. **¿Cuántas horas acumuladas permaneces en las redes sociales durante el día?**
 - a. Hasta 2 horas (0 puntos)
 - b. Más de 2 horas (2 puntos)
4. **¿Alguna vez ha observado algún anuncio sobre alimentación en las redes sociales? (Ejemplo: consejos de “influencers” sobre alimentación o alimentos, publicidad de empresas de alimentos, entre otros)**
 - a. Sí (2 puntos)
 - b. No (0 puntos)
5. **¿Con qué frecuencia has observado anuncios sobre alimentación?**

- a. Hasta 2 veces por semana (0 puntos)
b. Más de 2 veces por semana (2 puntos)
6. **¿Los anuncios sobre alimentación que has observado en las redes sociales los has puesto en práctica en tu vida cotidiana?**
- a. Sí (2 puntos)
b. No (0 puntos)
7. **En caso de haber visto una publicidad de productos alimenticios en las redes sociales, ¿te interesa conocer más acerca del producto?**
- a. Sí (2 puntos)
b. No (0 puntos)
8. **¿Consideras que los productos alimenticios publicitados en las redes sociales son saludables?**
- a. Sí (2 puntos)
b. No (0 puntos)
9. **¿Crees que la información sobre alimentación que aparece en las diferentes redes sociales es importante para poner en práctica?**
- a. Sí (2 puntos)
b. No (0 puntos)
10. **¿Alguna vez realizó alguna dieta que observó en las redes sociales?**
- a. Sí (2 puntos)
b. No (0 puntos)
11. **¿Usted seguiría una dieta que observa en las redes sociales recomendados por “influencers” que no son profesionales especializados en temas de nutrición?**
- a. Sí (2 puntos)
b. No (0 puntos)

APÉNDICE C. Cuestionario de conductas alimentarias

CUESTIONARIO DE CONDUCTAS ALIMENTARIAS

Dimensión	ÍTEMS	Nunca o casi nunca (0 puntos)	Con frecuencia (Dos veces en una semana) (1 punto)	Con mucha frecuencia (Más de dos veces en una semana)	Casi siempre (Más de cuatro veces a la semana)	Siempre (2 puntos)
Selectividad frente a los alimentos	Considero que llevo una alimentación saludable.					
	Consumo alimentos variados (cereales, cárnicos, frutas, verduras, etc.)					
	Bebo suficiente agua					
	No suelo consumir productos alimenticios que veo en los anuncios de redes sociales (galletas dulces, snacks, gaseosas, etc.)					
	No suelo consumir productos alimenticios que tengan octógonos de “ALTO EN AZÚCAR”, “ALTO EN SODIO”, “ALTO EN GRASAS SATURADAS” o “CONTIENE GRASAS TRANS”.					
	Tengo el control sobre lo que como.					
	Mis estados de ánimo no influyen en mi alimentación.					
Respuesta frente a los alimentos	Considero que el objetivo de hacer ejercicio es para mantenerse saludable y no para bajar de peso.					
	Considero que no se debe “hacer dieta” para tratar de bajar de peso.					
	Considero que no deben usarse pastillas, hierbas u otros suplementos para tratar de bajar de peso.					

APÉNDICE D. Formato de Validación de Contenido por Juicio de Expertos

Validación de Contenido por Juicio de Expertos

Respetable juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de investigación que forma parte de la investigación denominada: USO DE REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA CONDUCTA ALIMENTARIA EN ADOLESCENTES DE PASCO

La evaluación de los instrumentos cuantitativos de investigación por parte del Juicio de Expertos es de gran relevancia para lograr la validación de los resultados obtenidos, para tal fin, se propone su revisión utilizando cinco criterios básicos para evaluar cada una de las interrogantes, estos son: suficiencia, claridad, coherencia, importancia y pertinencia, a efecto de asegurar el cumplimiento del objetivo propuesto. Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

Información sobre el Juez:

- Nombre y Apellidos del Juez:
- Profesión:
- Áreas de Experiencia Profesional:
- Función Actual:
- Institución Académica:
- Fecha de la Evaluación del Instrumento:

Opinión sobre su aplicabilidad:

Aplicable ()

Aplicable Después de Corregir ()

No Aplicable ()

Nombre y Firma del Juez

APÉNDICE E. Resultados de Alfa de Cronbach

Tabla 12

Alfa de Cronbach del cuestionario para evaluar el uso de redes sociales

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.781	11

Tabla 13

Alfa de Cronbach del cuestionario para evaluar las conductas alimentarias.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.770	10
