

# UNEMI

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN NUTRICION HUMANA MENCION NUTRICIÓN  
COMUNITARIA

**TEMA:**

Influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en  
adolescentes entre 14 - 17 años de un colegio de la ciudad de Milagro, 2022

**Autor:**

Jeslyn Fabiola Barrera Pután

**Director:**

Ing. Keyla Guerrero Ruiz, Megcp.

*Milagro, 2022*

## Derechos de autor

Sr. Dr.

**Fabricio Guevara Viejó**

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **Jeslyn Fabiola Barrera Pután** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de este informe de investigación, mediante el presente documento, libre y voluntariamente cedo los derechos de Autor de este proyecto de desarrollo, que fue realizada como requisito previo para la obtención de mi Grado, de **Magister en Nutrición y Dietética con mención en Nutrición Comunitaria**, como aporte a la Línea de Investigación **Salud pública y bienestar humano Integral** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 20 de diciembre del 2022



Firmado electrónicamente por:  
**JESLYN FABIOLA  
BARRERA PUTAN**

**Jeslyn Fabiola Barrera Putan**

**0941340002**

## Aprobación del Director del Trabajo de Titulación

Yo, **Keyla Stefanía Guerrero Ruiz**, en mi calidad de director del trabajo de titulación, elaborado por **Jeslyn Fabiola Barrera Pután**, cuyo tema es **Influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14 - 17 años de un colegio de la ciudad de Milagro 2022**, que aporta a la Línea de Investigación **Salud Pública y Bienestar humano integral** previo a la obtención del Grado **Magíster en Nutrición y Dietética con mención en Nutrición Comunitaria**. Trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Informe de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, **20 de diciembre del 2022**



Firmado electrónicamente por:

**KEYLA  
STEFANIA  
GUERRERO RUIZ**

Ing. Keyla Stefanía Guerrero Ruiz, Megcp

**0929607711**

## VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

### DIRECCIÓN DE POSGRADO

### CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de **MAGISTER EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA CON MENCIÓN EN NUTRICIÓN COMUNITARIA**, presentado por **LIC. BARRERA PUTAN JESLYN FABIOLA**, otorga al presente proyecto de investigación denominado "INFLUENCIA DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN EL HÁBITO DE CONSUMO ALIMENTICIO EN ADOLESCENTES ENTRE 14 - 17 AÑOS DE UN COLEGIO DE LA CIUDAD DE MILAGRO, 2022", las siguientes calificaciones:

TRABAJO DE TITULACION	59.67
DEFENSA ORAL	37.33
<b>PROMEDIO</b>	<b>97.00</b>
<b>EQUIVALENTE</b>	<b>Excelente</b>



Firmado electrónicamente por:  
VANESSA PAULINA  
VARGAS OLALLA

Msc. VARGAS OLALLA VANESSA PAULINA  
**PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:  
ANGELICA MARIA  
SOLIS MANZANO

SOLIS MANZANO ANGELICA MARIA  
**VOCAL**



Firmado electrónicamente por:  
MARIA VICTORIA  
PADILLA SAMANIEGO

Mgs. PADILLA SAMANIEGO MARIA VICTORIA  
**SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN**  
**MAESTRÍA EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA CON MENCIÓN EN NUTRICIÓN**  
**COMUNITARIA**

En la Dirección de Posgrado de la Universidad Estatal de Milagro, a los trece días del mes de febrero del dos mil veintitres, siendo las 16:00 horas, de forma PRESENCIAL comparece el/la maestrante, LIC. BARRERA PUTAN JESLYN FABIOLA, a defender el Trabajo de Titulación denominado " **INFLUENCIA DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN EL HÁBITO DE CONSUMO ALIMENTICIO EN ADOLESCENTES ENTRE 14 - 17 AÑOS DE UN COLEGIO DE LA CIUDAD DE MILAGRO, 2022**", ante el Tribunal de Calificación integrado por: Msc. VARGAS OLALLA VANESSA PAULINA, Presidente(a), SOLIS MANZANO ANGELICA MARIA en calidad de Vocal; y, Mgs. PADILLA SAMANIEGO MARIA VICTORIA que actúa como Secretario/a.

Una vez defendido el trabajo de titulación; examinado por los integrantes del Tribunal de Calificación, escuchada la defensa y las preguntas formuladas sobre el contenido del mismo al maestrante compareciente, durante el tiempo reglamentario, obtuvo la calificación de: **97.00** equivalente a: **EXCELENTE**.

Para constancia de lo actuado firman en unidad de acto el Tribunal de Calificación, siendo las 17:00 horas.



Firmado electrónicamente por:  
VANESSA PAULINA  
VARGAS OLALLA

Msc. VARGAS OLALLA VANESSA PAULINA  
**PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:  
ANGELICA MARIA  
SOLIS MANZANO

SOLIS MANZANO ANGELICA MARIA  
**VOCAL**



Firmado electrónicamente por:  
MARIA VICTORIA  
PADILLA SAMANIEGO

Mgs. PADILLA SAMANIEGO MARIA VICTORIA  
**SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:  
JESLYN FABIOLA  
BARRERA PUTAN

LIC. BARRERA PUTAN JESLYN FABIOLA  
**MAGÍSTER**

## DEDICATORIA

A Dios por ser mi fuente de inspiración y por darme fuerzas durante todo este proceso para poder cumplir con mi objetivo, a mi esposo quien está conmigo siempre, a mi amada hija, esperando poder ser ejemplo de superación para ella, a mis padres que son mi motor para continuar y que de una u otra manera han estado apoyándome siempre, este logro sin duda no lo hubiese alcanzado sin ellos, esto es por y para ustedes, los amo eternamente.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por la vida, por permitirme dar un paso más en mi carrera profesional.

A mis padres por su amor, por su comprensión y apoyo en todo momento que lo he necesitado, gracias por ser ejemplo de superación.

A mi esposo por toda su ayuda y apoyo incondicional durante este proceso, por motivarme día a día a superarme tanto personal como profesionalmente.

A mi hija por su comprensión a pesar de su corta edad, por todo su amor que me ha servido de impulso para culminar mi trabajo, a mis hermanos gracias porque sé que puedo contar con su apoyo en todo momento.

A las instituciones y personas que hicieron parte de este trabajo y me permitieron llevar a cabo mi investigación, gracias por la apertura y la ayuda necesaria.

A todos los docentes que formaron parte de este proceso, por su guía y por ayudarme a enriquecer aún más los conocimientos durante mi formación.

A todos; gracias infinitas

## Resumen

El presente estudio, se ejecutó con la finalidad de evaluar la influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14-17 años de un colegio de la ciudad de Milagro, 2022; esto debido a que a lo largo de los últimos años la tecnología ha llegado a formar parte integral del día a día de los adolescentes, llegando a influir en prácticas y actitudes que inciden también en las prácticas y costumbres alimenticias de estos. Para lograr el objetivo definido, se implementó una metodología en la que se mantuvo un enfoque orientado a la investigación cuantitativa, descriptiva, transversal y correlacional, con diseño no experimental; a la cual participó una población representada por estudiantes del primero, segundo y tercer año del BGU de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre. A estos se aplicó una encuesta que dio como resultados que la mayoría de los adolescentes bajo estudio utilizan siempre las redes sociales durante 3 -4 horas diarias, siendo las principales redes como TikTok, seguida por Facebook y YouTube; lo cual resulta en que los jóvenes bajo estudio acuden a contenido enfocado en alimentación proporcionado principalmente por influencers, quienes usualmente promueven conductas alimenticias y el consumo de alimentos desequilibrados. Dicho esto, la conclusión principal se centra en que se evidencia una gran influencia de parte de las redes sociales sobre las costumbres y conductas alimenticias de los jóvenes bajo estudio debido al tipo de contenido y a los productores del mismo.

**Palabras clave:** Tecnología, costumbres alimenticias, redes sociales, adolescentes

## Abstract

The present study was carried out with the purpose of evaluating the influence of digital platforms on the habit of food consumption in adolescents between 14-17 years of a school in the city of Milagro, 2022; this is due to the fact that in recent years technology has become an integral part of the daily life of adolescents, influencing practices and attitudes that also affect their eating habits and practices. In order to achieve the defined objective, a methodology was implemented in which a quantitative, descriptive, transversal and correlational research approach was maintained, with a non-experimental design; a population represented by students of the first, second and third year of the BGU of the Vicente Anda Aguirre Educational Unit participated. A survey was applied to them, which resulted in the majority of adolescents under study always using social networks for 3 -4 hours daily, the main networks being TikTok, followed by Facebook and YouTube; which results in the young people under study going to food-focused content provided mainly by influencers, who usually promote eating behaviors and the consumption of unbalanced food. That said, the main conclusion focuses on the fact that there is evidence of a great influence of social networks on the eating habits and behaviors of the young people under study due to the type of content and its producers.

**Keywords:** Technology, eating habits, social networks, adolescents.

## Lista de Figuras

<b>Figura 1.</b> Evaluación de peso según el IMC .....	18
<b>Figura 2.</b> Distribución porcentual según el género.....	37
<b>Figura 3.</b> Distribución porcentual según la edad.....	38
<b>Figura 4.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales o sitios web?.....	38
<b>Figura 5.</b> Distribución porcentual: ¿Cuánto tiempo designa por día al uso de las redes sociales o algún sitio web? .....	39
<b>Figura 6.</b> Distribución porcentual: ¿Qué red social y sitio web usa con mayor frecuencia? .....	39
<b>Figura 7.</b> Distribución porcentual: ¿Eres seguidor de alguna red social, la cual brinda información sobre: alimentos, dietas o recetas?.....	40
<b>Figura 8.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia busca información en las redes sociales sobre alimentación?.....	40
<b>Figura 9.</b> Distribución porcentual: ¿Quién dirige la red social que sigues? .....	41
<b>Figura 10.</b> Distribución porcentual: ¿Aplicas la información sobre alimentación, dietas y recetas, que obtienes de la red social o sitio web en tu diario vivir?.....	42
<b>Figura 11.</b> Distribución porcentual: ¿Cuántas veces al día consume alimentos? ....	42
<b>Figura 12.</b> Distribución porcentual: ¿Dejas de consumir alguna comida, por hacer uso de las redes sociales y páginas web? .....	43
<b>Figura 13.</b> Distribución porcentual: ¿Cuál es su preferencia alimentaria? .....	43
<b>Figura 14.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso?.....	44
<b>Figura 15.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina)? .....	45

<b>Figura 16.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume frutas?.....	45
<b>Figura 17.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume verduras?.....	46
<b>Figura 18.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume harinas y sus derivados (pan, bizcochos, pastas, tallarines, etc.)? .....	46
<b>Figura 19.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume Snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles)?.....	47
<b>Figura 20.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa, yuca, camote, zanahoria blanca, etc.)? .....	48
<b>Figura 21.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados? .....	48
<b>Figura 22.</b> Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume cereales (arroz, arroz integral, quinua, amaranto)?.....	49

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Tabla cruzada entre el uso de plataformas digitales y los hábitos de consumo .....	50
<b>Tabla 2.</b> Tabla correlacional entre el uso de plataformas digitales y los hábitos de consumo.....	50
<b>Tabla 3.</b> Tabla correlacional entre el uso de plataformas digitales y los hábitos de consumo.....	51
<b>Tabla 4.</b> Distribución de la muestra según el género .....	68
<b>Tabla 5.</b> Distribución de la muestra según la edad .....	68
<b>Tabla 6.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales o sitios web? .....	68
<b>Tabla 7.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Cuánto tiempo designa por día al uso de las redes sociales o algún sitio web? .....	69
<b>Tabla 8.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Qué red social y sitio web usa con mayor frecuencia? .....	69
<b>Tabla 9.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Eres seguidor de alguna red social, la cual brinda información sobre: alimentos, dietas o recetas? .....	69
<b>Tabla 10.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia busca información en las redes sociales sobre alimentación? .....	70
<b>Tabla 11.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Quién dirige la red social que sigue? .....	70
<b>Tabla 12.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Aplicas la información sobre alimentación, dietas y recetas, que obtienes de la red social o sitio web en tu diario vivir? .....	70
<b>Tabla 13.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Cuántas veces al día consume alimentos? .....	71
<b>Tabla 14.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Dejas de consumir alguna comida, por hacer uso de las redes sociales y páginas web? .....	71
<b>Tabla 15.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Cuál es su preferencia alimentaria? .....	71
<b>Tabla 16.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Frecuencia de consumo leche, yogurt o queso?.....	72
<b>Tabla 17.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carne de res, borrego, chancho, pescado, atún, sardina)? .....	72
<b>Tabla 18.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume frutas? .....	72
<b>Tabla 19.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume verduras? ..	73

<b>Tabla 20.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume harinas y sus derivados (pan, bizcochos, pastas, tallarines, etc.)? .....	73
<b>Tabla 21.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume Snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles)? .....	73
<b>Tabla 22.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa, yuca, camote, zanahoria blanca, etc.)? .....	74
<b>Tabla 23.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados? .....	74
<b>Tabla 24.</b> Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume cereales (arroz, arroz integral, quinua, amaranto)? .....	74
<b>Tabla 25.</b> Validación de juicio de expertos .....	75
<b>Tabla 26.</b> Prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach.....	75

## Índice / Sumario

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: El problema de la investigación</b> .....	<b>4</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.1.1 Problematización.....	4
1.2 Delimitación del problema .....	6
1.3 Formulación del problema .....	6
1.4 Preguntas de investigación .....	6
1.5 Determinación del tema.....	6
1.6 Objetivo general .....	6
1.7 Objetivos específicos.....	7
1.8 Hipótesis.....	7
1.9 Declaración de las variables.....	8
1.10 Justificación.....	10
1.11 Alcance y limitaciones .....	11
1.11.1 Alcance .....	11
1.11.2 limitaciones .....	11
<b>CAPÍTULO II: Marco teórico referencial</b> .....	<b>12</b>
2.1 Antecedentes .....	12
2.1.1 Antecedentes históricos.....	12
2.1.2 Antecedentes referenciales .....	14
2.2 Contenido teórico que fundamenta la investigación .....	16
2.2.1 Hábitos alimenticios en adolescentes .....	16
2.2.1.1 Evaluación nutricional del adolescente .....	18
2.2.1.2 Estudio AVENA.....	19
2.2.1.3 Recomendaciones y dietas características de la adolescencia .....	20
2.1.1 Influencia de las plataformas digitales en adolescentes .....	21

2.1.2	La relación entre hábitos alimenticios y redes sociales .....	27
<b>CAPÍTULO III: Diseño metodológico.....</b>		<b>30</b>
3.1.	Tipo y diseño de investigación .....	30
3.2.	La población y la muestra .....	31
3.2.1.	Características de la población .....	31
3.2.2.	Delimitación de la población .....	32
3.2.3.	Tipo de muestra .....	32
3.2.4.	Tamaño de la muestra .....	32
3.2.5.	Proceso de selección de la muestra .....	34
3.3.	Los métodos y las técnicas .....	34
3.3.1.	Métodos Teóricos .....	34
3.3.2.	Métodos Empíricos .....	34
3.3.3.	Técnicas en Instrumentos .....	34
3.4.	Procesamiento estadístico de la información. ....	36
3.5.	Consideraciones Éticas.....	36
<b>CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de resultados.....</b>		<b>37</b>
4.1	Análisis de la situación actual.....	37
4.2	Verificación de las Hipótesis.....	52
4.3	Análisis Comparativo.....	53
<b>CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones.....</b>		<b>57</b>
5.1	Conclusiones.....	57
5.2	Recomendaciones.....	58
<b>Bibliografía.....</b>		<b>59</b>
<b>Anexos.....</b>		<b>63</b>

## Introducción

No cabe duda que la sociedad se caracteriza por la gran cantidad de cambios en distintos niveles como el político, económico, social y aún más en el cultural, que generan nuevas habilidades para crear y alcanzar conocimientos y prácticas antes desconocidas, el uso de teléfonos móviles y otros dispositivos digitales y canales de televisión. a la creación de la llamada sociedad de la información (McCarthy, 2022).

Dicho esto, los jóvenes en periodo de la adolescencia son aquellos que están más sujetos al cambio frenético de la sociedad, debido a los múltiples cambios que se presentan a nivel físico, emocional, familiar y social, la adolescencia es un momento importante en el que se forman hábitos, hábitos alimentarios, estilos de vida y se definen como saludables o peligrosos para un futuro joven. Puede continuar hasta la edad adulta. Se ha demostrado que es más fácil promover hábitos de alimentación y estilo de vida saludables en esta etapa que cambiar hábitos estructurados en la edad adulta (Martín y Marcos, 2018).

Al considerar este demográfico, es importante recalcar la imponente incidencia de las redes sociales sobre los jóvenes y el gran impacto de esta en las dietas de los mismos, mientras que antes los anuncios de televisión podían influir en las elecciones dietéticas de las personas, hoy en día las redes sociales muestran a los jóvenes una variedad de productos, a veces poco saludables. (Rose et al., 2022).

(Dienlin & Johannes, 2020) mencionan que las aplicaciones y las herramientas que internet brindan a los jóvenes pueden ayudar a mejorar su capacidad para aprender oportunidades de aprendizaje especiales. Sin embargo, esto enfatiza que los jóvenes crean adicción y aceptan el hábito de influir en su salud.

En cuanto a los objetivos, para la presente investigación se planteó como objetivo general, evaluar la influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14-17 años de un colegio de la ciudad de Milagro, 2022; mientras que para los objetivos específicos, el primero se centra en identificar el tiempo y uso de redes sociales en los adolescentes, el segundo se enfoca en determinar la red social más utilizada e intereses de búsqueda de información

alimentaria en los adolescentes, que por consecuente permitirá establecer los hábitos de consumo alimenticio de los adolescentes a través del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos.

A nivel práctico, para el presente estudio, se recurrió al instrumento de la encuesta explicada más a fondo dentro del apartado metodológico, que permitió identificar el tiempo y uso de redes sociales en los adolescentes, así como determinar la red social utilizada con más frecuencia para la búsqueda de información alimentaria; lo cual, luego del respectivo análisis permitió establecer los hábitos de consumo alimenticio de los adolescentes bajo estudio.

Por último, al abarcar la metodología a la que se recurrió para el desarrollo del estudio, se mantuvo un enfoque orientado a la investigación mixta, descriptiva, transversal y correlacional, con diseño no experimental; a la cual participó una población representada por estudiantes del primero, segundo y tercer año del BGU de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre, siendo un total de 985 alumnos de los cuales 351 pertenecen al 1ero de BGU con nueve paralelos, 318 cursan el 2do de BGU con ocho paralelos y 316 que forman parte del 3ero de BGU con ocho paralelos. De esta población, la muestra seleccionada fue de tipo probabilística aleatoria simple, puesto que todos los participantes tuvieron la misma oportunidad de formar parte de la investigación.

Dicho esto, el método aplicado en el estudio, fue el Analítico Sintético, que permitió determinar la veracidad respecto a la situación objeto de estudio, evaluando cada uno de los elementos que muestren razón lógica entre sí, con el propósito de realizar un acercamiento sobre la problematización, mientras que método Hipotético deductivo, posibilitó el correcto planteamiento de la hipótesis, así como también sirve como modelo científico para poder comprobar cada uno de los enunciados.

Por otra parte, el instrumento aplicado fue el de la encuesta, la misma que consistió en el registro de datos referente a la influencia de las redes sociales sobre el consumo de alimentos por parte de los estudiantes, de esta forma es posible verificar la relación entre las variables. Esto permitió analizar los comportamientos de los jóvenes ante la problemática generada y determinar las consecuencias a la salud.

la característica principal de este estudio radica en la posibilidad de analizar dos parámetros y variables diferentes que usualmente no vienen relacionados o no se consideran influyentes el uno con el otro, aunque según algunos de los estudios mencionados, la incidencia de las redes sociales sobre los hábitos alimenticios es cada vez mayor.

# Capítulo I: El problema de la investigación

## 1.1 Planteamiento del problema

### 1.1.1 Problematización

El internet está lleno de herramientas que posibilitan la interacción de las personas, sin embargo, las plataformas digitales son una de las opciones preferidas, siendo la más utilizada por jóvenes, no solo por entretenimiento y conexión con diversas partes del mundo sino por el fácil acceso a información de todo tipo, según la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores las plataformas de Facebook (87%) y YouTube (68%) lideran el ranking de las redes sociales más utilizadas, siendo esta última la que cuenta con los seguidores más jóvenes (76% entre 16 y 30 años). Instagram en el tercer lugar tiene la mayor cantidad de seguidores (49% a 54%). En cuarto y quinto lugar se encuentran Twitter con un 50% y LinkedIn con un 57 (Fernández - Paniagua, 2022).

A lo largo del siglo XXI las redes sociales han tenido un gran impacto en los adolescentes ya que se han convertido en una de las formas más comunes en encontrar e intercambiar información, debido a que hoy en día pasan la mayor parte de su tiempo navegando en internet buscando información sobre temas de su interés (Hernández Mite et al., 2017).

La adolescencia es el periodo de transición entre la niñez y la adultez donde incluyen algunos cambios, tanto en el cuerpo como en la forma en la que un joven se relaciona con el mundo, la cantidad de cambios físicos, sexuales, cognitivos, sociales y emocionales que ocurren en esta época pueden causar expectativas y ansiedad tanto en los jóvenes como en sus familias (Brittany Allen, MD, FAAP y Helen Waterman, 2019). La etapa de la adolescencia media es un proceso en el cual quieren encontrar su identidad, la autoconciencia, el desarrollo de habilidades emocionales y sociales, siendo esta última una de las funciones más importantes (Colom Bauzá & Fernández Bennassar, 2009).

En los últimos años, el uso de teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras personales han aumentado en todos los grupos de edad creando más impacto en los

adolescentes y jóvenes que han hecho de estos elementos parte indispensable para la vida diaria (Echebur y Sebasti, 2010), Los adolescentes son un grupo de población especialmente vulnerable en poder desarrollar conductas de riesgo relacionadas con internet y las nuevas tecnologías, al estar en una edad que se caracteriza por tener dificultades para medir los riesgos, la falsa sensación de invulnerabilidad, la necesidad de socializar y también la necesidad de intimidad, los problemas asociados a las nuevas tecnologías que con más frecuencia afectan a los jóvenes están relacionados con uso desmedido de éstas y con problemas de seguridad personal, ello eclipsa las múltiples ventajas señaladas de las nuevas tecnologías y las convierte en herramientas que pueden provocar graves daños en los adolescentes (S.L., 2020).

Estudios sobre los hábitos alimenticios en jóvenes indican que los adolescentes navegan en internet mientras comen, no hacen uso del comedor sino más bien en lugares donde se le haga más cómodo realizar las dos cosas al mismo tiempo, generalmente en este tipo de situaciones los adolescentes optan por consumir snacks o bocadillos mientras se encuentran revisando las redes sociales, además se desvelan y realizan este mismo hábito con frecuencia, acción que en estos tiempos se ha vuelto una tendencia común en este tipo de población, muchos de los hábitos alimenticios de los adolescentes están vinculados al tipo de información que encuentran en las redes sociales, en la que se puede encontrar información de todo tipo como; alimentos con bajo nivel nutricional, o formas de alimentarse restrictivas, dependerá de ellos rechazar o aceptar la información expuesta. Al mismo tiempo, en el internet aparte de los alimentos con baja calidad nutricional, se muestran gran variedad de mensajes sobre composición corporal, estándares estéticos e información respecto a la alimentación empiezan a tornar conductas extremistas por un lado están los que consumen demasiada comida procesada y por otro lado los adolescentes que suprimen alimentos y tiempos de comida para alcanzar un ideal de belleza (Echebur & Sebasti, 2010).

Según el Informe digital en el Ecuador hubo un incremento del 12% de dispositivos y cuentas conectadas a Internet entre junio de 2021 y enero de 2022, siendo Guayas la provincia con mayor cantidad (30%) de usuarios en redes sociales, representando el 8% adolescentes entre edades de 13- 17 años (Alcázar Ponce, 2020).

## 1.2 Delimitación del problema

- **Línea de Investigación**  
Salud Pública y Bienestar humano integral
- **Objeto de estudio**  
Influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes
- **Unidad de observación**  
Estudiantes de Bachillerato de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre
- **Tiempo**  
Año 2022
- **Espacio**  
Cantón Milagro

## 1.3 Formulación del problema

¿Las plataformas digitales tienen influencia en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14 - 17 años de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre?

## 1.4 Preguntas de investigación

1. ¿Cuál es el tiempo y uso que dan los adolescentes a las plataformas digitales?
2. ¿Cuál es la plataforma digital más utilizada e intereses de búsqueda por los adolescentes?
3. ¿Cuáles son los hábitos de consumo alimenticio en los adolescentes?

## 1.5 Determinación del tema

Influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14- 17 años de un colegio de la ciudad de Milagro, 2022

## 1.6 Objetivo general

Evaluar la influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14-17 años de un colegio de la ciudad de Milagro, 2022.

## **1.7 Objetivos específicos**

- Identificar el tiempo y uso de redes sociales en los adolescentes.
- Determinar la red social más utilizada e intereses de búsqueda de información alimentaria en los adolescentes.
- Establecer los hábitos de consumo alimenticio de los adolescentes a través del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos.

## **1.8 Hipótesis**

Las plataformas digitales influyen significativamente en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14 - 17 años de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre.

## 1.9 Declaración de las variables

- **Variable Independiente:** Plataformas digitales
- **Variable Dependiente:** Hábito de consumo alimenticio

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR
EDAD	Tiempo transcurrido entre el nacimiento hasta la actualidad	Biológica	Años cumplidos	% Rango de edad de los adolescentes
GÉNERO	Atributos sociales y oportunidades asociadas a ser hombre o mujer	Biológica	Femenino Masculino	% De hombres y mujeres en el grupo poblacional
PLATAFORMAS DIGITALES	Espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades	Facebook	Redes comunicativas, informativas, y de entretenimiento	% de adolescentes que usen Facebook,
		Instagram		% de adolescentes que usen Instagram.
		Tiktok		% de adolescentes que usen Tiktok.
		YouTube		% de adolescentes que usen YouTube
FRECUENCIA DE USO	Periodicidad del uso de redes sociales y sitios web	Siempre	Todos los días a la semana	% de adolescentes que usan las redes sociales y sitios web todos los días a la semana
		Frecuentemente	4-5 días a la semana	% de adolescentes que usan las redes sociales y sitios web de 4.5 días a la semana
		A veces	2-3 días a la semana	% de adolescentes que usan las redes sociales y sitios web de 2-3 días a la semana
TIEMPO DE USO DE REDES SOCIALES	Número de horas que se destina al uso de redes sociales y sitios web al día	1.2 horas	24 horas al día	% de adolescentes que usan las redes sociales y sitios web de 1-2 horas al día
		3-4 horas		% de adolescentes que usan las redes sociales y sitios web de 3-4 horas al día
		Más de 4 horas		% de adolescentes que usan las redes sociales y sitios web más de 4 horas al día
TIPO DE CONTENIDO	Información que requiere buscar el usuario	Alimentación	Proceso mediante el cual se consumen cualquier tipo de alimentos, para	% de adolescentes que tienen interés por temas de alimentación

			obtener energía y cumplir actividades diarias	
CREADORES DE CONTENIDO	Personas que expresan opiniones sobre un tema en específico	Nutricionistas	Comunidad Social que imparten información sobre temas referente a la alimentación	% de adolescentes que tienen interés por diferentes comunidades
		Influencers		
		Youtubers		
		Coach Nutricional		
		Ninguno		
PREFERENCIAS ALIMENTARIAS	Elección específica de un determinado alimento.	Cárnicos	a) Todos los días	% de adolescentes que prefieren consumir cárnicos.
		Cereales y tubérculos	b) 1 vez a la semana	% de adolescentes que prefieren consumir cereales y tubérculos
		Frutas y verduras	c) 2 a 3 veces por semana	% de adolescentes que prefieren consumir frutas y verduras
		Snacks, jugos procesados, comida rápida	d) 4 a 5 veces por semana	% de adolescentes que prefieren consumir Snacks, jugos procesados, comida rápida
			e) No consumo	

Elaborado por: Jeslyn Barrera P.

## 1.10 Justificación

Actualmente la tecnología no es nada nuevo para los adolescentes y ha llegado a formar parte de su vida cotidiana llegando a influir en la práctica y actitudes de los jóvenes, las plataformas digitales es un portal mediante el cual los adolescentes consiguen información de toda índole de una manera rápida tomando en consideración que dicha información trae consigo aspectos positivos como negativos (Unicef, 2021) cabe recalcar que según la OMS la adolescencia es una etapa única en el desarrollo humano y un período crítico que sienta las bases para una buena salud, es donde los adolescentes experimentan un rápido crecimiento físico, cognitivo y psicosocial lo cual incide en cómo se sienten, piensan, toman decisiones e interactúan con su entorno (OMS, 2022)

Es por ello la importancia del presente trabajo, porque a través de esta investigación se beneficiará a varios actores entre estos y principalmente los adolescentes que sean parte del estudio ya que podrán tomar conciencia de la información que estén consumiendo en las plataformas digitales y como esto puede afectar su alimentación, los padres por su parte conocerán más a fondo del tema y podrán actuar a tiempo en el caso que esta interacción este llevando al adolescente a conductas extremistas ya que en la actualidad la mayoría de los jóvenes buscan alcanzar un ideal en cuanto a belleza se refiere y finalmente el colegio “Gral. Vicente anda Aguirre” que conociendo los resultados de la investigación podrán realizar actividades para informar acerca de las ventajas y desventajas del uso de las plataformas digitales al igual que dar charlas educativas de alimentación saludable.

Además, esta investigación aportará al conocimiento de otros profesionales de salud que estén interesados en este tema y en saber más sobre este grupo etario, servirá de guía para futuros profesionales en nutrición y en el área de salud para la creación de programas en donde se haga énfasis del uso de las plataformas digitales y el impacto positivo o negativo que tienen en las elecciones alimentarias de los adolescentes en la actualidad.

## **1.11 Alcance y limitaciones**

### **1.11.1 Alcance**

La presente investigación cuenta con un alcance definido por el público bajo estudio y los segundos que se encuentran en las proximidades de convivencia con estos mismos, de manera que al estudiar a los adolescentes de la institución educativa y facilitar información de valor en cuanto a alimentación, los beneficiarios principales siguen siendo los estudiantes del colegio de la ciudad de Milagro, pero los beneficiarios secundarios serían los tutores y familiares que mantienen más contacto con estos, al igual que los docentes de la institución educativa.

### **1.11.2 limitaciones**

Las limitantes principales se deben a la posibilidad de la poca colaboración de parte de los adolescentes bajo estudio, debido a que en muchas ocasiones, estos son levemente reacios a compartir información referente a costumbres y gustos con terceros; de igual manera, otra limitante puede ser la predisposición de parte de las autoridades de la institución educativa al permitir desarrollar la investigación por motivos de horarios de clases y posibles programaciones únicas de la institución.

## **CAPÍTULO II: Marco teórico referencial**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Antecedentes históricos**

Sin duda, la sociedad ha estado marcada por vertiginosos cambios a nivel político, económico, social y cultural que han dado lugar a nuevas habilidades para la construcción de conocimientos y prácticas antes desconocidas, el uso de teléfonos móviles, otros dispositivos digitales, y el aumento de canales de televisión han dado lugar a la creación de la llamada sociedad de la información (Díaz Mohedo & Vicente Bújez, 2011).

Pero no fue hasta en 1969 en que el departamento de defensa de Estados Unidos creara el internet, lo cual provoco que la humanidad viva una revolución tecnológica sin precedentes en la historia, desde ese tiempo los adolescentes han crecido en un mundo donde la tecnología ahora ocupa la mayor parte de su vida diaria, junto con las nuevas tecnologías e Internet, han surgido formas de comunicación innovadoras y globalizadas, entre las que se encuentran las redes sociales (Navarrete Villanueva et al., 2017).

En resumen, la década de los 90 marcó el inicio de la consolidación de lo que hoy llamamos plataforma digital, fase en la que las personas tuvieron acceso a información y creación de contenidos digitales, lo que permitió expandirse rápidamente con una acelerada aceptación social por parte de los jóvenes (Ferrer, 2018).

Según (Juliana & Cohernour, 2019) el desarrollo tecnológico provocado por Internet y sus múltiples aplicaciones ha creado una generación que constantemente enfrenta desafíos, genera habilidades y actitudes relacionadas con el uso de las tecnologías digitales, especialmente los adolescentes, adoptan, renuevan y fortalecen nuevas habilidades continuamente para facilitar su adaptación a la sociedad, sin embargo, también surgen diversas amenazas en la cual no están lo suficientemente capacitados para detectar o evitar los peligros que pueda causar dicha información.

La adolescencia se considera un período importante por los múltiples cambios que se producen a nivel físico, emocional, familiar y social, el lapso donde se ve inmerso la adquisición y definición de hábitos, patrones alimenticios y estilos de vida que pueden llegar a ser saludable o arriesgada, para el futuro joven y que es probable que sea sostenible en la edad adulta. Se ha demostrado que durante esta etapa es más fácil promover la adquisición de hábitos alimenticios y estilos de vida saludables que cambiar hábitos estructurados en la edad adulta (Armando et al., 2017)

(Juliana y Cohernour, 2019) menciona también que las aplicaciones y herramientas que Internet proporciona a los jóvenes pueden ayudar a mejorar su capacidad para lograr oportunidades específicas de aprendizaje. Sin embargo, destaca que los jóvenes crean adicciones y adoptan hábitos que pueden llegar a afectar su salud.

Las redes sociales tienen un gran impacto en las dietas de los jóvenes mientras que antes los anuncios de televisión podían influir en las elecciones dietéticas de las personas, hoy en día las redes sociales muestran a los jóvenes una variedad de productos, a veces poco saludables (A. Coates, 2022).

(TÉBAR, 2018) Menciona que la adolescencia es una etapa de diversos cambios, en la que las necesidades nutricionales se ven incrementadas, pero también es un período en el que se adquieren gustos y aversiones alimentarias que pueden ser perjudiciales. Por ello, ayudar a que el adolescente adopte unos hábitos alimenticios saludables y vigilar que no sufra ningún trastorno nutricional, es vital para favorecer un adecuado desarrollo y, en definitiva, lograr una vida adulta más saludable.

### 2.1.2 Antecedentes referenciales

Un estudio realizado en la Universidad de Liverpool cuyo objetivo fue examinar el impacto de la comercialización de alimentos (saludables y no saludables) por parte de personas influyentes en las redes sociales, emplearon un diseño experimental entre sujetos, dando como resultado que los jóvenes que vieron a personas influyentes con refrigerios poco saludables aumentaron significativamente la ingesta general y aumentaron significativamente la ingesta de refrigerios poco saludables específicamente, a diferencia de los jóvenes que vieron a personas influyentes con productos saludables, se concluye que ver personas influyentes con refrigerios saludables no afectó significativamente la ingesta, es decir la promoción popular de alimentos por parte de personas influyentes en las redes sociales afecta la ingesta de alimentos de los jóvenes (A. E. Coates et al., 2019).

(Míguez Fernández, 2019) En su estudio realizado en Madrid sobre “Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable” que tuvo como objetivo analizar la influencia que las cuentas de comida saludable tienen sobre el comportamiento de alimentación de sus seguidores, procedió a realizar una revisión de literatura sobre alimentación saludable y redes sociales accediendo a bases de datos de literatura científica como Google scholar y EBSCO, dio como resultado que de la muestra (217), el 46,58% indicaron seguir una cuenta de comidas saludables lo que permitió analizar el comportamiento que los seguidores de estas cuentas presentan respecto al conocimiento concluyendo que la alimentación saludable está influenciada por las redes sociales, especialmente en la intención en hacer las recetas y la influencia en la alimentación.

En México-Guanajuato se realizó un estudio sobre Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes, con el propósito principal de saber si los jóvenes son influenciados por las redes sociales y el marketing, esto derivado de la cantidad de información a la que acceden, aplicando un enfoque mixto esta investigación se realizó entre jóvenes, principalmente estudiantes, de 15 a 29 años, que participan activamente en las redes sociales, se han utilizado herramientas y entrevistas cara a cara para conocer sus hábitos alimentación y actividad física, entres los resultados se encontró que el sexo

femenino hace más uso de las redes sociales a comparación de los hombres, el 47% de la población estudiada no realiza ningún tipo de ejercicio o actividad física debido al tiempo que pasan frente al celular, En los resultados también se mostró la gran influencia que tiene el marketing en las redes sociales, ya que en muchos casos las marcas ejercían un fuerte impulso en los jóvenes para dar seguimientos a esas cuentas en las redes (Carmen, 2018).

Otro estudio realizado en Cuba sobre las Preferencias y conductas alimentarias en adolescentes de secundaria básica, cuyo objetivo fue Analizar las preferencias y conducta alimentaria de adolescentes de secundaria básica, utilizando un método de Estudio transversal con una muestra total de 94 adolescentes donde a todos se les aplicó una encuesta sobre la frecuencia de las principales comidas, así como el consumo semanal de alimentos. Se empleó la prueba Chi-cuadrada para establecer las asociaciones entre variables donde dieron como resultado que el género femenino predominó con un 55,0 %. La mayoría no cumplen con la frecuencia recomendada de las comidas y su dieta está basada en alimentos con alto contenido de grasas y azúcares, alta en sodio y baja en vitaminas, fibras y minerales. Las mujeres son las que menos desayunan (32,0 %), los varones los que menos almuerzan (11,4 %) y la cena es la comida que más respetan ambos sexos (98,0 y 97,7 %, respectivamente). Los cereales (64,0 %), azúcares (58,0 %) y lácteos (56,0 %) están dentro de los alimentos más consumidos. El huevo, los embutidos y las carnes rojas son más consumido por los hombres y las carnes blancas por las mujeres, como conclusión de este estudio es que la conducta alimentaria de los adolescentes es inadecuada en su mayoría con mayor afectación en el sexo femenino en el desayuno y en el masculino en el almuerzo. Tienen baja preferencia por los vegetales y las frutas en contraste con los cereales, azúcares y lácteos, más consumidos (Morales et al., 2021).

## **2.2 Contenido teórico que fundamenta la investigación**

### **2.2.1 Hábitos alimenticios en adolescentes**

Llevar una alimentación sana a lo largo de la vida de cualquier individuo, ayuda a prevenir problemas como la malnutrición y diferentes enfermedades o trastornos. Sin embargo, a causa de la rápida urbanización y de los continuos cambios que afectan al estilo de vida de la población mundial, se ha visto también un amplio incremento de la producción y el consumo de alimentos procesados, dando lugar a un cambio súbito de los hábitos alimenticios. Hoy en día, la mayoría de la población ha incrementado el consumo de alimentos hipercalóricos, así como grasas, sal/sodio y azúcares libres; aunque, por otro lado, muchas personas no consumen suficientes alimentos como frutas, verduras y fibra dietética, como por ejemplo cereales integrales. Dicho esto, la combinación y la composición exacta para obtener una alimentación equilibrada, variada y saludable, depende de distintos factores característicos de cada individuo como edad, sexo, hábitos de vida y grado de actividad física, a más del contexto cultural y la disponibilidad de variedad de alimentos. No obstante, los principios básicos de la alimentación saludable siguen siendo los mismos (OMS, 2018).

A raíz de lo mencionado, es importante destacar que las necesidades nutricionales, así como los hábitos, varían a lo largo del desarrollo del individuo, viendo un progresivo incremento de las necesidades nutricionales y alimenticias de las personas. Esto se evidencia en la llegada a la etapa adolescente de las personas; por lo que, en macro y micronutrientes, en esta etapa se generan grandes cambios y necesidades alimenticias usualmente relacionadas con la edad biológica en lugar de la edad cronológica, manteniendo un énfasis en los niños más que en las niñas. Los hábitos alimenticios que influyen en el consumo y en las preferencias de alimentos, en conjunto al consumo de energía y a la ingesta de nutrientes, se van generando desde la infancia y, a lo largo de la adolescencia. Es importante destacar que al igual que el entorno familiar, el escolar ejerce una gran influencia en el afirmarse de las actitudes del niño con respecto a ciertos alimentos y al consumo de los mismos. Es más, las costumbres nutricionales adquiridas en la niñez apenas varían en los años posteriores por lo que los hábitos alimenticios individuales, marcados por el

aprendizaje previo, en la mayoría de las personas adultas son prácticamente iguales a los adquiridos en las primeras etapas de su vida (Martín-Aragón y Marcos, 2018).

Dentro de la típica conducta alimenticia de un adolescente es estable la presencia de hábitos comunes como la omisión de alguna comidas, ingerir bebidas con elevadas concentraciones de elementos poco saludables, el consumo de comidas rápidas, y el mantener dietas descontroladas y privas de indicaciones médica; sin mencionar la diversidad y la irregularidad de la actividad física de este demográfico, que se caracteriza mantener una actividad física muy intensa u optar por el sedentarismo sin el asesoramiento adecuado de profesionales, marcado por el hábito de pasar muchas horas frente al televisor o la pantalla del ordenador (OMS, 2018).

Una alimentación sana durante la adolescencia es importante, ya que los cambios corporales que se producen en esta época afectan a las necesidades nutricionales y dietéticas de la persona. Los adolescentes son cada vez más independientes y toman muchas decisiones alimentarias por sí mismos. Muchos adolescentes experimentan un estirón y un aumento del apetito y necesitan alimentos saludables para satisfacer sus necesidades de crecimiento. Los adolescentes tienden a comer más fuera de casa que los niños más pequeños. También están muy influenciados por sus compañeros. La conveniencia de las comidas es importante para muchos adolescentes y es posible que coman demasiados tipos de alimentos equivocados, como refrescos, comida rápida o alimentos procesados. Además, una preocupación común de muchos adolescentes es hacer dieta. Las chicas pueden sentirse presionadas por sus compañeros para estar delgadas y limitar lo que comen. Tanto los chicos como las chicas pueden hacer dieta para "engordar" para un evento deportivo o social concreto (Hopkins, 2021).

Actualmente se observa una desaparición progresiva de enfermedades carenciales por déficit alimenticio; por el contrario, existe un marcado incremento de enfermedades como consecuencia de la civilización del desarrollo, representadas por trastornos de la conducta alimentaria, la obesidad, las dislipidemias, la hipertensión arterial, la diabetes tipo 2 y las enfermedades cardiovasculares (Martín-Aragón y Marcos, 2018).

### 2.2.1.1 Evaluación nutricional del adolescente

El indicador más utilizado y aceptado a nivel mundial para favorecer la evaluación del estado nutricional de una persona, es el índice de masa corporal. (IMC,  $\text{kg}/\text{m}^2$ ), que viene definido como la relación entre el peso en kg y la talla en metros al cuadrado, lo cual tiene también una importante correlación con el porcentaje de masa grasa a nivel corporal, de manera que proporciona un aproximado bastante certero en cuanto al estado nutricional de la mayoría de la población. A más de lo mencionado, también proporciona una idea definida de la presencia de variables características de daño biológico obtenido como consecuencia del exceso de masa grasa (EFESALUD, 2018).

Desde un punto de vista relacionado con la edad y el sexo, el IMC representa un indicador aceptado universalmente para la estimación de obesidad en menores de edad, tanto en estudios epidemiológicos como para el cribado clínico. La OMS recomienda evaluar el estado nutricional de niños desde los 6 años a través del IMC, tal como se muestra en la figura a continuación:

IMC < 18,5 $\text{kg}/\text{m}^2$	Bajo peso
IMC 18,5-24,9 $\text{kg}/\text{m}^2$	Peso normal
IMC 25,0-29,9 $\text{kg}/\text{m}^2$	Obesidad grado I
IMC 30,0-39,9 $\text{kg}/\text{m}^2$	Obesidad grado II
IMC > 40,0 $\text{kg}/\text{m}^2$	Obesidad mórbida o grado III

**Figura 1.** Evaluación de peso según el IMC

**Fuente:** (EFESALUD, 2018).

En nutrición juvenil, cuando la diferencia de edad es mayor o igual a un año, se debe utilizar la edad biológica para corregir la edad cronológica. Esta corrección es necesaria porque el porcentaje de masa grasa está relacionado con la etapa de desarrollo puberal alcanzado por la influencia de las hormonas sexuales en el nivel de grasa, y no con la edad cronológica. La madurez fisiológica debe evaluarse para niñas entre 8 y 14 años y para niños entre 10 y 16 años. La edad biológica está determinada por el logro de la pubertad y se evalúa de acuerdo con la clasificación del desarrollo puberal de Tanner. Cada hito en el desarrollo de las características sexuales

secundarias se manifiesta en un grupo de edad, por lo que cada grado de Tanner está asociado con la edad. La clasificación de Tanner evalúa el desarrollo de los senos y el vello púbico en las mujeres y el desarrollo genital en los hombres. Si la edad biológica es un año o más mayor que la edad cronológica, utilice la edad biológica en la categoría IMC (EFESALUD, 2018).

### **2.2.1.2 Estudio AVENA**

El estudio AVENA (Alimentación y Valoración del Estado Nutricional de los Adolescentes españoles) recibió financiación del Fondo de Investigación Sanitaria del Instituto de Salud Carlos III (00/0015) en la convocatoria de 1999 y se desarrolló entre los años 2000 y 2003. En el período 2003-2006 del estudio AVENA se obtuvieron datos de referencia de medidas antropométricas y prevalencia de sobrepeso, datos de referencia de condición física y situación de actividad física, ingesta dietética y prevalencia de hábitos de desayuno, así como el perfil lipídico y estado inflamatorio del adolescente con sobrepeso. A partir de estos datos obtenidos hasta la fecha se puede concluir que existe una alarmante prevalencia de sobrepeso y obesidad, acompañada de bajos niveles de actividad y condición física y un estado metabólico y de inflamación crónica de bajo grado, altamente implicados en el inicio y desarrollo de las enfermedades cardiovasculares que pueden tener en un futuro. El perfil calórico se caracteriza por un alto consumo de grasas y un bajo consumo de hidratos de carbono. Se ha observado un aporte suficiente de ácidos grasos monoinsaturados debido al consumo de aceite de oliva, pero también se ha observado un exceso de ácidos grasos saturados (Rojo, 2019).

El consumo excesivo de grasas, especialmente grasas saturadas, puede ponerlo en riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares a largo plazo. La ingesta inadecuada de fibra dietética entre los jóvenes españoles, junto con la obesidad, el sedentarismo y la disminución de la condición física, pueden aumentar el riesgo futuro de enfermedad cardiovascular.

El desayuno es la comida del día en la que los adolescentes están menos interesados. Se observó un incremento de la omisión del desayuno en ambos sexos en función del

peso corporal, aunque estas diferencias solo fueron significativas para las niñas y esta tendencia se observó para los niños. (Martín-Aragón & Marcos, 2018).

El sobrepeso y la obesidad, la anorexia/bulimia nerviosa y el desarrollo de hábitos que influyen en la aparición de factores de riesgo en la vida son los principales problemas de salud relacionados con la alimentación y el estilo de vida a los que se enfrentan los jóvenes; los cuales representan también un riesgo al llegar a la vida adulta (EFESALUD, 2018).

Los datos recopilados en el estudio AVENA, representan información valiosa que se puede utilizar para la implementación de intervenciones efectivas en campo de salud pública y en la promoción de la salud, basándose en la evidencia para ayudar a prevenir posibles enfermedades en el futuro. (Rojo, 2019).

### **2.2.1.3 Recomendaciones y dietas características de la adolescencia**

Como ya mencionado, el alcanzar la adolescencia implica una serie de cambios tanto emocionales como físicos; en el caso de las chicas inician el periodo de crecimiento alrededor de los 12 años y los chicos alrededor de los 14. Todos estos cambios implican una necesidad alimenticia importante; por lo que se requiere de una dieta que sustente las necesidades metabólicas de este periodo por medio de una dieta rica en cereales integrales, frutas, verduras, productos lácteos sin grasa o con poca grasa, legumbres, huevos, pescado, frutos secos y carnes magras.

Comer de forma saludable significa obtener el equilibrio adecuado de nutrientes. A medida que el adolescente crece, necesitará más calorías y un aumento de los nutrientes clave, como las proteínas, el calcio y el hierro (Muir, 2020).

La cantidad que debe comer un adolescente depende de sus necesidades individuales. En general, el adolescente debe seguir una dieta variada, que incluya: frutas y verduras todos los días. El adolescente debe comer 2 tazas de fruta y 2 ½ tazas de verdura cada día (para una dieta de 2.000 calorías).

1.300 miligramos (mg) de calcio al día. El adolescente debe comer tres porciones de 1 taza de alimentos ricos en calcio, sin grasa o con poca grasa, cada día. Algunas buenas fuentes son el yogur o la leche. El equivalente a una taza incluye 1½ onzas de queso cheddar bajo en grasa o 2 onzas de queso americano sin grasa (Muir, 2020).

Proteínas para desarrollar los músculos y los órganos. El adolescente debe comer 5½ onzas de alimentos ricos en proteínas cada día. Las buenas fuentes son la carne magra, las aves de corral o el pescado. El equivalente a una onza de otras fuentes de proteínas incluye ½ taza de judías o tofu, un huevo, una cucharada de mantequilla de cacahuete y ½ onza de frutos secos o semillas.

Cereales integrales para obtener energía. Los adolescentes deben consumir 6 onzas de cereales cada día. Los equivalentes de una onza incluyen una rebanada de pan integral, ½ taza de pasta integral o arroz integral, 1 taza de bulgur o 1 taza de cereales integrales para el desayuno (Muir, 2020).

Alimentos ricos en hierro. Los niños duplican su masa corporal magra entre los 10 y los 17 años, y necesitan hierro para crecer. Las chicas también necesitan hierro para crecer y para reponer la sangre que pierden con la menstruación. Algunas buenas fuentes de hierro son la carne de vacuno magra, los cereales y panes enriquecidos con hierro, las judías y guisantes secos o las espinacas.

Limitar las grasas. Los adolescentes deben limitar su consumo de grasas a un 25-35% del total de calorías diarias y, siempre que sea posible, deben elegir las grasas insaturadas en lugar de las saturadas. Las grasas insaturadas más saludables son los aceites de oliva, canola, cártamo, girasol, maíz y soja; los pescados grasos de agua fría como el salmón, la trucha, el atún y el pescado blanco; y los frutos secos y las semillas (Muir, 2020).

### **2.1.1 Influencia de las plataformas digitales en adolescentes**

Con cada nueva tecnología surge la preocupación por su posible impacto en el bienestar de los jóvenes. En los últimos años, tanto los académicos como el público han expresado su preocupación por el aumento de la tecnología digital, centrándose

en los teléfonos inteligentes y las redes sociales. Para determinar si estas preocupaciones están o no justificadas, esta revisión ofrece una visión general de la literatura sobre el uso de la tecnología digital y el bienestar de los adolescentes.

El uso de la tecnología digital y el bienestar son conceptos amplios y complejos. Para entender cómo el uso de la tecnología puede afectar al bienestar, primero hay que definir y describir ambos conceptos. Además, la adolescencia es una etapa distinta de la vida. Para obtener una mejor imagen del contexto en el que se desarrollan los posibles efectos, examinamos a continuación el desarrollo psicológico de los adolescentes. Después, presentamos los resultados empíricos actuales sobre la relación entre el uso de la tecnología digital y el bienestar de los adolescentes (Dienlin & Johannes, 2020).

El uso de la tecnología digital es un término genérico que engloba varios dispositivos, servicios y tipos de uso. Hoy en día, la mayor parte del uso de la tecnología digital por parte de los adolescentes tiene lugar en dispositivos móviles. Al ofrecer funciones y las posibilidades de otros medios de comunicación, los teléfonos inteligentes desempeñan un rol fundamental en el uso de los medios de comunicación por parte de los adolescentes y, por lo tanto, se consideran un "metamedio". Los teléfonos inteligentes y otros dispositivos digitales pueden albergar una amplia gama de servicios diferentes y posibilidades; de los cuales los más incurrido son las redes sociales son una parte importante de la vida de muchos adolescentes. Una encuesta realizada en 2018 por el Pew Research Center a casi 750 jóvenes de 13 a 17 años reveló que el 45% está en línea casi constantemente y el 97% utiliza una plataforma de medios sociales, como YouTube, Facebook, Instagram o Snapchat (McCarthy, 2022).

Todos los dispositivos y servicios ofrecen diferentes funcionalidades y asequibilidades, que se traducen en diferentes tipos de uso. Cuando están en las redes sociales, los adolescentes pueden chatear con otros, publicar, dar "me gusta" o compartir.

Estos usos se consideran generalmente activos. En cambio, los adolescentes también pueden hacer un uso pasivo, limitándose a acechar y observar el contenido de los

demás. La distinción binaria entre uso activo y pasivo aún no aborda si el comportamiento se considera como procrastinación o dirigido a un objetivo. Por ejemplo, chatear con otros puede considerarse procrastinación si significa retrasar el trabajo en una tarea más importante. Observar, pero no interactuar con el contenido de los demás, puede considerarse dirigido a un objetivo si el objetivo es estar al día de la vida de los amigos. Por último, hay otra distinción importante entre los distintos tipos de uso: si el uso es social o no social. El uso social abarca todo tipo de comunicación interpersonal activa, como chatear y enviar mensajes de texto, pero también darle a me gusta a las fotos o compartir publicaciones. El uso no social incluye lectura y juego, pero también escuchar música o ver vídeos (Rose et al., 2022).

A la hora de conceptualizar y medir estos diferentes tipos de uso de la tecnología digital, existen varios retos. La inclusión de todos los comportamientos digitales en un único predictor del bienestar reducirá inevitablemente la precisión, tanto conceptual como empírica.

Desde el punto de vista conceptual, subsumir todas estas actividades y tipos de uso en un solo término general no permite reconocer que cumplen funciones diferentes y muestran efectos distintos. Entender el uso de la tecnología digital como un comportamiento general deja de lado las múltiples formas que puede adoptar dicho comportamiento. Por lo tanto, al preguntarnos por el impacto del uso de la tecnología digital en el bienestar de los adolescentes, debemos ser conscientes de que el uso de la tecnología digital no es un concepto monolítico (Rose et al., 2022).

Dicho esto, es importante recalcar que cada una de las actividades llevadas a cabo por medio de dispositivos digitales y el utilizzo de las redes sociales, tiene tanto sus beneficios, así como sus consecuencias; por lo que a continuación se abarcarán algunos de estos aspectos.

### ***Beneficios de las redes sociales***

Los medios sociales permiten a los adolescentes crear identidades en línea, comunicarse con otros y crear redes sociales. Estas redes pueden proporcionar a los adolescentes un valioso apoyo, especialmente para ayudar a los que sufren exclusión o tienen discapacidades o enfermedades crónicas.

Los adolescentes también utilizan las redes sociales para entretenerse y expresarse. Y las plataformas pueden exponer a los adolescentes a los acontecimientos actuales, permitirles interactuar más allá de las barreras geográficas y enseñarles una variedad de temas, incluidos los comportamientos saludables. Las redes sociales que son divertidas o distraen o proporcionan una conexión significativa con los compañeros y una amplia red social pueden incluso ayudar a los adolescentes a evitar la depresión (McCarthy, 2022).

A nivel psicológico, es importante destacar que los cambios biológicos y neuroconductuales en los años de transición de la adolescencia temprana, inician un conjunto de cambios dinámicos-no sólo en el crecimiento y el desarrollo físico, sino también en los procesos de aprendizaje que dan forma al desarrollo cognitivo, emocional, social y de identidad. Estas experiencias formativas de aprendizaje ocurren en contextos sociales, familiares, de pares y culturales específicos, en formas que moldean la experiencia y el desarrollo individual (Dahl et al., 2018).

Los jóvenes de edad avanzada tienen proclividades naturales hacia una mayor independencia, la expansión de su sentido del yo, y la exploración de formas de navegar por el complejo mundo social de la adolescencia. Las plataformas de medios sociales apelan a estas proclividades y desempeñan un papel importante en la promoción de la autoexpresión y en la provisión de una fuente de apoyo social y privacidad de los adultos. En el espacio virtual, los riesgos en línea se asocian positivamente con los daños en línea, por lo que restringir el acceso para la protección puede limitar la exploración positiva que es necesaria para el aprendizaje y el desarrollo. Apoyar el uso de los medios digitales por parte de los jóvenes adolescentes requiere encontrar un equilibrio entre el fomento de la autonomía y la garantía de protección (Magis-Weinberg et al., 2021).

### ***Los perjuicios de las redes sociales***

El uso de las redes sociales también puede afectar negativamente a los adolescentes, distrayéndolos, interrumpiendo su sueño y exponiéndolos al acoso, a la difusión de rumores, a la visión poco realista de la vida de otras personas y a la presión social ejercida por los compañeros.

Los riesgos podrían estar relacionados con la cantidad de medios sociales que utilizan los adolescentes. Un estudio realizado en 2019 con más de 6500 jóvenes de 12 a 15 años en Estados Unidos descubrió que aquellos que pasaban más de tres horas al día utilizando las redes sociales podrían tener un mayor riesgo de sufrir problemas de salud mental. Otro estudio realizado en 2019 con más de 12.000 jóvenes de 13 a 16 años en Inglaterra descubrió que el uso de las redes sociales más de tres veces al día predecía una mala salud mental y bienestar en los adolescentes (McCarthy, 2022).

Otros estudios también han observado vínculos entre los altos niveles de uso de los medios sociales y los síntomas de depresión o ansiedad. Un estudio realizado en 2016 con más de 450 adolescentes descubrió que un mayor uso de las redes sociales, el uso nocturno de las redes sociales y la inversión emocional en las redes sociales - como el hecho de sentirse molesto cuando se le impide conectarse- estaban relacionados con una peor calidad del sueño y niveles más altos de ansiedad y depresión.

La forma en que los adolescentes utilizan las redes sociales también podría determinar su impacto. Un estudio de 2015 descubrió que la comparación social y la búsqueda de retroalimentación por parte de los adolescentes que utilizan las redes sociales y los teléfonos móviles estaban relacionadas con los síntomas depresivos. Además, un pequeño estudio de 2013 descubrió que los adolescentes de más edad que utilizaban las redes sociales de forma pasiva, como por ejemplo limitándose a ver las fotos de los demás, informaban de un descenso en la satisfacción vital. Los que utilizaban las redes sociales para interactuar con otros o publicar sus propios contenidos no experimentaban estos descensos. Y un estudio más antiguo sobre el impacto de las redes sociales en estudiantes universitarios demostró que cuanto más tiempo utilizaban Facebook, más fuerte era su creencia de que los demás eran más felices que ellos. Pero cuanto más tiempo pasaban los estudiantes saliendo con sus amigos, menos se sentían así (Magis-Weinberg et al., 2021).

Debido a la naturaleza impulsiva de los adolescentes, los expertos sugieren que los adolescentes que publican contenidos en las redes sociales corren el riesgo de compartir fotos íntimas o historias muy personales. Esto puede dar lugar a que los

adolescentes sean intimidados, acosados o incluso chantajeados. Los adolescentes suelen crear publicaciones sin tener en cuenta estas consecuencias o los problemas de privacidad (Dahl et al., 2018).

Adentrándose más en el contexto de las consecuencias y perjuicios del uso de la tecnología y de las redes sociales, en un nivel psicológico, se tiene que se pueden dar diferentes problemas y posibles trastornos como:

- Trastornos psicológicos.
- Violencia y agresividad.
- Ciberacoso y sexting.
- Conductas sexuales de riesgo.
- Aislamiento
- Depresión y ansiedad

De estos, los más relevantes en el contexto adolescente son el aislamiento y la depresión y ansiedad.

Para el aislamiento, se tiene que las tecnologías digitales, como las plataformas de redes sociales como Facebook, Twitter, Snapchat e Instagram, están diseñadas para unir a las personas, sin embargo, pueden tener el efecto contrario en algunos casos porque la mayor parte del tiempo están activos en las plataformas de redes sociales para publicar y compartir mensajes, fotos, videos y juegos. Este comportamiento puede aislarlos de la vida social. Además, no les permite pasar suficiente tiempo con sus familiares. En cuanto a la depresión y ansiedad, las redes sociales, con la ayuda de su naturaleza, fomentan activamente las comparaciones sociales, ya que sus entornos están plagados de registros que podrían utilizarse sin esfuerzo como métricas del éxito social evidente (por ejemplo, amigos, likes, shares, fans, etc.). Estas métricas son problemáticas en sí mismas, ya que, si los adolescentes no reciben la suficiente validación por medio de likes o comentarios a fotos o ideas publicadas, o si alguien tiene más likes que ellos, puede hacerles sentir inferiores. Esto da a entender que los demás llevan una vida más interesante, perfecta o emocionante que la nuestra, que en realidad tiene su parte justificada de altibajos para todos. Por lo tanto, este tipo de comparaciones sociales negativas puede provocar mayores niveles de depresión y ansiedad en los adolescentes (Saptasagar, 2022).

### 2.1.2 La relación entre hábitos alimenticios y redes sociales

Hoy en día, pasar tiempo en las redes sociales es una experiencia común entre personas de todas las generaciones. Es raro encontrar a alguien que tenga acceso a Internet y no tenga un perfil en al menos una plataforma de medios sociales. De hecho, la cuestión que divide a las generaciones no es tanto si están en los medios sociales o no, sino qué redes utilizan y les gustan más.

Las redes sociales pueden integrarse en casi todos los aspectos de la vida de las personas de un modo u otro, desde las redes sociales y la compra de productos y servicios hasta la creación de un negocio y la obtención de consejos sobre salud y nutrición. Es probable que la mayoría de los usuarios de las redes sociales reciban al menos algunos mensajes sobre nutrición, hábitos alimentarios e imagen corporal a través de las cuentas que siguen (Nadal, 2021).

Las redes sociales están llenas de gente que comparte su propia comida y su dieta, así como de gente que muestra sus habilidades de preparación de comidas con una variedad casi interminable de pechugas de pollo a la parrilla, brócoli al vapor y ensalada de frutas. En cualquier caso, es más probable que sigas los hábitos alimentarios que veas más a menudo en el 'gramo, según una nueva investigación (Rodríguez, 2020).

El estudio, publicado en la revista *Appetite*, analiza si los hábitos y preferencias alimentarias de los usuarios de Facebook, de manera que se pudo predecir el consumo de alimentos de los propios participantes. Los investigadores reclutaron a 369 estudiantes universitarios y les pidieron que informaran de sus percepciones sobre la cantidad de personas en sus feeds de Facebook que comían frutas, verduras, aperitivos energéticos y bebidas azucaradas. Luego se les pidió que anotaran sus propios hábitos de consumo. Cuando se cruzaron los datos, se comprobó que la percepción de los participantes en el estudio sobre los hábitos de consumo de alimentos de sus amigos de Facebook predecía significativamente los hábitos de los participantes. Los que creían que sus círculos sociales "aprobaban" la comida basura decían comer más ellos mismos, mientras que los que pensaban que sus amigos

comían más frutas y verduras y evitaban las bebidas azucaradas también adoptaban esos hábitos (Millard, 2019).

Dicho esto, las consideraciones más relevantes al concluir el estudio fueron:

- Es más probable que se sigan los hábitos alimentarios vistos con más frecuencia en las redes sociales.
- Si los amigos de Facebook de los participantes en el estudio publicaban más comida chatarra, los participantes eran propensos a consumir comida chatarra con más frecuencia.
- Si los amigos de Facebook de los participantes en el estudio publicaban alimentos más saludables, los participantes eran propensos a consumir alimentos saludables con más frecuencia.

Estas consideraciones, coinciden con las obtenidas en un estudio previo en el que encontraron que principalmente en adultos jóvenes, las redes sociales podrían desempeñar un papel fundamental en los patrones de consumo alimenticio (Millard, 2019).

En el mundo de la psicología del comportamiento, está ampliamente aceptado que cuando los seres humanos están expuestos a "mensajes de normas sociales", esto influye en su comportamiento para emular ese comportamiento tan estrechamente como sea práctico para ellos. En otras palabras, las personas tratarán de adoptar hábitos alimenticios que imiten de cerca las normas socialmente aceptables o esperadas.

Como es de conocimiento común, antes de que las redes sociales formaran parte de la experiencia humana, esto significaba que la gente observaba cómo comía la gente de su entorno y los mensajes que rodeaban estos patrones alimentarios. Estas eran las normas sociales, y estaban influenciadas por la cultura, la ecología, la economía y el acceso, entre otros. Luego, construyeron patrones de alimentación basados en estas normas sociales.

Los más afectados por este fenómeno de condicionamiento conductual, son aquellos que se encuentran más en contacto con las redes sociales, que usualmente es la

población comprendida entre los 12 y los 35 años; sin embargo, los más afectados, son aquellos que están en edades de adolescencia (M.S, 2020).

Como se ha mencionado anteriormente, esta etapa de la vida del ser humano es la que implica más cambios en distintos niveles, a más de establecerse las pautas de comportamiento relacionadas con la dieta, la actividad física, el consumo de sustancias y la actividad sexual que pueden proteger su salud. Los recursos de los adolescentes son fundamentales para la salud en la vida posterior y determinan las trayectorias en la siguiente generación. En particular, el estilo de vida y la AFC establecidos durante esta fase son factores importantes que afectan directamente a la salud a lo largo de la vida (Millard, 2019).

Las redes sociales son herramientas de comunicación basadas en Internet para compartir ideas, información, imágenes y otros contenidos. Incluye Facebook, Twitter, YouTube, etc. Dado que se puede acceder a los medios sociales en tiempo real utilizando un smartphone y que la información se puede compartir fácilmente, la dependencia de los medios sociales está aumentando tanto en la vida de los adultos como en la de los adolescentes. Hur y Gupta informan de que alrededor del 85% de los adolescentes de entre 12 y 18 años utilizan las redes sociales. Los medios sociales son una parte inseparable de la vida de los adolescentes; sin embargo, estos suelen llevar a la toma de conductas alimenticias insalubres o pobres de balance que cumplan con los nutrientes necesarios para el correcto desarrollo del joven (Jeong & Shin, 2022).

## CAPÍTULO III: Diseño metodológico

### 3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio es de tipo cuantitativo, descriptivo, transversal y correlacional, con diseño no experimental, considerando lo mencionado se describen a continuación los siguientes elementos:

**Según su finalidad:** Se trata de una investigación fundamental, esto a causa de que se evidencia el efecto de las redes sociales sobre el consumo en la población y sus consecuencias; por lo que se plantea analizar la relación entre estas variables por medio de un estudio cuantitativo en el que se recurrirá a la técnica de la encuesta; esta contemplará un conjunto de preguntas de opción múltiple enfocadas en el consumo de redes sociales y en sus efectos sobre las costumbres alimenticias de la población a analizar.

**Según su objetivo gnoseológico:** Es una investigación descriptiva y correlacional, donde es posible evidenciar como se asocian las variables de estudio respecto a la influencia que tiene la una sobre la otra.

Esto se logrará gracias a la aplicación de procesos estadísticos a los datos recolectados, en los que se aplicará una revisión de la distribución porcentual de cada respuesta y consecuentemente se llevará a cabo un análisis inferencial dentro del cual se presenta la estimación de relación entre las variables por medio de la técnica del Chi Cuadrado. Estos análisis estadísticos fueron llevados a cabo por medio de los programas Excel y SPSS y se presentan en el apartado de anexos.

**Según su contexto:** Es una investigación de campo donde se aplicaron encuestas a estudiantes de secundaria con la finalidad de analizar sus percepciones y opiniones sobre el tema.

Esta encuesta se conforma de un total de 19 preguntas con respuestas de opción múltiple, separadas de manera que las primeras nueve se centran en el consumo de redes sociales y en la información nutricional adquirida, mientras que las restantes diez, van enfocadas en los hábitos alimenticios de los encuestados.

**Según el control de las variables:** El estudio es no experimental puesto que no se ejerce ningún tipo de manipulación sobre las variables.

**Según la orientación temporal:** Se tiene que es una investigación transversal debido a que se hace el levantamiento de información en un periodo establecido que es el año 2022, ni hacer réplicas posteriores.

**El diseño de la investigación es declarado como:** Cuantitativo

Por su parte, como perspectivas generales se evidencia los diferentes paradigmas que sobresalen dentro del desarrollo de la presente investigación, por lo cual se consideran los siguientes elementos:

**Papel del investigador en la investigación:** Recopiladora de información y de datos en campo por medio de revisión bibliográfica y de aplicación de encuestas, además interpreta los resultados para determinar las conclusiones del estudio.

**La interpretación y percepción de la realidad que interese al investigador:** Los adolescentes tienen a utilizar las redes sociales, lo que en la actualidad ha influido en sus decisiones en diferentes aspectos de la vida, por esta razón es conveniente analizar si el consumo de alimentos y bebidas ha sido parte de estos aspectos.

**La estructura del conocimiento que conciba el investigador:** Un factor fundamental de la investigación es que se aplican varios conocimientos y se adquieren otros, tales como los aspectos extrínsecos que influyen en los comportamientos de las personas, por lo tanto, el tipo de investigación promueve el fortalecimiento de habilidades y destrezas en el área de experticia.

## **3.2. La población y la muestra**

### **3.2.1. Características de la población**

La población de estudio se caracteriza principalmente por pertenecer a la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre, se trata de estudiantes que cursan el primero, segundo y tercer año del Bachillerato General Unificado (BGU), están dentro del grupo etario entre los 14 y 17 años. Así también, fueron elegidos debido a que utilizaban con

frecuencia las redes sociales y consumían alimentos en el bar del colegio y en los negocios fuera del establecimiento educativo.

### **3.2.2. Delimitación de la población**

Estudiantes del primero, segundo y tercer año del BGU de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre, siendo un total de 985 alumnos de los cuales 351 pertenecen al 1ero de BGU con nueve paralelos, 318 cursan el 2do de BGU con ocho paralelos y 316 que forman parte del 3ero de BGU con ocho paralelos. Además, estudian especialidades como ciencias, contabilidad e informática. Finalmente, se trata de una población finita, por lo que es posible generar acciones para determinar el tamaño de la muestra.

### **3.2.3. Tipo de muestra**

La muestra es de tipo probabilística clasificada como aleatorio simple, puesto que todos los participantes tuvieron la misma oportunidad de formar parte de la investigación.

### **3.2.4. Tamaño de la muestra**

Con la finalidad de determinar el tamaño de la muestra se ha elegido el uso de la siguiente fórmula que corresponde a poblaciones finitas:

**Fórmula 2:** Formula para determinar el tamaño de la muestra

$$n = \frac{N p q}{(N-1) \frac{E^2}{Z^2} + p q}$$

donde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento,  $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento,  $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%;  $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%,  $Z = 1,96$

$$n = \frac{985 * 0.5 * 0.5}{\frac{(985-1) * 0.05^2}{1.96^2} + (0.5 * 0.5)} = 276.59$$

$$n = 277 \text{ estudiantes}$$

### 3.2.5. Proceso de selección de la muestra

Al tratarse de una muestra probabilística, para la selección de participantes del estudio se empleó la fórmula para poblaciones finitas, con la finalidad de conocer la cantidad exacta con la cual se trabajaría para cumplir con los objetivos.

### 3.3. Los métodos y las técnicas

Con el fin de desarrollar el estudio se consideraron los siguientes métodos:

#### 3.3.1. Métodos Teóricos

**Análisis sintético:** Es un método que permitió determinar la veracidad respecto a la situación objeto de estudio, evaluando cada uno de los elementos que muestren razón lógica entre sí, con el propósito de realizar un acercamiento sobre la problematización y por ende, llevar a cabo una relación entre las variables de estudio para determinar la influencia del consumo de redes sociales sobre las costumbres alimenticias de la población de estudio definida.

**Hipotético deductivo:** Permite el correcto planteamiento de la hipótesis, así como también sirve como modelo científico para poder comprobar cada uno de los enunciados.

#### 3.3.2. Métodos Empíricos

**Complementarios:** Para la presente investigación se utilizó como técnica de investigación a la encuesta, la cual se aplicó para analizar la influencia de las redes sociales sobre el consumo de alimentos y bebidas en los estudiantes.

#### 3.3.3. Técnicas en Instrumentos

La técnica que se aplicó fue la encuesta, la misma que consistió en el registro de datos referente a la influencia de las redes sociales sobre el consumo de alimentos por parte de los estudiantes por medio de un conjunto de preguntas cerradas de opción múltiple en las que se propusieron inicialmente 9 preguntas orientadas al uso de redes sociales y consecuentemente 10 preguntas centradas en los hábitos alimenticios de los encuestados; de esta forma es posible verificar la relación entre las variables. Esto permite analizar los comportamientos de los jóvenes ante la problemática generada y determinar las consecuencias a la salud.

Como mencionado, el instrumento de recolección de datos fue un cuestionario que tuvo un total de 19 preguntas, las cuales fueron de selección múltiple con una sola opción de respuesta, en el cual se quiso analizar el uso de las redes sociales y la influencia que tienen en el consumo de alimentos en los estudiantes; instrumento que fue validado por 3 expertos en el campo de la alimentación y en la psicología del consumo de redes sociales.

De la misma manera, el instrumento fue aplicado de manera previa a una muestra específica a manera de comprobación del grado de confiabilidad del mismo, que se llevó a cabo por medio del análisis estadístico de las respuestas obtenidas en el programa estadístico SPSS, tal como se muestra en el anexo correspondiente.

### **3.4. Procesamiento estadístico de la información.**

Con la finalidad de tabular los datos recopilados se generó una base de datos mediante el uso del programa Microsoft Excel, donde fue posible organizar la información relacionada a las preguntas de estudio que se plantearon para lograr los objetivos previstos, lo que conlleva a tener un análisis sencillo, objetivo, claro y a la vez sencillo.

Así también, con la finalidad de tener resultados descriptivos e inferenciales de las variables de estudio, fue necesario utilizar el programa estadístico SPSS, en el cual se desarrolló un análisis bivariado que determinó las diferencias y correlaciones existentes entre las redes sociales y el consumo para definir si eran estadísticamente significativas.

### **3.5. Consideraciones Éticas**

En la presente investigación se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones éticas, donde se han considerado los siguientes aspectos:

- Consentimiento informado: Se trata de un instrumento en el cual es posible dar a conocer a los estudiantes del estudio el tema y objetivos de la investigación, por lo tanto, se trata de un instrumento que promueve la confidencialidad y hace que la participación sea libre y voluntaria.
- Resguardo de la información: Todos los datos son utilizados únicamente por los profesionales de la salud cuando se crea pertinente, así como en estudios posteriores y situaciones donde no se atente contra los derechos de los participantes del estudio.
- Valores: La investigación cumple con aspectos como la ética, el respeto y la responsabilidad con la información que se transmite.

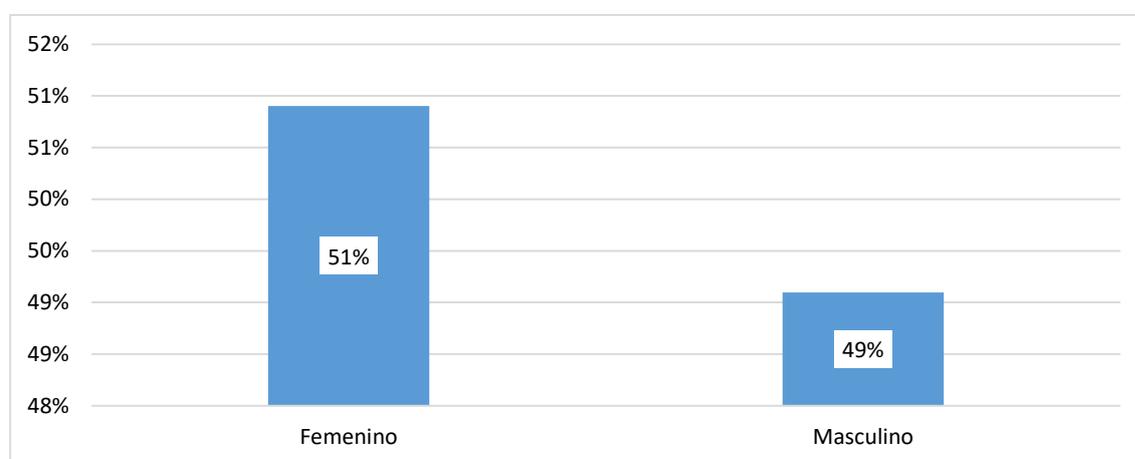
## CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de resultados

### 4.1 Análisis de la situación actual

#### 4.1.1. Análisis descriptivo

Tomando en consideración la estadística descriptiva, se realiza un análisis de datos como parte del diagnóstico inicial en la población de adolescentes entre 14 y 17 años de un colegio de la ciudad de Milagro, 2022.

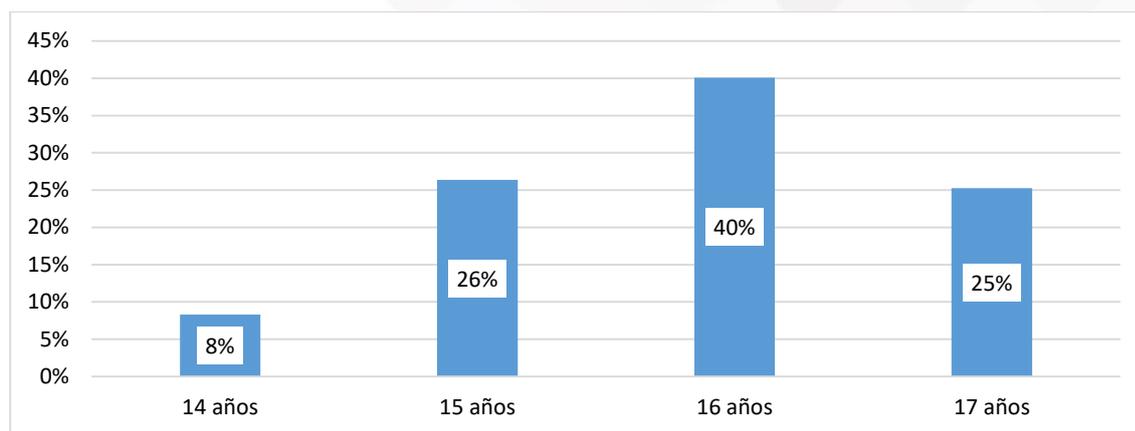
**Figura 2.** Distribución porcentual según el género



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** La mayoría de los adolescentes que fueron encuestados pertenecen al género femenino, siendo un porcentaje del 51% (n= 141), mientras que el porcentaje restante pertenece al género masculino que fue del 49% (n= 136).

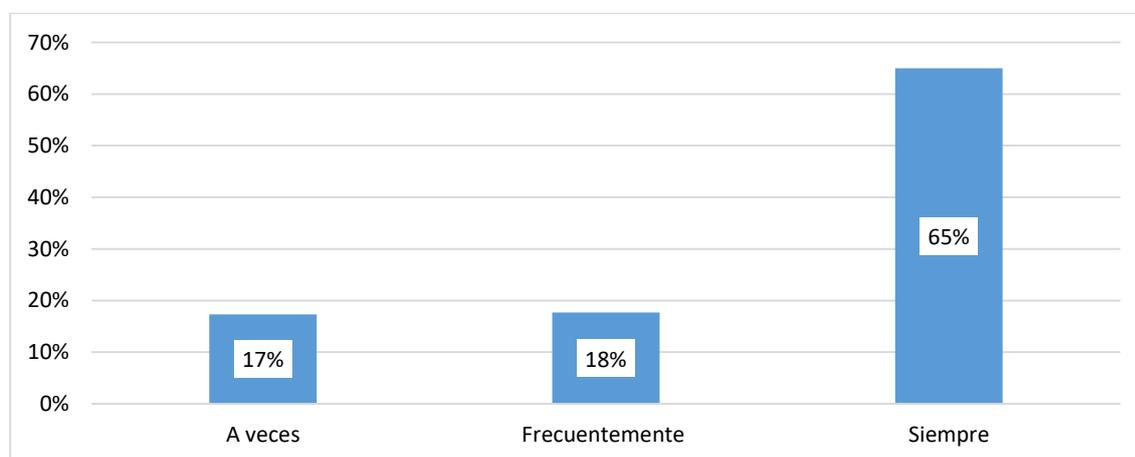
**Figura 3.** Distribución porcentual según la edad



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** De acuerdo a la edad, se ha evidenciado que la mayoría de los estudiantes tenían 16 años, siendo un porcentaje del 40% (n= 111), seguido por el 26% (n= 73) que tenía 15 años, mientras que el 25% (n= 70) estaba en los 17 años, finalmente estuvo la minoría con un 8% (n= 23) que tenía 14 años.

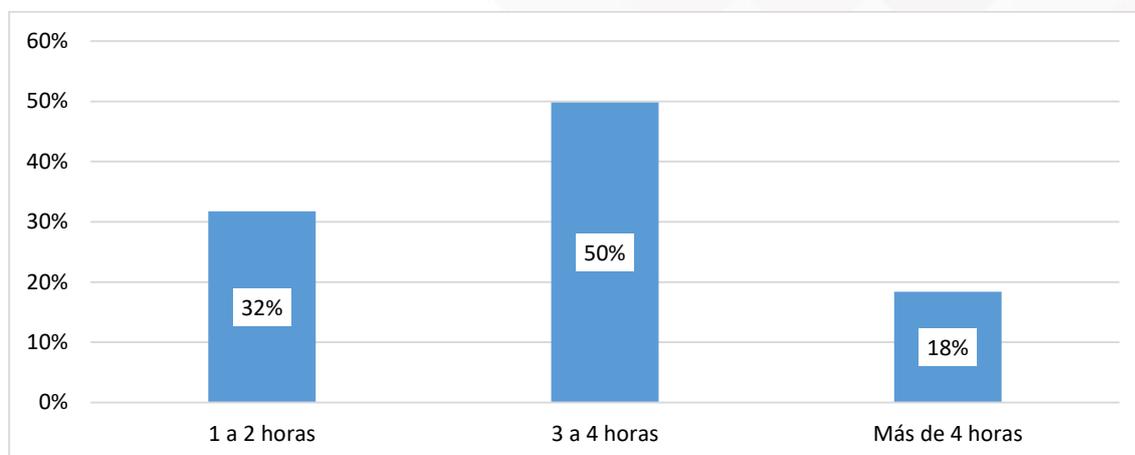
**Figura 4.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales o sitios web?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** Una gran proporción de estudiante utiliza siempre las redes sociales o sitios web, siendo un porcentaje del 65% (n= 180), seguido se tiene a aquellos alumnos que frecuentemente las usan con un 18% (n= 49), por su parte, una minoría solo las ha ejecutado a veces siendo de un 17% (n= 48). Una alta cantidad de personas diariamente hace uso de las redes sociales y sitios web.

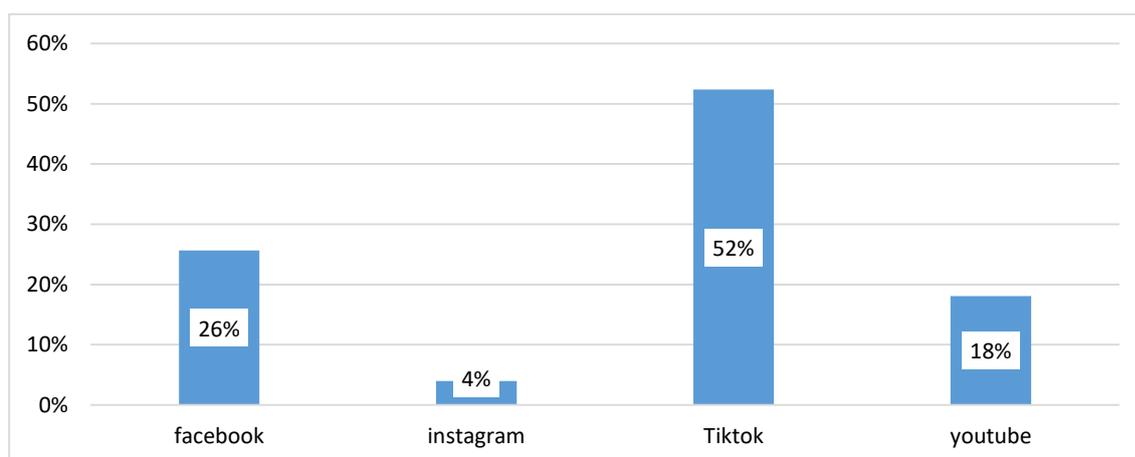
**Figura 5.** Distribución porcentual: ¿Cuánto tiempo designa por día al uso de las redes sociales o algún sitio web?



*Elaborado por: Jeslyn Barrera, 2022*

**Interpretación:** El 50% (n= 138) de los adolescentes encuestados utilizan las redes sociales o sitios web por un periodo de 3 a 5 horas, seguido por el 32% (n= 88) que las usa de 1 a 2 horas, por su parte la menor proporción las ejecuta por un periodo mayor a 4 horas, siendo un porcentaje de 18% (n= 51). Más de la mitad de estudiantes destina muchas horas al día para estar navegando en internet.

**Figura 6.** Distribución porcentual: ¿Qué red social y sitio web usa con mayor frecuencia?

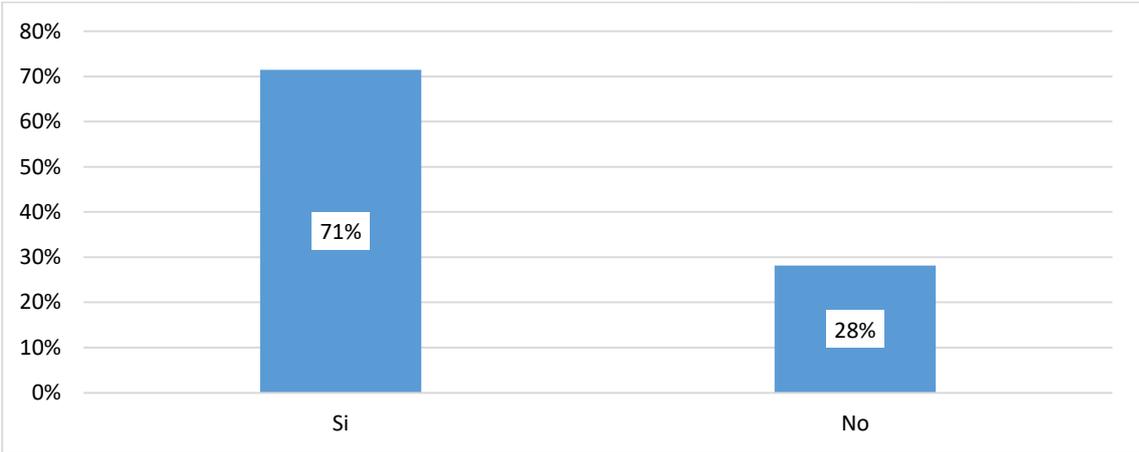


*Elaborado por: Jeslyn Barrera, 2022*

**Interpretación:** El 52% (n= 145) de los participantes utilizan con mayor frecuencia la red social Tik Tok, mientras que el 26% (n= 71) usa bastantes veces el Facebook, por

su parte el 18% (n= 50) pasa su mayor parte del tiempo YouTube y solo el 4% (n= 11) llega hacer varias actividades en Instagram. Tiktok y Facebook son las redes sociales que prefieren los adolescentes.

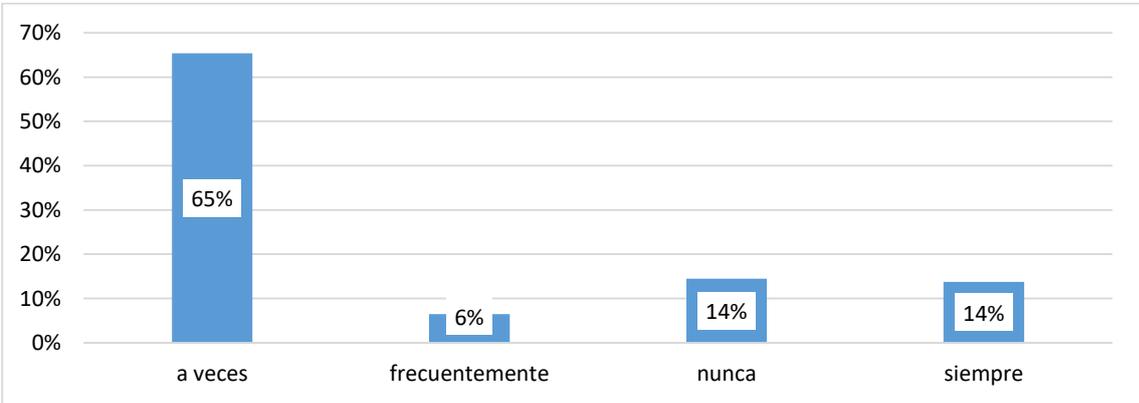
**Figura 7.** Distribución porcentual: ¿Eres seguidor de alguna red social, la cual brinda información sobre: alimentos, dietas o recetas?



*Elaborado por: Jeslyn Barrera, 2022*

**Interpretación:** El 71% (n= 198) de los participantes del presente estudio indicaron que si siguen alguna red social que brinda información sobre alimentos, dietas o recetas, mientras que el 28% (n= 79) manifestaron que no realizan este tipo de acciones en las redes sociales. Como se ha mostrado en la figura existe una alta cantidad de encuestados que sigue en las redes sociales a páginas que tienen que ver con alimentación y reciben la información que se presenta.

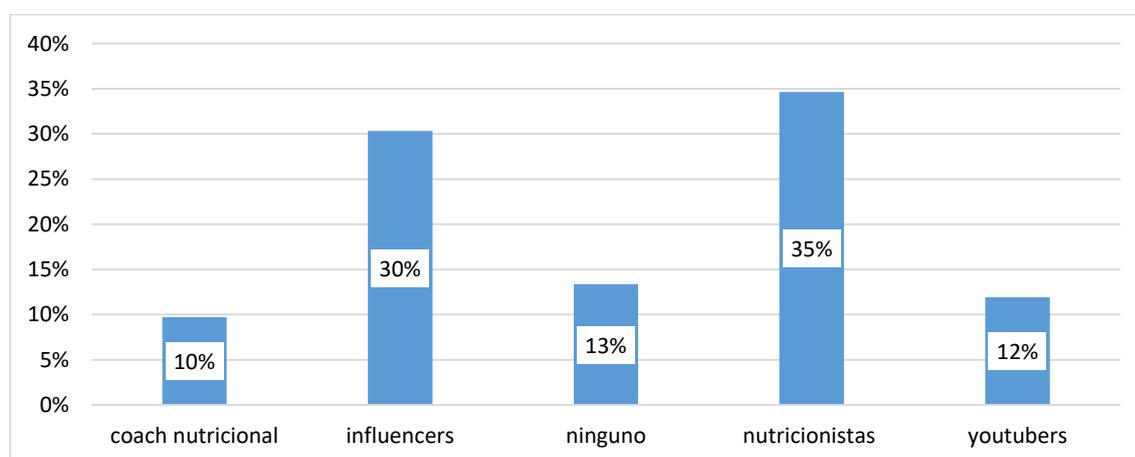
**Figura 8.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia busca información en las redes sociales sobre alimentación?



*Elaborado por: Jeslyn Barrera, 2022*

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados a veces realizan búsqueda sobre alimentación en las redes sociales, siendo un porcentaje del 65% (n= 181), mientras que el 14% (n= 40) nunca realiza este tipo de acciones, por su parte, el 13.7% (n= 38) siempre procede hacer la actividad mencionada, por último, el 6% (n= 18) lo realizan frecuentemente. La mayor parte de los adolescentes tienen una frecuencia media en cuanto a la búsqueda de información mediante las redes sociales para encontrar datos sobre alimentación.

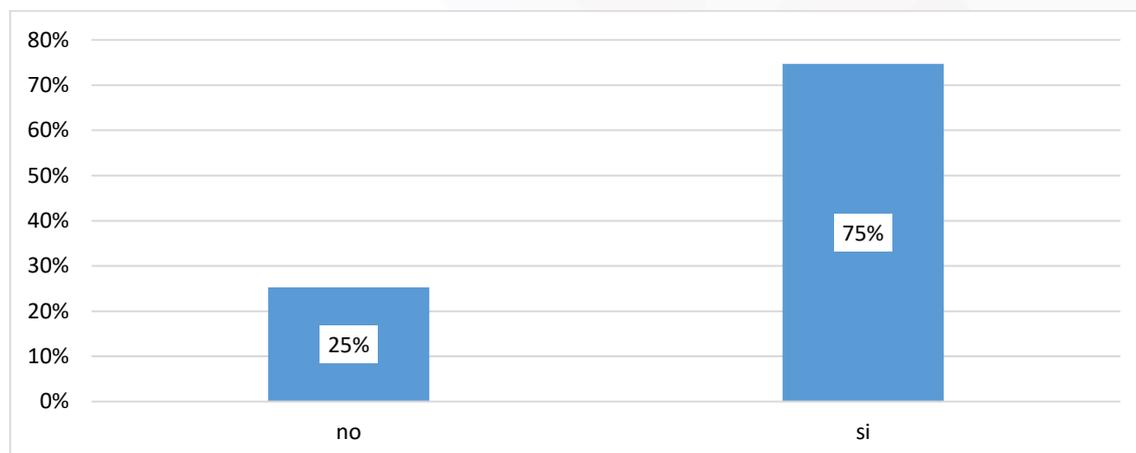
**Figura 9.** Distribución porcentual: ¿Quién dirige la red social que sigue?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** Para el 35% (n= 96) la información sobre alimentación es obtenida de nutricionistas a través de las redes sociales, seguido por el 30% (n= 84) que mencionaron que son influencers, por su parte, el 13% (n= 37) señalaron que no siguen a ninguna de las personas que se mencionó en la encuesta, mientras que el 12% (n= 33) evidenciaron que la información es proporcionada por Youtubers, finalmente el 10% (n= 27) expusieron que siguen a Coach nutricionales. En la mayoría de los casos los adolescentes reciben información de nutricionistas e influencers.

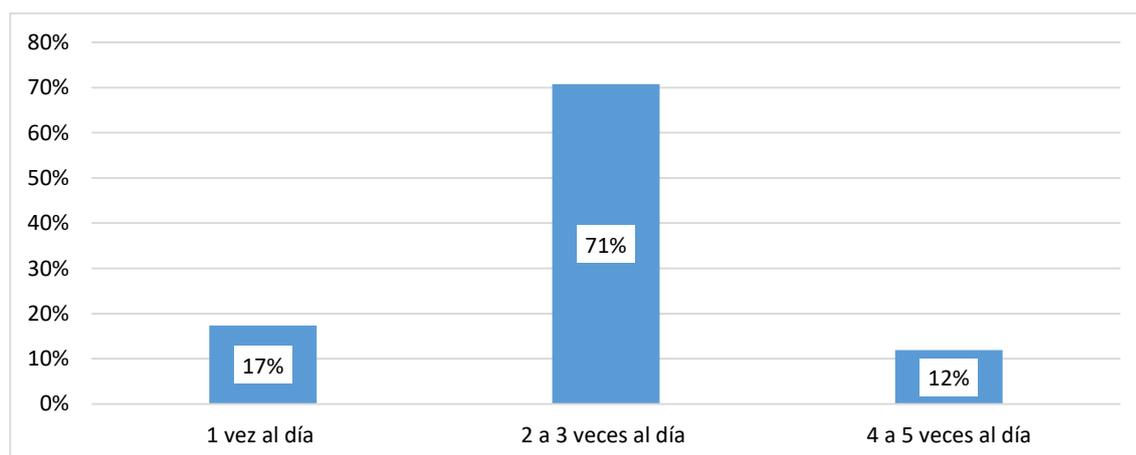
**Figura 10.** Distribución porcentual: ¿Aplicas la información sobre alimentación, dietas y recetas, que obtienes de la red social o sitio web en tu diario vivir?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El 75% (n= 207) de las personas que fueron encuestadas mencionaron que si aplican la información que ven en las redes sociales o sitios web en relación a los alimentos, dietas y recetas, mientras que el porcentaje restante que fue del 25% (n= 70) no han realizado estas acciones. Se evidencia que una gran proporción de encuestados decide su alimentación a partir de lo que ven en las redes sociales y sitios web.

**Figura 11.** Distribución porcentual: ¿Cuántas veces al día consume alimentos?

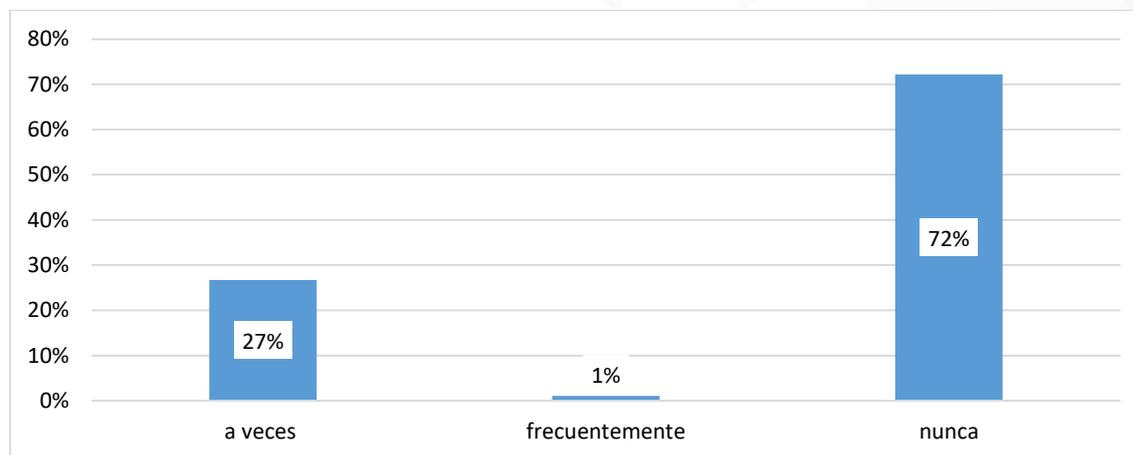


**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El 71% (n= 196) de los estudiantes mencionaron que consumen alimentos de dos a tres veces al día, seguido por el 17% (n= 48) que indicaron hacerlo una vez al día y una minoría señaló realizar el consumo de 4 a 5 veces al día con un

porcentaje del 12% (n= 33). Por lo general, los encuestados consumen alimentos las veces adecuadas en el día.

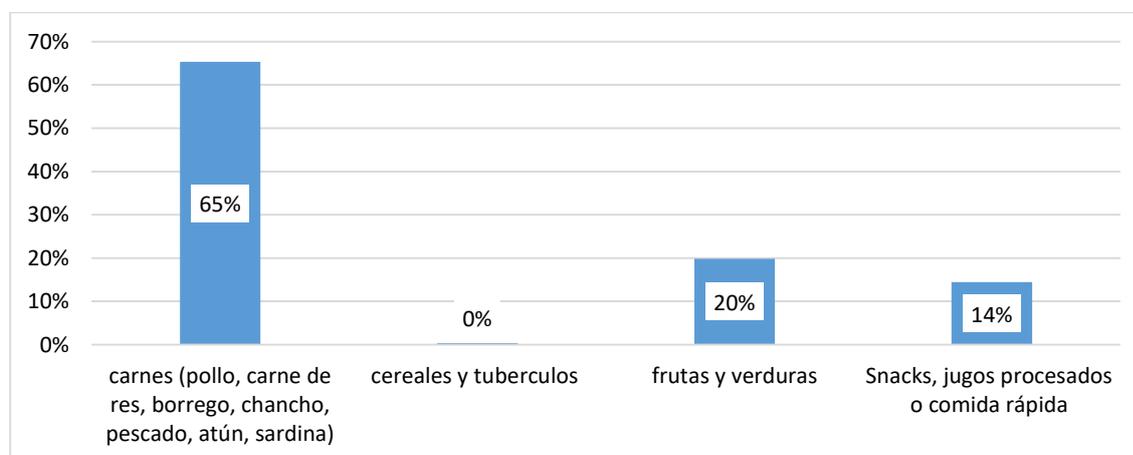
**Figura 12.** Distribución porcentual: ¿Dejas de consumir alguna comida, por hacer uso de las redes sociales y páginas web?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** De acuerdo al 72% (n= 200) nunca han dejado de consumir alimentos por el uso de redes sociales y páginas web, mientras que el 27% (n= 74) lo han hecho a veces y solo el 1% (n= 3) han dejado algunos alimentos de lado de forma frecuente, observándose cierta influencia de estos sitios de internet en las decisiones de los adolescentes. En su mayoría los adolescentes no han dejado de consumir sus alimentos habituales a causa de lo que indican en las redes sociales.

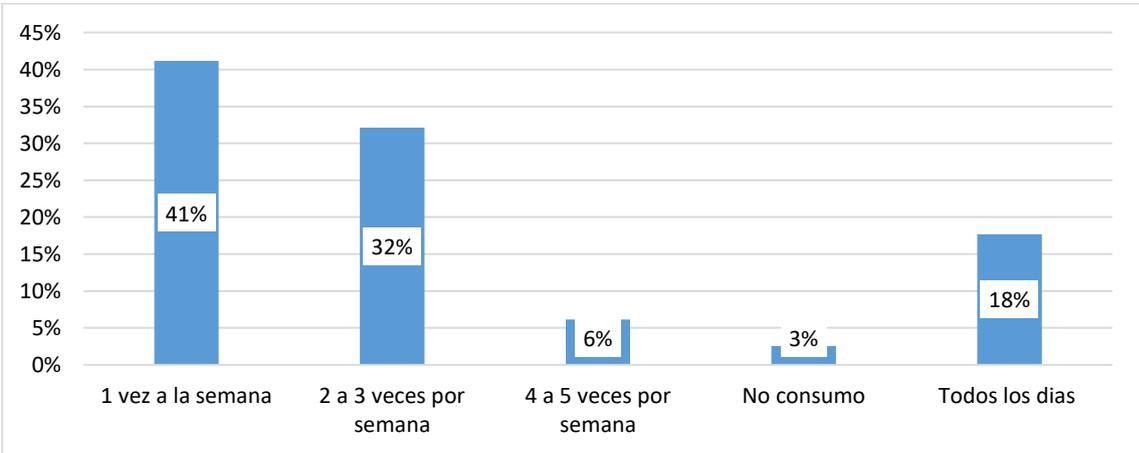
**Figura 13.** Distribución porcentual: ¿Cuál es su preferencia alimentaria?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El 65% (n= 181) de los adolescentes objeto de estudio prefieren consumir carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún y sardina), seguido por el 20% (n= 55) que consume mayoritariamente frutas y verduras, el 14% (n= 40) por su parte optan por los snacks, jugos procesados o comidas rápidas, y una minoría le gustan los cereales y tubérculos, siendo un porcentaje del 0.4% (n= 1). Cabe destacar que, aunque existen adolescentes con un consumo inadecuado de comida procesada, existen otros que consumen carnes, frutas y verduras.

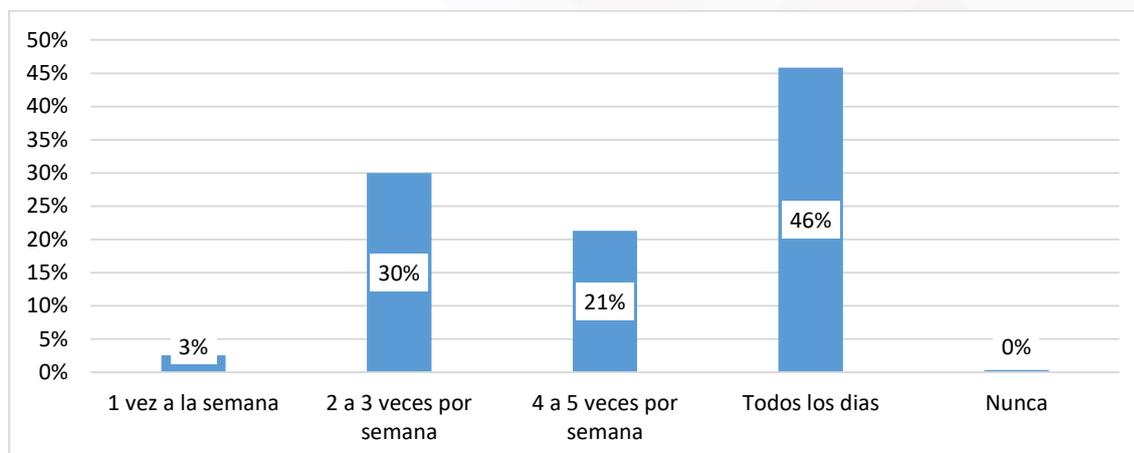
**Figura 14.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El consumo de lácteos como leche, yogurt o queso es de una vez a la semana para el 41% (n= 114), mientras que para el 32% (n= 89) es de dos a tres veces por semana, por su parte, el 18% (n= 49) lo hace todos los días, seguido por el 6% (n= 17) que lo realizan de 4 a 5 veces por semana y una minoría del 3% (n= 8) no los consume. La mayoría de los encuestados tiende a consumir lácteos en baja frecuencia.

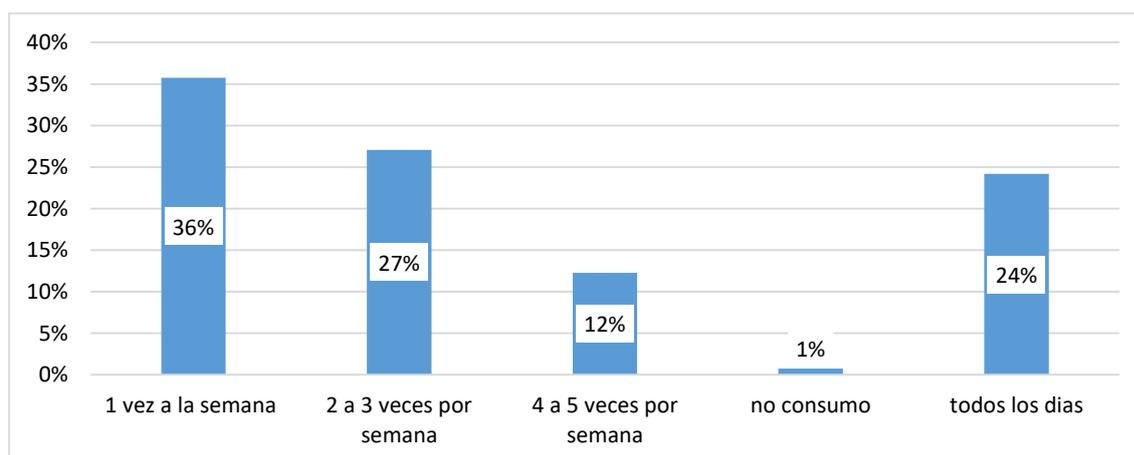
**Figura 15.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina)?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El 46% (n= 127) de los encuestados consumen carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina) todos los días, por su parte, el 30% (n= 83) ingieren este tipo de alimentos de dos a tres veces por semana, mientras que el 21% (n= 59) lo hacen de 4 a cinco veces por semana, mientras que el 3% (n= 7) solo lo hace una vez a la semana, solo una minoría tiende a no consumirlos 0.4% (n= 1). Gran parte de los adolescentes consumen carne muy a menudo.

**Figura 16.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume frutas?

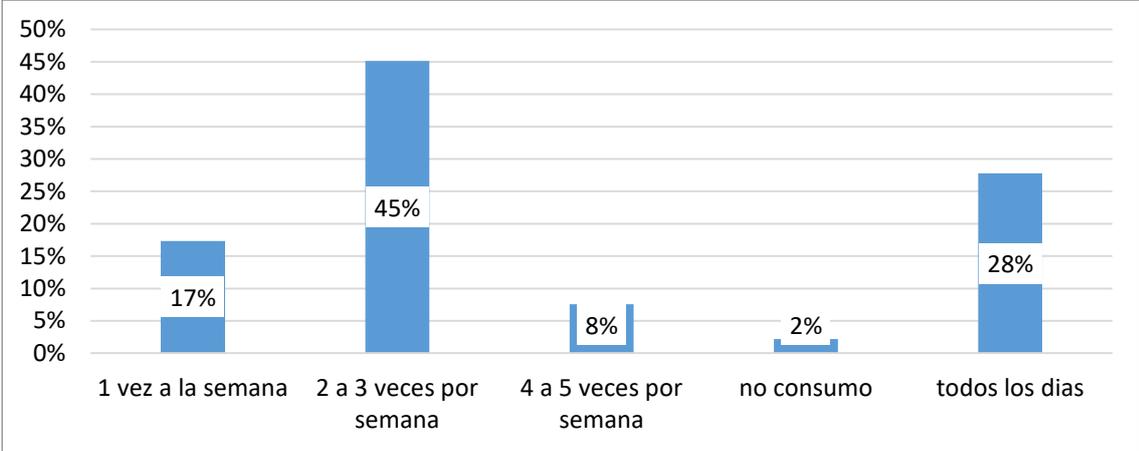


**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El consumo de frutas por el 36% (n= 99) es de una vez a la semana, seguido por el 27% (n= 75) que las ingieren de dos a tres veces por semana, así también, el 24% (n= 67) lo realizan todos los días. Mientras que para el 12% (n= 34)

el consumo es de cuatro a cinco veces por semana, solo el 1% (n= 2) no las consume. Se evidencia que la mayoría de los adolescentes consumen frutas en la actualidad.

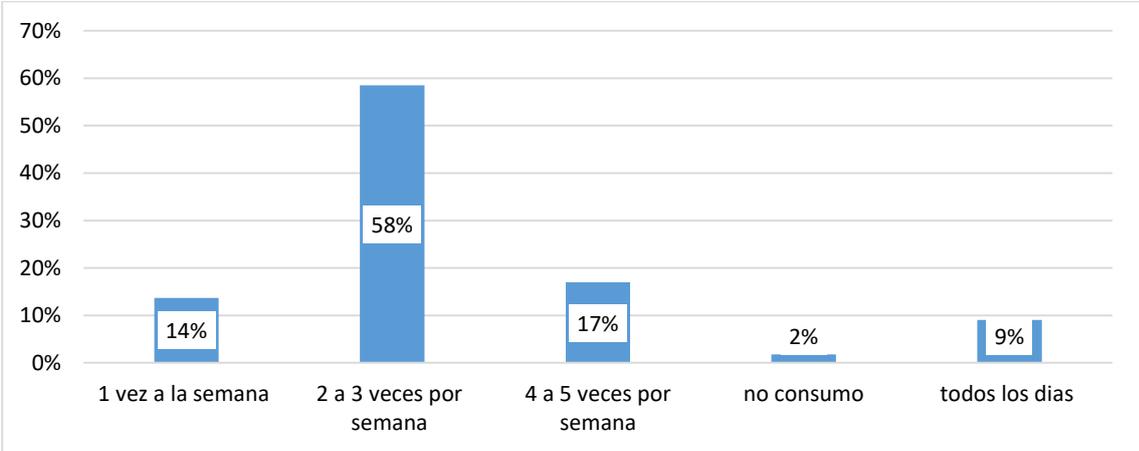
**Figura 17.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume verduras?



*Elaborado por: Jeslyn Barrera, 2022*

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados consumen verduras de dos a tres veces por semana, siendo un porcentaje del 45% (n= 125), mientras que para el 28% (n= 77) la ingesta la realizan todos los días, por su parte, el 17% (n= 48) lo ejecutan una vez a la semana, así también, el 8% (n= 21) efectúan esta acción de cuatro a cinco veces por semana y solo el 2% (n= 6) no las consumen. Al igual que en el caso anterior, los estudiantes tienden a consumir verduras, aunque sea en baja frecuencia.

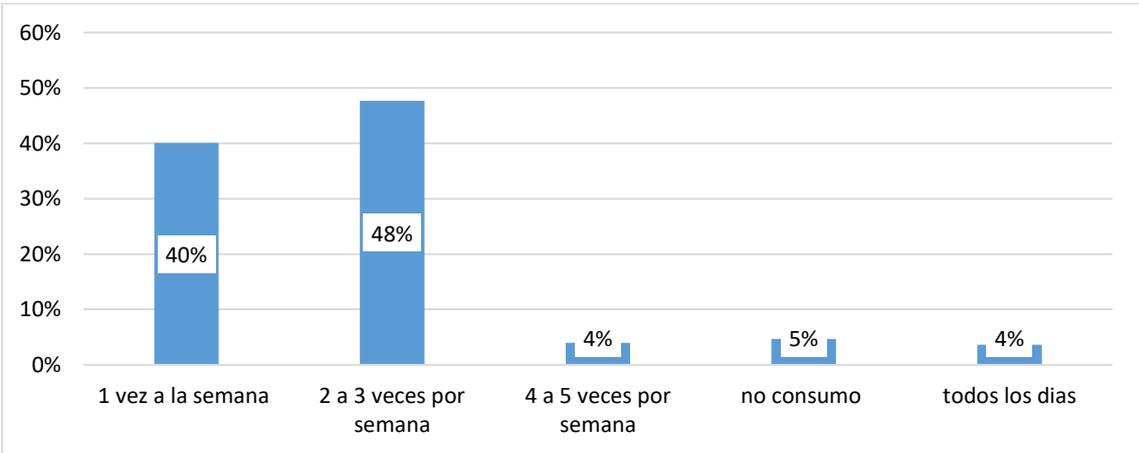
**Figura 18.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume harinas y sus derivados (pan, bizcochos, pastas, tallarines, etc.)?



*Elaborado por: Jeslyn Barrera, 2022*

**Interpretación:** El 58% (n= 162) de los adolescentes consumen harinas y sus derivados (pan, bizcochos, pastas, tallarines, etc.) de dos a tres veces por semana, seguido por el 17% (n= 47) que ingieren este tipo de alimentos de cuatro a cinco veces por semana, por su parte, el 14% (n= 38) lo hacen una vez a la semana, el 9% (n= 25) tienden a realizar esta acción todos los días y solo el 2% (n= 5) no los consumen. Gran parte de la población de estudio consumen harinas y sus derivados frecuentemente.

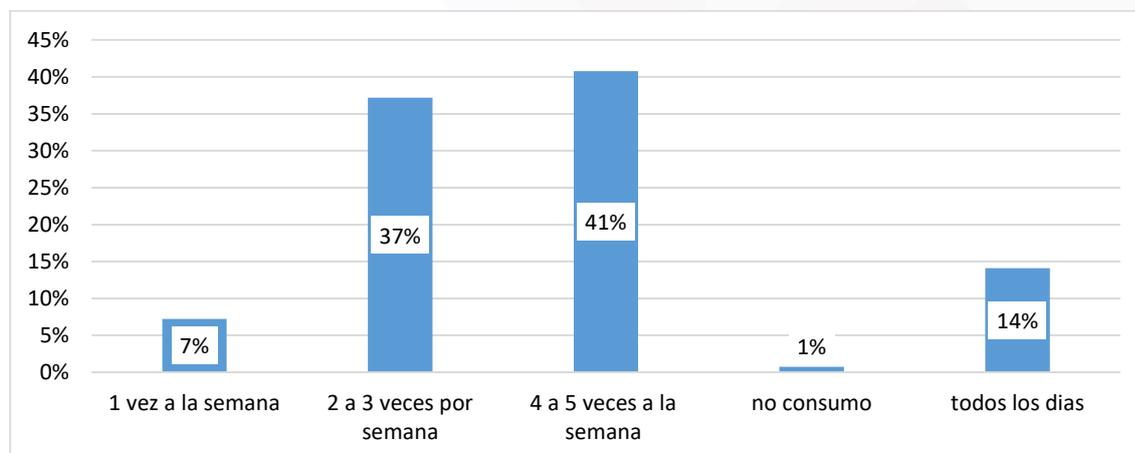
**Figura 19.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume Snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles)?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El 48% (n= 132) de los adolescentes consumen Snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles, etc.) de dos a tres veces por semana, mientras que el 40% (n= 111) lo ejecutan una vez a la semana, por su parte, el 5% (n= 13) no los consume, así como el 4% (n= 11) lo realizan de cuatro a cinco veces por semana, finalmente el 3.6% (n= 10) ingieren este tipo de alimentos todos los días. Se observa que la mayoría de los estudiantes tienden a consumir productos procesados.

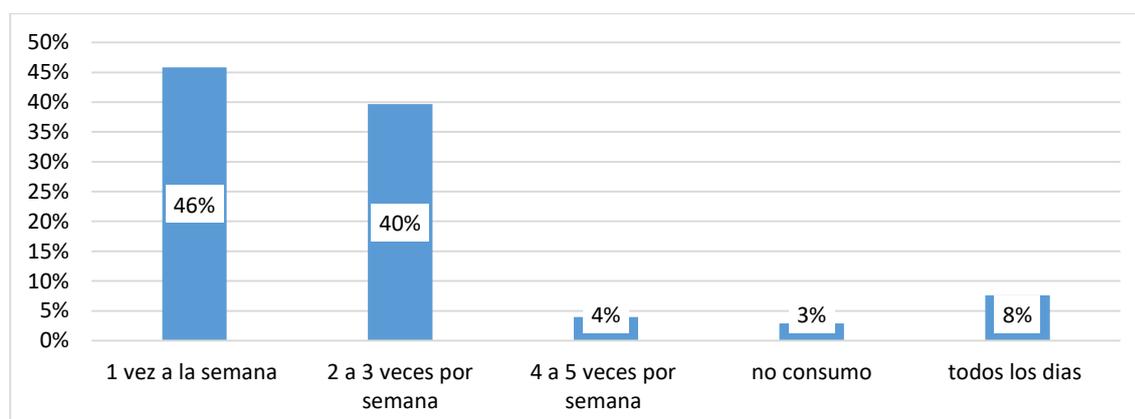
**Figura 20.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa, yuca, camote, zanahoria blanca, etc.)?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados consumen tubérculos (papa, yuca, camote, zanahoria blanca, etc.) de cuatro a cinco veces a la semana, siendo un porcentaje de 41% (n= 113), de igual manera, el 37% (n= 103) lo realiza de dos a tres veces por semana, para el 14% (n= 39) la ingesta de este tipo de alimentos es todos los días, por su parte, el 7% (n= 20) ejerce esta acción una vez a la semana y el 1% (n= 2) no los consume. Se evidencia que los tubérculos son consumidos frecuentemente por la mayoría de los participantes del estudio.

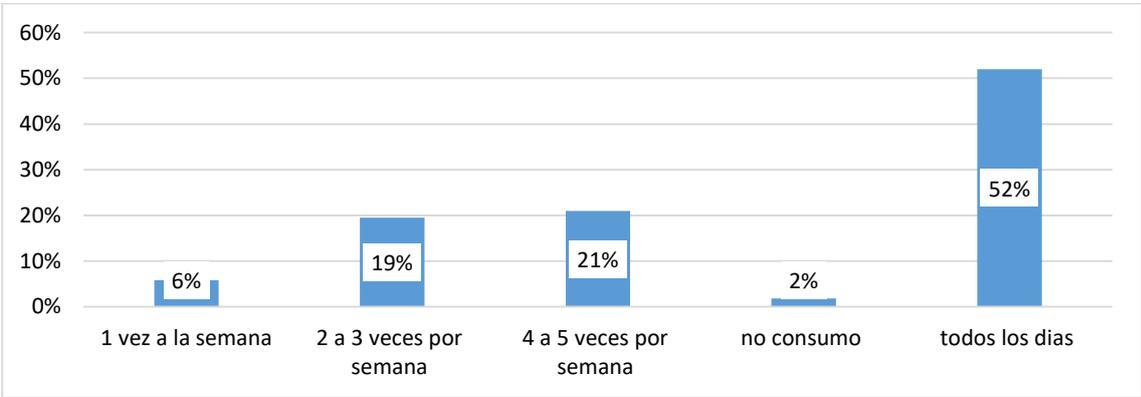
**Figura 21.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** El 46% (n= 127) de los adolescentes objeto de estudio consumen gaseosas y jugos procesados una vez a la semana, seguido por el 40% (n= 110) que lo hacen de dos a tres veces por semana, por su parte, el 8% (n= 21) tiende a ingerir estas bebidas todos los días, mientras que el 4% (n= 11) ejecuta estas acciones de cuatro a cinco veces por semana, finalmente, solo el 3% (n= 8) no los consume. Las gaseosas y jugos procesados son consumidos frecuentemente por gran parte de los participantes.

**Figura 22.** Distribución porcentual: ¿Con qué frecuencia consume cereales (arroz, arroz integral, quinua, amaranto)?



**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022

**Interpretación:** La mayoría de los participantes consumen cereales (arroz, arroz integral, quinua, amaranto) todos los días, siendo un porcentaje del 52% (n= 144), mientras que el 21% (n= 58) los ingieren de cuatro a cinco veces, por su parte, el 19% (n= 54) tienden a utilizar los cereales en su dieta de dos a tres veces por semana, así como el 6% (n= 16) lo realizan una vez a la semana, por último, solo el 2% (n= 5) no los consumen. Como se puede apreciar una alta cantidad de adolescentes consume cereales con gran frecuencia.

#### 4.1.2. Análisis inferencial

También se realiza un análisis inferencial con la finalidad de observar la influencia que tienen las plataformas digitales en los hábitos de consumo de los adolescentes, como se muestra a continuación:

**Tabla 1.** Tabla cruzada entre el uso de plataformas digitales y los hábitos de consumo

		Hábitos de consumo		
		Adecuados	Inadecuados	Total
Uso de plataformas digitales	Frecuente	148	67	215
	Infrecuente	24	38	62

*Fuente:* U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

*Elaborado por:* Jeslyn Barrera, 2022.

**Tabla 2.** Tabla correlacional entre el uso de plataformas digitales y los hábitos de consumo.

		Correlaciones	
		Uso de plataformas digitales	Hábitos de consumo
Uso de plataformas digitales	Correlación de Pearson	1	,364**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	277	277
Hábitos de consumo	Correlación de Pearson	,364**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	277	277

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente:* U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

*Elaborado por:* Jeslyn Barrera, 2022.

**Tabla 3.** *Tabla correlacional entre el uso de plataformas digitales y los hábitos de consumo*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>					
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,168 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	39,407	1	,000		
Razón de verosimilitud	37,054	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	67,482	1	,000		
N de casos válidos	277				

a. 1 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,82.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera, 2022.

**Interpretación:** De los datos que se muestran en la tabla cruzada sobre las variables de uso de plataformas digitales y los hábitos de consumo, se ha evidenciado que la mayoría de los encuestados que tienen hábitos adecuados son los mismos que usan de forma frecuente las plataformas digitales siendo un total de 148 personas, solo 24 no utilizan de forma frecuente. Por su parte, la correlación de Pearson evidencia que existe relación estadística significativa, esto a causa de que se cumple la regla de decisión donde  $p < 0.5$  por ello es posible aceptar la hipótesis alternativa, el coeficiente de correlación fue de 0.364 siendo un valor positivo que indica que el uso de plataformas digitales influye en los hábitos de consumo, mejorando las dos a la vez. Con la finalidad corroborar lo mencionado se ejecutó un análisis de Chi cuadrado, donde la significancia fue de 0.000 que resultó similar a la razón verosimilitudes, donde

también se cumple la regla de decisión. Finalmente, al tenerse un porcentaje de 25% de casillas fue posible tener una frecuencia inferior a 5 por lo que descarta el estadístico de Fisher, demostrando que las variables de estudio tuvieron relación.

#### **4.2 Verificación de las Hipótesis**

En el estudio, se procedió a verificar la hipótesis con el propósito de aceptarla o rechazarlas:

- Hipótesis general: Las plataformas digitales influyen significativamente en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14 - 17 años de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre.

En el análisis estadístico inferencial se observó que el uso de plataformas digitales influye en el hábito de consumo, es decir, existe una relación positiva, donde el valor que tiene que ver con  $p$  fue de 0.00, donde es posible determinar el cumplimiento de la regla de decisión que señala que  $p < 0.05$  lo que evidencia que el  $H_1$  se acepta. De esta forma, los hábitos de consumo alimenticios están influenciados por las plataformas digitales.

### 4.3 Análisis Comparativo

En el presente estudio se analizó la influencia que tienen las diferentes plataformas digitales en los hábitos de consumo alimenticio en los adolescentes entre los 14 y 17 años de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre. De lo cual se destacan varios resultados importantes que demuestran el cumplimiento de los objetivos propuestos. De esta manera, una gran proporción de participantes fueron del género femenino y de edades de 16 años, estos hallazgos fueron similares a los encontrados en la investigación de Morales et al. (2021) donde el 72% fueron adolescentes mujeres que tienen a utilizar frecuentemente las redes sociales y diferentes sitios web.

Sin embargo, existen estudios donde gran parte de la población analizada fueron del género masculino, como es el caso del estudio de Fernández (2019) en el cual el 53% fueron hombres que adoptaban nuevos hábitos y comportamientos de consumo al mismo tiempo que utilizan frecuentemente las redes sociales o cualquier otro sitio web. De igual manera, sucedió con el estudio de Coates et al. (2019) donde el 79% de la población de estudio fueron del género masculino observándose como las personas que más consumen alimentos procesados en comparación con las mujeres.

Por otro lado, se observa que la mayoría de los adolescentes utilizan de forma frecuente las redes sociales y los sitios web con un tiempo de 3 a 4 horas al día, siendo las más utilizadas TikTok y Facebook, estos datos son corroborados por otros estudios similares como es el caso de Morales (2021), en el cual más del 50% de los participantes el dedicaba a sus redes sociales más de 3 horas al día, mientras que en la investigación de Díaz y Bújez (2011) el 72% de los adolescentes entre los 13 y 17 años utilizan las redes sociales más de 3 horas en el día, siendo una de las más frecuentadas la red social Facebook.

A pesar de lo mencionado, los hallazgos difieren de los encontrados en el estudio de Echebur y Sebasti (2010), donde el 68% de los estudiantes utilizan las redes sociales entre 1 y 2 horas a causa de que sus padres y maestros les han planificado sus actividades en redes sociales y en sitios web de forma programada. Por su parte, en el estudio de Fernández (2022) la red social más utilizada fue Instagram. Los resultados muestran que en algunos casos se han establecidos medidas para reducir el tiempo de uso en redes sociales y sitios web, mientras que otras investigaciones los estudiantes tienen más libertades para ejecutar actividades en línea.

Adicional a lo manifestado, los adolescentes indicaron que siguen páginas de redes sociales con la finalidad de informarse sobre alimentos, dietas o recetas, donde se efectúa una búsqueda a veces, sin dejar de lado que las mismas son dirigidas por nutricionistas e influencers. En este caso, datos similares fueron registrados por el estudio de Ferrer (2018), en el cual el 58% de los participantes hacen uso de las redes sociales para conocer más sobre nuevas formas de alimentarse o adquirir nuevos hábitos alimenticios. Algo similar sucedió con el estudio de Míguez (2019) donde el 92% de los adolescentes siguen por lo menos a una persona que brinda información sobre alimentación. Como se puede observar los adolescentes han optado por buscar información de todo tipo a través de las redes sociales, así mismo sucede con la alimentación.

En relación a la aplicación de la información receptada mediante las redes sociales en cuanto a la alimentación, dietas y recetas, la mayoría de los encuestados la utiliza en su diario vivir. Esto lo corrobora el estudio de Navarrete et al. (2017) donde gran parte de los adolescentes llevan a seguir al pie de la letra todo lo que mencionan en las redes sociales, incluso para Hernández et al., (2017) determina que las redes sociales logran cambiar las actitudes, hábitos y comportamientos en los niños y adolescentes inclusive su forma de alimentarse. Todo lo mencionado refleja que los participantes tienden a consumir información a través de plataformas digitales, pero no se sabe si la misma es de fuentes como especialistas o no, lo cual puede influir en su salud.

A pesar de que se evidencia una posible relación, una gran parte de los estudiantes manifestaron que nunca han dejado de consumir alguna comida por hacer uso de las redes sociales o páginas web. De igual manera, sucedió en la investigación de Echebur y Sebasti (2010) donde el 49% de los alumnos no han eliminado productos alimenticios de su dieta diaria. Por estas razones es posible manifestar que, aunque los estudiantes utilicen las redes sociales para buscar información sobre alimentos y dietas, esto no representa que eliminen, reduzcan o replacen los alimentos habituales.

Con la finalidad de hacer un análisis sobre la alimentación de los alumnos y los hábitos de consumo que tienen, fue posible observar que la mayoría de los participantes ingiere alimentos de 2 a 3 veces al día, siendo el alimento de preferencia las carnes, seguido por las frutas, lo que muestra que los hábitos de consumo en la mayoría de los encuestados son los adecuados. Pero esto difiere con los resultados de Díaz y Bújez (2011) donde gran parte de la población estudiantil consume alimentos procesados de forma frecuente lo que perjudica su salud, mientras que el consumo de frutas y verduras es muy bajo.

En cuanto al consumo de cada producto se evidencia que los lácteos, frutas, gaseosas y jugos procesados se ingieren en su mayoría una vez a la semana, mientras que con las carnes y cereales el consumo es diario, en cuanto a las verduras, harinas y Snacks se lo realiza de 2 a 3 veces por semana, por su parte, los tubérculos se ingieren de 4 a 5 veces por semana. Como se puede apreciar, anteriormente se indicó que las carnes y las frutas son de consumo frecuente, pero al analizar cada producto de forma independiente, se evidencia que los cereales llegan a reemplazar a las frutas, haciendo que su consumo sea diario. Esto resulta similar al estudio de Meléndez et al. (2017), donde el 78% de los encuestados consumían mayoritariamente carnes y cereales, mientras que en baja cantidad eran los Snacks y harinas.

En relación a la hipótesis sobre la influencia del uso de las plataformas digitales sobre los hábitos de consumo, se tiene que hubo correlación estadísticamente significativa, confirmándose la misma. De igual manera, sucedió con el estudio de Coates et al. (2019) donde se observó que una variable influía en la otra, así también, se observó en la investigación de Míguez (2019) en el cual las redes sociales permitían un cambio en los comportamientos de los seguidores para ingerir comida saludable, mientras que, en el estudio de Morales et al. (2021) las redes sociales convirtieron en negativos los comportamientos alimenticios de los adolescentes haciendo que sus hábitos sean inadecuados.

Finalmente, es posible evidenciar que en la presente investigación el uso de las plataformas digitales tiene una influencia positiva en los hábitos de consumo de alimentos en los adolescentes, sin embargo, la metodología utilizada solo contempla a una población e institución educativa concreta, lo cual limita la generalización de lo mencionado a otros sectores y estudiantes, de esta manera, queda claro que es necesario ampliar la muestra en estudios futuros para conocer más acerca de las variables y su relación.

## **CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1 Conclusiones**

Para los objetivos específicos, el primero planteó identificar el tiempo y uso de redes sociales en los adolescentes, lo cual resultó en que la mayoría de los adolescentes bajo estudio utilizan siempre las redes sociales durante 3 -4 horas diarias.

Por otra parte, el segundo objetivo específico se centró en determinar la red social más utilizada e intereses de búsqueda de información alimentaria en los adolescentes, lo cual resultó en una mayor incidencia de redes como TikTok, seguida por Facebook y YouTube, en las cuales los adolescentes bajo estudio siguen páginas y contenidos que brindan información sobre alimentos, dietas o recetas

Para el tercer objetivo específico, como mencionado previamente, se planteó establecer los hábitos de consumo alimenticio de los adolescentes a través del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, lo cual resulta en que los jóvenes bajo estudio acuden a contenido enfocado en alimentación proporcionado principalmente por influencers, quienes usualmente promueven conductas alimenticias y el consumo de alimentos desequilibrados.

Una vez cumplidos los objetivos seleccionados para el estudio por medio de su respectivo análisis, se puede aceptar la hipótesis general que afirma que las plataformas digitales influyen significativamente en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14 - 17 años de la Unidad Educativa Vicente Anda Aguirre.

## 5.2 Recomendaciones

Según las conclusiones emitidas para la presente investigación, se pueden definir las siguientes recomendaciones:

- Para el primer objetivo específico, es recomendable fomentar a los jóvenes a reducir el tiempo dedicado al consumo de redes sociales por medio de planes de acción en los que se incite al desarrollo de ulteriores actividades.
- Para el segundo objetivo específico, debido al auge en el que se encuentran las redes sociales mencionadas, la recomendación recae sobre el contenido y el redireccionamiento del consumo de este hacia uno más informativo por medio de campañas de concientización y socialización de las posibilidades ofrecidas por las plataformas al momento de brindar contenido informativo.
- Por ultimo para el tercer objetivo específico, al igual que el segundo, es recomendable el redireccionamiento del consumo de cierto contenido hacia uno más informativo, creado por profesionales realmente conocedoras de las temáticas alimenticias.
- Dicho esto, en el conjunto, la principal recomendación hacia las autoridades de la institución recae sobre la posibilidad de crear planes de intervención y socialización de los distintos contenidos accesibles en las redes sociales en cuanto a alimentación se trata.

## Bibliografía

Alcázar Ponce, P. J. (2020). Ecuador Estado Digital. *Mentirno – Innovation & Lifetime Value Partners*, 37.

Armando, J., Meléndez, B., Vega, S., Radilla, C. C., Cervera, S. B., Nava, L. G. H., Chavez, V., & Murillo, J. M. E. (2017). *Hábitos alimentarios , actividad física y estilos de vida en adolescentes escolarizados de la Ciudad de México y del Estado de Michoacán Introducción Material y métodos*. 23(1).

Brittany Allen, MD, FAAP y Helen Waterman, D. (2019). *Healthy Children.org*. Etapas de la adolescencia. <https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx>

Carmen, C. M. (2018). Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes en el estado de Guanajuato. *Revista CIMEXUS*, 13(2), 71-88.

Coates, A. (2022). *Las redes sociales ejercen una gran influencia en la alimentación de los jóvenes*. <https://www.hacerfamilia.com/nutricion/redes-sociales-ejercen-gran-influencia-alimentacion-jovenes-20190827185044.html>

Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., & Boyland, E. J. (2019). *Social Media Influencer Marketing and Children ' s Food Intake: A Randomized Trial*. 143(4). <https://doi.org/10.1542/peds.2018-2554>

Colom Bauzá, J., & Fernández Bennassar, M. del C. (2009). Adolescencia y desarrollo emocional en la sociedad actual. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 235-242.

Dahl, R. E., Allen, N. B., Wilbrecht, L., & Suleiman, A. B. (2018). Importance of investing in adolescence from a developmental science perspective. *Nature*, 554(7693), 441-450. <https://doi.org/10.1038/nature25770>

Díaz Mohedo, T. M., & Vicente Bújez, A. (2011). Los jóvenes como consumidores en la era digital Youth as consumers in the digital age Nuevas formas de realidad social: Comunicación y acceso al conocimiento en la era digital. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14, 127-134.

Dienlin, T., & Johannes, N. (2020). The impact of digital technology use on adolescent well-being. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 22(2), 135-142. <https://doi.org/10.31887/DCNS.2020.22.2/dienlin>

Echebur, E., & Sebasti, S. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: Un nuevo reto Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge. *Redalyc*, 22, 91-96.

EFESALUD, R. (2018, marzo 19). *Cómo contribuir a unos buenos hábitos alimentarios en los adolescentes*. EFE Salud. <https://efesalud.com/adolescentes-habitos-alimentarios-saludables/>

Fernández - Paniagua, A. M. D. C. (2022). *IEBS*. Las Redes Sociales más utilizadas: cifras y estadísticas. <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>

Ferrer, M. (2018). Presente y futuro de las plataformas digitales. *Revista de Estudios de Juventud*, 119, 63-74.

Hernandez Mite, K. D., Yanez palacios, J. f., & Carrera Rivera, A. A. (2017). SOCIAL NETWORKS AND ADOLESCENCES. *Revista científica de la Universidad de Cienfuegos*, 9(2), 1-7.

Hopkins. (2021, agosto 8). *Healthy Eating During Adolescence*. <https://www.hopkinsmedicine.org/health/wellness-and-prevention/healthy-eating-during-adolescence>

Jeong, H., & Shin, K. (2022). How Does Adolescents' Usage of Social Media Affect Their Dietary Satisfaction? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6), 3621. <https://doi.org/10.3390/ijerph19063621>

Juliana, E., & Cohernour, C. (2019). *Vulnerabilidad ante el uso del Internet de niños y jóvenes de comunidades mayahablantes del sureste de México*. 10.

Magis-Weinberg, L., Ballonoff Suleiman, A., & Dahl, R. E. (2021). Context, Development, and Digital Media: Implications for Very Young Adolescents in LMICs. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.632713>

Martín-Aragón, S., & Marcos, E. (2018). La nutrición del adolescente. Hábitos saludables. *Farmacia Profesional*, 22(10), 42-47.

McCarthy. (2022, febrero 16). *How to help your teen navigate social media*. Mayo Clinic. <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437>

Míguez Fernández, L. (2019). *Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable*. 10.

Millard. (2019). *How Social Media Impacts Eating Habits, According to New Research*. <https://www.bicycling.com/news/a31003639/social-media-influences-eating-habits-study/>

Morales, A., Rodríguez, I., Massip, J., Sardinias, M., Balado, R., & Morales, L. (2021). Preferencias y conductas alimentarias en adolescentes de secundaria básica. *Revista Cubana de Pediatría.*, 93(2), 1-15.

M.S, T. F. (2020). *How Social Media Influences Our Eating Habits*. <https://www.afpafitness.com/blog/how-social-media-influences-our-eating-habits>

Muir, J. (2020). *Nutrition for Teens*. <https://www.johnmuirhealth.com/health-education/health-wellness/childrens-health/nutrition-teens.html>

Nadal. (2021). *Los hábitos de alimentación se contagian entre los usuarios de las redes sociales | Transformación Digital | Tecnología | EL PAÍS*. [https://elpais.com/retina/2020/02/11/innovacion/1581419867\\_780862.html](https://elpais.com/retina/2020/02/11/innovacion/1581419867_780862.html)

Navarrete Villanueva, D., Feced, S. C., Romanos Calvo, B., & Barranco, I. B. (2017). Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: Una revisión bibliográfica. *Universidad de España*, 27(34), 255-267.

OMS. (2018, junio). *Alimentación sana*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

OMS. (2022). *Salud del adolescente*. [https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1)

Rodriguez. (2020). *Es probable que las redes sociales influyan en los hábitos alimentarios de los usuarios | Gastronomía & Cía*. <https://gastronomiaycia.republica.com/2020/02/09/es-probable-que-las-redes-sociales-influyan-en-los-habitos-alimentarios-de-los-usuarios/>

Rojo, F. (2019). *Estudios nutricionales*. <https://www.centrosaludnutricional.com/://www.centrosaludnutricional.com/estudio-avena-65.html>

Rose, N. N., Ishak, A., Habib Sultan, N., Ismail, F., & Fahrudin, A. (2022). *Effect of Digital Technology on Adolescents* (pp. 1-18). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8318-0.ch001>

Saptasagar, K. A. (2022). *Effects of Digital Technology on Adolescents: Pros and Cons* [Chapter]. *Impact and Role of Digital Technologies in Adolescent Lives*; IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8318-0.ch002>

S.L., C. A. (2020). *¿Cómo influyen las Nuevas Tecnologías en los Adolescentes?* <https://www.psicologosmadridcapital.com/blog/como-influyen-nuevas-tecnologias-adolescencia/>

TÉBAR, L. M. (2018). *Cómo contribuir a unos buenos hábitos alimentarios en los adolescentes. EFE salud.* <https://efesalud.com/adolescentes-habitos-alimentarios-saludables/#>

UNICEF. (2021). *5 formas de acabar con la desnutrición infantil.* <https://www.unicef.es/blog/5-formas-de-acabar-con-la-desnutricion-infantil>

## Anexos

## Anexo 1: CONSENTIMIENTO INFORMADO

### CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN EL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

Yo \_\_\_\_\_ declaro que he sido informado e invitado a participar en una investigación denominada “INFLUENCIA DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN EL HÁBITO DE CONSUMO ALIMENTICIO EN ADOLESCENTES ENTRE 14 - 17 AÑOS DE UN COLEGIO DE LA CIUDAD DE MILAGRO, 2022”, éste es un proyecto de investigación científica que cuenta con el respaldo de la Lcda. En Nutrición Jeslyn Fabiola Barrera Pután.

Me han explicado que la información registrada será confidencial, esto significa que las respuestas no podrán ser conocidas por otras personas ni tampoco ser identificadas en la fase de publicación de resultados.

Estoy en conocimiento que los datos no me serán entregados y que no habrá retribución por la participación en este estudio, sí que esta información podrá beneficiar de manera indirecta y por lo tanto tiene un beneficio para la sociedad dada la investigación que se está llevando a cabo.

Sí. Acepto voluntariamente participar en este estudio

\_\_\_\_\_  
Firma

Fecha:

Si tiene alguna pregunta durante cualquier etapa del estudio puede comunicarse con la Lcda. Jeslyn Barrera encargada de la investigación, 0967861691.

## **Anexo 2: MODELO DE ENCUESTA SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALIMENTOS**

Lea detenidamente las preguntas, conteste con sinceridad y coloque una línea bajo de la respuesta que usted considere.

Detalle de la pregunta;

Siempre= 7 días

Frecuentemente= 4-5 días a la semana

A veces= 2-3 días a la semana

Nunca= 0 veces a la semana

**Género:** M      F

**Edad:** \_\_\_\_\_

**1. ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales o sitios web?**

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) A veces

**2. ¿Cuánto tiempo designa por día al uso de las redes sociales o algún sitio web?**

- a) 1 a 2 horas
- b) 3 a 4 horas
- c) Más de 4 horas

**3. ¿Qué red social y sitio web usa con mayor frecuencia?**

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) TikTok
- d) YouTube

**4. ¿Eres seguidor de alguna red social, la cual brinda información sobre: alimentación, dietas o recetas?**

- a) Si
- b) No

**5. ¿Con qué frecuencia busca información en las redes sociales sobrealimentación?**

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) A veces
- d) Nunca

**6. En relación con la pregunta anterior la información adquirida es por parte de:**

- a) Nutricionistas
- b) Influencers
- c) Youtubers
- d) Coach Nutricional
- e) Ninguno

**7. ¿Aplicas la información sobre alimentación, dietas y recetas, que obtienes de la red social o sitio web en tu diario vivir?**

- a) Si
- b) No

**8. ¿Cuántas veces al día consume alimentos?**

- a) 1 vez al día
- b) 2 a 3 veces al día
- c) 4 a 5 veces al día
- d) Nunca

**9. ¿Dejas de consumir alguna comida, por hacer uso de las redes sociales y páginas web?**

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) A veces
- d) Nunca

**10. ¿Cuál es su preferencia alimentaria?**

- a) Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina)
- b) Frutas y verduras
- c) Cereales y tubérculos
- d) Snacks, jugos procesados o comida rápida

**11. ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**12. ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina)?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**13. ¿Con qué frecuencia consumes frutas?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**14. ¿Con qué frecuencia consumes verduras?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**15. Con qué frecuencia consumes harinas y sus derivados (pan, bizcochos, pastas, tallarines, etc.)?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**16. ¿Con qué frecuencia consume Snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles)?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**17. ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa, yuca, camote, zanahoria blanca, etc.)?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**18. ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

**19. ¿Con qué frecuencia consume cereales (arroz, arroz integral, quinua, amaranto)?**

- a) Todos los días
- b) 1 vez a la semana
- c) 2 a 3 veces por semana
- d) 4 a 5 veces por semana
- e) No consumo

## Anexo 2: Tablas de frecuencia del análisis descriptivo

**Tabla 4.** *Distribución de la muestra según el género*

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Femenino	141	51%
Masculino	136	49%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 5.** *Distribución de la muestra según la edad*

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
14 años	23	8%
15 años	73	26%
16 años	111	40%
17 años	70	25%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 6.** *Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales o sitios web?*

<b>Uso de redes sociales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
A veces	48	17%
Frecuentemente	49	18%
Siempre	180	65%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 7.** *Distribución de la frecuencia: ¿Cuánto tiempo designa por día al uso de las redes sociales o algún sitio web?*

<b>Tiempo de uso de redes sociales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1 a 2 horas	88	32%
3 a 4 horas	138	50%
Más de 4 horas	51	18%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 8.** *Distribución de la frecuencia: ¿Qué red social y sitio web usa con mayor frecuencia?*

<b>Tipo de red social</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Facebook	71	26%
Instagram	11	4%
Tiktok	145	52%
YouTube	50	18%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 9.** *Distribución de la frecuencia: ¿Eres seguidor de alguna red social, la cual brinda información sobre: alimentos, dietas o recetas?*

<b>Seguidor de páginas de alimentos, dietas y recetas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	198	71%
No	79	28%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 10.** *Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia busca información en las redes sociales sobre alimentación?*

<b>Búsqueda de información en redes sociales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
A veces	181	65%
Frecuentemente	18	6%
Siempre	38	13.7%
Nunca	40	14%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 11.** *Distribución de la frecuencia: ¿Quién dirige la red social que sigue?*

<b>Información adquirida por:</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Nutricionistas	96	35%
Influencers	84	30%
Youtubers	33	12%
Coach nutricional	27	10%
Ninguno	37	13%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 12.** *Distribución de la frecuencia: ¿Aplicas la información sobre alimentación, dietas y recetas, que obtienes de la red social o sitio web en tu diario vivir?*

<b>Aplica la información</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	207	71%
No	70	28%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 13.** *Distribución de la frecuencia: ¿Cuántas veces al día consume alimentos?*

<b>Veces que consume alimentos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1 vez al día	48	17%
2 – 3 veces al día	196	71%
4 – 5 veces al día	33	12%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 14.** *Distribución de la frecuencia: ¿Dejas de consumir alguna comida, por hacer uso de las redes sociales y páginas web?*

<b>Reducción de consumo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
A veces	74	27%
Frecuentemente	3	1%
Nunca	200	72%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 15.** *Distribución de la frecuencia: ¿Cuál es su preferencia alimentaria?*

<b>Preferencias alimentarias</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Carnes (pollo, carnes de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina)	181	65%
Cereales y tubérculos	1	0.4%
Frutas y verduras	55	20%
Snack, jugos procesados o comida rápida	40	14%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 16.** *Distribución de la frecuencia: ¿Frecuencia de consumo leche, yogurt o queso?*

<b>Consumo de lácteos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1 vez a la semana	114	41%
2 a 3 veces por semana	89	32%
4 a 5 veces por semana	17	6%
Todos los días	49	18%
No consumo	8	3%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 17.** *Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carne de res, borrego, chancho, pescado, atún, sardina)?*

<b>Consumo de carnes</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1 vez a la semana	7	3%
2 a 3 veces por semana	83	30%
4 a 5 veces por semana	59	21%
Todos los días	127	46%
No consumo	1	0.4%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 18.** *Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume frutas?*

<b>Consumo de frutas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1 vez a la semana	99	36%
2 a 3 veces por semana	75	27%
4 a 5 veces por semana	34	12%
Todos los días	67	24%
No consumo	2	1%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 19.** Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume verduras?

Consumo de verduras	Frecuencia	%
1 vez a la semana	48	17%
2 a 3 veces por semana	125	45%
4 a 5 veces por semana	21	8%
Todos los días	77	28%
No consumo	6	2%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 20.** Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume harinas y sus derivados (pan, bizcochos, pastas, tallarines, etc.)?

Consumo de harinas	Frecuencia	%
1 vez a la semana	38	14%
2 a 3 veces por semana	162	58%
4 a 5 veces por semana	47	17%
Todos los días	25	9%
No consumo	5	2%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 21.** Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume Snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles)?

Consumo de Snacks	Frecuencia	%
1 vez a la semana	111	40%
2 a 3 veces por semana	132	48%
4 a 5 veces por semana	11	4%
Todos los días	10	3.6%
No consumo	13	5%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 22.** Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa, yuca, camote, zanahoria blanca, etc.)?

Consumo de tubérculos	Frecuencia	%
1 vez a la semana	20	7%
2 a 3 veces por semana	103	37%
4 a 5 veces por semana	113	41%
Todos los días	39	14%
No consumo	2	1%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 23.** Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados?

Consumo de gaseosas y jugos	Frecuencia	%
1 vez a la semana	127	46%
2 a 3 veces por semana	110	40%
4 a 5 veces por semana	11	4%
Todos los días	21	8%
No consumo	8	3%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 24.** Distribución de la frecuencia: ¿Con qué frecuencia consume cereales (arroz, arroz integral, quinua, amaranto)?

Consumo de cereales	Frecuencia	%
1 vez a la semana	16	6%
2 a 3 veces por semana	54	19%
4 a 5 veces por semana	58	21%
Todos los días	144	52%
No consumo	5	2%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** U. E. Vicente Anda Aguirre - SPSS

**Elaborado por:** Jeslyn Barrera,2022.

**Tabla 25.** Validación de juicio de expertos

Expertos	Grado Académico	Nombre y Apellidos	Criterios	V de Aiken
1	Mg.	Oroso Villaruel Luis	Pertinencia Relevancia	Cuestionario = Aplicable
2	Mg.	Roa Alvarado Jonathan	Claridad Suficiencia	
3	Mg.	Quiroz Figueroa Martha		

**Fuente:** Elaborada por el autor

**Tabla 26.** Prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach

Estadística de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Nº de elementos	Niveles
0.868	19 preguntas instrumento 1	No presenta.

**Fuente:** Elaborado por el autor

### Anexo 3: Confiabilidad del instrumento de recolección de datos

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,868	19

#### Estadísticos total-elemento

Pregunta	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P1	24,68	23,065	,142	,859
P2	24,31	27,556	-,204	,971
P3	24,29	23,672	,070	,887
P4	24,31	23,344	,166	,850
P5	24,05	19,937	,377	,766
P6	22,29	27,132	-,013	,920
P7	21,84	28,968	-,129	,971
P8	22,01	21,221	,428	,721
P9	21,85	23,809	,133	,865
P10	21,93	20,949	,503	,694
P11	21,89	22,136	,260	,798
P12	21,71	20,142	,478	,688
P13	21,84	28,968	-,129	,971
P14	21,93	20,949	,503	,694
P14	21,85	23,809	,133	,865
P15	21,93	20,949	,503	,694
P16	24,68	23,065	,142	,859
P17	24,31	27,556	-,204	,971
P18	24,29	23,672	,070	,887
P19	24,31	23,344	,166	,850

**UNEMI**  
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

*¡Evolución académica!*

@UNEMIEcuador

