



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Facultad de Bromatología y Nutrición**

**Escuela Profesional de Bromatología y Nutrición**

**Impacto de las redes sociales en los hábitos  
alimentarios en adolescentes durante covid-19 del colegio Guillermo Enrique  
Billinghamurst, Barranca 2022**

**Tesis**

**Para optar el Título profesional de Licenciada en Bromatología y Nutrición**

**Autor(a)**

**Josselyn Cinthya Valencia Herrera**

**Asesor**

**M(o). Oscar Otilio Osso Arriz**

**Huacho – Perú**

**2023**

# IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS EN ADOLESCENTES DURANTE COVID-19 DEL COLEGIO GUILLERMO ENRIQUE BILLINGHURST, BARRANCA 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1 [repositorio.ucsg.edu.ec](https://repositorio.ucsg.edu.ec) 5%  
Fuente de Internet

2 [repositorio.puce.edu.ec](https://repositorio.puce.edu.ec) 3%  
Fuente de Internet

3 [repositorio.unjfsc.edu.pe](https://repositorio.unjfsc.edu.pe) 1%  
Fuente de Internet

4 [hdl.handle.net](https://hdl.handle.net) 1%  
Fuente de Internet

5 [repositorio.ucv.edu.pe](https://repositorio.ucv.edu.pe) 1%  
Fuente de Internet

6 [repositorio.unfv.edu.pe](https://repositorio.unfv.edu.pe) 1%  
Fuente de Internet

7 Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion 1%  
Trabajo del estudiante

**IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS EN  
ADOLESCENTES DURANTE COVID-19 DEL COLEGIO GUILERMO ENRIQUE  
BILLINGHURST, BARRANCA 2022**

**JOSELYN CINTHYA VALENCIA HERRERA**

**TESIS DE PREGRADO**

**ASESOR: M(°). OSCAR OTILIO OSSO ARRIZ**

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE BROMATOLOGÍA Y NUTRICIÓN  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE BROMATOLOGIA Y NUTRICIÓN  
HUACHO 2023**

## MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

.....

M(o). Nelly Norma Tamariz Grados

(Presidente)

.....

Lic. Ruben Guerrero Romero

(Secretario)

.....

Lic. Edith Torres Corcino

(Vocal)

.....

M(o). Oscar Otilio Osso Arriz

(Asesor)

## **DEDICATORIA**

A mis padres, Saturnino Felipe Valencia Rosario y Hilda Carmen Herrera Mory por haberme brindado su apoyo incondicional en la parte moral y económica para poder llegar a ser una profesional de la patria, todo lo que soy es gracias a ellos.

A mi hermana Yessica Vanessa Valencia Herrera por brindarme el apoyo en cada etapa de mi vida y carrera universitaria, más que una hermana es mi mejor amiga, al igual que mi madre.

A toda mi familia que es lo mejor y más valioso que Dios me ha dado.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primera instancia a Dios por brindarme las virtudes más valiosas para el ser humano que son las fortalezas y las sabidurías para poder lograr mi objetivo en la realización de mi tesis.

A mis padres y hermana que serán siempre el motor que impulsan mis sueños, quienes siempre estuvieron a mi lado en mis días buenos y malos. Siempre serán mis mejores guías de vida y gracias por creer en mí.

A mi Asesor de esta travesía Oscar Otilio Osso Arriz por apoyarme en este trabajo, gracias a su paciencia y constancia no hubiera sido posible lograrlo. Gracias por sus orientaciones.

## ÍNDICE

MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xi
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	2
1.2. Formulación del problema.....	5
1.2.1. Problema General .....	5
1.2.2. Problemas específicos.....	5
1.3. Objetivos de la investigación .....	5
1.3.1. Objetivo general .....	5
1.3.2. Objetivos específicos .....	5
1.4. Justificación de la Investigación.....	6
1.5. Delimitación del estudio.....	8
1.5.1. Delimitación espacial .....	8
1.5.2. Delimitación temporal .....	8
1.5.3. Delimitación social.....	8
1.6. Viabilidad del estudio.....	8
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO .....	9

2.1. Antecedentes de la Investigación .....	9
2.2.1. Antecedentes internacionales .....	9
2.2.2. Investigaciones nacionales .....	11
2.2. Bases Teóricas .....	13
2.3. Bases filosóficas .....	19
2.4. Definición de términos básicos .....	20
2.5. Hipótesis de la investigación .....	22
2.5.1. Hipótesis general .....	22
2.5.2. Hipótesis específicas.....	22
2.6. Operacionalización de variables e indicadores .....	23
<b>CAPITULO III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>25</b>
3.1. Diseño metodológico.....	25
3.1.1. Diseño.....	25
3.1.2. Tipo de investigación .....	25
3.1.3. Nivel de investigación .....	25
3.1.4. Enfoque de investigación.....	26
3.2. Población y muestra .....	26
3.2.1. Población .....	26
3.2.2. Muestra.....	26
3.3. Técnicas de recolección de datos .....	26
3.3.1. Técnicas.....	26
3.3.2. Instrumentos .....	27
3.4. Técnicas para el procesamiento de información .....	27
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
4.1. Análisis de resultados .....	28



4.2. Contratación de hipótesis .....	48
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN .....	49
5.1 Discusión de resultados .....	49
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	52
6.1 Conclusiones .....	52
6.2 Recomendaciones .....	52
REFERENCIAS .....	54
7.1. Fuentes documentales.....	54
7.2. Fuentes bibliográficas.....	56
7.3. Fuentes hemerográficas .....	57
7.4. Fuentes electrónicas .....	59
ANEXOS.....	61
ANEXO 1. Cuestionario .....	62
ANEXO 2. Matriz de consistencia.....	66

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Genero de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca .....	28
<b>Tabla 2.</b> Sección de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca .....	29
<b>Tabla 3.</b> ¿Con qué frecuencia usa las redes sociales durante COVID-19?.....	30
<b>Tabla 4.</b> ¿Qué red social usa con mayor frecuencia durante COVID-19?.....	31
<b>Tabla 5.</b> ¿Cuánto tiempo designa por día el uso de las redes sociales durante COVID- 19? .....	32
<b>Tabla 6.</b> ¿Qué tipo de información busca en las redes sociales durante COVID-19?...	33
<b>Tabla 7.</b> ¿Con qué frecuencia busca información sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas en las redes sociales durante COVID-19?.....	34
<b>Tabla 8.</b> ¿Cuántas veces al día consume alimentos (desayuno, media mañana, almuerzo, media tarde, cena) durante COVID-19?.....	35
<b>Tabla 9.</b> ¿Dejaste de consumir alguna comida por influencia de las redes sociales durante COVID-19? .....	36
<b>Tabla 10.</b> ¿Cuál fue su preferencia alimentaria durante COVID-19? .....	37
<b>Tabla 11.</b> ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso durante COVID-19?..	38
<b>Tabla 12.</b> ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carnes de res, chanco, pescado, atún) durante COVID-19? .....	39
<b>Tabla 13.</b> ¿Con qué frecuencia consume frutas durante COVID-19? .....	40
<b>Tabla 14.</b> ¿Con qué frecuencia consume verduras durante COVID-19?.....	41
<b>Tabla 15.</b> ¿Con qué frecuencia consume cereales (maíz, arroz, quinoa, cebada) durante COVID19?.....	42

<b>Tabla 16.</b> ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa camote, yuca) durante COVID-19? .....	43
<b>Tabla 17.</b> ¿Con qué frecuencia consume snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles) durante COVID-19? .....	44
<b>Tabla 18.</b> ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados durante COVID-19? .....	45
<b>Tabla 19.</b> ¿Actualmente eres seguidor de alguna red social que brinda información sobre alimentación, dietas, recetas nutritivas? .....	46
<b>Tabla 20.</b> ¿Actualmente aplicas en tu vida diaria la información que obtienes de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas? .....	47
<b>Tabla 21.</b> Prueba de la hipótesis general .....	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Genero de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca .....	28
<b>Figura 2.</b> Sección de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca .....	29
<b>Figura 3.</b> ¿Con qué frecuencia usa las redes sociales durante COVID-19? .....	30
<b>Figura 4.</b> ¿Qué red social usa con mayor frecuencia durante COVID-19? .....	31
<b>Figura 5.</b> ¿Cuánto tiempo designa por día el uso de las redes sociales durante COVID-19? .....	32
<b>Figura 6.</b> ¿Qué tipo de información busca en las redes sociales durante COVID-19? .	33
<b>Figura 7.</b> ¿Con qué frecuencia busca información sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas en las redes sociales durante COVID-19? .....	34
<b>Figura 8.</b> ¿Cuántas veces al día consume alimentos (desayuno, media mañana, almuerzo, media tarde, cena) durante COVID-19? .....	35
<b>Figura 9.</b> ¿Dejaste de consumir alguna comida por influencia de las redes sociales durante COVID-19? .....	36
<b>Figura 10.</b> ¿Cuál fue su preferencia alimentaria durante COVID-19? .....	37
<b>Figura 11.</b> ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso durante COVID-19?.	38
<b>Figura 12.</b> ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carnes de res, chancho, pescado, atún) durante COVID-19? .....	39
<b>Figura 13.</b> ¿Con qué frecuencia consume frutas durante COVID-19? .....	40
<b>Figura 14.</b> ¿Con qué frecuencia consume verduras durante COVID-19? .....	41
<b>Figura 15.</b> ¿Con qué frecuencia consume cereales (maíz, arroz, quinua, cebada) durante COVID-19? .....	42

<b>Figura 16.</b> ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa camote, yuca) durante COVID-19?.....	43
<b>Figura 17.</b> ¿Con qué frecuencia consume snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles) durante COVID-19?.....	44
<b>Figura 18.</b> ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados durante COVID-19?.....	45
<b>Figura 19.</b> ¿Actualmente eres seguidor de alguna red social que brinda información sobre alimentación, dietas, recetas nutritivas? .....	46
<b>Figura 20.</b> ¿Actualmente aplicas en tu vida diaria la información que obtienes de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas?.....	47

## RESUMEN

El objetivo de investigación fue determinar el impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022. La metodología se basó en un diseño no experimental – transversal, de nivel correlacional y de enfoque cuantitativo, trabajando con una población de 171 adolescentes que fueron evaluados empleando cuestionarios. El resultado refleja que, en los adolescentes evaluados, la frecuencia de uso de las redes sociales es alto (60.2%), a la vez que mantienen un tiempo prolongado de uso de 3 a más horas diarias (81.9%) de las redes sociales y que el Facebook (40.4%) y TikTok (35.7%) fueron las redes sociales más usadas.

Por otro lado, se obtuvo que las redes sociales son más empleadas para entretenimiento (69%) y que la información que obtienen de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas (51.5%), sí se aplican a su vida diaria de los adolescentes. Como conclusión se determinó que las redes sociales tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 ( $p=0.008$ ), ya que sí aplican a su vida diaria la información que obtiene de las redes sociales (51.5%) y mantienen hábitos alimenticios regularmente saludable (58.5%).

**Palabras clave:** Redes sociales, hábitos alimentarios, adolescentes, Covid-19.

## ABSTRACT

The research objective was to determine the impact of social networks on the eating habits of adolescents during COVID-19 at the Guillermo E. Billingham School, Barranca 2022. The methodology was based on a non-experimental design - cross-sectional, correlational level and quantitative approach, working with a population of 171 adolescents who were evaluated using questionnaires. The result reflects that, in the adolescents evaluated, the frequency of use of social networks is high (60.2%), while maintaining a prolonged time of use of 3 to more hours per day (81.9%) of social networks and that Facebook (40.4%) and TikTok (35.7%) were the most used social networks.

On the other hand, it was obtained that social networks are more used for entertainment (69%) and that the information they obtain from social networks about food, diets and nutritious recipes (51.5%) does apply to their daily life from teenagers. In conclusion, it was determined that social networks have an impact on the eating habits of adolescents during COVID-19 ( $p=0.008$ ), since they do apply the information obtained from social networks to their daily life (51.5%) and maintain habits regularly healthy eating (58.5%).

**Key words:** Social networks, eating habits, adolescents, covid-19.

## INTRODUCCIÓN

Cada vez los adolescentes adquieren de manera rápida habilidades sobre el uso de las tecnologías virtuales de información. Una de las herramientas más empleadas son las redes sociales virtuales que siempre está presente en la vida cotidiana; los cuales permiten la obtención de información sobre las costumbres alimentarias o productos que deberían de incluirse en la dieta diaria. La accesibilidad a las redes sociales que tienen los adolescentes les permite tener varias oportunidades para indagar y compartir información que esté relacionada a su alimentación. Como también tienen la posibilidad de cambiar otros tipos de hábitos o formas de vivir debido al uso redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros.

Es reconocido que la introducción de las redes sociales en la sociedad, produjo nuevas formas de comunicación e interacción entre las personas. Esto en cierto modo, fue positivo pues permitió conectar diferentes culturas, familias y sociedades; sin embargo, la población juvenil, presenta algunos riesgos relacionados con un mal accionar que expone su salud. Ello, ocurre cuando los usuarios jóvenes, debido a su inexperiencia, adoptan conductas negativas como el consumo de alcohol o alimentos poco nutritivos o con alto contenido de grasa, tal situación genera un impacto negativo en el bienestar.

A partir de lo expuesto, se realizó el presente estudio que tiene como objetivo de determinar el impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022.



## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Hoy en día, las redes sociales han tenido impactos significativos en la vida cotidiana de los jóvenes, debido a la exposición de contenidos informativos u opiniones relacionados a trucos o dietas que prometen adelgazar en corto tiempo. De manera sencilla las personas encuentran publicaciones que inducen emotivamente hacia una opción práctica, económica y fácil para afrontar problemas nutricionales que, en realidad, requiere de la guía de profesionales especialistas. Por lo general, las recomendaciones nutricionales que se encuentran en los medios sociales son contraproducentes para la salud, en Ecuador, el 44.6% de la población tiene un uso frecuente de las redes sociales, siendo Facebook (55.4%) la más utilizada, seguido del WhatsApp (52.0%) e Instagram (18.2%) (Carlos, 2017).

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), reconoce que la alimentación sana es un tema de interés mundial, pues existe un incremento considerable de producción de alimentos ultra procesados y el crecimiento de la población, ha conllevado a la población a adoptar nuevos comportamientos alimenticios.

La obesidad o sobrepeso en la adolescencia es una de condición común en el siglo XXI. La preocupación nace a partir que dichas enfermedades pueden traer consecuencias en la vida adulta. Por eso, es vital inculcar desde edades tempranas la dieta sana, puesto que el sobrepeso y la obesidad son patología que pueden evitarse a través de una alimentación adecuada y la actividad física (OMS, 2021).

El hábito alimentario se ve reflejado en la conducta de la persona que está asociado al estilo de vida. Hoy en día, la tendencia de una alimentación sana ha

cambiado, pues antes se creía que las raciones de consumo excesivo se consideran idóneas para la salud, pues es una equivocación nutricional. Esto podría suponer un riesgo debido al abuso de aditivos y alto grado de ácidos grasos que ahora contienen los alimentos exponen la salud y peso de un individuo (Calvo et al., 2016).

Un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Aston de Inglaterra (2020), establecieron que los medios sociales tienen influencia sobre los hábitos alimenticios que sostuvieron un grupo de adolescentes. Los especialistas agregaron que los círculos sociales *online* inciden de forma implícita sobre los hábitos alimenticios de una persona, haciendo que adopten nuevos horarios y cantidades de alimentos; además de optar por otros alimentos.

Una investigación designada como ‘Comer con los ojos: Del hambre visual hasta la saciedad digital’, el que consistió sobre el impacto que puede tener las imágenes de alimentos apetecibles sobre la salud de las personas, haciendo que sean ansiados a pesar de ser perjudicial para la salud como lo es un pastel de chocolate, lo que a su vez deriva en el incremento de peso corporal. En ese estudio también se destacó que las relaciones sociales pueden influir en la decisión de consumir o no alimentos saludables (Spence, et al., 2015).

Uno de los principales motivos que inducen a los adolescentes a modificar su hábito alimentario es por los contenidos que encuentran en las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y otros disponibles. Pero ¿Quiénes son los que usan frecuentemente? La nueva generación es la que mayor conexión y uso le da a los medios digitales, pues son instrumentos que le permite interactuar y difundir información en sus horas de ocio (Fernández, 2019).

Por ese motivo, muchas organizaciones empresariales gestionan la publicidad de sus productos a través de las redes sociales para captar consumidores.

Sin embargo, no se tiene en cuenta que algunos productos, si su consumo es frecuente, pueden resultar dañinos para la salud (Mariscal & Gómez, 2020).

Barre et al. (2016), en su estudio llegó a precisar que un 75% de 107 publicaciones emitidas en la red social de Facebook, tenían como temática la alimentación poco saludable, pues esos contenidos presentaban productos con altos niveles de grasa que tiene consecuencias sobre el peso corporal de un adolescente

De acuerdo a la OMS (2017) alrededor del 60% de las mujeres que residen en países industrializados realizan algún tipo de patrón alimenticio con el propósito de bajar de peso. Un 75% de ellas no se siente contenta con su imagen corporal y una cuarta parte de ellas tiene sobrepeso. Así mismo, se calcula que el 85% de las personas que sigue un tratamiento para bajar de peso es de género femenino. Por otro lado, el 60% de las mujeres opta por una cirugía estética.

A partir de ello, Espinoza et al. (2020), explica que, si la población visualiza información errónea propagada por las redes, lo adopta con el único fin de lograr una mejor imagen corporal.

Es así que, en los medios sociales, con el propósito de captar la atención del consumidor, se publica titulares alarmistas, abuso de términos, creación de estereotipos, imágenes exageradas y otros medios que podrían incidir en la decisión y elección de la persona para cambiar sus hábitos alimenticios (Kinard, 2016).

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cuál es la frecuencia de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, Barranca 2022?
- ¿Cuál es el tiempo de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, Barranca 2022?
- ¿Cuál es el tipo de redes sociales usadas durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, Barranca 2022?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar el impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar la frecuencia de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, Barranca 2022.
- Analizar el tiempo de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, Barranca 2022.
- Identificar el tipo de redes sociales usadas durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, Barranca 2022.

## **1.4. Justificación de la Investigación**

### **Conveniencia**

La investigación fue conveniente desde el punto de vista social, porque las recomendaciones buscan beneficiar a los adolescentes que muestran mucha dependencia a las redes sociales y descuidan seriamente sus hábitos alimenticios. Así, los hallazgos que se encontraron supusieron un informe científico y objetivo para que la comunidad de profesionales de la nutrición conozca más sobre el impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes, asumiendo que dichas redes han tenido impacto en el estilo de vida nutricional y el cuidado de los buenos hábitos alimenticios. Es menester señalar que el estudio también beneficia directamente a la comunidad científica/profesional con información relevante.

En el aspecto de la salud, el estudio fue conveniente para las personas que desconocen sobre el presente tema; así mismo, se espera que tomen conciencia de una nutrición saludable, es decir, llevando hábitos alimenticios saludables de modo que el cuerpo reciba los nutrientes requeridos para garantizar la buena salud.

En el aspecto económico, fue importante saber que llevar una alimentación sana no involucra adquirir alimentos caros; por el contrario, puede comprender el consumo variado de alimentos; los cuales, incluyen productos económicos de todo tipo y en proporciones adecuadas; los cuales se pueden preparar de distintas formas.

### **Relevancia**

El mantener un adecuado hábito alimentario es fundamental para el cuidado de la salud física y emocional; sin embargo, en estos dos últimos años la forma de vivir y actuar de las personas, en especial los adolescentes, ha sufrido un abrupto

cambio a consecuencia de la pandemia COVID-19, donde se ha producido un aumento excesivo del consumo de las comidas rápidas y dependencia excesiva de redes sociales. El confinamiento ha llevado a los adolescentes dedicar mayor tiempo a las redes sociales y descuidar la actividad física, a la vez que mediante esos medios adquieren información que carece de veracidad; por ejemplo, se promocionaba formulas naturales para combatir enfermedades como el COVID-19; lo cual representa una situación preocupante por el impacto negativo que podría generar en los próximos años para la salud de las personas. En ese marco, como aporte de la investigación se contribuye en la concientización de la población sobre el riesgo que representa algunas notas difundidas en la red social y que buscan influir en sus hábitos alimenticios. También, se promueve el desarrollo de planes de intervención orientados en reducir el consumo de productos con alto contenido de grasas y promocionar la actividad física.

Por otro lado, el estudio es relevante desde el punto metodológico, porque se presentó un instrumento confiable y validado a través de un juicio de expertos, los mismos que aseguran su validez con la finalidad de que consecuentemente pueda ser aplicado, el mismo que se posiciona como aporte para toda la comunidad académica/profesional en el área de la nutrición.

Tiene justificación práctica, pues el estudio demostró que las redes sociales virtuales tienen impacto sobre los hábitos alimenticios de los adolescentes, el cual mejorará los conocimientos y motivará una mejor capacidad de entendimiento a los estudiantes de la Escuela de Bromatología y Nutrición, pues actualmente los medio sociales juegan un rol importante en el proceso de enseñanza y aprendizaje, la cual es un instrumento de educación informal que puede tanto beneficiar como dañar la salud del ser humano.

Desde una perspectiva teórica, el estudio contiene la recopilación de un marco teórico sólido que estimula la discusión de estudiantes y profesionales sobre las redes sociales y los hábitos alimenticios. Así mismo, los resultados encontrados son evidencias científicas sobre la frecuencia de uso de redes sociales que tuvieron los adolescentes en el contexto de la pandemia del Covid-19.

## **1.5. Delimitación del estudio**

### **1.5.1. Delimitación espacial**

El ámbito de estudio fue el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, ubicado en la Av. Miramar 595, del Distrito y Provincia de Barranca - Lima.

### **1.5.2. Delimitación temporal**

El tiempo en que se realizó el estudio fue cuatro meses.

### **1.5.3. Delimitación social**

La unidad social estuvo conformada por los adolescentes matriculados en el año lectivo del 2022, del Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst. El estudio no consideró estratos sociales, ya que los adolescentes tienen disponibilidad como parte de la implementación de la información a sus conocimientos previos.

## **1.6. Viabilidad del estudio**

La investigación fue viable por lo siguiente:

- Se contó con los recursos económicos, instrumentales y humanos para el desarrollo de la investigación.
- El tema de investigación fue fundamentado con fuentes primarias y secundarias.
- Se tuvo el apoyo de la población de estudio para el llenado de los instrumentos.
- Así mismo, no se tuvo problemas éticos morales durante la realización del estudio.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

##### **2.2.1. Antecedentes internacionales**

Colantonio (2021), en su tesis titulada “Características de los entornos alimentarios: percepción sobre alimentación saludable y hábitos alimentarios en población adolescente antes y durante el confinamiento por Covid-19” (Ecuador), fijando el objetivo de analizar las características de los entornos alimentarios que mantuvieron los adolescentes de 13 – 17 años de edad en épocas de confinamiento debido al COVID-19. Se basó en una metodología de tipo descriptivo - transversal, en donde la población fueron 38 estudiantes que fueron encuestados. Los resultados reflejaron que durante el confinamiento, los adolescentes consumieron mayor proporción alimentos como verduras y frutas (71%), agua (68%), alimentos empaquetados (53%) y dulces (47%), gaseosas (45%) y frituras (42%). También, los adolescentes optaron por realizar más ejercicio físico (40%), incremento de apetito (32%), ansiedad (32%), más consumo de TV (76%) y afición por la imagen corporal (61%).

Romero (2021), en su investigación titulada “Influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios de adultos jóvenes que asisten al gimnasio LOMAS GYM de la ciudad de Riobamba” (Ecuador), donde se propusieron el objetivo de establecer el grado de influencia que tuvieron las redes sociales sobre los la hábitos alimentarios de adultos jóvenes de 18 a 26 años. La metodología fue de tipo cuantitativo y descriptivo, evaluando a una muestra de 130 jóvenes. Como resultado encontró que la mayoría de encuestados mostró mucho interés por temas asociados a la alimentación y siguen páginas de esa índole, así mismo, resaltó que el 69% de



los jóvenes consideran haber sido inducido en ciertos hábitos alimenticios a partir de la información que visualizó en la red social.

Añazco y Maldonado (2021), en su tesis sobre: “Influencia de las redes sociales virtuales en los hábitos alimentarios en adolescentes” (Ecuador), se fijó el objetivo de comprobar que las redes sociales se correlacionan con los hábitos alimentarios en adolescentes. El aspecto metodológico fue de tipo documental, evaluando una muestra de 125 jóvenes. El resultado fue que la red social se correlaciona de forma significativa ( $p=0.000$ ) con los hábitos alimentarios; por ello que se consideró necesario ejecutar medidas orientadas en la prevención y promoción de hábitos alimentación sana a través de los medios sociales más empleado por los adolescentes.

Hidrobo y Sánchez (2018), en su investigación titulada “Influencia de las redes sociales y sitios web en los hábitos alimentarios de los adolescentes entre 15-17 años del colegio fiscal Guayllabamba- Pichincha” (Ecuador). Su objetivo fue establecer que las redes sociales influyen sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes. La metodología se basó en un diseño cuantitativo y descriptivo, analizando una muestra de 126 estudiantes. El resultado fue que el uso prologado de la red social es algo usual en los jóvenes, por lo general, el uso va entre 3 a 4 horas al día destinada a la interacción y el entretenimiento; además de identificó que la red social más empleada fue el Facebook por la facilidad de uso y multifuncionalidad que ofrece el aplicativo, en el que los jóvenes pueden compartir videos, comentarios e imágenes.

Castrejón (2018), en su investigación titulada “Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes en el estado de Guanajuato” (Ecuador). Se planteó el objetivo de evaluar la influencia que tiene

la red social sobre los hábitos de consumo de productos alimenticio en los jóvenes. La metodología consistió en un alcance no experimental y básico, contando con una población de 59 adolescentes. El resultado fue que el tiempo de uso de redes sociales según el género presentó diferencia significativa entre los grupos de jóvenes. Finalmente, se planteó la organización de programas orientados en fortalecer actividades para el desarrollo integral de jóvenes en todo aspecto.

### **2.2.2. Investigaciones nacionales**

Tineo (2022), en su tesis sobre: “Impacto de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes, Lima”. Se planteó el objetivo de evaluar el impacto que tienen las redes sociales sobre la imagen corporal de los adolescentes, para ello, empleó el instrumento de Body Shape Questionnaire (BSQ) que fue respondido por una muestra conformada de mujeres. El resultado encontrado reflejó que las adolescentes mujeres evaluadas mostraron interiorizar ideales de belleza, esto quiere decir que mantuvieron creencias sobre la belleza “ideal”, lo que puede ocasionar sensación de vergüenza y evaluación física de forma constante.

Jiménez y Ramírez (2021), en su investigación titulada “Impacto de las redes sociales en los adolescentes del asentamiento humano Juan Velasco III etapa, Chancay”. En donde se tuvo como objetivo de identificar el impacto que tienen las redes sociales sobre los adolescentes. La metodología se centró en un diseño cuantitativo, descriptivo y no experimental, evaluando una muestra de 68 adolescentes. El resultado fue que el 64% de los adolescentes mostró que mantuvo frecuencia alta de uso de redes sociales; donde el 70% tuvo repercusiones por los contenidos visualizados y el 68% encontró información de interés en las redes sociales.

Blanco, et al. (2020), en su investigación titulada “Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes y adultos: Una revisión sistemática”. Su objetivo fue desarrollar revisión de las evidencias científica sobre el impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimenticios de los adolescentes y adultos. La metodología se basó en un diseño cuasi experimental y utilizó como instrumento la Colaboración Cochrane. El resultado fue que las redes sociales tienen influencia positiva sobre la estructura de la dieta, como la reducción de consumo de lípidos (7,6%), incrementos de proteínas (7,1%), CHO (5,3%) y micronutrientes (Ca y Mg). Llegó a la conclusión que los estudios analizados coincidieron que la red social como Facebook puede tener impacto positivo y negativo en la conducta/conocimiento sobre la alimentación.

Inocente (2021) en su investigación describió el impacto causado por el COVID19 durante el aislamiento social en la población peruana. En una encuesta nacional realizada entre 153 participantes, el 79% de los jóvenes de 18 a 29 años (52% hombres) respondieron preguntas relacionadas con la alimentación y el estado emocional que genera el aislamiento social, en el que se utilizan preguntas de opción múltiple y emoticonos. En cuanto al consumo de alimentos, se encontró que las legumbres, legumbres, frutos secos, agua, huevos y arroz presentaron un incremento, aunque el consumo de pescados, mariscos, dulces, salsas, galletas saladas o galletitas, helados, postres, frutos secos, tortas y los pasteles se redujeron. Además, la aplicación de emoji ha hecho posible que expresen de manera simple e intuitiva tu estado emocional, sentimiento de entrega a domicilio y consumo de alimentos, cuál es el emoji más utilizado: cara de loco o graciosa, cara de amante de la comida y cara con máscara protectora. Por otro lado, las personas dijeron que no comen demasiado, prefieren restaurar el medio ambiente, quedarse en casa con

la familia, pero no preocuparse por el aumento de los precios. Asimismo, el 76 % ha aumentado el uso de teléfonos móviles, portátiles y televisores, el 51 % teme perder su trabajo, el 5 % ha contraído el virus y el 56 % ha reducido las actividades físicas que les generan estrés y problemas emocionales.

Granados (2020) en su estudio analizaron las estrategias que utilizan Yovana Mendoza y Sascha Fitness a través de sus contenidos digitales para promover hábitos alimentarios más saludables entre los jóvenes de Lima Metropolitana. Este método es descriptivo cruzado, no empírico y mixto.

La investigación utilizó un cuestionario dirigido a un grupo de 103 personas con múltiples alternativas, completado por un grupo de discusión de 5 participantes. Los contenidos digitales de Yovana Mendoza y Sascha Fitness cumplen con el objetivo de informar datos nutricionales, enseñar a preparar recetas saludables y rápidas y promocionar sus propios productos comerciales, crear recetas y seguir consejos juveniles. Sin embargo, no son la razón por la que cambió a una dieta más saludable. En conclusión, el contenido digital de Yovana Mendoza y Sascha Fitness no fue el principal factor motivador para adoptar hábitos alimentarios más saludables para la mayoría de los jóvenes de la ciudad de Lima.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Redes sociales virtuales**

Los autores Valerio y Valenzuela (2011) definen las redes sociales como sistemas de información que se acceden mediante el uso de internet. En esos sistemas se congregan muchas personas de diferentes partes del mundo, quienes interactúan y comparten muchos contenidos. Los medios sociales como Instagram,

Facebook, Tiktok y otros le dan la posibilidad al usuario a presentarse a sí mismo y establecer contactos con otras personas sin importar la distancia.

En la actualidad existe múltiples redes sociales, sin embargo, para efecto de la investigación solo tomaremos las redes sociales más utilizadas por los jóvenes según Matute, et al. (2021) que son:

**Facebook.** Es la red social con más usuarios en todo el mundo. En esta aplicación, el usuario tiene la posibilidad de participar en comunidades sociales, compartir información, chatear con otros usuarios, entablar contacto con otras personas lejanas, anunciar e, inclusive, hacer compras y solicitar servicios, entre otras opciones (Matute, et al., 2021).

**YouTube.** Es una aplicación que permite visualizar y publicar producciones audiovisuales. En las últimas décadas, se ha convertido en una red social muy utilizada por los jóvenes, incluso, está hipervinculadas a otras social media y gracias a su significativa audiencia se puede obtener ingresos económicos (Matute, et al., 2021).

**TikTok.** En el 2020, en plena pandemia originada por el COVID-19, tomó protagonismo una red social denominado TikTok, el cual ofreció a las personas un modo divertido de crear contenidos de limitada duración, empleando un conjunto de filtros que eran acompañados con música y coreografías. Generalmente, logró captar el interés de los jóvenes menores, pero hoy en día, es muy utilizado por la población en general, convirtiéndose en un medio muy influenciable (Tamara, 2020).

**Instagram.** Este medio social da la posibilidad de editar, capturar y publicar fotografías de una manera rápida, divertida y sencilla. También, es una red que está interconectada con otros medios como Twitter o Facebook. Se añaden los hashtags

para publicar algunas imágenes relacionadas con un tema específico, lo que facilita tener mayor alcance y visibilidad entre los usuarios (Matute, et al., 2021).

### **2.2.2. Clasificación de Redes Sociales**

Para el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (ONTSI, 2011), las redes sociales se deben clasificar en directas e indirectas:

#### **A. Redes sociales directas:**

En este tipo de redes existe colaboración de los usuarios que tienen la posibilidad de compartir intereses en común y que, interactuando entre ellos mismos, pueden tener control sobre las informaciones que se comparten. Las personas que eligen este tipo de redes sociales abren perfiles en el que detallan su información de sí mismo. La accesibilidad de su información estará condicionada por la configuración de privacidad que los mismos usuarios establezcan (ONTSI, 2011).

- **Según finalidad:** Se toma en cuenta el objetivo que sigue la persona en las redes sociales cuando utiliza la misma. Se precisan las siguientes categorías:
  - **Redes sociales de ocio:** Las personas buscan principalmente entretenerse y lograr interrelacionarse con otras personas ya sea mediante comentarios u otras formas de interacciones que permite la red social. En consecuencia, su principal objetivo es fortalecer las relaciones sociales entre los usuarios (ONTSI, 2011).
  - **Redes sociales de uso profesional:** Las personas que usan estas redes buscan principalmente promocionar sus habilidades o competencias laborales, estar al día en su especialidad y aumentar su red de contactos en el campo profesional. (ONTSI, 2011)

- **Según modo de funcionamiento:** Se toma en cuenta la serie de procesos que ofrecen las redes sociales y se enfocan de manera particular hacia actividades específicas. Se subcategoriza de la siguiente forma:
  - **Redes sociales de contenidos:** La persona tiene la posibilidad de crear contenidos de soporte audiovisual o escrito que luego comparte y difunde para otros usuarios registrados en la red social. La publicación de contenidos, por lo general, está sometido a supervisión para evaluar que cumpla las condiciones y reglas de la red social, luego de ser aprobado podrá ser comentado: Una de las particularidades de este tipo de red social es que la información está disponible para los usuarios sin la necesidad de crear algún perfil. (ONTSI, 2011)
  - **Redes sociales de microblogging:** Conocido también como red de nanoblogging. Se diseñaron para comentar y compartir reducidos paquetes informativos (se miden en función a los caracteres), que pueden ser escritos a través de dispositivos móviles o fijos que hacen sencillo su seguimiento por el usuario. (ONTSI, 2011)
- **Según grado de apertura:** Estas redes se distinguen por la capacidad de acceso a las mismas de parte de cualquier persona que comprende y acepta las restricciones que se aplica
  - **Redes sociales públicas:** Puede acceder cualquier usuario que disponga de un dispositivo con acceso a internet sin la necesidad de pertenecer a una organización en específica. (ONTSI, 2011)
  - **Redes sociales privadas:** En estas redes sociales existen restricciones. Sólo acceden usuarios que pertenezcan a una organización o grupo

privado. Las personas suelen tener relaciones contractuales o de otra índole con reglas preestablecidas por el grupo. (ONTSI, 2011)

- **Según nivel de integración:** Se toma en cuenta el grado de afinidad, involucración e interés sobre actividades o materias en específico, preponderantemente, del campo profesional.
  - **Redes sociales de integración vertical:** Su uso principalmente se da por grupo de usuarios que comparten un mismo interés, formación o pertenencia profesional. No es raro que la persona acceda a esos grupos a partir de invitaciones emitidas por alguno de los miembros y la autenticidad de los datos registrados en los perfiles de los usuarios es verificada. En algunos casos se requiere de pagos, pero dicho costo es solventado por los mismos usuarios que crean el grupo, cuya cantidad de miembros es menor al que permiten las redes de integración horizontal.
  - **Redes sociales de integración horizontal:** Su elección no está acotado por grupo de personas que tienen intereses en particular. Se podría decir que las redes sociales directas comúnmente utilizadas son: Facebook, YouTube, LinkedIn. (ONTSI, 2011)

## **B. Redes sociales indirectas**

Las redes sociales indirectas se distinguen por no exigir la creación de perfiles visibles para todos existiendo un grupo o persona que maneja la información y debate sobre un tema en específico. Es menester señalar que este tipo de red social son precursoras de las más reconocidas redes sociales directas estructuradas en base al nuevo marco de la Red 2.04. (ONTSI, 2011)

Estas redes se subcategorizan en blog y foros:



- **Foros:** Se tratan de servicios brindados mediante plataformas de internet generalmente para el uso de expertos dentro de un marco de conocimiento específico o de carácter informativo. En estos medios se puede dejar comentarios o cambiar información, opiniones y valoraciones prevaleciendo un nivel de bidireccionalidad a medida que se permita absolver una duda planteada por un usuario y que sea respondido por otra persona (ONTSI, 2011).
- **Blogs:** Su propósito es hacer publicaciones sobre asuntos de interés y actual, prevaleciendo una compilación cronológica de uno o más autores. Por lo general, se puede incluir enlaces en el contenido y suelen ser gestionados por el mismo autor que, según su criterio, es un tema de interés o relevante para la comunidad. (ONTSI, 2011)

### **2.2.2. Hábitos alimentarios**

Sobre los hábitos alimentarios, Becerra, et al. (2016) explicaron que usualmente se asocian al horario en que se ingiere la comida, específicamente, el desayuno, almuerzo y cena; así como las proporciones que se ingiere

Desde el punto de vista de Fernández y López (2019) los hábitos alimentarios implican un conjunto de conductas sostenidas por una persona que comprende la elaboración, elección y consumo de productos alimenticios; condicionado por peculiaridades culturales, económicas y sociales que inciden en sus decisiones o patrones alimenticios.

#### **A. Características de hábitos alimentarios**

Hernández, et al. (2021) precisaron que los hábitos alimentarios son parte de la idiosincrasia de una sociedad, se va adquiriendo en el seno familiar, se dan como consecuencia de las costumbres que condicionan la forma de alimentación

e implica la elección de alimentos, modalidad de preparación y horario de consumo. Posiblemente, el cambio de hábito alimenticio se da en el transcurso de la vida a causas de factores económicos, culturales o por distintas situaciones.

## **B. Importancia de los hábitos alimentarios**

De acuerdo a Díaz (2018) los hábitos alimentarios y la actividad física, son acciones que favorecen la vida saludable, tiene gran importancia para evitar enfermarse y deben inculcarse desde edades tempranas para garantizar un mayor impacto en la vida adulta, por lo tanto, se espera que los jóvenes universitarios acojan una alimentación sana y la realización de ejercicios para lograr una vida sana en la adultez. Además, mantener una alimentación saludable tendría efectos positivos en la capacidad cognitiva y profesional de los jóvenes. Por ejemplo, una adecuada ingesta de nutrientes al día fortalece la capacidad de memoria, concentración, raciocinio, creatividad y otros beneficios.

### **2.3. Bases filosóficas**

De acuerdo a ciertas acepciones, la presente investigación se encaminó desde una corriente positivista, puesto que los fenómenos fueron factibles de medición cuantitativa; en consecuencia, pudieron ser analizados y contribuir a la ciencia. Este tipo de estudios tienen el prospecto de desarrollar conocimientos, su incidencia se ha extendido a las ciencias duras (físicas, matemáticas, estadísticas, etc.) (Pérez, 2015).

La filosofía del positivismo argumenta que el conocimiento se limita a hallazgos “positivos”, esto quiere decir, que son perceptibles, reales y verificables. Así, las informaciones se basan en experiencias sensoriales y percepciones, interpretadas en base a razones y la lógica. Precisamente, para conocer los hábitos alimenticios y el grado de uso de redes sociales de un grupo de adolescentes, en

el modelo positivista, se hace uso de métodos estadísticos descriptivos e inferenciales (Pérez, 2015).

Por lo expuesto, se puede asumir que el estudio tiene como base a la filosofía positivista, en vista que las variables en análisis tuvieron cualidades para ser evaluadas bajo criterios estadísticos y sin realizar alguna intervención experimental.

## **2.4. Definición de términos básicos**

### **Adolescentes**

Lo comprende personas que tienen entre 10 a los 19 años. Es una etapa donde ocurren cambios físicos, cognitivos y psicosociales; además de ser una edad vital para asentar las bases de una alimentación sana (OMS, 2022)

### **Aislamiento**

Implica la separación física de individuos infectados y de las personas sanas. Esta medida es efectiva cuando una enfermedad es diagnosticada oportunamente y se separa al individuo infectada en un espacio específico, para evitar el contagio a otros individuos (Cetron & Landwirth, 2005) (Brooks, et al., 2020).

### **Confinamiento:**

Es una intervención aplicada a nivel comunitario cuando las medidas anteriores no son suficientes para prevenir la propagación de enfermedades. Implica un estado donde se combinan medidas para disminuir las interacciones sociales como el distanciamiento social, el uso obligatorio de cubrebocas, horarios de viaje restringidos, suspensiones de tráfico, cierres de fronteras. (Cetron & Landwirth, 2005)

## **COVID-19**

Se trata de una nueva enfermedad producida por un nuevo coronavirus designado como SARS-CoV-2. (OMS, 2020).

### **Cuarentena**

Consiste la restricción, voluntaria u obligatoria, de la circulación de personas que hayan estado expuestas a una posibilidad de infección y que puedan infectarse. Durante este tiempo, toda persona debe permanecer en un área específica por el resto del período de incubación, debe contar con atención médica, apoyo psicológico, albergue y alimentación. (Cetron & Landwirth, 2005)

### **Distanciamiento social**

Consiste en alejarse de zonas muy concurridas y evitar la interacción con otras personas y si sucede se debe mantener la distancia física o contacto directo con ellas. Dicha medida se promulga cuando en la comunidad existe personas infectadas que no han sido aún detectadas o separadas y que pueden seguir contagiando la enfermedad que porta. Por ello. El distanciamiento implica cerrar lugares donde la gente se conglomera como colegios, oficinas, etc (Brooks, et al., 2020).

### **Hábitos alimentarios**

Los hábitos alimentarios implican un conjunto de conductas sostenidas por una persona que comprende la elaboración, elección y consumo de productos alimenticios; condicionado por peculiaridades culturales, económicas y sociales. (FAO, 2022)

### **Redes sociales**

Se definen como sistemas de información que se acceden mediante el uso de internet. En esos sistemas se congregan muchas personas de diferentes partes

del mundo, quienes interactúan y comparten muchos contenidos. (RDStation, 2022)

## **2.5. Hipótesis de la investigación**

### **2.5.1. Hipótesis general**

**Ha:** Las redes sociales tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022.

**Ho:** Las redes sociales no tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022.

### **2.5.2. Hipótesis específicas**

- Se identificó que la frecuencia de uso de las redes sociales es frecuentemente entre cuatro y cinco días a la semana, durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghamurst”, Barranca 2022.
- Se analizó que el tiempo de uso de las redes sociales, es de más de 4 horas durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghamurst”, Barranca 2022.
- Se identificó que el tipo de redes sociales más usadas durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghamurst” es Facebook y TikTok.

## 2.6. Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	DIMENSIONES OPERACIONAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
VARIABLE 1: Impacto de las Redes sociales durante COVID-19	Frecuencia de uso de las redes sociales durante COVID-19	Siempre	Todos los días a la semana	% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales todos los días a la semana
		Frecuentemente	4 a 5 días a la semana	% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 4-5 días a la semana
		A veces	2 a 3 días a la semana	% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 2-3 días a la semana
	Tiempo de uso de las redes sociales durante COVID-19	1 a 2 horas	24 horas del día	% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 1 a 2 horas
		3 a 4 horas		% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 3 a 4 horas
		Más de 4 horas		% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales más de 4 horas.
	Tipo de redes sociales usadas durante COVID-19	Facebook	Son redes sociales virtuales, que tienen como finalidad informar, comunicar y entretener.	% de adolescentes que utilizan Facebook
		Instagram		% de adolescentes que utilizan Instagram
		YouTube		% de adolescentes que utilizan YouTube
		TikTok		% de adolescentes que utilizan TikTok
Tipo de contenido visualizado durante COVID-19	Alimentación	Es el conjunto de acciones mediante la cual se proporciona alimentos al organismo para obtener energía.	% de adolescentes que tienen interés por temas de alimentación	

<b>VARIABLE 2: Hábitos alimentarios en adolescentes durante COVID-19</b>		Artículos científicos	Son artículos de interés, que tiene como base resultados de los proyectos de investigación.	% de adolescentes que tienen interés por temas de artículos científicos.
		Entretenimiento	Son conjunto de actividades (farándula, arte, cine y cultura), que se emplea en los momentos de ocio para su diversión.	% de adolescentes que tienen interés por el desarrollo de sus actividades durante su tiempo de ocio.
	Género	Masculino	ser vivo, que tiene órgano para fecundar(espermatozoides)	% de adolescentes del sexo masculino
		Femenino	ser vivo que tiene órganos para ser fecundados(óvulos)	% de adolescentes del sexo femenino
	Preferencias alimentarias de los adolescentes durante COVID-19	Cárnicos	Grupos de alimentos	% de adolescentes que prefiere consumir cárnicos
		Cereales y tubérculos		% de adolescentes que prefiere consumir cereales y tubérculos
		Frutas y verduras		% de adolescentes que prefiere consumir frutas y verduras
		Snacks		% de adolescentes que prefiere consumir snacks
		Gaseosa y jugos procesados		% de adolescentes que prefiere consumir gaseosas y jugos procesados.
	Hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19	Tiempos de comida	Distribución de alimentos durante el día	% de tiempos de comida consumidos de manera diaria
		Patrón alimentario	Elección de alimentos agradables que se consume con mayor frecuencia	% de personas según su elección de alimentos

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño metodológico**

##### **3.1.1. Diseño**

Diseño no experimental, pues no se realizó alguna manipulación o cambio sobre las variables analizadas, por el contrario, solo se buscó evaluarlas tal como se encontraron en la realidad.

Por otro lado, se clasificó como un estudio de corte transversal, pues el análisis de los hechos y fenómenos se dio en un momento único (Hernández, et al., 2014).

##### **3.1.2. Tipo de investigación**

De tipo aplicada, pues el estudio ofrece medidas de solución de un problema en un corto período de tiempo. Apuntar a la adopción inmediata a través de acciones específicas para resolver una problemática. Por ello, se orienta hacia la acción inminente y no hacia el desarrollo de la teoría, mediante sugerencias concretar para afrontar la problemática (Baena, 2017).

##### **3.1.3. Nivel de investigación**

De nivel descriptivo, de acuerdo a lo descrito por Bernal (2016) estos estudios consisten en la descripción, análisis, registros e interpretaciones de la naturaleza de una variable o conjunto de fenómenos.

En este caso se analizó la relación del uso de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghamurst”, Barranca 2022.



### **3.1.4. Enfoque de investigación**

Enfoque cuantitativo, en vista que los datos se caracterizaron por ser numéricos y fueron sometidos a evaluaciones estadísticas con la finalidad de corroborar teorías (Gallardo, 2017).

## **3.2. Población y muestra**

### **3.2.1. Población**

Según Baena (2017) señala que la población “es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde se desarrollará la investigación”. (pág. 180)

En esta investigación la población estuvo constituida por los adolescentes de la I.E. “Guillermo Enrique Billinghamurst”, Barranca 2022.

### **3.2.2. Muestra**

La muestra para la investigación estuvo conformada por los estudiantes adolescentes del 5to año de secundaria del Colegio “Guillermo Enrique Billinghamurst”, Barranca 2022.

Gallardo (2017), definen una muestra como: “un conjunto de operaciones realizadas para estudiar la distribución de determinados caracteres en la población de un universo de población, o conjunto a partir de observaciones de una pequeña parte de la población considerada” (pág. 176)

## **3.3. Técnicas de recolección de datos**

### **3.3.1. Técnicas**

La recopilación de datos para fines del presente estudio se consideró obtenerla de fuente directa de los estudiantes, que están cursando el 5to grado de secundaria en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghamurst”, Barranca 2022.

La encuesta contiene 20 enunciados, con 2 preguntas con datos personales y los demás politómicas, el primer grupo de ítems fue orientado para evaluar el uso de las redes sociales, las horas y utilización semanal, así como el tipo de red social más empleada durante la pandemia.

Por otro lado, el segundo grupo de ítems fue encaminado para recoger datos sobre los hábitos alimentarios. Por último, las 2 últimas preguntas fueron dicotómicas donde se utilizó las opciones si/no.

### **3.3.2. Instrumentos**

Se empleó como instrumento el cuestionario, el cual fue estructurado con ítems orientados en medir las variables y que ofrecen alternativas de respuesta de tipo nominal; los cuales fueron útiles para lograr los objetivos establecidos.

## **3.4. Técnicas para el procesamiento de información**

Las respuestas obtenidas en los cuestionarios se codificaron en el programa estadístico SPSS v. 26, donde se realizó los siguientes análisis estadísticos:

Estadística descriptiva, el cual consistió en evaluar individualmente las características de las variables como la frecuencia, el tipo, horario y otros datos que fueron representados en gráficos para su interpretación.

Estadística correlacional, ese proceso permitió conocer el grado de impacto que tuvo la red social sobre los hábitos alimenticios, haciendo uso de la prueba estadística de Chi cuadrado.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de resultados

**Tabla 1.**

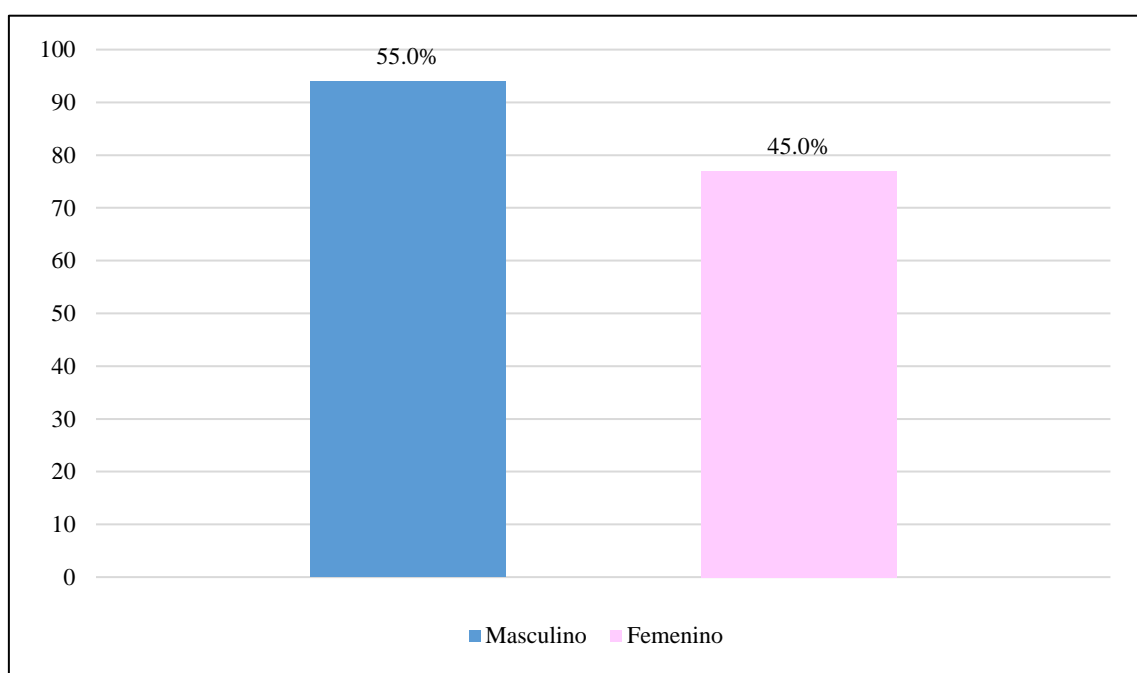
*Genero de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	94	55.0%
Femenino	77	45.0%
Total	171	100.0%

Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 1.**

*Genero de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca*



Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

De acuerdo a la tabla 1, de los 171 (100%) adolescentes encuestados del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca, hubo un 55.0% que era de género masculino y un 45.0% era de género femenino.

**Tabla 2.**

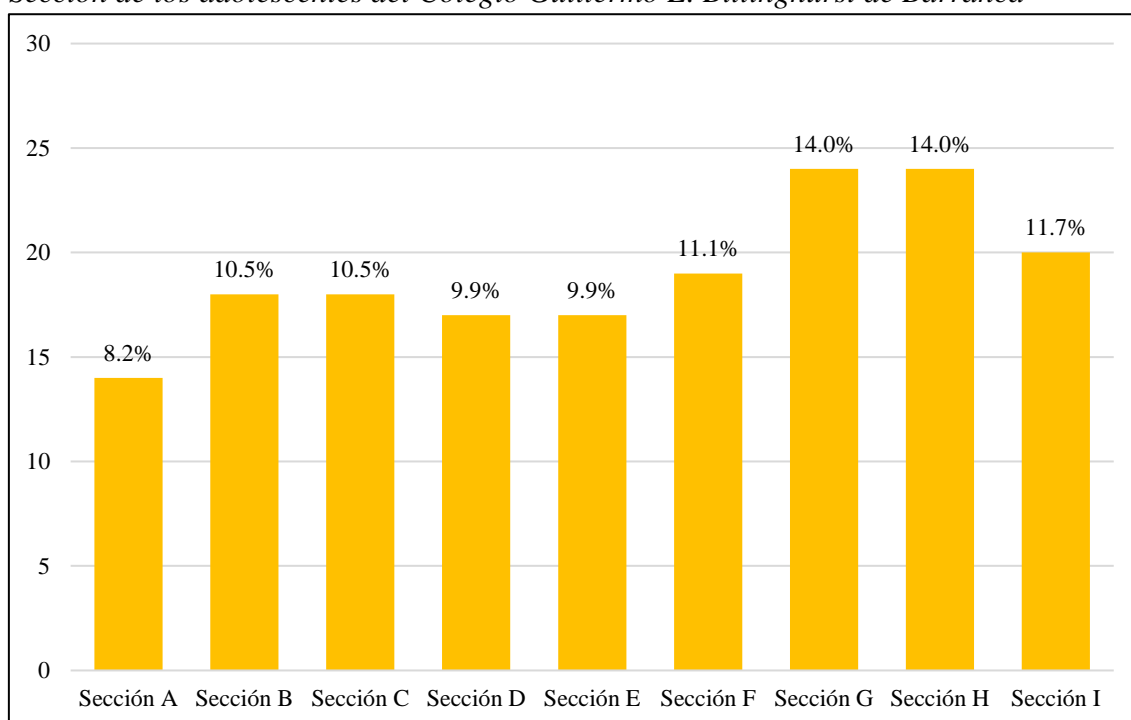
*Sección de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca*

Sección	Frecuencia	Porcentaje
Sección A	14	8.2%
Sección B	18	10.5%
Sección C	18	10.5%
Sección D	17	9.9%
Sección E	17	9.9%
Sección F	19	11.1%
Sección G	24	14.0%
Sección H	24	14.0%
Sección I	20	11.7%
Total	171	100.0%

Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 2.**

*Sección de los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca*



Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

De acuerdo a la tabla 2, de los 171 (100%) adolescentes encuestados del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca, hubo un 8.2% pertenecería a la sección A, 10.5% de la sección B, 10.5% de la sección C, 9.9% de la sección D, 9.9% de la sección E, 11.1% de la sección F, 14.0% de la sección G, 14.0% de la sección H y 11.7% fue de la sección I.

**Tabla 3.**

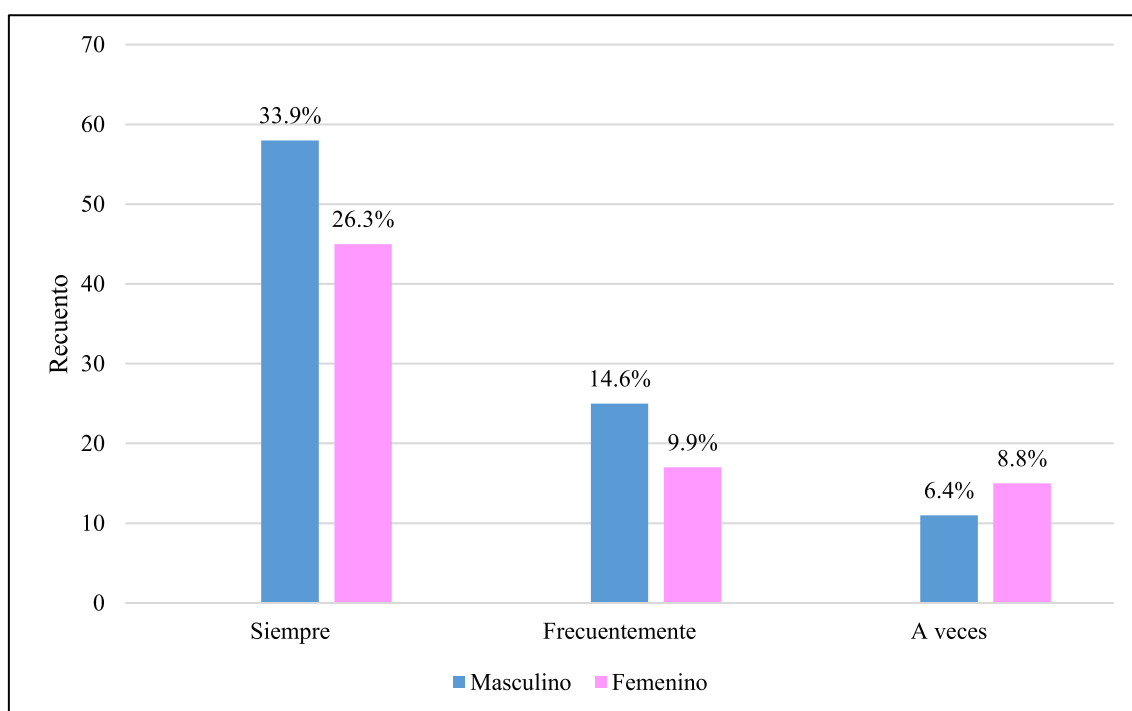
*¿Con qué frecuencia usa las redes sociales durante COVID-19?*

	Género				Total	
	Masculino		Femenino		N	%
	N	%	N	%		
Siempre	58	33.9%	45	26.3%	103	60.2%
Frecuentemente	25	14.6%	17	9.9%	42	24.6%
A veces	11	6.4%	15	8.8%	26	15.2%
Total	94	55.0%	77	45.0%	171	100.0%

Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 3.**

*¿Con qué frecuencia usa las redes sociales durante COVID-19?*



Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar sobre la frecuencia de uso de redes sociales a los adolescentes, se observa que el 60.2% indicó mantener un uso alto de redes sociales, el 24.6% precisó que los utiliza de manera frecuente y 15.2% reconoció que sólo a veces emplea las redes sociales en sus actividades cotidianas.

**Tabla 4.**

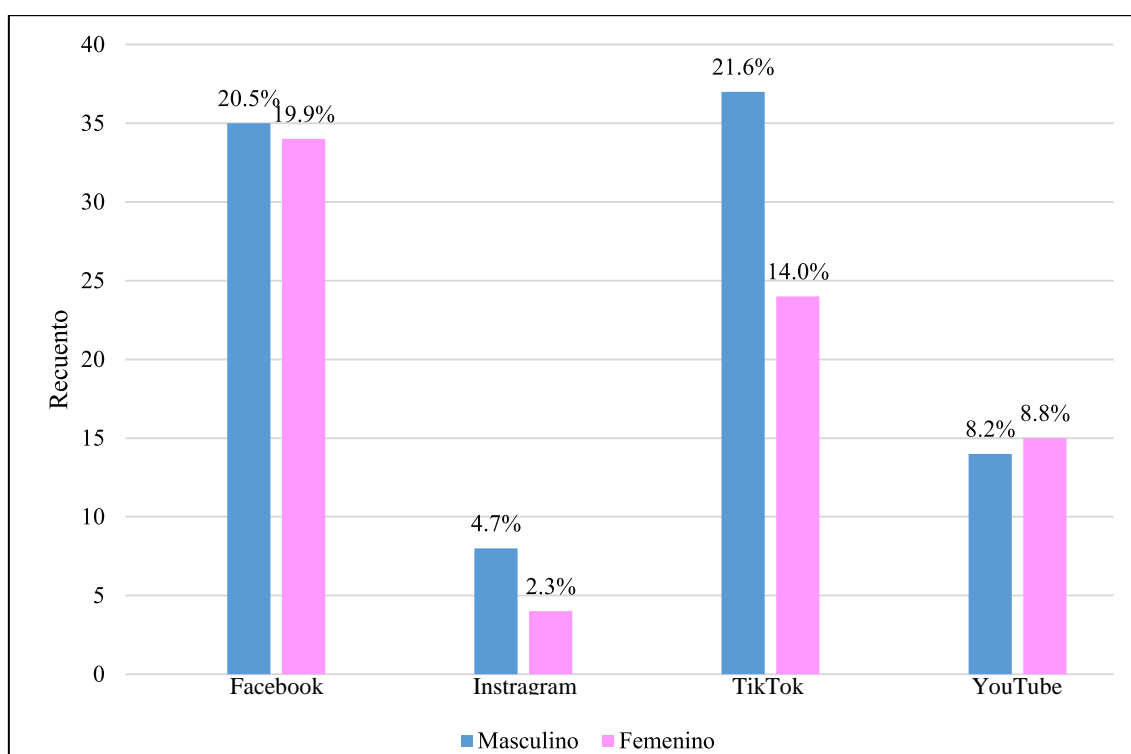
*¿Qué red social usa con mayor frecuencia durante COVID-19?*

	Género				Total	
	Masculino		Femenino		N	%
	N	%	N	%		
Facebook	35	20.5%	34	19.9%	69	40.4%
Instagram	8	4.7%	4	2.3%	12	7.0%
TikTok	37	21.6%	24	14.0%	61	35.7%
YouTube	14	8.2%	15	8.8%	29	17.0%
Total	94	55.0%	77	45.0%	171	100.0%

Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 4.**

*¿Qué red social usa con mayor frecuencia durante COVID-19?*



Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Se puede visualizar que la red social más utilizada por los adolescentes del Colegio Guillermo E. Billinghamurst de Barranca, con un 40.4% es Facebook y con un 35.7% es TikTok, en el tercer lugar con 17.0% se ubicó YouTube y, por último, con 7.0% Instagram.

**Tabla 5.**

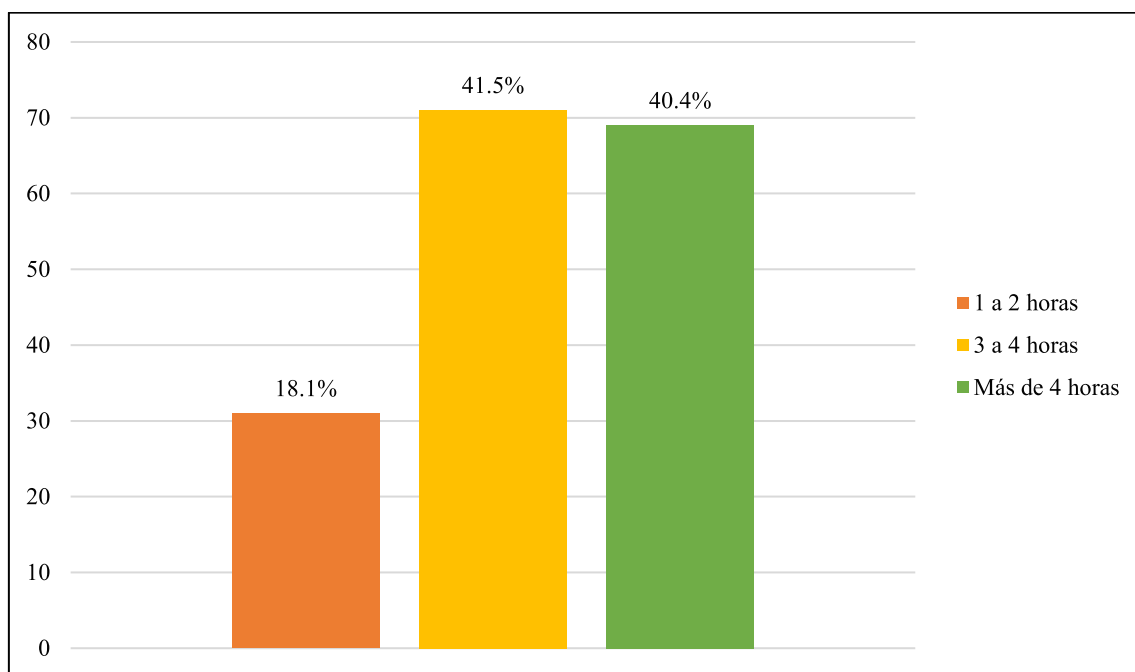
*¿Cuánto tiempo designa por día el uso de las redes sociales durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 horas	31	18.1%
3 a 4 horas	71	41.5%
Más de 4 horas	69	40.4%
Total	171	100.0%

Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 5.**

*¿Cuánto tiempo designa por día el uso de las redes sociales durante COVID-19?*



Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar sobre el tiempo que les asigna a las redes sociales a los adolescentes, se observa que el 18.1% indicó le asigna un tiempo de 1 a 2 horas al día a las redes sociales, 41.5% confirmó que entre 3 a 4 horas y 40.4% refirió que está conectado por más de 4 horas diarias en las redes sociales.

**Tabla 6.**

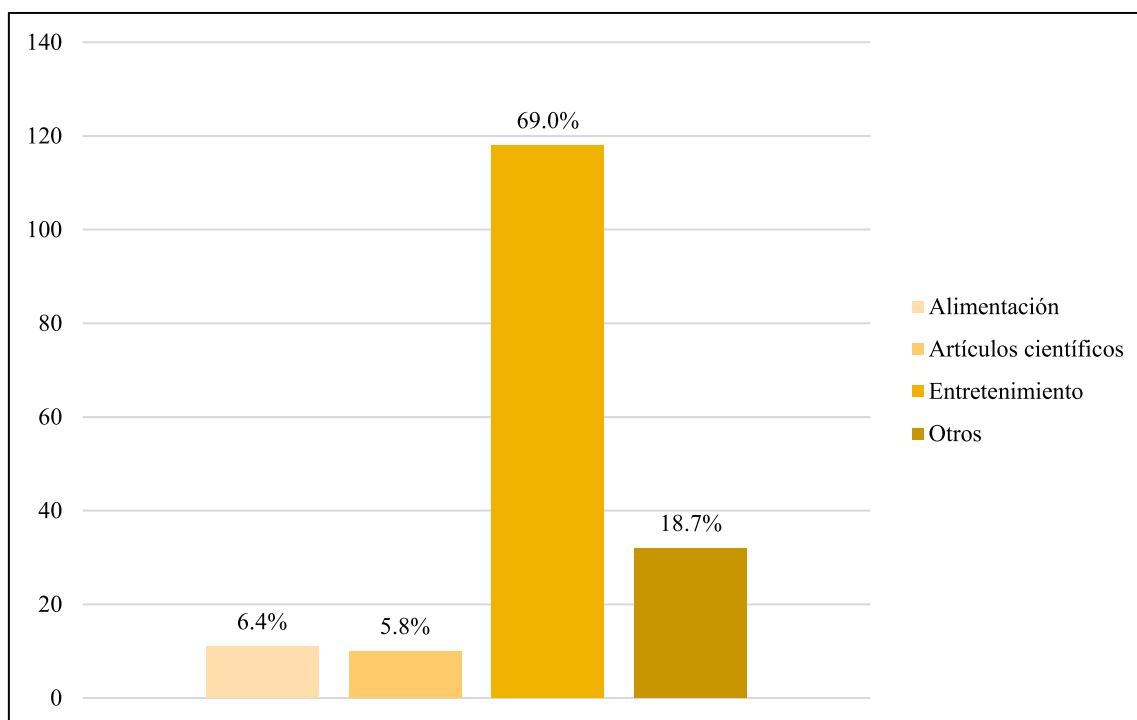
*¿Qué tipo de información busca en las redes sociales durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	11	6.4%
Artículos científicos	10	5.8%
Entretenimiento	118	69.0%
Otros	32	18.7%
Total	171	100.0%

Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 6.**

*¿Qué tipo de información busca en las redes sociales durante COVID-19?*



Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar sobre el tipo de información que buscan en las redes sociales a los adolescentes, se observa que sólo el 6.4% indicó utilizarlos para buscar información sobre alimentación, 5.8% respondió para buscar artículos científicos, 69.0% mencionó utilizarlo para entretenimiento y 18.7% refirió que buscaba otro tipo de contenidos.



**Tabla 7.**

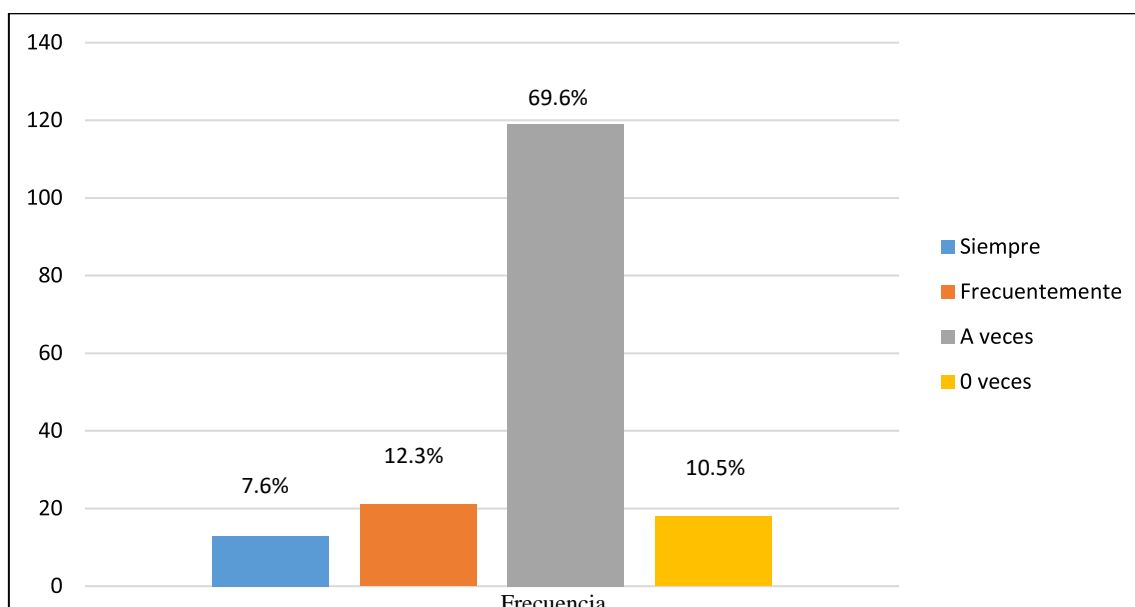
*¿Con qué frecuencia busca información sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas en las redes sociales, durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	13	7.6%
Frecuentemente	21	12.3%
A veces	119	69.6%
0 veces	18	10.5%
Total	171	100.0%

Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 7.**

*¿Con qué frecuencia busca información sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas en las redes sociales durante COVID-19?*



Nota. Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar sobre la frecuencia de búsqueda de información sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas en las redes sociales, durante COVID-19, se observa que el 7.6% siempre buscar ese tipo de información, 12.3% respondió que lo hace frecuentemente, 69.6% indicó solo a veces y 10.5% refirió que no buscaba ese tipo de contenidos.

**Tabla 8.**

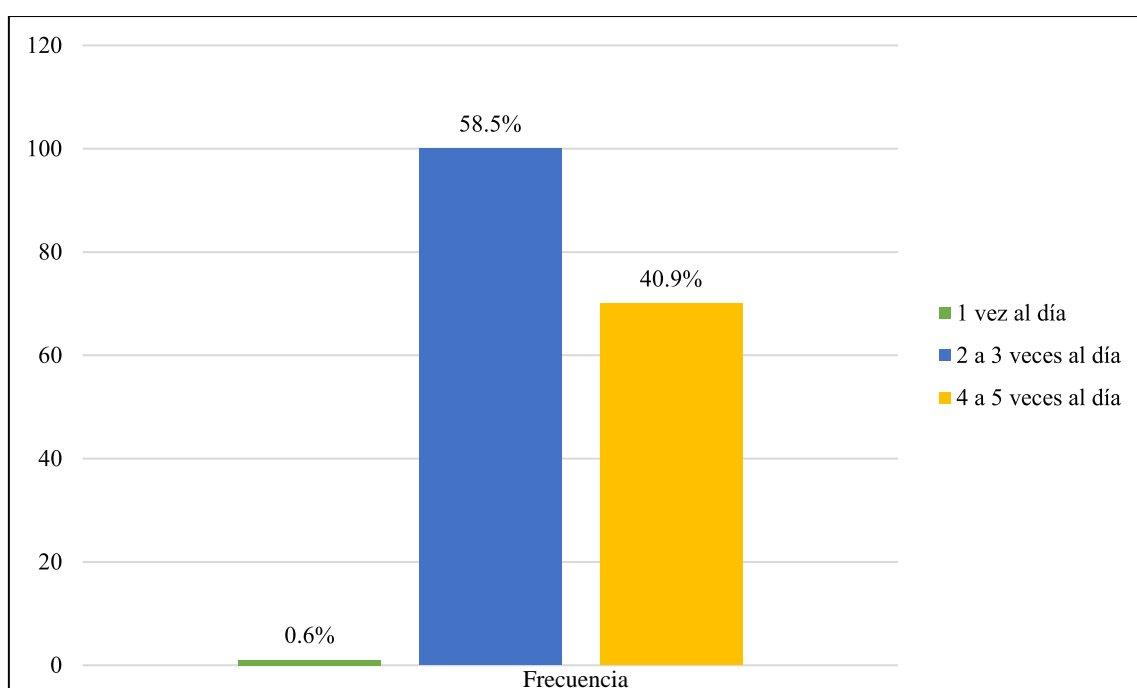
*¿Cuántas veces al día consume alimentos (desayuno, media mañana, almuerzo, media tarde, cena) durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	1	0.6%
2 a 3 veces al día	100	58.5%
4 a 5 veces al día	70	40.9%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 8.**

*¿Cuántas veces al día consume alimentos (desayuno, media mañana, almuerzo, media tarde, cena) durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre las veces al día que consume alimentos (desayuno, media mañana, almuerzo, media tarde, cena) durante COVID-19, el 0.6% indicó sólo se alimenta una vez al día, 58.5% respondió que 2 a 3 veces al día y 40.9% refirió que 4 a 5 veces al día.

**Tabla 9.**

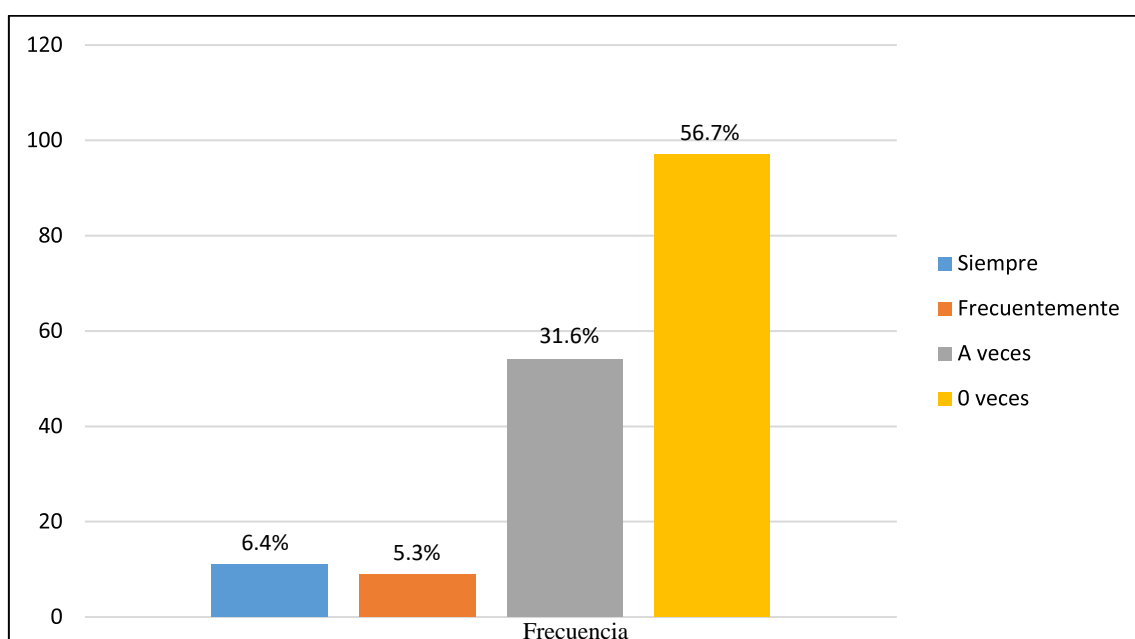
*¿Dejaste de consumir alguna comida por influencia de las redes sociales durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	11	6.4%
Frecuentemente	9	5.3%
A veces	54	31.6%
0 veces	97	56.7%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 9.**

*¿Dejaste de consumir alguna comida por influencia de las redes sociales durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre el abandono de alguna comida por influencia de las redes sociales durante COVID-19, el 6.4% indicó que siempre tuvo que dejar de lado alguna comida, 5.3% respondió que frecuentemente lo hacía, 31.6% precisó que a veces y 56.7% refirió que no dejó de consumir alguna comida por influencia de las redes sociales durante la pandemia.

**Tabla 10.**

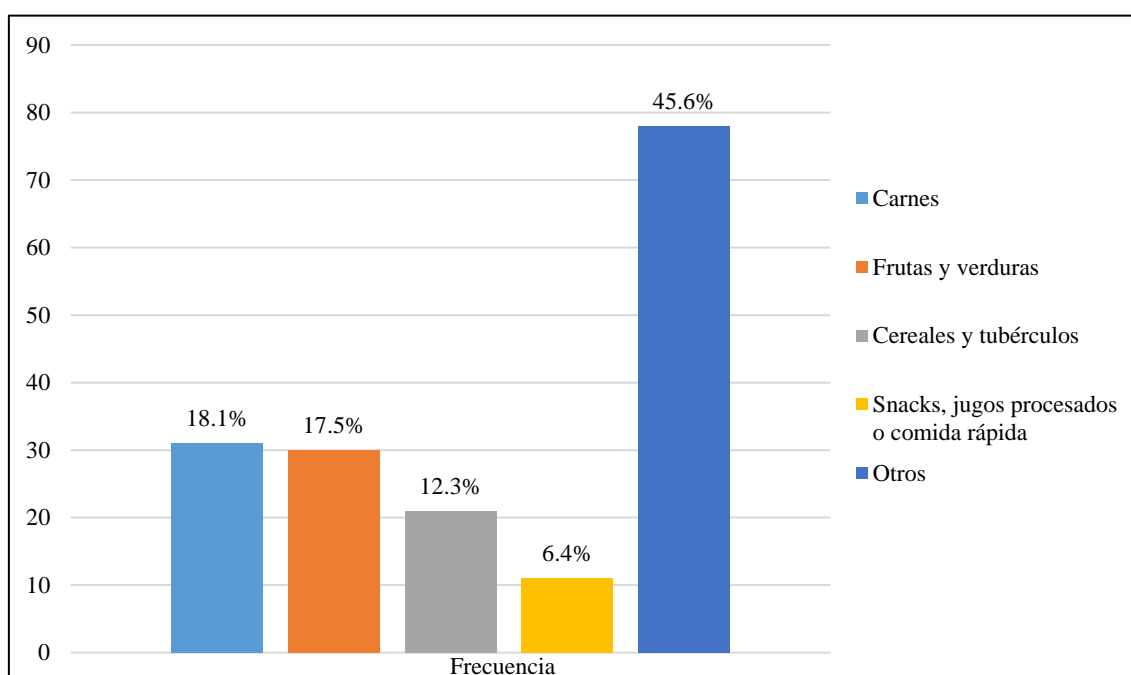
*¿Cuál fue su preferencia alimentaria durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Carnes (pollo, carne de res, chanco, pescados, atún)	31	18.1%
Frutas y verduras (Frutas: papaya, naranja, fresa, pera, etc. Verduras: tomate, cebolla, brócoli, etc.)	30	17.5%
Cereales y tubérculos (cereales: trigo, quinua, cebada, arroz, maíz, etc. Tubérculos: papa, camote, yuca, etc.)	21	12.3%
Snacks, jugos procesados o comida rápida	11	6.4%
Otros	78	45.6%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 10.**

*¿Cuál fue su preferencia alimentaria durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre su preferencia alimentaria durante COVID-19, el 18.1% indicó que prefiere las comidas que contienen carnes, 17.5% respondió que prefiere las frutas y verduras, 12.3% precisó que optaría por cereales y tubérculos, 6.4% mencionó que prefiere snacks, jugos y comidas rápidas y 45.6% refirió que optaría por otro tipo de alimentos.

**Tabla 11.**

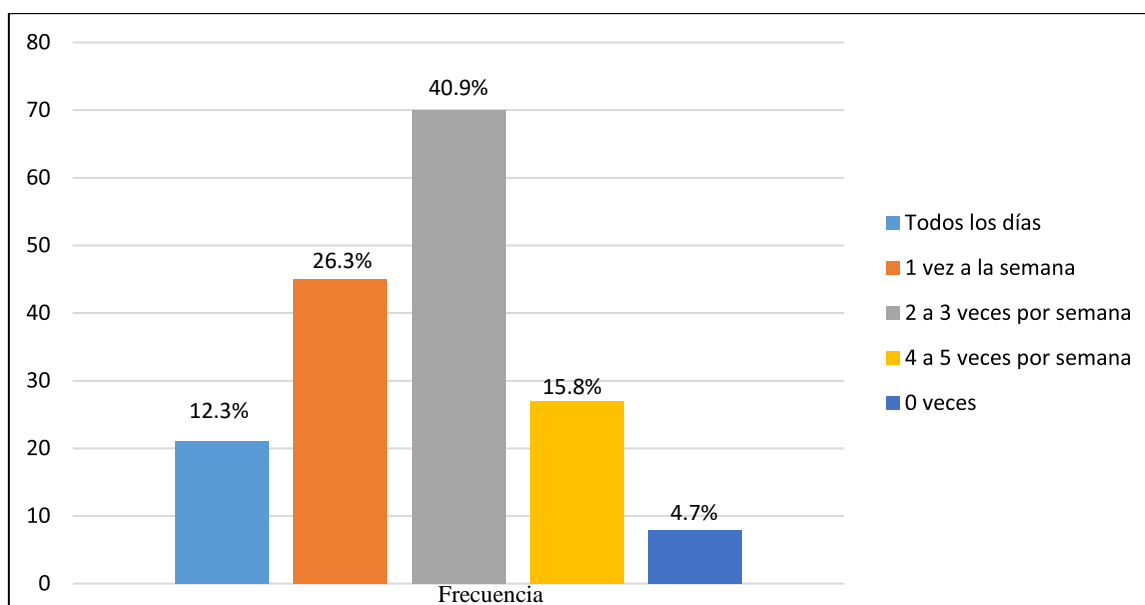
*¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	21	12.3%
1 vez a la semana	45	26.3%
2 a 3 veces por semana	70	40.9%
4 a 5 veces por semana	27	15.8%
0 veces	8	4.7%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 11.**

*¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían leche, yogurt o queso durante COVID-19, el 12.3% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió todos los días esos productos alimenticios, 26.3% respondió que 1 vez a la semana, 40.9% precisó que 2 a 3 veces por semana, 15.8% mencionó que 4 a 5 veces por semana y 4.7% refirió que no consumió leche, yogurt o queso.

**Tabla 12.**

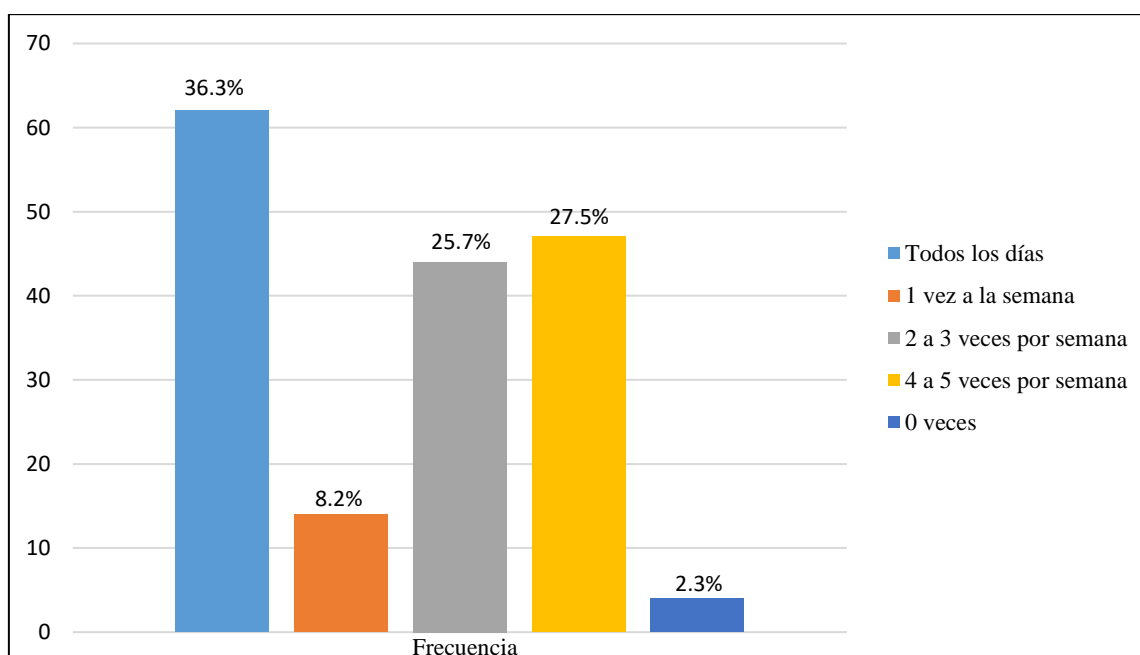
*¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carnes de res, chanco, pescado, atún) durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	62	36.3%
1 vez a la semana	14	8.2%
2 a 3 veces por semana	44	25.7%
4 a 5 veces por semana	47	27.5%
0 veces	4	2.3%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 12.**

*¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carnes de res, chanco, pescado, atún) durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían productos cárneos durante COVID-19, el 38.6% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió carnes todos los días, 8.2% respondió que 1 vez a la semana, 25.7% precisó que 2 a 3 veces por semana y 27.5% mencionó que no consumió carnes.

**Tabla 13.**

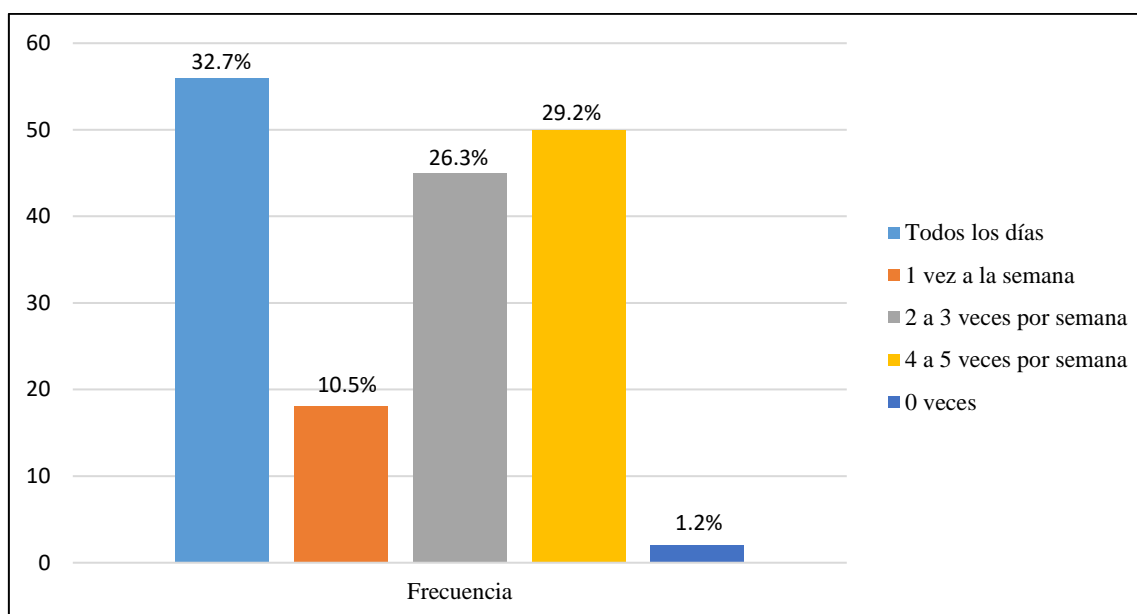
*¿Con qué frecuencia consume frutas durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	56	32.7%
1 vez a la semana	18	10.5%
2 a 3 veces por semana	45	26.3%
4 a 5 veces por semana	50	29.2%
0 veces	2	1.2%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 13.**

*¿Con qué frecuencia consume frutas durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían frutas durante COVID-19, el 32.7% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió frutas todos los días, 10.5% respondió que 1 vez a la semana, 26.3% precisó que 2 a 3 veces por semana, 29.2% mencionó que 4 a 5 veces por semana y 1.2% refirió que no consumió frutas.

**Tabla 14.**

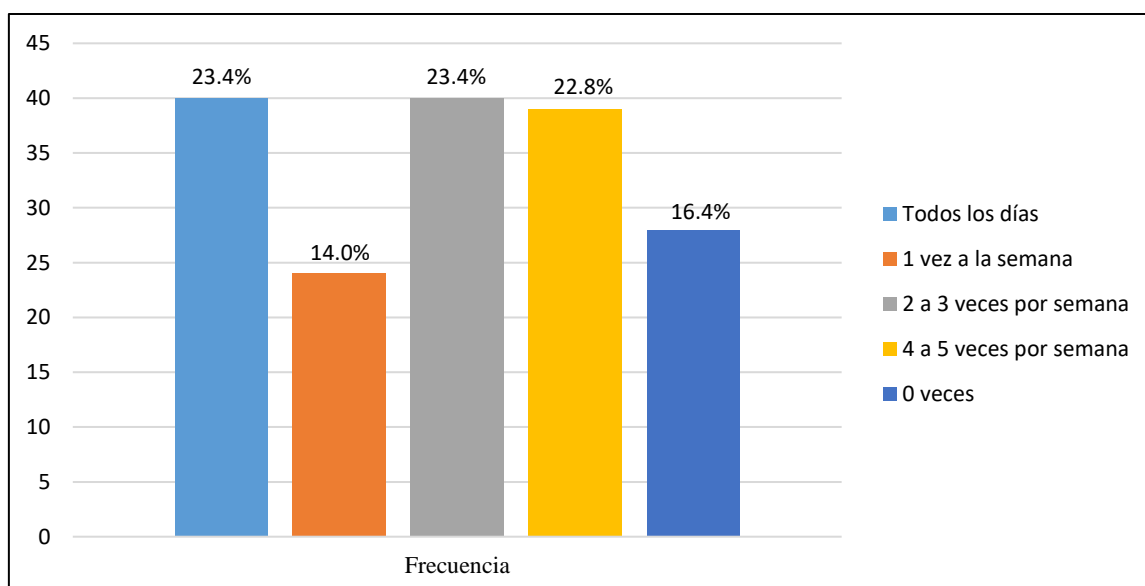
*¿Con qué frecuencia consume verduras durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	40	23.4%
1 vez a la semana	24	14.0%
2 a 3 veces por semana	40	23.4%
4 a 5 veces por semana	39	22.8%
0 veces	28	16.4%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 14.**

*¿Con qué frecuencia consume verduras durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían verduras durante COVID-19, el 23.4% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió verduras todos los días, 14.0% respondió que 1 vez a la semana, 39.8% precisó que 2 a 3 veces por semana y 22.8% mencionó que no consumió verduras.



**Tabla 15.**

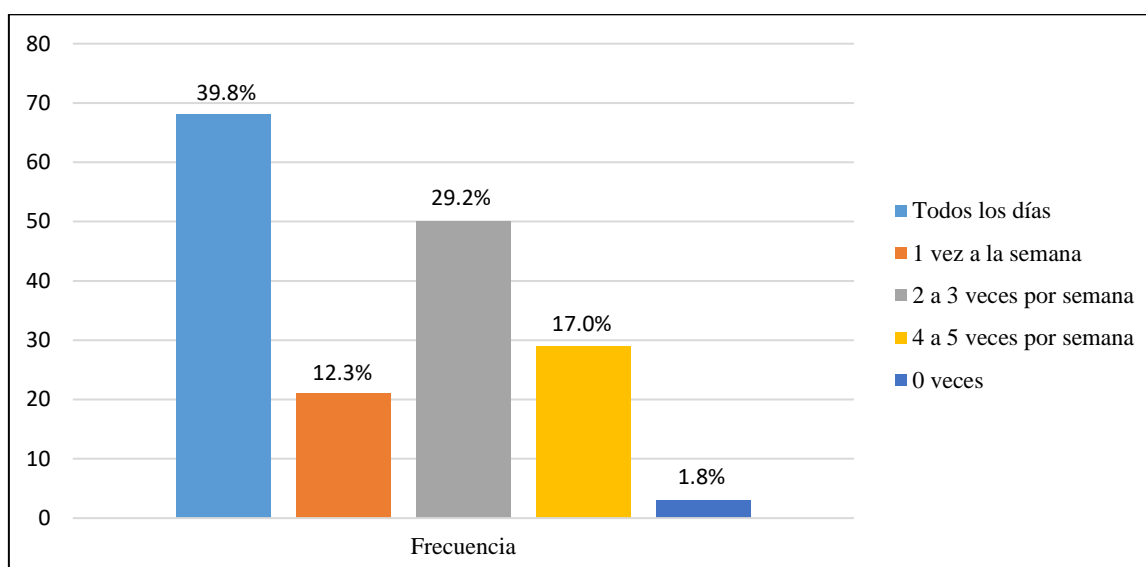
*¿Con qué frecuencia consume cereales (maíz, arroz, quinua, cebada) durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	68	39.8%
1 vez a la semana	21	12.3%
2 a 3 veces por semana	50	29.2%
4 a 5 veces por semana	29	17.0%
0 veces	3	1.8%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 15.**

*¿Con qué frecuencia consume cereales (maíz, arroz, quinua, cebada) durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían cereales durante COVID-19, el 39.8% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió cereales todos los días, 12.3% respondió que 1 vez a la semana, 29.2% precisó que 2 a 3 veces por semana, 17.0% mencionó que 4 a 5 veces por semana y 1.8% refirió que no consumió cereales.

**Tabla 16.**

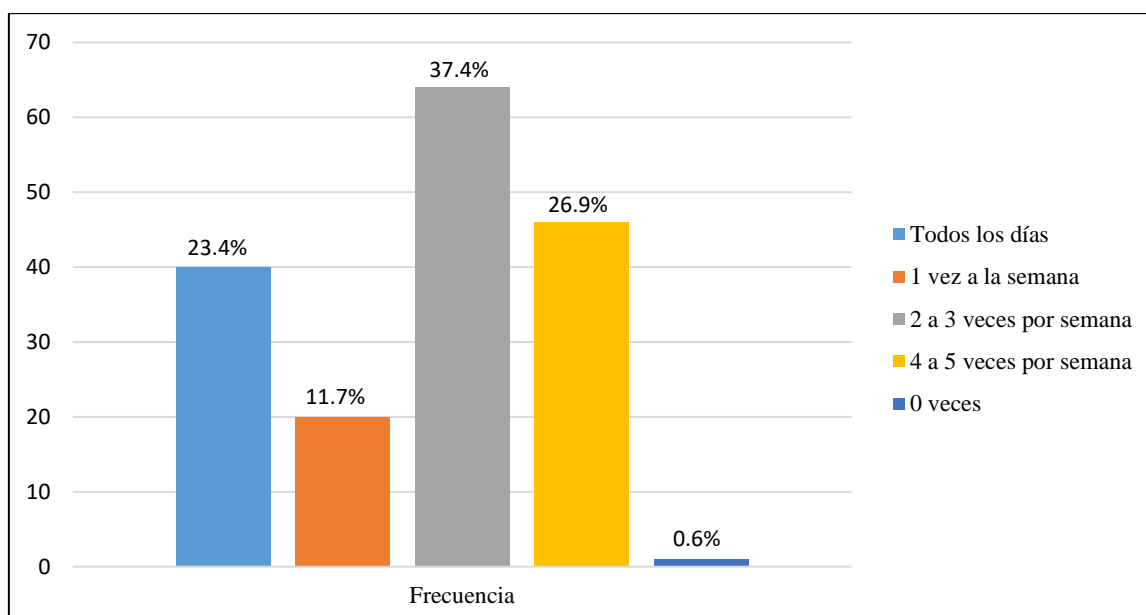
*¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa camote, yuca) durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	40	23.4%
1 vez a la semana	20	11.7%
2 a 3 veces por semana	64	37.4%
4 a 5 veces por semana	46	26.9%
0 veces	1	0.6%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 16.**

*¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa camote, yuca) durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían tubérculos durante COVID-19, el 23.4% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió tubérculos todos los días, 11.7% respondió que 1 vez a la semana, 37.4% precisó que 2 a 3 veces por semana, 26.9% mencionó que 4 a 5 veces por semana y 0.6% refirió que no consumió tubérculos.

**Tabla 17.**

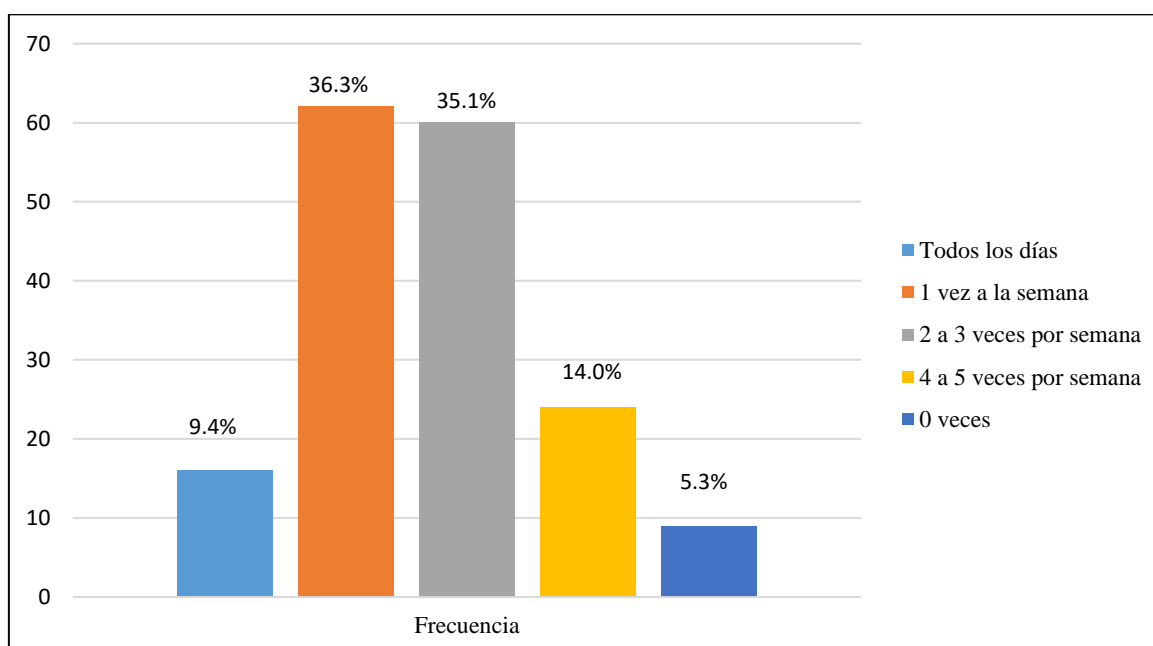
*¿Con qué frecuencia consume snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles) durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	16	9.4%
1 vez a la semana	62	36.3%
2 a 3 veces por semana	60	35.1%
4 a 5 veces por semana	24	14.0%
0 veces	9	5.3%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 17.**

*¿Con qué frecuencia consume snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles) durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían snacks durante COVID-19, el 9.4% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió snacks todos los días, 36.3% respondió que 1 vez a la semana, 35.1% precisó que 2 a 3 veces por semana, 14.0% mencionó que 4 a 5 veces por semana y 5.3% refirió que no consumió snacks.

**Tabla 18.**

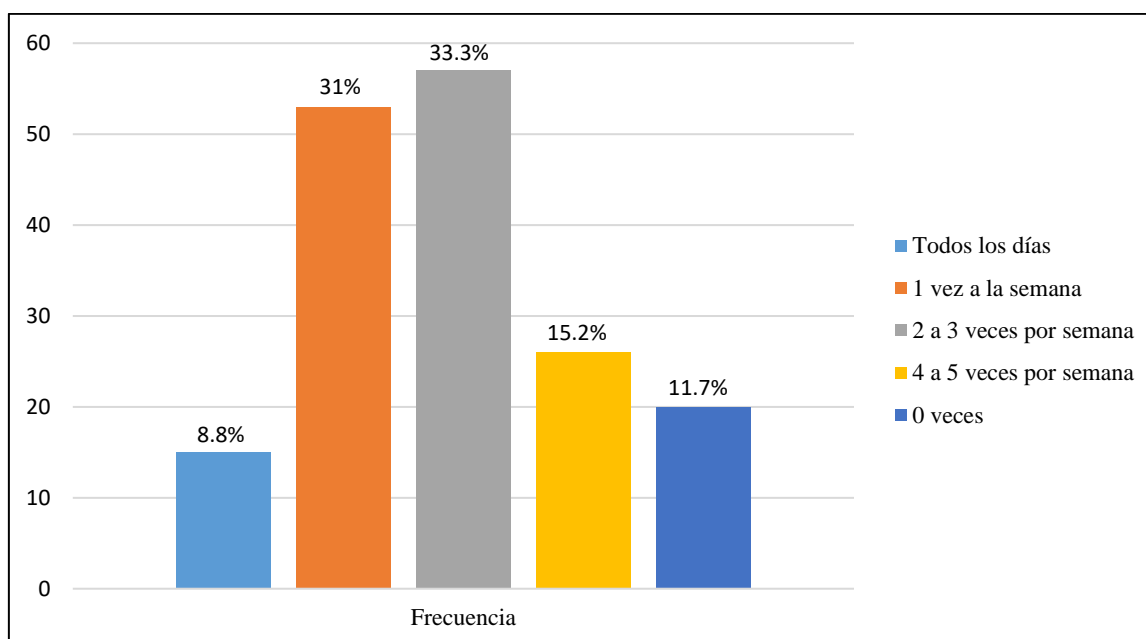
*¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados durante COVID-19?*

	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	15	8.8%
1 vez a la semana	53	31.0%
2 a 3 veces por semana	57	33.3%
4 a 5 veces por semana	26	15.2%
0 veces	20	11.7%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 18.**

*¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados durante COVID-19?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre la frecuencia que consumían gaseosas o jugos procesados durante COVID-19, el 8.8% indicó que, durante todo el periodo de la pandemia, consumió gaseosas o jugos procesados todos los días, 31.0% respondió que 1 vez a la semana, 33.3% precisó que 2 a 3 veces por semana, 15.2% mencionó que 4 a 5 veces por semana y 11.7% refirió que no consumió gaseosas o jugos procesados.

**Tabla 19.**

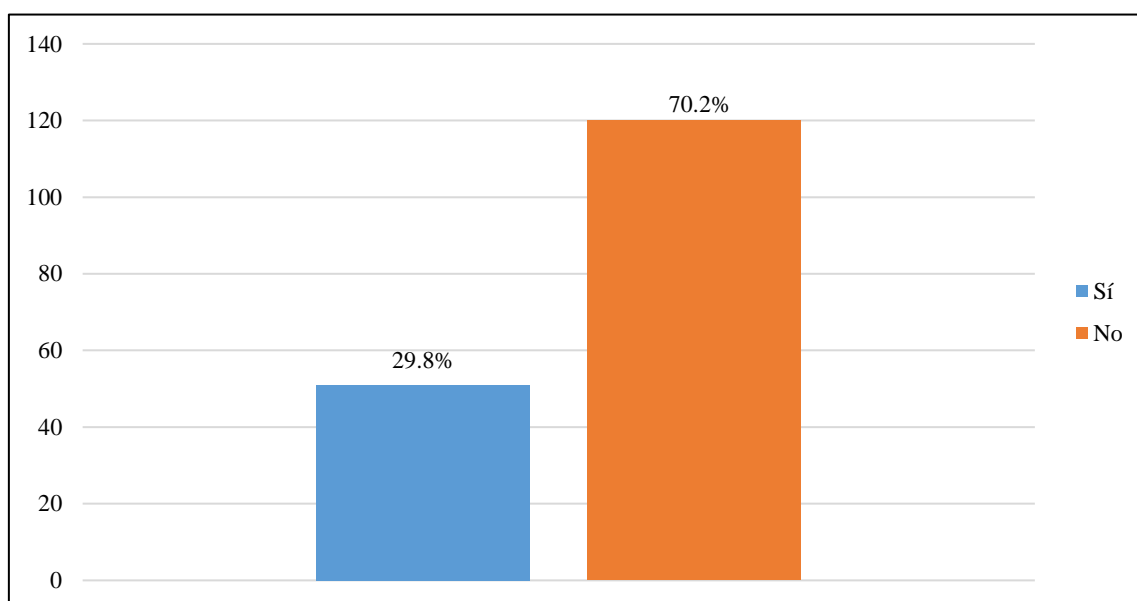
*¿Actualmente eres seguidor de alguna red social que brinda información sobre alimentación, dietas, recetas nutritivas?*

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	51	29.8%
No	120	70.2%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 19.**

*¿Actualmente eres seguidor de alguna red social que brinda información sobre alimentación, dietas, recetas nutritivas?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre si era seguidor de alguna red social que brinda información sobre alimentación, dietas, recetas nutritivas, el 29.8% indicó que sí seguía una página que le brindaba información al respecto; sin embargo, el 70.2% respondió que no seguía una página de ese rubro.

**Tabla 20.**

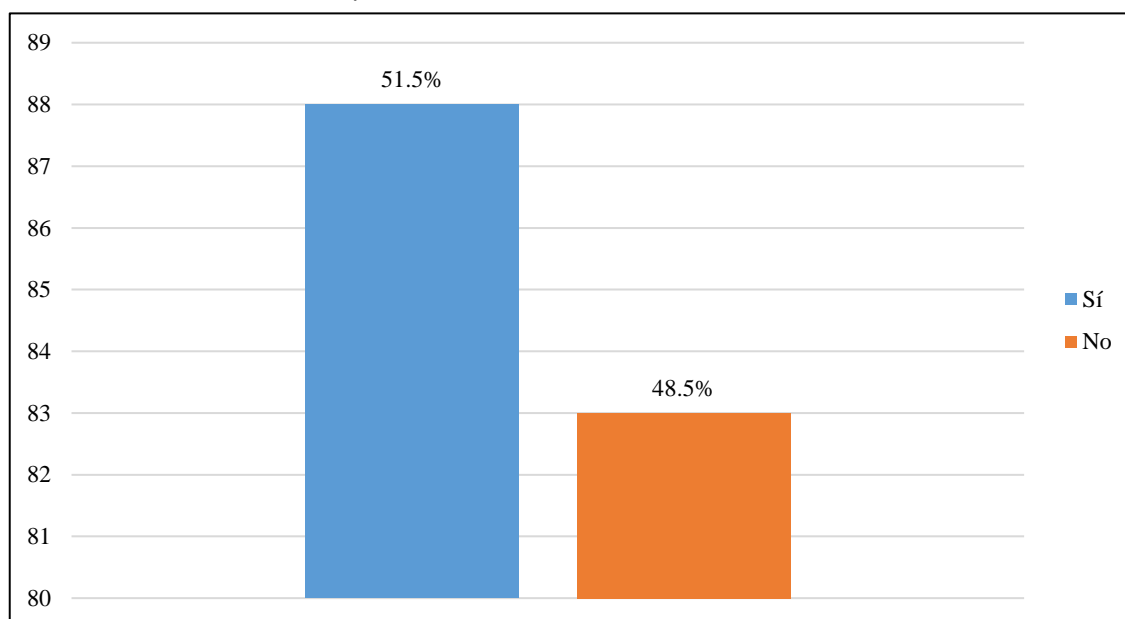
*¿Actualmente aplicas en tu vida diaria la información que obtienes de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas?*

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	88	51.5%
No	83	48.5%
Total	171	100.0%

**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

**Figura 20.**

*¿Actualmente aplicas en tu vida diaria la información que obtienes de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas?*



**Nota.** Data obtenida de la encuesta aplicada a la población.

Al consultar a los adolescentes sobre si aplicaban en su vida diaria la información que obtiene de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas, el 51.5% indicó que sí lo aplicaban a su vida cotidiana; mientras que el 48.5% respondió que no aplicaban esos tipos de información en su vida cotidiana.

## 4.2. Contrastación de hipótesis

Ha: Las redes sociales tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022.

Ho: Las redes sociales no tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022.

**Criterios:** Si  $p < 0.05 = Ha$

Sí  $p > 0.05 = Ho$

**Tabla 21.**

*Prueba de la hipótesis general*

		Cambio de hábitos alimentarios								Total	Chi cuadrado	
		Siempre		Frecuentemente		A veces		0 veces				
		N	%	N	%	N	%	N	%			
Red social	Facebook	1	0.6%	6	3.5%	24	14.0%	38	22.2%	69	40.4%	V de Crammer = 0.458  P =0.008
	Instagram	2	1.2%	0	0.0%	3	1.8%	7	4.1%	12	7.0%	
	TikTok	7	4.1%	2	1.2%	19	11.1%	33	19.3%	61	35.7%	
	YouTube	1	0.6%	1	0.6%	8	4.7%	19	11.1%	29	17.0%	
	Total	11	6.4%	9	5.3%	54	31.6%	97	56.7%	171	100.0%	

Los resultados de la prueba Chi cuadrado, reflejan un coeficiente de V de Crammer de 0.458, lo cual indica que entre las variables existe un impacto directo y significativo. Además, se muestra una significancia de  $0.008 < 0.05$ , lo cual permite aceptar la hipótesis alterna que las redes sociales tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión de resultados

Las redes sociales se han convertido en algo asiduo e imprescindible en la vida de las personas. A la vez que los asuntos nutricionales han ganado mucho protagonismo en los últimos tiempos, donde los usuarios dejan de acudir a expertos y prefieren consultar a las redes sociales sobre información nutricional por motivos de salud e imagen corporal. Precisamente, en los medios digitales se encuentra una infinidad de información que buscan modificar los hábitos alimenticios de forma positiva o negativa. En simple hecho de visualizar alimentos subidos a diario en las redes sociales puede desencadenar una respuesta conductual de consumo de un producto poco saludable para la salud como la gaseosa o la cerveza (López, 2022).

En los resultados de la presente investigación, se constató que las redes sociales tienen un grado de impacto sobre los hábitos alimenticios en los adolescentes del Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst de Barranca, debido que se identificó que el 51.5% (88) de los adolescentes reconoció que aplicaba en su vida diaria la información que obtiene de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas. Ese resultado es congruente con el obtenido por Blanco, et al. (2020), quien determinó que las redes sociales influenciaban de forma positiva como negativa en la conducta/conocimiento respecto a la alimentación en los adolescentes y adultos.

También se obtuvo como hallazgo que los adolescentes del Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst de Barranca sostienen un uso alto de redes sociales, pues el 60.2% (193) respondió que siempre (todos los días) uso las redes sociales durante COVID-19. Al igual que Hidrobo y Sánchez (2018) quien determinó en su estudio que la mayoría



(89%) de los adolescentes del colegio fiscal Guayllabamba de Ecuador, siempre (7 días a la semana) utilizaba las redes sociales.

Por otro lado, se identificó que la red social más utilizada por los adolescentes del Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst de Barranca era Facebook (40.4%) y TikTok (35.7%). Resultado similar al encontrado por Hidrobo y Sánchez (2018) en su evaluación a 126 adolescentes determinó que la mayoría utilizaba el Facebook (45,1%), esto podría deberse a, su utilidad dinámica y multifuncional, en donde, los chicos se pueden comunicar, enviar videos, imágenes, e información.

En referencia al tiempo de uso de redes sociales, se identificó que el 81. 9% de los adolescentes del Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst de Barranca mantienen un uso de redes sociales prolongado de 3 a más horas diarias durante COVID-19, destinados principalmente a entretenimiento (69%). Resultado similar al de Blanco, et al. (2020), llegó a constatar en su estudio que el 93.1% de adolescentes mantuvo un uso regular hasta más de 5h diarias. En suma, Hidrobo y Sánchez (2018), en su evaluación a 126 adolescentes del colegio fiscal Guayllabamba de Ecuador, comprobó que el 42.1% de varones y 43.5% de mujeres adolescentes utilizaban entre 3 a 4 horas diarias las redes sociales para fines de comunicación, entretenimiento e informativo.

Los resultados expuestos, vislumbran como aporte que las redes sociales, en especial Facebook, tienen impacto en los hábitos publicitarios de los adolescentes. Al respecto, Rosado et al. (2022) infieren que los adolescentes de hoy, gracias a las redes sociales, tienen acceso a información y videos, los cuales permite estar en contacto con hechos o realidades de sus intereses y, en función a ello, tomar decisiones, por cual debe deducirse que la información que pueda encontrar en las redes sociales puede influir en sus comportamientos, dentro de ellas la decisión de consumir o no algún alimento saludable o poco saludable.

De cada resultado expuesto, se puede vislumbrar como aporte teórico que las redes sociales son muy usadas por los adolescentes, por ser un sistema abierto para todo el público. Algo que se debe aceptar es que las redes sociales son medios muy influyentes en el estilo de vida de las personas. Entonces, no es una alternativa dar la espalda a esta realidad y se debe sacar mejores provechos al potencial que ofrecen estos medios.

En ese sentido, las redes sociales pueden ser un medio importante para la promoción de los adecuados hábitos alimenticios y de esa manera, reducir el problema de la mala nutrición o enfermedades asociados a ella como la obesidad, anemia, entre otros. Para Morocho (2019), las redes sociales pueden tener un rol importante en el desarrollo de los jóvenes, definitivamente, puede ser empleado, acrisolado y potenciado para un beneficio. Así, tales medios se convierten en una opción importante para informar las ventajas y desventajas de algunos productos alimenticios; además de los riesgos, cantidades y tiempo adecuado de alimentarse en beneficio de toda la sociedad peruana.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

Se concluye que las redes sociales tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghamurst, Barranca 2022 (V de Crammer de 0.458 y  $p = 0.008$ ), puesto que sí aplican a su vida diaria la información que obtiene de las redes sociales (51.5%) y mantienen hábitos alimenticios regularmente saludable (58.5%).

Se identificó que la frecuencia de uso de las redes sociales es alto (60.2%), es decir, los 7 días de la semana se utilizaron redes sociales por parte de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst de Barranca 2022.

Se identificó un tiempo prolongado de uso de 3 a más horas diarias (81.9%) de las redes sociales por parte de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst de Barranca 2022.

Se identificó que Facebook (40.4%) y TikTok (35.7%) fueron las redes sociales más usadas por los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo Enrique Billinghamurst de Barranca 2022.

#### 6.2 Recomendaciones

A las autoridades universitarias, organizar campañas de información a través de las redes sociales, especialmente en el Facebook, para promocionar los hábitos alimentarios saludables, inculcando las adecuadas costumbres nutricionales y la buena alimentación, para prevenir una infinidad de enfermedades y para garantizar el buen estado nutricional de los adolescentes.

A las instituciones públicas, habilitar canales de comunicación de las redes sociales de mayor uso por parte de los adolescentes, a través de estas plataformas pueden

ofrecer consultorios virtuales e, incluso, en redes sociales como el Facebook, se puede programar asistentes virtuales que brindan respuestas instantáneas de orientación sobre la adecuada alimentación a la población juvenil.

A los profesionales nutricionistas, a través de la red social de Facebook, pueden organizar capacitaciones o campañas en beneficio a los adolescentes donde se promocióne los adecuados hábitos alimenticios, el cual implica que elijan productos alimenticios nutritivos y en cantidades adecuadas de lácteos, cereales, frutas, carnes y verduras. Además, de advertir sobre las consecuencias de sostener una alimentación poco saludable que puede afectar su estado de salud debido a la obesidad, sobrepeso, entre otros.

A los estudiantes de la carrera de nutrición, teniendo en cuenta la red social de mayor elección por parte del adolescente, se sugiere que elaboren contenidos digitales como gráficos, videos, transmisión en vivo y foros donde se exponga sobre las consecuencias, desventajas, entre otros argumentos asociado a los hábitos alimenticios poco saludables.

## REFERENCIAS

### 7.1. Fuentes documentales

- Añazco, L. y Maldonado, K. (2021). *Influencia de las redes sociales virtuales en los hábitos alimentarios en adolescentes*. [Tesis de pregrado. Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio UNEMI  
[http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5460/1/propuesta\\_2021102115319.pdf](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5460/1/propuesta_2021102115319.pdf)
- Blanco, R., Manrique, D. y Silva, V. (2020). *Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes y adultos: una revisión sistemática*. [Tesis de pregrado. Universidad Científica]. Repositorio UC.  
<https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/1723/TB-Blanco%20R-et%20al.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Colantonio, A. (2021). *Características de los entornos alimentarios: percepción sobre alimentación saludable y hábitos alimentarios en población adolescente antes y durante el confinamiento por Covid-19*. [Tesis de pregrado. Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio PUJ.  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/58081/DOC%20FINAL%20TG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández, M. (2019). *Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable. Madrid*. [Tesis de pregrado. Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio UPC.  
<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/271021/retrieve>
- Granados, S. (2020). *Influencers impulsores del hábito de una alimentación saludable entre los jóvenes en lima metropolitana. Análisis de caso yovana mendoza y sascha fitness*. [Tesis de pregrado. Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a9f4950f-b3bb-43ff-a287-bb3c904c8c74/content>

Hidrobo, I., & Sánchez, M. (2018). *Influencia de las redes sociales y sitios web en los hábitos alimentarios de los adolescentes entre 15-17 años del colegio fiscal Guayllabamba- Pichincha- Ecuador, 2017*. [Tesis de pregrado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14743/Influencia%20de%20la%20redes%20sociales%20y%20sitios%20web%20en%20los%20h%C3%A1bitos%20alimentarios%20de%20los%20adolescentes%20entr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Inocente, Q. (2021). *Impacto del aislamiento social producido por el COVID 19 sobre los hábitos alimentarios y estados emocionales en el Perú*. [Tesis de pregrado. Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPEU. [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4827/Flora\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4827/Flora_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Jiménez, M., & Ramírez, L. (2021). *Impacto de las redes sociales en los adolescentes del asentamiento humano Juan Velasco III etapa, Chancay, 2021*. [Tesis de pregrado. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio UNJFSC. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/5802>

Morocho F. (2019). *Instagram: uso y motivaciones de los jóvenes*. [Tesis de pregrado. Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio UCM. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/57495/1/INTAGRAM%20USO%20Y%20MOTIVACIONES%20DE%20LOS%20JOCC%81VENES%20.pdf>

Romero, L. (2021). *Influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios de adultos jóvenes que asisten al gimnasio LOMAS GYM de la ciudad de Riobamba*. [Tesis

de pregrado. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio UCSG.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16918>

Tineo, L. (2022). *Impacto de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes, Lima- 2020*. [Tesis de pregrado. Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio UPCH. <https://repositorio.upch.edu.pe/handle/20.500.12866/11566>

## 7.2. Fuentes bibliográficas

Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3ª edición). Grupo Editorial Patria. <https://acortar.link/UojSA>

Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. (4ª edición). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-deinvestigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Brooks, S., Webster, R., Smith, L., Woodland, L., y Wessely, S. (2020). Greenberg N. The psychological impact of quarantine and how to reduce it: Rapid review of the evidence. *Lancet*, 395, 912–92010. doi:1016/S0140-6736(20)30460-8.

Calvo, S, Gomez, C., López, C. y López, B. (2016). *Manual de alimentación. Planificación alimentaria*. Editorial de la UNED. de Planificación alimentaria.

Gallardo L. (2017). *Metodología de la Investigación: Manual autoformativo interactivo*. Editorial de la Universidad Continental. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_E\\_G\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_E_G_MAI_UC0584_2018.pdf)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.

Spence, C., Okajima, K., DavidCheok, A., Pequeño, O. y Michel, C. (2015). *Comer con los ojos: del hambre visual hasta la sociedad digital*. <https://www.yourbrainonporn.com/es/relevant-research-and-articles-about-the->

studies/food-addiction/eating-with-our-eyes-from-visual-hunger-to-digital-satiation-2018/

Organización Mundial de la Salud. (2017). Un nuevo estudio dirigido por la OMS indica que la mayoría de los adolescentes del mundo no realizan suficiente actividad física, y que eso pone en peligro su salud actual y futura. Washington, D.C.

Organización Mundial de la Salud. (2018). *Alimentación Sana*. Washington, D.C.

Organización Mundial de la Salud. (2021). *Obesidad y Sobre Peso*. Washington, D.C.

Universidad de Aston. (2020). *Es probable que las redes sociales influyan en los hábitos alimentarios de los usuarios*. Washington, D.C.

### **7.3. Fuentes hemerográficas**

Barre, M., Cronin, K. y Thompson, A. (2016). Lo que la gente publica sobre comida en las redes sociales. *Society for Nutrition Education and Behavior*; 48(7).  
[https://www.jneb.org/article/S1499-4046\(16\)30252-4/fulltext](https://www.jneb.org/article/S1499-4046(16)30252-4/fulltext)

Becerra, F., Pinzón, G., Vargas, M., Martínez, E. y Callejas, E. (2016). Cambios en el estado nutricional y hábitos alimentarios de estudiantes universitarios. Bogotá, D.C. 2013. *Revista Fac. Med.*, 64(2), 249-256.  
doi:<http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v64n2.50722>.

Cetron, M. y Landwirth, J. (2005). Public health and ethical considerations in planning for quarantine. *Yale J Biol Med*, 78, 325–330.

Díaz, G. (2018). Caracterización de los hábitos alimentarios y nivel de actividad física en estudiantes universitarios. *Revista Salud Bosque*, 8(1), 8–19.  
doi:<https://doi.org/10.18270/rsb.v8i1.2371>

Espinoza, E., Mazuelos, F., y Cardoza, C. (2020). Desinformación sobre temas de salud en las redes sociales. *Rev. Cuba. Inf. Cienc. Salud*, 31(2).



- Fernández, M. y López, M. (2019). Relación entre hábitos alimentarios y riesgo de desarrollar diabetes en universitarios mexicanos. *Nutrición clínica diet. hosp.* , 39(4), 32-40. Obtenido de <https://revista.nutricion.org/PDF/FERNANDEZ.pdf>
- Hernández, D., Arencibia, R., Linares, D., Carolina, D., Bosques, J. y Linares, M. (2021). Condición nutricional y hábitos alimentarios en estudiantes universitarios de Manabí, Ecuador. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 27(1), 1-13. Obtenido de [https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC\\_2021\\_1\\_03.\\_-20-0042.pdf](https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2021_1_03._-20-0042.pdf)
- Kinard, B. (2016). El efecto del peso del consumidor en las reacciones a las publicaciones sobre alimentos saludables. *Ciber psicología, comportamiento y redes sociales*. 19(8).
- López, S. (2022). Influencia de las redes sociales y su impacto en la percepción de la imagen corporal. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 26, 49-50. <https://www.renhyd.org/renhyd/article/download/1813/1079>
- Mariscal, M., & Gómez, E. (2020). La deshumanización de la generación del millennial por la influencia de la tecnología. *Revista de Divulgación Científica*, 2(1), 712 – 715.
- Matute, M., Eras, D. y Bonisoli, L. (2021). Presencia en las redes sociales de Instagram, Facebook, WhatsApp y YouTube de las empresas de Delivery en la ciudad de Machala durante la pandemia. *Rev. Digital Publisher CEIT*; 6 (6): 282-292. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8149599>
- Pérez, J. (2015). El positivismo y la investigación científica. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*; 9 (3): 29-34.
- Rosado, M., Yaguachi, R., Lomas, L., Villota, W. y Poveda, C. (2022). Uso de redes sociales y consumo de alimentos en adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la

ciudad de guayaquil. *Nutrición Clínica Y Dietética Hospitalaria*, 42(4).

<https://doi.org/10.12873/424Ryaguachi>

Tamara, N. (2020). TikTok. La aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista*

*Argentina de Estudios de Juventud*, dossier temático, 6 (4).

[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/109976/Documento\\_completo.](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/109976/Documento_completo.)

[%2014.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/109976/Documento_completo.%202014.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valerio, G. y Valenzuela, J. (2011). Competencias informáticas para el e-learning 2.0.

*Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*(14), 137-160.

#### **7.4. Fuentes electrónicas**

Carlos, C. (2017). *Las redes sociales se llenan de consejos nutricionales*. Granadahoy.

[granadahoy.com/granada/redes-sociales-llenan-consejos-](http://granadahoy.com/granada/redes-sociales-llenan-consejos-nutricionales_0_910709433.html)

[nutricionales\\_0\\_910709433.html](http://granadahoy.com/granada/redes-sociales-llenan-consejos-nutricionales_0_910709433.html)

Food and Agriculture Organization. (2022). *Glosario de términos*.

<https://www.fao.org/3/am401s/am401s07.pdf>

Garcés, D. y Ramos, M. (2011). *Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La*

*Mancha*. Consejo de la Juventud de Castilla-La Mancha. <https://cutt.ly/5mNL2ha>

Humanidades. (2021). *Introducción a la filosofía de los alimentos*.

<https://www.yubrain.com/humanidades/filosofia/filosofia-de-los-alimentos/>

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Información básica sobre la COVID-19*.

Obtenido de [https://www.who.int/es/news-room/questions-and-](https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19)

[answers/item/coronavirus-disease-covid-19](https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19)

Organización Mundial de la Salud. (2022). *Salud del adolescente*. Obtenido de

[https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1)

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. (2011). *Las Redes Sociales en Internet, Diciembre*. [https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/redes\\_sociales\\_documento\\_0.pdf](https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/redes_sociales_documento_0.pdf)

RDStation. (2022). *Redes sociales*. <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Vásquez, R. (2015). *Qué piensan los filósofos sobre las redes sociales*. <https://www.forbes.com.mx/que-piensan-los-filosofos-sobre-las-redes-sociales/>

## **ANEXOS**

## ANEXO 1. Cuestionario



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

### ENCUESTA SOBRE EL “IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS EN LOS ADOLESCENTES DURANTE COVID-19 DEL COLEGIO “GUILLERMO ENRIQUE BILLINGHURST”, BARRANCA 2022”

Buenos días, la presente encuesta tiene por objetivo obtener información sobre el impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios en los adolescentes durante COVID-19, el desarrollo de la encuesta se realiza en la I.E. “Guillermo E. Billinghurst” a los estudiantes del 5to grado de secundaria. por lo que agradezco que responda a las preguntas formuladas con mucha sinceridad, gracias.

**1. ¿Cuál es tu género y edad?**

- a) Femenino: .....
- b) Masculino: .....

**2. ¿Qué sección cursa?**

- a) Quinto: .....

Instrucciones: Marque con un aspa “X”, según corresponda de acuerdo a la escala de calificación.

Escala valorativa.

1	2	3	4
0 VECES	A VECES	FRECUENTEMENTE	SIEMPRE
0 veces a la semana	2-3 días a la semana	4-5 días a la semana	7 días

**1. ¿Con qué frecuencia usa las redes sociales durante COVID-19?**

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

**2. ¿Qué red social usa con mayor frecuencia durante COVID-19?**

- a) Facebook

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

**3. ¿Cuánto tiempo designa por día el uso de las redes sociales durante COVID-19?**

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

**4. ¿Qué tipo de información busca en las redes sociales durante COVID-19?**

- a) Alimentación
- b) Artículos científicos
- c) Entretenimiento
- d) Otros: .....

**5. ¿Con qué frecuencia busca información sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas en las redes sociales durante COVID-19?**

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) A veces
- d) 0 veces

**6. ¿Cuántas veces al día consume alimentos (desayuno, media mañana, almuerzo, media tarde, cena) durante COVID-19?**

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

**7. ¿Dejaste de consumir alguna comida por influencia de las redes sociales durante COVID-19?**

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) A veces
- d) 0 veces

**8. ¿Cuál fue su preferencia alimentaria durante COVID-19?**

- a) Carnes (pollo, carne de res, chanco, pescados, atún)
- b) Frutas y verduras (Frutas: papaya, naranja, fresa, pera, etc. Verduras: tomate, cebolla, brócoli, etc.)

- c) Cereales y tubérculos (cereales: trigo, quinua, cebada, arroz, maíz, etc.  
Tubérculos: papa, camote, yuca, etc.)
- d) Snacks, jugos procesados o comida rápida

**9. ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**10. ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, carnes de res, chanco, pescado, atún) durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**11. ¿Con qué frecuencia consume frutas durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**12. ¿Con qué frecuencia consume verduras durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**13. ¿Con qué frecuencia consume cereales (maíz, arroz, quinua, cebada), durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**14. ¿Con qué frecuencia consume tubérculos (papa camote, yuca) durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**15. ¿Con qué frecuencia consume snacks (papas fritas, cachitos, doritos, chifles) durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**16. ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados, durante COVID-19?**

- 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) 0 veces

**17. ¿Actualmente eres seguidor de alguna red social que brinda información sobre alimentación, dietas, recetas nutritivas?**

- a) Si
- b) No

**18. ¿Actualmente aplicas en tu vida diaria la información que obtienes de las redes sociales sobre alimentación, dietas y recetas nutritivas?**

- a) Si
- b) No



## ANEXO 2. Matriz de consistencia

TÍTULO: “IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS EN ADOLESCENTES DURANTE COVID-19 DEL COLEGIO GUILLERMO ENRIQUE BILLINGHURST, BARRANCA 2022”											
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	DIMENSIONES OPERACIONAL	INDICADORES	METODOLOGÍA				
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuál es impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghurst, Barranca 2022?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál es la frecuencia de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghurst”, Barranca 2022?</p> <p>¿Cuál es el tiempo de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghurst”, Barranca 2022?</p> <p>¿Cuál es el tipo de redes sociales usadas durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghurst”, Barranca 2022?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar el impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghurst, Barranca 2022.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Identificar la frecuencia de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghurst”, Barranca 2022.</p> <p>Analizar el tiempo de uso de las redes sociales durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghurst”, Barranca 2022.</p> <p>Identificar el tipo de redes sociales usadas durante COVID-19 en el Colegio “Guillermo Enrique Billinghurst”, Barranca 2022.</p>	<p><b>Hipótesis de investigación</b></p> <p>Las redes sociales tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghurst, Barranca 2022.</p> <p><b>Hipótesis nula</b></p> <p>Las redes sociales no tienen impacto sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19 en el Colegio Guillermo E. Billinghurst, Barranca 2022.</p>	VI: Impacto de las Redes sociales durante COVID-19	Frecuencia de uso de las redes sociales durante COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siempre (todos los días a la semana)</li> <li>- Frecuentemente (4-5 días a la semana)</li> <li>- A veces (2-3 días a la semana)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales todos los días a la semana</li> <li>% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 4-5 días a la semana</li> <li>% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 2-3 días a la semana</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo Correlacional.</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental, de Corte transversal</p> <p><b>Técnicas e instrumentos:</b> Técnica- Encuesta, Instrumento – Cuestionario</p> <p><b>Población:</b> La población estará constituida por los 171 adolescentes de la I.E. “Guillermo Enrique Billinghurst”</p> <p><b>Muestra:</b> Los alumnos que cursan el 5to de secundaria</p>				
				Tiempo de uso de las redes sociales durante COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 a 2 horas</li> <li>- 3 a 4 horas</li> <li>- Más de 4 horas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 1 a 2 horas</li> <li>% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales de 3 a 4 horas</li> <li>% de adolescentes que usan las redes sociales virtuales más de 4 horas.</li> </ul>					
				Tipo de redes sociales usadas durante COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- Instagram</li> <li>- YouTube</li> <li>- TikTok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de adolescentes que utilizan Facebook</li> <li>% de adolescentes que utilizan Instagram</li> <li>% de adolescentes que utilizan YouTube</li> <li>% de adolescentes que utilizan TikTok</li> </ul>					
				Tipo de contenido visualizado durante COVID-19.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alimentación</li> <li>- Artículos Científicos</li> <li>- Entretenimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de adolescentes que tienen interés por temas de alimentación</li> <li>% de adolescentes que tienen interés por temas de alimentación</li> <li>% de adolescentes que tienen interés por el desarrollo de sus actividades durante su tiempo de ocio.</li> </ul>					
				Género	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masculino</li> <li>- Femenino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de adolescentes del sexo masculino</li> <li>% de adolescentes del sexo femenino</li> </ul>					
				Preferencias alimentarias de los adolescentes durante COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cárnicos</li> <li>- Cereales y Tubérculos</li> <li>- Frutas y Verduras</li> <li>- Snacks Gaseosas y Jugos Procesados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de adolescentes que prefiere consumir cárnicos</li> <li>% de adolescentes que prefiere consumir cereales y tubérculos</li> <li>% de adolescentes que prefiere consumir frutas y verduras</li> <li>% de adolescentes que prefiere consumir snacks</li> <li>% de adolescentes que prefiere consumir gaseosas y jugos procesados.</li> </ul>					
			Hábitos alimentarios de los adolescentes durante COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempo de Comida</li> <li>- Patrón Alimentario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% de tiempos de comida consumidos de manera diaria</li> <li>% de personas según su elección de alimentos</li> </ul>						
			V2: Hábitos alimentarios en los adolescentes durante COVID-19								

