

UNIVERSIDAD EVANGÉLICA BOLIVIANA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

CARRERA DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA



MODALIDAD DE GRADUACIÓN

TESIS DE GRADO

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS PREFERENCIAS
ALIMENTARIAS EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DE LA UNIDAD
EDUCATIVA FRANCISCO HURTADO, DE LA CIUDAD DE SANTA CRUZ.

PROFESIONAL DE GUÍA:

LIC. LESLIE BUEZO VILLENA

POSTULANTE:

ALISSON FERNANDEZ CHANEVI

PREVIA OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIATURA
EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA

SANTA CRUZ DE LA SIERRA – BOLIVIA

GESTIÓN 2024

ALISSON FERNANDEZ CHANEVI



TRABAJO FINAL DE GRADO

MODALIDAD DE TESIS

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS PREFERENCIAS
ALIMENTARIAS EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DE LA UNIDAD
EDUCATIVA FRANCISCO HURTADO, DE LA CUIDAD DE SANTA CRUZ.

PROFESIONAL GUÍA

LIC. LESLIE BUEZO VILLENA

PREVIA OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIATURA

EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA

SANTA CRUZ DE LA SIERRA – BOLIVIA

GESTIÓN 2024

AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente de toda sabiduría y fortaleza, por iluminar mi camino y brindarme la perseverancia para alcanzar esta meta. Tu gracia me acompañó en cada paso y me sostuvo en los momentos de dificultad. A ti, toda la gloria y honra

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo y cariño de personas muy especiales en mi vida. A mis padres, por inculcarme el amor por el conocimiento y por brindarme las herramientas para crecer como persona y profesional. Su ejemplo de perseverancia y dedicación ha sido mi mayor inspiración.

A mis amigos, por sus risas, consejos y apoyo incondicional. Su amistad ha sido un regalo invaluable en este camino.

A mis Docentes, por su guía experta y sabiduría. Sus enseñanzas y consejos fueron fundamentales para mi formación profesional.

A todos ustedes, gracias por ser parte de este logro y por acompañarme en este importante capítulo de mi vida.

DEDICATORIA

A mis padres, cuyo amor y apoyo incondicional han sido el cimiento de este logro. Su ejemplo de perseverancia y dedicación me inspiró a superar cada desafío. A mis profesores, cuya guía experta y sabiduría iluminaron mi camino y despertaron mi pasión por el conocimiento. Su influencia ha sido fundamental en mi formación profesional. A mis amigos, compañeros de viaje en esta aventura, por sus risas, aliento y apoyo inquebrantable. Su amistad ha sido un tesoro invaluable. A todos ustedes, gracias por ser parte de este sueño hecho realidad

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I. MARCO PRELIMINAR	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1 Descripción Problemática	3
1.2.2 Formulación del Problema	5
1.2.3 Delimitación del Problema	5
1.2.3.1 Delimitación espacial o geográfica	5
1.2.3.2 Delimitación temporal	5
1.2.3.3 Delimitación sustantiva.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.4 OBJETIVOS	8
1.4.1 Objetivo general	8
1.4.2 Objetivos específicos.....	8
CAPITULO II REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	9
2.1 MARCO CONCEPTUAL	9
2.1.1 Adolescencia	9
2.1.2 Influencers.....	9
2.1.3 Marketing digital	10
2.1.4 Publicidad alimentaria.....	10
2.1.5 Preferencias Alimentarias.....	11
2.1.6 Redes Sociales.....	11
2.2 MARCO TEÓRICO	12
2.2.1 Adolescencia	12
2.2.2 Cambios biológicos en la adolescencia	12
2.2.2.1 Alimentación en la adolescencia.....	13
2.2.2.2 Requerimientos nutricionales	14
2.2.3 Problemas alimentarios en los adolescentes	16
2.2.3.1 Trastornos de la conducta alimentaria (TCA).....	16

2.2.3.2	Obesidad y sobrepeso.....	17
2.2.3.3	Deficiencias nutricionales	17
2.2.3.4	Conductas alimentarias de riesgo.....	18
2.2.4	Preferencias alimentarias en la adolescencia.	18
2.2.4.1	Factores Determinantes de las Preferencias Alimentarias	18
2.3	Redes sociales	20
2.3.1	Aspectos positivos de las Redes Sociales en los adolescentes	20
2.3.2	Aspectos negativos de las Redes Sociales en los Adolescentes	21
2.3.3	Redes Sociales más utilizadas en Bolivia.	22
2.3.4	Influencia en los hábitos Alimenticios de los adolescentes.	22
2.3.5	Consecuencias en la salud de los Adolescentes.	23
2.4	MARCO LEGAL.....	25
2.5	MARCO REFERENCIAL	27
2.5.1	Referencia 1	27
2.5.2	Referencia 2	28
2.5.3	Referencia 3	29
2.6	MARCO CONTEXTUAL (INSTITUCIONAL)	30
	CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	32
3.1.	ENFOQUE METODOLÓGICO.....	32
3.2.	DISEÑO METODOLÓGICO	32
3.2.1.	Según su nivel	32
3.2.2.	Según su diseño	32
3.2.3.	Según su momento de recolección de datos	32
3.2.4.	Según el número de ocasiones	32
3.3.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.4.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	34
3.5.1.	Población	34
3.5.2.	Muestra	34
3.5.3.	Muestreo	34

3.6. FUENTE BÁSICA DE INFORMACIÓN	35
3.6.2. Fuentes primarias	35
3.6.3. Fuente secundaria	35
3.7. PLAN PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS DEL ESTUDIO	36
3.8. ASPECTOS ÉTICOS	37
CAPITULO IV. HIPÓTESIS Y VARIABLES	38
4.5. HIPÓTESIS	38
4.5.2. Hipótesis de Investigación	38
4.5.3. Hipótesis Nula	38
4.6. VARIABLES.....	38
4.6.2. Variables Independientes	38
4.6.3. Variables dependientes	38
4.6.4. Variables intervinientes.....	38
4.6.5. Operacionalizacion de variables	39
CAPITULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	43
5.1. Características Generales	43
5.2. Resultados Descriptivos	45
5.3. Resultados de Tablas Cruzadas	58
5.4. Resumen de los resultados principales obtenidos del estudio	64
5.4.1. Resumen de resultados generales	64
5.4.2. Resumen de resultados de Chi-cuadrado.....	65
5.4.3. Resultados relevantes para comprobar la hipótesis:.....	66
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
5.1. CONCLUSIONES	67
5.2. RECOMENDACIONES.....	69
CAPITULO VII. BIBLIOGRAFÍA	70
CAPITULO VIII. ANEXOS	80
ANEXO N°1: CARTA DE SOLICITUD PARA REALIZAR EL TRABAJO	80
ANEXO N° 3: IMÁGENES DE LA RECOLECCION DE DATOS.....	84
ANEXO N°4 RECORDATORIO DE 24 HORAS	86

Parte 1	86
---------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Estudiantes Según Su Género	43
Cuadro N° 2 Estudiantes Según La Edad	44
Cuadro N° 3 Aplicaciones más usadas para contenido de Alimentación	45
Cuadro N° 4 Tiempo que los adolescentes usan redes sociales	46
Cuadro N° 5 Cuentas e influencers de alimentación seguidos	47
Cuadro N° 6 Cuentas e influencers de alimentación seguidos	48
Cuadro N° 7 Preferencias de contenido nutricional	49
Cuadro N° 8 Fuente principal de información nutricional	50
Cuadro N° 9 Modificación de hábitos alimentarios por redes	51
Cuadro N° 10 Influencia de redes sociales en decisiones alimentarias	52
Cuadro N° 11 Influencia de redes sociales en consumo de alimentos y bebidas .	53
Cuadro N° 12 Consumo de Comida Rápida	54
Cuadro N° 13 Uso de redes sociales durante las comidas	55
Cuadro N° 14 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Hombres	56
Cuadro N° 15 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Mujeres	57
Cuadro N° 16 Uso e influencia de redes sociales en la alimentación	58
Cuadro N° 17 Prueba de Chi-Cuadrado entre el Uso e influencia de redes sociales en la alimentación	58
Cuadro N° 18 Uso de las Redes Sociales según el Género	59
Cuadro N° 19 Prueba de Chi-Cuadrado entre el Uso de las Redes Sociales y el Género	59
Cuadro N° 20 Principales fuentes y frecuencia de contenido de nutrición	60
Cuadro N° 21 Prueba de Chi-Cuadrado entre fuentes y frecuencia de contenido de nutrición	60
Cuadro N° 22 Consumo de alimentos y su vínculo con redes sociales	61
Cuadro N° 23 Prueba de Chi-Cuadrado entre el Consumo de alimentos y redes sociales	61
Cuadro N° 24 Alimentos y bebidas nuevos consumidos por influencia de redes..	62

Cuadro N° 25 Prueba de Chi-Cuadrado entre Consumo de nuevos Alimentos o bebidas y la influencia de redes	62
Cuadro N° 26 Retos y cambios alimentarios influenciados por redes.....	63
Cuadro N° 27 Prueba de Chi-Cuadrado entre Retos y cambios alimentarios y el consumo de nuevos alimentos	63
Cuadro N° 28 Grado de influencia de las redes sociales en los adolescentes	64
Cuadro N° 29 Resultados de Chi-cuadrado	65

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico N° 1 Estudiantes Según Su Género.....	43
Grafico N°2 Estudiantes Según La Edad	44
Grafico N°3 Aplicaciones más usadas para contenido de Alimentación	45
Grafico N°4 Tiempo que los adolescentes usan redes sociales	46
Grafico N°5 Cuentas e influencers de alimentación seguidos	47
Grafico N°6 Cada cuanto ven Contenido de Nutrición y Alimentación.....	48
Grafico N°7 Preferencias de contenido nutricional	49
Grafico N°8 Fuente principal de información nutricional	50
Grafico N°9 Modificación de hábitos alimentarios por redes	51
Grafico N°10 Influencia de redes sociales en decisiones alimentarias	52
Grafico N°11 Influencia de redes sociales en consumo de alimentos y bebidas ..	53
Grafico N° 12 Consumo de Comida Rápida	54
Grafico N°13 Uso de redes sociales durante las comidas	55
Grafico N°14 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Hombres	56
Grafico N°15 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Mujeres	57

ABSTRACT

Universidad: Universidad Evangélica Boliviana.

Carrera: Nutrición y Dietética

Modalidad de graduación: Tesis de grado

Tutor: Lic. Leslie Buezo Villena

Autor: Alisson Fernandez Chanevi

Título : INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS PREFERENCIAS ALIMENTARIAS EN ADOLESCENTES DE 15-18 AÑOS DE LA UNIDAD EDUCATIVA FRANCISCO HURTADO, DE LA CIUDAD DE SANTA CRUZ.

Ciudad: Santa Cruz de la Sierra

Año: 2024

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar la influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias de adolescentes de quince a dieciocho años de la Unidad Educativa Francisco Hurtado, ubicada en el departamento de Santa Cruz. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de campo. Se aplicó una encuesta estructurada a una muestra de ciento treinta y cinco estudiantes, que incluyó variables relacionadas con el uso de redes sociales, las fuentes de información sobre alimentación, los hábitos alimentarios y la frecuencia de consumo de determinados productos.

Los resultados evidenciaron que TikTok fue la red social más utilizada, seguida de Instagram y Facebook, con un promedio de uso superior a tres horas diarias, lo que refleja una alta exposición digital entre los adolescentes. A pesar de ello, se observó un bajo interés por seguir cuentas de profesionales en nutrición y una escasa visualización de contenido relacionado con alimentación saludable, predominando en cambio videos sobre tendencias, retos virales y productos ultra procesados.

Más de la mitad de los encuestados manifestó que las redes sociales influyen, en cierta medida, en sus decisiones alimentarias, particularmente en la curiosidad por probar nuevos alimentos o recetas difundidas en plataformas digitales. Sin embargo, los resultados del análisis estadístico mediante la prueba de Chi-cuadrado demostraron que no existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y las preferencias alimentarias ($p > 0.05$), lo que sugiere que dicha influencia, aunque percibida, no se traduce en cambios reales ni sostenidos en los patrones de consumo.

Estos hallazgos permiten concluir que las redes sociales ejercen una influencia limitada y superficial sobre las preferencias alimentarias de los adolescentes, quienes continúan guiando su alimentación principalmente por factores familiares y culturales. Se resalta la importancia de fortalecer la educación nutricional en el ámbito escolar y familiar, promoviendo el pensamiento crítico frente a los contenidos digitales y aprovechando las redes sociales como herramientas pedagógicas para fomentar hábitos alimentarios saludables desde un enfoque atractivo y accesible para los jóvenes.

CAPITULO I. MARCO PRELIMINAR

1.1 INTRODUCCIÓN

En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en una herramienta muy presente en la vida de los adolescentes, transformando la forma en que se comunican, interactúan y acceden a la información. Sin embargo, esta influencia no se limita únicamente a las interacciones sociales, sino que también se extiende a otros ámbitos de la vida, como la alimentación. Los adolescentes, un grupo de edad particularmente vulnerable debido a los cambios fisiológicos y psicológicos que experimentan, se encuentran expuestos a una gran cantidad de información y contenido relacionado con la alimentación en las redes sociales, lo que puede tener un impacto significativo en sus hábitos alimentarios y, en última instancia, en su salud.

La alimentación juega un papel fundamental en el desarrollo y bienestar de los adolescentes, y unos hábitos alimentarios saludables son esenciales para prevenir enfermedades crónicas como la obesidad, la diabetes tipo 2 y las enfermedades cardiovasculares, que cada vez se presentan a edades más tempranas. Sin embargo, los patrones alimentarios de los adolescentes a menudo se caracterizan por un bajo consumo de frutas y verduras, un alto consumo de alimentos procesados y bebidas azucaradas, y una tendencia a saltarse comidas importantes como el desayuno. Estas prácticas dietéticas poco saludables pueden tener consecuencias negativas para la salud a corto y largo plazo, y la influencia de las redes sociales puede exacerbar aún más estos problemas.

Las redes sociales pueden influir en los hábitos alimentarios de los adolescentes de diversas maneras. En primer lugar, la exposición constante a imágenes y videos de alimentos poco saludables, promocionados por influencers y marcas, puede generar antojos y deseos de consumir estos productos. En segundo lugar, las redes sociales pueden crear una presión social para seguir ciertas tendencias alimentarias o dietas restrictivas, que a menudo no están basadas en evidencia científica y pueden ser

perjudiciales para la salud. En tercer lugar, la comparación social y la búsqueda de la aprobación de los demás en las redes sociales pueden llevar a los adolescentes a adoptar comportamientos alimentarios poco saludables, como dietas extremas o atracones, con el objetivo de mejorar su imagen corporal.

A pesar de la creciente preocupación sobre la influencia de las redes sociales en la alimentación de los adolescentes, la investigación en esta área aún es limitada, especialmente en las unidades educativas del departamento de Santa Cruz, Bolivia. Por lo tanto, esta tesis tiene como objetivo analizar la influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias de los adolescentes de 15 a 18 años en la U.E. Francisco Hurtado de Pedraza, indagando sobre la frecuencia del uso diario de las diferentes redes sociales, el tipo de contenido relacionado con la alimentación que ven, sus hábitos alimentarios y su frecuencia alimentaria.

Para lograr el objetivo, se llevó a cabo un estudio cuantitativo con una muestra de 135 adolescentes de 15 a 18 años de 4°, 5° y 6° de secundaria. Se utiliza una encuesta diseñada específicamente para esta investigación, que incluyó preguntas sobre el uso de redes sociales, la exposición a contenido relacionado con la alimentación, los hábitos alimentarios y la frecuencia alimentaria. Los datos serán analizados utilizando métodos estadísticos descriptivos e inferenciales para identificar patrones y relaciones entre las variables estudiadas.

Se espera que esta investigación proporcione información valiosa sobre la influencia de las redes sociales en la alimentación de los adolescentes, lo que permitirá desarrollar estrategias y programas de intervención más efectivos para promover hábitos alimentarios saludables en este grupo de edad. Además, esta tesis contribuirá al conocimiento científico en el área de la nutrición y la salud pública, y sentará las bases para futuras investigaciones en este campo.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Descripción Problemática

El uso de las redes sociales ha transformado la forma en que las personas consumen información, interactúan y toman decisiones en diversos ámbitos, incluyendo su alimentación. Las plataformas digitales, como Instagram, TikTok y YouTube, se han convertido en una fuente importante de contenido relacionado con la alimentación, desde recetas hasta recomendaciones dietéticas. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la exposición constante a información alimentaria en redes sociales puede contribuir tanto a la adopción de hábitos saludables como al desarrollo de conductas alimentarias inadecuadas (1).

En el ámbito global, aproximadamente el 90% de los adultos jóvenes utiliza redes sociales para comunicarse, y se estima que un 10% de las publicaciones compartidas diariamente están relacionadas con alimentos o nutrición (2). Esta tendencia ha generado preocupación entre expertos en salud, ya que muchos contenidos carecen de respaldo científico y promueven el consumo de alimentos ultra procesados. Investigaciones realizadas en Europa han evidenciado que la publicidad de alimentos poco saludables en redes sociales está asociada con una mayor ingesta de snacks y bebidas azucaradas entre adolescentes (3).

En América Latina, el acceso a redes sociales ha crecido exponencialmente en la última década. Según un informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el 80% de los jóvenes de la región tienen acceso a internet y redes (4). Este panorama ha llevado a un cambio significativo en las preferencias alimentarias de los adolescentes, quienes están cada vez más influenciados por tendencias de consumo digital promovidas por influencers (5). La promoción de alimentos ricos en azúcares y grasas es común en plataformas digitales, aumentando el riesgo de obesidad y enfermedades metabólicas (6).

En Bolivia, el acceso a internet y redes sociales también ha crecido de manera considerable. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el 70% de los

adolescentes entre 15 y 18 años son usuarios activos de redes sociales (7). Esta exposición digital ha generado cambios en sus patrones alimentarios, con una mayor preferencia por alimentos ultra procesados y bebidas azucaradas promocionadas en plataformas digitales. La falta de regulación sobre el contenido nutricional en redes sociales representa un riesgo para la salud de esta población, aumentando la necesidad de estrategias educativas y de intervención.

1.2.2 Formulación del Problema

¿Cuál será la influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias en los adolescentes de 15 a 18 años en la Unidad Educativa Francisco Hurtado del departamento de Santa Cruz, durante la gestión 2024?

1.2.3 Delimitación del Problema

1.2.3.1 Delimitación espacial o geográfica

La investigación se desarrolló en la Unidad Educativa Francisco Hurtado de la Cuidad de Santa Cruz de la Sierra.

1.2.3.2 Delimitación temporal

El presente trabajo de investigación se realizó desde el mes de agosto hasta el mes de noviembre de la gestión 2024.

1.2.3.3 Delimitación sustantiva

Para la realización del presente trabajo se enfocó en adolescentes de edades comprendidas de 15 a 18 años, abordando específicamente las redes sociales, como Instagram, tik tok y Facebook entre otras, también como estas influyen en sus hábitos alimentarios. Se excluyeron otras variables no relacionadas con las redes sociales, centrándose en la interacción directa entre la exposición digital y las decisiones alimenticias.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Según la OMS, el uso de redes sociales y la publicidad de alimentos no saludables son factores que afectan la alimentación de los adolescentes (8).

Los y las adolescentes de todo el mundo se encuentran en un punto de inflexión desde el punto de vista nutricional, lo que se ve reflejado en la prevalencia de la deficiencia de micronutrientes, la obesidad, los trastornos metabólicos y las alteraciones de la conducta (9).

Si bien se han realizado numerosos estudios sobre el impacto de las redes sociales en la conducta humana, aún existe una brecha en la investigación sobre su influencia específica en las preferencias alimentarias de los adolescentes en contextos culturales como Bolivia. Este busca llenar este vacío y contribuir a la generación de conocimiento sobre los factores que moldean las decisiones alimentarias de los jóvenes en la era digital.

La creciente influencia de las redes sociales en la vida cotidiana de los adolescentes ha generado una profunda transformación en sus hábitos alimentarios. Si bien estas plataformas ofrecen un acceso sin precedentes a una diversidad de información culinaria y cultural, también exponen a los jóvenes a contenidos que promueven una imagen corporal idealizada y poco realista, lo que puede desencadenar una serie de problemas de salud.

Este estudio busca comprender cómo las redes sociales influyen en las preferencias alimentarias de los adolescentes bolivianos, con un enfoque particular en los factores que contribuyen al desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria y enfermedades crónicas como la obesidad y la diabetes.

La proliferación de dietas milagro, desafíos alimentarios virales y la exposición constante a imágenes retocadas en las redes sociales generan una presión social significativa sobre los jóvenes, fomentando conductas alimentarias restrictivas, compulsivas o desordenadas. Al mismo tiempo, la publicidad de alimentos ultra

procesados y la normalización del consumo excesivo de azúcares y grasas saturadas contribuyen a una crisis de salud pública.

Los resultados de esta investigación permitirán comprender los mecanismos mediante los cuales las redes sociales influyen en las decisiones alimentarias de los adolescentes, así como identificar los factores de riesgo asociados al desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria y enfermedades crónicas no transmisibles. Esta información será clave para diseñar intervenciones preventivas y terapéuticas más efectivas, orientadas no solo a los jóvenes, sino también a sus familias y comunidades. Asimismo, los hallazgos podrán servir de base para la formulación de políticas públicas que promuevan una alimentación saludable y el uso responsable de las redes sociales en la población adolescente.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Evaluar la influencia de las Redes Sociales en las preferencias alimentarias de adolescentes entre 15 a 18 años de la Unidad Educativa Francisco Hurtado en el departamento de Santa Cruz, durante la gestión 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar cuál de las redes sociales es la más utilizada y el tipo de contenido al que acceden.
- Identificar que redes sociales influyen en las decisiones alimentarias de los adolescentes del grupo de estudio.
- Analizar la frecuencia con la que los adolescentes se exponen a contenido de alimentación y nutrición a través de las redes sociales.
- Comparar las preferencias alimentarias declaradas por los adolescentes con las observadas en su dieta.
- Determinar el consumo de macronutrientes en relación a lo que los adolescentes ven en las redes sociales.

CAPITULO II REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

2.1 MARCO CONCEPTUAL

2.1.1 Adolescencia

La adolescencia es un período de transición compleja y dinámica entre la niñez y la adultez, caracterizado por cambios biológicos, psicológicos y sociales significativos. Esta etapa abarca desde los 10 hasta los 19 años, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) (1), y se divide en tres fases: adolescencia temprana (10-13 años), adolescencia media (14-16 años) y adolescencia tardía (17-19 años) (10). Durante este período, los jóvenes experimentan un rápido crecimiento físico, desarrollo hormonal y maduración sexual, así como cambios en su pensamiento, emociones y relaciones sociales (11). La adolescencia es una etapa crucial para la formación de la identidad, la autonomía y la adopción de hábitos y estilos de vida que pueden tener un impacto a largo plazo en la salud y el bienestar(12). En este sentido, la adolescencia es un período crítico para el desarrollo de preferencias alimentarias y hábitos alimentarios que pueden persistir hasta la edad adulta (13).

2.1.2 Influencers

Un influencers es una persona que ha ganado credibilidad y una audiencia considerable en las redes sociales gracias a su conocimiento, experiencia o personalidad en un tema específico (14). Los influencers tienen la capacidad de influir en las opiniones, actitudes y comportamientos de sus seguidores, incluyendo sus decisiones de compra y sus hábitos alimentarios (3). Su influencia se basa en la confianza que han generado con su audiencia y en la percepción de que son expertos o referentes en su campo (15). Los influencers pueden colaborar con marcas y empresas para promocionar productos o servicios, pero también pueden generar contenido de forma independiente y compartir sus opiniones y recomendaciones con sus seguidores (16). En el contexto de la alimentación, los influencers pueden tener un impacto significativo en las preferencias alimentarias y

los hábitos de consumo de sus seguidores, especialmente los adolescentes, a través de la promoción de ciertos alimentos, dietas o estilos de vida (17).

2.1.3 Marketing digital

El marketing digital, también conocido como mercadotecnia digital, es el conjunto de estrategias y acciones de marketing que se llevan a cabo en medios digitales y plataformas en línea (18). El marketing digital abarca una amplia gama de actividades, incluyendo la creación y distribución de contenido, la gestión de redes sociales, el email marketing, la publicidad en línea, el SEO (optimización para motores de búsqueda) y el análisis de datos (19). El objetivo del marketing digital es atraer nuevos clientes, fidelizar a los existentes, construir una marca y aumentar las ventas (20). En el contexto de la alimentación, el marketing digital se utiliza para promocionar productos alimenticios, crear conciencia sobre temas de nutrición y salud, e influir en las preferencias y hábitos alimentarios de los consumidores (21). Las empresas de alimentos utilizan diversas estrategias de marketing digital para llegar a los consumidores, como la creación de contenido atractivo en redes sociales, la colaboración con influencers, la publicidad en línea y el uso de aplicaciones móviles (22).

2.1.4 Publicidad alimentaria

La publicidad alimentaria es una forma de comunicación persuasiva que tiene como objetivo promover el consumo de productos alimenticios (23). La publicidad alimentaria se puede realizar a través de diversos canales, incluyendo la televisión, la radio, los medios impresos, el internet y las redes sociales (24). La publicidad alimentaria puede utilizar diferentes estrategias, como resaltar los beneficios nutricionales de un producto, apelar a las emociones de los consumidores, asociar un producto con un estilo de vida deseable o utilizar testimonios de expertos o celebridades (25). La publicidad alimentaria puede tener un impacto significativo en las preferencias alimentarias y los hábitos de consumo de las personas, especialmente en los niños y adolescentes, que son más vulnerables a la influencia

de los mensajes publicitarios (26). La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha expresado su preocupación por el impacto de la publicidad alimentaria en la salud de los niños y ha recomendado medidas para regular la publicidad de alimentos no saludables dirigida a este grupo de edad (27).

2.1.5 Preferencias Alimentarias

Las preferencias alimentarias son elecciones o inclinaciones hacia determinados alimentos o grupos de alimentos (28). Estas preferencias están influenciadas por una variedad de factores, incluyendo el sabor, el aroma, la textura, la apariencia de los alimentos, así como factores culturales, sociales, económicos y personales (29). Las preferencias alimentarias se desarrollan a lo largo del tiempo y pueden cambiar debido a la exposición a nuevos alimentos, experiencias gastronómicas, información nutricional y tendencias alimentarias (30). Las preferencias alimentarias juegan un papel importante en la elección de alimentos y pueden tener un impacto en la salud y el bienestar de las personas (31). En el caso de los adolescentes, las preferencias alimentarias pueden estar influenciadas por factores como la presión de grupo, la publicidad y el contenido que ven en las redes sociales (13).

2.1.6 Redes Sociales

Las redes sociales se definen como plataformas en línea que facilitan la interacción social, el intercambio de información y la creación de comunidades virtuales (32). Estas plataformas se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana, especialmente para los adolescentes, quienes las utilizan para comunicarse, informarse, entretenerse y construir su identidad (33). Las redes sociales ofrecen una amplia gama de funcionalidades, como la creación de perfiles personales, la publicación de contenido (textos, imágenes, videos), la participación en grupos de discusión y el seguimiento de "influencers" o figuras públicas (34).

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Adolescencia

La adolescencia, definida por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como el periodo entre los 10 y 19 años, es una etapa de transición crítica entre la niñez y la edad adulta. Más allá de un rango etario, este ciclo vital posee un valor adaptativo y funcional, fundamental para el desarrollo humano. A lo largo de este tiempo, los individuos experimentan una serie de cambios biológicos, cognitivos y sociales que no solo los preparan para la madurez, sino que también consolidan hábitos y una identidad que perduraran en una vida adulta (1).

Desde una perspectiva psicológica, este proceso se alinea con la Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura, la cual sostiene que los comportamientos y actitudes son adquiridos a través de la observación de modelos a seguir. En esta etapa, los jóvenes son particularmente susceptibles a las influencias de su entorno social y digital. La exposición a modelos de comportamiento alimentario, como los presentados por influencers y pares en las redes sociales, se convierte en un mecanismo clave para la adopción de nuevas preferencias y hábitos, un factor fundamental para comprender la relación de los adolescentes con la nutrición y la salud (35,36).

2.2.2 Cambios biológicos en la adolescencia

La adolescencia es un período de desarrollo humano caracterizado por cambios biológicos significativos que preparan al individuo para la madurez. Estos cambios, impulsados por una compleja interacción de factores genéticos, hormonales y ambientales, tienen un impacto directo en la nutrición y el comportamiento, influyendo en las necesidades alimentarias y en la forma en que los adolescentes se relacionan con la comida.

- **Pubertad y desarrollo Sexual:** La pubertad es el proceso de maduración sexual que se inicia con la activación de la glándula pituitaria y la producción de

hormonas sexuales (gonadotropinas) que estimulan las gónadas (testículos en los varones y ovarios en las mujeres) (37). En las mujeres, la pubertad se caracteriza por el desarrollo de los senos (telarquia), el crecimiento del vello púbico (pubarquia) y la menarquia (primera menstruación)(38). En los varones, la pubertad se manifiesta por el aumento del tamaño de los testículos, el crecimiento del vello púbico y facial, y el desarrollo de la masa muscular (39).

- **Crecimiento físico:** Durante la adolescencia, se produce un rápido crecimiento en estatura y peso, conocido como el "estirón puberal"(40). Este crecimiento es asincrónico, es decir, no todas las partes del cuerpo crecen al mismo ritmo, lo que puede generar cierta torpeza o descoordinación en los movimientos (41). Además del crecimiento en estatura, se produce un aumento de la masa muscular en los varones y una redistribución de la grasa corporal en las mujeres (42).
- **Desarrollo Cerebral:** El cerebro continua madurando, especialmente la corteza prefrontal, responsable del control ejecutivo y regulación de impulsos. La diferencia en maduración con el sistema límbico aumenta la sensibilidad social y la propensión a conductas de riesgo, lo que explica la influencia de pares y redes sociales (43).
- **Cambios Hormonales:** Los cambios hormonales que acompañan la pubertad tienen un impacto profundo en el estado de ánimo, las emociones y el comportamiento de los adolescentes (44). El aumento en la producción de hormonas sexuales puede generar irritabilidad, labilidad emocional y cambios en el interés sexual (45), por ejemplo, variaciones en hormonas sexuales y en melatonina retrasan la somnolencia nocturna, lo que puede favorecer un patrón de sueño tardío en muchos adolescentes y afectar su estado emocional (46).

2.2.2.1 Alimentación en la adolescencia

La alimentación en la adolescencia es determinante para cubrir las demandas de crecimiento, maduración sexual y rendimiento cognitivo. Además, influencia

directamente la prevención de enfermedades crónicas y la consolidación de hábitos alimentarios saludables (47).

2.2.2.2 Requerimientos nutricionales

La adolescencia es una etapa de crecimiento acelerado y de cambios hormonales que generan un aumento considerable en los requerimientos de energía y nutrientes. Una alimentación adecuada en este periodo es fundamental para garantizar un desarrollo óptimo, prevenir enfermedades a corto y largo plazo y consolidar hábitos saludables (47,48).

En Bolivia, los lineamientos nacionales que definen los requerimientos nutricionales en adolescentes son la Guía alimentaria para las y los adolescentes (2013) (47), la Bases técnicas de las Guías alimentarias para la población boliviana (2014) (48), y las Recomendaciones de energía y nutrientes para la población boliviana (2007) (49). Estos documentos establecen pautas basadas en la evidencia nacional y regional para garantizar la salud y desarrollo óptimo de los adolescentes.

Los requerimientos energéticos y de nutrientes varían según sexo, edad y nivel de actividad física. Las Guías y Recomendaciones bolivianas ofrecen rangos para planificar intervenciones nutricionales en adolescentes.

a) Macronutrientes

- **Energía:** Las guías nacionales estiman que los adolescentes con nivel de actividad físico moderado requieren aproximadamente 2000 kcal/día en mujeres y 2300 – 3000 kcal/día en hombres (dependiendo de la actividad física y etapa de crecimiento) (47).
- **Proteínas:** Se recomienda un aporte de aproximadamente 1,0–1,2 g/kg/día, equivalente a 10–15% de la energía total, con énfasis en calidad biológica (fuentes animales, complementadas con leguminosas) (49,50).
- **Hidratos de carbono:** Los hidratos de carbono son la principal fuente de energía para el organismo. Se recomienda que los adolescentes consuman entre 45% y

65% de sus calorías diarias en forma de hidratos de carbono, preferiblemente complejos (como granos integrales, frutas y verduras) y limitando los azúcares libres a menos del 10% (50).

- **Grasas:** Las grasas son necesarias para la absorción de vitaminas liposolubles y la producción de hormonas. Se recomienda que los adolescentes consuman entre 20% y 35% de sus calorías diarias en forma de grasas, preferiblemente insaturadas (como aceite de oliva, aguacate y frutos secos) (50).

TABLA 1. RECOMENDACIONES DE MACRONUTRIENTES EN ADOLESCENTES (15-18 AÑOS)

Componentes	Valor Recomendado
Energía (mujeres)	≈ 2000 kcal/día
Energía (hombres)	≈ 2300–3000 kcal/día
Proteínas	1,0–1,2 g/kg/día (~10–15% energía)
Carbohidratos	45–65% de energía; azúcares libres <10%
Grasas	20–35% de energía; saturadas ≤10%

Fuente: Guía para adolescentes (2013), Bases técnicas (2014), Recomendaciones nacionales (2007) (49–51).

b) Micronutrientes

- **Calcio:** El calcio es fundamental para el desarrollo y mantenimiento de los huesos y dientes. Los adolescentes necesitan alrededor de 1300 mg de calcio al día (50).
- **Hierro:** El hierro es necesario para la producción de glóbulos rojos y el transporte de oxígeno. Las adolescentes mujeres necesitan más hierro que los hombres debido a la menstruación. La recomendación general es de 15-19 mg al día para mujeres y 11-12 mg al día para hombres (50).
- **Zinc:** El zinc es importante para el crecimiento, desarrollo y función inmune. Los adolescentes necesitan alrededor de 10-12 mg de zinc al día (50).

- **Vitamina D:** La vitamina D es necesaria para la absorción de calcio y el mantenimiento de la salud ósea. La recomendación general es de 600 UI al día (50).

TABLA 2. RECOMENDACIONES DE MICRONUTRIENTES EN ADOLESCENTES (15–18 AÑOS)

Nutriente	Varones (mg o UI/día)	Mujeres (mg o UI/día)
Calcio	1300 mg	1300 mg
Hierro	11–12 mg	15–29 mg
Zinc	10–11 mg	9–10 mg
Vitamina D	600 UI	600 UI
Vitamina A	600 µg RE	600 µg RE
Folato	400 µg	400 µ

Fuente: Guía para adolescentes (2013), Bases técnicas (2014), Recomendaciones nacionales (2007) (49–51).

2.2.3 Problemas alimentarios en los adolescentes

La adolescencia es un período de alta vulnerabilidad en el que los hábitos alimentarios pueden tener un impacto significativo a largo plazo en la salud y el bienestar. En esta etapa, la interacción entre factores biológicos, psicológicos y sociales puede desencadenar diversos problemas nutricionales, los cuales a menudo se entrelazan y coexisten (13).

En Bolivia, los problemas alimentarios se manifiestan en diversas formas, incluyendo trastornos de la conducta alimentaria (TCA), obesidad y sobrepeso, deficiencias nutricionales y conductas alimentarias de riesgo.

2.2.3.1 Trastornos de la conducta alimentaria (TCA)

Los TCA son trastornos mentales complejos caracterizados por alteraciones graves en el comportamiento alimentario y la percepción de la imagen corporal (51).

Los TCA más comunes en la adolescencia son la anorexia nerviosa, la bulimia nerviosa y el trastorno por atracón (52). Estos trastornos conllevan graves consecuencias para la salud física (desnutrición, desequilibrios metabólicos) y mental (ansiedad, depresión), y su prevalencia está en aumento, influenciada por presiones sociales y mediáticas.

La prevalencia de los TCA en adolescentes bolivianos es preocupante. Un estudio realizado en 2004 en las ciudades de La Paz, Santa Cruz y Tarija encontró que 4 de cada 100 adolescentes presentaban algún trastorno de la conducta alimentaria. Además, se identificó que el 25.9% de la población estudiada estaba en alto riesgo de desarrollar un TCA (53).

2.2.3.2 Obesidad y sobrepeso

Estos problemas de salud pública se definen por un exceso de grasa corporal que pueden tener efectos adversos en la salud. La obesidad y el sobrepeso en la adolescencia incrementan significativamente el riesgo de desarrollar enfermedades crónicas como diabetes tipo 2, hipertensión y problemas cardiovasculares en la adultez (6). Es importante destacar que, a pesar de la aparente sobrealimentación, los adolescentes con obesidad a menudo presentan deficiencias de micronutrientes debido a la mala calidad de su dieta.

La obesidad y el sobrepeso son problemas de salud pública en Bolivia. Según datos del Atlas Mundial de la Obesidad 2025, el 32% de los adultos en Bolivia padecen de obesidad, y el 70% tiene un índice de masa corporal (IMC) alto. Además, un informe del Ministerio de Salud de Bolivia indica que seis de cada diez mujeres en edad fértil y una proporción similar de varones entre 15 y 49 años presentan algún grado de sobrepeso u obesidad (54).

2.2.3.3 Deficiencias nutricionales

El rápido crecimiento y desarrollo de los adolescentes exige una ingesta adecuada de vitaminas y minerales esenciales (53). Sin embargo, la adopción de dietas desequilibradas, ricas en alimentos procesados y pobres en frutas y verduras, los

expone a deficiencias de micronutrientes clave como hierro (causando anemia), calcio y vitamina D (afectando la salud ósea) y el metabolismo de folatos.

Las deficiencias nutricionales, especialmente de micronutrientes, son comunes en Bolivia. Según el Ministerio de Salud, la población boliviana sufre de carencias nutricionales, principalmente de hierro, vitamina A, yodo y calcio (55).

2.2.3.4 Conductas alimentarias de riesgo

Además de los TCA, existen otras conductas alimentarias de riesgo que pueden poner en peligro la salud de los adolescentes, como el seguimiento de dietas restrictivas sin supervisión profesional, el uso de suplementos dietéticos sin control médico, el consumo de alimentos ultra procesados y el saltarse comidas (56). Estas conductas pueden tener efectos negativos en el estado nutricional, el metabolismo y la salud mental de los adolescentes.

2.2.4 Preferencias alimentarias en la adolescencia.

Se definen como las actitudes evaluativas hacia alimentos concretos, es decir, cuánto gusta o disgusta un alimento y son un determinante clave del consumo alimentario. Estas preferencias se construyen desde la gestación y la primera infancia, pero siguen moldeándose durante la adolescencia por factores personales, familiares, comunitarios y macro-ambientales (incluyendo medios y marketing). Debido a su estabilidad relativa, los cambios en preferencias durante la adolescencia son relevantes para la salud a largo plazo (55).

2.2.4.1 Factores Determinantes de las Preferencias Alimentarias

- **Factores Biológicos y Fisiológicos:** Con el "estirón puberal," los adolescentes experimentan un aumento significativo en sus necesidades energéticas. Este incremento puede llevar a una preferencia instintiva por alimentos con alta densidad calórica, ricos en azúcares y grasas, que proporcionan energía rápida

(57). Sin embargo, este mismo impulso puede desviar su atención de alimentos nutricionalmente densos como frutas y verduras.

- **Factores Psicológicos y Emocionales:** La búsqueda de independencia y la formación de la identidad propia son características centrales de la adolescencia. Comer se convierte en un acto de autonomía, donde los jóvenes eligen lo que quieren consumir, a menudo en contraposición a las reglas familiares. Además, la alimentación puede usarse como una herramienta para manejar emociones; el consumo de comida ultra procesada y "confortable" puede ser una forma de lidiar con el estrés, la ansiedad o el aburrimiento (57).
- **Factores Socioculturales y Ambientales:** El grupo de pares, la familia y el entorno mediático juegan un papel preponderante. Los adolescentes suelen adoptar las preferencias de sus amigos para encajar socialmente, lo que puede llevar a un mayor consumo de bebidas azucaradas y comidas rápidas. La disponibilidad de alimentos en la escuela o en las tiendas cercanas también influye enormemente en sus elecciones. Además, la publicidad y, más recientemente, la influencia de las redes sociales, promueven activamente ciertos productos, haciendo que estos alimentos parezcan más deseables, modernos y socialmente aceptables (58).
- **Factores Mediáticos y de las Redes Sociales:** Este es un factor particularmente relevante en la actualidad. Las redes sociales como Instagram y TikTok han transformado la forma en que los adolescentes interactúan con la comida. A través de la exposición a "food influencers" y tendencias virales, los jóvenes no solo descubren nuevos alimentos, sino que también internalizan la idea de que ciertos productos (a menudo ultraprocesados y estéticamente atractivos) son parte de un estilo de vida operacional. Esto crea una asociación emocional con la comida que puede tener más peso que su valor nutricional (59).

En resumen, las preferencias alimentarias en la adolescencia no son simples antojos, sino el resultado de un intrincado proceso donde el hambre biológica se cruza con la necesidad psicológica de autonomía y la influencia masiva del entorno

social y digital. Comprender esta complejidad es fundamental para abordar de manera efectiva los problemas de salud nutricional en esta población.

2.3 Redes sociales

Las redes sociales son estructuras digitales que permiten la interacción entre personas y organizaciones mediante plataformas en Internet, posibilitando la creación de comunidades a partir de intereses, valores o actividades compartidas, de forma rápida y sin barreras jerárquicas (60).

2.3.1 Aspectos positivos de las Redes Sociales en los adolescentes

- **Acceso a recursos educativos:** El internet almacena vasta información y recursos educativos, muchos de ellos gratuitos, como libros electrónicos, artículos, videos y tutoriales, esto permite ampliar su rendimiento académico y sus saberes prácticamente en cualquier área de conocimiento (61).
- **Conexión con amigos y familiares:** Favorece el mantenimiento de vínculos sociales significativos y el desarrollo de habilidades comunicativas (62).
- **Desarrollo de capacidades técnicas:** El uso de plataformas fomenta la adquisición de competencias digitales necesarias en el mercado laboral actual (62). En una sociedad de avances tecnológicos es fundamental desarrollar competencias técnicas en materia de informática, como el conocimiento de software, diseño gráfico y programación.
- **Exploración de intereses y pasatiempos:** El Internet permite acceder a comunidades afines, potenciando habilidades personales y fomentando la creatividad para explorar una amplia gama de intereses y pasatiempos comunes a su edad, como la música, el arte, la fotografía y los deportes (63). También, tienen la posibilidad de unirse a comunidades en línea que compartan sus gustos y afinidades, lo que les brinda la oportunidad de interactuar con personas de todo el globo y potenciar sus destrezas y

conocimientos. Es más, hay muchos jóvenes que han iniciado sus proyectos en la red obteniendo gran éxito en diversas plataformas.

- **Aprendizaje a distancia:** Las redes y plataformas digitales facilitan el acceso a programas de formación en línea, rompiendo barreras de tiempo y espacio (63). Los estudiantes pueden inscribirse a cursos y programas de educación en línea que les permiten aprender de forma autónoma. Esto es una gran ventaja para aquellos que tienen inclinaciones por ciertos saberes o cualidades específicas que no son atendidas por su escuela (64).

2.3.2 Aspectos negativos de las Redes Sociales en los Adolescentes

- **Exposición a contenido inapropiado e información falsa:**
Los adolescentes pueden enfrentarse a violencia, pornografía o desinformación, afectando su salud mental (65). Además, es difícil para los jóvenes manejar la carga de información que están recibiendo y distinguir su veracidad, propósito o confiabilidad.
- **Ciberbullying:** El acoso en línea es un fenómeno frecuente y se asocia con depresión y baja autoestima, desafortunadamente, al ser un medio virtual donde se crean perfiles falsos y se divulgan datos de todo tipo, se abusa de estas condiciones para acosar y emplear el ciberbullying (66). Lo que puede generar la recepción de mensajes amenazantes o humillantes, la difusión de rumores, compartir datos o contenido privado sin consentimiento, así como el uso de lenguaje ofensivo con efectos nocivos principalmente en los jóvenes.
- **Adicción a Internet:** El uso excesivo puede afectar negativamente la conducta de los adolescentes a través de problemas de sueño, fatiga ocular, dolores de cabeza, procrastinación, irritabilidad y contribuye al aumento de ansiedad, depresión y dependencia tecnológica (67).
- **Grooming:** Los adolescentes son vulnerables a conductas de manipulación por parte de adultos con fines de explotación (68). Al no ser mayores de edad, son proclives a ser víctimas de grooming, término que refiere a la situación

en que un adulto se hace pasar por menor para ganarse su confianza y obtener información personal (69).

- **Exposición a la privacidad:** Compartir información personal en exceso incrementa riesgos de seguridad digital (70)

2.3.3 Redes Sociales más utilizadas en Bolivia.

Para contextualizar el impacto de las redes sociales en los adolescentes bolivianos, es fundamental identificar las plataformas más populares entre este grupo etario. Según el reporte "Digital 2024 Bolivia" de DataReportal, que analiza el uso de internet y redes sociales a nivel nacional, las plataformas más utilizadas en el país son Facebook, TikTok e Instagram (71).

Estas plataformas concentran la mayor interacción digital entre adolescentes de 15 a 18 años, convirtiéndose en espacios clave no solo para el marketing y la publicidad, sino también para la difusión de tendencias vinculadas con la alimentación, la imagen corporal y los estilos de vida.

2.3.4 Influencia en los hábitos Alimenticios de los adolescentes.

Las redes sociales forman parte integral de la vida de los adolescentes, influyendo en sus comportamientos, actitudes y preferencias alimentarias. Esta influencia es multidimensional y se manifiesta de diversas formas:

- **Exposición a imágenes y videos de comida:** Las publicaciones compartidas por adolescentes en Instagram muestran que el 67,7 % contiene alimentos altos en calorías con marcas destacadas, lo que potencia el atractivo de estos productos (72). Esta exposición constante puede generar antojos y modificar las percepciones sobre lo que se considera “deseable” o “apetitoso”.
- **Influencers y creadores de contenido gastronómico:** Estudios sistemáticos evidencian que los anuncios y recomendaciones de influencers aumentan la preferencia por alimentos poco saludables entre adolescentes (73).

- **Tendencias alimentarias:** La plataforma TikTok promueve activamente dietas extremas y culturas alimentarias perjudiciales entre jóvenes, enfocadas en pérdida de peso y delgadez La plataforma TikTok promueve activamente dietas extremas y culturas alimentarias perjudiciales entre jóvenes, enfocadas en pérdida de peso y delgadez (74).
- **Comparación social:** Las redes sociales fomentan la comparación social, lo que puede afectar negativamente la imagen corporal de los adolescentes. Investigaciones han encontrado que la exposición a contenido que promueve ideales de belleza poco realistas puede llevar a una insatisfacción corporal y a la adopción de comportamientos alimentarios desordenados (75,76).
- **Normalización de hábitos poco saludables:** El marketing digital encubierto y el contenido de comida en redes moldean normas alimentarias, favoreciendo conductas de consumo inadecuadas con exposición constante a imágenes de alimentos ultra procesados, bebidas azucaradas y comidas rápidas (68).

2.3.5 Consecuencias en la salud de los Adolescentes.

La influencia de las redes sociales en la alimentación de los adolescentes puede derivar en efectos positivos y negativos. Entre los negativos destacan:

- **Trastornos de la conducta alimentaria:** La exposición constante a cuerpos idealizados y dietas restrictivas en redes sociales se asocia con mayor riesgo de desarrollar anorexia, bulimia u otros TCA (77).
- **Obesidad y sobrepeso:** La publicidad digital de alimentos ultra procesados y bebidas azucaradas se relaciona con un mayor consumo de estos productos y, en consecuencia, con un mayor riesgo de sobrepeso y obesidad (78).
- **Desnutrición:** La adopción de tendencias alimentarias sin supervisión profesional, como el ayuno intermitente o dietas extremas, puede generar deficiencias nutricionales en adolescentes (74).
- **Desarrollo de hábitos alimentarios poco saludables:** El uso de redes sociales como fuente principal de información nutricional, en lugar de fuentes

profesionales, favorece la consolidación de patrones alimentarios inadecuados (68).

2.4 MARCO LEGAL

La presente investigación se sustenta principalmente en la Ley N° 775, Ley de Promoción de Alimentación Saludable, cuyo objetivo es fomentar hábitos alimentarios saludables en la población boliviana. Esta normativa busca prevenir enfermedades crónicas relacionadas con la dieta y garantizar el derecho de la población a una alimentación adecuada y saludable (79).

Artículo 1 (Objetivo): establece que la ley busca prevenir enfermedades crónicas relacionadas con la dieta y promover el derecho humano a una alimentación sana y adecuada (79).

Artículo 2 (Finalidad): señala que la ley contribuye al ejercicio físico y a una alimentación sana, suficiente y equilibrada (79).

Artículo 3 (Alcance): determina que la ley abarca la promoción de hábitos alimentarios saludables, la educación alimentaria, así como la regulación de la publicidad y el etiquetado de los alimentos (79).

Artículo 4 (Principios): establece los principios rectores de la ley, incluyendo el derecho a la alimentación, la promoción de la producción y consumo de alimentos saludables y la participación ciudadana (79).

Artículo 10 (Educación Ciudadana): resalta la importancia de la educación alimentaria en todos los niveles educativos (79).

Artículo 11 (Publicidad): establece restricciones a la publicidad de alimentos dirigida a niños y adolescentes, con el fin de proteger su salud y bienestar (79).

Asimismo, se considera la Ley N° 548, Código Niña, Niño y Adolescente, que reconoce los derechos de la niñez y adolescencia en Bolivia, enfocándose en la prevención, protección y atención integral por parte del Estado, la familia y la sociedad (80).

Los artículos relevantes para esta investigación son:

Artículo 11 (Derecho a la vida y a la salud): garantiza el derecho de los niños, niñas y adolescentes a la vida y a la salud (80)

Artículo 20 (Derecho a la salud): establece que los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir atención sanitaria de manera permanente, sin discriminación (80).

Artículo 23 (Derecho a la educación): reconoce la educación como un componente esencial para la promoción de hábitos saludables (80).

Artículo 31 (Derecho a la información): asegura que los adolescentes tengan acceso a información adecuada sobre su salud y desarrollo integral (80).

Estas leyes proporcionan el marco normativo fundamental para promover la alimentación saludable y la educación nutricional en niños, niñas y adolescentes, garantizando sus derechos básicos a la salud, educación e información.

2.5 MARCO REFERENCIAL

2.5.1 Referencia 1

Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes en el estado de Guanajuato (Guanajuato, México, 2018).

La investigación realizada por Carmen Castrejón Mata (2018) en Guanajuato, México, analizó cómo las redes sociales y el marketing influyen en los hábitos de alimentación y actividad física de jóvenes de 15 a 29 años, utilizando un enfoque mixto con cuestionarios estructurados y entrevistas directas a una muestra de 385 participantes, estratificados en los grupos etarios 15–19, 20–24 y 25–29 años. Los resultados muestran que el 76,9 % de los jóvenes dedica más de una hora diaria a redes sociales, mientras que un 45,2 % las utiliza durante las comidas, evidenciando influencia directa en los hábitos alimentarios. Además, el 47 % de los participantes no realiza actividad física regularmente, aunque el 38,4 % se siente motivado por las redes para ejercitarse. Un 81 % considera útil la información consultada sobre alimentación y ejercicio, el 46,8 % sigue cuentas deportivas y el 29,6 % reconoce que el contenido publicado influye en sus decisiones alimentarias. Respecto a la alimentación, el 51,4 % realiza tres comidas diarias y el 51,9 % reporta realizar alguna actividad física semanal.

La autora concluye que las redes sociales y las estrategias de marketing ejercen una influencia significativa en los hábitos alimentarios y de actividad física de los jóvenes, recomendando la implementación de programas educativos y preventivos que fomenten un uso consciente de estas plataformas y hábitos saludables (81).

2.5.2 Referencia 2

La influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios en adolescentes de 15 a 18 años en la ciudad de La Rioja en el año 2020.

La investigación realizada por Lagoria (2021) en la ciudad de La Rioja, Argentina, tuvo como objetivo analizar la influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios de adolescentes de 15 a 18 años. Se empleó un diseño transversal, observacional y descriptivo, con una muestra no probabilística de 144 estudiantes de 3.º, 4.º y 5.º año de dos escuelas privadas.

La recolección de datos se efectuó mediante una encuesta virtual a través de Google Forms, que exploró los hábitos alimentarios actuales, el uso de redes sociales y la exposición a contenidos nutricionales. Los resultados mostraron que el 95 % de los adolescentes encuestados había visto alguna vez publicaciones sobre consejos nutricionales, dietas o uso de suplementos nutricionales. Además, el 65 % indicó que alguna vez intentaron seguir alguna práctica o sugerencia nutricional vista en redes sociales, con o sin éxito. Un 60 % desconocía si el contenido de estas publicaciones había sido redactado por un especialista en nutrición o un profesional de la salud capacitado en el área.

En cuanto a los hábitos alimentarios, el 62 % realizaba cuatro comidas diarias, mientras que el 20 % solo dos. Instagram fue la red social más utilizada, con un 60 % de preferencia, seguida de Facebook (23 %) y YouTube (7 %). Asimismo, el 71 % de los encuestados había intentado alguna dieta o plan de descenso de peso. La investigación concluyó que las redes sociales tienen una influencia significativa en los hábitos alimentarios de los adolescentes, recomendando la implementación de políticas públicas que regulen la veracidad de la información nutricional en estas plataformas y la promoción de programas educativos que fomenten un consumo crítico de contenidos digitales (82).

2.5.3 Referencia 3

Food for 29eens: how social media is associated with adolescent eating outcomes (Flandes, Bélgica, 2022).

El estudio de *De Jans et al. (2022)* en Flandes, Bélgica, tuvo como objetivo analizar cómo la exposición a mensajes sobre alimentación en redes sociales influye en los comportamientos alimentarios de los adolescentes. Para ello, se aplicó un enfoque cuantitativo mediante encuestas a 1002 adolescentes de entre 11 y 19 años, evaluando su consumo de alimentos, actitudes hacia la alimentación, percepciones normativas y alfabetización alimentaria. Los resultados mostraron que el 68% de los adolescentes reportó haber visto publicaciones relacionadas con comida poco saludable en redes sociales, y un 55% indicó que estas publicaciones influyeron en sus elecciones alimentarias, especialmente en el consumo de snacks y bebidas azucaradas. Además, un 62% percibió que sus amigos o personas influyentes en redes aprobaban estos hábitos, lo que afectó sus actitudes hacia la alimentación. Estos hallazgos evidencian que las redes sociales actúan como un factor influyente en las decisiones alimentarias de los jóvenes, subrayando la importancia de estrategias educativas y reguladoras que promuevan un consumo más consciente y saludable (83).

2.6 MARCO CONTEXTUAL (INSTITUCIONAL)

Unidad Educativa “Francisco Hurtado Pedraza” – Nivel Secundario

La institución se localiza en una zona alejada del centro de la ciudad, estando ubicada en la ciudadela Andrés Ibáñez del Plan 3000 situada en el Barrio Suárez UV 164, Mz-035 perteneciente al distrito municipal Nro. 8.

El nivel Secundario funciona en el Módulo Virgen de Cotoca – Ciudad de la Alegría, el cual cuenta con 24 aulas, laboratorios equipados, salas de cómputo y dos canchas poli funcionales destinadas a la práctica de deportes y actividades recreativas. También dispone de un kiosco escolar para la venta de alimentos y bebidas .El nivel Primario se encuentra en el barrio Juana Azurduy de Padilla (calle 5 s/n), en un módulo que alberga 22 ambientes, incluyendo dirección, sala de maestros y kiosco. Durante el turno de la tarde, estas instalaciones son compartidas con el nivel Inicial, lo que evidencia un aprovechamiento eficiente de los espacios disponibles (84).

Macro localización	Micro localización
	

*Localización del módulo Francisco Hurtado de Pedraza nivel secundario
(Elaboración Propia)*

Logros y Reconocimientos:

La Unidad Educativa Francisco Hurtado Pedraza ha alcanzado importantes logros en el ámbito educativo y cultural. En 2023, sus estudiantes obtuvieron el primer lugar en las Olimpiadas de la Democracia Intercultural, representando al departamento de Santa Cruz en la competencia nacional. Este reconocimiento refleja el compromiso institucional con la formación de ciudadanos críticos, responsables y participativos (85).

CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

El presente estudio se enmarca en el enfoque cuantitativo, ya que emplea la recolección y el análisis de datos numéricos con el fin de responder a los objetivos planteados. Este enfoque permite identificar patrones de comportamiento y establecer relaciones entre el uso de redes sociales y los hábitos alimentarios en los adolescentes, asegurando la objetividad del proceso de investigación.

3.2. DISEÑO METODOLÓGICO

3.2.1. Según su nivel

La investigación es de nivel descriptivo–explicativo, porque busca caracterizar los hábitos alimentarios y el uso de redes sociales en los adolescentes, y explicar la posible relación entre ambas variables.

3.2.2. Según su diseño

El diseño es no experimental, de tipo transversal y de campo, ya que los datos fueron recolectados en un solo momento y directamente de los adolescentes de la institución educativa.

3.2.3. Según su momento de recolección de datos

Es prospectivo, pues se hizo un seguimiento a una muestra semejante para obtener un resultado. Los datos que se recolectaron fueron obtenidos en el momento del estudio, y no así de exámenes, evaluaciones anteriores.

3.2.4. Según el número de ocasiones

Es de manera transversal, ya que se realizó en un lapso corto de tiempo y tuvo la medición de la variable solo una vez.

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo se utilizó el método deductivo, partiendo de teorías generales sobre redes sociales y hábitos alimentarios, para aplicarlas al contexto específico de los adolescentes encuestados. Este método permitió formular conclusiones a partir de los datos obtenidos

3.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica utilizada en el presente estudio fue la encuesta estructurada, aplicada de forma presencial a los adolescentes seleccionados en el aula. Esta técnica se eligió por ser una herramienta eficaz para la recolección de información de carácter cuantitativo, permitiendo obtener datos sobre el uso de redes sociales y los hábitos alimentarios de manera rápida, ordenada y comparable

El diseño de la encuesta consideró preguntas relacionadas con la frecuencia y preferencia en el uso de redes sociales, así como aspectos de la alimentación cotidiana, utilizando preguntas de recordatorio de 24 horas y de frecuencia alimentaria, que facilitaron la identificación de patrones de consumo y prácticas alimentarias en la población estudiada.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. Población

La población con la que se trabajo es con los adolescentes de 4to, 5to y 6to de secundaria de entre 15 a 18 años de la Unidad Educativa Francisco Hurtado. Los cuales hacen un total de 135 estudiantes repartidos de la siguiente forma:

CURSO	N° DE ESTUDIANTES	%
4TO A	26	19%
4TO B	26	19%
4TO C	27	20%
5TO A	28	21%
6TO A	28	21%
TOTAL	135	100%

3.5.2. Muestra

La muestra estuvo constituida por la totalidad de la población (135 estudiantes), por lo que se trabajó con un muestreo censal.

3.5.3. Muestreo

El tipo de muestreo empleado fue no probabilístico por conveniencia, ya que la selección de los participantes se realizó considerando la disponibilidad y accesibilidad de los estudiantes de la Unidad Educativa “Francisco Hurtado Pedraza”. Este método fue elegido porque permite trabajar con la población estudiantil presente en los cursos y paralelos durante la aplicación de la encuesta, garantizando la viabilidad del estudio en el tiempo y recursos disponible

3.6. FUENTE BÁSICA DE INFORMACIÓN

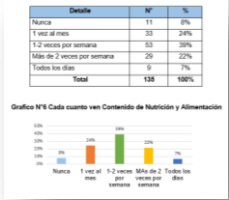
3.6.2. Fuentes primarias

La información primaria se obtuvo directamente mediante la encuesta aplicada a los adolescentes de la Unidad Educativa Francisco Hurtado Pedraza. Esta fuente es fundamental, ya que permite recolectar datos actuales, específicos y propios del contexto de estudio, garantizando que los resultados reflejen de manera fiel los hábitos alimentarios y el uso de redes sociales de la población objetivo.

3.6.3. Fuente secundaria

Se recurrió a fuentes secundarias como artículos científicos, tesis y libros sobre redes sociales y hábitos alimentarios en adolescentes. Estas fuentes proporcionan marcos teóricos, antecedentes y hallazgos comparativos, lo que permite fundamentar la investigación, contextualizar los resultados y respaldar el análisis e interpretación de los datos obtenidos en la encuesta.

3.7. PLAN PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS DEL ESTUDIO

Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIA / FOTO
1	Aplicación de instrumentos	Se aplicaron de forma física tres cuestionarios: (1) Cuestionario sobre uso de redes sociales y hábitos alimentarios, (2) Recordatorio de 24 horas, y (3) Cuestionario de frecuencia alimentaria. Los instrumentos fueron aplicados en aula a los estudiantes seleccionados según los criterios de inclusión.	
2	Recolección y organización de datos	Una vez recolectada la información, los cuestionarios fueron revisados y codificados manualmente para asegurar consistencia en las respuestas. Posteriormente, se elaboró una base de datos en Microsoft Excel.	
3	Tabulación de datos	Los datos fueron tabulados inicialmente en Excel para la verificación de valores atípicos y limpieza de la información. Posteriormente, la base fue exportada al software estadístico SPSS para su análisis.	
4	Análisis descriptivo	Se calcularon frecuencias absolutas y relativas (%) de las variables de estudio. Los resultados fueron organizados en tablas y gráficos (barras y sectores) que permitieron describir el uso de redes sociales y las preferencias alimentarias de los adolescentes.	
5	Análisis inferencial	Se aplicaron pruebas de Chi-cuadrado de Pearson en las tablas cruzadas, con un nivel de significancia de p<0,05, con el fin de determinar asociaciones entre variables categóricas como: red social utilizada vs. Género, tiempo de uso vs. Consumo de alimentos, entre otras.	$\chi^2_c = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$
6	Interpretación de resultados	Los resultados obtenidos se interpretaron a partir del análisis descriptivo y las pruebas de significancia estadística. Además, se elaboró una Tabla Resumen de hallazgos, donde se sintetizan los aspectos evaluados, los resultados principales, el grado de influencia y, en los casos aplicables, la significancia estadística. Esta tabla permitió organizar la información de manera clara y facilitar la discusión de los hallazgos con la literatura científica.	

3.8. ASPECTOS ÉTICOS

La investigación se desarrolló respetando los principios del Código de Núremberg y las declaraciones de Helsinki, lo cual asegura el respeto, protección y bienestar de los participantes, especialmente considerando que se trata de adolescentes, un grupo vulnerable que requiere medidas de protección adicionales (86,87).

- **Consentimiento informado:** Se explicó a los adolescentes y a sus tutores legales los objetivos del estudio, la voluntariedad de su participación y la posibilidad de retirarse en cualquier momento. Esto garantiza que los participantes decidan libremente participar, protegiendo su autonomía y derechos fundamentales (86).
- **Confidencialidad:** Los datos fueron tratados de forma anónima, sin registrar nombres ni información sensible. Esto asegura que los adolescentes puedan responder con sinceridad, sin temor a represalias o juicios, aumentando la fiabilidad de los datos (86).
- **Protección de menores:** Se implementaron medidas de resguardo considerando que los participantes son adolescentes. Esto previene cualquier daño psicológico o emocional y asegura que la investigación cumpla con los estándares de ética en investigación con menores (87).
- **Uso responsable de los datos:** La información recolectada fue utilizada únicamente con fines académicos, evitando cualquier uso indebido que pudiera afectar a los participantes. Esta práctica protege la privacidad y mantiene la integridad de la investigación (86,87).

La aplicación de estos principios éticos es fundamental para cualquier investigación con menores, porque garantiza la protección de los derechos de los participantes, asegura la validez de los datos y cumple con las normas internacionales de investigación responsable.

CAPITULO IV. HIPÓTESIS Y VARIABLES

4.5. HIPÓTESIS

4.5.2. Hipótesis de Investigación

Las Redes Sociales si influyen en las preferencias alimentarias de adolescentes entre 15 a 18 años de la Unidad Educativa Francisco Hurtado en el departamento de Santa Cruz, durante la gestión 2024

4.5.3. Hipótesis Nula

Las Redes Sociales no influyen en las preferencias alimentarias de adolescentes entre 15 a 18 años de la Unidad Educativa Francisco Hurtado en el departamento de Santa Cruz, durante la gestión 2024

4.6. VARIABLES

4.6.2. Variables Independientes

- Redes Sociales.

4.6.3. Variables dependientes

- Preferencias alimentarias.

4.6.4. Variables intervinientes

- Género.
- Edad.

4.6.5. Operacionalizacion de variables

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADOR	ESCALA
Variable Independiente				
REDES SOCIALES	Las redes sociales son estructuras formadas en internet por personas u organizaciones que se conecta a partir de intereses o valores comunes.	Plataformas digitales (Facebook Instagram WhatsApp YouTube Tik tok)	Frecuencia de uso de las redes sociales durante el día	a) No utilizo b) Menos de 1 hora al día c) Entre 1-2 horas al día d) Entre 3 - 4 horas al día e) Más de 4 horas al día
			Aplicaciones que ves contenido sobre alimentación y nutrición con más frecuencia	a) Tik tok b) Facebook c) Instagram d) YouTube
			Cuando ves contenido nutrición y alimentación en tus redes sociales	a) Nunca b) 1 vez al mes c) 1 a 2 veces por semana d) Más de 2 veces por semana e) Todos los días
			Tipo de contenido relacionado con Alimentación en las redes sociales que ven en las redes sociales	a) Recetas saludables b) Consejos nutricionales c) Información sobre dietas d) Publicaciones de influencers sobre hábitos saludables

			Fuente de información principal de alimentación o nutrición e las redes sociales	a) Profesional de Nutrición b) Influencers c) Blog o páginas web de salud y bienestar d) Médicos e) Desconozco
			Sigues a cuentas o influencers relacionados con alimentación y nutrición.	a) Si b) No
			Influyen las redes sociales e las decisiones alimentarias	a) Mucho b) Algo c) Poco d) Nada
			Consumo de una bebida o alimento nuevo después de verlo en las redes sociales	a) Si b) No c) A veces
			Cambio de hábitos alimentarios después de seguir a algún influencers o cuenta de comida	a) Mucho b) Algo c) Poco d) Nada

			Participación en retos o desafíos que se ven en las redes sociales	a) Muy seguido b) Seguido c) Poco seguido d) Ninguna vez
Variables Dependientes				
PREFERENCIAS ALIMENTARIAS	Son las actitudes evaluativas que las personas expresan hacia los alimentos. Estas son dadas por el gusto, una experiencia que puede ser positiva o negativa frente a los alimentos y que combina el sabor, agrado y costumbres.	Hábitos Alimentarios	Tiempos de comidas al día	a) 1 a 2 tiempos de comida b) 3 tiempos de comida c) 4 a 5 tiempos de comida d) Más de 5 tiempos de comida
			Tiempos de comidas que consideran importante	a) Desayuno b) Media mañana c) Almuerzo d) Media tarde e) Cena
			Tipos de preparaciones	a) Frito b) Horno c) Asado d) Hervido e) Plancha
			Lugar donde suelen comer sus alimentos	a) Casa b) Colegio c) Fuera de casa
			Uso de redes sociales mientras Comes	a) Si b) No c) A veces

		Frecuencia Alimentaria	• Lácteos y huevos • Carnes y vísceras • Verduras • Legumbres • Frutas • Tubérculos • Cereales, pastas y panes • Otros	a) 1 a 2 veces por semana b) 2 a 3 veces por semana c) + 4 veces por semana d) 1 vez por semana e) 1 vez al mes f) No consumo
		Recordatorio de 24 horas	Energía Carbohidratos Proteínas Grasas	2000 kcal 55% 15% 30%
Variables Intervinientes				
GENERO	Hace referencia a las características biológicas y fisiológicas que definen a los hombres y mujeres		Género al que pertenece	a) Femenino b) Masculino
EDAD	Lapso de tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento de referencia		Rango de edad	a) 15 años b) 16 años c) 17 años d) 18 años

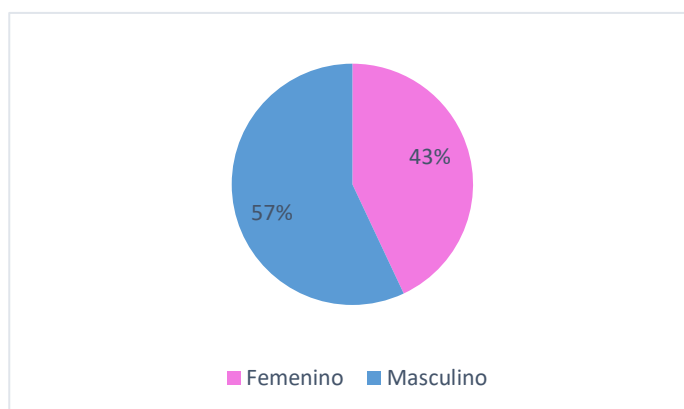
CAPITULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. Características Generales

Cuadro N° 1 Estudiantes Según Su Género

Genero	N°	%
Femenino	58	43%
Masculino	77	57%
Total	135	100%

Grafico N° 1 Estudiantes Según Su Género

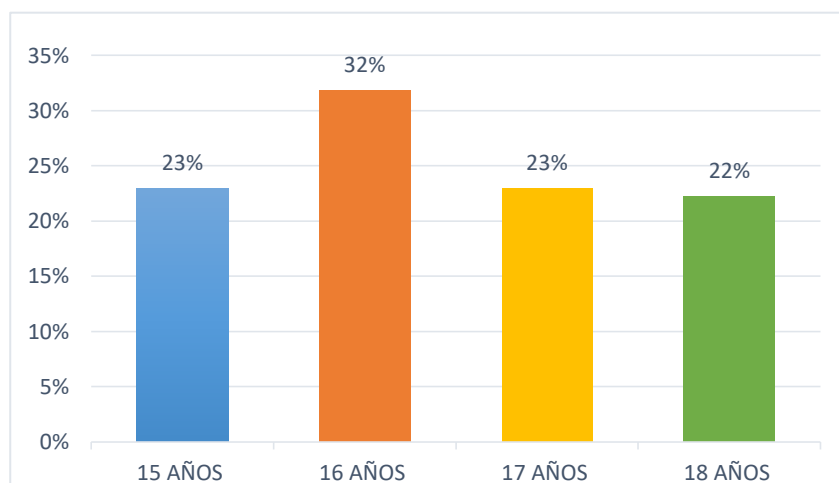


De la totalidad de la muestra estudiada, el 57% correspondió al género masculino, mientras que el 43% restante correspondió al género femenino. Esto indica una distribución relativamente equilibrada entre ambos géneros, aunque con una ligera predominancia masculina.

Cuadro N° 2 Estudiantes Según La Edad

Edad	N°	%
15 años	31	23%
16 años	43	32%
17 años	31	23%
18 años	30	22%
Total	135	100%

Grafico N°2 Estudiantes Según La Edad



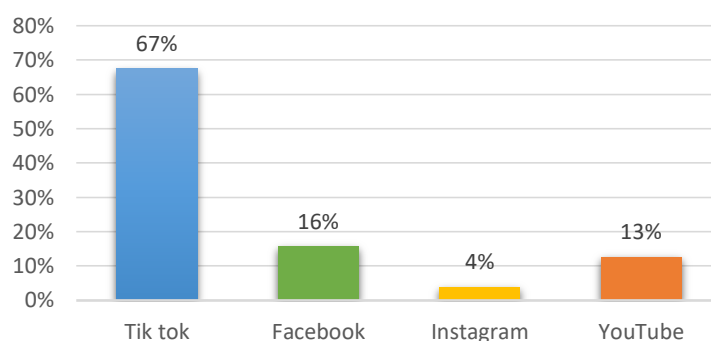
El 32% de la muestra se encuentra en la edad de 16 años, lo cual se explica por el hecho de que la mayoría de los participantes cursan el 4to de secundaria. Le sigue el grupo de 18 años, que representa el 22% de la muestra. Esta distribución etaria refleja la composición de la población estudiantil de la institución y permite analizar cómo la edad puede influir en los hábitos alimentarios y el uso de redes sociales, considerando que distintos rangos de edad pueden presentar preferencias y comportamientos diferentes.

5.2. Resultados Descriptivos

Cuadro N° 3 Aplicaciones más usadas para contenido de Alimentación

Detalle	N°	%
Tik tok	91	67%
Facebook	21	16%
Instagram	5	4%
YouTube	17	13%
Total	135	100%

Grafico N°3 Aplicaciones más usadas para contenido de Alimentación

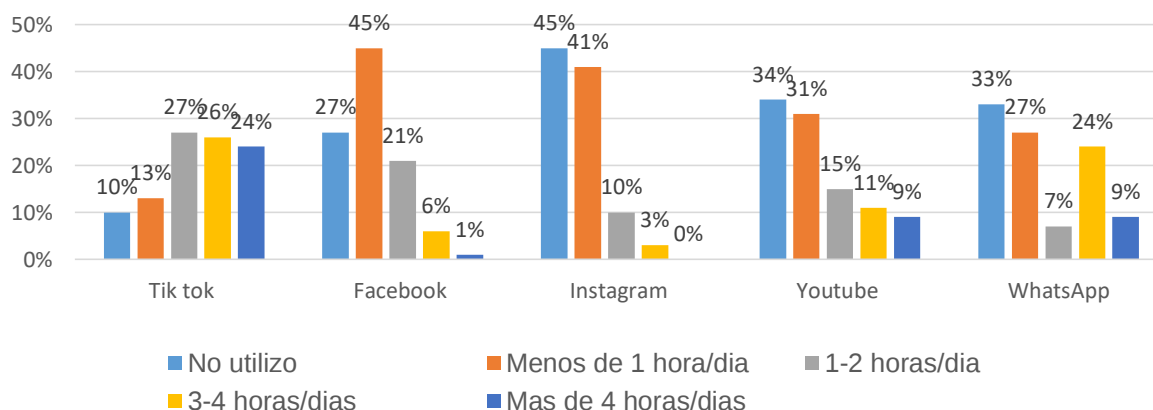


El 67% de la población de estudio reportó que visualiza mayor contenido relacionado con alimentación y nutrición en la red social TikTok. Esta plataforma se ha consolidado como una herramienta popular entre los adolescentes, ya que sus videos cortos y dinámicos, combinados con música y efectos visuales atractivos, facilitan el consumo y la comprensión del contenido sobre hábitos alimentarios. Por otro lado, un 16% de los adolescentes prefieren Facebook, un 13% YouTube y solo un 4% Instagram, lo que indica que estas redes son menos utilizadas para acceder a información sobre alimentación y nutrición, posiblemente debido a la menor inmediatez y dinamismo en la presentación del contenido

Cuadro N° 4 Tiempo que los adolescentes usan redes sociales

Redes Sociales	No utilizo		Menos de 1 hora/día		1-2 horas/día		3-4 horas/días		Más de 4 horas/días	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Tik tok	14	10%	18	13%	36	27%	35	26%	32	24%
Facebook	36	27%	61	45%	29	21%	7	6%	2	1%
Instagram	61	45%	55	41%	14	10%	4	3%	1	0%
YouTube	46	34%	42	31%	20	15%	15	11%	12	9%
WhatsApp	44	33%	36	27%	10	7%	33	24%	12	9%
Total	135	100%	135	100%	135	100%	135	100%	135	100%

Grafico N°4 Tiempo que los adolescentes usan redes sociales

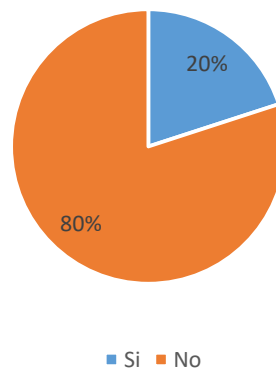


La red social con uso predominante entre la población de estudio es tik tok con una mayor proporción de usuarios que pasan más de 3 horas/día en la red social, lo que resalta su relevancia entre los adolescentes. Facebook tiene el porcentaje más alto de no usuarios con 27% y su tiempo de uso diario más bajo en comparación a otras redes sociales. Aunque Instagram y YouTube son populares, el tiempo invertido en estas plataformas es relativamente bajo, ya que la mayoría de los adolescentes las utilizan por menos de 1 hora al día. WhatsApp aunque es una plataforma de mensajería importante, su uso no supera a las plataformas de entretenimiento como Tik tok.

Cuadro N° 5 Cuentas e influencers de alimentación seguidos

Detalle	N°	%
Si	27	20%
No	108	80%
Total	135	100%

Grafico N°5 Cuentas e influencers de alimentación seguidos

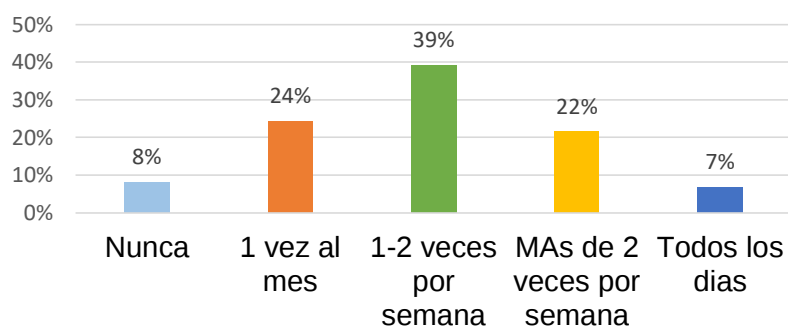


El 80% de la población de estudio indico que no siguen en redes sociales a cuentas o influencers que estén relacionados con alimentación o nutrición, mientras que el 20% indico que si sigue este tipo de cuentas y contenidos en redes sociales. Estos resultados evidencian un bajo interés o baja exposición de los adolescentes hacia temas vinculados a hábitos alimenticios o nutrición en el entorno digital.

Cuadro N° 6 Cuentas e influencers de alimentación seguidos

Detalle	N°	%
Nunca	11	8%
1 vez al mes	33	24%
1-2 veces por semana	53	39%
Más de 2 veces por semana	29	22%
Todos los días	9	7%
Total	135	100%

Grafico N°6 Cada cuanto ven Contenido de Nutrición y Alimentación

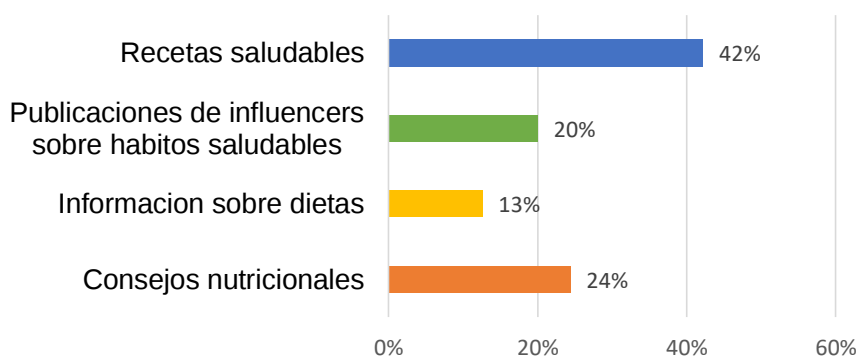


El 39% de los adolescentes accede al contenido de nutrición y alimentación de una forma esporádica (1-2 veces por semana), mientras que un 7% se expone diariamente a este contenido. Estos resultados reflejan que los temas relacionados con nutrición y alimentación no forman parte de los intereses cotidianos de los adolescentes en las redes sociales.

Cuadro N° 7 Preferencias de contenido nutricional

Detalle	N°	%
Consejos nutricionales (hábitos alimenticios, actividad física, etc)	33	24%
Información sobre dietas	17	13%
Publicaciones de influencers sobre hábitos saludables	27	20%
Recetas saludables (postres, meriendas, etc)	57	42%
Total	135	100%

Grafico N°7 Preferencias de contenido nutricional

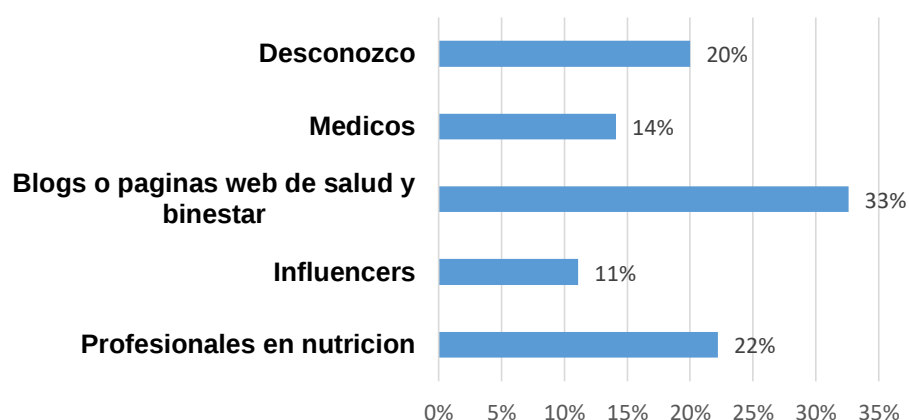


El 42% ve recetas saludable esto se debe a la preferencia por contenidos más prácticos y visuales por lo cual las recetas saludables suelen ser presentadas de manera más atractiva, visual y directa, lo que capta fácilmente la atención de los adolescentes, mientras que el 13% ve contenido sobre información sobre dietas, el bajo interés por este tipo de contenido puede estar relacionado con la percepción de que estas son restrictivas, complejas o incluso poco relevantes para un segmento joven, algunos pueden asociar el término “dieta” con un enfoque negativo hacia su cuerpo o la alimentación.

Cuadro N° 8 Fuente principal de información nutricional

Detalle	N°	%
Profesionales en nutrición	30	22%
Influencers	15	11%
Blogs o páginas web de salud y bienestar	44	33%
Médicos	19	14%
Desconozco	27	20%
Total	135	100%

Grafico N°8 Fuente principal de información nutricional

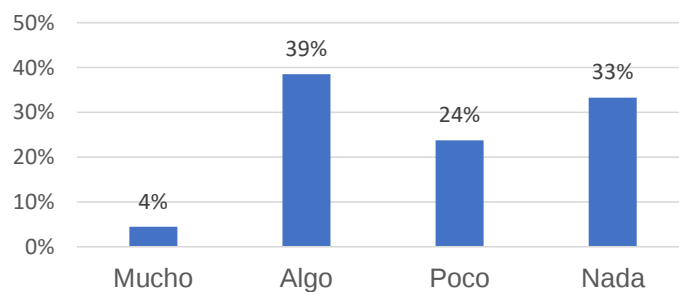


El 33% indicó que su fuente principal de información sobre nutrición y alimentación proviene de blogs o páginas web de salud y bienestar, esto se debe a la accesibilidad y el formato amigable que ofrecen estos sitios, los cuales suelen presentar información simplificada y atractiva, mientras el 11% de influencers, aunque estos tienen un papel destacado en las redes sociales, su impacto en temas de nutrición y alimentación parece ser limitado. Esto se debe a que los adolescentes identifican a los influencers como fuentes de entretenimiento más que como figuras confiables para estos temas.

Cuadro N° 9 Modificación de hábitos alimentarios por redes

Detalle	N°	%
Mucho	6	4%
Algo	52	39%
Poco	32	24%
Nada	45	33%
Total	135	100%

Grafico N°9 Modificación de hábitos alimentarios por redes

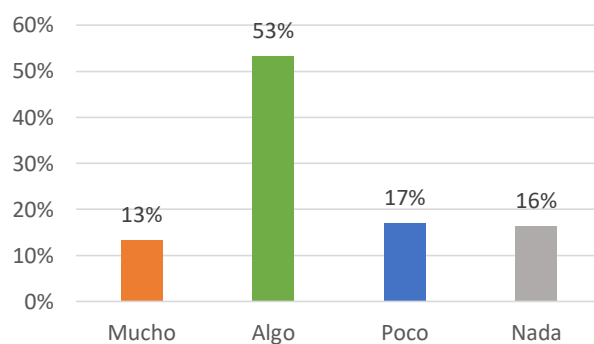


Los resultados muestran que, si bien las redes sociales tienen cierto grado de influencia en los hábitos alimentarios de los adolescentes, este impacto es mayormente moderado o nulo. La baja proporción de cambios significativos es del 4% lo cual podría indicar que el contenido relacionado con nutrición y alimentación no está diseñado de manera que motive un cambio profundo y sostenible.

Cuadro N° 10 Influencia de redes sociales en decisiones alimentarias

Detalle	N°	%
Mucho	18	13%
Algo	72	53%
Poco	23	17%
Nada	22	16%
Total	135	100%

Grafico N°10 Influencia de redes sociales en decisiones alimentarias

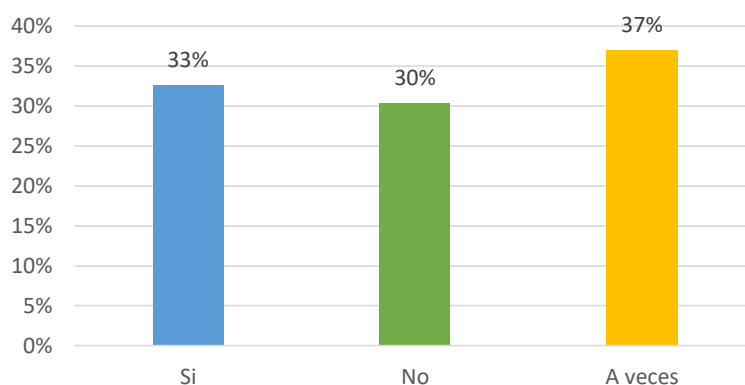


El 53% de la población afirmó que las redes sociales influyen “Algo” en sus decisiones alimentarias. Este resultado sugiere que, si bien las redes sociales no determinan por completo sus decisiones, sí tienen una incidencia significativa en sus hábitos o elecciones alimentarias. Por otro lado, 17% considera que la influencia es “Poca”, y un 16% afirma que “Nada”, lo que denota que una parte relevante de la población muestra independencia de las redes sociales en cuanto a decisiones alimentarias. Finalmente, el 13% restante señala que las redes sociales influyen “Mucho” en sus decisiones alimentarias, lo que refleja que una minoría está altamente influenciada por contenidos relacionados con la alimentación que se difunden en las redes sociales.

Cuadro N° 11 Influencia de redes sociales en consumo de alimentos y bebidas

Detalle	N°	%
Si	44	33%
No	41	30%
A veces	50	37%
Total	130	100%

Grafico N°11 Influencia de redes sociales en consumo de alimentos y bebidas

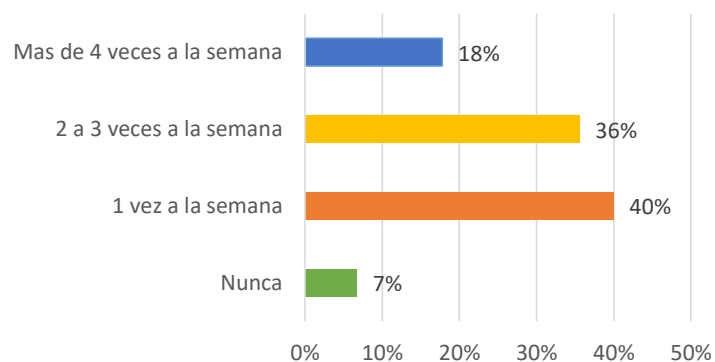


El 37% señala que “A veces” las redes sociales influyen en su consumo alimentario, lo que sugiere que la influencia es circunstancial y posiblemente relacionada a factores contextuales, como la presentación visual atractiva del contenido o recomendaciones específicas, por otro lado un 33% de la población reconoce que las redes sociales “Si” influyen, lo que muestra que una parte de la población toma decisiones de consumo a partir de lo que observa en las redes sociales. Finalmente en 30% afirma que “No” influyen, lo que sugiere una postura crítica o independiente frente al contenido alimenticio de las redes sociales.

Cuadro N° 12 Consumo de Comida Rápida

Detalle	N°	%
Nunca	9	7%
1 vez a la semana	54	40%
2 a 3 veces a la semana	48	36%
Más de 4 veces a la semana	24	18%
Total	135	100%

Grafico N° 12 Consumo de Comida Rápida

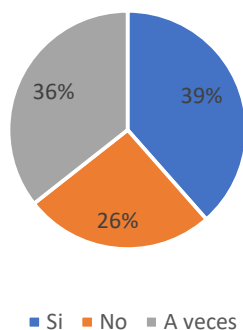


El 40% de los adolescentes consume este tipo de alimentos una vez por semana. Lo que sugiere que, aunque no sea una práctica diaria, está presente en la rutina de la alimentación de una parte significativa de la muestra. Por otro lado, el 7% afirmó que nunca consume este tipo de alimentos, lo que sugiere que una pequeña porción de la muestra mantiene hábitos más saludables o restrictivos en cuanto a este tipo de alimentos.

Cuadro N° 13 Uso de redes sociales durante las comidas

Detalle	N°	%
Si	52	39%
No	35	26%
A veces	48	36%
Total	135	100%

Grafico N°13 Uso de redes sociales durante las comidas

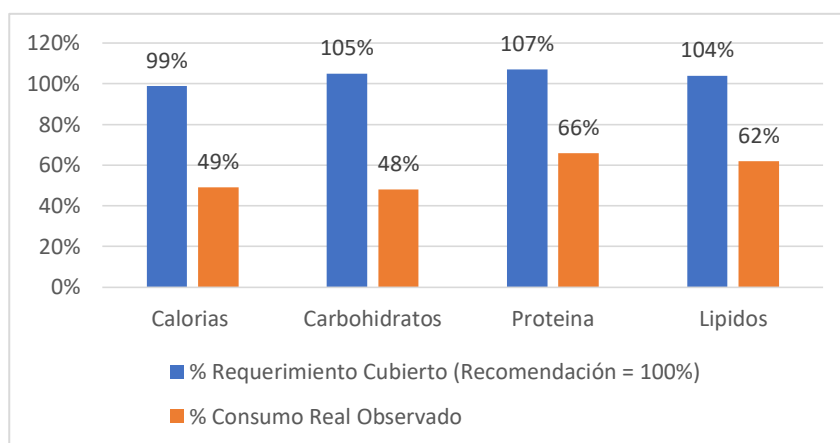


Se observa que el 39% menciona que “Si” utiliza las redes sociales durante sus comidas, lo que sugiere una tendencia significativa hacia el uso simultáneo de dispositivos electrónicos durante la alimentación. Por otro lado, un 36% menciona que utiliza “A veces” mientras comen, lo que indica que, aunque no sea un hábito constante, sí está presente en una cantidad considerable de la muestra. En contraste, un 26% de los encuestados afirmó que “No” usa redes sociales. Esto sugiere que existe un grupo que prioriza una alimentación sin distracciones tecnológicas, lo que puede estar relacionado a hábitos familiares, educación o conciencia sobre una alimentación atenta.

Cuadro N° 14 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Hombres

Detalle	% Requerimiento Cubierto (Recomendación = 100%)	% Consumo Real Observado
Calorías	99%	49%
Carbohidratos	105%	48%
Proteína	107%	66%
Lípidos	104%	62%

Grafico N°14 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Hombres

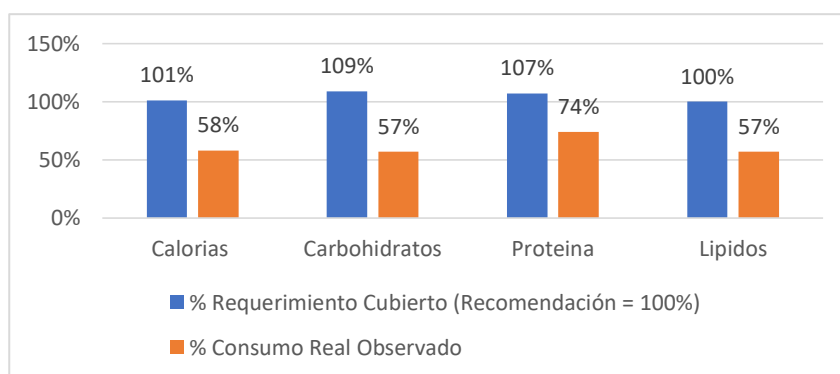


Según los resultados del promedio del recordatorio de 24 horas indica que el porcentaje de adecuación de calorías consumido por los adolescentes es de 49%, lo cual se encuentra por debajo de lo recomendado para hombres en la guía alimentaria de las y los adolescentes del ministerio de salud de Bolivia, la cual indica que debe ser del 99%. El porcentaje del consumido de los macros de igual forma se encuentra por debajo de lo recomendado, las proteínas consumidas son del 66% lo cual debería ser del 107%, los carbohidratos consumidos son del 48% lo cual debería estar dentro de los 104% y los lípidos con 62% lo cual debería estar dentro de los 104%. Los resultados también reflejan que tienen un consumo más elevado de proteínas y lípidos, mientras que su consumo de carbohidratos es más bajo.

Cuadro N° 15 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Mujeres

Detalle	% Requerimiento Cubierto (Recomendación = 100%)	% Consumo Real Observado
Calorías	101%	58%
Carbohidratos	109%	57%
Proteína	107%	74%
Lípidos	100%	57%

Grafico N°15 Requerimientos de Calorías y Macronutrientes Mujeres



Según los resultados del promedio del recordatorio de 24 horas indica que el porcentaje de adecuación de calorías consumido por las adolescentes es de 58%, lo cual se encuentra por debajo de lo recomendado para Mujeres en la guía alimentaria de las y los adolescentes del ministerio de salud de Bolivia, la cual indica que debe ser del 101%. El porcentaje del consumido de los macros de igual forma se encuentra por debajo de lo recomendado, las proteínas consumidas son del 57% lo cual debería ser del 109%, los carbohidratos consumidos son del 74% lo cual debería estar dentro de los 107% y los lípidos con 57% lo cual debería estar dentro de los 100%. Los resultados también reflejan que tienen un consumo más elevado de proteínas.

5.3. Resultados de Tablas Cruzadas

Cuadro N° 16 Uso e influencia de redes sociales en la alimentación

Influencia de las redes sociales en las decisiones alimentarias		Mucho		Algo		Poco		Nada		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Uso de redes Sociales durante el consumo de alimentos	Si	9	7%	23	17%	13	10%	7	5%	52	39%
	No	3	2%	22	16%	3	2%	7	5%	35	26%
	A veces	6	4%	27	20%	7	5%	8	6%	48	36%
Total		18	13%	72	53%	23	17%	22	16%	135	100%

Cuadro N° 17 Prueba de Chi-Cuadrado entre el Uso e influencia de redes sociales en la alimentación

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,848 ^a	6	,335
Razón de verosimilitud	6,990	6	,322
Asociación lineal por lineal	,002	1	,960
N de casos válidos	135		
a. 1 casillas (8.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4.67.			

En el Cuadro N°16 se observa que la mayoría de los estudiantes (53%) considera que las redes sociales influyen “algo” en sus decisiones alimentarias, mientras que un grupo menor (13%) indica que influyen mucho. Esto muestra que la mayoría percibe cierta influencia, aunque no total. Sin embargo, según la prueba de Chi-cuadrado (Cuadro N°17), el valor obtenido ($p=0.335$) demuestra que esta relación no es estadísticamente significativa, lo que significa que el uso de redes sociales no influye de manera comprobada en las decisiones alimentarias de los adolescentes.

Cuadro N° 18 Uso de las Redes Sociales según el Género

Redes Sociales		Tik Tok		Facebook		Instagram		YouTube		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Genero	Femenino	41	30%	8	6%	4	3%	4	3%	58	43%
	Masculino	50	37%	13	10%	1	1%	13	10%	77	57%
Total		91	67%	21	16%	5	4%	17	13%	135	100%

Cuadro N° 19 Prueba de Chi-Cuadrado entre el Uso de las Redes Sociales y el Género

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,789 ^a	3	,122
Razón de verosimilitud	6,042	3	,110
Asociación lineal por lineal	1,337	1	,248
N de casos válidos	134		
a. 2 casillas (25.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2.13.			

En el Cuadro N°18 se observa que tanto mujeres como hombres utilizan principalmente TikTok, siendo más frecuente en el género masculino (37%) que en el femenino (30%). Otras redes como Facebook y YouTube presentan un uso menor, mientras que Instagram es la menos utilizada. Sin embargo, la prueba de Chi-cuadrado (Cuadro N°19) muestra un valor de $p=0.122$, lo que indica que no existe una diferencia significativa entre el género y el uso de redes sociales. Por tanto, hombres y mujeres utilizan redes similares sin una diferencia estadística importante.

Cuadro N° 20 Principales fuentes y frecuencia de contenido de nutrición

Fuente de información sobre nutrición o alimentación en redes sociales		Profesionales en nutrición		Influencers		Blogs o páginas web de salud y bienestar		Médicos		Desconozco		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Frecuencia de consumo de contenido de nutrición	Nunca	0	0%	2	2%	0	0%	1	1%	8	6%	11	8%
	1 vez al mes	10	7%	2	2%	9	7%	7	5%	5	4%	33	24%
	1-2 veces por semana	9	7%	7	5%	19	14%	8	6%	10	7%	53	39%
	Más de 2 veces por semana	10	7%	4	3%	9	7%	3	2%	3	2%	29	22%
	Todos los días	1	1%	0	0%	7	5%	0	0%	1	1%	9	7%
Total		30	22%	15	11%	44	33%	19	14%	27	20%	135	100%

Cuadro N° 21 Prueba de Chi-Cuadrado entre fuentes y frecuencia de contenido de nutrición

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	39,286 ^a	16	,001
Razón de verosimilitud	39,888	16	,001
Asociación lineal por lineal	5,817	1	,016
N de casos válidos	135		
a. 14 casillas (56.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.00.			

En el Cuadro N°20 se evidencia que las principales fuentes de información sobre nutrición son los profesionales en nutrición y los influencers, siendo estos los más seguidos por los adolescentes. La frecuencia con que consumen este tipo de contenido varía entre “a veces” y “frecuentemente”. Según la prueba de Chi-cuadrado (Cuadro N°21), el valor obtenido $p=0.001$ indica una relación estadísticamente significativa entre las fuentes de información y la frecuencia con que los estudiantes observan contenido nutricional. Esto significa que las fuentes influyen directamente en el interés y la frecuencia de consumo de información sobre alimentación.

Cuadro N° 22 Consumo de alimentos y su vínculo con redes sociales

Tipo de contenido relacionado con la alimentación en redes sociales		Recetas saludables		Consejos nutricionales		Información sobre dietas		Publicaciones de influencers sobre hábitos saludables		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Tiempos de comidas	1-2 tiempos de comida	18	13%	7	5%	6	4%	7	5%	38	28%
	3 Tiempos de comida	29	21%	17	13%	10	7%	13	10%	70	52%
	4-5 tiempos de comida	10	7%	4	3%	1	1%	4	3%	19	14%
	Más de 5 tiempos de comida	0	0%	5	4%	0	0%	3	2%	8	6%
Total		57	42%	33	24%	17	13%	27	20%	135	100%

Cuadro N° 23 Prueba de Chi-Cuadrado entre el Consumo de alimentos y redes sociales

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,077 ^a	12	,296
Razón de verosimilitud	17,368	12	,136
Asociación lineal por lineal	,702	1	,402
N de casos válidos	135		
a. 12 casillas (60.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.			

En el Cuadro N°22 se observa que la mayoría de los adolescentes (52%) consume tres tiempos de comida al día, y el tipo de contenido más visto en redes sociales son las recetas saludables (42%) y los consejos nutricionales (24%). Esto refleja un interés general por la alimentación equilibrada. Sin embargo, la prueba de Chi-cuadrado (Cuadro N°23) muestra un valor de $p=0.296$, lo que indica que no existe una relación significativa entre el tipo de contenido alimentario que observan en redes sociales y la cantidad de comidas que consumen. Es decir, ver contenido saludable no influye de manera comprobada en sus hábitos de consumo diario.

Cuadro N° 24 Alimentos y bebidas consumidos por influencia de redes

Seguimiento de cuentas o influencers relacionados con nutrición		Si		No		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%
Consumo de nuevos alimentos o bebidas por las redes sociales	Si	9	7%	35	26%	52	39%
	No	7	5%	34	25%	35	26%
	A veces	11	8%	39	29%	48	36%
Total		27	20%	108	80%	135	100%

Cuadro N° 25 Prueba de Chi-Cuadrado entre Consumo de nuevos Alimentos o bebidas y la influencia de redes

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,741 ^a	3	,628
Razón de verosimilitud	1,532	3	,675
Asociación lineal por lineal	1,133	1	,287
N de casos válidos	135		
a. 5 casillas (62.5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .80.			

En el Cuadro N°24 se observa que la mayoría de los adolescentes (80%) no sigue cuentas o influencers relacionados con alimentación, aunque un 39% afirma haber probado algún alimento o bebida nueva tras verlo en redes sociales, y un 36% lo ha hecho “a veces”. Esto muestra cierta curiosidad e influencia indirecta. No obstante, la prueba de Chi-cuadrado (Cuadro N°25) presenta un valor de $p=0.628$, lo que indica que no existe una relación significativa entre seguir cuentas de nutrición y probar nuevos alimentos. En otras palabras, la influencia de las redes no determina de forma comprobada el consumo de productos nuevos.

Cuadro N° 26 Retos y cambios alimentarios influenciados por redes

Desafío alimentario hayas visto en las redes sociales	de que en las	Muy seguido		Seguido		Poco seguido		Ninguno		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Consumo de nuevos alimentos o bebidas por las redes sociales	Si	0	0%	3	2%	11	8%	30	22%	44	33%
	No	1	1%	0	0%	3	2%	37	27%	41	30%
	A veces	3	2%	2	1%	7	5%	38	28%	50	37%
Total		4	3%	5	4%	21	16%	105	78%	135	100%

Cuadro N° 27 Prueba de Chi-Cuadrado entre Retos y cambios alimentarios y el consumo de nuevos alimentos

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,331 ^a	6	,079
Razón de verosimilitud	13,594	6	,035
Asociación lineal por lineal	,027	1	,870
N de casos válidos	135		
a. 6 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.21.			

En el Cuadro N°27 se observa que la mayoría de los adolescentes (78%) no ha participado en retos o desafíos alimentarios vistos en redes sociales, aunque un grupo menor (16%) menciona haberlos seguido ocasionalmente. Además, un 33% afirma haber probado algún alimento nuevo tras ver estos contenidos. Según la prueba de Chi-cuadrado (Cuadro N°28), con un valor de $p=0.079$, se concluye que no existe una relación estadísticamente significativa entre participar en retos alimentarios y probar nuevos alimentos. Esto indica que, aunque las redes pueden generar curiosidad, no influyen de forma comprobada en cambios reales de alimentación.

5.4. Resumen de los resultados principales obtenidos del estudio

5.4.1. Resumen de resultados generales

Para analizar la influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes, se utilizó una escala de grado de influencia basada en la escala de Likert, que permite categorizar los efectos observados en altos, moderados y bajos según la percepción y frecuencia de exposición de los participantes (88).

En este estudio, los resultados de la encuesta fueron interpretados de manera que los aspectos con valores mayores al 50% se clasificaron como alta influencia, aquellos con valores entre 30% y 49% como influencia moderada, y los menores al 30% como baja influencia, lo que permitió identificar con claridad los factores que más impactan en las decisiones alimentarias de los adolescentes.

Cuadro N° 28 Grado de influencia de las redes sociales en los adolescentes

Aspecto evaluado	Resultados principales	Interpretación	Grado de influencia
Red social predominante	TikTok (67%), mayor uso en varones (37%)	Es la principal plataforma de consumo de información sobre alimentación.	Alta
Tiempo de uso de redes sociales	Más de 3 horas/día en TikTok (50%)	La exposición prolongada incrementa la influencia en las decisiones alimentarias.	Alta
Consumo de alimentos/bebidas tras ver contenido	70% lo ha hecho (A veces 37%, Sí 33%)	Las redes motivan a probar nuevos productos.	Alta
Uso de redes durante las comidas	39% Sí, 36% A veces	Evidencia distracción y relación directa con el acto de comer.	Alta
Seguimiento a cuentas de nutrición	No siguen (80%)	Bajo interés en fuentes profesionales de alimentación.	Baja
Frecuencia de contenido de nutrición	1-2 veces/semana (39%)	Los temas de nutrición no son parte del interés principal.	Baja
Tipo de contenido más visto	Recetas saludables (42%)	La presentación atractiva genera mayor interés.	Moderada
Fuente principal de información	Blogs/páginas web (33%)	Preferencia por fuentes accesibles y visuales.	Moderada
Cambios de hábitos alimentarios	Algo (39%), Nada (33%)	Los cambios son mínimos, con escaso impacto general.	Baja
Participación en retos alimentarios	Ninguno (78%)	Muestra poco interés en dinámicas de cambio promovidas en redes.	Baja

5.4.2. Resumen de resultados de Chi-cuadrado

La **prueba estadística de Chi-cuadrado (χ^2)** es una herramienta utilizada para determinar si existe una relación significativa entre dos variables categóricas. Su propósito es comparar la frecuencia observada con la frecuencia esperada en una tabla de contingencia. Cuando el valor de significancia (p) es **menor o igual a 0.05**, se considera que **existe una asociación estadísticamente significativa** entre las variables; mientras que un valor **mayor a 0.05** indica que la relación no es significativa (89).

En el presente estudio, los resultados se obtuvieron mediante el **análisis de tablas cruzadas y la aplicación de la prueba de Chi-cuadrado de Pearson**, considerando un nivel de confianza del **95% ($p \leq 0.05$)**. A continuación, se resumen los principales resultados de las pruebas aplicadas en las diferentes variables relacionadas con el uso e influencia de las redes sociales en la alimentación de los adolescentes.

Cuadro N° 29 Resultados de Chi-cuadrado

Ítem	Relación Analizada	Valor de Chi-cuadrado (χ^2)	gl	Sig. (p)	Resultado estadístico
1	Uso e influencia de redes sociales en la alimentación	6,848	6	0,335	No significativa
2	Uso de las redes sociales según el género	5,789	3	0,122	No significativa
3	Principales fuentes y frecuencia de contenido de nutrición	39,286	16	0,001	Significativa
4	Consumo de alimentos y su vínculo con redes sociales	14,077	12	0,296	No significativa
5	Alimentos y bebidas nuevos consumidos por influencia de redes	1,741	3	0,628	No significativa
6	Retos y cambios alimentarios influenciados por redes	11,331	6	0,079	No significativa

5.4.3. Resultados relevantes para comprobar la hipótesis:

- **Influencia percibida:** La mayoría (53%) dice que las redes sociales influyen “algo” en sus decisiones alimentarias, y un 13% indica que influyen “mucho”. Esto muestra que hay percepción de influencia.
- **Chi-cuadrado (Cuadro 17, $p=0.335$):** La prueba estadística indica que la relación entre uso de redes y decisiones alimentarias no es significativa. Es decir, aunque los adolescentes perciben cierta influencia, no hay evidencia estadística de que las redes sociales determinen sus decisiones alimentarias.
- **Otros indicadores:** El consumo de alimentos/bebidas, participación en retos o desafíos, y seguimiento a influencers no presenta asociaciones significativas con las variables de redes sociales (todos los $p > 0.05$ excepto la relación entre fuente y frecuencia de contenido de nutrición, que sí es significativa, $p=0.001$, pero esto no demuestra directamente influencia sobre las decisiones alimentarias).

En conclusión, la hipótesis de investigación no se comprueba, porque la influencia de las redes sociales sobre las preferencias alimentarias de los adolescentes no es estadísticamente significativa según los análisis de Chi-cuadrado. Por lo tanto, la hipótesis nula se mantiene, ya que los datos muestran que no hay evidencia suficiente para afirmar que las redes sociales determinan los hábitos o preferencias alimentarias de los adolescentes del grupo de estudio

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Las redes sociales más utilizadas por los adolescentes del grupo de estudio son TikTok, especialmente entre los varones, y el tipo de contenido al que acceden con mayor frecuencia está relacionado con recetas saludables, seguido por consejos nutricionales y publicaciones de influencers sobre hábitos saludables. Esto evidencia una preferencia por contenidos prácticos, visuales y de fácil aplicación en la vida diaria.
- Si bien las redes sociales ejercen cierta influencia en las decisiones alimentarias, esta se percibe principalmente como moderada; la mayoría de los adolescentes indica que las redes influyen “algo” en sus decisiones alimentarias. Sin embargo, los análisis de Chi-cuadrado muestran que la relación entre el uso de redes y las decisiones alimentarias no es estadísticamente significativa, lo que sugiere que la influencia percibida es general y no determinante para todos los adolescentes.
- La exposición de los adolescentes a contenido de alimentación y nutrición es esporádica o moderada, predominando aquellos que acceden al contenido 1-2 veces por semana. La mayoría no sigue activamente cuentas o influencers especializados en nutrición, evidenciando un bajo interés por fuentes profesionales y una preferencia por contenidos accesibles, como blogs o páginas web de salud y bienestar.
- Al comparar las preferencias declaradas con los hábitos alimentarios observados, se evidencia cierta discordancia. Aunque los adolescentes muestran interés por recetas saludables y consejos nutricionales, su consumo real de alimentos y bebidas refleja hábitos más conservadores y baja participación en retos o desafíos alimentarios promovidos en redes sociales. La mayoría realiza tres tiempos de comida al día, sin relación directa con el contenido digital consumido.

- El análisis del consumo de macronutrientes indica que tanto hombres como mujeres ingieren menos calorías y nutrientes de lo recomendado, con proteínas y lípidos ligeramente más adecuadas que los carbohidratos. Esto demuestra que la exposición a contenido alimentario en redes sociales no se traduce en ajustes significativos en la dieta, y que los hábitos observados responden más a patrones cotidianos que a la influencia de la información digital.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades del municipio de Santa Cruz implementar programas y campañas educativas que promuevan hábitos alimentarios saludables en adolescentes, regular y supervisar la difusión de contenido alimentario en plataformas digitales, promoviendo información confiable basada en evidencia científica y fomentar políticas que incentiven la participación de los jóvenes en actividades de promoción de hábitos alimentarios saludables en escuelas y comunidades.
- Se recomienda a las autoridades de la unidad educativa abordar más temas básicos sobre nutrición o alimentación saludables dentro de sus actividades escolares para fomentar el consumo de alimentos saludables tanto dentro como fuera de la institución a través de ferias o temas en materias como educación física o biología.
- Se recomienda a los tutores o padres tener precaución en la alimentación y uso de las redes sociales en esta etapa de crecimiento de los adolescentes, ya que es una etapa en la que fácilmente se pueden dejar llevar por las diferentes tendencias del mundo virtual.
- Se recomienda a los alumnos estar más atentos ante las diferentes publicaciones o contenido que ven en las redes sociales y asegurarse de que la información provenga de un profesional en nutrición.
- Se recomienda a los profesionales de nutrición difundir más información sobre conceptos básicos de la nutrición y alimentación saludable adecuada a las diferentes etapas de la vida, de forma dinámica y sencilla a través de las redes sociales para captar la atención de los adolescentes.

CAPITULO VII. BIBLIOGRAFÍA

1. Organización Panamericana de la Salud. Salud del adolescente [Internet]. OPS/OMS; 2024 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/temas/salud-adolescente>.
2. Massarat EAV, Risa G, Watnick N. Teens, Social Media and Technology 2022 [Internet]. Pew Research Center; 2022 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>.
3. Mc Carthy CM, de Vries R, Mackenbach JD. The influence of unhealthy food and beverage marketing through social media and advergames on diet-related outcomes in children—A systematic review. *Obes Rev*. 2022 Jun;23(6):e13441.
4. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Infancia y adolescencia en la era digital: un informe comparativo de los estudios de Kids Online del Brasil, Chile, Costa Rica y el Uruguay [Internet]. CEPAL; 2020 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45212-childhood-and-adolescence-digital-age-comparative-report-kids-online-surveys>
5. De la Raíz al Plato. Las redes sociales y su influencia en nuestra alimentación [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://delaraizalplato.cl/articulos/redes-sociales-y-su-influencia-en-la-alimentacion>
6. Popkin BM, Reardon T. Obesity and the food system transformation in Latin America. *Obes Rev*. 2018 Aug;19(8):1028–64.
7. Mamani ABL. El INE inicia la Encuesta de Hogares 2022 en todo el país para conocer condiciones de vida [Internet]. INE; 2022 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.ine.gob.bo/index.php/el-ine-inicia-la-encuesta-de-hogares-2022-en-todo-el-pais-para-conocer-condiciones-de-vida/>
8. Organización Panamericana de la Salud. Promoción y publicidad de alimentos ultraprocesados y procesados y bebidas no alcohólicas [Internet]. OPS/OMS; 2024 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en:

<https://www.paho.org/es/temas/promocion-publicidad-alimentos-ultraprocesados-procesados-bebidas-no-alcoholicas>

9. Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos - Universidad de Chile. Alimentación del Adolescente [Internet]. 2022 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://nutal.uchile.cl/noticias/201100/alimentacion-del-adolescente>
10. Papalia DE. Desarrollo humano [Internet]. [lugar desconocido]: [editorial desconocida]; [fecha desconocida] [citado 2025 Oct 6]. Disponible en: <https://redram.fam.org.bo/wp-content/uploads/2024/05/Desarrollo-Humano.-Diane-Papalia.-Edicion-12.pdf>
11. Santrock JW. A Topical Approach to Lifespan Development [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.mheducation.com/highered/product/A-Topical-Approach-to-Lifespan-Development-Santrock.html>
12. Childs CE, Ward J, Houghton D. Life Cycle Nutrition for Public Health Professionals [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.springerpub.com/life-cycle-nutrition-for-public-health-professionals-9780826186225.html>
13. Story M, Kaphingst KM, Robinson-O'Brien R, Glanz K. Creating healthy food and eating environments: policy and environmental approaches. *Annu Rev Public Health*. 2008;29:253–72.
14. Audrezet A, de Kerviler G, Guidry Moulard J. Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *J Bus Res*. 2020;117(C):557–69.
15. Saritha M, Anupama P, Jalaja S, Thakur R. The Impact of Influencer Marketing on Brand Perception and Consumer Purchase Intentions: A Social Influence Theory Perspective. *Int J Psychosoc Rehabil*. 2019 Feb 28;23(1):1287–92.
16. Kanaveedu A, Kalapurackal JJ. Influencer Marketing and Consumer Behaviour: A Systematic Literature Review. *Vision*. 2024 Nov 1;28(5):547–66.
17. Coates AE, Hardman CA, Halford JCG, Christiansen P, Boyland EJ. Social Media Influencer Marketing and Children's Food Intake: A Randomized Trial. *Pediatrics*. 2019 Apr;143(4):e20182554.

18. Htet J. Understanding Digital Marketing - DAMIAN RYAN & CALVIN JONES [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: https://www.academia.edu/30511847/Understanding_Digital_Marketing_DAMIAN_RYAN_and_CALVIN_JONES
19. Sabiraguha AE, Havyarimana V, Niyongabo P, Kamdjoug JRK, Sindayigaya I, Niyonsaba T. Digital in Higher Education in Burundi. *Open J Soc Sci.* 2023;11(11):284–97.
20. Kotler P, Keller KL. Marketing Management, Global Edition, 16th Edition [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.pearson.com/content/one-dot-com/one-dot-com/se/en/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e.html>
21. Reflections on customer-based brand equity: perspectives, progress, and priorities [Internet]. ResearchGate; 2024 Oct 22 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/303399284_Reflections_on_customer-based_brand_equity_perspectives_progress_and_priorities
22. FMI. Seven Consumer Food Trends from “The Future of Food: New Realities for the Industry” [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.fmi.org/blog/view/fmi-blog/2018/04/04/seven-consumer-food-trends-from-the-future-of-food-new-realities-for-the-industry>
23. Review Of Research On The Effects Of Food Promotion To Children [Internet]. ResearchGate [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/242490173_Review_Of_Research_On_The_Effects_Of_Food_Promotion_To_Children
24. Story M, French S. Food Advertising and Marketing Directed at Children and Adolescents in the US. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2004 Feb 10;1(1):3.
25. The C-OA-SE Procedure for Scale Development in Marketing [Internet]. ResearchGate; 2024 Oct 22 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en:

- https://www.researchgate.net/publication/252551360_The_C-OA-SE_Procedure_for_Scale_Development_in_Marketing
26. Food Marketing to Children and Youth: Threat or Opportunity? [Internet]. The National Academies Press [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://nap.nationalacademies.org/catalog/11514/food-marketing-to-children-and-youth-threat-or-opportunity>
 27. Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health [Internet]. WHO [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.who.int/publications/i/item/9241592222>
 28. Drewnowski A. Taste preferences and food intake. *Annu Rev Nutr.* 1997;17:237–53.
 29. Board NRC (US) Food and Nutrition. The Acquisition of Likes and Dislikes for Foods. En: *What Is America Eating? Proceedings of a Symposium* [Internet]. National Academies Press (US); 1986 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK217511/>
 30. Birch LL. Development of food preferences. *Annu Rev Nutr.* 1999;19:41–62.
 31. Sun YHC. Health concern, food choice motives, and attitudes toward healthy eating: the mediating role of food choice motives. *Appetite.* 2008 Jul;51(1):42–9.
 32. Boyd DM, Ellison NB. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *J Comput-Mediat Commun.* 2007;13(1):210–30.
 33. Lenhart A. Teens, Social Media & Technology Overview 2015 [Internet]. Pew Research Center; 2015 [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>
 34. Redes sociales: definición, desarrollo y descubrimiento [Internet]. ResearchGate [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/272376225_Social_Media_Defining_Developing_and_Divining
 35. Albert Bandura's Social Cognitive Theory [Internet]. [citado 2025 Ago 28]. Disponible en: <https://www.simplypsychology.org/social-cognitive-theory.html>

36. La teoría del aprendizaje social de Albert Bandura en psicología [Internet]. 2025 [citado 2025 Ago 28]. Disponible en: <https://www.simplypsychology.org/bandura.html>
37. Pubertad: Ontogenia, neuroendocrinología, fisiología y trastornos [Internet]. ScienceOpen [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.scienceopen.com/document?vid=b8614c36-9ce7-4fb0-8290-9c4ea09dfc0b>
38. Marshall WA, Tanner JM. Variations in pattern of pubertal changes in girls. Arch Dis Child. 1969 Jun;44(235):291–303.
39. Tanner JM, Whitehouse RH, Marubini E, Resele LF. The adolescent growth spurt of boys and girls of the Harpenden growth study. Ann Hum Biol. 1976 Mar;3(2):109–26.
40. Kurita K. Human Physical Activity Measurement Method Based on Electrostatic Induction. J Sens Technol. 2014;4(3):139–47.
41. Tanner JM. Foetus into man: physical growth from conception to maturity [Internet]. Cambridge, Mass.: Harvard University Press; 1978 [citado 2025 Feb 3]. 260 p. Disponible en: <http://archive.org/details/foetusintomanphy0000tann>
42. Forbes GB. Human body composition: growth, aging, nutrition, and activity [Internet]. New York: Springer-Verlag; 1987 [citado 2025 Feb 3]. 370 p. Disponible en: <http://archive.org/details/humanbodycomposi0000forb>
43. El cerebro adolescente: 7 cosas que debes saber [Internet]. Instituto Nacional de Salud Mental (NIMH) [citado 2025 Ago 28]. Disponible en: <https://www.nimh.nih.gov/health/publications/the-teen-brain-7-things-to-know>
44. Susman EJ, Inoff-Germain G, Nottelmann ED, Loriaux DL, Cutler GB, Chrousos GP. Hormones, emotional dispositions, and aggressive attributes in young adolescents. Child Dev. 1987 Aug;58(4):1114–34.
45. Cheng TS, Ong KK, Biro FM. Adverse Effects of Early Puberty Timing in Girls and Potential Solutions. J Pediatr Adolesc Gynecol. 2022 Oct;35(5):532–5.
46. Carskadon MA, Acebo C, Jenni OG. Regulation of Adolescent Sleep: Implications for Behavior. Ann N Y Acad Sci. 2004 Jun;1021(1):276–91.

47. Guia Alimentaria para Las Adolescentes (Bolivia) [Internet]. Scribd [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/439977984/Guia-Alimentaria-Para-Las-Adolescentes-Bolivia>
48. Ministerio de Salud; Tarquino Chauca de Cruz S, Jordán de Guzmán M, Tórrez Illanes A. BASES TECNICAS DE LAS GUIAS ALIMENTARIAS PARA LA POBLACION BOLIVIANA [Internet]. Editorial Quatro hnos.; 2013 [citado 2025 Ago 28]. Disponible en: https://www.minsalud.gob.bo/images/Libros/DGPS/PDS/p342_bt_dgps_uan_BASES_TECNICAS_DE_LAS_GUIAS.pdf
49. Abela MC del, Ministerio de Salud y Deportes LP spa, Villegas R. Recomendaciones de energía y de nutrientes para la población boliviana (2007) [Internet]. 2007 [citado 2025 Ago 28]. Disponible en: https://agris.fao.org/search/en/providers/122621/records/647396733ed73003714cbe79?utm_source=chatgpt.com
50. Krause. Dietoterapia 14.a edición [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: https://www.academia.edu/44464991/Krause_Dietoterapia_14_a_EDICI%C3%93N
51. DSM [Internet]. [citado 2025 Feb 3]. Disponible en: <https://www.psychiatry.org:443/psychiatrists/practice/dsm>
52. Hsu LK. Epidemiology of the eating disorders. Psychiatr Clin North Am. 1996 Dec;19(4):681–700.
53. Ajayu - Órgano de difusión científica del Departamento de Psicología - Universidad Católica Boliviana San Pablo [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: <https://app.lpz.ucb.edu.bo/Publicaciones/Ajayu/v2n1/v2n1r7.html>
54. Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia. Sobrepeso y obesidad afectan a 6 de cada 10 bolivianos: salud impulsa estrategias de prevención intersectorial [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: <https://www.minsalud.gob.bo/8765-sobrepeso-y-obesidad-afectan-a-6-de-cada-10-bolivianos-salud-impulsa-estrategias-de-prevencion-intersectorial>

55. Murillo Sasamoto D, Mazzi Gonzales de Prada E. Desnutrición en Bolivia. *Rev Soc Boliv Pediatría*. 2006 Jan;45(1):69–76.
56. Trumbo P, Schlicker S, Yates AA, Poos M, Food and Nutrition Board of the Institute of Medicine, The National Academies. Dietary reference intakes for energy, carbohydrate, fiber, fat, fatty acids, cholesterol, protein and amino acids. *J Am Diet Assoc*. 2002 Nov;102(11):1621–30.
57. Neumark-Sztainer D, Story M, Dixon LB, Murray DM. Adolescents engaging in unhealthy weight control behaviors: are they at risk for other health-compromising behaviors? *Am J Public Health*. 1998 Jun;88(6):952–5.
58. Singh Chahar P. Physiological basis of growth and development among children and adolescents in relation to physical activity. *Am J Sports Sci Med*. 2014 Sep 23;2(5A):17–22.
59. Adolescent concerns about weight and eating; a social-developmental perspective. *J Psychosom Res*. 1990 Jan 1;34(4):377–91.
60. The use of social media as a source of nutrition information [Internet]. ResearchGate [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/368613775_The_use_of_social_media_as_a_source_of_nutrition_information
61. “Friending” Teens: Systematic Review of Social Media in Adolescent and Young Adult Health Care [Internet]. ResearchGate [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/270765883_Friending_Teens_Systematic_Review_of_Social_Media_in_Adolescent_and_Young_Adult_Health_Care
62. Kaplan AM, Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Bus Horiz*. 2010 Jan;53(1):59–68.
63. Best P, Manktelow R, Taylor B. Online communication, social media and adolescent wellbeing: a systematic narrative review. *Child Youth Serv Rev*. 2014 Jun;41:27–36.
64. Valkenburg PM, Peter J. Social consequences of the internet for adolescents: a decade of research. *Curr Dir Psychol Sci*. 2009 Feb;18(1):1–5.

65. EDUCAUSE Review [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Asynchronous and Synchronous E-Learning. Disponible en: <https://er.educause.edu/articles/2008/11/asynchronous-and-synchronous-elearning>
66. Arab LE, Díaz GA. Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Rev Médica Clínica Las Condes*. 2015 Jan 1;26(1):7–13.
67. Kuss DJ, Griffiths MD. Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *Int J Environ Res Public Health*. 2011 Sep;8(9):3528–52.
68. Buchanan L, Kelly B, Yeatman H, Kariippanon K. The Effects of Digital Marketing of Unhealthy Commodities on Young People: A Systematic Review. *Nutrients*. 2018 Jan 29;10(2):148.
69. ASALE R, RAE. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: <https://dle.rae.es/grooming>
70. Livingstone S, Smith PK. Annual research review: Harms experienced by child users of online and mobile technologies: the nature, prevalence and management of sexual and aggressive risks in the digital age. *J Child Psychol Psychiatry*. 2014 Jun;55(6):635–54.
71. Digital 2024: Bolivia — DataReportal – Global Digital Insights [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-bolivia>
72. Holmberg C, Chaplin JE, Hillman T, Berg C. Adolescents' presentation of food in social media: An explorative study. *Appetite*. 2016 Apr 1;99:121–9.
73. Kucharczuk AJ, Oliver TL, Dowdell EB. Social media's influence on adolescents' food choices: A mixed studies systematic literature review. *Appetite*. 2022 Jan 1;168:105765.
74. Munro E, Wells G, Paciente R, Wickens N, Ta D, Mandzufas J, et al. Diet culture on TikTok: a descriptive content analysis. *Public Health Nutr*. 27(1):e169.
75. Zaharia A, Gonța I. The healthy eating movement on social media and its psychological effects on body image. *Front Nutr* [Internet]. 2024 Dec 17 [citado

- 2025 Ago 29];11. Disponible en: <https://www.frontiersin.org/journals/nutrition/articles/10.3389/fnut.2024.1474729/full>
76. Tiggemann M, Slater A. NetGirls: the Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *Int J Eat Disord*. 2013 Sep;46(6):630–3.
 77. Calado M, Lameiras M, Sepulveda AR, Rodríguez Y, Carrera MV. The mass media exposure and disordered eating behaviours in Spanish secondary students. *Eur Eat Disord Rev J Eat Disord Assoc*. 2010;18(5):417–27.
 78. Montgomery KC, Chester J. Interactive food and beverage marketing: targeting adolescents in the digital age. *J Adolesc Health*. 2009 Sep;45(3 Suppl):S18-29.
 79. Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia. LEY No 775 2015 [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: <https://www.minsalud.gob.bo/component/jdownloads/download/12-leyes/159-ley-no-775?Itemid=646>
 80. Bolivia: Ley de modificación a la Ley No 548 de 17 de julio de 2014, “Código niña, niño y adolescente”, modificada por la Ley No 1168 de 12 de abril de 2019 [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: <https://www.lexivox.org/norms/BO-L-N1371.html>
 81. Mata CC. Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes en el estado de Guanajuato. *Cimexus*. 2018;13(2):71–88.
 82. Lagoria Fuenzalida M. La influencia de las Redes Sociales en los hábitos alimentarios en adolescentes de 15 a 18 años en la ciudad de La Rioja en el año 2020. 2021.
 83. Qutteina Y, Hallez L, Raedschelders M, De Backer C, Smits T. Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutr*. 2022 Feb;25(2):290–302.
 84. Unidad Educativa Francisco Hurtado Pedraza Santa Cruz De La Sierra [Internet]. [citado 2025 Sep 30]. Disponible en: <https://unidadeducativa.net/cerca-de-mi>

ubicacion/unidades-educativas/santa-cruz-de-la-sierra/fiscales/francisco-hurtado-pedraza/RUE/81981353/#informacion-general

85. Con sacrificio e ilusión, así llegó a la final el equipo de la UE Francisco Hurtado Pedraza de Santa Cruz | Fuente Directa [Internet]. [citado 2025 Sep 30]. Disponible en: <https://fuentedirecta.oep.org.bo/noticia/con-sacrificio-e-ilusion-asi-llego-a-la-final-el-equipo-de-la-ue-francisco-hurtado-pedraza-de-santa-cruz/>
86. Nuremberg Code [Internet]. UNC Research. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: https://research.unc.edu/human-research-ethics/resources/ccm3_019064/
87. WMA - The World Medical Association. Declaración de Helsinki de la AMM – Principios éticos para las investigaciones médicas con participantes humanos [Internet]. [citado 2025 Ago 29]. Disponible en: <https://www.wma.net/es/polices-post/declaracion-de-helsinki-de-la-amm-principios-eticos-para-las-investigaciones-medicas-en-seres-humanos/>
88. Scribd [Internet]. 1932 - Likert - A Technique For The Measurement of Attitudes PDF | PDF | Standard Deviation | Attitude (Psychology) [citado 2025 Oct 2]. Disponible en: <https://www.scribd.com/document/274260819/1932-Likert-A-Technique-for-the-Measurement-of-Attitudes-pdf>
89. Hernández Sampieri R, Fernández Collado C, Baptista Lucio P. Metodología de la investigación [Internet]. McGraw Hill España; 2014 [citado 2025 Oct 4]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>

CAPITULO VIII. ANEXOS

ANEXO N°1: CARTA DE SOLICITUD PARA REALIZAR EL TRABAJO

Santa Cruz de la Sierra, 22 de agosto de 2024

Señor:

Lic. Limbert Dany Benavidez Antelo

DIRECTOR UNIDAD EDUCATIVA FRANCISCO HURTADO

Presente. -



**Ref. SOLICITUD PARA REALIZAR EL TRABAJO FINAL DE GRADO EN LA
MODALIDAD DE "TESIS DE GRADO"**

De mi consideración:

A tiempo de saludarlo muy cordialmente, me dirijo a usted, en representación de la Carrera de Nutrición y Dietética de la Universidad Evangélica Boliviana, institución de educación superior, comprometida en formar profesionales al servicio de la sociedad.

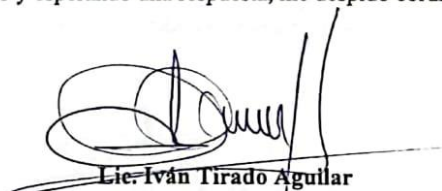
La presente es para solicitar, que la estudiante **FERNANDEZ CHANEVI ALISSON** con número de registro: **202001216**, pueda desarrollar su trabajo de tesis en la institución a la Cual Ud. pertenece.

El tema de tesis propuesto es:

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS PREFERENCIAS ALIMENTARIAS EN ADOLESCENTES DE 15- 18 AÑOS DE LA UNIDAD EDUCATIVA FRANCISCO HURTADO, EN EL DEPARTAMENTO DE SANTA CRUZ, DURANTE LA GESTIÓN 2024

La información generada será sin duda de internes y utilidad para su institución y área, manifestamos que la información brindada será de carácter confidencial y solo serán usados con fines de estudio.

Agradeciendo de antemano y esperando una respuesta, me despido cordialmente.


Lic. Iván Tirado Aguilar
RESP. DPTO INVESTIGACIÓN
CARRERA DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA
UNIVERSIDAD EVANGÉLICA BOLIVIANA



ANEXO N° 2: ENCUESTA SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS PREFERENCIAS ALIMENTARIAS DE LOS ADOLESCENTES.



ENCUESTA SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS PREFERENCIAS ALIMENTARIAS

Esta encuesta ha sido elaborada con fines académicos con el objetivo de analizar la influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias de los adolescentes. Solo debes señalar una respuesta a menos que la pregunta indique lo contrario. Recuerda **NO ES UN EXAMEN** solo contesta sinceramente, encerrando lo que tú haces.

I. DATOS PERSONALES

1. Género:	2. Edad:	3. Grado Escolar:
a) Femenino	a) 15 años	a) 4to secundaria
b) Masculino	b) 16 años	b) 5to secundaria
	c) 17 años	c) 6to secundaria
	d) 18 años	

II. REDES SOCIALES

1. ¿Con qué frecuencia utilizas las diferentes redes sociales? (Marca con una x en el cuadro que crees que es tu respuesta, según la escala del 1 al 5)

	No utilizo	Menos de 1 hora / día	1 a 2 horas/días	3 a 4 horas/día	Más de 4 horas/ día
	1	2	3	4	5
Instagram					
Facebook					
Tik tok					
WhatsApp					
YouTube					

2. ¿En qué aplicaciones ves contenido sobre alimentación y nutrición con frecuencia?	3. ¿Cada cuánto ves contenido de nutrición y alimentación en tus redes sociales?	4. ¿Qué tipo de contenido relacionado con la alimentación sueles ver en las redes sociales?
a) Tik tok	a) Nunca	a) Recetas saludables
b) Facebook	b) 1 vez al mes	b) Consejos nutricionales
c) Instagram	c) 1 a 2 veces por semana	c) Información sobre dietas
d) YouTube	d) Más de 2 veces por semana	d) Publicaciones de influencers sobre hábitos saludables
	e) Todos los días	
5. ¿Cuál es tu principal fuente de información sobre nutrición o alimentación en redes sociales?	6. ¿Sigues alguna cuenta o influencer relacionado con la alimentación o nutrición? Si es así ¿Cuál?	7. ¿Crees que las redes sociales influyen en tus decisiones sobre qué comer?
a) Profesional en nutrición	a) Si	a) Mucho
b) Influencers	b) No	b) Algo
c) Blogs o páginas web de salud y bienestar	¿Cuál?.....	c) Poco
d) Médicos		d) Nada
e) Desconozco		
8. ¿Has probado algún alimento o bebida nueva después de verlo en las redes sociales?	10. ¿Has cambiado tus hábitos alimentarios después de seguir a algún influencer o cuenta de comida?	11. ¿Has participado de algún reto o desafío de alimentación que hayas visto en las redes sociales?
a) Si	a) Mucho	a) Muy seguido
b) No	b) Algo	b) Seguido
c) A veces	c) Poco	c) Poco seguido
	d) Nada	d) Ninguna vez

III. HABITOS ALIMENTARIOS

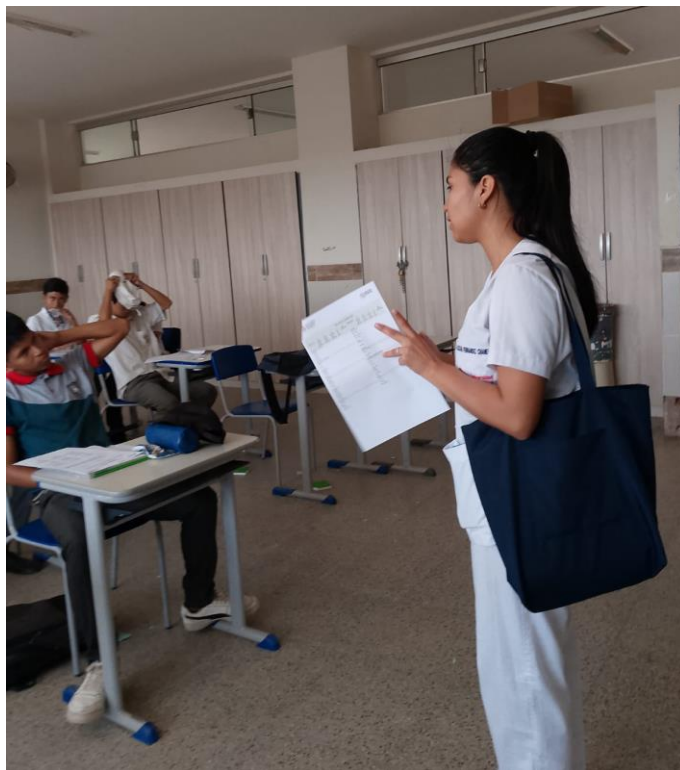
1. ¿Cuántos tiempos de comida sueles consumir en el día? a) 1 a 2 tiempos de comida b) 3 tiempos de comida c) 4 a 5 tiempos de comida d) Más de 5 tiempos de comida	2. ¿Qué tiempo de comida consideras que es más importante? a) Desayuno b) Media Mañana c) Almuerzo d) Media tarde e) Cena	3. ¿Qué tipo de preparaciones predominan en sus comidas? a) Frito b) Horno c) Asado d) Hervido e) Plancha	4. ¿Diariamente en donde sueles consumir tus alimentos? a) Casa b) Colegio c) Fuera de casa (pensión, restaurantes, puesto de ambulantes)
5. ¿Cuántos vasos de agua bebes al día? a) Menos de 4 vasos b) 4 a 6 vasos c) 7 a 8 vasos d) Más de 8 vasos	6. ¿Cuántas veces a la semana comes comida rápida o chatarra? a) Nunca b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces a la semana d) Más de 4 veces a la semana	7. ¿Con quién sueles consumir tus alimentos? a) Solo b) En familia c) Amigos	8. ¿Sueles usar las redes sociales mientras consumes tus alimentos? a) Si b) No c) A veces.

RECORDATORIO DE 24 HORAS						
Tiempo de comida	Hora	Lugar	Alimentos	Porciones	Marcas	Forma de preparación
Desayuno						
Merienda						
Almuerzo						
Merienda						
Cena						



FRECUENCIA ALIMENTARIA											
Alimento	1-2 veces por semana	2-3 veces por semana	+ 4 veces a por semana	1 vez al mes	No consumo	Alimento	1-2 veces por semana	2-3 veces por semana	+ 4 veces a por semana	1 vez al mes	No consumo
Lácteos y huevos						Frutas					
Leche						Manzana					
Yogurt						Banana					
Huevo						Mandarina					
Queso						Naranja					
Carnes y vísceras						Pera					
Res						Papaya					
Pollo						Sandia					
Pescado						Manga					
Cerdo						Tubérculos					
Hígado						Papa					
Panza						Camote					
Verduras						Yuca					
Hojas verdes						Cereales, pastas y panes					
Brócoli						Arroz					
Coliflor						Avena					
Zanahoria						Quinoa					
Zapallo						Trigo					
Tomate						Fideos					
Lechuga						Galletas					
Vainitas						Pan					
Arvejas						Otros					
Legumbres						Azúcar					
Lenteja						Aceite					
Soya						Gaseosas					
Frejol											
Garbanzo											

ANEXO N° 3: IMÁGENES DE LA RECOLECCION DE DATOS





ANEXO N°4 RECORDATORIO DE 24 HORAS

Parte 1

Sumatoria total del día				Promedio Kcal		Promedio Ch		Promedio Pr		Promedio Lip	
Kcal	Ch	Pr	Lip	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
0	0	0	0		No		No		No		No
1006	120.2	33.8	48.6		No		No		No		No
1369	159.8	73.9	49.9		No		No		No		No
1075	113.2	76.3	727.5		No		No		No	Si	
1763	214	110	59.6		No		No		No		No
1487	221	47.6	52.8		No		No		No		No
1327	206.9	44.1	38.8		No		No		No		No
1011	115.9	42	43.6		No		No		No		No
1380	121.1	52.1	80.9		No		No		No	Si	
979	122.8	21.5	28		No		No		No		No
1076	98	90.2	43.2		No		No	Si			No
1527	172.3	126.8	40.7		No		No	Si			No
896	97.6	67.9	29.4		No		No		No		No
1138	177.4	22.3	42.4		No		No		No		No
299	53.7	7	6.2		No		No		No		No
1120	139.9	40	46.8		No		No		No		No
1016	155.8	50.4	32.8		No		No		No		No
1617	197.5	91.1	54.6		No		No	Si			No
784	102.6	34	26.4		No		No		No		No
952	165.6	54.2	15.2		No		No		No		No
872	143.3	33.8	17.4		No		No		No		No
1389	99	143.4	120.8		No		No	Si		Si	
1584	237.6	88.2	48.8		No		No	Si		Si	
881	124.8	22.2	29.4		No		No		No		No
671	80.2	17.6	27.5		No		No		No		No
1131	148.8	42.6	41.3		No		No		No		No
1192	250.7	33.2	6.6		No		No		No		No

381	74	9.5	1.5		No		No		No		No
1334	202.1	66.5	33.1		No		No		No		No
631	73.8	26	17.2		No		No		No		No
1649	202.7	115.3	47.7		No		No	Si		Si	
1134	177.7	41.6	22.6		No		No		No		No
1009	156.2	35.9	32.2		No		No		No		No
2300	225	34.5	52.7	Si			No		No		No
1983	155.4	53	33.8		No		No		No		No
1315	196.4	69	34.8		No		No		No		No
988	124.6	74.2	27.8		No		No	Si		Si	
1289	244.5	86.1	34.5		No		No	Si		Si	
2273	348.7	128.8	51.8	Si		Si		Si		Si	
1327	177.7	20.6	23		No		No		No		No
1606	158.5	75.3	65.7		No		No	Si		Si	
1021	148.1	57.4	13.8		No		No		NO		No
470	69.7	8.6	19		No		No		No		No
1303	173.8	51.8	32.2		No		No		No		No
186	39.6	5.4	2		No		No		No		No
1872	201.4	33.5	46		No		No		No		No
75	15.7	2.6	1		No		No		No		No
611	160.1	61	19.6		No		No		No		No
809	86.8	47.2	21.4		No		No		No		No
1658	273.4	74	34.8		No		No		No		No
1091	99	75.9	46.6		No		No		No		No
1047	123.4	75.3	33.9		No		No		No		No
1082	129.1	30.4	55.6		No		No		No		No
1653	208.8	48.8	38.3		No		No		No		No
926	74.9	59.4	44.1		No		No		No		No
1608	194.6	94.4	60.6		No		No	Si			No
1127	85.7	31.1	81.2		No		No		No	Si	
1345	166.9	60.5	44.8		No		No		No		No
898	104.6	77.6	19.8		No		No	Si			No
887	179.7	29.5	5.6		No		No		No		No

838	143.2	24	25.8		No		No		No		No
1040	143.7	21.2	68.6		No		No		No		No
1346	222.9	55.4	35.8		No		No		No		No
548	28	37.9	41		No		No		No		No
1304	152	72.2	88.2		No		No		No	Si	
1516	264	46.7	35.3		No		No		No		No
1508	191.2	47.9	47.8		No		No		No		No
683	113.4	29.4	33.2		No		No		No		No

Parte 2

Genero	Sumatoria total del dia			
	Kcal	Ch	Pr	Lip
M	0	0	0	0
M	1006	120.2	33.8	48.6
M	1369	159.8	73.9	49.9
M	1075	113.2	76.3	727.5
M	1763	214	110	59.6
F	1487	221	47.6	52.8
M	1327	206.9	44.1	38.8
F	1011	115.9	42	43.6
F	1380	121.1	52.1	80.9
M	979	122.8	21.5	28
F	1076	98	90.2	43.2
F	1527	172.3	126.8	40.7
M	896	97.6	67.9	29.4
M	1138	177.4	22.3	42.4

M	299	53.7	7	6.2
M	1120	139.9	40	46.8
F	1016	155.8	50.4	32.8
F	1617	197.5	91.1	54.6
F	784	102.6	34	26.4
M	952	165.6	54.2	15.2
M	872	143.3	33.8	17.4
M	1389	99	143.4	120.8
M	1584	237.6	88.2	48.8
M	881	124.8	22.2	29.4
F	671	80.2	17.6	27.5
F	1131	148.8	42.6	41.3
F	1192	250.7	33.2	6.6
F	381	74	9.5	1.5
M	1334	202.1	66.5	33.1
M	631	73.8	26	17.2
M	1649	202.7	115.3	47.7
F	1134	177.7	41.6	22.6
F	1009	156.2	35.9	32.2
M	2300	225	34.5	52.7
F	1983	155.4	53	33.8
M	1315	196.4	69	34.8
F	988	124.6	74.2	27.8
M	1289	244.5	86.1	34.5
M	2273	348.7	128.8	51.8
M	1327	177.7	20.6	23
F	1606	158.5	75.3	65.7
M	1021	148.1	57.4	13.8
F	470	69.7	8.6	19
M	1303	173.8	51.8	32.2
M	186	39.6	5.4	2
F	1872	201.4	33.5	46
M	75	15.7	2.6	1
M	611	160.1	61	19.6
F	809	86.8	47.2	21.4
F	1658	273.4	74	34.8
M	1091	99	75.9	46.6
M	1047	123.4	75.3	33.9
M	1082	129.1	30.4	55.6
M	1653	208.8	48.8	38.3
F	926	74.9	59.4	44.1

M	1608	194.6	94.4	60.6
M	1127	85.7	31.1	81.2
M	1345	166.9	60.5	44.8
F	898	104.6	77.6	19.8
F	887	179.7	29.5	5.6
M	838	143.2	24	25.8
M	1040	143.7	21.2	68.6
F	1346	222.9	55.4	35.8
F	548	28	37.9	41
M	1304	152	72.2	88.2
F	1516	264	46.7	35.3
F	1508	191.2	47.9	47.8
M	683	113.4	29.4	33.2