



**FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”**

**INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES SOBRE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS  
EN JÓVENES DE LA IGLESIA CRISTIANA “LA HERMOSA”**

**Línea de investigación:**

**Salud pública**

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Nutrición

**Autora:**

Mercado Quispe, Gaby Vanessa

**Asesora:**

Castro Salazar, Bertha Teresa

**Jurado:**

Cerna Iparraguirre, Fernando Jesús

Yarlequé Chocas, Mirtha

Lopez Gabriel, Wilfredo Gerardo

**Lima - Perú**

**2021**



**Referencia:**

Mercado, G. (2021). *Influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de la Iglesia Cristiana "La Hermosa"* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/5451>



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada (CC BY-NC-ND)**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Universidad Nacional  
**Federico Villarreal**

**VRIN** | VICERRECTORADO  
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES SOBRE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

EN JÓVENES DE LA IGLESIA CRISTIANA “LA HERMOSA”

**Línea de investigación:**

**Salud pública**

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Nutrición

**Autora:**

Mercado Quispe, Gaby Vanessa

**Asesora:**

Castro Salazar, Bertha Teresa

**Jurados:**

Cerna Iparraguirre, Fernando Jesús

Yarlequé Chocas, Mirtha

Lopez Gabriel, Wilfredo Gerardo

**Lima – Perú**

**2021**

*Dedicatoria*

A Dios por brindarme la sabiduría y las fuerzas necesarias para alcanzar mis objetivos.

A mi madre Ana Quispe, por su apoyo incondicional, por velar todas las etapas de mi vida siendo mi inspiración para elegir mi carrera profesional.

A mi padre Víctor Mercado, por la confianza brindada durante todo este tiempo de etapa universitaria.

A los jóvenes de MAJUC, por ser la familia que me apoya incondicionalmente, en mis procesos de crecimiento.

*Agradecimiento*

Agradecida nuevamente con Dios, y con mis padres por ser pacientes y brindarme ánimos para seguir continuando.

A los jóvenes de la iglesia “La Hermosa”, por ser parte de esta investigación.

A mis queridas amigas y hermanas, Soledad Gutiérrez, Giannina Pariona y Katerine Vílchez, por su amistad incondicional y su apoyo durante este proceso.

## Índice

|  |    |
|--|----|
| RESUMEN .....  | 8  |
| ABSTRACT .....   | 9  |
| I. INTRODUCCIÓN .....                                  | 10 |
| 1.1 Descripción y formulación del problema .....       | 11 |
| 1.1.1 Formulación del problema general .....           | 11 |
| 1.1.2 Formulación del problema específico .....        | 11 |
| 1.2 Antecedentes .....                                 | 12 |
| 1.3 Objetivos .....                                    | 15 |
| 1.3.1 General .....                                    | 15 |
| 1.3.2 Específicos.....                                 | 15 |
| 1.4 Justificación.....                                 | 16 |
| II. MARCO TEÓRICO .....                                | 17 |
| 2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación..... | 17 |
| 2.1.1 Redes sociales.....                              | 17 |
| 2.1.2 Jóvenes .....                                    | 19 |
| 2.1.3 Hábitos alimentarios.....                        | 20 |
| 2.1.4 Iglesia cristiana “La Hermosa”.....              | 24 |
| III. MÉTODO.....                                       | 25 |
| 3.1 Tipo de investigación .....                        | 25 |
| 3.2 Ámbito temporal y espacial.....                    | 25 |
| 3.3 Variables.....                                     | 25 |
| 3.4 Población y muestra .....                          | 25 |
| 3.5 Instrumentos .....                                 | 26 |
| 3.6 Procedimientos .....                               | 26 |
| 3.7 Análisis de datos.....                             | 27 |
| 3.8 Consideraciones éticas .....                       | 27 |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| IV. RESULTADOS .....            | 28 |
| V.DISCUSIÓN DE RESULTADOS ..... | 43 |
| VI. CONCLUSIONES .....          | 46 |
| VII. RECOMENDACIONES .....      | 47 |
| VIII. REFERENCIA .....          | 48 |
| IX. ANEXOS .....                | 53 |

## Índice de Tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Clasificación por Edad de los Jóvenes que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa” ..... | 28 |
| Tabla 2 Clasificación por sexo de los jóvenes que asisten a la iglesia cristiana “La Hermosa” ..... | 29 |
| Tabla 3 Frecuencia dedicada a las redes sociales .....  | 30 |
| Tabla 4 Tiempo designado por día a las redes sociales .....   | 31 |
| Tabla 5 Clasificación del uso de la red social más usada .....                                      | 32 |
| Tabla 6 Frecuencia de búsqueda de información alimentaria.....                                      | 33 |
| Tabla 7 Búsqueda de información alimentaria en los últimos 12 meses por sexo .....                  | 34 |
| Tabla 8 Red social más utilizada para la búsqueda de información alimentaria .....                  | 35 |
| Tabla 9 Red social más utilizada para la búsqueda de información alimentaria por sexo....           | 36 |
| Tabla 10 Hábitos alimentarios de los jóvenes .....  | 37 |
| Tabla 11 Hábitos alimentarios de los jóvenes según género .....                                     | 38 |
| Tabla 12 Frecuencia de consumo de alimentos saludables.....   | 39 |
| Tabla 13 Frecuencia de consumo de alimentos no saludables.....                                      | 41 |



## Índice de Anexos

|  |    |
|--|----|
| Anexo A Operacionalización de variables .....    | 53 |
| Anexo B Matriz de consistencia .....             | 54 |
| Anexo C Consentimiento informado .....           | 55 |
| Anexo D Juicio de expertos .....                 | 56 |
| Anexo E Confiabilidad del instrumento .....      | 57 |
| Anexo F Encuesta sobre redes sociales .....      | 58 |
| Anexo G Encuesta sobre hábitos alimentarios..... | 61 |

## RESUMEN

**Objetivo:** Determinar el tipo de influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de 20 - 25 años de la iglesia cristiana “La Hermosa”. **Método:** El estudio es de tipo descriptivo, correlacional y transversal, realizado a 60 jóvenes de la iglesia cristiana “La Hermosa”. El instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario por medio de la plataforma Google Forms. Para el procesamiento de datos se utilizó el programa Microsoft Office Excel 2016. **Resultados:** La red más utilizada fue WhatsApp con un 55%, Facebook con un 36.6 %, YouTube con un 30% e Instagram con un 40%. Se observa que el 71.4% de los hombres generalmente utiliza YouTube para la búsqueda de información alimentaria, el 14.3% utiliza Facebook, el 9.5% utiliza Instagram y el 4.8% utiliza WhatsApp. El 36.4% de las mujeres utiliza YouTube para la búsqueda de información alimentaria en las redes sociales, el 31.8% utiliza Facebook, el 22.7% utiliza Instagram y el 9.1% utiliza WhatsApp. El 43.3% de los jóvenes, tiene un uso alto de las redes sociales de 3 a 4 horas diarias. El 88.3% de los jóvenes presentaron tener hábitos alimentarios saludables y el 11.7% hábitos regularmente saludables, y ningún joven presento hábitos alimentarios no saludables. **Conclusiones:** Se concluye que los jóvenes, no han sido influenciados en el cambio de sus hábitos alimentarios a pesar del uso constante de las redes sociales.

**Palabras claves:** influencia, redes sociales, hábitos alimentarios.

## ABSTRACT

**Objective:** To determine the type of influence of social networks on eating habits in young people of 20-25 years of the Christian church "La Hermosa". **Method:** The study is descriptive, correlational and transversal, carried out on 60 young people from the Christian church "La Hermosa". The instrument used for data collection was the questionnaire through the Google Forms platform. For data processing, the Microsoft Office Excel 2016 program was used. **Results:** The most used network was WhatsApp with 55%, Facebook with 36.6%, YouTube with 30% and Instagram with 40%. It is observed that 71.4% of men generally use YouTube to search for food information, 14.3% use Facebook, 9.5% use Instagram and 4.8% use WhatsApp. 36.4% of women use YouTube to search for food information on social networks, 31.8% use Facebook, 22.7% use Instagram and 9.1% use WhatsApp. 43.3% of young people have a high use of social networks from 3 to 4 hours a day. 88.3% of the young people presented having healthy eating habits and 11.7% regularly healthy habits, and no young people presented unhealthy eating habits. **Conclusions:** It is concluded that young people have not been influenced in changing their eating habits despite the constant use of social networks.

**Keywords:** influence, social networks, eating habits.

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día se ve que los jóvenes son quienes más utilizan y dominan las redes sociales, siendo estos más expuestos a todo tipo de información académica, intereses tecnológicos, y temas relacionados a la salud como la alimentación y estilo de vida. (Martín, 2016)

Se ha optado por estudiar de como el uso de las redes sociales puede generar un cambio en los hábitos alimentarios en los jóvenes. Debido a que es importante establecer buenos hábitos en nuestro diario vivir para prevenir problemas de salud por una inadecuada alimentación.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), el sobrepeso se ha convertido en un problema de salud pública debido a que las personas consumen más alimentos hipercalóricos, grasas, azúcares libres y sal; y una ingesta reducida de frutas, verduras, fibra dietética y poca actividad física generando enfermedades cardiovasculares, diabetes, hipertensión, entre otros.

La población joven es aquella cuya edad oscila entre los 18 a los 29 años de edad según el Ministerio de Salud (MINSa, 2017). Esta etapa de la vida se caracteriza por el aumento de la autonomía en torno a las opciones de alimentación, el desarrollo de habilidades culinarias y la búsqueda de actividad física, estos son factores importantes que pueden influir en los cambios de peso durante esta etapa de vida. Los patrones dietéticos de los jóvenes muestran que consumen pocas frutas y verduras y tienen un alto consumo de bebidas azucaradas, generando un aumento de peso y estableciendo hábitos alimentarios poco saludables que continúan posteriormente hasta la edad adulta. (Klassen, et al., 2018)

Salud, nutrición y alimentación son temas comunes publicados en las redes sociales por los blogueros de alimentos y bienestar, organizaciones de salud y usuarios regulares de las redes sociales. Los jóvenes están siendo bombardeados en las redes sociales por información

sobre alimentos, con frecuencia comidas de alto valor calórico, mensajes patrocinados por organizaciones de la industria alimentaria con interés comercial. (Klassen, et al., 2018)

## **1.1 Descripción y formulación del problema**

El uso de las redes sociales y sitios web son hábitos frecuentes en los jóvenes, con un uso de 3 a 4 horas por día, hay una afinidad elevada de volverse seguidores de sitios web donde publican información alimentaria, siendo Facebook la red social más popular, debido a su utilidad dinámica y multifuncional, en donde se pueden comunicar, enviar fotos, videos y compartir información. (Hidrobo y Sánchez, 2018)

Por esta razón, se ha visto que las redes sociales proporcionar información alimentaria y pueden influir en los comportamientos, hábitos de alimentación, aconsejando a las personas a llevar hábitos saludables como también personas irresponsables creando contenidos perjudiciales para la salud de la población juvenil.

Frente a esta problemática, surgió esta pregunta de investigación:

### ***1.1.1 Formulación del problema general***

¿Cómo influyen las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de 20 - 25 años de la Iglesia Cristiana “La Hermosa”?

### ***1.1.2 Formulación del problema específico***

¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”?

¿Cuáles son las redes sociales más buscadas que brindan información alimentaria a los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”?

¿Cuáles son los hábitos alimentarios de los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”?

## 1.2 Antecedentes

Hidrobo y Sánchez (2018) nos dice en su estudio que los jóvenes prefieren el consumo de carnes, frutas y verduras, y con relación a la ingesta de snacks no es frecuente pero el consumo de bebidas azucaradas y jugos procesados es recurrente en ellos, y este grupo no genero cambios en sus hábitos alimentarios a pesar del uso continuo de las redes sociales y sitios web.

Vaterlaus, et al. (2015) en su estudio “La influencia percibida de las redes sociales en los comportamientos de salud de los adultos jóvenes” tuvo como objetivo explorar la influencia de las redes sociales en las percepciones de los jóvenes sobre los comportamientos de salud relacionados con la dieta y ejercicio, utilizando un marco social ecológico. La muestra estuvo constituida por 34 jóvenes de 18-25 años de edad reclutados de una universidad del medio oeste de los Estados Unidos. El proyecto utilizó principalmente la metodología de grupos focales y fue aprobado por la the American University Institutional Review Board (IRB), los datos fueron recolectados a través de ocho grupos focales y cuatro entrevistas individuales. Se realizó un cuestionario breve de demografía y los grupos focales semiestructurados que consisten en preguntas abiertas sobre el uso de las redes sociales en la vida diaria (es decir, relaciones, ejercicio, y dieta) fueron grabados en video de 50–60 minutos.

Obteniendo como resultado que la mayoría de los jóvenes (n=32) percibieron que las redes sociales influyen en los comportamientos de dieta y ejercicio. Tres temas fueron identificados utilizando un enfoque fenomenológico. Los temas incluyeron: las redes sociales como motivador y barrera para el ejercicio, la conexión percibida entre la comida y las redes sociales, y la percepción de las imágenes de ejercicio y publicaciones en línea. En conclusión, los jóvenes percibieron que la tecnología podría ser tanto una barrera como un motivador para el ejercicio. A las redes sociales también se les atribuyó la expansión de las opciones de

alimentos mediante la creación de acceso a una variedad de recetas, proporcionando un lugar para mostrar los alimentos que los jóvenes comen o preparan, y distrae a los jóvenes en la toma de decisiones positivas sobre su alimentación.

Sánchez, et al. (2018) en su estudio “La influencia de las redes sociales en el estilo de vida saludable en mujeres de la jornada nocturna de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium Sede Meléndez de Santiago de Cali” cuyo objetivo fue determinar la influencia de las redes sociales o sitios web sobre la alimentación o hábitos saludables, se consideró si la visita a las paginas referentes a alimentación, puede generar cambios en sus hábitos alimentarios actuales. Fue un estudio con enfoque cuantitativo, descriptivo con una muestra de 42 mujeres de la Fundación Universitaria Católica sede Meléndez de la ciudad de Cali. El instrumento para la recolección de datos fue un cuestionario de 11 preguntas, el cual fue distribuido por medio digital en la plataforma de Google Forms. Los resultados obtenidos evidencian que las mujeres no han sido influenciadas en sus hábitos alimentarios por la información obtenida, debido a que las redes sociales a pesar de impartir información alimentaria no se generaron cambios positivos en la alimentación. En conclusión, a pesar que estas mujeres tenían uso cotidiano de las redes sociales y sitios web no generaron cambios en los hábitos alimentarios.

Montoya (2017) en su estudio “Las redes sociales virtuales y su influencia en los hábitos saludables de alimentación y ejercicio, en los jóvenes universitarios en la ciudad de Cali” que tuvo como objetivo analizar cómo las redes sociales virtuales pueden generar cambios en los hábitos saludables de alimentación y ejercicio en los jóvenes caleños mediante la aplicación de una metodología con un enfoque cualitativo, de diseño analítico y descriptivo, utilizando unas de las redes sociales más usadas en la actualidad, que es Instagram a través de fotos y videos con contenidos sobre hábitos saludables. Los resultados de este estudio fueron que los 3 influenciadores de estilo de vida saludable, han tenido el poder de influenciar la

decisión de muchos de sus seguidores, y los resultados de las entrevistas a los jóvenes estudiantes se ha visto que de alguna u otra manera fueron afectados por el estilo de vida de los influenciadores en sus decisiones. La conclusión de este estudio es que la red social Instagram, ha logrado que ciertos líderes como Sascha Fitness, Entrenador José y Magofit, influyan en la vida de los jóvenes universitarios generando cambios positivos en sus hábitos de alimentación y ejercicio.

Míguez (2019) investigó la “Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable”. El objetivo de este trabajo es analizar la influencia de las redes sociales ante las publicaciones de comida saludable y si afectan en su alimentación saludable, en su conocimiento nutricional y en su peso. La muestra significativa constó de 217 jóvenes comprendidos entre 18-35 años de la denominada generación Z y generación Millennial. La metodología usada fue la observación y comprobación de las numerosas cuentas de comida saludable en Facebook e Instagram. Se observó a todo aquel contenido que tuviera que impartir información de una dieta “healthy”, con preparaciones y comida saludable en sus redes sociales, el instrumento utilizado fue un cuestionario que consiste en una serie de preguntas que se han distribuido de forma online a través de la plataforma Facebook y por otros medios electrónicos, estuvo activo durante 10 días. Los resultados refirieron que las redes sociales sí influyen en la alimentación saludable de sus seguidores, sobre todo en la intención de hacer las recetas, también influyen en menor medida en el conocimiento nutricional y no influye nada en el IMC. En conclusión, los jóvenes que llevan a cabo las recetas que se recomiendan en las páginas de comida saludable tienen una mejor alimentación que los jóvenes que no son seguidores de estas cuentas.

Lemos, et al. (2016) con el estudio “El uso actual de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria nutricional” planteó como objetivo evaluar el uso de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria-nutricional. En el estudio



transversal y descriptivo, se seleccionaron 6 cuentas de Facebook y 6 cuentas de Instagram, se utilizó un cuestionario de 13 preguntas, 3 con respuestas abiertas y 10 con respuestas cerradas. Tuvieron 881 encuestas respondidas en 43 horas, a través de Formularios de Google y se utilizó un muestreo no probabilístico consecutivo. Los resultados fueron que el 82% de los encuestados seguía cuentas relacionadas con la alimentación-nutrición. Las redes más utilizadas fueron Facebook e Instagram. El 65,70 % seguía estas redes para buscar recetas y el 71% valoraba la importancia de que un profesional de la salud dirija estas cuentas, pero la mayor popularidad la tenían las cuentas de los no profesionales. Se concluyó que las publicaciones de alimentación y nutrición más populares no son brindadas por los profesionales de la salud, sin embargo ellos son los que deberían ocupar un lugar importante en las redes sociales, sobre contenidos de alimentación y nutrición y poder contribuir a promover una educación alimentaria-nutricional, verídica y confiable para la población.

El estudio se realizó en la población joven que asiste a la iglesia cristiana “La Hermosa”, está dirigida por los Pres. Eliseo y Ávila de la Cruz Claros, la iglesia fue fundada en 1993 y está en Ate desde el 2004 congregando aproximadamente 3000 fieles.

### **1.3 Objetivos**

#### ***1.3.1 General***

Determinar el tipo de influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de 20 - 25 años de la iglesia cristiana “La Hermosa”.

#### ***1.3.2 Específicos***

Identificar las redes sociales más utilizadas por los jóvenes de 20 a 25 años de la Iglesia Cristiana “La Hermosa”.

Identificar las redes sociales más buscadas que brindan información alimentaria a los jóvenes de 20 a 25 años de la Iglesia Cristiana “La Hermosa”.

Determinar los hábitos alimentarios de los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”.

#### **1.4 Justificación**

La presente investigación sobre la influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes se justifica por el hecho que actualmente en nuestro país las redes sociales son muy frecuentadas por los jóvenes, pudiendo este medio generar cambios en el estilo de vida y dentro de ellos sus hábitos alimentarios por su exposición a las publicaciones, fotos y videos que se publican en las redes sociales sobre la alimentación, estos cambios requieren ser evaluados para determinar si influye positivamente o negativamente en los hábitos alimentarios de la población juvenil.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación

#### 2.1.1 *Redes sociales*

Soares (2017) define una red social como el espacio en la red, que permite a los navegadores relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades, o como una herramienta de información que convierte a las personas en receptores y productores de contenidos. Las redes sociales son sitios en internet, creadas como herramientas tecnológicas fáciles de utilizar, en las que se pueden crear comunidades de individuos con intercambio continuo de ideas o conocimientos, permite reencontrarse con otras personas, ofertan productos, servicios, o como medio para negociar, buscar empleo, entre otros; se podría definir como un medio de comunicación que se enfoca en localizar y organizar un grupo de gente para que interactúen entre los mismos.

Las redes sociales o comunidades virtuales son espacios donde los usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos. (Mejía, 2015)

Las redes sociales son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información. (Raffino, 2019).

En el Perú pocas entidades se encargan de hacer mediciones actualizadas sobre el uso de las redes sociales, pero existen estudios internacionales que nos ayudan a conocer las tendencias de la situación digital de nuestro país. Según el reporte “Digital 2020” que fue

lanzado el 18 de febrero del 2020 último, elaborado por las plataformas We are social y Hootsuite que nos informan de las cifras más recientes sobre Social Media en Perú.

Sampasa-Kanyinga y Lewis (2015), en su estudio refiere que el uso promedio de las redes sociales es de 2 horas al día, pudiendo ocasionar problemas de salud mental, y podría ser perjudicial si se alcanza entre 5,6 o 7 horas al día (Orben, et al., 2019)

Se muestra que en nuestro país existen 24 millones de usuarios activos a las redes sociales, significa que el 73% de la población total está conectada. El porcentaje se mantuvo sin cambios entre 2019 y 2020. En cuanto a las edades, los jóvenes y adultos de entre 25 y 34 años son el mayor grupo (30.5%), siendo 16.7 % varones y 13.8 % mujeres. (Kemp, 2020) El porcentaje representa una disminución de 0.3 % en varones y 0.2% en mujeres en relación al 2019. (Kemp, 2019)

Continúan los jóvenes de entre 18-24 años, con un (27.5 %), siendo 12.9 % mujeres y 14.6% varones. (Kemp, 2020).

El porcentaje representa una disminución de 1.1 % en mujeres y 1.4 % en varones en comparación desde el 31 de enero del 2019 hasta 18 de febrero del 2020. (Kemp, 2019)

Sobre los usuarios de Facebook son aproximadamente 22 millones de usuarios los que tienen una cuenta activa, los varones 52.2% y las mujeres 47.8%. (Kemp, 2020)

Facebook sigue siendo la preferida con un 92 %, le sigue YouTube con un 90%, WhatsApp con un 64 % y en las posiciones siguientes están Twitter con un 23% e Instagram con un 14%. (Nava, 2019)

En cuanto a los usuarios de Instagram, tienen un total en el Perú de 5.7 millones de usuarios con un 54.2 % de mujeres y 45.8 % de varones. Sobre los usuarios de Instagram, el

total de usuarios en Perú es de 5.2 millones, con un 54% de mujeres y 46% de varones. La red que muestra un crecimiento mayor es Linkendin con 5.5 millones de usuarios con 40.8 % de mujeres y 59.2% de varones y Twitter tiene 1.24 millones de usuarios con 38.3% de mujeres y 61.7% de varones. (Kemp, 2020)

### **2.1.2 Jóvenes**

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2018) dice que no existe una definición internacional universalmente aceptada del grupo de edad que comprende el concepto de juventud y definen a los jóvenes como aquellas personas de entre 15 y 24 años. Muchos países también marcan la edad límite del concepto “joven” en función del momento en que son tratados como adultos frente a la ley, lo que se conoce como "mayoría de edad". Esta edad suele ser los 18 años en muchos países; así, a partir de esa edad, la persona será considerada como adulto.

No obstante, la definición y los matices del término "juventud" varían de un país a otro, según los factores socioculturales, institucionales, económicos y políticos.

La propuesta de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2000) en el documento “La salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad “considera a la juventud de 20-24 años de edad. Este grupo se caracteriza por tener mayor estabilidad y por realizar tareas y actividades más dirigidas hacia afuera, incluyendo las siguientes:

- a) La formación de una firme capacidad de establecer compromisos permanentes en sus relaciones personales, en el ámbito vocacional y en otros aspectos sociales.
- b) La aceptación progresiva de mayores responsabilidades en relación con las figuras paternas.
- c) La dedicación activa al trabajo con estructuras sociales establecidas.

Según el (MINSA, 2017) la población juvenil se encuentra entre las edades de 18 a 29 años y es periodo de cambios donde los jóvenes desarrollan sus capacidades para aprender, experimentar, utilizar el pensamiento crítico ,expresar su libertad creativa y participar en procesos sociales y políticos.

### **2.1.3 Hábitos alimentarios**

Los hábitos alimentarios nacen en la familia, pueden reforzarse en el medio escolar y se contrastan en la comunidad en contacto con los pares y con el medio social. Sufren las presiones del marketing y la publicidad ejercida por las empresas agroalimentarias. (Cuadra, 2000)

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016) refiere que los hábitos alimentarios sanos comienzan en los primeros años de vida; la lactancia materna favorece el crecimiento sano y mejora el desarrollo cognitivo; además, puede proporcionar beneficios a largo plazo, entre ellos la reducción del riesgo de sobrepeso y obesidad y de enfermedades no transmisibles en etapas posteriores de la vida.

Hay un factor en el cambio de hábitos alimentarios muy importante: la aculturación. El mundo de hoy, convertido en una “aldea global” y bajo la presión de las multinacionales que hacen de la publicidad un valioso instrumento de convicción, obtiene una gran uniformidad en los hábitos alimentarios, especialmente entre los más jóvenes. (Cuadra, 2000)

Se ha visto que los hábitos alimentarios de la población infantil y juvenil en los fines de semana, días festivos o diferentes celebraciones frecuentan establecimientos de comida rápida y puede señalarse el consumo, en ocasiones excesivo, de hamburguesas, perritos calientes, etc. Consumir estos alimentos, de vez en cuando no presenta mayores problemas, el

problema radica en la reiteración de su consumo que pueden generar hábitos alimentarios inadecuados. Por lo general, se consumen hamburguesas con una bebida refrescante y un postre dulce, evitando las ensaladas, verduras, legumbres, frutas, etc., que son necesarios en una dieta equilibrada. No hay ningún alimento que deba evitarse, evitemos que se desarrollen patrones de consumo monótonos y que afectan los hábitos alimentarios saludables. No existe ningún alimento que deba eliminarse de la dieta, pero hay que evitar que se desarrollen patrones de consumo rutinarios ya que interfieren con los hábitos alimentarios saludables. (Cuadra, 2000)

La falta de conocimiento sobre una dieta equilibrada conlleva a tener hábitos alimentarios inapropiados que pueden repercutir en su salud más adelante. (Navarro et al., 2017)

Los inadecuados hábitos alimentarios son un factor de riesgo para padecer ciertas patologías como la dislipidemia, hipertensión arterial, sobrepeso u obesidad, enfermedades cardiovasculares, Diabetes Mellitus tipo 2 entre otras. (Canova, 2017)

El sobrepeso y la obesidad, es un problema de salud pública en el mundo; como consecuencia del consumo de comidas con grasas saturadas, gaseosas, poco consumo de frutas y verduras y un estilo de vida sedentaria. (Ayranci, et al., 2010)

La (OMS, 2018) afirma que en el 2016, más de 1.900 millones de personas mayores o iguales de 18 años de edad tenían sobrepeso. De estos, más de 650 millones de personas eran obesos. El 39% de personas mayor o igual de 18 años tenían sobrepeso. Con un porcentaje de 39% en varones y 40% en mujeres. La obesidad afecto un 13% de la población mayor o igual de 18 años de edad en el mundo con 11% en varones y 15 % en mujeres.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018) a través de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar 2018, brindo resultados sobre las personas de 15 y más años de edad que el 37.3 % tiene sobrepeso y el 22.7% tiene obesidad. Resaltando que este tipo de patologías está en aumento y es unos de los problemas del siglo XXI.

Tener hábitos alimentarios saludables consta en mantener una dieta equilibrada, horarios adecuados, una buena hidratación, un consumo variado de alimentos, porciones adecuadas y realizar actividad física por 30 minutos .Una alimentación saludable incluye:

- Realizar 5 tiempos de comida al día, mejora nuestro nivel de energía lo que evita el cansancio, mejora la digestión, mejora la concentración, acelera el metabolismo y favorece la pérdida de peso, etc. Consiste en realizar 3 comidas principales y 2 meriendas. (Sociedad Española de Nutrición Comunitaria [SENC] y Sociedad Española de Medicina de Familia y Comunitaria [semFYC], 2007; Instituto Navarro de Deporte y Juventud [INDJ], 2007)
- Establecer los horarios de comida, comiendo en un intervalo de 3 a 4 horas. Por ejemplo: el desayuno a las 7 am, la media mañana a las 10am, el almuerzo a la 1 pm, la media tarde a las 4pm y la cena a las 7pm. (Lemos, 2020)
- Mantener una dieta completa y variada, en cantidades adecuadas que contenga todos los grupos de alimentos: frutas, verduras, lácteos bajos en grasa, carnes, menestras y cereales integrales. (INDJ, 2007)
- No saltarse el desayuno, debido a que nos ayuda a afrontar la jornada con energía, nos beneficia para rendir mejor física e intelectualmente .El no desayunar, aumenta el riesgo de sobrepeso y obesidad. (Sotil, 2017; INDJ, 2007)
- Consumir al menos 5 porciones de frutas y verduras al día, por su contenido de vitaminas, minerales, antioxidantes y fibra. (OMS, 2018; SENC y semFYC, 2007)
- Reducir el consumo de grasas, debe constituir menos del 30% de la ingesta calórica diaria. De preferencia consumir grasas no saturadas que se encuentran en el pescado,



frutos secos, palta, aceite de oliva, etc. Se sugirió reducir el consumo de grasas saturadas a menos del 10% de la ingesta total de calorías y las grasas trans se deben evitar por completo. (OMS, 2018)

- Consumir diariamente productos lácteos bajos en grasa de 2 a 4 porciones por día, por su fuente de proteínas y calcio que ayudan a fortalecer los huesos y los dientes. (INDJ, 2007; SENC y semFYC, 2007)

- Reducir el consumo de sal a menos de 5 g/día, lo que es equivalente a una cucharadita de té y así prevenir la hipertensión y las enfermedades cardiovasculares. (OMS, 2018)

- Limitar el consumo de alimentos y bebidas con alto contenido de azúcares, ejemplo, bebidas gaseosas, golosinas, miel y aperitivos. Se recomienda reducir el azúcar a menos del 10% de la ingesta calórica total. Esto es equivalente a 10 cucharaditas al día (OMS, 2018; Ministerio de Salud [MINSAL], 2019)

- Consumir entre 6 y 8 vasos de agua al día. Esta puede provenir de 3 fuentes: agua pura, infusiones o jugos de frutas sin azúcar, y los alimentos que consumimos durante el día. Evitar sentir la sensación de sed ya que es un inicio de deshidratación, por lo que se recomienda planificar el consumo de agua en el día. (MINSAL, 2019)

- Consumir los alimentos en casa y en compañía de los familiares tiene beneficios, como disminuir la probabilidad de sufrir de sobrepeso consumiendo de 1-2, 3-4, 5 o más comidas familiares por semana y el consumo de 3-4 y 5 o más comidas familiares protegían de la obesidad a los jóvenes en comparación a los que nunca tenían comidas familiares. (Berge, et al., 2015)

#### **2.1.4 Iglesia cristiana “La Hermosa”**

Es una organización religiosa que tiene como misión realizar un evangelismo integral en el distrito de Vitarte, en todo el Perú y al mundo a través de los grupos familiares y las misiones. La iglesia cuenta con 17 ministerios con la visión de trabajar con grupos específicos como: niños, adolescentes, jóvenes, alabanza, intercesión, la familia, entre otros, contamos con 134 grupos familiares, 10 supervisores generales, 34 supervisores auxiliares, 134 líderes. Y los miembros de la iglesia crecieron a consecuencia de ello, ahora suman más de 3,000 miembros que asisten a los cultos centrales los domingos en los 4 turnos de la iglesia.

### **III. MÉTODO**

#### **3.1 Tipo de investigación**

La investigación es de tipo descriptivo, correlacional y transversal.

#### **3.2 Ámbito temporal y espacial**

El estudio se realizó de Abril a Junio del 2021 en la iglesia cristiana “La Hermosa” del distrito de Ate-Vitarte.

#### **3.3 Variables**

Independientes: Redes sociales, edad, sexo

Dependiente: Hábitos alimentarios

#### **3.4 Población y muestra**

La población del estudio estuvo constituida por el 100% de los jóvenes que asisten a la iglesia cristiana “La Hermosa” en el distrito de Ate-Vitarte, que son aproximadamente 60 jóvenes de ambos sexos, cuyas edades se encuentran entre de 20-25 años.

##### **Criterios de inclusión**

- Jóvenes de ambos sexos, cuya edad se encuentren entre 20-25 años.
- Jóvenes de ambos sexos, que asistan a la iglesia cristiana “La Hermosa”.
- Jóvenes de ambos sexos, que usen las redes sociales.
- Jóvenes que dan su consentimiento informado de participación en el estudio.

##### **Criterios de exclusión**

- Jóvenes de ambos sexos, cuya edad no se encuentre entre 20-25 años.
- Jóvenes de ambos sexos que no asistan a la iglesia cristiana “La Hermosa”.
- Jóvenes de ambos sexos que no usen las redes sociales.
- Jóvenes que no aceptan participar en el estudio.

### **3.5 Instrumentos**

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos sobre redes sociales será el cuestionario y como técnica la encuesta. Dicho instrumento constará de 10 preguntas, 7 preguntas con puntuación de 0 a 3 puntos y 3 preguntas en términos dicotómicos (sí-no) con una puntuación de 0 a 1 punto. El instrumento fue validado por juicio de expertos, midiéndose la validez por el alfa de cronbach.

Para medir los hábitos alimentarios la técnica que se aplicó también será la encuesta, el instrumento fue un cuestionario validado por juicio de expertos con un nivel de confiabilidad de 8 usando la fórmula de Kuder - Richardson. Dicho instrumento consta de 24 preguntas cerradas con una puntuación de 1-3 puntos por cada respuesta (Marca, 2017) (ver Anexo 7)

La clasificación para evaluar los hábitos alimentarios será con los siguientes rangos de puntuación:

- 1 -24 puntos: Hábitos alimentarios no saludables
- 25-48 puntos: Hábitos alimentarios regularmente saludables
- 49-76 puntos: Hábitos alimentarios saludables

### **3.6 Procedimientos**

Para la recolección de datos se planteó el siguiente proceso:

- Se solicitó permiso al Pastor principal de la iglesia cristiana “La Hermosa” y se realizó la presentación del plan de estudio.
- Se coordinó con los 5 líderes del grupo de jóvenes, explicándoles el objetivo del estudio, el cuestionario a desarrollar, la confidencialidad y privacidad de la información recolectada.

- Con relación al consentimiento informado, se solicitó de forma virtual en la plataforma de Google Forms.
- El cuestionario previamente evaluado, se distribuyó por medio de la plataforma Google Forms, con la ayuda de los 5 líderes en sus respectivos grupos, durante 3 semanas.
- Al terminar el tiempo se agradeció a los 5 líderes del grupo de jóvenes y al Pastor principal por la socialización del plan del estudio, distribución del cuestionario y apoyo.

### **3.7 Análisis de datos**

El análisis de datos se realizó recopilando información de la base de datos y esta fue plasmada por medio de cuadros y representaciones gráficas que fueron diseñadas en el programa Microsoft Excel 2016. Para el análisis descriptivo se utilizaron tablas de frecuencia y porcentajes.

### **3.8 Consideraciones éticas**

La presente investigación no implicó riesgos para los participantes. Se guardó confidencialidad sobre los datos obtenidos y la información brindada por cada joven. Los instrumentos fueron utilizados y aplicados únicamente por el investigador protegiendo así el contenido de las respuestas dadas por los jóvenes en el estudio.

## IV. RESULTADOS

**Tabla 1**

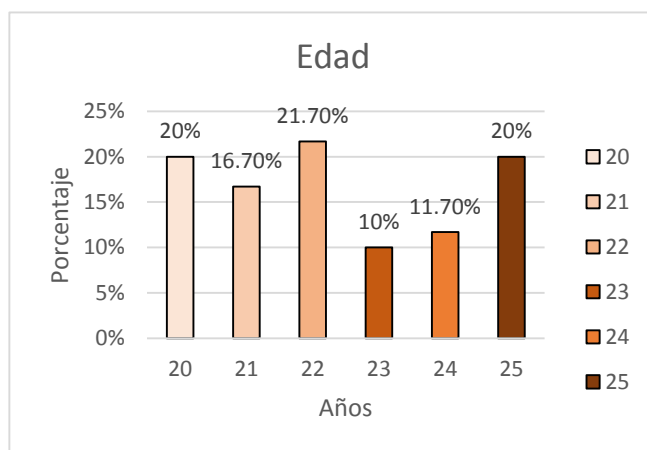
*Clasificación por Edad de los Jóvenes que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”*

| Edad | N  | %     |
|------|----|-------|
| 20   | 12 | 20 %  |
| 21   | 10 | 16.7% |
| 22   | 13 | 21.7% |
| 23   | 6  | 10%   |
| 24   | 7  | 11.7% |
| 25   | 12 | 20%   |

*Nota.* Según la muestra se observa que el **21.7%** de los jóvenes pertenecen a la edad de 22 años, el **20 %** pertenece a la edad de 20 y 25 años respectivamente, el **16.7%** pertenece a la edad de 21 años, el **11.7%** pertenece a la edad de 24 años, y finalmente el **10%** pertenece a la edad de 23 años. Elaboración propia

**Figura 1**

*Edad de los Jóvenes*



*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 2**

*Clasificación por sexo de los jóvenes que asisten a la iglesia cristiana “La Hermosa”*

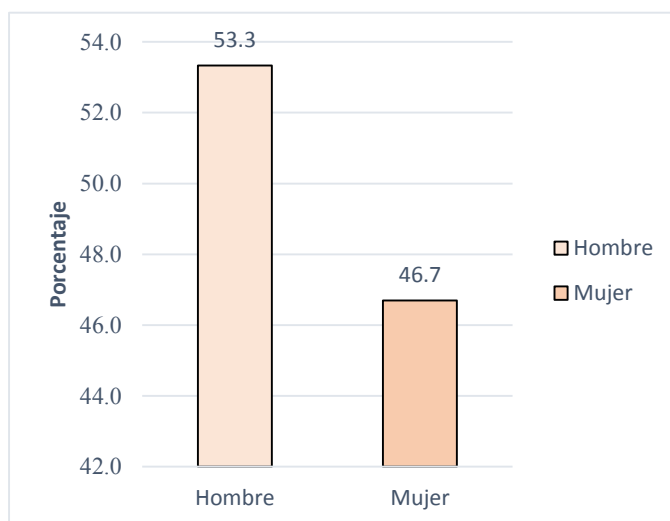
| <b>Sexo</b>   | <b>N</b> | <b>%</b> |
|---------------|----------|----------|
| <b>Hombre</b> | 32       | 53.3 %   |
| <b>Mujer</b>  | 28       | 46.7 %   |

*Nota.* La muestra de los 60 jóvenes de 20-25 años que asisten a la iglesia cristiana “La Hermosa” estaba conformada por un **53.3%** del sexo masculino y el **46.7 %** del sexo femenino.

Elaboración propia

**Figura 2**

*Sexo*

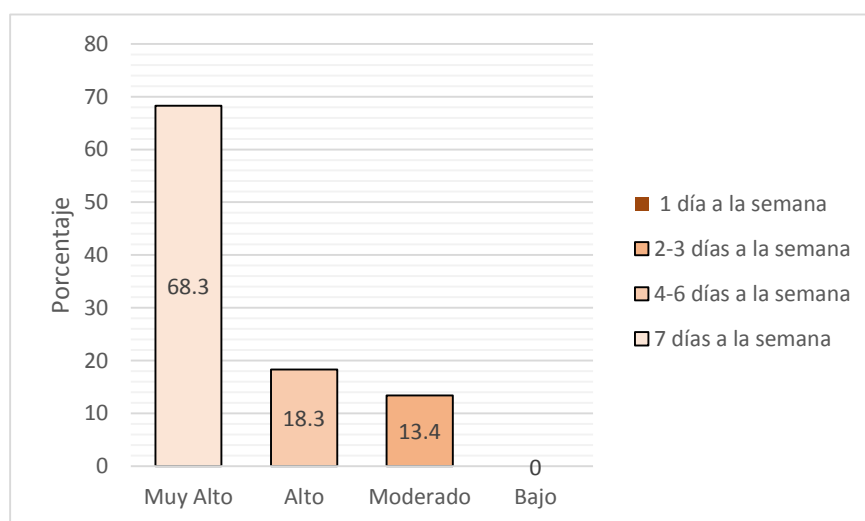


*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 3***Frecuencia dedicada a las redes sociales*

|                 | N  | %    |
|-----------------|----|------|
| <b>Muy Alto</b> | 41 | 68.3 |
| <b>Alto</b>     | 11 | 18.3 |
| <b>Moderado</b> | 8  | 13.4 |
| <b>Bajo</b>     | 0  | 0    |

*Nota.* Se observa que el **68.3%** de los jóvenes tiene una frecuencia de uso muy alto de las redes sociales, el **18.3%** tiene una frecuencia de un uso alto, y finalmente el **13.4%** tiene una frecuencia de uso moderado de las redes sociales. Ningún joven presento tener una frecuencia de uso bajo. Elaboración propia

**Figura 3***Frecuencia de uso de las redes sociales*

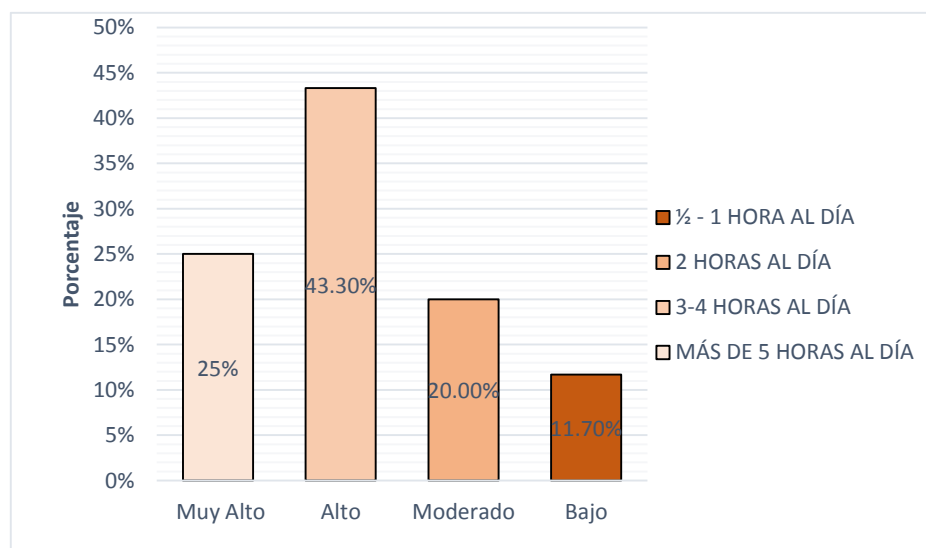
*Nota.* Elaboración propia



**Tabla 4***Tiempo designado por día a las redes sociales*

|                 | N  | %     |
|-----------------|----|-------|
| <b>Muy Alto</b> | 15 | 25%   |
| <b>Alto</b>     | 26 | 43.3% |
| <b>Moderado</b> | 12 | 20%   |
| <b>Bajo</b>     | 7  | 11.7% |

*Nota.* Se observa que **43.3%** de los jóvenes tiene un tiempo de uso alto de las redes sociales, **25 %** tiene un tiempo de uso muy alto, **20%** tiene un tiempo de uso moderado, y finalmente un **11.7%** tiene un tiempo de uso bajo. Elaboración propia

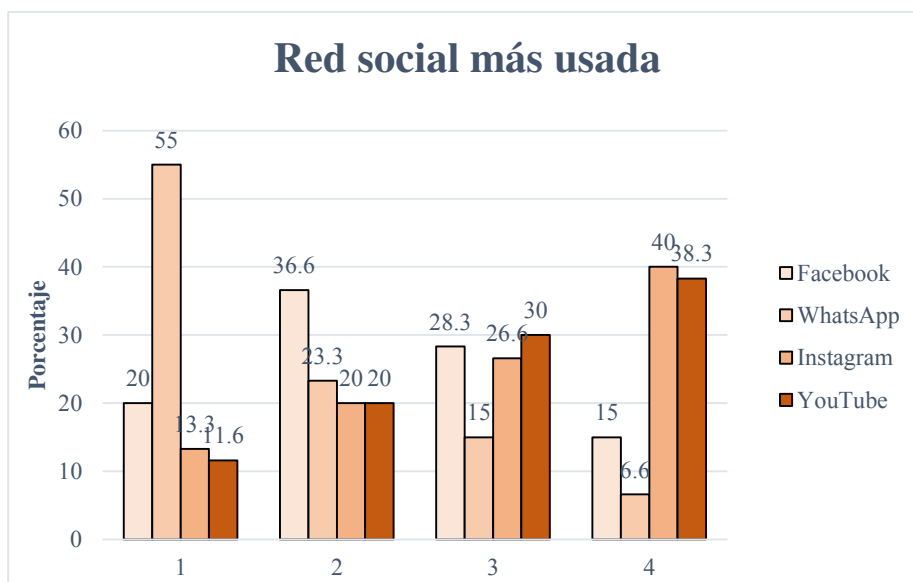
**Figura 4***Tiempo designado por día a las redes sociales*

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 5***Clasificación del uso de la red social más usada*

| Red Social | N1 | %    | N2 | %    | N3 | %    | N4 | %    |
|------------|----|------|----|------|----|------|----|------|
| Facebook   | 12 | 20   | 22 | 36.6 | 17 | 28.3 | 9  | 15   |
| WhatsApp   | 33 | 55   | 14 | 23.3 | 9  | 15   | 4  | 6.6  |
| Instagram  | 8  | 13.3 | 12 | 20   | 16 | 26.6 | 24 | 40   |
| YouTube    | 7  | 11.6 | 12 | 20   | 18 | 30   | 23 | 38.3 |

*Nota.* Se observa que la red social más utilizada por los jóvenes con un **55 %** es WhatsApp, en el 2do lugar con un **36.6 %** es Facebook, en el tercer lugar con **30%** es YouTube, y finalmente en el cuarto lugar con un **40 %** es Instagram. Elaboración propia

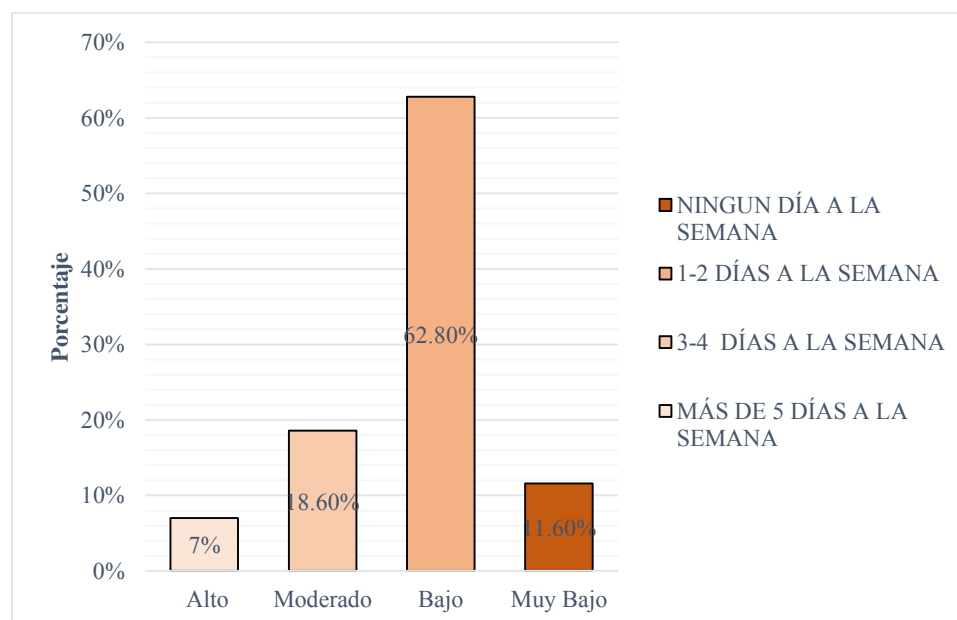
**Figura 5***Red social más usada*

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 6***Frecuencia de búsqueda de información alimentaria*

|          | N  | %     |
|----------|----|-------|
| Alto     | 3  | 7 %   |
| Moderado | 8  | 18.6% |
| Bajo     | 27 | 62.8% |
| Muy Bajo | 5  | 11.6% |

*Nota.* Se observa que el **62.8%** tiene una frecuencia de búsqueda de información alimentaria baja, el **18.6%** tiene una frecuencia de búsqueda moderada, el **11.6 %** tiene frecuencia de búsqueda muy bajo y **7 %** tiene una frecuencia de búsqueda alto. Elaboración propia

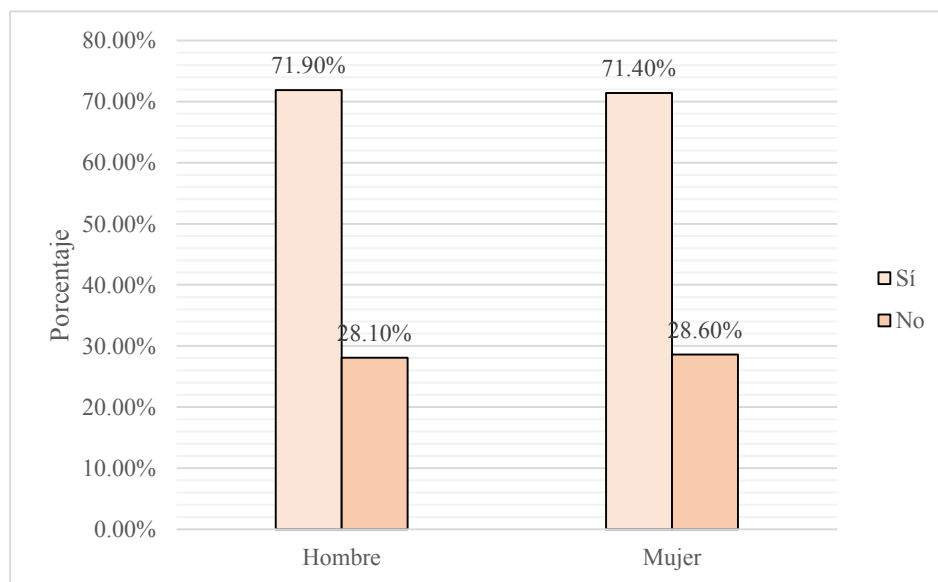
**Figura 6***Frecuencia de búsqueda de información alimentaria*

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 7***Búsqueda de información alimentaria en los últimos 12 meses por sexo*

|               | <b>Sí</b> | <b>%</b> | <b>No</b> | <b>%</b> |
|---------------|-----------|----------|-----------|----------|
| <b>Hombre</b> | 23        | 71.90%   | 9         | 28.10%   |
| <b>Mujer</b>  | 20        | 71.40%   | 8         | 28.60%   |

*Nota.* Se observa que el **71.9%** de los hombres ha buscado información alimentaria en los últimos 12 meses, y el **28.1%** no ha buscado información, el **71.4%** de las mujeres ha buscado información alimentaria y el **28.6%** no busco información en las redes sociales en los últimos 12 meses. Elaboración propia

**Figura 7***Búsqueda de información alimentaria por sexo*

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 8**

*Red social más utilizada para la búsqueda de información alimentaria*

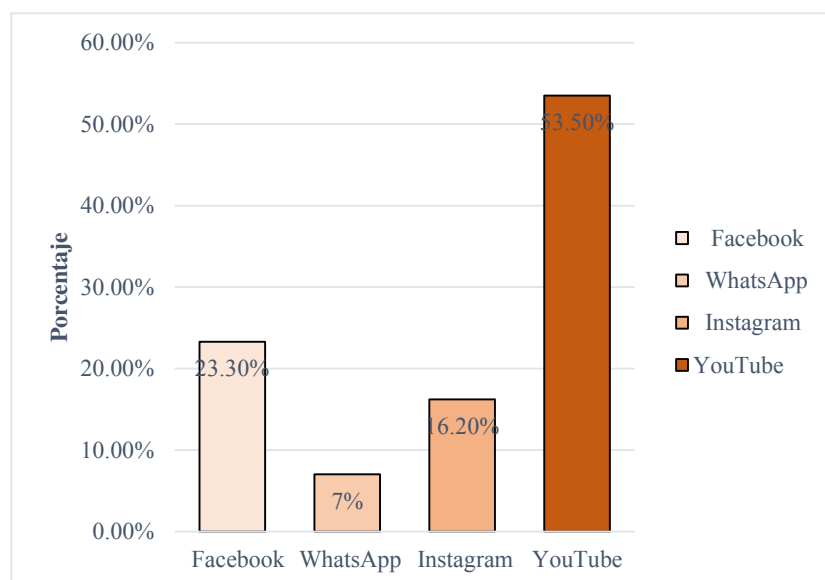
| <b>Red Social</b> | <b>N</b> | <b>%</b> |
|-------------------|----------|----------|
| <b>Facebook</b>   | 10       | 23.3 %   |
| <b>WhatsApp</b>   | 3        | 7 %      |
| <b>Instagram</b>  | 7        | 16.2 %   |
| <b>YouTube</b>    | 23       | 53.5 %   |

*Nota.* Se observa que el **53.5%** utiliza YouTube para la búsqueda de información alimentaria, el **23.3%** utiliza Facebook, el **16.2%** utiliza Instagram, y finalmente el **7%** utiliza WhatsApp.

Elaboración propia

**Figura 8**

*Red social más usada para la búsqueda de información alimentaria*



*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 9**

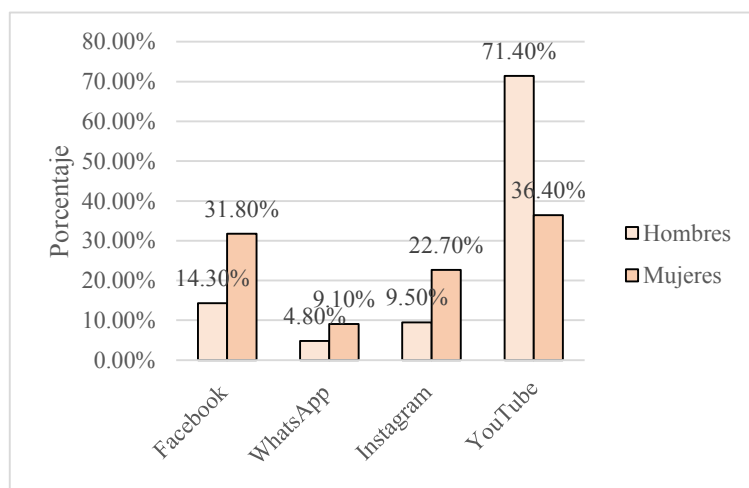
*Red social más utilizada para la búsqueda de información alimentaria por sexo*

| <b>Red Social</b> | <b>Hombres</b> | <b>%</b> | <b>Mujeres</b> | <b>%</b> |
|-------------------|----------------|----------|----------------|----------|
| <b>Facebook</b>   | 3              | 14.30%   | 7              | 31.80%   |
| <b>WhatsApp</b>   | 1              | 4.80%    | 2              | 9.10%    |
| <b>Instagram</b>  | 2              | 9.50%    | 5              | 22.70%   |
| <b>YouTUBE</b>    | 15             | 71.40%   | 8              | 36.40%   |

*Nota.* Se observa que el **71.4%** de los hombres generalmente utiliza YouTube para la búsqueda de información alimentaria, el **14.3%** utiliza Facebook, el **9.5%** utiliza Instagram y el **4.8%** utiliza WhatsApp. El **36.4%** de las mujeres utiliza YouTube para la búsqueda de información alimentaria en las redes sociales, el **31.8%** utiliza Facebook, el **22.7%** utiliza Instagram y el **9.1%** utiliza WhatsApp. Elaboración propia

**Figura 9**

*Red social más usada para la búsqueda de información alimentaria por sexo*

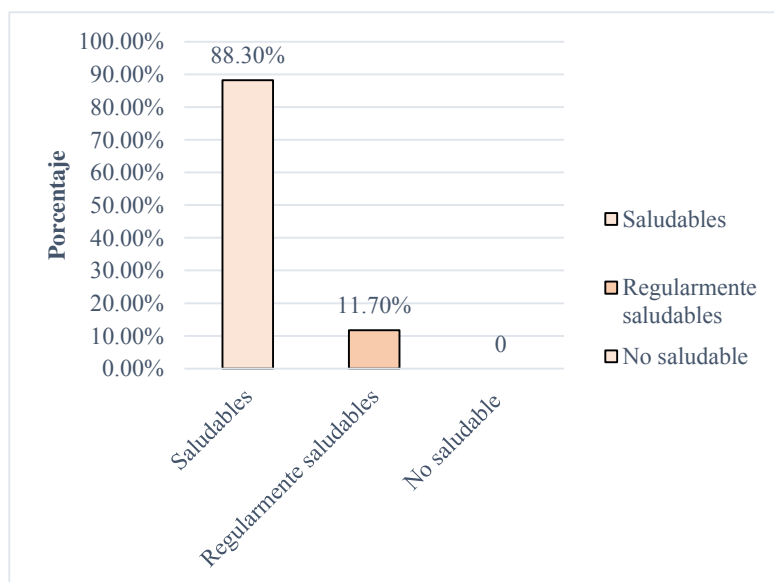


*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 10***Hábitos alimentarios de los jóvenes*

| <b>Hábitos Alimentarios</b>    | <b>N</b> | <b>%</b> |
|--------------------------------|----------|----------|
| <b>Saludables</b>              | 53       | 88.30%   |
| <b>Regularmente saludables</b> | 7        | 11.70%   |
| <b>No saludable</b>            | 0        | 0 %      |

*Nota.* Se observa que **88.3%** de los jóvenes tiene hábitos alimentarios saludables, el **11.7%** tiene hábitos regularmente saludables. Ninguno de los jóvenes presento hábitos alimentarios no saludables. Elaboración propia

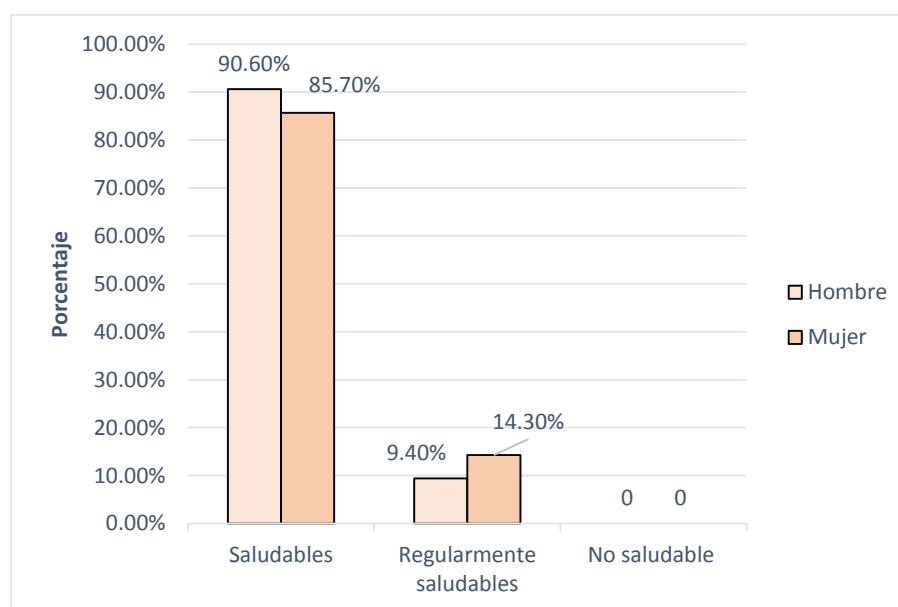
**Figura 10***Hábitos alimentarios de los jóvenes*

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 11***Hábitos alimentarios de los jóvenes según género*

|                                | Hombre | Hombre | Mujer | Mujer  |
|--------------------------------|--------|--------|-------|--------|
| <b>Saludables</b>              | 29     | 90.60% | 24    | 85.70% |
| <b>Regularmente saludables</b> | 3      | 9.40%  | 4     | 14.30% |
| <b>No saludable</b>            | 0      | 0      | 0     | 0      |

*Nota.* Se observa que el **90.6 %** de los hombres tiene hábitos alimentarios saludables y el **9.4 %** tiene hábitos regularmente saludables. En caso de las mujeres el **85.7 %** tiene hábitos alimentarios saludables y el **14.3%** tiene hábitos regularmente saludables. Elaboración propia

**Figura 11***Hábitos alimentarios de los jóvenes según sexo*

*Nota.* Elaboración propia



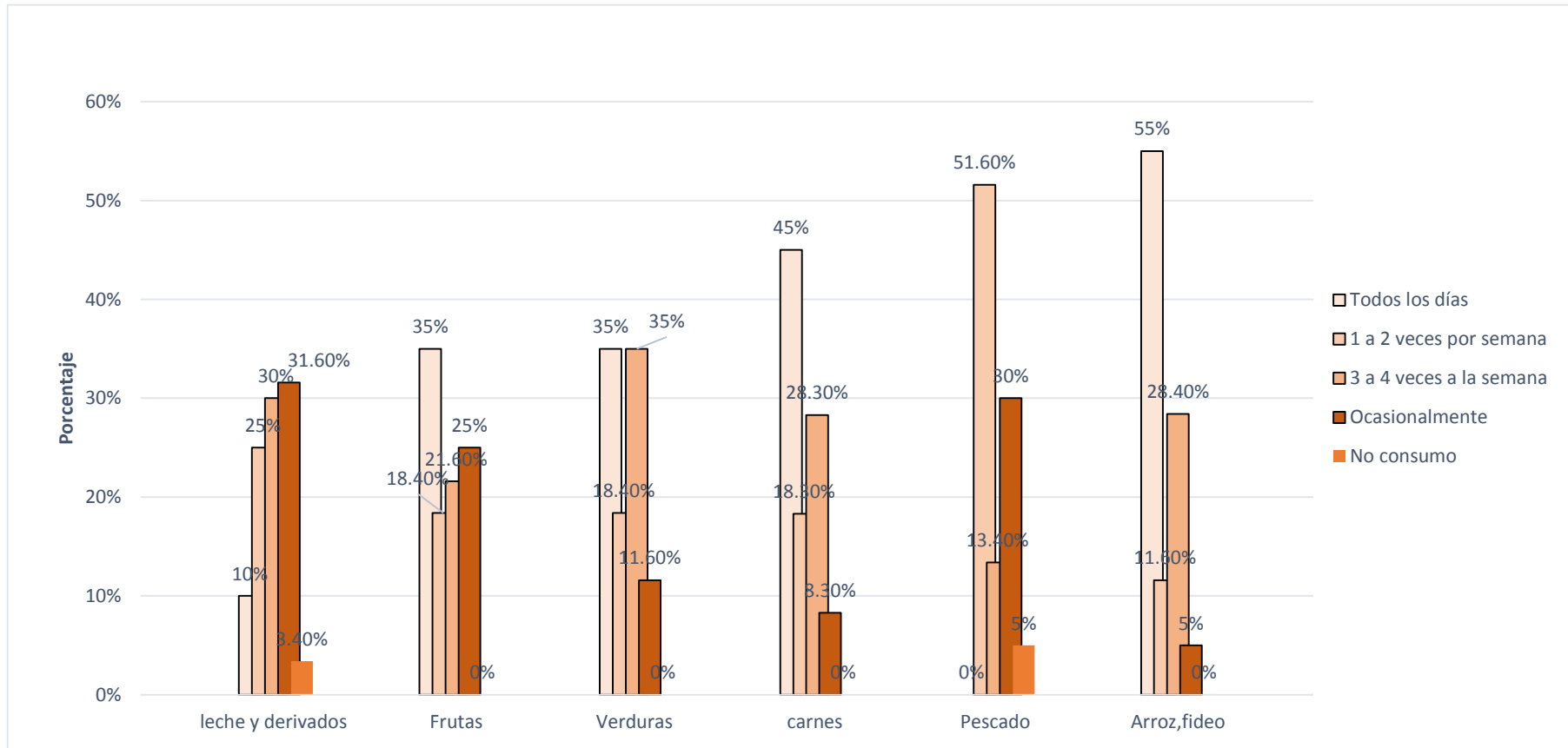
**Tabla 12***Frecuencia de consumo de alimentos saludables*

|                         | leche y derivados (yogurt, queso) |        | Frutas |        | Verduras |        | carnes (res, cordero, pollo) |        | Pescado |        | Arroz, fideo |        |
|-------------------------|-----------------------------------|--------|--------|--------|----------|--------|------------------------------|--------|---------|--------|--------------|--------|
|                         | N                                 | %      | N      | %      | N        | %      | N                            | %      | N       | %      | N            | %      |
| Todos los días          | 6                                 | 10%    | 21     | 35%    | 21       | 35%    | 27                           | 45%    | 0       | 0%     | 33           | 55%    |
| 1 a 2 veces por semana  | 15                                | 25%    | 11     | 18.40% | 11       | 18.40% | 11                           | 18.30% | 31      | 51.60% | 7            | 11.60% |
| 3 a 4 veces a la semana | 18                                | 30%    | 13     | 21.60% | 21       | 35%    | 17                           | 28.30% | 8       | 13.40% | 17           | 28.40% |
| Ocasionalmente          | 19                                | 31.60% | 15     | 25%    | 7        | 11.60% | 5                            | 8.30%  | 18      | 30%    | 3            | 5%     |
| No consumo              | 2                                 | 3.40%  | 0      | 0%     | 0        | 0%     | 0                            | 0%     | 3       | 5%     | 0            | 0%     |

*Nota.* Respecto a la ingesta del consumo de alimentos saludables, el 55% de los jóvenes consume con mayor frecuencia el grupo de arroz, fideos todos los días, el 35% consume verduras de 3 a 4 veces por semana. Mientras que el alimento menos consumido es el pescado con 51.6%, le sigue el grupo de leche y derivados con 31.6%. Elaboración propia

Figura 12

## Consumo de alimentos saludables



Nota. Elaboración propia

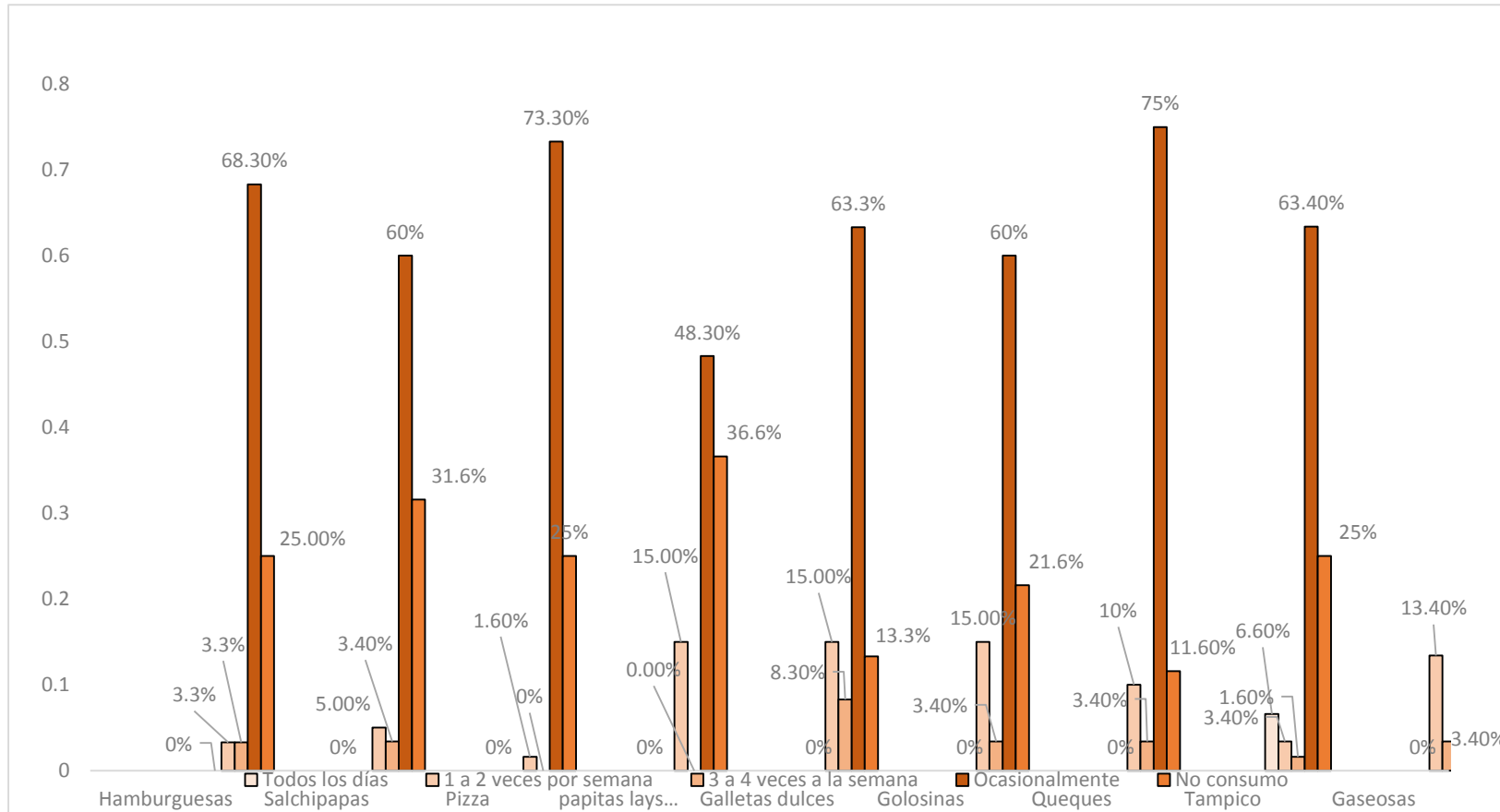
**Tabla 13***Frecuencia de consumo de alimentos no saludables*

|                         | Hamburguesas |        | Salchipapas |       | Pizza |        | papitas<br>lays,<br>chizitos,<br>tortees, etc |        | Galletas<br>dulces |        | Golosinas |        | Queques |        | Tampico |        | Gaseosas |        |
|-------------------------|--------------|--------|-------------|-------|-------|--------|---|--------|--------------------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|----------|--------|
|                         | N            | %      | N           | %     | N     | %      | N   | %      | N                  | %      | N         | %      | N       | %      | N       | %      | N        | %      |
| Todos los días          | 0            | 0%     | 0           | 0%    | 0     | 0%     | 0   | 0%     | 0                  | 0%     | 0         | 0%     | 0       | 0%     | 4       | 6.60%  | 0        | 0%     |
| 1 a 2 veces por semana  | 2            | 3.3%   | 3           | 5.00% | 1     | 1.60%  | 9   | 15.00% | 9                  | 15.00% | 9         | 15.00% | 6       | 10%    | 2       | 3.40%  | 8        | 13.40% |
| 3 a 4 veces a la semana | 2            | 3.3%   | 2           | 3.40% | 0     | 0%     | 0   | 0.00%  | 5                  | 8.30%  | 2         | 3.40%  | 2       | 3.40%  | 1       | 1.60%  | 2        | 3.40%  |
| Ocasionalmente          | 41           | 68.30% | 36          | 60%   | 4     | 73.30% | 2   | 48.30% | 3                  | 63.3%  | 3         | 60%    | 4       | 75%    | 3       | 63.40% | 3        | 55%    |
| No consumo              | 15           | 25.00% | 19          | 31.6% | 1     | 25%    | 2   | 36.6%  | 8                  | 13.3%  | 1         | 21.6%  | 7       | 11.60% | 1       | 25%    | 7        | 28.40% |

*Nota.* Respecto a la ingesta del consumo de alimentos no saludables. Se observa que el alimento con mayor preferencia por los jóvenes es el consumo de jugos procesados con un 6.6 %, le sigue las galletas dulces con un 8.3%. Mientras que el alimento menos consumido es el queque con 75%, le sigue la pizza con un 73.3% .Se puede observar con mejor detalle en la Tabla 13. Elaboración propia

**Figura 13**

*Frecuencia de consumo de alimentos no saludables*



*Nota.* Elaboración propia

## V.DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las redes sociales han crecido en forma exponencial, ingresando en la vida de la mayoría de las personas. Asimismo los temas nutricionales han tenido un auge en los últimos años, principalmente en la búsqueda de información alimentaria por motivos de salud e imagen corporal. Dentro de esos temas nutricionales están los hábitos alimentarios que podrían ser influenciados positivamente o negativamente por las redes sociales, debido a que las redes se han vuelto protagonistas de la sociedad, y la mayoría de las personas pasan horas revisando sus redes y muchos de ellos aplican la información obtenida en su diario vivir.

En los resultados de este trabajo de investigación, el nivel de influencia de las redes sociales es baja sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de la iglesia cristiana “La Hermosa”, debido a que no genero ningún cambio, en contraposición con lo evidenciado por Montoya (2017) donde se encontró que las redes sociales si generaron cambios positivos en sus hábitos de alimentación y ejercicio, logrando una influencia positiva en la vida de los universitarios.

Se puede evidenciar en esta investigación que la gran parte de los jóvenes de la iglesia cristiana “La Hermosa”, se encuentra en la edad de 22 años. La red más utilizada por ellos fue WhatsApp con un total del 55 %, más de la mitad de los jóvenes consultados. En el 2do lugar con un 36.6 % es Facebook, en el tercer lugar con 30% es YouTube, y finalmente en el cuarto lugar con un 40 % es Instagram, en desacuerdo con Sánchez (2018) la cual hace referencia que la red social favorita por las mujeres universitarias fue YouTube con un 55%, en el segundo lugar Instagram con un 26% y, finalmente Facebook con un 19%.

En cuanto a la frecuencia de uso de las redes sociales, un 68.3% de los jóvenes tiene un uso muy alto (7 días a la semana), el 18.3% tiene una frecuencia de un uso alto (4-6 días a la semana), y finalmente el 13.4% tiene una frecuencia de uso moderado (2-3 días a la semana). El género masculino con un 71.9% fue quien más ha buscado información alimentaria en los

últimos 12 meses. Sin embargo, en el estudio de Míguez (2019) se evidencia lo contrario, son más las mujeres quienes siguen cuentas de comida saludable con un total del 74.5% y solo el 25.49% de los hombres siguen o comparten cuentas de comida saludable.

En relación con el tiempo de uso de las redes sociales, el 43.3% de los jóvenes en la investigación, tiene un uso alto de las redes sociales de 3 a 4 horas diarias, destinadas a la comunicación, contenidos de entretenimiento, entre otros, no es congruente con Sampasa-Kanyinga y Lewis (2015) quien sostiene que el uso promedio de las redes sociales deberían ser 2 horas al día, así no pudiendo ocasionar problemas de salud mental. Solo el 20% de los jóvenes encuestados utilizan esas horas promedio.

Según el género, se observa que los hombres presentaron mayor porcentaje de uso y búsqueda de información alimentaria que las mujeres, siendo YouTube la red más utilizada por los jóvenes en relación a la búsqueda de información alimentaria, este resultado no es congruente con Hidrobo y Sánchez (2018) que en sus resultados se obtuvieron que las mujeres son quienes más usan y aplican la información obtenida, presentando más afinidad por volverse seguidoras de la red social que imparte información alimentaria, y la red más utilizada por ellos fue Facebook para la búsqueda de información alimentaria.

Por otro lado, en relación a los hábitos alimentarios, en esta investigación se observa el 88.3% de los jóvenes presenta tener hábitos alimentarios saludables, el 11.7% tiene hábitos regularmente saludables, más de la mitad de los jóvenes consultados tiene buenos hábitos alimentarios, en semejanza con lo estudiado por Hidrobo y Sánchez (2018) donde nos reporta que los adolescentes presentan hábitos alimentarios buenos, no siendo afectados por las redes sociales y sitios web.

Respecto a la frecuencia de consumo de alimentos, en la investigación se muestra que el alimento con mayor porcentaje en frecuencia de consumo de alimentos fue el grupo de arroz,

fideos con un 55%, le sigue el consumo de verduras con un 35%. Mientras que el alimento menos consumido es el pescado con 51.6%, le sigue el grupo de leche y derivados con un 31.6%. No se asemeja al estudio realizado por Hidrobo y Sánchez (2018) que en los resultados los adolescentes prefieren alimentos cárnicos, frutas y verduras con un consumo habitual de 2 a 5 veces por semana.

Por último, se evidencia que, en relación al consumo de alimentos no saludables, el de mayor consumo por los jóvenes son los jugos procesados con un 6.6%, le sigue las galletas dulces con 8.3%. Mientras que el alimento menos consumido es el queque con un 75%, le sigue la pizza con un 73.3%, no es congruente con Sánchez (2018) en su estudio refiere que el 38% de las mujeres universitarias prefiere consumir frituras, el 19% prefiere consumir agua y el 45% jugos naturales. El resto de las personas prefiere consumir en menor medida café y bebidas gaseosas.

## VI. CONCLUSIONES

- Se concluye que los jóvenes, no han sido influenciados en el cambio de sus hábitos alimentarios a pesar del uso constante de las redes sociales.
- La red social más utilizada por los jóvenes es WhatsApp, le sigue Facebook, y en tercer lugar se encuentra YouTube.
- Los hombres presentaron un porcentaje mayor en la búsqueda de información alimentaria en las redes sociales, y la red más usada para la búsqueda de información alimentaria fue YouTube con el 53.5%, el 23.3% usa Facebook, el 16.2% utiliza Instagram, y finalmente el 7% utiliza WhatsApp.
- Se encontró que los jóvenes tienen un tiempo prolongado de uso de 3 a 4 horas diarias en las redes sociales.
- La mayoría de los jóvenes tiene un uso alto (7 días a la semana) de las redes sociales, debido a la utilidad dinámica que presentan las diferentes redes sociales.
- En relación a los hábitos alimentarios, el 88.3% de los jóvenes presentaron tener hábitos alimentarios saludables y el 11.7% hábitos regularmente saludables. Y ningún joven presento tener hábitos alimentarios no saludables.
- En relación a la frecuencia de alimentos saludables, lo jóvenes tuvieron una preferencia alimentaria por el grupo de arroz y fideos, y el alimento menos consumido fue el grupo de leche y derivados.
- Finalmente, en relación con el consumo de alimentos no saludables, hubo una preferencia alimentaria por los jugos procesados, y el alimento consumido ocasionalmente fue la pizza.



## VII. RECOMENDACIONES

- A los jóvenes que asisten a la iglesia cristiana “La Hermosa”, se recomienda desarrollar un taller educativo sobre la importancia del consumo de alimentos saludables y las cantidades recomendadas de lácteos y derivados, verduras, frutas, pescado, carnes. Indicarles también las consecuencias de la alimentación con alimentos no saludables que pueden repercutir en su salud como el sobrepeso u obesidad entre otras, y así mejorar sus hábitos alimentarios.
- Se recomienda poder acceder en las redes sociales a sitios que brinden información verídica sobre alimentación y nutrición, y puedan seguir cuentas dirigidas por profesionales de salud que brinden información verídica
- Realizar estudios similares, con una población mayor y diferente, considerar otro método para evaluar los hábitos alimentarios, con lo que se permita saber si los resultados obtenidos tienen intereses comunes.
- A los profesionales nutricionistas, a poder crear contenidos brindando información alimentaria, y así poder contribuir en la mejora de los hábitos alimentarios de los jóvenes, quienes son la mayor parte de la población que usa las redes con mayor frecuencia.

### VIII. REFERENCIA

- Ayranci, U., Erenoglu, N., y Son, O. (2010). Eating habits, lifestyle factors, and body weight status among Turkish private educational institution students. *Nutrition*, 26(7-8), 772-778. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2009.07.007>
- Berge, J., Wall, M., Hsueh, T., Fulkerson, J., Larson, N. y Neumark-Sztainer, D. (2015). El papel protector de las comidas familiares para la obesidad juvenil: asociaciones longitudinales de 10 años. *The Journal of pediatrics*, 166 (2), 296-301. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2014.08.030>
- Canova, C. (2017). Estilo de vida de estudiantes universitarios de enfermería de Santa Marta, Colombia. *Revista Colombiana De Enfermería*, 14, 23–32. <https://doi.org/10.18270/rce.v14i12.2025>
- Cuadra, A. (2000). *Nutrición saludable y prevención de los trastornos alimentarios*. Ministerio de Educación. <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=ECsfAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Nutrici%C3%B3n+saludable+y+prevenci%C3%B3n+de+los+trastornos+alimentarios.&ots=9qsh7MvsVY&sig=4VpK4DZhr7pDw2GroQBHtU1QHaw#v=onepage&q=Nutrici%C3%B3n%20saludable%20y%20prevenci%C3%B3n%20de%20los%20trastornos%20alimentarios.&f=false>
- Hidrobo, M. y Sánchez, E. (2018). *Influencia de las redes sociales y sitios web en los hábitos alimentarios de los adolescentes entre 15-17 años del colegio fiscal Guayllabamba - Pichincha- Ecuador, 2017*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador]. Repositorio de PUCE. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14743>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (23 de Junio del 2021). *Perú: Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles, 2018.*  
[https://proyectos.inei.gob.pe/endes/2018/SALUD/ENFERMEDADES\\_ENDES\\_2018.pdf](https://proyectos.inei.gob.pe/endes/2018/SALUD/ENFERMEDADES_ENDES_2018.pdf)
- Instituto Navarro de Deporte y Juventud [INDJ]. (27 de Junio del 2021). *Guía de hábitos saludables para jóvenes.*[https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/BBF448C9-11C6-48B3-A574-558618E4E4F2/123184/Guia\\_de\\_habitos\\_saludables\\_para\\_jovenes.pdf](https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/BBF448C9-11C6-48B3-A574-558618E4E4F2/123184/Guia_de_habitos_saludables_para_jovenes.pdf)
- Kemp, S. (31 de enero del 2020). *Digital in 2019.* <https://datareportal.com/reports/digital-2019-peru>
- Kemp, S. (18 de febrero del 2020). *Digital in 2020.* <https://datareportal.com/reports/digital-2020-peru>
- Klassen, K., Douglass, C., Brennan, L., Truby, H. y Lim, M. (2018). Uso de las redes sociales para los resultados nutricionales en adultos jóvenes: una revisión sistemática de métodos mixtos. *Revista internacional de nutrición conductual y actividad física*, 15 (1), 70. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0696-y>
- Lemos, M., Longato, M., Masci, C., Mendoza, D. (2016). *El uso actual de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria-nutricional.* [Trabajo final de grado, Universidad de Buenos Aires]. Repositorio de UBA. <http://escuelanutricion.fmed.uba.ar/revistani/pdf/17b/otn/747c.pdf>
- Lemos, R. (30 de octubre del 2020). *Conoce la hora adecuada para consumir alimentos.*  
<https://mejorconsalud.com/conoce-hora-adecuada-consumir-alimentos/>
- Marca, G. (2017). *Conductas obesogénicas relacionadas al estado nutricional en adolescentes de la Institución Educativa Secundaria Industrial N°32 PUNO-2016.* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio institucional de UNAP. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/3632>

- Martín, M. (12 de julio del 2021). *Jóvenes y redes sociales*.  
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2511/Jovenes%20Y%20redes%20sociales.pdf?s>
- Mejía, V. (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional de la UG.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7468>
- Míguez, F. L. (2019). *Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable*. [Trabajo de fin de grado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio de Comillas.  
<http://hdl.handle.net/11531/27875>
- Ministerio de Salud. [MINSA]. (19 de Marzo del 2021). *Documento Técnico: Situación de salud de los adolescentes y jóvenes en el Perú 2017*.  
<http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4143.pdf>
- Ministerio de Salud. [MINSA]. (19 de Marzo del 2021). *Documento Técnico: Guías alimentarias para la población peruana, Lima-Perú*.  
<http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4832.pdf>
- Montoya, S. (2017). *Las redes sociales virtuales y su influencia en los hábitos saludables de alimentación y ejercicio, en los jóvenes universitarios en la ciudad de Cali*. [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana Cali]. Repositorio institucional UNICATÓLICA. <http://hdl.handle.net/20.500.12237/1509>
- Navarro, A., López, O., Munguía, P., Ávila, R., Lazcano, M., Ochoa, y Hernández, P. (2017). Hábitos alimentarios en una población de jóvenes universitarios (18-25 años) de la ciudad de Puebla. *Rev. Esp. Nutr. Comunitaria*, Vol. 23 No. 2: 31-37.  
<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/ibc-169154>
- Nava, J. (6 de junio del 2020). *Las redes sociales más usadas ¿Qué posición ocupará*

*Instagram?* <https://www.crehana.com/pe/blog/marketing-digital/las-redes-sociales-mas-usadas/>

Orben, A., Dienlin, T. y Przybylski, A. (2019). El efecto duradero de las redes sociales en la satisfacción con la vida de los adolescentes. *Actas de la Academia Nacional de Ciencias*. 116 (21), 10226-10228. <https://doi.org/10.1073/pnas.1902058116>

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (24 de Diciembre del 2020). *La salud de los jóvenes: Un desafío para la Sociedad. Serie de informes técnicos N°731. Ginebra*. [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/36922/WHO\\_TRS\\_731\\_spa.pdf?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/36922/WHO_TRS_731_spa.pdf?sequence=1).

Organización mundial de la salud [OMS]. (13 de agosto del 2020). *Obesidad y sobrepeso*. Nota descriptiva N°311. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>

Organización mundial de la salud [OMS]. (14 de agosto del 2020). *Alimentación Saludable*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

Organización de las Naciones Unidas. [ONU]. (17 de febrero del 2021). *Juventud*. <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/youth-0/index.html>

Raffino, M. (4 de febrero del 2021). *Redes Sociales*. <https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz5vt7KZdvf>

Sánchez, A., Valencia, L. y Victoria, A. (2018). *La influencia de las redes sociales en el estilo de vida saludable en mujeres de la jornada nocturna de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium Sede Meléndez de Santiago de Cali*. [Trabajo de grado, Universitaria Católica Lumen Gentium. Repositorio institucional UNICATÓLICA. <http://hdl.handle.net/20.500.12237/1509>

Sampasa-Kanyinga, H. y Lewis, R. (2015). El uso frecuente de sitios de redes sociales

está asociado con un mal funcionamiento psicológico entre niños y adolescentes. *Ciberpsicología, comportamiento y redes sociales*, 18 (7), 380–385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0055>

Soares, I. (2017). *Comunicación y gastronomía en Instagram: el boom de las recetas sanas. Vol. 21*. [Trabajo de fin de Máster Uva, Universidad de Valladolid]. Repositorio institucional de UVA. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/25311>

Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC) y Sociedad Española de Medicina de Familia y Comunitaria (semFYC). (23 de abril del 2020). *Consejos para una alimentación saludable*. [https://www.semfyec.es/wp-content/uploads/2016/07/guia\\_alimentacion.pdf](https://www.semfyec.es/wp-content/uploads/2016/07/guia_alimentacion.pdf)

Sotil, M. (2017). *Alimentación en la población joven*. [Trabajo fin de grado, Universidad Pública de Navarra]. Repositorio de UPN. <https://hdl.handle.net/2454/26671>

Vaterlaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C., y Young, J. A. (2015). Getting healthy: la influencia percibida de las redes sociales en los comportamientos de salud de los adultos jóvenes. *Computers in Human Behavior*, 45, 151–157. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.013>

## IX. ANEXOS

## Anexo A. Operacionalización de variables

| VARIABLE             | DEFINICIÓN OPERACIONAL  | TIPO DE VARIABLE       | INDICADOR   | ESCALA DE MEDICIÓN | VALORES DE MEDICIÓN   |
|----------------------|---|------------------------|---|--------------------|---|
| REDES SOCIALES       | ES LA ACCIÓN DE PERMANECER, PREFERIR Y SENTIR LA NECESIDAD DE NAVEGAR UN TIEMPO DETERMINADO EN LA REDES SOCIALES. | CUALITATIVA POLITOMICA | FRECUENCIA DEDICADA A LAS REDES SOCIALES          | ORDINAL            | <b>MUY ALTO:</b> 7 DÍAS A LA SEMANA<br><b>ALTO:</b> 4-6 DÍAS A LA SEMANA<br><b>MODERADO:</b> 2-3 DÍAS A LA SEMANA<br><b>BAJO:</b> 1 DÍA A LA SEMANA   |
|                      |   |                        | TIEMPO DESIGNADO POR DÍA A LAS REDES SOCIALES     | ORDINAL            | <b>MUY ALTO:</b> MÁS DE 5 HORAS AL DÍA<br><b>ALTO:</b> 3-4 HORAS AL DÍA<br><b>MODERADO:</b> 2 HORAS AL DÍA<br><b>BAJO:</b> ½ - 1 HORA AL DÍA  |
|                      |   |                        | FRECUENCIA DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN ALIMENTARIA | ORDINAL            | <b>ALTO:</b> MÁS DE 5 DÍAS A LA SEMANA<br><b>MODERADO:</b> 3-4 DÍAS A LA SEMANA<br><b>BAJO:</b> 1-2 DÍAS A LA SEMANA<br><b>MUY BAJO:</b> NINGUN DÍA A LA SEMANA                                   |
| HÁBITOS ALIMENTARIOS | COMPORTAMIENTO REPETITIVO DE LOS JOVENES EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS.  | CUALITATIVA POLITOMICA | SEGÚN EL PUNTAJE                                  | ORDINAL            | <b>HÁBITOS ALIMENTARIOS SALUDABLES:</b> 49 - 76 PUNTOS<br><br><b>HÁBITOS ALIMENTARIOS REGULARMENTE SALUDABLES:</b> 25 - 48 PUNTOS<br><br><b>HÁBITOS ALIMENTARIOS NO SALUDABLES:</b> 1 - 24 PUNTOS |

## Anexo B. Matriz de consistencia

| TÍTULO: INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES SOBRE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS EN JÓVENES DE LA IGLESIA CRISTIANA “LA HERMOSA”   |   |  |
|---|---|--|
| PROBLEMA GENERAL  | OBJETIVO GENERAL  | METODOLOGÍA:   |
| ¿Cómo influyen las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de 20 - 25 años de la Iglesia Cristiana “La Hermosa”?                                 | Determinar el tipo de influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de 20 - 25 años de la Iglesia Cristiana “La Hermosa”   | <ol style="list-style-type: none"> <li><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b> Descriptivo, correlacional y transversal .</li> <li><b>ÁMBITO TEMPORAL Y ESPACIAL:</b> Iglesia cristiana del distrito de Ate-Vitarte en el los meses de abril a junio .</li> <li><b>VARIABLES.</b><br/> <b>I:</b> Redes sociales ,edad, sexo<br/> <b>D:</b> hábitos alimentarios</li> <li><b>POBLACIÓN Y MUESTRA.</b><br/>60 jóvenes de 20 -25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”.</li> <li><b>INSTRUMENTOS.</b><br/>Cuestionario.</li> <li><b>PROCEDIMIENTOS.</b><br/>El cuestionario será distribuido mediante la plataforma Google Forms.</li> <li><b>ANÁLISIS DE DATOS.</b><br/>Programa Excel 2016.</li> <li><b>CONSIDERACIONES ÉTICAS.</b><br/>De forma voluntaria y confidencialidad en la información.</li> </ol> |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS   | OBJETIVOS ESPECÍFICOS   |  |
| 1. ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”?                                 | OE1:Identificar las redes sociales más utilizadas por los jóvenes de 20 a 25 años de la Iglesia Cristiana “La Hermosa”.                                 |  |
| 2. ¿Cuáles son las redes sociales más buscadas que brindan información alimentaria a los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”? | OE2:Identificar las redes sociales más buscadas que brindan información alimentaria a los jóvenes de 20 a 25 años de la Iglesia Cristiana “La Hermosa”. |  |
| 3. ¿Cuáles son los hábitos alimentarios de los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”?   | OE3: Determinar los hábitos alimentarios de los jóvenes de 20 a 25 años que asisten a la Iglesia Cristiana “La Hermosa”.                                |  |



## **Anexo C. Consentimiento informado**

### **Influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes de la iglesia cristiana “La Hermosa”**

Investigadora: Gaby Vanessa Mercado Quispe

#### **Propósito**

Actualmente en nuestro país las redes sociales son muy frecuentadas por los jóvenes. Este medio puede generar cambios en el estilo de vida y dentro de ellos sus hábitos alimentarios, por medio de las publicaciones, fotos, videos que se publican en las redes. Por lo que se considera si la visita a estas páginas referentes a alimentación, pueden generar cambios en su alimentación actual, los cuales pueden ser saludables o no.

#### **Colaboración**

El presente estudio consiste en determinar el nivel de influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en jóvenes. Si aceptara colaborar, le pedimos permiso para que participe en el desarrollo del cuestionario. Esperamos su completa sinceridad y disponibilidad. La participación de este estudio no representa ningún gasto y peligro alguno en su integridad.

#### **Privacidad**

Los datos obtenidos son completamente confidenciales, pues sólo mi persona y únicamente el equipo que estará ayudando a la realización de este proyecto de trabajo. Se le asignará un código a cada participante, que se usará para realizar un adecuado análisis. De manera que se garantiza que cada participante permanecerá en total confidencialidad.

#### **Requisitos**

Ser usuario de una red social, asistir a la iglesia “La Hermosa” y firmar el consentimiento informado. Si no desea colaborar en la investigación, es libre de retirarse en cualquier momento.

#### **Mayor información**

Para cualquier información queja o comentario favor comunicarse con Gaby Vanessa Mercado Quispe (nombre de la investigadora), al teléfono 931157896 o al correo gabiivane13@gmail.com, quien con mucho gusto le atenderá.

#### **Declaración Voluntaria**

Yo fui informado de los objetivos, riesgos, beneficios y procedimientos de la investigación, por lo cual acepto participar voluntariamente.

Nombre del participante: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2021

## Anexo D. Juicio de expertos

| N° DE PREGUNTA | NÚMERO DE EXPERTOS |        |        |        |        | TOTAL |
|----------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
|                | JUEZ 1             | JUEZ 2 | JUEZ 3 | JUEZ 4 | JUEZ 5 |       |
| 1              | 4                  | 4      | 5      | 4      | 4      | 21    |
| 2              | 4                  | 4      | 4      | 3      | 4      | 19    |
| 3              | 4                  | 3      | 4      | 3      | 4      | 18    |
| 4              | 4                  | 4      | 5      | 4      | 4      | 21    |
| 5              | 5                  | 4      | 5      | 4      | 3      | 21    |
| 6              | 5                  | 4      | 5      | 4      | 4      | 22    |
| 7              | 4                  | 4      | 5      | 4      | 4      | 21    |
| 8              | 5                  | 4      | 5      | 3      | 4      | 21    |
| 9              | 3                  | 3      | 4      | 3      | 3      | 16    |
| 10             | 4                  | 4      | 5      | 3      | 4      | 20    |
| $S_i^2$        | 0.40               | 0.18   | 0.23   | 0.28   | 0.18   | 3.3   |
| SUMA POR ITEMS | 1.27               |        |        |        |        |       |

## Interpretación de validez según el Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

|                            |      |
|----------------------------|------|
| $\alpha$ (Alfa)            | 0.68 |
| K (número de ítems)        | 10   |
| Vi (varianza de cada ítem) | 1.27 |
| Vt (varianza total)        | 3.3  |

## Figura 14

## Validación

| Puntuación   | Validez           |
|--------------|-------------------|
| 0,53 a menos | Validez nula      |
| 0,54 a 0,59  | Validez baja      |
| 0,60 a 0,65  | Válida            |
| 0,66 a 0,71  | Muy válida        |
| 0,72 a 0,99  | Excelente validez |
| 1            | Validez perfecta  |

Nota, Tomado de "Confiabilidad", por Ruiz, B., (s.f), <http://200.11.208.195/blogRedDocente/alexisduran/wp-content/uploads/2015/11/CONFIABILIDAD.pdf>

## Anexo E. Confiabilidad del instrumento

| N° DE SUJETOS                    | ÍTEMS  |        |        |        |        |        |        |        |        |         | TOTAL |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|-------|
|                                  | Ítem 1 | Ítem 2 | Ítem 3 | Ítem 4 | Ítem 5 | Ítem 6 | Ítem 7 | Ítem 8 | Ítem 9 | Ítem 10 |       |
| 1                                | 0      | 2      | 2      | 0      | 0      | 1      | 1      | 1      | 1      | 2       | 10    |
| 2                                | 1      | 2      | 0      | 0      | 0      | 2      | 1      | 1      | 1      | 3       | 11    |
| 3                                | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 2      | 1      | 0      | 0      | 3       | 7     |
| 4                                | 0      | 0      | 2      | 0      | 3      | 3      | 3      | 0      | 0      | 2       | 13    |
| 5                                | 0      | 1      | 3      | 0      | 1      | 2      | 3      | 0      | 1      | 3       | 14    |
| 6                                | 0      | 3      | 1      | 0      | 2      | 2      | 3      | 1      | 1      | 3       | 16    |
| 7                                | 1      | 3      | 3      | 1      | 3      | 3      | 3      | 1      | 1      | 3       | 22    |
| 8                                | 0      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1       | 9     |
| 9                                | 0      | 0      | 1      | 0      | 1      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0       | 3     |
| 10                               | 0      | 1      | 1      | 0      | 3      | 2      | 0      | 0      | 1      | 2       | 10    |
| 11                               | 0      | 0      | 2      | 0      | 1      | 1      | 0      | 1      | 1      | 1       | 7     |
| 12                               | 0      | 1      | 1      | 0      | 3      | 3      | 0      | 0      | 1      | 0       | 9     |
| 13                               | 0      | 1      | 3      | 0      | 3      | 3      | 0      | 1      | 1      | 0       | 12    |
| 14                               | 0      | 1      | 1      | 0      | 1      | 1      | 0      | 0      | 0      | 3       | 7     |
| 15                               | 0      | 1      | 0      | 0      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1       | 7     |
| <b>S<sub>i</sub><sup>2</sup></b> | 0.12   | 0.98   | 0.98   | 0.12   | 1.41   | 0.70   | 1.55   | 0.27   | 0.21   | 1.46    | 21.0  |
| <b>SUMA POR ÍTEMS</b>            | 7.80   |        |        |        |        |        |        |        |        |         |       |

## Interpretación de validez según el Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
|                                   |      |
| <b>α (Alfa)</b>                   | 0.69 |
| <b>K (número de ítems)</b>        | 10   |
| <b>Vi (varianza de cada ítem)</b> | 21.0 |
| <b>Vt (varianza total)</b>        | 7.80 |

## Figura 15

## Confiabilidad

| Puntuación  | Confiabilidad |
|-------------|---------------|
| 0,81 a 1,00 | Muy Alta      |
| 0,61 a 0,80 | Alta          |
| 0,41 a 0,60 | Moderada      |
| 0,21 a 0,40 | Baja          |
| 0,00 a 0,20 | Muy Baja      |

**Anexo F.** Encuesta sobre redes sociales**FACULTAD DE MEDICINA "HIPÓLITO UNANUE"****ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN****CUESTIONARIO SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES****DATOS GENERALES**

|    |  |  |
|----|--|--|
| N° |  |  |
|----|--|--|

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

Sexo:

 M

 F

Fecha de la encuesta: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Responda las siguientes preguntas y marque con un aspa (X).

**1. ¿Cuántos días a la semana utiliza las redes sociales?**

1. 7 días a la semana
2. 4-6 días a la semana
3. 2-3 días a la semana
4. 1 día a la semana

|   |
|---|
| 0 |
| 1 |
| 2 |
| 3 |

**2. ¿En el día cuantas horas utiliza las redes sociales?**

1. Más de 5 horas al día
2. 3-4 horas al día
3. horas al día
4. ½ - 1 hora al día

|   |
|---|
| 0 |
| 1 |
| 2 |
| 3 |

**3. Enumere que red social usa con mayor frecuencia. Siendo 1 (el más usado) y 4 (el menos usado).**

1. ( ) Facebook
2. ( ) WhatsApp
3. ( ) Instagram
4. ( ) YouTube

|   |
|---|
| 0 |
| 1 |
| 2 |
| 3 |

**4. ¿Durante los últimos 12 meses, ha utilizado las redes sociales para buscar información de alimentación y/o nutrición?**

1. Si
2. No

|   |
|---|
| 0 |
| 1 |

**Si marco SI, pase a la pregunta 5, Si marco NO, pase a la pregunta 10**

**5. ¿Qué red social utiliza para la búsqueda de información de alimentación y/o nutrición?**

1. Facebook
2. WhatsApp
3. Instagram
4. YouTube

|   |
|---|
| 0 |
| 1 |
| 2 |
| 3 |

**6. ¿Con qué frecuencia a la semana busca información en las redes sociales sobre alimentación y/o nutrición?**

1. Más de 5 días a la semana
2. 3-4 días a la semana
3. 1-2 días a la semana
4. Ningún día a la semana

|   |
|---|
| 0 |
| 1 |
| 2 |
| 3 |

**7. ¿Cuál es el tema de mayor interés de búsqueda en las redes sociales sobre alimentación y/o nutrición?**

- |  |   |
|--|---|
| 1. Dieta y suplementos para el fitness                                       | 0 |
| 2. Alimentos para levantar las defensas y fortalecer el sistema inmunológico | 1 |
| 3. Tips, recetas y preparación de comidas saludables                         | 2 |
| 4. Alimentos para ganar masa muscular  | 3 |

**8. ¿Pones en práctica la información sobre alimentación y/o nutrición, que obtienes de la red social en tu rutina diaria?**

- |       |   |
|-------|---|
| 1. Si | 0 |
| 2. No | 1 |

**9. ¿Durante los últimos 12 meses, ha compartido información sobre alimentación y/o nutrición su red social?**

- |       |   |
|-------|---|
| 1. Si | 0 |
| 2. No | 1 |

**10. ¿Qué temas sobre alimentación y/o nutrición le gustaría encontrar en las redes sociales?**

- |  |   |
|--|---|
| 1. Dietas para bajar de peso                                   | 0 |
| 2. ¿Cómo alimentarse después del tratamiento del covid-19?     | 1 |
| 3. Importancia de las vitaminas y minerales para nuestra salud | 2 |
| 4. Nutrición deportiva   | 3 |

**Anexo G .Encuesta sobre hábitos alimentarios****FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”****ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN****CUESTIONARIO SOBRE HÁBITOS ALIMENTARIOS**

Responda las siguientes preguntas y marque con un aspa (X).

**1. ¿Cuántas veces a la semana dejas de desayunar?**

1. Nunca dejo de desayunar
2. 1 o 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces por semana
4. Nunca consumo el desayuno

**2. ¿La mayoría de veces desayunas fuera de casa?**

1. No, yo como en casa
2. Algunas veces
3. Casi siempre
4. Siempre

**3. ¿La mayoría de veces desayunas en familia?**

1. Siempre
2. Casi siempre
3. Algunas veces
4. Rara vez

**4. ¿Cuántas veces a la semana dejas de almorzar?**

1. Nunca dejo de almorzar
2. 1 o 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces por semana
4. Nunca consumo el almuerzo

**5. ¿La mayoría de veces almuerzas fuera de casa?**

1. No, yo como en casa
2. Algunas veces
3. Casi siempre
4. Sí, siempre

**6. ¿La mayoría de veces almuerzas en familia?**

1. Siempre
2. Casi siempre
3. Algunas veces
4. Rara vez

**7. ¿Cuántas veces a la semana dejas de cenar?**

1. Nunca dejo de cenar
2. 1 o 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces por semana
4. Nunca consumo la cena

**8. ¿La mayoría de veces cenas fuera de casa?**

1. No, yo como en casa
2. Algunas veces
3. Casi siempre
4. Sí, siempre

**9. ¿La mayoría de veces cenas en familia?**

1. Siempre
2. Casi siempre
3. Algunas veces
4. Rara vez

**10. ¿Con qué frecuencia consumes leche y derivados (yogurt, queso)?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

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

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

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

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**13. ¿Con qué frecuencia consumes carnes (res, cordero, pollo)?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

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

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**15. ¿Con qué frecuencia consumes arroz, fideo?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**16. ¿Con que frecuencia consumes hamburguesas?**

1. Todos los días
2. Una a dos veces por semana
3. Tres a cuatro veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**17. ¿Con que frecuencia consumes salchipapas?**

1. Todos los días
2. Una a dos veces por semana
3. Tres a cuatro veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo



**18. ¿Con que frecuencia consumes pizza?**

1. Todos los días
2. Una a dos veces por semana
3. Tres a cuatro veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. e) No consumo

**19. ¿Con qué frecuencia consumes papitas****lays, chizitos, tortees, etc?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**20. ¿Con qué frecuencia consumes galletas****dulces?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**21. ¿Con qué frecuencia consumes golosinas:****caramelos, chicles, chocolates?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**22. ¿Con qué frecuencia consumes queques, pasteles, tortas?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**23. ¿Con qué frecuencia tomas jugos****(Tampico, kris, etc.)?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

**24. ¿Con qué frecuencia tomas gaseosas?**

1. Todos los días
2. 1 a 2 veces por semana
3. 3 a 4 veces a la semana
4. Ocasionalmente
5. No consumo

\* Fuente: Marca, G. Universidad Nacional del Altiplano, 2017.