



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

IMAGEN CORPORAL ACTITUDINAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS
ULTRAPROCESADOS EN LAS ADOLESCENTES DE UN COLEGIO DE VIRÚ - LA
LIBERTAD, 2025

Línea de investigación:
Salud pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora

Villanueva Monteagudo, Luz Maribel

Asesora

Flores Paucar, Magaly Luisa

ORCID: 0000-0002-6869-7217

Jurado

Márquez Rodríguez, Carmen Rosa

Vega Tomasto, Melissa Jesenya

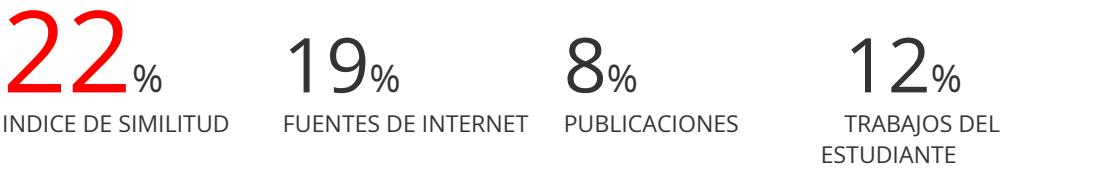
Ponce Suárez, Tatiana Elena

Lima – Perú

2026

IMAGEN CORPORAL ACTITUDINAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS EN LAS ADOLESCENTES DE UN COLEGIO DE VIRÚ-LA LIBERTAD, 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal	10%
	Trabajo del estudiante	
2	repositorio.unfv.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
3	hdl.handle.net	1%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.udh.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
5	www.coursehero.com	<1%
	Fuente de Internet	
6	rest-dspace.ucuenca.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.unh.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
8	repositorio.upsc.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
9	repositorio.uta.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
10	Submitted to Universidad Hispanoamericana	<1%
	Trabajo del estudiante	
11	repositorio.upla.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

IMAGEN CORPORAL ACTITUDINAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS
ULTRAPROCESADOS EN LAS ADOLESCENTES DE UN COLEGIO DE VIRÚ - LA
LIBERTAD, 2025

Línea de investigación

Salud pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora

Villanueva Monteagudo, Luz Maribel

Asesora

Flores Paucar, Magaly Luisa

ORCID: 0000-0002-6869-7217

Jurado

Márquez Rodríguez, Carmen Rosa

Vega Tomasto, Melissa Jesenya

Ponce Suárez, Tatiana Elena

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi madre, Gloria, por su amor incondicional, sacrificio, fortaleza y apoyo constante a lo largo de mi vida. Gracias por ser mi ejemplo de perseverancia y por impulsarme siempre a seguir adelante en la consecución de mis metas.

A mi hermana Yuliana y a mis hermanos José y Ronal, por su cariño, confianza y compañía durante este camino. Su apoyo y aliento han sido fundamentales para alcanzar este importante logro.

A mi familia, por creer en mí y acompañarme en cada paso de mi formación profesional. Este logro también les pertenece.

Agradecimientos

A Dios, por brindarme salud, fortaleza y permitirme culminar esta importante etapa de mi vida profesional.

A mi asesora, Mg. Magaly Flores Paucar, por su orientación, dedicación y valiosos aportes durante el desarrollo de esta investigación.

A la Institución Educativa María Caridad, por las facilidades brindadas para la ejecución del presente estudio y a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron al desarrollo y culminación de esta investigación.

ÍNDICE

Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Descripción y formulación del problema.....	11
1.1.1. <i>Problema general</i>	14
1.1.2. <i>Problemas específicos</i>	14
1.2. Antecedentes	14
1.2.1. <i>Antecedentes nacionales</i>	14
1.2.2. <i>Antecedentes internacionales</i>	16
1.3. Objetivos	18
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	18
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	18
1.4. Justificación	18
1.4.1. <i>Justificación socioeconómica</i>	18
1.4.2. <i>Justificación práctica</i>	19
1.4.3. <i>Justificación teórica</i>	19
1.4.4. <i>Justificación metodológica</i>	20
1.5. Hipótesis	20
1.5.1. <i>Hipótesis general</i>	20
1.5.2. <i>Hipótesis específicas</i>	20
II. MARCO TEÓRICO	22
2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación	22
2.1.1. <i>Imagen corporal</i>	22
2.1.2. <i>Alimentos ultraprocesados</i>	26

2.1.3. Alimentos ultraprocesados, imagen corporal actitudinal y trastornos de la conducta alimentaria	30
III. MÉTODO	31
3.1. Tipo de investigación	31
3.1.1. Enfoque de la investigación	31
3.1.2. Diseño de investigación	31
3.1.3. Alcance de la investigación.....	31
3.2. Ámbito temporal y espacial	31
3.3. Variables	31
3.4. Población y muestra	31
3.4.1. Descripción de la población	31
3.4.2. Muestra	32
3.4.3. Criterio de inclusión	32
3.4.4. Criterio de exclusión	32
3.5. Instrumentos.....	32
3.6. Procedimientos.....	36
3.7. Análisis de datos	36
3.8. Consideraciones éticas	37
IV. RESULTADOS	38
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	51
VI. CONCLUSIONES.....	57
VII. RECOMENDACIONES	58
VIII. REFERENCIAS	60
IX. ANEXOS.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica del Body Shape Questionnaire	34
Tabla 2. Ficha técnica del cuestionario de consumo de alimentos ultraprocesados.....	35
Tabla 3. Relación entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados	49
Tabla 4. Prueba de correlación entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de adolescentes según grado escolar.....	38
Figura 2. Imagen corporal actitudinal según grado de estudio	39
Figura 3. Consumo de alimentos ultraprocesados	40
Figura 4. Consumo de bebidas azucaradas según grado académico.....	41
Figura 5. Consumo de snack salados según grado escolar	42
Figura 6. Consumo de productos de panadería según grado escolar	43
Figura 7. Consumo de galletas según grado escolar	44
Figura 8. Consumo de cereales azucarados y chocolates según grado escolar.....	45
Figura 9. Consumo de golosinas según grado académico	46
Figura 10. Consumo de comida rápida según grado escolar	47
Figura 11. Consumo de alimentos ultraprocesados variados según grado escolar	48

Resumen

Objetivo: Determinar la relación entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de un colegio de Virú, La Libertad, 2025. **Método:** Investigación de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance correlacional. La muestra no probabilística estuvo conformada por 414 adolescentes mujeres de primero a quinto de secundaria de un colegio de Virú. Se aplicó el Body Shape Questionnaire (BSQ) para evaluar la imagen corporal actitudinal y un cuestionario validado de frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados para evaluar la segunda variable. El análisis estadístico se realizó mediante la prueba de chi-cuadrado de Pearson ($\alpha = 0,05$). **Resultados:** El 41,8 % presentó satisfacción corporal y el 58,2 % insatisfacción corporal. Respecto al consumo de alimentos ultraprocesados, el 38,6 % presentó un nivel bajo, el 39,4 % un nivel moderado y el 22,0 % un nivel alto. Se encontró una asociación estadísticamente significativa entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados ($\chi^2 = 13,279$; $gl = 6$; $p = 0,030$), evidenciando que los niveles de satisfacción e insatisfacción corporal se asociaron con los patrones de consumo. **Conclusiones:** Existe una relación estadísticamente significativa entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes estudiadas. Se recomienda implementar intervenciones escolares orientadas a fortalecer una imagen corporal positiva y promover hábitos alimentarios saludables, considerando su impacto en la salud física y emocional durante la adolescencia.

Palabras clave: imagen corporal, adolescentes, alimentos ultraprocesados, conducta alimentaria, salud pública.

Abstract

Objective: To determine the relationship between attitudinal body image and ultra-processed food consumption among adolescent girls attending a secondary school in Virú, La Libertad, Peru, in 2025. **Methods:** A quantitative, non-experimental, correlational study was conducted. The non-probability sample consisted of 414 female students from the first to the fifth year of secondary school at a public school in Virú. Attitudinal body image was assessed using the Body Shape Questionnaire (BSQ), while ultra-processed food consumption was evaluated through a validated food frequency questionnaire. Statistical analysis was performed using Pearson's chi-square test ($\alpha = 0,05$). **Results:** Overall, 41.8% of the participants reported body satisfaction, whereas 58.2% showed body dissatisfaction. Regarding ultra-processed food consumption, 38.6% had a low intake, 39.4% a moderate intake, and 22.0% a high intake. A statistically significant association was found between attitudinal body image and ultra-processed food consumption ($\chi^2 = 13.279$; $df = 6$; $p = 0.030$), indicating that body satisfaction and dissatisfaction levels were associated with consumption patterns. **Conclusions:** There is a significant relationship between attitudinal body image and ultra-processed food consumption among the adolescent girls included in this study. School-based interventions aimed at promoting a positive attitudinal body image and encouraging healthy eating habits are recommended, considering their impact on adolescents' physical and emotional health.

Keywords: attitudinal body image, adolescents, ultra-processed foods, eating behavior, public health.

I. INTRODUCCIÓN

La adolescencia representa una de las transiciones más complejas del desarrollo humano, donde la convergencia de cambios biológicos y psicosociales redefine la relación del individuo con su propio cuerpo. En este proceso, la configuración de la imagen corporal, entendida como la representación mental y afectiva que se tiene del tamaño y forma física, se convierte en un eje central del bienestar (Hosseini & Padhy, 2023). No obstante, los indicadores globales de salud revelan una tendencia creciente hacia la insatisfacción corporal, especialmente en la población femenina. Según el estudio Health Behaviour in School-aged Children (HBSC), respaldado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 29% de los adolescentes presenta una percepción de exceso de peso, una cifra que escala al 38% al alcanzar los 15 años (Rakić et al., 2024).

Esta problemática de autopercepción no ocurre de manera aislada, sino que se manifiesta en un entorno alimentario globalizado caracterizado por una transición nutricional acelerada. La adopción de dietas de baja calidad, definidas por el sistema NOVA como aquellas con alta presencia de alimentos ultraprocesados, ha pasado a ser un rasgo distintivo de la dieta adolescente (Mescoloto et al., 2024). A nivel regional, la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2019) ha documentado un incremento sostenido en la adquisición de estos productos, destacando el caso de Perú con un aumento del 22% en su consumo. Esta realidad es ratificada por el Instituto Nacional de Salud (INS, 2023), al señalar que el 67% de la población nacional integra regularmente estos alimentos en su cotidianidad.

La relevancia de este estudio radica en la interconexión entre la salud ommental y la nutricional. La literatura científica sugiere que la insatisfacción corporal y el consumo de ultraprocesados pueden alimentar un ciclo bidireccional de riesgo: mientras la composición hiperpalatable de estos productos altera los mecanismos de saciedad y promueve el aumento de peso, la disconformidad con la imagen física puede inducir el uso de estos mismos alimentos

como mecanismos de afrontamiento emocional o "consuelo" (Dicken & Batterham, 2024; Pereira et al., 2024).

Considerando que la insatisfacción corporal es un predictor crítico de trastornos de la conducta alimentaria y que el consumo de ultraprocesados se ha vinculado con trastornos metabólicos y mentales, resulta fundamental profundizar en la dinámica de estas variables. Bajo esta premisa, la presente investigación busca analizar la correlación entre la satisfacción de la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes mujeres, aportando evidencia local para el diseño de estrategias de intervención integral en salud pública.

1.1. Descripción y formulación del problema

La adolescencia es una etapa marcada por cambios físicos, biológicos, psicológicos y emocionales que impactan significativamente en la percepción y satisfacción con la imagen corporal (Carneiro et al., 2023). Este periodo se caracteriza por presentar los grados más altos de insatisfacción corporal en comparación con otros grupos etarios, siendo esta problemática notablemente más prevalente en las mujeres que en los hombres. La magnitud de esta tendencia global queda en evidencia con el más reciente informe del estudio Health Behaviour in School-aged Children (HBSC), respaldado por la OMS, que, en 44 países y regiones de Europa, Asia Central y Canadá revela que casi un tercio (29%) de los adolescentes se percibe como "demasiado gordo", una cifra que se acentúa dramáticamente con la edad y el género, afectando al 38% de las adolescentes de 15 años (Rakić et al., 2024).

Dichos hallazgos convergen con la literatura académica actual, la cual documenta una prevalencia de insatisfacción corporal en adolescentes de hasta el 71 % (Hosseini & Padhy, 2023). Esta tendencia se manifiesta de manera persistente en el contexto latinoamericano; estudios en países como Chile y México reportan que el 55% de la población adolescente presenta disconformidad con su imagen corporal (Hock et al., 2025), una tendencia común en

la mayoría de los países latinoamericanos (Rodgers et al., 2023). El informe de la OMS no solo corrobora la universalidad del fenómeno, sino que alerta sobre su agravamiento: la percepción corporal negativa ha aumentado significativamente a nivel global desde 2018, subrayando la urgencia de abordarlo como un problema crítico de salud pública.

Esta alta prevalencia de insatisfacción corporal es particularmente alarmante dado su rol bien establecido como factor desencadenante de trastornos de la conducta alimentaria (Carneiro et al., 2023; Hosseini & Padhy, 2023; Pereira et al., 2024), trastornos que, a su vez, presentan una mayor incidencia en poblaciones infantiles y adolescentes (Zeferino et al., 2021). Datos nacionales refuerzan esta preocupación, indicando que más del 10% de los adolescentes enfrentan estos problemas (Pacheco, 2024). Adicionalmente, la insatisfacción corporal se encuentra íntimamente relacionada con otras comorbilidades significativas, como la ansiedad, la depresión y una baja autoestima (Carneiro et al., 2023), configurando un cuadro complejo que afecta multidimensionalmente el bienestar y desarrollo de los adolescentes.

Por otro lado, el incremento de la autonomía durante la adolescencia favorece la adopción de decisiones independientes sobre la alimentación, lo que, a menudo, se asocia con conductas alimentarias menos saludables y una disminución en la calidad nutricional de la dieta (Carneiro et al., 2023). En este contexto, diversos estudios han señalado que niños y adolescentes de distintas partes del mundo siguen una dieta predominantemente poco saludable, caracterizada por el consumo frecuente de alimentos ultraprocesados (Mescoloto et al., 2024). De hecho, el consumo de estos productos es mayor en los adolescentes que en otros grupos de edad, lo que refleja una tendencia preocupante en este grupo etario (Dicken et al., 2023). A nivel global, los alimentos ultraprocesados representan más del 50% de la ingesta calórica total en países de altos ingresos y entre un 20% y 33% en países de ingresos medios (Monteiro et al., 2019). En Latinoamérica, las ventas per cápita de estos productos aumentaron un 8.3% entre 2009 y 2014, con un incremento aún mayor en países como Perú, donde el

consumo subió un 22% según la OPS (2019). Este aumento refleja una tendencia creciente hacia el consumo de productos ultraprocesados en la región, donde, de hecho, el 67% de la población consume regularmente estos alimentos según la INS (2023). Además, se ha observado que las dietas altas en productos ultraprocesados están asociadas a una dieta deficiente en nutrientes o una dieta de baja calidad (Martini et al., 2021). Esto está estrechamente relacionado con las tendencias globales, donde se evidencia un bajo consumo de alimentos saludables y un aumento en el consumo de productos no saludables, como carnes procesadas, bebidas azucaradas y alimentos ricos en sodio (GBD 2017 Diet Collaborators., 2019). Dichos hábitos alimentarios resultan alarmantes debido a que la ingesta excesiva de productos ultraprocesados está asociada a diversas patologías durante el desarrollo infanto-juvenil. Entre estas destacan el exceso de peso, el sedentarismo y afecciones de carácter cardiovascular y periodontal (Mescoloto et al., 2024), e incluso trastornos mentales como la ansiedad y la depresión (Gratão et al., 2024).

En relación con lo descrito, la adolescencia se identifica como una etapa de transición crítica en la que la creciente autonomía individual impacta directamente en los hábitos alimentarios y en la consolidación de la imagen corporal, un constructo fuertemente mediado por el entorno sociocultural. La ingesta frecuente de productos ultraprocesados, cuya composición es densa en calorías y deficiente en nutrientes, no solo actúa como un catalizador del sobrepeso, sino que también suele derivar en una profunda insatisfacción con el propio físico, vinculándose a cuadros de ansiedad, depresión y una merma en la autoestima.

No obstante, resulta fundamental destacar la naturaleza bidireccional de este fenómeno: la percepción corporal no es solo una consecuencia, sino también un determinante de la conducta alimentaria. Mientras que el descontento por el exceso de peso puede motivar una restricción de alimentos perjudiciales, la insatisfacción derivada de una delgadez percibida como excesiva podría, paradójicamente, fomentar un mayor consumo de ultraprocesados. Por

tales motivos, la presente investigación se centra en analizar la relación entre la imagen corporal y el consumo de estos productos en una población de mujeres adolescentes.

1.1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de productos alimentarios ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025?

1.1.2. Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025?

¿Cuál es el nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025?

¿Cuál es el nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025?

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes nacionales

Según Venturo (2024), el estudio relacionó los hábitos alimentarios con la imagen corporal en 116 adolescentes mujeres de Lima. Método: alcance correlacional y corte transversal. Los resultados obtenidos fueron que el 18% presentaron hábitos alimentarios no saludables, y el 82% presentaron hábitos saludables. Respecto a la imagen corporal, el 46.6% de los estudiantes no muestra preocupación por su imagen corporal, mientras que el 20.4% tiene una preocupación leve, el 17.8% una preocupación moderada, y el 15.4% presenta una preocupación extrema. En relación con la conexión de las variables, se encontró correlación fuerte, moderada y significativa entre la satisfacción de la imagen corporal con los hábitos alimentarios. Se concluyó que, a mejores hábitos alimentarios, menor es la insatisfacción de la imagen corporal.

Varillas (2024) analizó la relación de la dimensión perceptual de la imagen corporal con

el consumo de alimentos ultraprocesados en 162 estudiantes de un colegio (51% sexo femenino). Método: alcance correlacional y corte transversal. Los resultados obtenidos fueron que el 76% presento un consumo bajo de alimentos ultraprocesados, y el 24% un consumo alto. Respecto a la dimensión perceptual, se encontró que el 57.4% estima adecuadamente, el 18% sobreestima y el 24% subestima la masa corporal. En relación con la conexión de las variables, no se encontró una correlación significativa entre la dimensión perceptual de la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados. Se concluyó que no existe relación entre la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados.

Guillén (2023), relacionó la dimensión perceptual de la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados en 150 adolescentes de un colegio. Método: alcance correlacional y de corte transversal. Los resultados mostraron que el 60% de los alumnos reportaron un bajo consumo de alimentos ultraprocesados, el 33% un consumo moderado y el 7% un alto consumo. En cuanto a la imagen corporal, el 37% de los estudiantes presentaron una imagen corporal subestimada, el 15% una imagen corporal adecuada y el 48% una imagen corporal sobreestimada. En relación con la conexión entre estas variables, no se encontró una correlación significativa entre la dimensión perceptual de la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados. Se concluyó que no existe relación entre la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados.

Alvarez (2022), relacionó la imagen corporal y los hábitos alimentarios en 50 adolescentes femeninas de una institución educativa particular de Lima. Método: alcance correlacional y corte transversal. Los resultados obtenidos mostraron que el 56% de los estudiantes presentaron hábitos alimentarios en riesgo, mientras que el 44% no estuvieron en riesgo. En cuanto a la imagen corporal, el 2% de los estudiantes no presentaron preocupación, el 40% una preocupación leve, el 48% de los estudiantes reportaron una preocupación moderada y el 10% preocupación extrema. Además, se encontró una correlación positiva,

moderada y significativa entre los hábitos alimentarios y la satisfacción de la imagen corporal, con un valor de $r=0.718$ y una significancia de $p<0.05$. Se concluyó que existe relación entre los hábitos alimentarios y la satisfacción de la imagen corporal.

Soto (2024) en su investigación determinó la relación entre la imagen corporal con los hábitos alimentarios en 132 adolescentes. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño observacional, alcance correlacional. Los resultados encontrados fueron que el 54.5% presentó hábitos alimentarios inadecuados. Mientras que respecto a la imagen corporal se encontró que el 56.1% presentó insatisfacción de la imagen corporal. Respecto a la relación de las variables, se encontró relación significativa entre la satisfacción de la imagen corporal con los hábitos alimentarios. Se concluyó que existe relación entre la imagen corporal y los hábitos alimentarios.

1.2.2. Antecedentes internacionales

Carneiro et al. (2023) investigó el impacto del consumo de alimentos ultraprocesados en la insatisfacción de la imagen corporal en 2515 adolescentes brasileños de 18 a 19 años (52.5% eran mujeres). Método: cuantitativo y de corte transversal. Los resultados mostraron que el 77% de los adolescentes se sentían insatisfecho con su imagen corporal, de los cuales el 42.8% lo estaba debido a la delgadez y el 34.2% por el exceso de peso. Además, se observó que aquellos insatisfechos con el exceso de peso consumían más frutas, pollo, pescado y mariscos, mientras que los insatisfechos por delgadez ingerían más arroz, alimentos procesados y pan industrializado. No obstante, no se encontró la relación entre el consumo de alimentos ultraprocesados y la insatisfacción de la imagen corporal. Se concluyó, que no existe relación entre los alimentos ultraprocesados y la imagen corporal.

Zarychta et al. (2020), investigó el impacto de la satisfacción corporal en el IMC, mediante dietas restrictivas e ingesta de alimentos en 1042 adolescentes polacos de 13 a 20 años de edad (58.2% mujeres). El enfoque de la investigación fue cuantitativo y corte

longitudinal (11 meses). Los resultados fueron que los adolescentes que tenían menor satisfacción con su cuerpo tendían a seguir dietas restrictivas y, al mismo tiempo, consumían más alimentos poco saludables y altos en calorías en comparación con los alimentos saludables, lo que, a su vez, resultaba en un IMC más bajo. Se concluyó: la insatisfacción corporal predispone a conductas restrictivas y al consumo de ultraprocesados.

Hoseini et al. (2023) investigaron la relación entre el índice de alimentación saludable y la imagen corporal en 161 adolescentes mujeres iraníes de 15 a 18 años de edad. La investigación fue enfoque cuantitativo y corte transversal. Los resultados encontrados fueron que el IMC medio fue de 21.79 kg/m², y el valor medio del Índice de alimentación saludable fue de $53,0,6 \pm 9,51$. Respecto a la relación de las variables se encontró que no hubo relación significativa entre la imagen corporal y el Índice de Alimentación Saludable, luego de ajustar por ingesta calórica, IMC y actividad física. Se concluyó que no existe relación entre la imagen corporal y la calidad de dieta.

Chapado y Weiner (2022) llevaron a cabo un estudio en 120 adolescentes uruguayos de entre 15 y 17 años, pertenecientes a una institución educativa. La investigación, de carácter cuantitativo, con diseño descriptivo y corte transversal, utilizó encuestas de frecuencia de consumo que mostraron que el 67.5% de los participantes presentaba un nivel muy alto de ingesta de alimentos ultraprocesados, principalmente copetines, dulces y bebidas azucaradas. Los autores concluyeron que los adolescentes mantienen un patrón alimentario marcado por un elevado consumo de ultraprocesados, lo que representa un riesgo potencial para su salud.

Mun et al. (2022) realizaron un estudio transversal en 155 adolescentes de Malasia con el propósito de analizar la relación entre la satisfacción con la imagen corporal y el consumo de alimentos. Los resultados mostraron que el 64.5 % de los participantes tenían normopeso, el 7.7 % sobrepeso y el 1.3 % obesidad. La insatisfacción corporal fue elevada, con un 80.6 % en varones y 87.9 % en mujeres. Asimismo, se halló una correlación negativa significativa

entre la insatisfacción corporal y la ingesta calórica ($r = -0.164$; $p < 0.05$), lo que indica que los estudiantes menos satisfechos con su cuerpo tendían a consumir menos calorías y nutrientes esenciales. Se concluyó: la autopercepción de exceso ponderal correlaciona con una restricción calórica en universitarios.

1.3. Objetivos

1.3.1. *Objetivo general*

Determinar la relación entre la imagen corporal actitudinal y consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

1.3.2. *Objetivos específicos*

Identificar el nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

Identificar el nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

Identificar el nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

1.4. Justificación

1.4.1. *Justificación socioeconómica*

La imagen corporal actitudinal ha sido identificada como un factor clave en el desarrollo de los trastornos de la conducta alimentaria (Carneiro et al., 2023; Hosseini & Padhy, 2023). A nivel mundial, en 2020 se destinaron 457,5 millones de dólares al tratamiento de estos trastornos (Prophecy Market Insights, 2023), reflejando la carga económica que representan. En el contexto nacional, se ha asignado una inversión de 715,288,887 soles para 2025 en el tratamiento de enfermedades mentales (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2025), las cuales constituyen uno de los principales factores asociados al desarrollo de los trastornos de la conducta alimentaria. Paralelamente, el creciente consumo de alimentos ultraprocesados

entre los jóvenes ha generado un aumento en problemas de salud como la obesidad y las enfermedades metabólicas, lo que incrementa significativamente los costos del sistema de salud. Además, estos alimentos no solo afectan la salud física, sino que también se han relacionado con el desarrollo de enfermedades mentales, como la ansiedad y la depresión. Este contexto subraya la necesidad de abordar tanto los aspectos psicológicos como alimentarios, a fin de mitigar el impacto económico y mejorar la salud integral de la población adolescente.

1.4.2. Justificación práctica

La presente investigación tiene un impacto práctico significativo, ya que aborda un problema creciente en la adolescencia: la imagen corporal actitudinal y su posible relación con hábitos alimentarios poco saludables, especialmente el consumo de alimentos ultraprocesados. Estos trastornos están aumentando entre los adolescentes, lo que puede tener consecuencias graves para su salud física y emocional, como el sobrepeso, la obesidad, la depresión y los trastornos alimentarios (Carneiro et al., 2023; Hosseini & Padhy, 2023). Los resultados obtenidos en este estudio no solo proporcionarán información valiosa para entender mejor la relación entre estas variables, sino que también podrán ser utilizados para desarrollar programas educativos y de prevención en las escuelas, con el fin de mejorar los hábitos alimentarios y la percepción de la imagen corporal entre los adolescentes.

1.4.3. Justificación teórica

Este estudio busca llenar un vacío en el conocimiento sobre cómo la satisfacción e insatisfacción corporal puede influir en las decisiones alimentarias de los adolescentes, particularmente en relación con el consumo de alimentos ultraprocesados. Aunque existen investigaciones previas sobre cada uno de estos temas, la conexión entre ambos aún no ha sido explorada en profundidad en el contexto específico de los adolescentes de la provincia de Virú. Además, los resultados de esta investigación pueden contribuir a ampliar las teorías existentes sobre la imagen corporal actitudinal y la nutrición en la adolescencia, ofreciendo una visión

más clara sobre la dinámica entre estos factores y ayudando a formular teorías más completas sobre cómo los hábitos alimentarios y la percepción corporal se interrelacionan (Hosseini & Padhy, 2023; Zeferino et al., 2021). Los hallazgos podrían sugerir nuevas hipótesis y direcciones para futuras investigaciones en este campo.

1.4.4. Justificación metodológica

Esta investigación mejora la comprensión de la relación entre el consumo de alimentos ultraprocesados y la imagen corporal actitudinal en adolescentes, utilizando el Body Shape Questionnaire (BSQ) en lugar del test de siluetas de Stunkard, que a menudo se utiliza en el ámbito nacional y que sin embargo no captura la complejidad de la autoimagen. El BSQ proporciona una evaluación más precisa y culturalmente sensible, permitiendo captar una mayor variedad de actitudes y emociones hacia el cuerpo. Este enfoque metodológico no solo optimiza el estudio de estas variables en adolescentes, sino que también ofrece una base sólida para futuras investigaciones en el área de la psicología de la alimentación y la imagen corporal actitudinal.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

H1: Si existe relación significativa entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

H0: No existe relación significativa entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

1.5.2. Hipótesis específicas

H₁: Si existe un bajo nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

H₀: No existe un bajo nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

H_2 : Si existe un alto nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

H_0 : No existe un alto nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

H_3 : Si existe un alto nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

H_0 : No existe un alto nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.1.1. *Imagen corporal*

La imagen corporal es una parte importante de cómo una persona se ve a sí misma. Se refiere a cómo percibe su propio cuerpo, incluyendo su tamaño, forma y contornos, así como los sentimientos que esto genera. Estos sentimientos pueden influir en cuán satisfechos o insatisfechos estamos con nuestro cuerpo, ya sea en general o con ciertas partes específicas. Es decir, la imagen se manifiesta con el pensamiento, sentimiento, percepción y comportamiento hacia el cuerpo o partes de él (Hosseini y Padhy, 2023).

2.1.1.1. Dimensiones de la imagen corporal. La imagen corporal abarca diversas dimensiones que incluyen las siguientes.

- A. *Cognitiva.*** Que refleja los pensamientos y creencias sobre el cuerpo
- B. *Perceptual.*** Que hace referencia a la percepción del tamaño y la forma del cuerpo, así como de sus partes.
- C. *Afectiva actitudinal.*** Que se refiere a los sentimientos que una persona experimenta hacia su cuerpo.
- D. *Conductual.*** Que describe las acciones que una persona lleva a cabo para controlar, cuidar, modificar u ocultar su cuerpo (Hosseini & Padhy, 2023).

Etapas de la imagen corporal. La imagen corporal comienza a formarse desde el útero, cuando los movimientos espontáneos del feto y la retroalimentación sensorial, es decir, lo que el bebé siente, contribuyen a crear un sentido primitivo de la imagen corporal. Este proceso continúa tras el nacimiento, cuando el niño empieza a interactuar con su entorno. La conexión entre el cerebro y el cuerpo, junto con la imitación de las acciones de otras personas, son factores clave en la formación de la imagen corporal. Desde los primeros años de vida, los niños comienzan a reconocerse a sí mismos, comprendiendo a los dos años que son seres

independientes con un cuerpo propio, y a esta edad también toman conciencia de su género, observando que los hombres suelen ser fuertes y las mujeres bellas y delgadas. A medida que crecen, buscan la aprobación no solo de sus padres, sino también de sus compañeros, especialmente cuando inician la escuela, lo que incrementa su deseo de recibir validación social al notar las diferencias de apariencia entre ellos y los demás. A los seis años, los niños muestran un interés mayor por su apariencia física, particularmente por su cuerpo. La adolescencia, un período de cambios tanto físicos como sociales, refuerza la importancia de la relación con los padres, quienes transmiten mensajes sobre cómo deberían lucir sus hijos. Los adolescentes que mantienen una relación cercana y positiva con sus padres tienden a estar más satisfechos con su cuerpo, pero a medida que crecen, la influencia de los amigos y los grupos sociales adquiere mayor relevancia. A partir de los 14 años, los amigos tienen un impacto más fuerte en la imagen corporal de los jóvenes que sus propios padres. Durante la adolescencia y la adultez temprana, las burlas o el rechazo por parte de los demás pueden afectar profundamente la percepción de la imagen corporal, y si una persona es constantemente criticada por su tamaño o peso, es más probable que desarrolle una distorsión en la forma en que se ve a sí misma, lo que puede llevar a una insatisfacción con su cuerpo en la vida adulta (Hosseini & Padhy, 2023).

2.1.1.2. Factores que afectan la imagen corporal. Existen varios factores de los cuales los que mayor resaltan son los siguientes.

A. Índice de masa corporal. El índice de masa corporal (IMC) es un factor clave que influye en la imagen corporal y el miedo a ser evaluado negativamente por la apariencia. Las personas con sobrepeso son más propensas a sentir miedo en situaciones sociales y a tener actitudes negativas hacia su cuerpo. La discordancia de la imagen corporal, que es la discrepancia entre el tamaño percibido y el real, puede llevar a una insatisfacción con el cuerpo, afectando negativamente la autoestima y aumentando el riesgo de depresión (Hosseini & Padhy, 2023).

B. Familia. La familia tiene un papel fundamental en el desarrollo de la imagen corporal y los hábitos alimenticios de los niños. Los padres pueden influir tanto directa como indirectamente en la percepción corporal de sus hijos a través de comentarios sobre el peso, las críticas o las presiones para perder peso. Estas actitudes pueden fomentar la autocrítica y la importancia de cumplir con ideales sociales sobre el cuerpo. Factores como el nivel socioeconómico y vivir en ciudades también pueden afectar la satisfacción corporal (Hosseini & Padhy, 2023).

C. Presiones sociales. La imagen corporal, aunque es una percepción mental, también está influenciada por factores sociales. Tanto hombres como mujeres buscan cumplir con estándares de apariencia para ser aceptados socialmente, lo cual es fundamental para el bienestar. En la adolescencia, la presión por ajustarse a estos estándares, especialmente a través del acoso relacionado con el peso, puede generar insatisfacción corporal y afectar negativamente la percepción del propio cuerpo (Hosseini & Padhy, 2023).

D. Medios de comunicación y redes sociales. Hoy en día, niños y adolescentes están rodeados de diversos medios de comunicación, especialmente digitales como internet, redes sociales y videojuegos, que han superado en popularidad a los medios tradicionales. Estos medios promueven ideales de cuerpos musculosos en hombres y delgados en mujeres, lo que se asocia con problemas psicológicos como la distorsión de la imagen corporal, la insatisfacción y los trastornos alimentarios. En particular, las redes sociales tienen un gran impacto, ya que permiten una exposición constante a imágenes idealizadas de cuerpos, lo que fomenta la comparación social. Esta constante comparación y la internalización de los ideales de belleza pueden generar insatisfacción corporal, especialmente en adolescentes que reciben muchos comentarios sobre su apariencia en estas plataformas (Hosseini & Padhy, 2023).

E. Autoestima. La imagen corporal está relacionada con la autoestima, y una mayor autoestima puede ayudar a reducir la ansiedad por los juicios negativos sobre el cuerpo.

La insatisfacción con el cuerpo suele disminuir la autoestima, especialmente en adolescentes, y su impacto puede variar según el grupo racial, étnico o de género, ya que algunos prestan más atención a la apariencia física. Por ejemplo, las mujeres blancas y el sexo femenino prestan más atención al aspecto físico que las mujeres afroamericanas y personas de sexo masculino respectivamente (Hosseini & Padhy, 2023).

2.1.1.3. Imagen corporal actitudinal. La dimensión actitudinal se define como el componente afectivo, evaluativo y cognitivo que refleja el juicio de valor y el grado de satisfacción o insatisfacción que un individuo experimenta respecto a su propia apariencia física. A diferencia del componente perceptual, el cual se vincula a la precisión técnica en la representación mental del esquema corporal y goza de una mayor estabilidad en el tiempo, la dimensión actitudinal posee una naturaleza marcadamente lábil y reactiva. Esta se caracteriza por ser una construcción subjetiva que no depende necesariamente de la realidad antropométrica del sujeto, sino de la interpretación emocional de su cuerpo, sus creencias y sus respuestas ante estímulos del entorno.

Esta dimensión funciona como un barómetro emocional altamente sensible, lo cual se evidencia a través de los siguientes escenarios detallados.

A. Labilidad ante la ingesta de alimentos. Se ha observado que la satisfacción corporal puede fluctuar de manera drástica e inmediata tras el consumo de productos que el individuo categoriza como "prohibidos" o hipercalóricos, tales como los alimentos ultraprocesados. Por ejemplo, un sujeto puede reportar que se "siente gordo" o que percibe un aumento súbito en el volumen de su abdomen apenas minutos después de comer, a pesar de que fisiológicamente es imposible que se haya producido un incremento en el tejido adiposo en ese lapso. Este fenómeno demuestra que la actitud hacia el cuerpo es una respuesta psicológica mediada por el sentimiento de culpa y no por un cambio morfológico real.

B. Influencia del estado anímico y el afecto negativo. La valoración del cuerpo actúa

frecuentemente como un receptáculo de las emociones generales del individuo. Un ejemplo cotidiano se presenta cuando una persona, tras enfrentar una situación de estrés, ansiedad o baja autoestima, evalúa su imagen de forma mucho más crítica y punitiva que en momentos de bienestar. En estos casos, la persona puede percibirse visualmente "desagradable" o "fuera de forma", evidenciando que la insatisfacción es una proyección de su malestar interno sobre su esquema corporal.

C. Impacto de la comparación social. La dimensión actitudinal es vulnerable a los estándares de belleza imperantes. Por ejemplo, la exposición breve a imágenes idealizadas en redes sociales puede provocar que un individuo pase de un estado de neutralidad a uno de profunda insatisfacción con su propio peso en cuestión de segundos, activando pensamientos de autodesprecio y una necesidad impulsiva de modificar su conducta alimentaria para compensar la percepción negativa.

Debido a su naturaleza subjetiva y emocional, esta dimensión se evalúa frecuentemente mediante instrumentos como el Cuestionario de Sobrepreocupación por la Imagen Corporal (BSQ). Este tipo de herramientas permiten capturar la carga afectiva, el miedo a la ganancia de peso y la autoconciencia negativa, factores que son determinantes para comprender la relación entre la imagen corporal y los hábitos de consumo alimentario en la población estudiada.

2.1.2. Alimentos ultraprocesados

Los alimentos ultraprocesados se definen como productos industriales elaborados mediante procesos complejos que implican el uso de ingredientes que rara vez se encuentran en la cocina convencional. Estos alimentos incluyen una amplia variedad de aditivos, como colorantes, saborizantes, emulsionantes, edulcorantes, estabilizantes y conservantes, los cuales son añadidos para mejorar la apariencia, sabor, textura y vida útil del producto (Monteiro et al., 2016, 2019). En la clasificación NOVA, estos alimentos pertenecen al grupo 4 y se distinguen de los otros grupos de alimentos (1, 2 y 3) por el grado de procesamiento y peculiaridad de sus

ingredientes. El sistema NOVA clasifica los alimentos en cuatro grupos, dependiendo de su grado de procesamiento.

a. Grupo 1. Está compuesto por los alimentos no procesados (naturales) y mínimamente procesados, los primeros no han sufrido modificaciones y provienen directamente de la naturaleza, como frutas, verduras, carnes frescas, cereales y pescados (Monteiro et al., 2018, 2019). Los alimentos mínimamente procesados son aquellos que han experimentado cambios leves con el fin de prolongar su vida útil y eliminar partes no comestibles o indeseables, utilizando técnicas como secado, tritución, molienda o pasteurización, etc. Ejemplos de estos alimentos incluyen frutas congeladas, vegetales frescos y carne refrigerada, que solo han sido sometidos a procesos que no modifican significativamente su estructura ni incorporan ingredientes artificiales, ni tampoco azúcar, sal, aceite, etc. (Monteiro et al., 2016, 2019).

b. Grupo 2. Está conformado por los ingredientes culinarios que son sustancias obtenidas a través de procesos industriales simples, como prensado, refinado o extracción, a partir de los alimentos del grupo 1. Ejemplos de estos ingredientes incluyen aceites, azúcares y sales, que se usan para preparar y cocinar otros alimentos, y no se suele consumir solos. Aunque pueden tener algunos aditivos, como conservantes o antioxidantes para mejorar la calidad e inocuidad, su composición sigue siendo bastante simple y no cambia mucho respecto a su forma original (Monteiro et al., 2016, 2019). Ejemplos de este grupo son la mantequilla, el azúcar, la sal, las harinas y el vinagre.

c. Grupo 3. Está formado por los alimentos procesados, que son aquellos a los que se les añaden ingredientes como sal, azúcar o aceite, provenientes del grupo 2, a alimentos básicos del grupo 1. Estos productos, como vegetales en conserva o panes, se conservan con aditivos para prolongar su vida útil. Los alimentos procesados conservan la mayor parte de su estructura original, pero han sido modificados ligeramente para mejorar su sabor, textura y

conservación, sin llegar al nivel de complejidad de los alimentos ultraprocesados (Monteiro et al., 2019).

Una diferencia crucial entre los alimentos ultraprocesados y los alimentos procesados (grupo 3) radica en los tipos de aditivos utilizados. Mientras que los alimentos procesados también pueden contener aditivos, estos son principalmente conservantes, antioxidantes o estabilizantes que se agregan para preservar el producto o evitar la proliferación de microorganismos (Monteiro et al., 2019). Estos aditivos son generalmente necesarios para mejorar la durabilidad del alimento sin alterar significativamente su naturaleza original. Por ejemplo, el uso de sal para conservar carnes o el azúcar en conservas de frutas no cambia radicalmente la composición del producto, que sigue siendo fácilmente reconocible como el alimento original, como una pieza de carne o una fruta (Monteiro et al., 2019).

Por otro lado, los alimentos ultraprocesados no solo contienen aditivos para la conservación, sino también una serie de sustancias que no tienen uso culinario habitual, como azúcar invertido, jarabes de frutas, aceites hidrogenados, proteínas procesadas y/o aditivos cosméticos como emulsionantes, colorantes, espesantes, antiespumantes, formadores de volumen, edulcorantes y potenciadores del sabor. Estos ingredientes son añadidos para modificar propiedades sensoriales (sabor, color, textura) y mejorar la aceptación del consumidor, pero también contribuyen a la creación de productos altamente transformados que son muy diferentes de sus versiones naturales o mínimamente procesadas (Monteiro et al., 2019). Por ejemplo, un yogurt elaborado con leche pasteurizada, frutas, azúcar y cultivos de bacterias lácticas, se considera un alimento procesado, pero si se le añade saborizantes o espesantes, se clasificará como ultraprocesados.

2.1.2.1. Mecanismos de impacto de alimentos ultraprocesados en el peso. El consumo de alimentos ultraprocesados está vinculado al aumento de peso y la obesidad a través de varios mecanismos, y se ha descrito en el estudio de Dicken y Batterham (2024).

A. Mayor densidad energética y menor saciedad. Los alimentos ultraprocesados suelen tener una mayor densidad energética (más calorías por gramo) que los alimentos mínimamente procesados o los alimentos frescos, lo que promueve un mayor consumo de energía sin una sensación adecuada de saciedad. Esto se debe en parte a la degradación de la matriz alimentaria durante el procesamiento, lo que hace que los alimentos sean más fáciles de consumir rápidamente.

B. Combinaciones hiperpalatables. Los alimentos ultraprocesados a menudo contienen combinaciones de azúcar, grasa y sal que no se encuentran comúnmente en la naturaleza. Estas combinaciones pueden alterar las relaciones entre sabor y nutrientes, favoreciendo el consumo en exceso debido a su sabor extremadamente atractivo. Además, el uso de edulcorantes artificiales en algunos de estos alimentos puede generar respuestas cerebrales que alteran las señales de saciedad.

C. Desregulación hormonal. El consumo de alimentos ultraprocesados también afecta las hormonas que regulan el apetito. En estudios controlados, se observó que el consumo de una dieta de alimentos ultraprocesados disminuye la liberación de hormonas que inducen la saciedad, como el péptido YY y el GLP-1, y aumenta las hormonas que estimulan el apetito, como la ghrelina, en comparación con las dietas de alimentos mínimamente procesados.

D. Cambio en las señales del cerebro y el gusto. Los alimentos ultraprocesados pueden influir en el sistema de recompensa del cerebro, favoreciendo el deseo de consumir más, aunque no necesariamente se prefieren más al ser consumidos. Esto se debe a la mayor respuesta motivacional generada por los alimentos ultraprocesados antes de su consumo, lo que puede llevar a un mayor consumo impulsivo.

E. Mayor disponibilidad y conveniencia. Los alimentos ultraprocesados están fácilmente disponibles, son más baratos y convenientes que los alimentos frescos. Esto aumenta su consumo, especialmente en un entorno que favorece el consumo rápido y fácil de

alimentos poco saludables, lo que contribuye al aumento de peso (Dicken & Batterham, 2024).

2.1.3. Alimentos ultraprocesados, imagen corporal actitudinal y trastornos de la conducta alimentaria

La ingesta de alimentos ultraprocesados (UPF) guarda una estrecha vinculación con los trastornos de la conducta alimentaria (TCA), la distorsión de la imagen corporal y la adicción a la comida, configurando un ciclo retroalimentado de disfuncionalidad dietética. Debido a su elevada densidad de grasas saturadas, azúcares refinados y sodio, estos productos — protagonistas habituales en los episodios de atracón— tienen la capacidad de hiperestimular los sistemas de recompensa dopaminérgica en el cerebro, de manera análoga a las sustancias psicoactivas. Esta evidencia, respaldada por modelos experimentales, sugiere que los UPF pueden inducir comportamientos compulsivos al erosionar los mecanismos de autorregulación biológica y promover la sobre ingesta.

Asimismo, el consumo recurrente de estos productos provoca alteraciones metabólicas y neuroendocrinas que desequilibran las señales de hambre y saciedad (leptina y ghrelina), lo que favorece el desarrollo de la obesidad. En un entorno sociocultural que idealiza la delgadez, dicho incremento ponderal exacerba la insatisfacción corporal, un factor de riesgo crítico para patologías como la bulimia nerviosa y el trastorno por atracón. Este malestar físico suele desencadenar patrones de restricción alimentaria que, paradójicamente, culminan en episodios de sobrealimentación compensatoria. En este punto, los UPF, gracias a sus propiedades organolépticas hiperpalatables, se consolidan como mecanismos de afrontamiento ante el estrés emocional, perpetuando un ciclo de dependencia y dismorfia corporal alimentado por la presión estética social (Pereira et al., 2024).

III.MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. *Enfoque de la investigación*

La investigación se adscribe al enfoque cuantitativo definido por Hernández et al. (2014), debido a su carácter secuencial y estadístico, orientado a la validación de una hipótesis mediante la cuantificación de datos.

3.1.2. *Diseño de investigación*

La investigación se define como de diseño no experimental u observacional según Hernández et al. (2014), debido a que la recolección de datos mediante cuestionarios se realizó en el entorno natural de las participantes, sin intervención ni manipulación de las variables en estudio.

3.1.3. *Alcance de la investigación*

La investigación se define con un alcance correlacional según Hernández et al. (2014), ya que su propósito central fue examinar y medir el grado de asociación entre las variables de imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en la muestra seleccionada.

3.2. **Ámbito temporal y espacial**

Los datos de esta investigación fueron recolectados en mayo de 2025, en el Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074, ubicado en la provincia de Virú, en el departamento de La Libertad.

3.3. **Variables**

Variable 1: Imagen corporal actitudinal

Variable 2: Consumo de alimentos ultraprocesados

3.4. **Población y muestra**

3.4.1. *Descripción de la población*

La población de esta investigación estuvo compuesta por 500 estudiantes mujeres del nivel secundario del Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074 de Virú, perteneciente a la provincia de Virú, departamento de la Libertad.

3.4.2. Muestra

La investigación empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, justificado por la limitada disposición de los padres para firmar el consentimiento informado. La muestra final quedó conformada por 414 estudiantes de primero a quinto de secundaria del Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074.

3.4.3. Criterio de inclusión

La muestra estuvo integrada por estudiantes mujeres de nivel secundaria de la Institución Educativa N° 80074 María Caridad Agüero de Arrese. Para su participación, se exigió la presentación del consentimiento informado debidamente firmado por los padres o tutores, junto con el asentimiento voluntario de las menores. Asimismo, se incluyó únicamente a adolescentes que no reportaron diagnósticos previos de alteraciones físicas o mentales y que no se encontraran en periodo de gestación al momento del estudio

3.4.4. Criterio de exclusión

Se establecieron como criterios de exclusión la pertenencia al género masculino, así como a estudiantes mujeres que no cursaran el nivel secundario en el Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074. De igual modo, se descartó a quienes carecían de la autorización legal firmada por sus apoderados o del asentimiento personal para colaborar en el estudio. Finalmente, no se incluyeron adolescentes con patologías físicas o mentales autorreportadas, ni aquellas que se encontraran en periodo de gestación al momento de la recolección de datos.

3.5. Instrumentos

3.5.1. Body shape questionnaire (BSQ)

El Body Shape Questionnaire (BSQ), desarrollado por Cooper et al. (1987), tiene como

objetivo identificar la imagen corporal actitudinal en mujeres. Desde su creación, han surgido diversas adaptaciones para contextos específicos, siendo la más cercana al contexto latinoamericano la realizada por Vázquez et al. (2011).

3.5.1.1. Estructura. El BSQ adaptado por Vázquez Arévalo et al. (2011) incluye dos factores.

A. Malestar corporativo normativo. El primer factor, está conformado por 10 ítems, se refiere al malestar general con la imagen corporal actitudinal, al miedo a ganar peso y a las preocupaciones comunes observadas en la población general.

B. Malestar corporal patológico. El segundo factor, también conformado por 10 ítems, aborda las conductas perjudiciales para la salud que resultan en una insatisfacción corporal más profunda. Cada ítem presenta 6 opciones de respuesta en una escala Likert, que va desde "nunca" (puntaje 1) hasta "siempre" (puntaje 6). Se establece un punto de corte discriminatorio de 110; aquellos que obtienen este puntaje o más se consideran personas con insatisfacción corporal.

3.5.1.2. Validez y confiabilidad. El BSQ adaptado por Vázquez Arévalo et al. (2011) ya cuenta con lo siguiente.

A. Validez. La validez del BSQ adaptado por Vázquez Arévalo et al. (2011) se realizó mediante validez discriminante y predictiva. La validación se realizó en 2 grupos: el primero fue de mujeres estudiantes de 13 a 26 años (grupo control), y el segundo fue de mujeres con trastorno de la conducta alimentaria de 13 a 30 años (grupo clínico). Los resultados de la validez discriminante fue que el resultado promedio del grupo control y clínico fueron estadísticamente significativo mediante la prueba de T de student ($p < 0.05$). Mientras que, en el análisis de validez predictiva, se evidenció una buena capacidad predictiva, ya que 82.1% de los casos fueron correctamente clasificados en los grupos clínico y control, lo que sugiere que el cuestionario es efectivo para predecir a qué grupo pertenece una persona con base en sus

respuestas.

B. Confiabilidad del instrumento. La confiabilidad del cuestionario BSQ se evaluó a través de un piloto realizado con 30 adolescentes mujeres, utilizando el coeficiente alfa de Cronbach. El valor obtenido fue de 0.95, lo que indica una alta consistencia interna del instrumento, demostrando que el cuestionario es confiable para medir la insatisfacción corporal en esta población.

Tabla 1

Ficha técnica del Body Shape Questionnaire

Nombre	<i>Body Shape Questionnaire (BSQ)</i>
Creador	Creado por Cooper et al. En 1987, y adaptado a población latinoamericana por Vázquez Arévalo et al. (2011).
Año	2011 (última versión para población latinoamericana)
Lugar de aplicación	La libertad, distrito de Viru, Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074
Propósito	Evaluar la imagen corporal actitudinal
Población	Adolescentes mujeres del colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074
Tiempo estimado	15 minutos

3.5.2. Frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados

El consumo de alimentos ultraprocesados se evaluará mediante el cuestionario validado por Nuñez Fachin, S. V. (2021). Este instrumento ha sido seleccionado por su capacidad para medir el consumo de alimentos ultraprocesados en la escuela, fuera de ella y en el hogar.

3.5.2.1. Estructura. La herramienta de evaluación consta de 54 ítems distribuidos en ocho dimensiones alimentarias: bebidas azucaradas, aperitivos salados, productos de panadería, galletas, cereales y chocolates, confitería, comida rápida y misceláneos. Para la cuantificación, se emplea una escala tipo Likert que asigna valores desde 0 (Nunca) hasta 4 (Consumo diario). La interpretación del puntaje global permite estratificar el nivel de ingesta en tres rangos: bajo (19-49 puntos), moderado (50-88 puntos) y alto (89-122 puntos).

3.5.2.2. Validez y confiabilidad. A comparación del otro instrumento, este presenta lo siguiente.

A. Validez. El cuestionario se validó mediante validez por juicio de expertos en donde 3 nutricionistas calificaron el instrumento y aprobaron su aplicación.

B. Confiabilidad. La confiabilidad del cuestionario sobre alimentos ultraprocesados utilizado en este estudio se evaluó a través de un piloto realizado con 30 adolescentes mujeres. El resultado obtenido para la confiabilidad, utilizando el coeficiente alfa de Cronbach, fue de 0.8, lo que indica una buena consistencia interna del instrumento. Este valor sugiere que el cuestionario tiene una alta fiabilidad para medir de manera consistente el consumo de alimentos ultraprocesados en la población estudiada.

Tabla 2

Ficha técnica del cuestionario de consumo de alimentos ultraprocesados

Nombre	<i>Frecuencia de consumo de alimento ultraprocesados</i>
Creador	Núñez Fachin, S. V.
Año	2021
Lugar de aplicación	La libertad, distrito de Viru, Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074
Propósito	Evaluar la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados

Población	Adolescentes mujeres del nivel secundario del colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074
Tiempo estimado	15 minutos

3.6. Procedimientos

La investigación se llevó a cabo en los salones de primero a quinto de secundaria del colegio seleccionado: se obtuvieron las autorizaciones del colegio y de los padres y se coordinó con los docentes la fecha y hora de aplicación; se prepararon copias impresas del BSQ y del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados; en la sesión acordada se distribuyeron los instrumentos, brindando a los estudiantes instrucciones claras sobre el llenado, el propósito del estudio y la confidencialidad; se asignó un tiempo de 20 a 30 minutos para su resolución, empleando la técnica de entrevista; durante la aplicación se ofreció apoyo y se supervisó el proceso; al término, los cuestionarios se revisaron para corregir posibles errores u omisiones y, finalmente, se almacenaron de forma segura y se codificaron para garantizar el anonimato. La participación fue completamente voluntaria y la información se manejó con estricta confidencialidad.

3.7. Análisis de datos

El análisis se realizó con Microsoft Excel y SPSS v28. Dado que las variables fueron categóricas (consumo de alimentos ultraprocesados e imagen corporal actitudinal), no se evaluó normalidad. Se construyó una tabla de contingencia 3×4 y se contrastó la independencia entre variables mediante la prueba de chi-cuadrado de Pearson ($\alpha = 0,05$) (Martínez et al., 2014). Se aseguró la independencia de las observaciones verificando registros únicos por participante. En SPSS se comprobó que los recuentos esperados fueron adecuados; no hubo celdas con esperadas < 5 (mínimo esperado = 16,27), por lo que la interpretación del chi-cuadrado fue válida. Adicionalmente, se aplicó la prueba de chi-cuadrado de una sola muestra (bondad de ajuste) para determinar si existían diferencias significativas entre las prevalencias

de cada clasificación de imagen corporal actitudinal y de consumo de ultraprocesados respecto de proporciones teóricas (p. ej., equiprobables) o valores predefinidos ($\alpha = 0,05$).

Los resultados se presentaron en tabla de contingencia y en gráficos elaborados con Microsoft Excel (principalmente gráficos de barras) para facilitar la visualización.

3.8. Consideraciones éticas

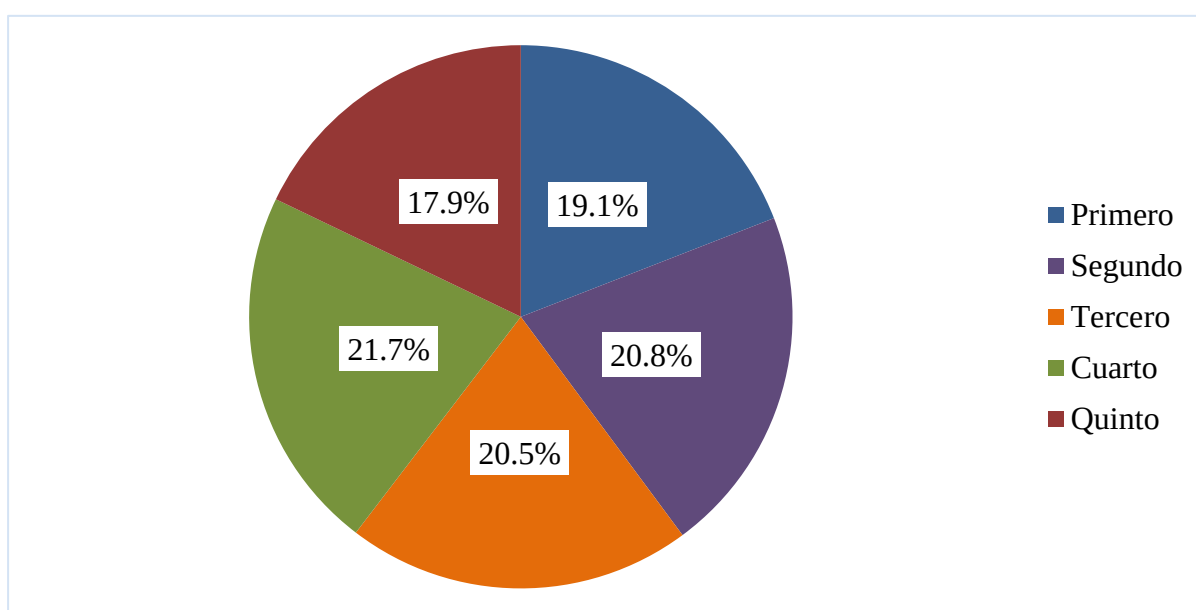
Este estudio con adolescentes se rigió por estrictos estándares éticos para garantizar su bienestar. Se obtuvo el consentimiento y asentimiento informado, asegurando la participación voluntaria y el anonimato. Bajo los principios de no maleficencia y justicia, se evitó cualquier daño y se garantizó un trato equitativo. Finalmente, la integridad de los datos y el cumplimiento de los derechos humanos fueron supervisados y avalados por un comité de ética.

IV. RESULTADOS

El estudio se llevó a cabo en una muestra de 414 adolescentes del sexo femenino, pertenecientes a un colegio de Virú-La Libertad. La recolección de datos se realizó en mayo de 2025 mediante la aplicación de cuestionarios validados y confiables para evaluar la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados.

Figura 1

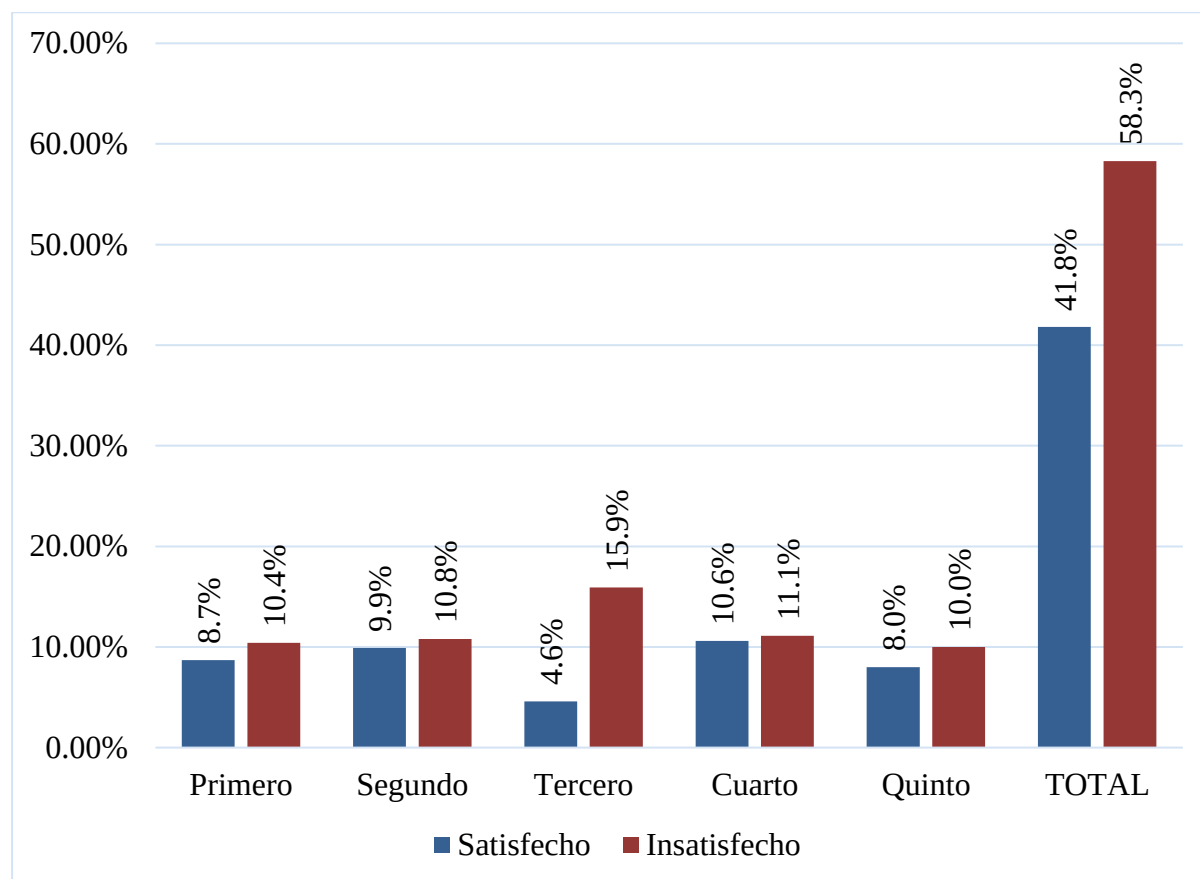
Distribución de adolescentes según grado escolar



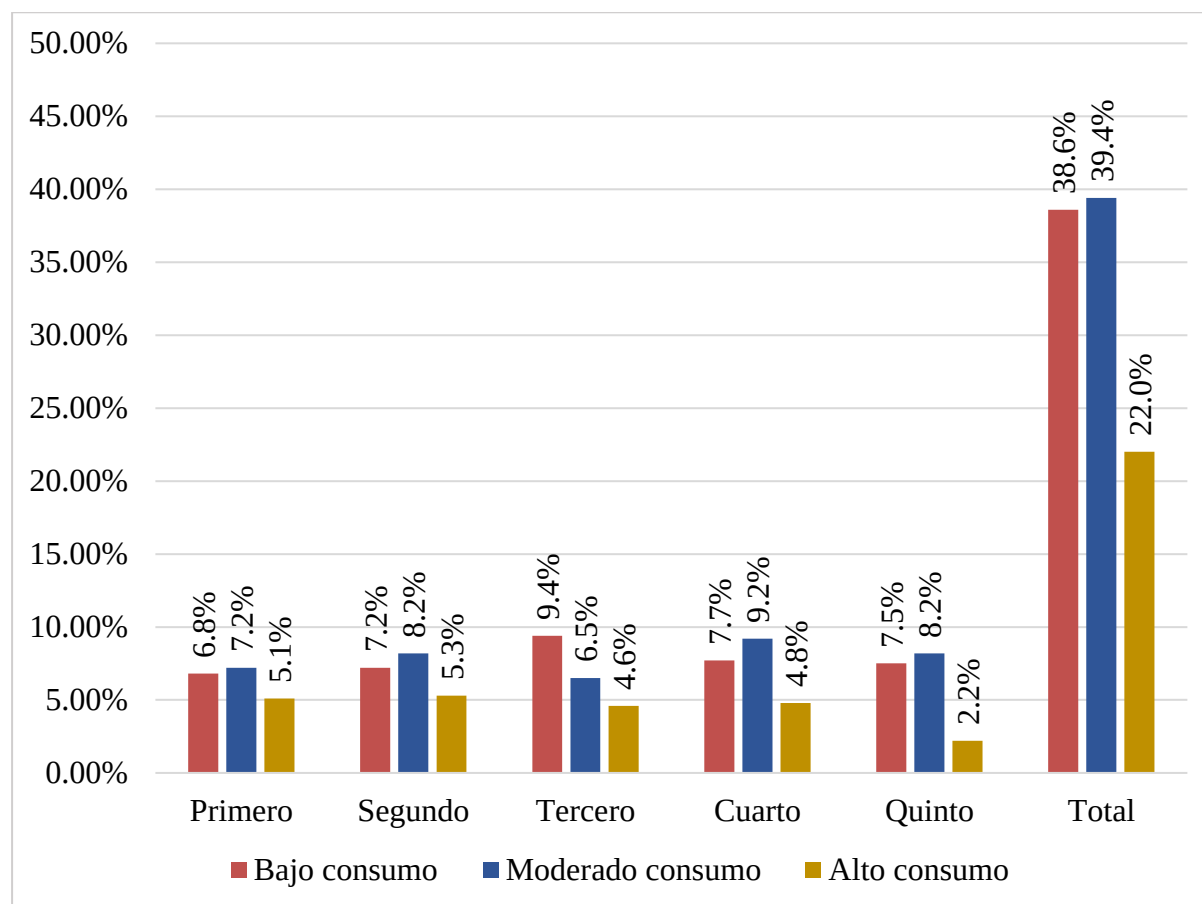
Nota. De las 414 adolescentes femenino, el 20.8% de las adolescentes perteneció al segundo grado escolar de un colegio de Virú - La Libertad. Así mismo, mediante prueba de chi cuadrado se evidenció que la cantidad de participantes de cada grado escolar no era diferente de manera significativa (Anexo I).

Figura 2

Imagen corporal actitudinal según grado de estudio



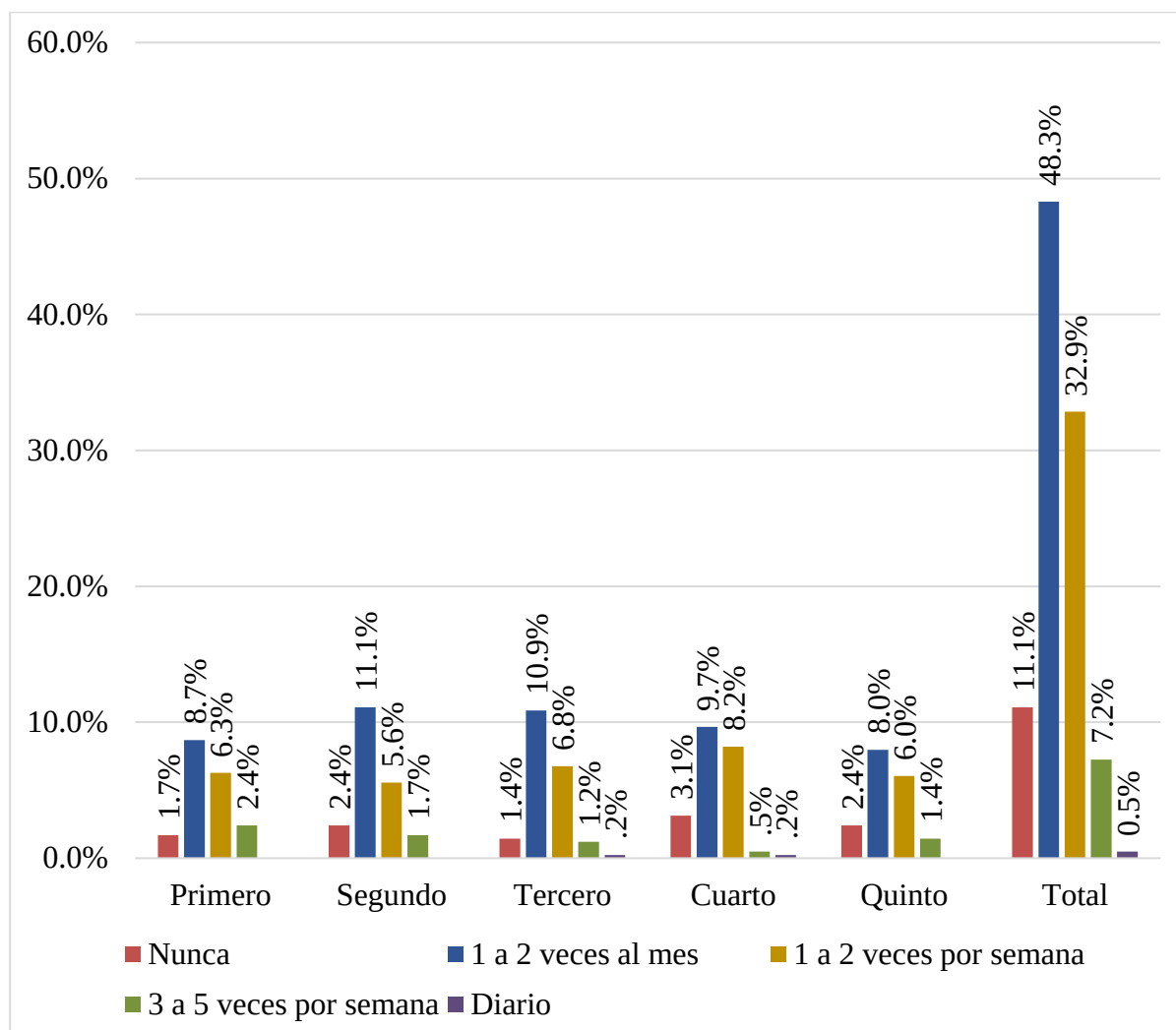
Nota. En cuanto a la percepción de la imagen corporal, se halló que el 58.2% de las adolescentes manifestó insatisfacción, mientras que solo el 41.8% reportó satisfacción. Estos resultados permiten validar las hipótesis planteadas: se acepta la H1, confirmando que existe un bajo nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal, y simultáneamente se acepta la segunda H1, que establece la existencia de un alto nivel de insatisfacción en las estudiantes del colegio de Virú, 2025.

Figura 3*Consumo de alimentos ultraprocesados*

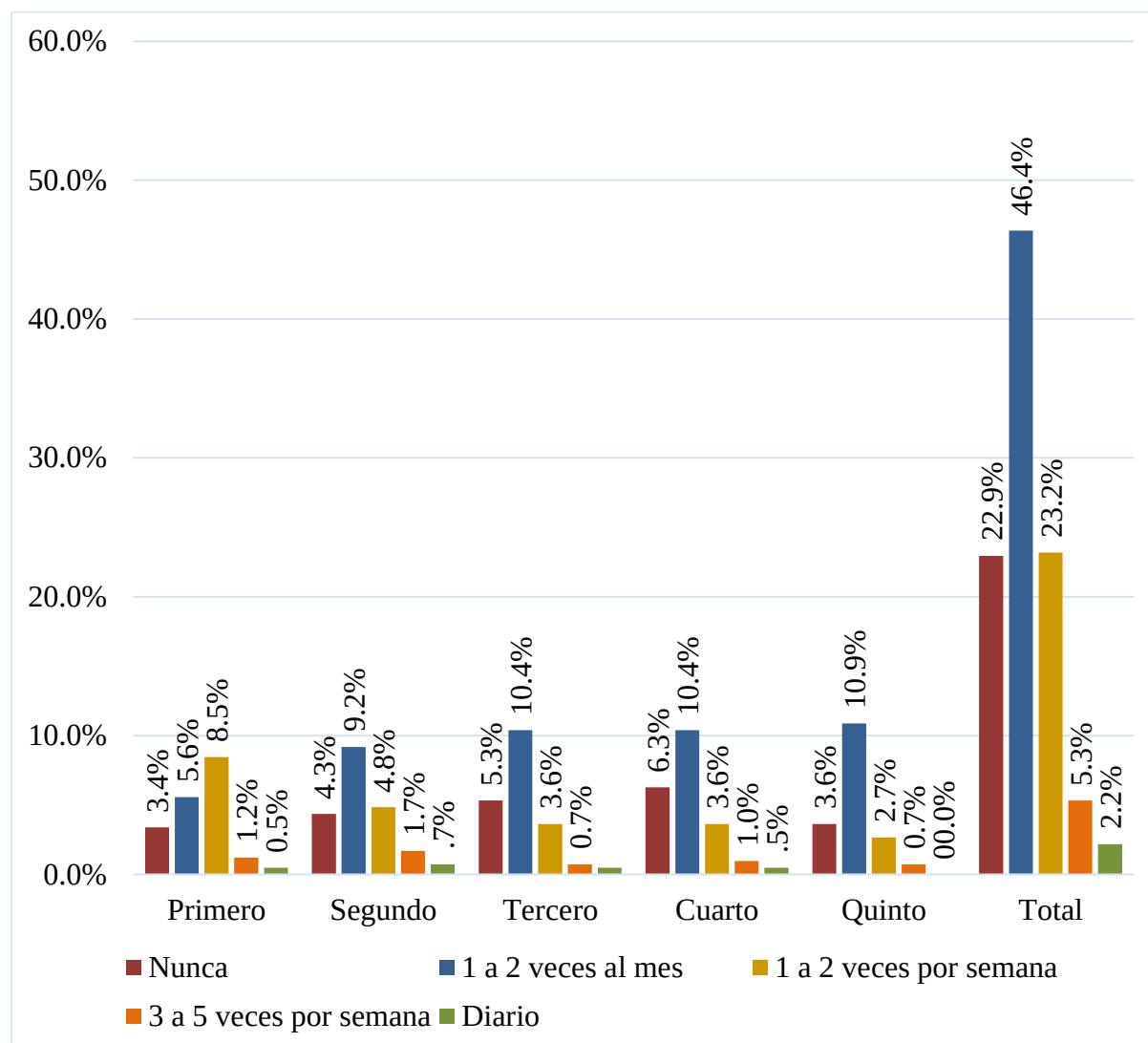
Nota. Respecto al consumo de alimentos ultraprocesados, se observó que el 39.4% de las adolescentes presenta un nivel moderado. Al contrastar estos resultados con los objetivos del estudio, se acepta la hipótesis alterna (H1), confirmando que existe un alto nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las estudiantes del colegio de Virú, 2025. De esta manera, se evidencia de forma sólida y científica que la ingesta de estos productos es una conducta prevalente en la población evaluada, lo que permite rechazar la hipótesis nula (H0).

Figura 4

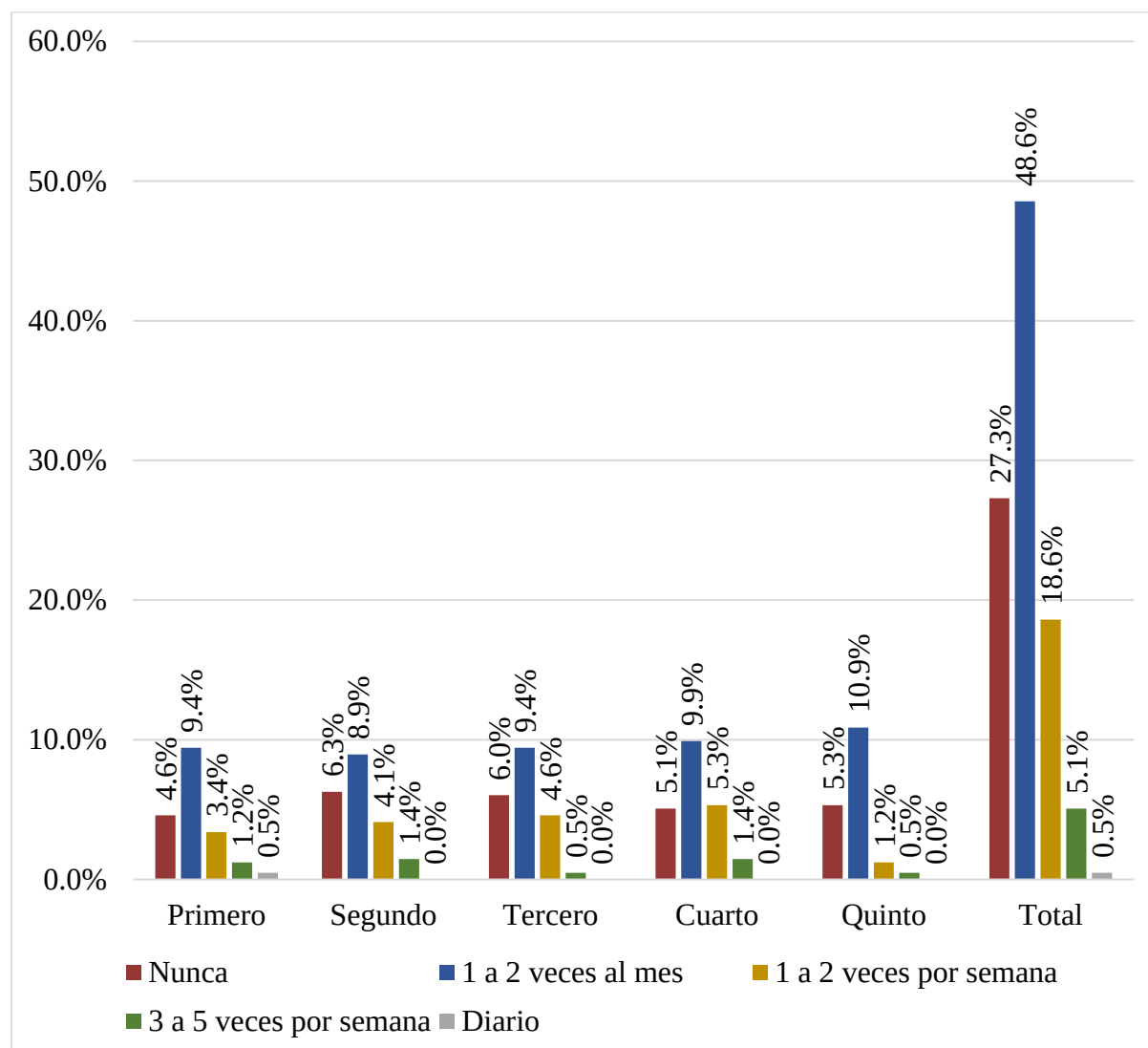
Consumo de bebidas azucaradas según grado académico



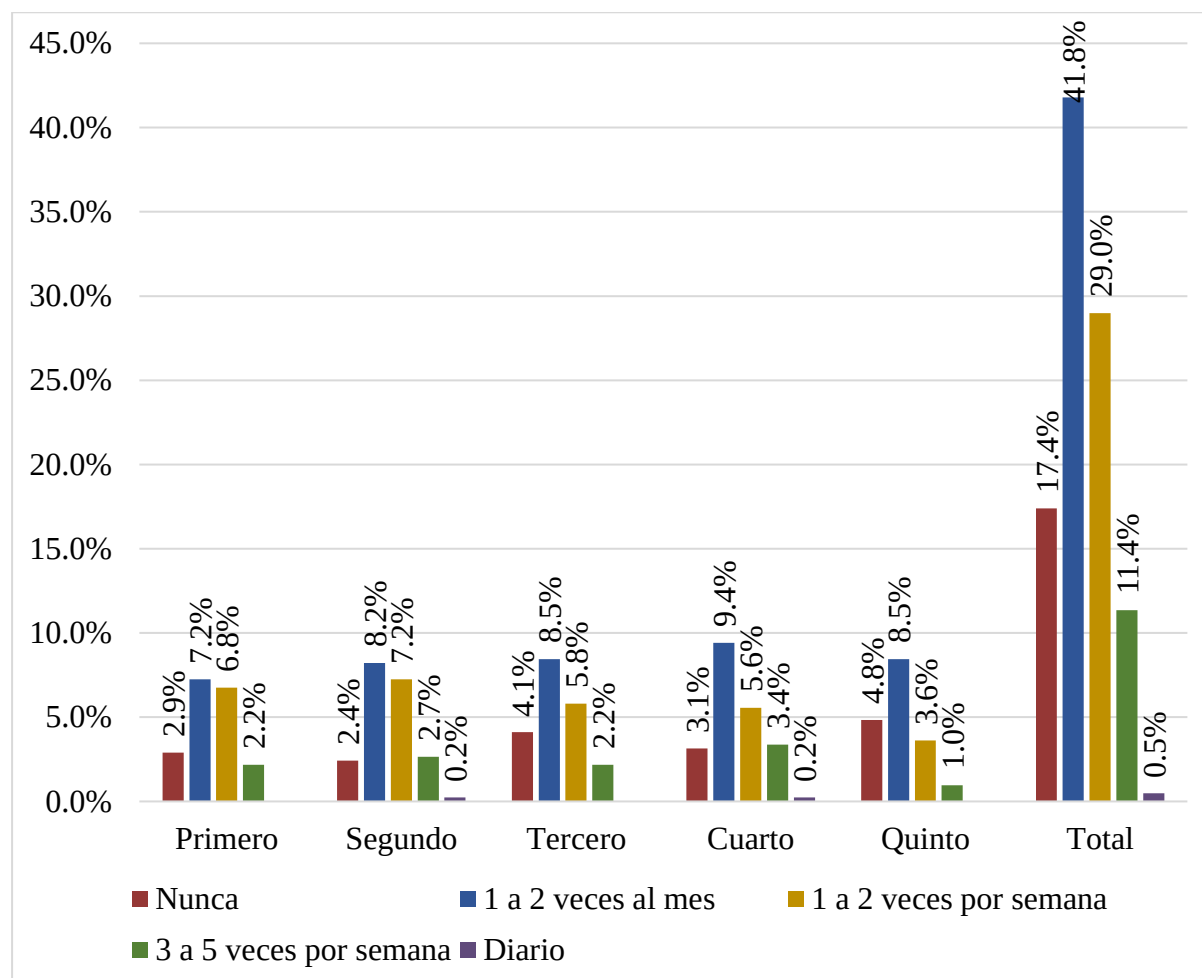
Nota. Respecto al consumo de bebidas azucaradas en la muestra femenina (n=414), predominó la frecuencia de 1 a 2 veces al mes (48.3%), seguida por el consumo de 1 a 2 veces por semana (32.9%). En menor proporción, el 11.1% manifestó no ingerir estos productos, mientras que el consumo frecuente (3 a 5 veces por semana) y diario representaron apenas el 7.2% y 0.5%, respectivamente.

Figura 5*Consumo de snack salados según grado escolar*

Nota. Respecto al consumo total de snacks salados en la muestra (n=414), se observó que el 22.9% de las adolescentes reportó no ingerir estos productos. La mayor prevalencia se concentró en el consumo ocasional: el 46.4% manifestó una frecuencia de 1 a 2 veces al mes y el 23.2% de 1 a 2 veces por semana. En contraste, las frecuencias de alta habitualidad presentaron una incidencia significativamente menor, con un 5.3% para el consumo de 3 a 5 veces por semana y solo un 2.2% de ingesta diaria.

Figura 6*Consumo de productos de panadería según grado escolar*

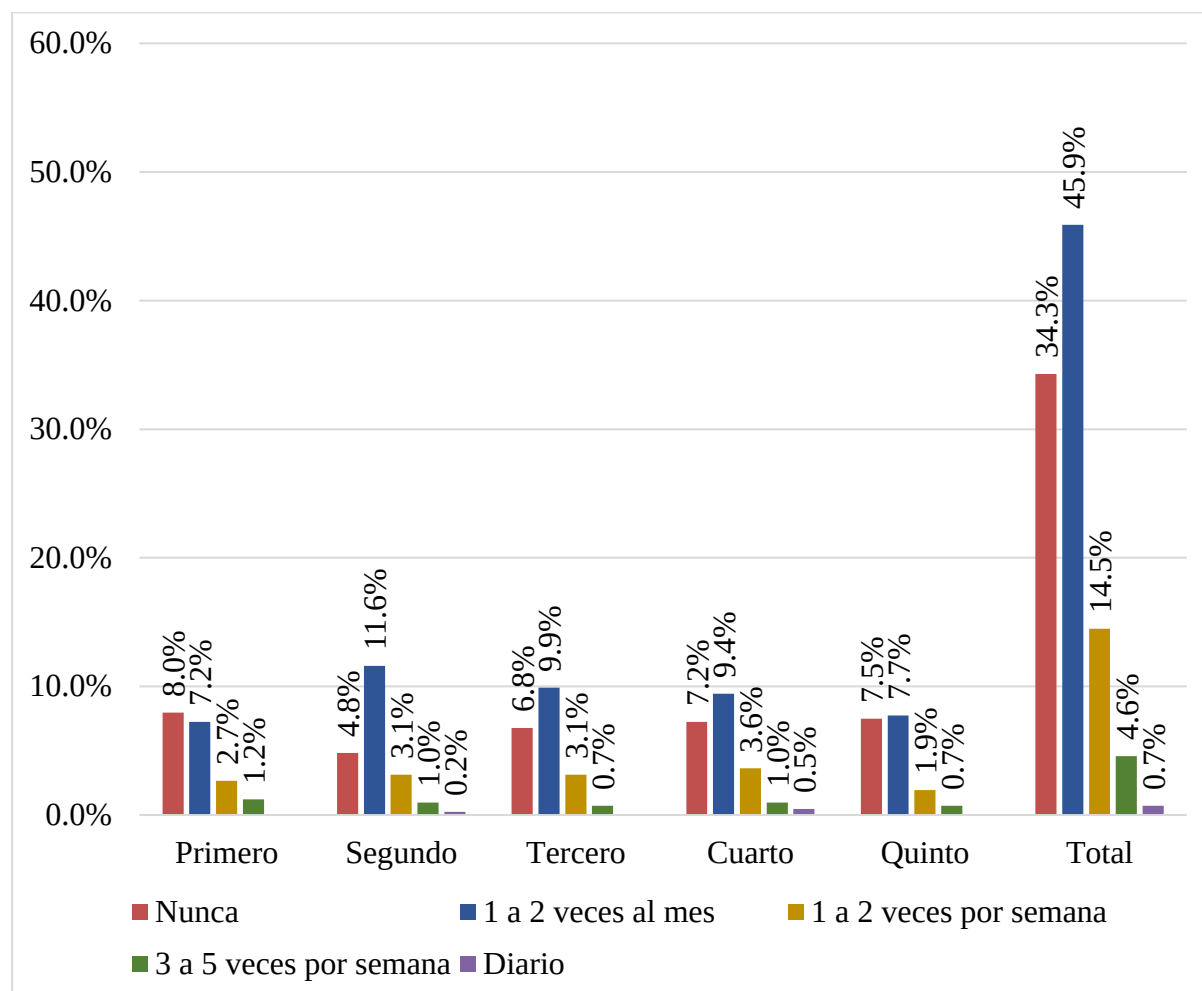
Nota. Con relación al consumo consolidado de productos de panadería en la muestra estudiada (n=414), se determinó que el 27.3% de las adolescentes manifestó no ingerir estos alimentos. La mayor concentración de la frecuencia de consumo se situó en el rango de 1 a 2 veces al mes con un 48.6%, seguido por una ingesta de 1 a 2 veces por semana reportada por el 18.6% de las participantes. Finalmente, las frecuencias de mayor habitualidad fueron mínimas, con un 5.1% para el consumo de 3 a 5 veces por semana y apenas un 0.5% para la ingesta diaria.

Figura 7*Consumo de galletas según grado escolar*

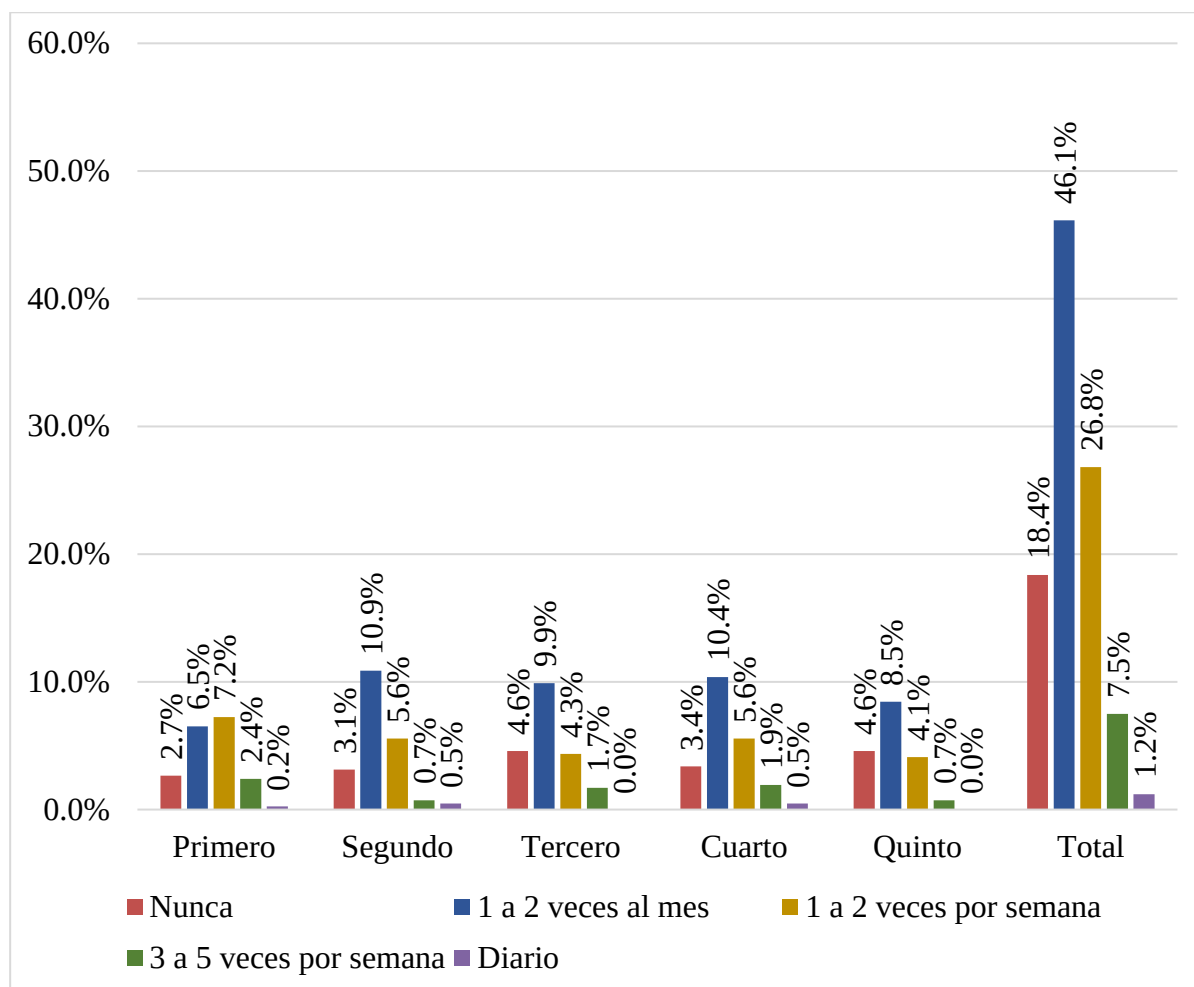
Nota. En relación con el consumo consolidado de galletas en la muestra (n=414), los resultados indican que un 17.4% de las adolescentes manifestó no consumir estos productos. La frecuencia predominante fue de 1 a 2 veces al mes con un 41.8%, seguida por el consumo de 1 a 2 veces por semana, representado por el 29.0%. Por su parte, las frecuencias de mayor habitualidad alcanzaron el 11.4% para la ingesta de 3 a 5 veces por semana, mientras que el consumo diario fue marginal, reportándose únicamente en el 0.5% de los casos.

Figura 8

Consumo de cereales azucarados y chocolates según grado escolar



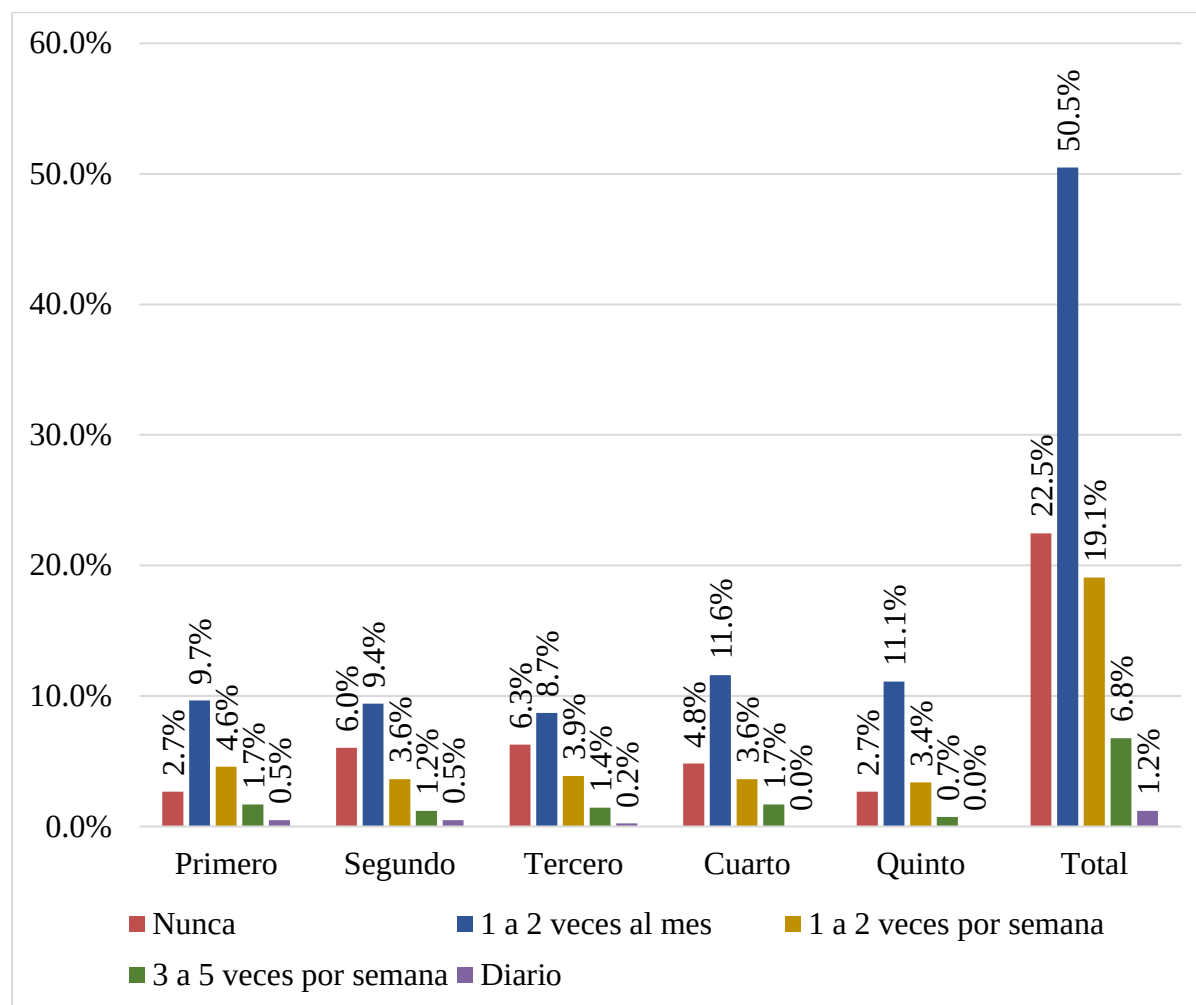
Nota. E Respecto al consumo consolidado de cereales azucarados y chocolates en la muestra evaluada (n=414), se determinó que el 34.3% de las adolescentes manifestó no ingerir estos productos. La frecuencia predominante de consumo se situó en 1 a 2 veces al mes con un 45.9%, seguida por una ingesta de 1 a 2 veces por semana reportada por el 14.5%. En contraste, las frecuencias de mayor habitualidad presentaron una incidencia mínima, con un 4.6% para el consumo de 3 a 5 veces por semana y apenas un 0.7% para la ingesta diaria.

Figura 9*Consumo de golosinas según grado académico*

Nota. En lo que respecta al consumo consolidado de golosinas en la muestra evaluada (n=414), se halló que el 18.4% de las adolescentes manifestó no ingerir estos productos. La mayor prevalencia se concentró en el consumo de 1 a 2 veces al mes con un 46.1%, seguido por una frecuencia de 1 a 2 veces por semana reportada por el 26.8%. Por otro lado, las ingestas de mayor habitualidad presentaron porcentajes menores, con un 7.5% para el consumo de 3 a 5 veces por semana y apenas un 1.2% para el consumo diario.

Figura 10

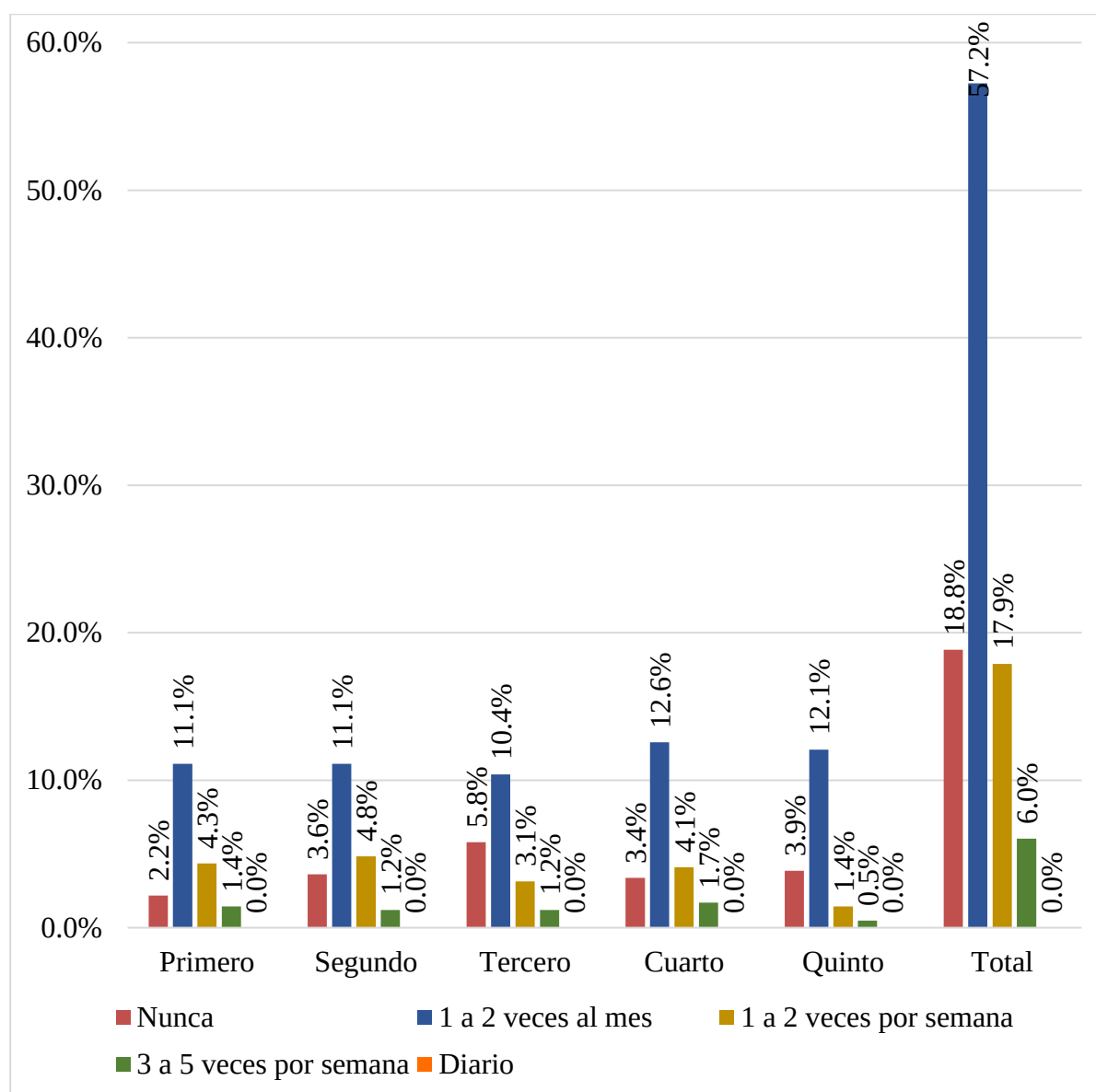
Consumo de comida rápida según grado escolar



Nota. En relación con el consumo consolidado de comida rápida en la muestra evaluada (n=414), los resultados indican que un 22.5% de las adolescentes manifestó no ingerir estos productos. La frecuencia predominante fue de 1 a 2 veces al mes con un 50.5%, seguida por el consumo de 1 a 2 veces por semana, representado por el 19.1%. Finalmente, las frecuencias de mayor habitualidad presentaron una incidencia menor, alcanzando el 6.8% para la ingesta de 3 a 5 veces por semana y apenas un 1.2% de consumo diario.

Figura 11

Consumo de alimentos ultraprocesados variados según grado escolar



Nota. Respecto al consumo consolidado de diversos alimentos ultraprocesados en la muestra evaluada (n=414), se halló que el 18.8% de las adolescentes reportó ausencia de ingesta. La frecuencia predominante se situó en el rango de 1 a 2 veces al mes con un 57.2%, seguida por una frecuencia semanal (1 a 2 veces por semana) manifestada por el 17.9%. Finalmente, el consumo de alta habitualidad (3 a 5 veces por semana) alcanzó el 6.0%, mientras que no se registraron casos de ingesta diaria (0.0%).

Tabla 3

Relación entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados

		Imagen corporal					
		Satisfecho		Insatisfecho		Total	
Ultraprocesados	Bajo Consumo	18.10%	69	21%	88	38%	157.00
	Moderado Consumo	16.70%	75	22%	91	40%	166.00
	Alto Consumo	7.00%	29	15%	62	22%	91.00
	Total	41.80%	173	58.10%	241	100,0%	414.00

Nota. Presenta el análisis bivariado entre la percepción de la imagen corporal actitudinal y el nivel de ingesta de alimentos ultraprocesados en la muestra (n=414). Se observa que la insatisfacción corporal es la condición predominante, afectando al 58.1% de las adolescentes. Al analizar el cruce de variables, se identifica que el segmento con mayor representatividad corresponde a aquellas con insatisfacción corporal y un consumo moderado de ultraprocesados (22%). Asimismo, se evidencia una tendencia inversa en el grupo de adolescentes satisfechas: su representatividad disminuye conforme aumenta el nivel de consumo, descendiendo de un 18.1% en el nivel bajo a solo un 7 % en el nivel de alto consumo.

Tabla 4

Prueba de correlación entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,279 ^a	6	,030

Nota. El valor de significancia asintótica bilateral obtenido mediante la prueba Chi-cuadrado de Pearson es de .030. Al ser este resultado inferior al nivel crítico de 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe una relación estadísticamente significativa entre la satisfacción de la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes evaluadas.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación se planteó como propósito fundamental examinar la asociación entre la imagen corporal y el patrón de consumo de alimentos ultraprocesados en una población de adolescentes de la localidad de Virú, La Libertad, durante el 2025. Los hallazgos derivados de este estudio fortalecen la evidencia científica en un área crítica de la salud pública, toda vez que la adolescencia representa un periodo de intensas transiciones biológicas, psicológicas y sociales en el que la construcción de la identidad física y los hábitos de alimentación se encuentran intrínsecamente ligados.

Los resultados de la presente investigación mostraron, mediante la prueba de chi cuadrado, que existe una relación significativa entre la imagen corporal y el consumo de ultraprocesados. Esto se explica por la elección del Body Shape Questionnaire (BSQ), un instrumento diseñado específicamente para evaluar la dimensión actitudinal de la imagen corporal. A diferencia de la dimensión perceptual, que se limita a la precisión técnica con la que un individuo estima el tamaño de su silueta, la dimensión actitudinal abarca los juicios de valor, el miedo a la ganancia de peso y el malestar emocional asociado a la figura (Pereira et al., 2024).

Esta distinción es crucial, ya que la literatura científica sugiere que la ingesta de alimentos, particularmente de productos ultraprocesados con alta densidad energética, está más vinculada a la autorregulación emocional que a la percepción visual del cuerpo. Por ejemplo, un individuo evaluado con el BSQ puede no tener una distorsión en su tamaño real (sabe cuánto mide), pero puede experimentar altos niveles de insatisfacción y ansiedad ("me siento mal con mi forma"). Esta carga afectiva negativa suele disparar el consumo de ultraprocesados como un mecanismo de compensación o "alivio" momentáneo ante el estrés que genera su autopercepción.

Este hallazgo va en la misma línea con lo reportado por Venturo (2024), Alvarez, D.

(2022) y Soto (2024), quienes evidenciaron que a mejores hábitos alimentarios correspondía menor insatisfacción corporal, coincidiendo en el uso de instrumentos que, al igual que el BSQ, priorizan la evaluación del componente cognitivo-afectivo sobre el meramente descriptivo o perceptual.

En contraste, las investigaciones que emplearon métodos pictóricos, como el test de siluetas —entre ellas las de Varillas (2024), Guillén (2023) y Carneiro et al. (2023)— no reportaron una asociación significativa entre las variables de estudio. Dicha discrepancia puede fundamentarse en las limitaciones metodológicas inherentes a las escalas de siluetas descritas por Behar et al. (2021), quienes señalan que estos instrumentos presentan dificultades para representar la complejidad de la imagen corporal, limitada validez transcultural y una capacidad restringida para evaluar los componentes cognitivos y afectivos del constructo. Las escalas de siluetas suelen presentar proporciones corporales bidimensionales y poco realistas que no logran capturar la complejidad de la figura humana. Esta limitación resulta crítica en la adolescencia, etapa caracterizada por cambios antropométricos acelerados y una autopercepción en constante transición, lo cual dificulta que el evaluado se identifique con una representación gráfica estática y esquemática.

Asimismo, estos instrumentos presentan un marcado sesgo transcultural. La mayoría de las escalas tradicionales fueron validadas bajo cánones estéticos caucásicos, cuyas proporciones y distribución de tejido adiposo no reflejan la diversidad fenotípica de las poblaciones latinoamericanas, reduciendo así la validez de apariencia para el participante. A nivel metodológico, se observa que, aunque algunas escalas ofrecen hasta 12 opciones, los adolescentes muestran una tendencia a la zona central, restringiendo su elección a solo tres o cuatro figuras. Esta concentración de datos en los valores medios genera una baja variabilidad estadística que impide detectar relaciones significativas mediante pruebas como el chi cuadrado, simplificando en exceso un constructo tan complejo como la imagen corporal.

Finalmente, es imperativo señalar que los estudios de Varillas (2024), Guillén (2023) y Carneiro et al. (2023) se centraron en la dimensión perceptual, la cual mide la precisión en la estimación del tamaño corporal. Sin embargo, este enfoque omite la carga afectiva y cognitiva del individuo. Al no capturar la insatisfacción actitudinal —que representa el motor psicológico más estrechamente vinculado a la ingesta de alimentos ultraprocesados como mecanismo de compensación emocional—, los resultados basados en siluetas tienden a ser inconsistentes o nulos frente a los obtenidos mediante escalas como el BSQ.

La evidencia internacional consignada sugiere que la interacción entre la imagen corporal y la conducta alimentaria constituye un fenómeno complejo, supeditado a la variabilidad del contexto sociocultural. Al respecto, Zarychta et al. (2020) observaron en adolescentes polacos una coexistencia de comportamientos alimentarios contrapuestos: aquellos con menor satisfacción corporal tendían a implementar dietas restrictivas, pero, simultáneamente, presentaban un mayor consumo de alimentos densamente energéticos y poco saludables. Por su parte, Mun et al. (2022) reportaron en estudiantes asiáticos que la insatisfacción con la figura corporal se asociaba con una ingesta deficitaria de calorías y nutrientes esenciales, lo cual difiere de lo hallado por Hoseini et al. (2023) en Irán, donde no se identificó una relación significativa con la calidad global de la dieta.

En conjunto, esta heterogeneidad en los hallazgos permite inferir que la insatisfacción corporal no deriva necesariamente en un patrón alimentario unívoco. Por el contrario, dichos resultados subrayan la influencia determinante de los factores culturales y los determinantes sociales en la configuración de la respuesta conductual ante el malestar corporal, lo cual justifica la necesidad de realizar análisis situados en contextos específicos como el latinoamericano.

Respecto a la primera hipótesis específica, se determinó que la insatisfacción corporal prevalece en el 58.2% de las adolescentes evaluadas, en contraste con un 41.8% que manifestó

conformidad con su imagen corporal. Estos hallazgos permiten aceptar la hipótesis alterna (H1), la cual postulaba la existencia de un alto nivel de insatisfacción en la población de estudio, y guardan una estrecha congruencia con la evidencia reportada por Soto (2024), quien identificó un 56.1% de insatisfacción, y por Alvarez, D. (2022), donde el 58% de la muestra presentó niveles de preocupación moderada o extrema por la figura. En esta misma línea, Venturo (2024) observó que una proporción significativa de la población adolescente exhibía una marcada inquietud y descontento con su dimensión actitudinal.

En el plano internacional, los estudios de Carneiro et al. (2023) y Mun et al. (2022) registraron prevalencias superiores al 70%, cifras sensiblemente más elevadas que las halladas en la presente investigación. Tales variaciones en los indicadores porcentuales podrían ser atribuidas a determinantes socioculturales específicos de cada región, así como a la heterogeneidad de los instrumentos de medición empleados, los cuales fluctúan entre la evaluación de la distorsión perceptual (precisión del tamaño) y el malestar actitudinal (juicio de valor). No obstante, la constante identificada en la literatura es que la insatisfacción corporal—entendida como el desajuste entre la imagen real y el ideal estético valorado— constituye una problemática de salud pública transversal y ampliamente extendida durante la etapa de la adolescencia.

Respecto a la segunda hipótesis específica, los resultados determinaron un predominio del consumo moderado de alimentos ultraprocesados en el 39.4% de las adolescentes, seguido de un nivel bajo en el 38.6% y un nivel alto en el 22%. Estos hallazgos llevan a rechazar la hipótesis alterna (H1), la cual planteaba la existencia de un alto nivel de consumo en la población de estudio, y sugieren que la mayoría de las adolescentes de Virú se sitúan en un rango de ingesta intermedia.

Este comportamiento alimentario guarda similitud con lo reportado por Guillén, V. (2023), quien identificó una tendencia predominante hacia el consumo bajo o moderado. No

obstante, las cifras difieren de lo señalado por Varillas (2024), cuya investigación evidenció un predominio del bajo consumo, y de lo expuesto por Soto (2024), donde más de la mitad de las participantes presentó hábitos inadecuados con una ingesta elevada de productos procesados.

En el ámbito internacional, Carneiro et al. (2023) observaron que el patrón de ingesta fluctuaba según la naturaleza de la insatisfacción corporal: mientras que las adolescentes insatisfechas por déficit de peso recurrían con mayor frecuencia a productos ultraprocesados, aquellas con insatisfacción por exceso de peso mostraban una mayor inclinación hacia alimentos naturales. Tales contrastes indican que, aunque no se alcanzó un nivel "alto" de consumo de forma mayoritaria en esta muestra, la prevalencia del consumo moderado refleja fidedignamente el impacto del entorno obesogénico. La disponibilidad constante y la publicidad de comestibles industriales en la cotidianidad escolar de Virú condicionan las decisiones alimentarias, consolidando un patrón de consumo que, si bien es moderado, representa un riesgo latente para la salud metabólica de las adolescentes.

En síntesis, los hallazgos de la presente investigación permiten aceptar la hipótesis general (H1), al demostrarse, mediante la prueba de chi cuadrado, una relación estadísticamente significativa entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados. Es imperativo precisar que dicho análisis estadístico confirma la asociación entre ambas variables, sugiriendo que el comportamiento alimentario no es independiente de la autopercepción corporal en las adolescentes evaluadas. Este hallazgo es coherente con la literatura que evalúa la dimensión actitudinal, donde la insatisfacción corporal se presenta como un factor vinculado a la elección de productos hiperpalatables.

Respecto a las hipótesis específicas, los datos permitieron aceptar la primera hipótesis específica (H1), debido a que se identificó un nivel de insatisfacción corporal del 58.2%, cifra que representa a la mayoría de la muestra. Por el contrario, los resultados condujeron al rechazo de la segunda hipótesis específica (H1) y a la consecuente aceptación de su hipótesis nula (H₀);

esto se debe a que el consumo de ultraprocesados no alcanzó un nivel "alto" de forma predominante, situándose mayoritariamente en un nivel moderado (39.4%).

A pesar de que el consumo no se categorizó como "alto" en su mayoría, la asociación encontrada mediante el chi cuadrado resalta que la insatisfacción corporal y la ingesta de ultraprocesados coexisten de manera significativa en el entorno escolar de Virú. Estos resultados subrayan la importancia de abordar la salud integral desde una perspectiva que considere tanto los aspectos psicológicos de la imagen corporal actitudinal como los patrones de consumo alimentario, dado que ambos elementos se encuentran relacionados y condicionan el bienestar de la población adolescente.

VI. CONCLUSIONES

- Se concluye que existe relación estadísticamente significativa entre la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de Virú ($p < 0.05$). Esta asociación evidencia que la dimensión actitudinal de la imagen corporal, conformada por factores afectivos y cognitivos, se encuentra vinculada a la selección de productos industriales en la población escolar de Virú.
- Se concluye que existe un bajo nivel de satisfacción de la imagen corporal en las adolescentes de un colegio de Virú, 2025. Debido a que el 58.2% de la muestra manifestó insatisfacción frente a un 41.8% de conformidad, se deniega la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), confirmando una marcada preocupación y malestar con la figura corporal en la mayoría de las evaluadas.
- Se concluye que predomina una marcada insatisfacción corporal en las adolescentes evaluadas, alcanzando una prevalencia del 58.2%, lo cual supera significativamente al porcentaje de quienes manifestaron conformidad con su imagen física (41.8%). Este hallazgo evidencia que el descontento actitudinal respecto a la figura constituye una problemática recurrente en esta etapa del desarrollo, resaltando la necesidad de considerar la autopercepción como un factor determinante en el bienestar y la salud integral de la población escolar de Virú.
- Se concluye que el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de Virú se distribuye predominantemente en un nivel moderado (39.4%), seguido del nivel bajo (38.6%) y, en menor proporción, el nivel alto (22.0%). La prevalencia de este consumo moderado evidencia una exposición constante a productos de baja densidad nutricional que, al coexistir con la insatisfacción corporal identificada, determina un perfil de riesgo nutricional en la población de estudio.

VII. RECOMENDACIONES

- Al Ministerio de Salud (MINSA) y al Ministerio de Educación (MINEDU), promover la articulación multisectorial para fortalecer los programas de alimentación saludable en la etapa adolescente, integrando campañas preventivas sobre los riesgos de los productos ultraprocesados y su impacto en la insatisfacción corporal. Se recomienda incorporar contenidos específicos sobre nutrición, autopercepción y bienestar emocional en el currículo nacional (áreas de Tutoría y Ciencia y Tecnología), además de garantizar la implementación de módulos de consejería psico nutricional en los centros de salud y programas escolares. Asimismo, es imperativo asegurar la gestión de "Kioscos Saludables" bajo supervisión directa de las UGEL, restringiendo estrictamente la oferta de productos ultraprocesados dentro y en las inmediaciones de las instituciones educativas.
- A los Gobiernos Regionales y Municipales, regular, mediante ordenanzas locales, la comercialización de alimentos ultraprocesados en el perímetro de las instituciones educativas, priorizando la disponibilidad de frutas, insumos frescos y agua segura. De igual manera, se sugiere fomentar ferias escolares de alimentación saludable y mercados de productores locales, impulsando el consumo de alimentos propios de la región y fortaleciendo la identidad alimentaria en coordinación con las asociaciones de padres de familia.
- A las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), el Sector Alimentario y Medios de Comunicación, consolidar una alianza estratégica para el diseño de intervenciones comunitarias integrales que vinculen la educación alimentaria con el fortalecimiento de la autoestima, priorizando zonas rurales y urbano-marginales. En este marco, se insta a la empresa privada a la reformulación de productos para la reducción crítica de nutrientes asociados al riesgo (azúcares, grasas y sodio) bajo los lineamientos de la OMS/OPS. Paralelamente, se exhorta a los medios y plataformas digitales a desarrollar una publicidad

responsable que evite estereotipos inalcanzables y colabore con líderes de opinión juveniles para difundir mensajes positivos sobre la imagen corporal y hábitos de vida saludables.

- A la Institución Educativa María Caridad Agüero de Arrese y comunidades educativas: Fortalecer la gestión interna y la vigilancia de las políticas de alimentación saludable, garantizando que el entorno escolar actúe como un espacio protector. Se recomienda institucionalizar jornadas periódicas de orientación para padres y estudiantes sobre los riesgos de los ultraprocesados, así como articular con el equipo de psicología y nutrición escolar un protocolo de acompañamiento preventivo que fomente una construcción saludable y resiliente de la imagen corporal en las estudiantes.

VIII. REFERENCIAS

- Afshin, A., Sur, P. J., Fay, K. A., Cornaby, L., Ferrara, G., Salama, J. S., Mullany, E. C., Abate, K. H., Abbafati, C., Abebe, Z., Afarideh, M., Aggarwal, A., Agrawal, S., Akinyemiju, T., Alahdab, F., Bacha, U., Bachman, V. F., Badali, H., Badawi, A., ... Murray, C. J. L. (2019). Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: A systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The Lancet*, 393(10184), 1958–1972. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30041-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30041-8)
- Alvarez, D. (2022). *Relación entre la autopercepción de la imagen corporal y hábitos alimentarios en las adolescentes de una institución educativa particular de Lima, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/6337>
- Behar, R., Arancibia, M., & Gaete, M. I. (2021). Instrumentos de evaluación de la imagen corporal en población Hispano Latino Americana (Siluetas). *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 11(1), 90–107. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2020.1.610>
- Carneiro, J. R., Confortin, S. C., de Almeida Fonseca Viola, P. C., & da Silva, A. A. M. (2023). Is there an association between food consumption according to the degree of processing and body image (dis)satisfaction in adolescents? *Nutrients*, 15(9), 2102. <https://doi.org/10.3390/nu15092102>
- Chapado, M., & Weiner, C. (2022). *Consumo de alimentos ultraprocesados en la alimentación de los adolescentes que concurren al Instituto General Don José de San Martín, EEMPI 8069, Santa Fe, y a la Escuela Privada N.º 6 La Salle de Paraná* [Tesis de pregrado, Universidad de Concepción del Uruguay]. Repositorio Institucional UCU. <http://repositorio.ucu.edu.ar/xmlui/handle/522/545>
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. (1987). The development and

- validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485–494. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198707\)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O)
- Dicken, S. J., & Batterham, R. L. (2024). Ultra-processed food and obesity: What is the evidence? *Current Nutrition Reports*, 13(1), 23–38. <https://doi.org/10.1007/s13668-024-00517-z>
- Dicken, S. J., Qamar, S., & Batterham, R. L. (2023). Who consumes ultra-processed food? A systematic review of sociodemographic determinants of ultra-processed food consumption from nationally representative samples. *Nutrition Research Reviews*, 37(2), 416–456. <https://doi.org/10.1017/S0954422423000240>
- Gratão, L. H. A., da Silva, T. P. R., Rocha, L. L., Jardim, M. Z., de Oliveira, T. R. P. R., de Freitas Cunha, C., & Mendes, L. L. (2024). Common mental disorders in Brazilian adolescents: Association with school characteristics, consumption of ultra-processed foods and waist-to-height ratio. *Cadernos de Saúde Pública*, 40(4), e00068423. <https://doi.org/10.1590/0102-311XEN068423>
- Guillén, V. (2023). *Autopercepción de la imagen corporal y consumo de alimentos ultraprocesados en adolescentes de una institución educativa pública, Lima, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/20865>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández, I., & Torres, P. (2022). *Percepción de la imagen corporal, calidad de la dieta e IMC en adolescentes de una escuela privada de San Pedro Cholula, Puebla, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas Puebla]. Repositorio Institucional UDLAP. https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lef/hernandez_diaz_i

- Hock, K., Vanderlee, L., White, C. M., & Hammond, D. (2025). Body weight perceptions among youth from 6 countries and associations with social media use: Findings from the International Food Policy Study. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 125(1), 24–41.e7. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2024.06.223>
- Hoseini, F. S., Djazayeri, A., & Movahedi, A. (2023). The relationship between food cravings and body image with healthy eating index in adolescent girls. *Nutrition*, 111, 112037. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2023.112037>
- Hosseini, S. A., & Padhy, R. K. (2023). *Body image distortion*. En *StatPearls*. StatPearls Publishing. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK546582/>
- Instituto Nacional de Salud. (2023, 17 de marzo). *Estado nutricional en adultos de 18 a 59 años, Perú: 2017–2018*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4527291/Informe%20Tecnico-%20Estado%20nutricional%20en%20adultos%20de%2018%20a%2059%20a%C3%B1os%20CVIANEV%202017-2018G6aBA.pdf>
- Martínez, G., Sánchez-Villegas, A., Toledo, E., & Faulin, J. (2014). *Bioestadística amigable* (3.^a ed.). GEA Consultoría Editorial, S. L.
- Martini, D., Godos, J., Bonaccio, M., Vitaglione, P., & Grosso, G. (2021). Ultra-processed foods and nutritional dietary profile: A meta-analysis of nationally representative samples. *Nutrients*, 13(10), 3390. <https://doi.org/10.3390/nu13103390>
- Mescoloto, S. B., Pongiluppi, G., & Domene, S. M. Á. (2024). Ultra-processed food consumption and children and adolescents' health. *Jornal de Pediatria*, 100(Suppl. 1), S18–S30. <https://doi.org/10.1016/j.jpmed.2023.09.006>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2025). *Seguimiento de la ejecución presupuestal (Consulta amigable)*. https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100944&lang=es-ES&view=article&id=504

- Monteiro, C. A., Cannon, G., Levy, R. B., Moubarac, J.-C., Jaime, P. C., Martins, A. P. B., Canella, D. S., Louzada, M. L. C., & Parra, D. C. (2016). NOVA. The star shines bright. *World Nutrition*, 7(1–3), 28–38. <https://worldnutritionjournal.org/wn/article/view/5>
- Monteiro, C. A., Cannon, G., Levy, R. B., Moubarac, J.-C., Louzada, M. L. C., Rauber, F., Khandpur, N., Cediel, G., Neri, D. A., Martinez-Steele, E., Baraldi, L. G., & Jaime, P. C. (2019). Ultra-processed foods: What they are and how to identify them. *Public Health Nutrition*, 22(5), 936–941. <https://doi.org/10.1017/S1368980018003762>
- Monteiro, C. A., Cannon, G., Moubarac, J.-C., Levy, R. B., Louzada, M. L. C., & Jaime, P. C. (2018). The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification and the trouble with ultra-processing. *Public Health Nutrition*, 21(1), 5–17. <https://doi.org/10.1017/S1368980017000234>
- Mun, C. L. S., Rajikan, R., & Yahya, H. M. (2022). Body image perception and its association with food intake among undergraduate students in Kuala Lumpur, Malaysia. *Makara Journal of Health Research*, 26(2). <https://doi.org/10.7454/msk.v26i2.1354>
- Núñez Fachin, S. V. (2021). *Consumo de productos ultra procesados y estado nutricional en escolares de una institución educativa pública de Lurigancho, Chosica-2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. Repositorio Institucional UNE. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/6164>
- Oliveira, N., de Oliveira Coelho, G. M., Cabral, M. C., Bezerra, F. F., Faerstein, E., & Canella, D. S. (2019). Association of body image (dis)satisfaction and perception with food consumption according to the NOVA classification: Pró-Saúde Study. *Appetite*, 144, 104464. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104464>
- Organización Panamericana de la Salud. (2019, 12 de octubre). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: Ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones normativas* [Informe institucional].

<https://iris.paho.org/server/api/core/bitstreams/5f1e83e3-6633-443c-8995-efe477e766ef/content>

Pacheco, D. (2024, 1 de junio). Se estima que más del 10 % de los adolescentes peruanos tienen anorexia y bulimia. *Diario Oficial El Peruano*. <https://elperuano.pe/noticia/244752-se-estima-que-mas-del-10-de-los-adolescentes-peruanos-tienen-anorexia-y-bulimia>

Pereira, T., Mocellin, M. C., & Curioni, C. (2024). Association between ultra-processed food consumption, eating disorders, food addiction and body image: A systematic review. *BMJ Open*, 14(12), e091223. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2024-091223>

Prophecy Market Insights. (2023). *Eating disorder therapy market: Market trends, analysis, and forecast till 2029*. https://www.prophecymarketinsights.com/market_insight/global-eating-disorder-therapy-market-4640

Rodgers, R. F., Levine, K., Campos, P., & de Carvalho, P. H. B. (2023). Body image as a global mental health concern. *Cambridge Prisms: Global Mental Health*, 10, e9. <https://doi.org/10.1017/gmh.2023.2>

Soto, S. (2024). *Hábitos alimentarios y percepción de la imagen corporal en adolescentes de una institución educativa, San Martín de Porres, Lima, 2024* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/f5d8982e-d56a-49e3-b3c8-7b9be0a131ef/content>

Varillas, A. (2024). *Consumo de alimentos ultraprocesados, percepción de la imagen corporal y estado nutricional en estudiantes de una institución educativa, Ancón, Lima, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/71fb1397-461b-4f9c-be22-7c7e553a4661/content>

- Vázquez Arévalo, R., Galán Julio, J., López Aguilar, X., Álvarez Rayón, G. L., Mancilla Díaz, J. M., Caballero Romo, A., & Unikel Santoncini, C. (2011). Validez del Body Shape Questionnaire (BSQ) en mujeres mexicanas. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 2(1), 42–52. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2011.1.173>
- Velásquez, V. (2020). *Consumo de alimentos y bebidas ultraprocesados en adultos durante el periodo de cuarentena por la pandemia de COVID-19, Lima, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46364/Velasquez_CV-SD.pdf
- Venturo, L. (2024). *Hábitos alimentarios y autopercepción de la imagen corporal en adolescentes del colegio Clorinda Matto de Turner, Lima, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <https://repositorio.unfv.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e72fbaa9-07af-4bb4-9967-945b666eb6fe/content>
- Zarychta, K., Chan, C. K. Y., Kruk, M., & Łuszczynska, A. (2020). Body satisfaction and body weight in under- and healthy-weight adolescents: Mediating effects of restrictive dieting, healthy and unhealthy food intake. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 25(1), 41–50. <https://doi.org/10.1007/s40519-018-0496-z>
- Zeferino, B. M., Villegas, E. A. G., Martínez, L. J., Sámano, R., González, H. M., Pico, D. L. M. T., & Rea, V. J. L. (2021). Factores asociados a la distorsión de la imagen corporal en mujeres adolescentes. *RESPYN Revista de Salud Pública y Nutrición*, 20(1), 12–19. <https://doi.org/10.29105/respyn20.1-2>

IX. ANEXOS

Anexo A. Matriz de consistencia

Título: IMAGEN CORPORAL ACTITUDINAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS EN LAS ADOLESCENTES DE UN COLEGIO DE VIRÚ-LA LIBERTAD, 2025					
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensión	Metodología
¿Cuál es la relación entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de productos alimentarios ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú- La Libertad, 2025?	Determinar la relación entre la imagen corporal actitudinal y consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.	H1: Si existe relación significativa entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025. H0: No existe relación significativa entre la imagen corporal actitudinal y el consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.	Imagen corporal actitudinal Consumo de alimentos ultraprocesados		1. Enfoque de la investigación: Cuantitativo 2. Diseño: Observacional 3. Tipo de diseño: Transversal 4. Alcance de la investigación: Correlacional 5. Población: Alumnas del nivel secundario del Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable 1	Dimensión	
¿Cuál es el nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025?	Identificar el nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.	H ₁ : Si existe un bajo nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025. H ₀ : No existe un bajo nivel de satisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.	Imagen corporal actitudinal	Forma corporal	6. Muestra: 414 estudiantes mujeres del nivel secundario del Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074. 7. Técnicas: Entrevista Encuesta 8. Instrumento: Body Shape Questionary Frecuencia de consumo

¿Cuál es el nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025?	Identificar el nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.	H₂: Si existe un alto nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025. H₀: No existe un alto nivel de insatisfacción de la imagen corporal actitudinal en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.			de alimentos ultraprocesados 9. Materiales: Hojas, lapiceros, folder, lápiz
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable 2	Dimensión	
¿Cuál es el nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025?	Identificar el nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.	H₃: Si existe un alto nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025. H₀: No existe un alto nivel de consumo de alimentos ultraprocesados en las adolescentes de un colegio de Virú - La Libertad, 2025.	Consumo de alimentos ultraprocesados	snacks, dulces, bollería y postres industriales, cereales y barras energéticas, helados, productos para untar o agregar al pan, platos y comidas de preparación rápida, y bebidas ultraprocesados	

Anexo B. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	TIPO DE VARIABLE	ESCALA DE MEDICIÓN
Imagen corporal actitudinal	Se define como el componente afectivo, evaluativo y cognitivo que refleja el juicio de valor y el grado de satisfacción o insatisfacción que un individuo experimenta respecto a su propia apariencia física.	La imagen corporal actitudinal se evaluará a través del Body Shape Questionnaire.	Forma corporal (actitudinal)	Cualitativa	Nominal
Consumo de alimentos ultraprocesados	Productos industriales elaborados mediante procesos complejos que implican el uso de ingredientes que rara vez se encuentran en la cocina convencional.	El consumo de alimentos ultraprocesados se medirá utilizando un cuestionario que evalúa la frecuencia con la que se consumen estos alimentos.	Frecuencia de consumo de Snacks Frecuencia de consumo de dulces, Frecuencia de consumo de bollería y postres industriales, Frecuencia de consumo de cereales y barras energéticas, Frecuencia de consumo de helados, Frecuencia de consumo de productos para untar o agregar al pan, Frecuencia de consumo de platos y comidas de preparación rápida, Frecuencia de consumo de bebidas ultraprocesados.	Cualitativa	Nominal

Anexo C. Presupuesto de investigación

RUBRO/PARTIDA	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
Honorarios	Mes	6	2500	S/15,000
Internet	Mes	5	90	S/450
Viático de transporte	Unidad	5	20	S/100
Viático de alimentación	Mes	6	800	S/2,400
Electricidad	Mes	6	60	S/360
Asesoría	Unidad	1	420	S/420
Materiales de escritorio	Unidad	1	400	s/ 400
SUBTOTAL				S/19,130
IMPREVISTOS				S/200.00
TOTAL				S/19,330

Anexo E. Body Shape Questionnaire (BSQ)

Nº	Preguntas	Nunca (1)	Raramente (2)	Alguna vez (3)	A menudo (4)	Muy a menudo (5)	Siempre (6)
MALESTAR CORPORATIVO NORMATIVO							
1	¿Te has preocupado tanto por tu figura que has pensado que tendrías que ponerte a dieta?						
2	¿Has tenido miedo de engordar?						
3	¿Te ha preocupado que tu carne no sea lo suficientemente firme?						
4	Sentirte llena (después de una gran comida) ¿te ha hecho fijarte en tu figura?						
5	¿Estar con chicas delgadas te ha hecho fijarte en tu figura?						
6	Al fijarte en la figura de otras chicas ¿la has comparado con la tuya desfavorablemente?						
7	Comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías, ¿te ha hecho sentir gorda?						
8	¿Te has sentido más a gusto con tu figura cuando tu estómago está vacío (por ejemplo, por la mañana)?						
9	¿Te ha preocupado que otra gente vea llantitas alrededor de tu cintura o estómago?						

10	La preocupación por tu figura, ¿te ha hecho pensar que deberías hacer ejercicio?						
MALESTAR CORPORATIVO PATOLÓGICO							
11	¿Te has sentido tan mal con tu figura que has llegado a llorar?						
12	El hecho de comer poca comida, ¿te ha hecho sentir gorda?						
13	Pensar en tu figura, ¿ha interferido en tu capacidad de concentración (cuando miras la TV, lees o mantienes una conversación)?						
14	¿Has evitado llevar ropa que marque tu figura?						
15	¿Te has imaginado cortando partes gruesas de tu cuerpo?						
16	¿Has evitado ir a eventos sociales (por ejemplo, una fiesta) porque te has sentido mal con tu figura?						
17	¿Te has sentido excesivamente gorda o redondeada?						
18	¿Has vomitado para sentirte más delgada?						
19	Cuando estás con otras personas ¿te ha preocupado ocupar demasiado espacio (por ejemplo, sentándote en un sofá o en el autobús)?						
20	¿Has tomado laxantes para sentirte más delgada?						

Anexo F. Cuestionario consumo de alimentos ultraprocesados

PRODUCTO	DIARIO	3 A 5 V/S	1 A 2 V/S	1 A 2 V/M	CASI NUNCA/NUCA
Bebidas azucaradas					
Gaseosa					
Néctar de frutas (pulp, frugos, watts)					
Zumos de fruta (aquarius, tampico, cifrut, frutaris)					
Bebidas energizantes (sporde, gatorade, volt, pawerade)					
Bebidas a base de leche (milo, leche chocolatada, nesquik, chicolac, leche sabor a vainilla, fresco, activena)					
Bebidas de té (free tea, leaf tea, vida ice tea)					
Yogurt industrializado					
Snacks salados					
Cuates					
Maní salado					
Papas Lay's					
Doritos					
Chifles					
Chizitos					
Piqueo snax					
Cheese tris					
Productos de panadería					
Tortas					
Queques					
Alfajores					
Pie, tartaletas, conos rellenos con manjar					
Churros, bombitas					
Yuquitas, picarones					
Galletas					
Galletas con relleno (casino, rellenitas, glasitas, gretel, oreo, coronitas, frac)					
Galletas sabor a chocolate, naranja y coco (Tentación, Chomp, marquesitas)					
Galletas sabor a vainilla (galleta animalito, galleta vainilla, margarita)					
Galletas saladas (Ritz, krap, club social, soda, doré, choco donuts)					
Galletas bañadas en chocolate (Morocha, choco soda, chocobum, picaras, caritas)					
Doña pepa					

Wafer (cua cua, Nik, tuyo, casino wafer, wazú)					
Cereales y chocolates					
Cereales de desayuno					
Cereales inflados					
Cereales en barra (cereal bar, cereales en barra quaker)					
Chocolates con relleno (Besos de moza, bon o bon, chocotejas)					
Chocolates (sublime, princesa, vizzio, triángulo D'onofrio)					
Golosinas					
Caramelos					
Sólidos: caramelos sabor a frutas, toffee, halls, tic tac, full, mentitas					
Masticables: frutas, full masticrunch, mentitas masticrunch, next					
Caramelos líquidos o en polvo					
Chicles					
Gomitas					
Chupetines					
Marshmallows					
Comida rápida					
Pizza					
Hamburguesas					
Salchipapa					
Papa frita					
Pollo broaster					
Panchos					
Nuggets					
Sopas instantáneas					
Misceláneos					
Helados					
Margarina y mantequilla					
Jamonada					
Mermelada					
Mayonesa					
Mostaza					
Ketchup					

Anexo G: Confiabilidad del Body Shape Questionnaire**Estadísticos de fiabilidad**

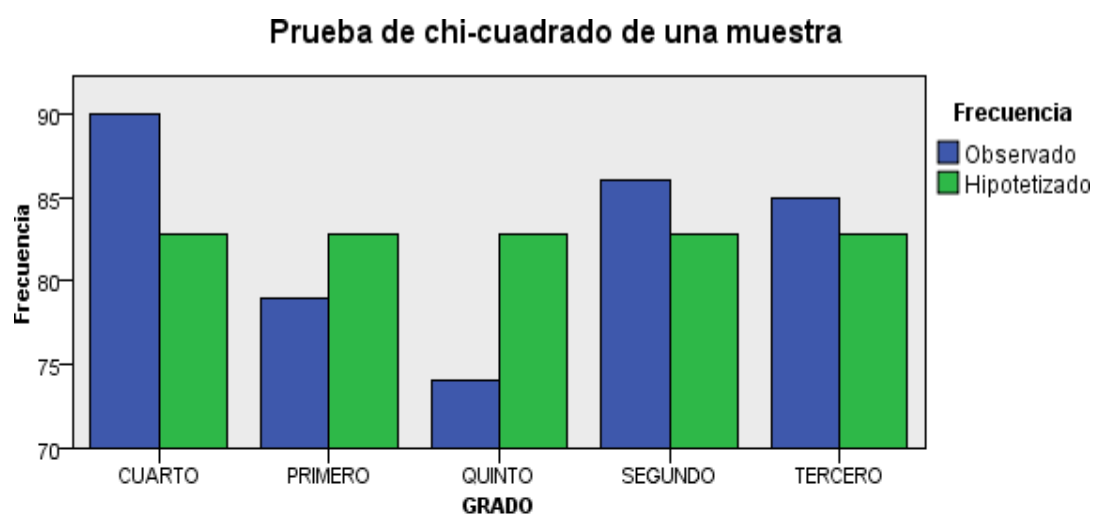
Alfa de Cronbach	N de elementos
,95	20

Anexo H: Confiabilidad del cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,945	50

Anexo I: Prueba de chi cuadrado Grado escolar



N total	414
Probar estadística	1,918
Grados de libertad	4
Sig. asintótica (prueba de dos caras)	,751

1. Hay 0 casillas (0%) con valores esperados menores que 5. El valor mínimo esperado es 82,800.

Anexo J: Formato de consentimiento informado**CONSENTIMIENTO INFORMADO****Propósito:**

El objetivo de la investigación es entender la relación entre la imagen corporal y el consumo de alimentos ultraprocesados.

Participación:

La investigación comienza con una entrevista para conocer la percepción emocional de los participantes sobre su imagen corporal y sus hábitos alimentarios.

Riesgo:

El estudio no presenta riesgos para los participantes.

Beneficios:

Al finalizar, los participantes recibirán una sesión educativa sobre la importancia de una dieta equilibrada y su impacto en la imagen corporal.

Costo:

La participación es completamente gratuita.

Confidencialidad:

Toda la información será confidencial. Se asignará un número a cada participante, garantizando el anonimato durante el análisis y la presentación de los resultados.

Requisitos:

Ser estudiante adolescente mujer de primer a quinto grado de secundaria del Colegio María Caridad Agüero de Arrese N° 80074.

Declaración Voluntaria:

Al ser informado(a) sobre los detalles del estudio, comprendo los beneficios, la confidencialidad y la libertad de dejar de participar en cualquier momento sin repercusiones, y doy mi consentimiento para que mi hija participe.

**SATISFACCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS
ULTRAPROCESADOS EN LAS ADOLESCENTES DE UN COLEGIO DE VIRÚ-LA
LIBERTAD, 2025**

Apellido y nombre de apoderado:

Firma del apoderado:

DNI del apoderado:

Fecha: / /2025

Dirección:

Fecha de Nacimiento del menor:

/ /