



FACULTAD DE MEDICINA “HIPOLITO UNANUE”

USO DE TIKTOK Y HÁBITOS ALIMENTARIOS EN ADOLESCENTES DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA MÁRTIR DANIEL ALCIDES CARRIÓN, SAN JUAN
DE LURIGANCHO, LIMA - PERÚ, 2024

Línea de investigación:
Salud pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora

Matute Santa Cruz, Ana Karina

Asesora

Maguiña Concha, Ana Elizabeth

ORCID: 0000-0001-7029-3652

Jurado

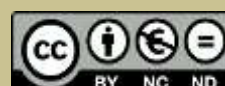
Gallardo Vallejo, Duber Odilon

Marquez Rodriguez, Carmen Rosa

Ponce Castillo, Diana Antonia

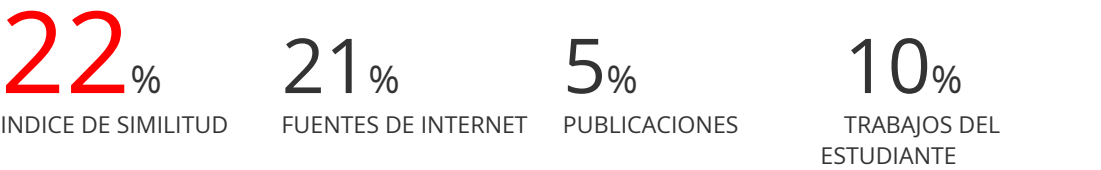
Lima - Perú

2025



USO DE TIKTOK Y HÁBITOS ALIMENTARIOS EN ADOLESCENTES
DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA MÁRTIR DANIEL ALCIDES
CARRIÓN, SAN JUAN DE LURIGANCHO, LIMA - PERÚ, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unfv.edu.pe	3%
	Fuente de Internet	
2	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal	3%
	Trabajo del estudiante	
3	repositorio.ucv.edu.pe	3%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.unfv.edu.pe:8080	1%
	Fuente de Internet	
5	hdl.handle.net	1%
	Fuente de Internet	
6	repositorio.upla.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
7	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga	1%
	Trabajo del estudiante	
8	discovertrends.org	1%
	Fuente de Internet	
9	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru	<1%
	Trabajo del estudiante	
10	repositorio.unemi.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	



Universidad Nacional
Federico Villarreal



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

USO DE TIKTOK Y HÁBITOS ALIMENTARIOS EN ADOLESCENTES DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA MÁRTIR DANIEL ALCIDES CARRIÓN, SAN JUAN DE
LURIGANCHO, LIMA - PERÚ, 2024

Línea de investigación:

Salud Pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Nutrición

Autora:

Matute Santa Cruz, Ana Karina

Asesora:

Maguiña Concha, Ana Elizabeth

ORCID: 0000-0001-7029-3652

Jurado:

Gallardo Vallejo, Duber Odilon

Marquez Rodriguez, Carmen Rosa

Ponce Castillo, Diana Antonia

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

A mi Dios, Jehová, por haberme concedido, a través de su Espíritu Santo, un espíritu de valentía, poder, amor y autodisciplina (2 Timoteo 1:7). Fue gracias a estas fortalezas que pude perseverar hasta la culminación de esta tesis.

A mi padre, Germán Matute David, por ser un ejemplo de responsabilidad y esfuerzo diario al enseñarme y fomentar en mí el valor de la educación desde temprana edad.

A mi madre, Nila Santa Cruz Loayza, por animarme a perseverar en el camino de la fe verdadera, siendo para mí un gran ejemplo de excelencia e integridad en la vida diaria.

Agradecimiento

A las autoridades, al personal y a los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión quienes me brindaron su apoyo durante el desarrollo de la presente investigación.

A mis revisores, la Mg. Rocío Vásquez Rojas y el Dr. Oscar Aquino Vivanco, por su valioso aporte académico a esta investigación.

Al Mg. Wilmer Medina Neyra, por su apoyo en el proceso estadístico.

A mi asesora, la Mg. Ana Maguiña Concha, por la orientación brindada en la culminación de esta tesis.

A mi amiga y colega, la Lic. Rosalía Gutiérrez Martínez, cuya motivación y retroalimentación fueron pilares para alcanzar este logro.

ÍNDICE

RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Descripción y formulación del problema	11
1.2 Antecedentes.....	4
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 Objetivo general.....	10
1.3.2 Objetivos específicos	10
1.4 Justificación	10
1.5 Hipótesis	12
II. MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación	13
III. MÉTODO	22
3.1 Tipo de investigación.....	22
3.2 Ámbito temporal y espacial	22
3.3 Variables	22
3.4 Población y muestra.....	23
3.5 Instrumentos	24
3.6 Procedimientos	25
3.7 Análisis de datos	25

3.8 Consideraciones éticas.....	27
IV. RESULTADOS.....	28
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	42
VI. CONCLUSIONES.....	46
VII. RECOMENDACIONES	47
VIII. REFERENCIAS	48
IX. ANEXOS.....	60
9.1 Anexo A: Matriz de consistencia.....	60
9.2 Anexo B: Operacionalización de variables	61
9.3 Anexo C: Diseño de instrumento, cuestionarios sobre el uso de la red social TikTok y hábitos alimentarios.	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características socio-demográficas de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	28
Tabla 2 Tiempo de uso de la red social TikTok en los adolescentes participantes del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	30
Tabla 3 Valoración sobre contenidos alimentarios en TikTok de los participantes del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	31
Tabla 4 Frecuencia de consumo diario de videos sobre alimentación saludable en TikTok de los participantes del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	31
Tabla 5 Influencia de recomendaciones alimentarias brindadas por tiktokers, nutricionistas y deportistas famosos de la red social TikTok en los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	32
Tabla 6 Impacto del contenido alimentario de la red social TikTok en los hábitos alimentarios de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	33
Tabla 7 Recomendaciones alimentarias de TikTok aplicadas en los últimos 6 meses en los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	34

Tabla 8 Hábitos alimentarios de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	35
Tabla 9 Componentes principales extraídos y varianza explicada mediante técnica PCA.....	37
Tabla 10 Análisis de componentes principales de hábitos del consumo de alimentos e influencia socio-familiar de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	38
Tabla 11 Correlación entre los puntajes del uso de la red social TikTok y los hábitos alimentarios de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Promedio de tiempo dedicado a TikTok desde 2019	15
Figura 2 Distribución según sexo de los estudiantes del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	29
Figura 3 Participantes según grado del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.....	29

RESUMEN

Objetivo: Determinar la relación que existe entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho - 2024. **Método:** Estudio observacional, prospectivo, transversal, con muestreo por conveniencia. Participaron 113 adolescentes de 12 a 17 años. **Resultados:** Se identificaron tres patrones alimentarios que correlacionan estadísticamente significativa con el uso de TikTok. Se observó una correlación negativa significativa entre el tiempo de uso de TikTok y la regularidad en el consumo de las comidas principales ($\rho = 0.001$); asimismo, una correlación positiva significativa entre el tiempo de uso de TikTok y el consumo de frituras, así como con hábitos familiares no saludables ($\rho = 0.016$). Por último, se evidenció una correlación positiva significativa entre el contenido de TikTok que mejora hábitos alimentarios y la preferencia por alimentos en tendencia, los hábitos familiares no saludables durante el fin de semana y la ingesta de agua recomienda ($\rho = 0.011$). **Conclusión:** Un menor tiempo de uso de TikTok se asoció con una mayor regularidad en el consumo de los tiempos de las comidas principales. En contraste, un mayor tiempo de uso se relacionó con hábitos alimentarios inadecuados. Además, el contenido sobre alimentación en TikTok se vinculó con la preferencia por alimentos en tendencia y con hábitos familiares no saludables. Se concluyó que existe una relación estadísticamente significativa entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios de los adolescentes encuestados.

Palabras clave: educación alimentaria y nutricional, conducta alimentaria, red social, adolescente

ABSTRACT

Objective: To determine the relationship between TikTok use and eating habits in adolescents at the Mártir Daniel Alcides Carrión Educational Institution, San Juan de Lurigancho - 2024.

Method: Observational, prospective, cross-sectional study, with convenience sampling. 113

adolescents aged 12 to 17 years participated. **Results:** Three dietary patterns were identified that correlate significantly with TikTok usage. A significant negative correlation was observed

between the time of TikTok use and the regularity of consumption of main meals ($\rho = 0.001$);

likewise, a significant positive correlation was observed between the time of TikTok use and the consumption of fried foods, as well as with unhealthy family habits ($\rho = 0.016$). Finally, a

significant positive correlation was found between TikTok content that improves eating habits

and preference for trendy foods, unhealthy family habits during the weekend, and

recommended water intake ($\rho = 0.011$). **Conclusion:** Shorter TikTok usage time was associated

with more regular main meal times. However, longer usage time was related to poor eating

habits. Furthermore, food content on TikTok was linked to preference for trendy foods and

unhealthy family habits. It was concluded that there is a statistically significant relationship

between TikTok use and the eating habits of the adolescents surveyed.

Key words: food and nutrition education, feeding behavior, social networking, adolescent

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción y formulación del problema

1.1.1 Descripción del problema

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) entre los adolescentes ha ido en aumento en los últimos años posteriores a la pandemia. Esto ha evidenciado que la población dedique mayor tiempo en el uso de dispositivos electrónicos, generando que el contacto físico y/o social no represente un impedimento para acceder a información de interés. Dentro de este amplio grupo de tecnologías encontramos a las redes sociales, que, sin lugar a duda son las que lideran el medio digital y las han generado una relación inseparable entre los usuarios y los múltiples contenidos en línea.

Todo este alcance que las TIC han otorgado a las redes sociales han llegado a contribuir tanto a la recepción desmedida de información, lo cual puede generar beneficios, como efectos adversos. Según Álvarez (2024), las TIC han facilitado el acceso rápido y sencillo a una gran cantidad de información disponible en internet. Por su parte, Madrigal (2015) señaló que las TIC han contribuido a la integración de diversas formas de comunicación facilitando su difusión a la sociedad.

Jordán et al. (2024) señalaron que una de estas redes sociales es TikTok, una plataforma de origen chino cuyo renombre ha ido en aumento a nivel mundial. Ferreira dos Santos (2022) explicó que tal crecimiento incontenible se desarrolló en paralelo a la pandemia, surgida a finales del 2019 en el que predominaron medidas de cuidado epidemiológico (aislamiento y distanciamiento social). Asimismo, Hendrikse y Limniou (2024) resaltaron que TikTok es la red social más popular entre los usuarios jóvenes a nivel mundial.

Según Amórtegui (2022), “Las personas pasan ocho veces más tiempo en la aplicación,

y más del 20 % de los usuarios de internet la usan” (párr. 65). De igual forma Qustodio (2024), refirió que la media mundial de tiempo de uso que emplean los menores de edad es de 112 minutos diarios, es decir 1 hora y 52 minutos al día.

Asimismo, señaló que en Europa, Reino Unido presenta el mayor uso de la red social TikTok entre los adolescentes, llegando a 127 minutos diarios. En el continente americano, Estados Unidos lidera en tiempo de uso, alcanzando un promedio de 120 minutos diarios. A nivel latinoamericano, México ocupa el primer lugar, registrando también el mismo tiempo, 2 horas al día.

Esto significa que la influencia de una red social es de gran alcance y temas vinculados con la alimentación, nutrición o bienestar forman parte del contenido en dichas plataformas, actualmente. Winzer et al. (2022) afirmaron que las redes sociales moldean el comportamiento alimentario en la adolescencia mediante la presión de grupo. Según Prybutok et al. (2024) señalaron que las redes sociales pueden influenciar tanto en los hábitos como en las preferencias alimentarias y su relación con la nutrición.

Rivas et al. (2021) describieron que la adolescencia es una etapa crítica donde los cambios pueden generar hábitos poco saludables que comprometen la vida de estas personas produciendo consecuencias de riesgo en la nutrición por la falta de conocimiento. Ello sumado a las prácticas de dietas no supervisadas, uso de suplementos no prescritos, automedicación entre otros pueden generar enfermedades crónicas no transmisibles poniendo en riesgo su salud. (Robledo de Dios et al., 2023). Por ello, es necesario garantizar la salud integral en esta etapa, impulsando la prevención de la malnutrición. Esto se logra promocionando buenos hábitos alimentarios, a través de una ingesta de todos los grupos de alimentos, a fin de asegurar una buena calidad de vida para los adolescentes.

Troncoso et al. (2022) indicaron que a nivel mundial, los adolescentes suelen tener ciertas preferencias alimentarias hacia los alimentos de alta densidad energética y pobres en

nutrientes. Según Echazarreta (2025) señaló que más de la mitad de los adolescentes ingieren comida rápida al menos una vez por semana, coincidiendo con el aumento en paralelo de la tasa de sobrepeso y obesidad. Ferré y Espinosa (2021) revelaron que en un primer momento la publicidad (mayoría de bebidas no saludables) modifica los conocimientos sobre alimentación del adolescente para luego dar, muy posiblemente, a la elección de sus preferencias alimentarias, para luego influenciar en sus compras directas o a través de sus cuidadores. Por ende se ha observado que parte de la población adolescente no está cumpliendo con las recomendaciones de alimentación saludable.

En la región de Latinoamérica y el Caribe, se describió que la dieta en los jóvenes se ha caracterizado por un consumo bajo de frutas y verduras y como preferencia optan por la ingesta de refrescos carbonatados y comida rápida. Incluso en América Latina existe presencia de deficiencias en el consumo de micronutrientes. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], 2025)

En el ámbito nacional, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024), en la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar, se evidenció un consumo bajo de verduras en preparación de ensalada con un promedio de 3,3 días a la semana, mientras que las frutas en su presentación de enteras o en trozos, el promedio de consumo fue de 4,3 días a la semana. De igual manera, el promedio de consumo de porciones de fruta fue de 1,9 porciones diarias. Por último, la encuesta señaló que a nivel nacional el 8,9 % de personas, incluidos los adolescentes, consumieron al menos cinco porciones de frutas y/o ensalada de verduras llegando a cubrir lo sugerido en la guías alimentarias. Esto demostró que la frecuencia de consumo de este grupo aún es variable y no sostenible.

Por esta razón, la presente investigación busca establecer la relación entre uso de Tiktok y los hábitos alimentarios en adolescentes en una Institución Educativa.

1.1.2 Formulación del problema

1.1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho – Lima, Perú, 2024?

1.1.2.2 Problema específicos

¿Cuál es el tiempo promedio de uso de TikTok en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho - Lima, Perú, 2024?

¿Cuál es el contenido alimentario de TikTok que practican los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho - Lima, Perú, 2024?

¿Cómo son los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024?

1.2 Antecedentes

1.2.1 Antecedentes internacionales

Lozano y Murillo (2025), en su investigación de pregrado, titulada: “Publicidad de alimentos en redes sociales y su relación en las conductas alimentarias de los adolescentes de la unidad educativa Ricaurte, Cantón Urdaneta en el periodo octubre 2024 – mayo 2025”, tuvo como objetivo analizar cómo la publicidad en Facebook, Instagram y TikTok influye en los hábitos alimenticios de los adolescentes relacionados con los comportamientos de salud y nutrición. En cuanto a su metodología se destacó un diseño observacional y transversal. Se estudió una población de 235 adolescentes ecuatorianos. Los resultados evidenciaron que el 36.60 % usa con mayor frecuencia las redes sociales, 4 horas al día. Y que el TikTok es la segunda red más utilizada, 31.91 %. Además, el impacto de la publicidad en los patrones de consumo se reflejó en la afinidad por el consumo de comidas rápidas, 46.81 %, y se reveló que

el 63.40% de escolares adoptaron dietas o planes de comidas atribuidos a los influencers. Se concluyó que las redes sociales afectan negativamente las conductas alimentarias de los adolescentes.

Irazú (2022), en su tesis de pregrado, titulada: “Impacto percibido del uso de redes sociales virtuales en hábitos alimentarios de adolescentes de CABA, en 2022”, tuvo como objetivo describir el impacto percibido del uso de redes sociales en los hábitos alimentarios en adolescentes de 10 a 19 años. En cuanto a su metodología se destacó un diseño descriptivo transversal. Se estudió una población 125 escolares argentinos, obteniendo entre los resultados que el 86% de la población presentaron interés por perfiles relacionados a la alimentación, porque les interesa comer o porque buscan recetas, pero solo el 62% de esta población puso en práctica la información recibida de las cuentas de las redes sociales. Además, la tercera red social más preferida es TikTok con un 26%. La mitad de la población creyó que tal vez cambió su alimentación por ver estas cuentas o perfiles relacionadas a la alimentación y la nutrición. El 67% sí le importó que quien dirija una cuenta sea un profesional de la salud. En conclusión la manera de impactar evidenció ser positiva en un 93% para el grupo de adolescentes.

Barrera (2022), en su tesis de postgrado, titulada: “Influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14-17 años de un colegio de la ciudad de Milagro, 2022”, tuvo como objetivo evaluar la influencia entre las variables del estudio. En cuanto a su metodología se destacó por ser cuantitativo, descriptivo, transversal y correlacional con diseño no experimental. Se estudió una población de 277 estudiantes ecuatorianos, obteniendo entre los resultados que TikTok es la red social con mayor frecuencia de uso, 52 %. La frecuencia de búsqueda de información sobre alimentación, el 65 % lo busca “a veces”. El 35% obtiene información sobre alimentación de un nutricionista en redes sociales. Además acuden a contenido de influencers quienes promueven consumo de alimentos desequilibrados. Sobre la frecuencia de consumo de alimentos, el 36 % consumió frutas 1 vez

a la semana, verduras 2 a 3 veces por semana, 45%, diariamente cereales, 52% . Se concluyó que las plataformas digitales influyen significativamente en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes.

Jaramillo (2022), en su tesis de postgrado, titulada: “Influencia de las redes sociales sobre la ingesta alimentaria de los adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa San Miguel de los Bancos, 2022”, tuvo como objetivo analizar la influencia de las redes sociales sobre la ingesta dietética de los adolescentes ecuatorianos. En cuanto a su metodología se destacó por ser no experimental de corte transversal, mixto cualitativo – cuantitativo. Se estudió una población de 115 estudiantes entre 15 a 18 años, obteniendo como resultados que el 34.8 % visitó con mayor frecuencia TikTok como red social para obtener información sobre alimentación y que casi nunca aplican la información sobre alimentación de las redes sociales, 48.7 %. Además, el 50.4 % de información que han visto principalmente sobre alimentación vino de un nutricionista. En su frecuencia de consumo de alimentos, el 31.3 % ingirieron frutas diariamente, un 38.6 % consume verduras 4 a 5 veces por semana, derivados lácteos, 2 a 3 veces por semana, 40 %. Cereales, diariamente en 29.6%. Y, el 35.7 % consumió alimentos preparados fuera de casa, 1 vez por semana. Se concluyó que hay una relación positiva entre variables, donde la alimentación es inadecuada.

Paguay y Rea (2022) en su tesis de pregrado, titulada: “Estrategias de educación nutricional a través de redes sociales, dirigidas a adolescentesyou de 12 a 14 años de la Unidad Educativa Marco Salas Yépez”, tuvo como objetivo proponer estrategias de educación nutricional a través de redes sociales dirigidas a adolescentes en el periodo académico 2021 – 2022. En cuanto a su metodología se destacó el uso del paradigma positivista con enfoque cuantitativo, investigación de campo y no experimental transversal. Se estudió una población de 60 escolares ecuatorianos, obteniendo entre los resultados que TikTok es la segunda red social más utilizada para buscar información sobre alimentación en un 33.3%. Sobre sus

preferencias alimentarias, la comida que más ingirieron diariamente en un 95% fue el almuerzo. Solo 16.7% consumió 8 vasos al día, el 43.3% y el 41.7% consumió frutas y verduras respectivamente, siendo mínima, ambos 3 días a la semana. El 40% ingirió derivados lácteos, también 3 veces a la semana y el 66.7% consumió 1 vez a la semana frituras o comidas. El 91.7% afirmó que las redes sí influyeron en su relación con sus patrones alimentarios.

Elkin (2021) en su trabajo final de pregrado, titulado: “Estado nutricional, exposición a las pantallas, publicidad de alimentos y hábitos alimentarios en los adolescentes del partido de Navarro, provincia de Buenos Aires”, tuvo como objetivo evaluar el estado nutricional, exposición a las pantallas, publicidades de alimentos y hábitos alimentarios en los adolescentes de 14 a 17. En cuanto a su metodología se destacó un diseño cuantitativo, descriptivo, observacional y transversal. Se estudió una población de 122 adolescentes argentinos, obteniendo entre los resultados que el 86.9% usaron las redes sociales como medio de comunicación y que el 66.1 % recordaron la publicidad sobre productos ultraprocesados. Sobre hábitos alimentarios el 80 % consumió 4 comidas principales al día, siendo la cena la más consumida en un 96.7 %. Y, que a nivel de alimentos el mayor consumo al 96.7 % fue de los derivados lácteos, seguido de las frutas en un 30.3 %. Además que 1 vez a la semana se ingirieron comidas rápidas/frituras en un 53.30%.

Buitrón (2020) en su tesis de pregrado titulada: “Influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias entre 15 – 18 años de la unidad educativa San Vicente de Paúl”, tuvo como objetivo establecer la influencia que tienen las redes sociales en las elecciones alimentarias. En cuanto a su metodología se destacó un estudio descriptivo, cuantitativo y de corte transversal. Se estudió una población de 105 escolares ecuatorianos, obteniendo entre los resultados que el tiempo de uso en redes sociales fue de una a dos horas diarias, el 64% no realizaron búsqueda de información alimentaria y el 70% de ellos no aplicaron esa información encontrada. Sobre la frecuencia de consumo el 37.01% consumieron postres de 1 a 3 veces por

mes, referente a la comida rápida los adolescentes se inclinaron por las hamburguesas en un 62%. El 78.02% consumieron snacks dulces y salados y el 87.04% ingirieron cereales y carnes 2 a 3 veces por día.

1.2.2 Antecedentes nacionales

Medina (2025) en su tesis de pregrado titulada: “Adicción a redes sociales y riesgo de trastorno de conducta alimentaria en adolescentes ayacuchanos durante el 2023”, tuvo como objetivo evaluar la asociación entre ambas variables en adolescentes del colegio privado Jean Piaget, durante el 2023. Se estudió una población de 308 adolescentes. En cuanto a su metodología se destacó un estudio analítico de corte transversal, obteniendo entre los resultados que el 49.7% presentaban un nivel medio de adicción a las redes sociales y un 48.7%, riesgo al TCA. Además, que el tiempo de uso de la red social TikTok en los adolescentes fue de dos a más horas al día. Asimismo, se encontró una tendencia positiva, aunque no estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y el riesgo de TCA. En conclusión el estudio confirmó la alta prevalencia tanto de la adicción a las redes sociales como de los TCA; y, que el uso de TikTok por más de dos horas evidenció asociación con el TCA, dando relevancia al tipo de contenido que consumen los adolescentes en esta red social.

Machicado y Palomino (2024) en su tesis de pregrado titulada: “Medios de comunicación y hábitos alimentarios en estudiantes del nivel secundario de la I.E UNCP – Huancayo 2022”, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre medios de comunicación y hábitos alimentarios de los escolares. Se estudió una población de 150 adolescentes. En cuanto a su metodología se destacó un estudio cuantitativo y retrospectivo, obteniendo entre los resultados que el 98.67% de adolescentes tuvieron hábitos alimentarios no saludables, el 71.33% tuvo baja preferencia por el consumo de alimentos recomendados, pocos ingirieron agua y verduras, sin embargo optaron por el consumo de productos ultraprocesados, en conclusión a mayor interacción de los medios de comunicación, los

adolescentes adquirieron hábitos alimentarios no saludables.

Flores (2024) en su trabajo para optar el grado académico, titulado: “Redes sociales y desarrollo de trastornos alimentarios en adolescentes”, tuvo como objetivo analizar el uso de las redes sociales y el desarrollo de TCA en adolescentes a través de la revisión de investigaciones empíricas realizadas entre el 2013 y 2023. En cuanto a su metodología se destacó un estudio de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y tipo documental. Se seleccionaron 8 artículos para dicho estudio, obteniendo entre los resultados que a mayor tiempo navegando en Facebook, mayor riesgo de desarrollar TCA. Además se obtuvo que a mayor uso de Instagram, mayor tendencia a la Ortorexia nerviosa. Asimismo, un mayor riesgo de adicción a las redes sociales contribuye a una mayor probabilidad de desarrollar trastornos alimentarios.

Valencia (2023) en su tesis de pregrado titulada: “Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios en adolescentes durante la COVID-19 del colegio Guillermo Enrique Billinghamurst, Barranca 2002”, tuvo como objetivo determinar el impacto de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de los adolescentes. En cuanto a su metodología se destacó un diseño no experimental transversal de nivel correlacional y cuantitativo. Se estudió una población de 171 escolares, obteniendo entre los resultados que el tiempo que designaron al uso de las redes sociales es de 3 a 4 horas al día, 41.5%. Además, el 88% sí aplicó en su vida diaria la información que obtuvieron en redes sobre alimentación, dieta y recetas. Referente a la frecuencia de consumo, el 40.9% consumieron derivados lácteos, 2 – 3 veces por semana, las carnes de origen animal en un 36.3% diariamente, frutas y verduras diariamente en un 32.7% y 23.4% respectivamente, los cereales consumieron diariamente en un 39.8% y los snacks 1 vez por semana en un 36.3%, se concluyó que las redes sociales sí tienen un impacto sobre los hábitos de los adolescentes.

Blanco et al. (2020) en su trabajo para optar el grado académico, titulado: “Impacto de

las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes y adultos: una revisión sistemática”, tuvo como objetivo conocer el impacto de las redes sociales en los hábitos alimenticios de los adolescentes y adultos. En cuanto a su metodología se destacó una revisión sistemática donde se evaluaron estudios de tipo experimental, cuasi-experimental y observacional. Se seleccionaron 3 artículos para dicho estudio, obteniendo entre los resultados que existió una influencia positiva en la estructura de la dieta, esto se notó en la disminución de la ingesta lípidos y un aumento tanto en las proteínas, los carbohidratos como en los micronutrientes (calcio y magnesio). Además se obtuvo que el 95.1% se saltaban el desayuno, el 96.7% consumió bebidas energéticas y el 93.1% bebidas azucaradas frente al uso de las redes sociales hasta cinco horas al día.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.

1.3.2 Objetivos específicos

Conocer el tiempo promedio de uso de TikTok en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.

Identificar el contenido alimentario de TikTok que practican los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.

Conocer los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

La presente investigación permite revisar aspectos teóricos relevantes sobre el uso de TikTok en los adolescentes de instituciones educativas. Asimismo, busca conocer la situación actual de los hábitos alimentarios de los adolescentes pertenecientes a una institución educativa en Lima, Perú, (2024) contribuyendo al conocimiento científico para futuras investigaciones.

1.4.2 Justificación práctica

Mediante esta investigación se busca destacar la importancia de la educación en salud y nutrición para promover estilos de vida saludables durante la adolescencia. Considerando el entorno digital como un agente de influencia, el objetivo es que los adolescentes tomen decisiones informadas sobre su alimentación. Esto no solo mejorará su rendimiento académico, sino que también ayudará a prevenir enfermedades crónicas no transmisibles.

1.4.3 Justificación metodológica

La presente investigación aporta a la comunidad científica mediante la creación de un instrumento de autoría propia. Además, se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo de tipo correlacional; por ende, se emplea el Análisis de Componentes Principales (ACP), el cual permite identificar patrones alimentarios y agruparlos en componentes representativos. Asimismo, para determinar la relación entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios de los adolescentes, se utiliza la correlación de Spearman, lo que permite establecer asociaciones significativas entre las variables identificadas. El uso de estas herramientas estadísticas fortalece la validez del estudio y aporta evidencia relevante en el campo de la nutrición del adolescente y su vínculo con los contextos digitales.

1.4.4 Justificación económica social

La presente investigación permite implementar medidas de prevención y control en el ámbito urbano, lo que contribuye a reducir los costos del sistema de salud asociados al tratamiento de enfermedades desarrolladas en adolescentes.

Además, el estudio contribuye a comprender cómo el uso de TikTok moldea los patrones alimentarios durante una etapa del desarrollo humano, lo que permite proponer intervenciones educativas nutricionales orientadas a promover una alimentación sostenible entre los adolescentes.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

Existe una relación estadísticamente significativa entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

1.5.2 Hipótesis específicas

Existe un tiempo de uso alto de TikTok en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.

El contenido alimentario de TikTok que practican los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión de San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024, no es saludable.

Son inadecuados los hábitos alimentarios de los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.1.1 *Redes sociales*

Universidad ORT Uruguay (2025) definió a las redes sociales como plataformas digitales que tiene como objetivo promover la interacción, comunicación y la conexión entre individuos, grupos y organizaciones a través de medios electrónicos. La funcionalidad de estas plataformas posibilitan a los usuarios la difusión de contenido de manera instantánea, de esa manera se establecen lazos con personas que comparten los mismos intereses. We are social (2025) especificó que en el 2024 los usuarios han ascendido a 5 mil millones y que el tiempo promedio de uso es de 2 horas y 23 minutos al día entre sus plataformas digitales principales.

Santander Open Academy (2023) describió que las redes sociales tuvieron sus orígenes en la década de 1990, atribuyendo en 1995 a Classmates.com, creada por Randy Conrads, como la primera red social. Esta red se centraba en facilitar la conexión con antiguos compañeros de estudio. En el 2003, Tom Anderson creó MySpace, marcando un precedente similar a las redes sociales que conocemos en la modernidad.

León (2024), señaló que entre las redes sociales más sobresalientes destacan Twitter, actualmente nombrada “X”, por su formato de escribir y leer mensajes de manera concisa. De igual forma Facebook, la cual es una de las plataformas sociales en alcanzar un alto nivel de difusión global. Asimismo Youtube destaca notablemente por ser un portal que ofrece gran variedad de videos, los cuales pueden ser compartidos en otras redes sociales facilitando la interacción entre usuarios. También Instagram, a su vez, permite la publicación de imágenes y

videos cortos, añadiendo efectos especiales, donde el uso de “hashtags” facilita integrar contenido variado. Y, por último, TikTok que está diseñado para compartir videos atractivos con mayor alcance global.

Paljug (2025) enfatizó que las redes sociales ofrecen ventajas significativas, como la conectividad y la construcción de comunidades sin importar el nivel de ingresos, afiliación política, etnia o religión. Además que brindan publicidad asequible. No obstante, también presentan desventajas notables, como la desinformación y noticias falsas.

Según Blanco (2023), la mayor cantidad de usuarios activos en redes sociales provienen de Brasil, México y Argentina, seguidos por Colombia, Chile, Uruguay y Perú.

Por otra parte, Escobar et al. (2021) enfatizaron que los estilos de vida están vinculados con el comportamiento alimentario y que las redes sociales han contribuido a la propagación de información sobre alimentación y nutrición, permitiendo que este contenido esté al alcance y de manera casi inmediata en la vida digital de los usuarios, pudiendo influenciar en la toma de decisiones y los resultados en su salud. Asimismo, Chau et al. (2018) señalaron que las redes sociales son formas potencialmente activas de ayudar a las personas a preservar dietas saludables y sumar conocimiento sobre nutrición.

2.1.2 *TikTok*

Es una red social china creada en el año 2016. En sus inicios se compartían videos cortos de entretenimiento; sin embargo, actualmente es una plataforma de contenidos diversos para todo tipo de espectadores. La incorporación de inteligencia artificial en la plataforma ha permitido identificar los intereses de los usuario con el fin de brindarles videos más atractivos para ellos. (Tafradzhiyski, 2025)

Quiroz (2020) destacó que a causa de la crisis sanitaria de la COVID-19 esta red social cobró un mayor impulso expandiéndose a nivel global entre los usuarios.

Tafradzhiyski (2025) señaló que en el 2024, TikTok fue la aplicación más descargada

con 773 millones de descargas, sumando 1.600 millones de usuarios e incrementando sus ingresos anuales a 23 mil millones de dólares, principalmente proveniente de publicidad. También mencionó que a parte de China, los mercados más populares de esta red son Estados Unidos, Indonesia y Brasil. Por otro lado, resaltó que a nivel global, el grupo poblacional predominante son las mujeres, liderando en un 51.6% la cantidad de usuarios de esta red social

Bhandari y Bimo (2022) resaltaron que el 63% de los usuarios de TikTok tienen entre 10 a 29 años, lo que hace que esta plataforma sea muy influyente entre los adolescentes.

Duarte (2025) señaló que el tiempo promedio de uso de TikTok es de casi una hora al día y que el 22% de la población adolescente en los Estados Unidos la utilizan entre dos a tres diarias.

Figura 1

Promedio de tiempo dedicado a TikTok desde 2019

Año	Tiempo promedio diario dedicado a TikTok	Cambio respecto al año anterior
2019	27 minutos, 24 segundos	--
2020	38 minutos, 36 segundos	↑ 11 minutos, 12 segundos
2021	45 minutos, 18 segundos	↑ 6 minutos, 42 segundos
2022	52 minutos	↑ 6 minutos, 42 segundos
2023	55 minutos, 48 segundos	↑ 3 minutos, 48 segundos
2024	58 minutos, 24 segundos	↑ 3 minutos, 36 segundos

Nota: Adaptado de “Estadísticas del tiempo promedio dedicado a TikTok (2025)”, por F. Duarte, Exploding Topics.

El sistema avanzado de inteligencia artificial de TikTok tiene un gran impacto en el algoritmo de esta red social. Su objetivo es personalizar una experiencia singular para el usuario, asegurando una visualización única, mediante la muestra de videos en la página “Para ti” de cada perfil. Esto posibilita la creación de un feed exclusivo, basado en las interacciones y preferencias de cada usuario. (Martín, 2025)

Los videos de TikTok se caracterizan por su sencillez al momento de crearlos, editarlos

y compartirlos. Los contenidos grabados directamente en la aplicación pueden durar hasta tres minutos, pero pueden extenderse hasta los diez minutos si se importan desde otra fuente. Esta característica favorece su viralidad, más que la credibilidad del contenido. (Keutelian, 2025)

Fuente (2025) informó que, para este año 2025 TikTok liderará el ambiente de las redes sociales con el fin de satisfacer las exigencias de los creadores de contenido, implementando la inteligencia artificial como base creativa. Asimismo, destaca el auge de las microcomunidades, en las que los creadores y las marcas interactúan con sus audiencias, promoviendo así la lealtad de los usuarios. Ejemplo de ellos es el “shoppertainment”, considerado una pieza clave en la revolución del comercio digital, ya que permite conectar a las marcas con los consumidores mediante la integración del comercio y el entretenimiento. También se observa el crecimiento del “storytelling” interactivo y del “storytelling” empresarial.

Munro et al. (2024) señalaron que el algoritmo de TikTok prioriza la difusión de videos cortos y atractivos, basados en su potencial de viralidad, por encima de la credibilidad del contenido.

Lázaro et al. (2025) indicaron que el contenido digital de TikTok se emplea como un portal informativo sobre diversos temas, facilitando el acceso a información relacionada con la salud mediante videos atractivos. Sin embargo, la desinformación también está presente en este contexto.

Nutrinfo.com (2024) señaló que, en el ámbito de la nutrición, abundan los consejos sobre dietas milagrosas, bebidas para bajar de peso y otros contenidos cuyos argumentos carecen de base científica. Esto revela la considerable influencia de TikTok en los hábitos nutricionales de los jóvenes, quienes adoptan prácticas sin evidencia sólida. Por su parte, Moore (2023) indicó que los dietistas están usando TikTok para publicar contenido sobre preparación de comidas nutritivas y consejos de nutrición; sin embargo, personas sin formación

profesional también brindan recomendaciones sobre consumo de alimentos, comidas saludables e, indirectamente, sobre nutrición.

2.1.3 Hábitos alimentarios

Organización Mundial de la Salud (OMS, 2014) definió los hábitos alimentarios como prácticas habituales que determinan la selección, preparación y consumo de alimentos, tanto a nivel individual como comunitario.

Asimismo, este término hace referencia a la repetición de actos iguales o semejantes, influenciados por normas culturales, religiosas, familiares y personales. Esto abarca las experiencias alimentarias, consideradas patrimonio individual de cada persona, a partir de las cuales se desarrolla un patrón de ingesta y combinación de los alimentos. Todo hábito es aceptable, siempre que proporcione un equilibrio y un aporte nutricionalmente adecuado. (Academia Española de Nutrición y Dietética, 2023)

Li et al. (2023) también señalaron que los hábitos alimentarios se refieren a patrones que un individuo mantiene a largo plazo, y que el comportamiento alimentario está influenciado tanto por factores externos como internos. Además, destacaron que dicho comportamiento debe estar guiado por un entendimiento adecuado de la nutrición, ya que las personas son más conscientes del valor de sus hábitos a partir de los resultados que estos generan en su salud.

OMS (2020) añadió que los hábitos deben conducir a una dieta saludable desde la etapa de lactancia materna, la cual favorece un crecimiento sano, un mejor desarrollo cognitivo y una disminución de riesgo de sobrepeso, obesidad y de enfermedades crónicas no transmisibles en las etapas posteriores del desarrollo humano.

Alzahrani et al. (2022) indicaron que los hábitos alimenticios se consideran saludables si incluyen en su ingesta a los alimentos naturales y frescos, como las frutas y verduras, así como aquellos ricos en vitaminas y minerales, a fin de preservar una buena salud física y

psicológica.

OMS (2019) describió que los hábitos alimentarios están siendo modificados. Señaló que las personas consumen más alimentos hipercalóricos e hipersódicos y que no tienen una ingesta suficiente de frutas, verduras y fibra dietética. Por ello, enfatizó que, a los 6 meses de edad, la alimentación del infante debe ser inocua y nutritiva, sin añadir sal ni azúcares, lo cual permite prevenir enfermedades mediante hábitos saludables. Además, proporcionó consejos prácticos para mantener hábitos alimentarios saludables, tales como: ingerir al menos 400 g o cinco porciones de frutas y verduras al día, lo que garantiza el consumo adecuado de fibra dietética; limitar el consumo de grasas saturadas y trans con el fin de prevenir el aumento insalubre de peso en la población adulta, así como las comorbilidades asociadas; y reducir el consumo de sal a menos de cinco gramos al día, así como el de azúcares libres a menos del 10% de su consumo habitual.

Gerbotto y Paturzo (2020) resaltaron que el rol de la familia pierde importancia cuando el niño alcanza la adolescencia, ya que son los grupos de amigos y las referencias sociales quienes configuran sus hábitos alimentarios, y este cambio influye en el equilibrio nutricional. Por su parte, Álvares et al. (2017) señalaron que los cambios socioeconómicos globales han llevado a que las familias adopten patrones alimentarios inadecuados, incitando el consumo de alimentos ultraprocesados y comida rápida, lo que ha producido modificaciones en los comportamientos alimentarios de la población actual.

2.1.4 Adolescentes

Según el Instituto Nacional del Cáncer, un adolescente es aquella persona que empieza la pubertad, pero que aún no es adulta. Esta etapa atraviesa por cambios físicos, hormonales y del desarrollo que dan apertura a una transición hacia la edad adulta. Por lo general, esto sucede entre los 10 a 19 años de edad. (Instituto Nacional del Cáncer, s.f.)

Allen y Waterman (2019) clasificaron la adolescencia en tres periodos: adolescencia

temprana, comprendida entre los 10 y los 13 años; adolescencia media, entre los 14 y los 17 años; y, por último, adolescencia tardía, entre los 18 a 21 años o más. No obstante, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2011), en su informe “The State of the World’s Children 2011”, señaló que la adolescencia resulta difícil de definir, ya que las experiencias de cada individuo varían en cuanto a los cambios físicos, así como a la maduración emocional y cognitiva.

Borrás (2014) indicó que la adolescencia es una etapa de vulnerabilidad en las que surgen conductas de riesgo que pueden generar consecuencias en la salud; sin embargo, representa una oportunidad para orientar a los adolescentes en el afrontamiento de las dificultades propias de esta etapa.

Altamirano y Carranza (2014) señalaron que la adolescencia constituye un periodo de mayor crecimiento y desarrollo, por lo que debe otorgarse la debida importancia al aspecto nutricional, ya que los requerimientos aumentan significativamente. Durante esta etapa, el adolescente puede alcanzar aproximadamente el 20% de su talla final y el 50% de su peso final.

OMS (2019), señaló que la adolescencia es considerada una etapa saludable de la vida; sin embargo, durante el proceso de desarrollo del adolescente pueden presentarse riesgos para su salud, como la falta de acceso a servicios básicos de agua, higiene y saneamiento, lo que puede derivar en enfermedades. No obstante, estas pueden prevenirse mediante una alimentación saludable y la incorporación de actividad física. Por ello, se requiere promover servicios de salud seguros, donde los adolescentes participen activamente en intervenciones orientadas al beneficio de su calidad de vida y al mantenimiento de su salud.

Stanford Medicine Children’s Health (s.f.) recomendó que la alimentación saludable durante la adolescencia debe ser fomentada, involucrando a los padres de familia, quienes deben ser los primeros en comprometerse con este proceso. Asimismo, se promueve el ícono de “Elegir mi plato”, el cual orienta hacia una alimentación sana que incluye todos los grupos

de alimentos. Por último, se debe considerar la interacción social entre adolescentes, ya que la conexión sociocultural influye en la configuración de sus patrones alimentarios.

2.1.5 Influencer

Ramos (2024) definió al influencer como una figura que mantiene una relación estable con su audiencia y posee la capacidad de moldear comportamientos y decisiones de seguidores, debido a que su influencia proviene de la fiabilidad y confianza que genera en la comunidad en línea. Además, Martí-Danés (2025) señaló que los influencers crean contenido en medios digitales con el objetivo de establecer conexiones reales con el usuario, a fin de vincularlo con la publicidad de marcas y empresas.

Pereira et al. (2024) describieron que un influencer puede subdividirse en influencers humanos e influencers virtuales (como asistentes virtuales, chatbots, dibujos animados o de anime, humanos hiperrealistas y animales, por ejemplo), los cuales comenzaron a ser creados mediante la inteligencia artificial a partir del año 2016. Asimismo, muchas marcas comerciales la emplean para la interactuar con sus seguidores.

Hijos y Arias (2025) resaltaron que, con el auge de las redes sociales y estrategias comerciales digitales, los influencers son los nuevos actores que, mediante la creación de contenido, influyen y configurar el comportamiento de los usuarios en línea. Los influencers pueden ser “celebrities” o embajadores de marcas, y su influencia se ve respaldada por la originalidad, espontaneidad y creatividad del contenido que transmiten en las plataformas digitales.

Sin embargo, Sánchez et al. (2025) señalaron que, si bien los influencers se han vuelto actores clave en la transmisión de información para los usuarios, es imprescindible que exista una regulación que garantice la calidad y veracidad de dicha información.

Lozano et al. (2023) resaltaron que los adolescentes siguen a influencers en las redes sociales por el contenido que estos publican, ya que dicho contenido se convierte en una

tendencia y un modelo para las nuevas generaciones. A través de ello, van captando audiencias y estableciendo relaciones parasociales.

2.1.6 Generación Z y Alfa

López (2025) definió a la generación Z o Centennials como aquellas personas nacidas entre los años de 1997 y 2010. Se caracterizan por convivir con las redes sociales y adquirir información a través de plataformas digitales. Pardeiro (2024) señaló que, si bien se trata de una generación inmersa en la digitalidad, esta no está desconectada socialmente con su entorno. Niño et al. (2024) añadieron que una característica destacada de esta generación es su habilidad y comprensión en el uso de herramientas digitales para desempeñar labores en el ámbito profesional sin necesidad de estar físicamente en el centro de trabajo.

Vilaplana (2022) afirmó que esta generación presenta tendencias de cambio en su forma de vivir, es más consciente de los cambios coyunturales y conoce las consecuencias que estos implican tanto en su vida social como en su futuro.

En referencia a la generación Alfa, Panamerican Business School (2024) la describió como la más nativamente digital, añadiendo que sus integrantes crecieron en paralelo al avance significativo de los dispositivos electrónicos inteligentes. Asimismo, Gartshore (2018) resaltó que esta generación está altamente conectada con la tecnología y emplea recursos audiovisuales en su interacción con la comunidad digital.

S. Eldridge (2025) describió a esta generación como las primeras en experimentar una educación remota, así como una exposición constante a información digital en tiempo real. Además, señaló que esta generación ha incorporado como de su cotidianidad el uso de la inteligencia artificial y de asistentes de voz.

Por su parte, McCrindle (2023) indicó que el entorno tecnológico en el vive esta generación ha acelerado la interacción digital, aunque también ha generado un aumento de retos en el ámbito de la salud mental.

III. MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación es un estudio de diseño observacional, debido a que los datos observados fueron recoplidos y las variables se midieron sin la intervención ni manipulación del curso natural de los eventos. También, presenta un enfoque cuantitativo, es decir que se basó en la recolección y análisis de datos numéricos. Además, es de corte transversal; es decir, se realizó la recolección de los datos en un solo momento. Así mismo es de tipo descriptivo, porque permitió caracterizar las circunstancias de la realidad.

3.2 Ámbito temporal y espacial

La investigación se realizó en la Institución Educativa nacional Mártir Daniel Alcides Carrión, ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho, en la región Lima, Perú. En cuanto al ámbito temporal, la presente investigación se desarrolló desde diciembre del año 2023 hasta marzo del año 2024.

3.3 Variables

3.3.1 *Variable independiente*

Uso de la red social TikTok

Definición conceptual: El uso de la red social TikTok es una interacción entre los usuarios en línea, especialmente adolescentes, caracterizado por el contenido audiovisual breve, dinámico y algorítmicamente personalizado que circula en la plataforma digital. (Ramallal y Belda, 2021)

Definición operacional: El uso de la red social TikTok se medirá a través de un

cuestionario estructurado en dos dimensiones, que incluye ítems como el tiempo de uso diario, la cantidad de videos visualizados sobre alimentación, la valoración de contenidos alimentarios, el impacto del contenido alimentario y la influencia de las recomendaciones alimentarias brindadas por tiktokers, nutricionistas y deportistas famosos.

3.3.2. Variable dependiente

Hábitos alimentarios

Definición conceptual: Los hábitos alimentarios son un conjunto de costumbres adquiridos por el individuo basándose en la repetición de actos en cuanto a la selección, preparación y consumo de alimentos, influenciados por la disponibilidad y acceso de éstos y también por el nivel de educación alimentaria que deben empezar en los primeros años de vida. (Maza et al., 2022)

Definición operacional: Los hábitos alimentarios se medirán a través de un cuestionario estructurado en dos dimensiones que incluye ítems como la frecuencia de consumo de alimentos saludables y no saludables, los tiempos de comida; así como la influencia familiar y social en la alimentación del adolescente.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

En la presente investigación, la población total estuvo conformada por 115 adolescentes de 12 a 17 años de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión.

3.4.2 Muestra

Se obtuvo una muestra final de 113 estudiantes adolescentes, del nivel secundario, de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión.

3.4.2.1 Muestreo. El tipo de muestreo fue no probabilístico, autogenerado y por conveniencia. Cada unidad de análisis tuvo la oportunidad de completar el formulario. Se consideró el total de estudiantes que cumplieron con los criterios específicos de inclusión

durante el periodo comprendido desde el 18 de diciembre del 2023 hasta el 7 de enero del 2024.

3.4.3 Criterios

3.4.3.1 Criterios de inclusión. Estudiantes adolescentes de ambos sexos, con edades comprendidas entre los 12 y 17 años.

Estudiantes adolescentes del primer hasta el quinto grado del nivel secundario que asisten a la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión.

Estudiantes de ambos sexos, que usen la red social TikTok.

Estudiantes que cuenten con la autorización de sus padres para participar en los cuestionarios.

3.4.3.2 Criterios de exclusión. Estudiantes del nivel primario, que asisten a la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión.

Estudiantes que cuenten con alguna condición o discapacidad que les impida responder los cuestionarios.

3.5 Instrumentos

3.5.1 Cuestionario sobre el uso de la red social TikTok

Este cuestionario comprende cuatro ítems de datos generales, así como dos dimensiones: Uso de la red social TikTok y Contenido sobre hábitos alimentarios en la red social TikTok, ambas con un total de 12 preguntas o ítems.

3.5.2 Cuestionario de hábitos alimentarios

Este cuestionario comprende de dos dimensiones: Factor interno - conducta alimentaria y Factor externo – ambiente, ambas con un total de 16 preguntas o ítems.

3.5.3 Validez y confiabilidad del instrumento

Para garantizar la validez del instrumento, se aplicó la técnica de juicio de expertos. Se contó con seis profesionales de nutrición. Cada ítem fue evaluado en cuanto a los objetivos de estudio considerando la pertinencia, es decir que cada uno de ellos correspondiera al concepto

teórico formulado; relevancia, si los ítems son apropiados para representar al componente o dimensión específica del constructo y claridad, si los ítems se entienden sin dificultad alguna, es conciso, exacto y directo, dando como resultado final la validez del instrumento.

Además, para obtener la consistencia interna del instrumento, se midió la confiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach. El instrumento alcanzó un valor de $\alpha = 0.91$, lo que refleja un nivel de confiabilidad excelente.

3.6 Procedimientos

3.6.1 Procesos

Para aplicar el instrumento en la institución educativa, se realizaron reuniones de coordinación con las autoridades educativas, director y subdirector, en las que se expuso el trabajo de investigación y se presentó la propuesta a desarrollar. Se enfatizó el aporte académico que este estudio para la población estudiantil.

En la primera fase, se aplicó un formulario virtual con el propósito de identificar cuál era la red social con mayor prevalencia de uso de los estudiantes, evidenciándose que TikTok fue la red social predominante.

En la segunda fase, se procedió a aplicar el instrumento validado mediante un formulario virtual. En la tercera fase, se agradeció la participación de los adolescentes. Los cuestionarios correctamente completados fueron utilizados para su posterior análisis. Por último, en la fase final, se entregó un informe de la investigación a las autoridades educativas para la implementación de acciones correctivas.

3.7 Análisis de datos

Los datos fueron analizados mediante técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. El formulario, diseñado en la plataforma Google Forms fue descargado en el programa Excel (última versión operativa para Windows), donde las respuestas fueron codificadas según cada unidad de análisis, con el fin de depurar las inconsistencias (respuestas ambiguas e información

incompleta).

Los datos del presente estudio fueron procesados con el software estadístico IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), versión 23. Se calcularon frecuencias absolutas y relativas para describir las características sociodemográficas, el tiempo de uso de TikTok y los hábitos alimentarios de los participantes adolescentes.

Para identificar patrones latentes en la alimentación, se aplicó un Análisis de Componentes Principales (ACP). Mediante esta técnica, se extrajeron los factores (combinaciones lineales existentes entre los diversos grupos de alimentos presente en el cuestionario). La selección de factores se basó en el criterio de autovalores mayores que 1. (Quality Analytics, 2023)

Después de la extracción, la matriz se rotó con el método Varimax para lograr mejor interpretación de los resultados. Este procedimiento busca que cada ítem o variable sea representativo en solo uno de los factores, garantizando así que se evalúen únicamente los grupos de alimentos presentes en las distintas combinaciones lineales extraídas. (Méndez y Rondón, 2012)

Para evaluar si la muestra utilizada era adecuada, se empleó el índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), el cuál arrojó un valor de 0.663. Este resultado indicó una adecuación moderada de la muestra para el análisis factorial. Adicionalmente, se aplicó la prueba de esfericidad de Bartlett evidenciando, que resultó significativa ($p < 0.001$), lo que confirmó la pertinencia del análisis.

El Análisis de Componentes Principales identificó cinco factores con autovalores superiores a 1, que en conjunto explican el 57.1% de la varianza total. A partir del sexto componente, la varianza explicada disminuyó progresivamente, lo que indicó que estos factores adicionales no contribuyeron significativamente al modelo. Por lo tanto, de acuerdo con el criterio de Kaiser, se retuvieron los cinco primeros componentes para el análisis.

Posteriormente, se utilizó la correlación de Spearman para examinar la relación entre el uso del TikTok y los patrones alimentarios identificados, estableciendo un nivel de significancia del 5% ($p < 0.05$).

3.8 Consideraciones éticas

Los aspectos éticos para considerar en la presente investigación fueron los siguientes:

Autonomía: Se implementó un consentimiento informado con el fin de dar a conocer el propósito de la investigación y, principalmente, garantizar la participación voluntaria de los estudiantes.

Beneficencia: El presente investigación benefició tanto al investigador como a los estudiantes de nutrición, al fomentar la realización de futuros estudios. Asimismo, constituye un antecedente importante, ya que es uno de los primeros en abordar la integración de ambas variables.

No maleficencia: Se aplicó un formulario compuesto por dos cuestionarios, los cuales no generaron ningún efecto adverso en los participantes. Los resultados de la investigación permitieron informar sobre la relación entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en la población adolescente.

Justicia: En el momento de la aplicación del cuestionario, no se evidenciaron preferencias hacia ninguna unidad de análisis. La información necesaria fue proporcionada adecuadamente, y tanto datos como los resultados no fueron modificados.

IV. RESULTADOS

En la presente investigación se analizó una muestra compuesta por 113 estudiantes.

Tabla 1

Características socio-demográficas de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

	n	%
Sexo		
Mujeres	66	58.4
Varones	47	41.6
Grado de educación secundario		
1ro	15	13.3
2do	17	15.0
3ero	33	29.2
4to	11	9.7
5to	37	32.7
Turno		
Mañana	111	98.2
Tarde	2	1.8
Total	113	100.0

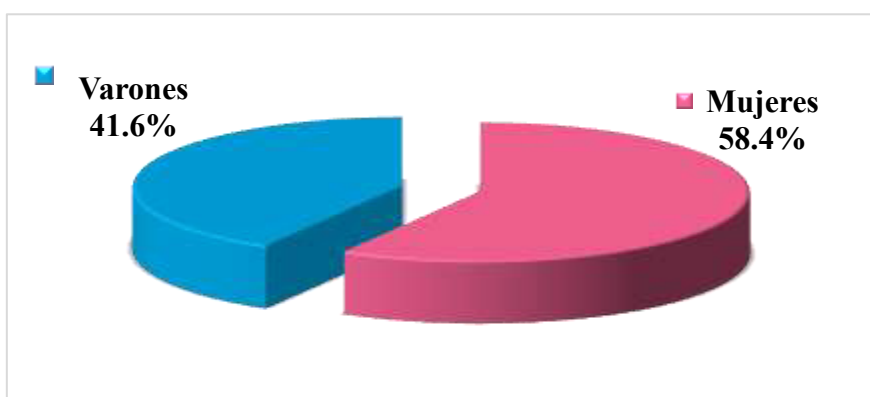
Nota. En la Tabla 1, se observó que el 58.4% de los participantes son mujeres, mientras que 41.6% son varones. Respecto al grado educativo, la mayor proporción de

estudiantes perteneció al quinto año de secundario con un 32.7%, seguido de los alumnos de tercer año con un 29.2%. Los estudiantes de segundo y primer año representaron el 15.0% y 13.3%, respectivamente, mientras que el menor porcentaje correspondió a los de cuarto año con un 9.7% . En relación con el turno de estudio, la gran mayoría de los adolescentes asisten al turno de la mañana, 98.2%.

Figura 2

Distribución según sexo de los estudiantes del nivel secundario de la I.E. Mártir

Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

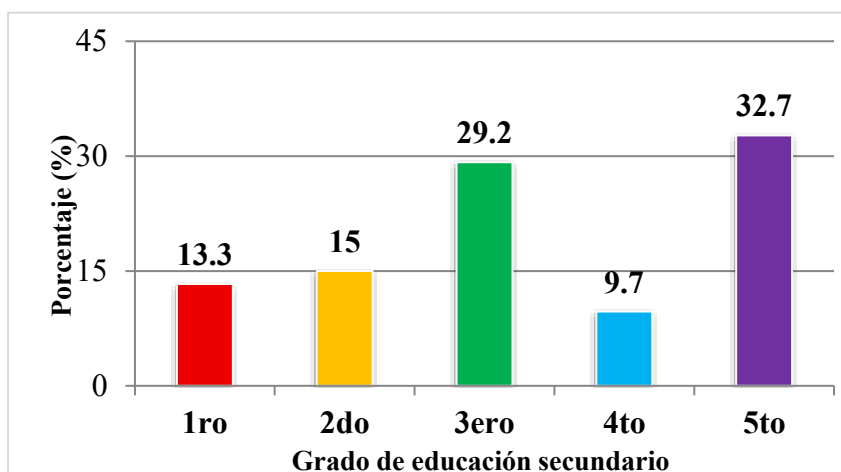


Nota. En la Figura 2, se observó que hay mayor prevalencia de población de mujeres en comparación con el sexo masculino, 58.4% ($n = 66$) y 41.6% ($n = 47$) respectivamente.

Figura 3

Participantes según grado del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides

Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.



Nota. En la Gráfica 3, se observó que los alumnos de tercero y quinto grado de secundario representaron a la mayor población de participantes, con un 29.2% ($n = 33$) y 32.7% ($n = 37$) respectivamente.

Tabla 2

Tiempo de uso de la red social TikTok en los adolescentes participantes del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

Tiempo	n	%
<1	34	30.1
hora al día		
1 a 3	66	58.4
h/día		
≥ 3	13	11.5
h/día		
Total	113	100.0

Nota. En la Tabla 2, se observó que el 30.1% usa la red social TikTok menos de una hora al día, mientras que un 58.4% lo utiliza entre 1 a 3 horas diarias. Por otro lado, el

11.5% de los encuestados refirieron usarlo 3 horas al día como mínimo.

Tabla 3

Valoración sobre contenidos alimentarios en TikTok de los participantes del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

		n	%
Es importante que exista contenido de alimentación para la mejora de hábitos alimentarios	<i>No</i>	7	6.2
	<i>Sí</i>	106	93.8
	Total	113	100%
El contenido en TikTok sobre información de alimentación ha generado mejoras en tus hábitos alimentarios	<i>No</i>	36	31.9
	<i>Sí</i>	77	68.1
	Total	113	100.0

Nota. En La Tabla 3 se evidenció que el 93.8% de los encuestados consideraron importante la existencia de contenido sobre alimentación en TikTok para mejorar los hábitos alimentarios. Asimismo, el 68.1% de los encuestados indicaron que el contenido sobre alimentación en TikTok mejoró sus hábitos alimentarios.

Tabla 4

Frecuencia de consumo diario de videos sobre alimentación saludable en TikTok de los participantes del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

		n	%
Cantidad de Videos revisados	Nada = 0	26	23.0

por día, sobre alimentación	Poco = 1 a 2	45	39.8
saludable	Regular = 3 a 5	36	31.9
	Mucho = 6 a 9	5	4.4
	Muchísimo > 10 videos	1	0.9
	Total	113	100.0

Nota. En la tabla 4, se observó que el 39.8% de los estudiantes consumieron entre 1 a 2 videos diarios sobre alimentación saludable en la red social TikTok, mientras que el 23.0% no visualizó ninguno.

Tabla 5

Influencia de recomendaciones alimentarias brindadas por tiktokers, nutricionistas y deportistas famosos de la red social TikTok en los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

		n	%
Acepta recomendaciones de alimentación de un tiktoker	No	49	43.4
	Sí	64	56.6
	Total	113	100.0
Acepta recomendaciones de alimentación de un profesional de la salud	No	14	12.4
	Sí	99	87.6
	Total	113	100.0
Acepta recomendaciones de alimentación de un deportista famoso	No	34	30.1
	Sí	79	69.9
	Total	113	100.0

Nota. En la tabla 5, se observó que los adolescentes aceptaron en mayor porcentaje las recomendaciones alimentarias de profesionales de la salud, 87.6%, seguido de deportistas famosos y tiktokers.

Tabla 6

Impacto del contenido alimentario de la red social TikTok en los hábitos alimentarios de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

		n	%
Recomendaciones de tiktok que ha puesto en práctica	Preparación de recetas saludables	71	62.8
	Alimentos para aumentar la masa muscular	19	16.8
	Consumo de suplementos para estar <i>fitness</i>	4	3.5
	Dietas en tendencia para bajar de peso	15	13.3
	Ninguna	2	1.8
	Otros	2	1.8
	Total	113	100.0
Frecuencia con la cual practica dichas recomendaciones	1 vez a la semana	29	25.7
	2-3 veces a la semana	40	35.4
	4-6 veces a la semana	4	3.5
	Ningún día	38	33.6

	Todos los días	2	1.8
	Total	113	100.0
Razones por las cuales no practica las recomendaciones (solo los que respondieron “ningún día” del ítem anterior)	Las preparaciones son difíciles de elaborar	2	3.6
	Los alimentos recomendados son difíciles de encontrar en el mercado	3	5.4
	Los alimentos recomendados son muy caros como para comprarlos	10	17.9
	Me conformo con la alimentación que me brindan en casa	31	55.4
	No me brindan confianza o credibilidad	10	17.9
	Total	56	73.3

Nota. En la tabla 6, se evidenció que la mayoría aplicaron las recomendaciones que observaron en la red social Tiktok, siendo en mayor porcentaje preparaciones de recetas saludables, 62.8%. Respecto a la frecuencia con la que se aplicaron estas recomendaciones, se observó que el 35.4% lo realizaban de 2 a 3 veces por semana. Asimismo, el 33.6 % indicó no seguir las recomendaciones, principalmente por considerar suficiente la alimentación que reciben en su hogar.

Tabla 7

Recomendaciones alimentarias de TikTok aplicadas en los últimos 6 meses en los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides

Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

		n	%
En los últimos 6 meses ha consumidos productos recomendados en TikTok	Batidos para bajar de peso	16	14.2
	Ningún producto	90	79.6
	Píldoras quema grasa	1	0.9
	Tés adelgazantes	6	5.3
	Total	113	100.0
En los últimos 6 meses ha seguido un tipo de dieta recomendada en Tiktok	Ayuno intermitente	7	6.2
	Dieta cetogénica	4	3.5
	Dieta mediterránea	2	1.8
	Dieta paleo	4	3.5
	Ninguna dieta	96	85.0
	Total	113	100.0

Nota. En la tabla 7, se observó que en los últimos 6 meses el 79.6% de la población encuestada no ha consumido productos alimentarios recomendados por la red social TikTok. Sin embargo, el 14.2% señaló haber consumido batidos para bajar de peso. Además, la mayoría de los encuestados refirieron no practicar ninguna dieta recomendada por la red social Tiktok, 85.0% ; mientras que el 6.2% de ellos refirieron haber practicado el ayuno intermitente por recomendación de la red social TikTok en los últimos 6 meses.

Tabla 8

Hábitos alimentarios de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E.

Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

		1 a 2	3 a 4	5 a 6	
		veces a la	veces a la	veces a la	
		semana	semana	semana	Diario
	n	12	18	14	69
Desayunos a la semana	%	10.6	15.9	12.4	61.1
	n	1	5	18	89
Almuerzos a la semana	%	0.9	4.4	15.9	78.8
	n	6	16	29	62
Cenas a la semana	%	5.3	14.2	25.7	54.9
	n	63	36	14	0
Frituras (pollos a la brasa, salchipapa, pollo broaster, etc.)	%	55.8	31.9	12.4	0.0
	n	26	41	28	18
Derivados lácteos (leche, queso o yogurt)	%	23.0	36.3	24.8	15.9
	n	3	24	37	49
Alimentos de origen animal (pollo, pescado, res, cerdo, sangrecita, hígado, etc.)	%	2.7	21.2	32.7	43.4
	n	20	27	37	29
Menestras (lentejas, arverjas, garbanzo, etc.)?	%	17.7	23.9	32.7	25.7
	n	9	24	40	40
Cereales (arroz, trigo, quinua, cebada, etc.)	%	8.0	21.2	35.4	35.4
	n	19	33	25	36
Frutas (plátanos, manzanas, papaya, mandarina, etc.)	%	16.8	29.2	22.1	31.9
	n	6	24	35	48
Verduras (zapallo, tomate,					

lechuga, brócoli, vainita, etc.)	%	5.3	21.2	31.0	42.5
	n	11	29	28	45
Ingesta de agua recomendada	%	9.7	25.7	24.8	39.8

Nota. En la Tabla 8, se observó que el tiempo de comida más consumido por los encuestados de forma diaria fue el almuerzo, 78.8%, seguido del desayuno, 61.1%, y la cena, 54.9%. Asimismo, se observó que los alimentos más consumidos de forma diaria fueron los de origen animal, 43.4%, seguido de las verduras, 42.5%, los cereales, 35.4%, y las frutas, 31.9%. Sin embargo, las frituras o comidas rápidas fueron las menos consumidas, siendo su frecuencia de consumo de 1 a 2 veces por semana y representando el 55.8% de la población encuestada. A su vez, el 39.8% de los encuestados refirieron consumir una ingesta de agua recomendada, diariamente.

Tabla 9

Componentes principales extraídos y varianza explicada mediante técnica PCA

Com Ponen tes	Valores propios			Sumas de cargas al			Sumas de cargas al		
	iniciales			cuadrado de la			cuadrado de la		
				extracción			rotación		
	% de	%		% de	%		% de	%	
	Total	varian	acumu	Total	varian	acumu	Total	varian	acumu
	za	lado		za	lado		za	lado	
1	3.100	19.4	19.378	3.100	19.378	19.378	2.263	14.143	14.143
2	1.864	11.6	31.027	1.864	11.649	31.027	2.102	13.135	27.278
3	1.601	10.0	41.034	1.601	10.007	41.034	1.834	11.462	38.739
4	1.405	8.8	49.816	1.405	8.782	49.816	1.536	9.601	48.340

5 1.164 7.3 57.092 1.164 7.276 57.092 1.400 8.751 57.092

Nota. Se identificaron 16 patrones de hábitos alimentarios con un análisis de componentes principales. De los cuales se obtuvieron 5 patrones de hábitos alimentarios o componentes principales con autovalores superiores a 1 (Tabla 9). La varianza total de los hábitos que explican estos cinco patrones equivale al 57.1%, es decir, que estos 5 patrones alimentarios representan el consumo de hábitos alimentarios del 57.1% de la población. El primer patrón es el que más contribuye, explicando el 19.4% de la varianza de los hábitos, seguido del segundo con 11.6%, el tercero con 10.0%, el cuarto con 8.8% y el quinto con 7.3%.

Tabla 10

Análisis de componentes principales de hábitos del consumo de alimentos e influencia socio-familiar de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

Patrones de consumo > 1 ^a					
Grupos de alimentos e influencia social	P1	P2	P3	P4	P5
Desayuno	-.b	0.73	0.32	-	-
Almuerzo	0.31	0.74	-	-	-
Cena	-	0.81	-	-	-
Frituras	-	0.19	0.2	0.79	-
Derivados lácteos	0.15	-	0.7	0.27	-
Alimentos de origen animal	0.66	0.23	-	-	-
Menestras	0.74	-0.17	-	-	-

Cereales	0.6	0.15	-	-	-
Frutas	0.48	-	0.63	-	-
Verduras	0.73	-	0.23	-0.29	0.2
Ingesta de agua recomendada	-	-	0.38	-0.22	0.63
Familia se acostumbra a comer comida chatarra los fines de semana	-	-	-0.34	-	0.7
Familia no come alimentos saludables y que prefieren las frituras	-	-0.19	-0.29	0.62	-
Familia se preocupa por brindarte una alimentación balanceada	-	-	0.61	-0.28	-
Consumo de alimentos que están de moda o en tendencia	-	-	-	0.22	0.64
Consume menos alimentos para verte como modelos y/o influencers de TikTok	-	-0.39	-	0.41	-

^a Principales patrones de consumo alimentario obtenidos por Análisis de Componente Principales.

^b Los valores absolutos <0,15 se excluyeron de la tabla para simplificar y facilitar la interpretación

Nota. En la tabla 10, se observó 5 componentes o patrones alimentarios. El primer componente agrupó al patrón de alimentación tradicional saludable y fue representado por el consumo de menestras, 74%; verduras, 73%; alimentos de origen animal, 66%, y

cereales, 60%. El segundo componente agrupó al patrón de la regularidad en las comidas principales y fue representado principalmente por el consumo de los tres tiempos de comidas: cena, 81%; almuerzo, 74%, y desayuno, 73%. El tercer componente agrupó al patrón de preferencia por alimentos funcionales y hábitos familiares saludables. Fue representado por el consumo de derivados lácteos, 70%; frutas, 63%; asimismo, señalaron preocuparse por una alimentación balanceada en el hogar, 60%. El cuarto componente agrupó el patrón de consumo de frituras y hábitos familiares no saludables, destacó la preferencia por frituras, 79%, y hábitos de alimentación familiar no saludable, 62%. Por último, el quinto componente agrupó al patrón de influencia de TikTok y hábitos familiares de fin de semana. Fue representado por una alimentación familiar no saludable los fines de semana, 70%; consumo de alimentos en tendencia, 64%, e ingesta de agua recomendada, 63%.

Tabla 11

Correlación entre los puntajes del uso de la red social TikTok y los hábitos alimentarios de los adolescentes encuestados del nivel secundario de la I.E. Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024.

Puntaje	Tiempo de uso de TikTok		Importancia de contenido alimentario en TikTok		Contenido sobre alimentación en TikTok que mejora los hábitos alimentarios	
	R Spearman	Valor p	R Spearman	Valor p	R Spearman	Valor p
Factor 1	-0.02	0.829	0.04	0.653	0.12	0.195
Factor 2	-0.30	0.001	0.02	0.804	-0.07	0.444
Factor 3	-0.04	0.674	0.07	0.463	0.08	0.387

Factor 4	0.23	0.016	0.10	0.297	0.06	0.536
Factor 5	-0.01	0.875	0.04	0.661	0.239	0.011

Nota. En la tabla 11, se realizó una correlación de Spearman para analizar la correlación entre el uso de TikTok y los patrones alimentarios obtenidos mediante el Análisis de Componentes Principales (ACP). Se consideraron aquellas correlaciones cuyos valores ρ fueron inferiores a 0.05, lo que indicó una asociación estadísticamente significativa.

Se destaca que el Factor 2 presentó una correlación negativa estadísticamente significativa con el tiempo de uso de TikTok ($r = -0.301$, $\rho = 0.001$), lo que sugiere que los adolescentes que tienen una regularidad en el consumo de sus comidas principales tienden a utilizar menos tiempo en esta red social.

Por otro lado, el Factor 4 presentó una correlación positiva estadísticamente significativa con el tiempo de uso de TikTok ($r = 0.23$, $\rho = 0.016$), lo que indicó que un mayor tiempo de exposición a esta red social se vincula con el consumo de frituras y hábitos familiares no saludables, posiblemente debido a la influencia del contenido relacionado con la alimentación en esta red social.

Asimismo, el Factor 5 presentó una correlación positiva estadísticamente significativa entre el contenido sobre alimentación en Tiktok que mejora los hábitos de alimentos ($r = 0.239$, $\rho = 0.011$), lo que indicó que este patrón estuvo influenciado por contenido nutricional positivo difundido en dicha red social.

Los factores restantes (Factor 1 y Factor 3) no mostraron correlaciones significativas con el uso de TikTok ($\rho < 0.05$), lo que sugiere que estos patrones alimentarios no están relacionados con el tiempo dedicado a la red social estudiada.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el presente estudio se evaluó determinar el uso de TikTok y su relación con los hábitos alimentarios en adolescentes del nivel secundario de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión. Los resultados claves indican que sí existe una relación estadísticamente significativa entre ambas variables.

En relación con el tiempo de uso de TikTok, se evidenció que el 58.4% de los adolescentes destinaron entre una y tres horas diarias al uso de esta red social.

Este resultado presentó afinidad con la investigación de Virós Martín et al. (2024), en la que se observó que el 59.43% de los adolescentes utilizaban TikTok por más de una y dos hora al día. Esta concordancia se explica por el hecho de que, a nivel global, la era digital forma parte de la vida de los adolescentes, pertenezcan o no a la generación Z o Alfa. Además, desde la pandemia de la COVID-19, el tiempo promedio diario dedicado a TikTok ha ido en aumento.

En referencia a la importancia que exista contenido sobre alimentación orientado a la mejora de hábitos alimentarios, la gran mayoría, 93.8%, respondió que sí.

Este resultado reflejó afinidad con el estudio de Paguay y Rea (2022), donde el 97,1%

de los adolescentes señalaron que la red social TikTok fue la más utilizada para buscar contenido sobre alimentación.

En referencia al contenido en TikTok sobre información de alimentación que ha generado mejoras en los hábitos alimentarios, el 68.1% de los adolescentes indicó que sí.

Este resultado reflejó concordancia con el estudio de Valencia (2023), en el que el 51.5% afirmó haber puesto en práctica dicha información en su vida diaria.

Asimismo, el estudio de Paguay y Rea (2022), respaldó este hallazgo, al revelar que el 91.7% consideró que las redes sociales influyen positivamente en la mejora de su alimentación.

En referencia al contenido sobre alimentación en TikTok y su aplicación práctica, el 82.8% de los adolescentes indicó haber puesto en práctica preparaciones de recetas saludables.

Este hallazgo tuvo contraposición con el estudio de Lozano y Murillo (2025), en el que se encontró que el 63.40% aplicó contenido relacionado con dietas o planes de comidas ofertados por influencers.

En relación con las recomendaciones en temas de alimentación brindadas por tiktokers, profesional de la salud o deportistas reconocidos, el 87.6% de la población aceptó, en mayor proporción, aquellas emitidas por profesionales de la salud en esta red social.

Este resultado mostró concordancia con el estudio de Irazú (2022), en el que el 67% de los adolescentes consideró relevante la presencia y el contenido de un profesional de la salud.

Además, la investigación de Barrera (2022) respaldó este hallazgo, al revelar que el 35% de los participantes aceptó información proveniente de un nutricionista.

De manera similar, el estudio de Jaramillo (2022) evidenció que el 50.4% de los adolescentes aceptó información sobre alimentación emitida principalmente por un profesional en nutrición.

Estas similitudes pueden explicarse, por el hecho de que recibir información de una persona con formación académica genera confianza y credibilidad en el usuario al momento de

tomar decisiones relacionadas con su salud.

Además, se evaluaron los hábitos alimentarios de la población adolescente mediante el Análisis de Componentes Principales (ACP). Se identificaron cinco patrones alimentarios significativos que describen el consumo de alimentos de los adolescentes encuestados; sin embargo, a través de la correlación de Spearman, solo tres de estos patrones se correlacionan significativamente con el uso de la red social TikTok.

En estos tres patrones alimentarios, se observó que el patrón número 2 se caracterizó por una correlación negativa estadísticamente significativa entre el tiempo de uso de TikTok y la regularidad en el consumo de las comidas principales: cena, 81%; almuerzo, 74%, y desayuno, 73%. Es decir, los adolescentes que dedicaban menos tiempo al uso de esta red social mantenían rutinas alimentarias más organizadas.

Este resultado indicó concordancia con el estudio de Valencia (2023), en el que los adolescentes también presentaron hábitos alimenticios regularmente saludables en las comidas principales, 58.5%.

Asimismo, la investigación realizada por Elkin (2021) respaldó este hallazgo, al revelar una regularidad importante en el consumo de comidas principales: cena, 96.7%; almuerzo, 91.0% y desayuno, 79.5%.

De igual forma, el estudio de Paguay y Rea (2022), coincidió con estos resultados, al señalar que la mayoría de los adolescentes consumen con regularidad sus comidas principales en casa: almuerzo, 95 %; cena y desayuno, 88.3%.

El patrón número 4 se caracterizó por una correlación positiva estadísticamente significativa entre el tiempo de uso de TikTok y el consumo de frituras, así como hábitos familiares poco saludables. Es decir, una mayor exposición a contenidos en esta red social podría reforzar dichos patrones.

Este resultado mostró concordancia con el estudio realizado por Elkin (2021), en el que

se evidenció que el 93.% de los adolescentes consumieron comidas rápidas.

Asimismo, Buitrón (2020), respaldó este hallazgo al señalar que la comida rápida más consumida por los adolescentes fue la hamburguesa, 62%.

El patrón número 5 se caracterizó por una correlación positiva estadísticamente significativa entre el contenido sobre alimentación en Tiktok que mejora los hábitos alimentarios y la preferencia por alimentos en tendencia, hábitos familiares no saludables durante el fin de semana, así como la ingesta de agua recomendada. Es decir, este patrón podría estar influenciado por contenidos (mensajes o publicidad) que fomentan tanto conductas saludables como no saludables.

Este resultado mostró concordancia con el estudio realizado por Lozano y Murillo (2025), en el que el 46.81% de los adolescentes indicaron que el tipo de alimento promocionado en redes sociales y posteriormente consumido corresponde a comidas rápidas. Además, el mismo estudio evidenció que, con frecuencia, la publicidad de alimentos en redes sociales influyen en sus decisiones de compra o consumo, 39.15%.

Sin embargo, en el estudio de Paguay y Rea (2022), presentó una contraposición, al revelar que el 48.3% de los adolescentes consumieron menos de la cantidad recomendada de agua.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1 A partir de los resultados obtenidos, en la presente investigación, se acepta la hipótesis general que establece que existe una relación estadísticamente significativa entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024. [ρ (rho) < 0.05: (ρ = 0.001); (ρ = 0.016); (ρ = 0.011)].
- 6.2 Respecto al tiempo de uso, se identificó que la mayoría de los adolescentes dedicaron entre 1 a 3 horas diarias a la red social TikTok, 58.4%. Este hallazgo reflejó una exposición moderada a alta a la plataforma digital. Además, se evidenció una correlación negativa estadísticamente significativa (ρ = 0.001 < 0.05) entre el tiempo de uso de TikTok y la regularidad en el consumo de las comidas principales; así como una correlación positiva estadísticamente significativa (ρ = 0.016 < 0.05), entre el tiempo de uso de TikTok y el consumo de frituras, así como con hábitos familiares no saludables.
- 6.3 Respecto al contenido alimentario en TikTok que más aplican los adolescentes encuestados, se evidenció que el 62.8% adoptó prácticas alimentarias saludables como la preparación

de recetas saludables.

- 6.4 Respecto al contenido sobre alimentación en TikTok que mejoran los hábitos alimentarios, se evidenció una correlación positiva estadísticamente significativa con la preferencia por alimentos en tendencia, hábitos familiares no saludables durante el fin de semana, así como con la ingesta de agua recomendada ($\rho = 0.011 < 0.05$).
- 6.5 Respecto a los hábitos alimentarios de la población, se observó que los patrones identificados en la investigación reflejaron tanto hábitos adecuados ($\rho = 0.001 < 0.05$), como inadecuados ($\rho = 0.016 < 0.05$); ($\rho = 0.011 < 0.05$).

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1 Fomentar hábitos alimentarios sostenibles en adolescentes, mediante la promoción del consumo de desayuno, almuerzo y cena como base de una alimentación saludable, y como estrategia de protección frente a la sobreexposición de contenido en la red social TikTok.
- 7.2 Implementar programas de educación nutricional liderado por nutricionistas, que permitan a los adolescentes identificar contenido confiable frente a información falsa, de modo que puedan reconocer prácticas alimentarias saludables en la red social TikTok.
- 7.3 Diseñar campañas de difusión en educación nutricional a través de la red social TikTok, aprovechando su formato visual y su alcance entre adolescentes para promover mensajes positivos, accesibles y culturalmente relevantes sobre alimentación saludable.
- 7.4 Involucrar activamente a las instituciones educativas y a las familias en la promoción de hábitos alimentarios saludables, especialmente durante los fines de semana, con el fin de contrarrestar la influencia de contenido digital desfavorable y reforzar prácticas positivas en el hogar.
- 7.5 Desarrollar investigaciones futuras que profundicen en el tipo de contenido consumido en

TikTok, diferenciando entre mensajes educativos, comerciales y estéticos, analizando su impacto según el contexto familiar, escolar y sociocultural.

VIII. REFERENCIAS

- Academia Española de Nutrición y Dietética. (s.f). *Hábito alimentario*.
<https://www.academianutricionydietetica.org/glosario/habito-alimentario/>
- Allen, B. y Waterman, H. (21 de mayo de 2019). *Etapas de la adolescencia*. Healthy children.
<https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx>
- Altamirano Bautista, M. y Carranza Carranza, W. O. (2014). *Hábitos alimenticios y estado nutricional en adolescentes de los colegios secundarios. Chuyabamba y Chota, 2013*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Universidad Nacional de Cajamarca. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/691>
- Álvares Ochoa, R. I., Cordero Cordero, G. d., Vásquez Calle, M. A., Altamirano Cordero, L. C. y Gualpa Lema, M. C. (2017). Hábitos alimentarios, su relación con el estado nutricional en escolares de la ciudad de Azogues. *Revista de Ciencias Médicas de Pinar del Río*, 21(6), 88-95. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-31942017000600011&lng=es&tlng=es

- Álvarez Flores, E. A. (2024). Integración de las TIC en la enseñanza y aprendizaje en estudiantes del Nivel Secundario en una provincia de la República Dominicana. *Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*(17), 101-115. <https://doi.org/10.6018/riite.621161>
- Alzahrani, S. H., Abdulaziz Saeedi, A., Khaleed Baamer, M., Faisal Shalabi, A. y Alzahrani, A. M. (2022). Eating Habits Among Medical Students at King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia. *International Journal of General Medicine*, 2020(13), 77-78. <https://doi.org/10.2147/IJGM.S246296>
- Amórtegui, T. (31 de agosto de 2022). *Qué es TikTok, cómo usarlo y por qué unirte a esta red social*. RD Station. <https://www.rdstation.com/blog/es/que-es-tiktok/>
- Barrera Pután, J. F. (2022). *Influencia de las plataformas digitales en el hábito de consumo alimenticio en adolescentes entre 14 - 17 años de un colegio de la ciudad de Milagro*, 2022. [Tesis de maestría, Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio Universidad Estatal de Milagro. <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/6912>
- Bhandari, A. y Bimo, S. (2022). Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media. *Sage Journals*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Blanco, E. (8 de setiembre de 2023). *¿Cuáles son las redes sociales más usadas?: estadísticas*. RD Station. <https://www.rdstation.com/blog/es/cuales-son-las-redes-sociales-mas-usadas/>
- Blanco Quevedo, R. A., Manrique Saavedra, D. Y. y Silva Díaz, V. (2020). *Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes y adultos: una revisión sistemática* [Trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller, Universidad Científica del Sur]. Repositorio Universidad Científica del Sur. <https://doi.org/10.21142/tb.2021.1723>

- Borrás Santisteban, T. (2014). Adolescencia: definición, vulnerabilidad y oportunidad. *Correo Científico Médico*, 18(1), 05-07.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1560-43812014000100002&lng=es&tlng=es
- Buitrón Coba, S. N. (2020). *Influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias de adolescentes entre 15 - 18 años de la Unidad Educativa "San Vicente de Paúl"*. [Tesis de pregrado, Pontífica Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Pontífica Universidad Católica del Ecuador.
<https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/24993>
- Chau, M. M., Burgermaster, M. y Mamykina, L. (2018). The use of social media in nutrition interventions for adolescents and young adults - A systematic review. *Internarional Journal of Medical Informatics*, 120, 77-91.
<https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2018.10.001>
- Duarte, F. (23 de junio de 2025). *Estadísticas sobre el tiempo promedio dedicado a TikTok*. Exploding Topics. <https://explodingtopics.com/blog/time-spent-on-tiktok#average-time-on-tiktok>
- Echazarreta Serrano, A. (2025). Comida Rápida y Hábitos Alimentarios en Adolescentes de Chetumal: Análisis Documental desde la Gastronomía y la Salud Pública. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 9(2), 7684-7711.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17496
- Eldridge, A. (23 de junio de 2023). *Experience Generation Z*. Britannica.
<https://www.britannica.com/topic/Experience-Generation-Z-2226901>
- Eldridge, S. (19 de agosto de 2025). *Experience Generation Alpha*. Britannica.
<https://www.britannica.com/topic/Generation-Alpha>
- Elkin, R. (2021). *Estado nutricional, exposición a las pantallas, publicidad de alimentos y*

- hábitos alimentarios en los adolescentes del partido de Navarro, Provincia de Buenos Aires*. [Tesis de pregrado, Universidad ISALUD]. Repositorio Institucional Digital ISalud. <http://repositorio.isalud.edu.ar/xmlui/handle/123456789/3334>
- Escobar Mamani, B., Redrovan, D., Villeda, E. y Hernández Santana, A. (2021). ¿Somos conscientes del efecto de las redes sociales en nuestra nutrición? *Innovare: Revista de ciencia y tecnología*, 10(3), 178-180. <https://doi.org/10.5377/innovare.v10i3.12990>
- Ferré, I. y Espinosa, F. (15 de octubre de 2021). *Día Mundial de la Alimentación 2021*. UNICEF México. <https://www.unicef.org/mexico/historias/d%C3%ADa-mundial-de-la-alimentaci%C3%B3n-2021>
- Ferreira dos Santos, S. (2022). Problemáticas contemporáneas adolescentes: retos peligrosos online en TikTok. *Revista Desvalimiento Psicosocial*, 9(1), 43-66. <https://dspace.uces.edu.ar/jspui/handle/123456789/6281>
- Flores Ibarra, A. L. (2024). *Redes sociales y desarrollo de trastornos alimentarios en adolescentes*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio Institucional Universidad Peruana Cayetano Heredia. <https://hdl.handle.net/20.500.12866/16093>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF] . (1 de febrero de 2011). *The State of the World's Children 2011: Adolescence – An age of opportunity*. UNICEF Data. <https://data.unicef.org/resources/the-state-of-the-worlds-children-2011-adolescents-an-age-of-opportunity/>
- Fuente, O. (11 de enero de 2025). *12 Tendencias esenciales de TikTok en 2025 con ejemplos*. IEBS Business School. <https://www.iebschool.com/hub/9-tendencias-esenciales-de-tiktok-en-2025-con-ejemplos-redes-sociales/>
- Gartshore, L. (2018). Understanding Generation Alpha. *BDJ Team*, 5(10). <https://doi.org/10.1038/bdjteam.2018.198>

- Gerbotto, M. y Paturzo, C. L. (2020). Hábitos alimentarios y percepción de la imagen corporal en un grupo de adolescentes que realizan comedia musical. *DIAETA*, 38(172), 32-42. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73372020000300026&lng=es&tlng=es.
- Hendrikse, C. y Limniou, M. (2024). The Use of Instagram and TikTok in Relation to Problematic Use and Well-Being. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 9, 846-857. <https://doi.org/10.1007/s41347-024-00399-6>
- Hijos, N. y Arias, V. (2025). Vida de influencer: Construcción del reconocimiento y la imagen del éxito en las sociedades mediatizadas. *Hipertextos*, 13(23), e096. <https://doi.org/10.24215/23143924e096>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2024). *Perú: Enfermedades no transmisibles y transmisibles. 2024*. [En línea]. https://proyectos.inei.gob.pe/endes/2024/SALUD/ENFERMEDADES_ENDES_2024.pdf
- Instituto Nacional del Cáncer. (s.f.). *Adolescente*. <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/adolescente>
- Irazú, P. (2022). *Impacto percibido del uso de redes sociales virtuales en hábitos alimentarios de adolescentes de CABA, en 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad ISALUD de Buenos Aires]. Repositorio Institucional Digital ISalud. <http://repositorio.isalud.edu.ar/xmlui/handle/123456789/619>
- Jaramillo Pillajo, M. (2022). *Influencia de las redes sociales sobre la ingesta alimentaria de los adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa San Miguel de los Bancos, 2022*. [Tesis de maestría, Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio Universidad Estatal de Milagro.

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/6928/1/JARAMILLO%20PILLAJO%20MISHEL.pdf>

- Jordán Correa, D. P., Izaguirre Olmedo, J. A. y López, A. L. (2024). La red social TikTok y su incidencia en el cambio de comportamiento: un estudio bibliométrico. *Intersecciones en comunicación*, 2(18), 5. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9936173>
- Keutelian, M. (9 de junio de 2025). *Always Up-to-Date Guide to Social Media Video Specs (Facebook, Instagram, TikTok, X, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Snapchat)*. Sproutsocial. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-video-specs-guide/#tiktok>
- Lázaro Pérez, L., Gallego Moreno, S., Martínez Francisco, S., Membrado Garde, J. y Sánchez Arazuri, M. (25 de agosto de 2025). *Tiktok y salud: herramienta de alfabetización sanitaria o fábrica de desinformación. Revisión bibliográfica*. Revista Sanitaria de Investigación. <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/tiktok-y-salud-herramienta-de-alfabetizacion-sanitaria-o-fabrica-de-desinformacion-revision-bibliografica/>
- León, M. I. (15 de mayo de 2024). *Las redes sociales en la educación*. Universidad Continental. <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/redes-sociales-educacion-ejemplos>
- Li, B., Tang, X. y Le, G. (2023). Dietary Habits and Metabolic Health. *Nutrients*, 15(18), 3975. <https://doi.org/10.3390/nu15183975>
- López, P. (25 de febrero de 2025). *Generación Z en Perú: hábitos y preferencias financieras*. BBVA. <https://www.bbva.com/es/pe/innovacion/generacion-z-en-peru-habitos-y-preferencias-financieras/>
- Lozano Blasco, R., Mira Aladrén, M. y Gil Lamata, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. *Comunicar*, 74, 125-137. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Lozano Lucio, A. N. y Murillo Jiménez, N. E. (2025). *Publicidad de alimentos en redes sociales y su relación en las conductas alimentarias de los adolescentes de la unidad*

- educativa ricaurte, cantón urdaneta en el periodo octubre 2024 – mayo 2025*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio Institucional Universidad Técnica de Babahoyo. <https://dspace.utb.edu.ec/items/d4d2432f-5d1c-4f57-b678-ead94ee5520a>
- Machicado Paucar, Z. P. y Palomino Fernández, Y. (2024). *Medios de comunicación y hábitos alimentarios en estudiantes del Nivel Secundario de la I.E. UNCP – Huancayo 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio Institucional Universidad Nacional del Centro del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12894/11973>
- Madrigal Barrón, Á. (2015). Internet y redes sociales: ¿caminamos hacia una nueva comunicación? *Barataria Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 61-71. <https://acmspublicaciones.revistabarataria.es/sociologia-hoy-2015/>
- Martí-Danés, A. (2025). La evolución del political influencer como nuevo actor en la intermediación de la comunicación política: scoping review de su conceptualización y características. *Revistas Científicas Complutenses*, 31(2), 381-418. <https://doi.org/10.5209/emp.100397>
- Martín, S. (10 de enero de 2025). *Algoritmo de TikTok en 2025: cómo funciona*. Metricool. <https://metricool.com/es/algoritmo-tiktok/>
- Maza Ávila, F. J., Caneda Bermejo, M. C. y Vivas Castillo, A. C. (2022). Hábitos alimenticios y sus efectos en la salud de los estudiantes universitarios. Una revisión sistemática de la literatura. *Psicogente*, 25(47), 110-140. <https://doi.org/10.17081/psico.25.47.4861>
- McCrindle, M. (2023). *Generation Alpha: understanding our children and helping them thrive*. (H. Australia, Ed.) https://www.google.com.pe/books/edition/_/mAv9zQEACAAJ?hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiguIKep5-PAxWupZUCHThLGLMQ7_IDegQIERAC

- Medina Quispe, C. I. (2025). *Adicción a redes sociales y riesgo de trastorno de conducta*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. Repositorio Institucional Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga. <https://repositorio.unsch.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c8ae6b6a-8d82-43ba-917a-6603f15245cb/content>
- Méndez Martínez, C. y Rondón Sepúlveda, M. A. (2012). Introduccion al analisis factorial exploratorio (AFE). *41*(1), 197-207. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502012000100014
- Moore, M. (2023). Nutrition Information on TikTok: A Qualitative Exploration of Posts from Registered Dietitian Nutritionists (RDN) and non-RDNs. *University of Florida - Journal of Undergraduate Research*, 25. <https://doi.org/10.32473/ufjur.25.133477>
- Munro, E., Wells, G., Paciente, R., Wickens, N., Ta, D., Mandzufas, J. y Woolard, A. (2024). Characteristics of popular diet-related TikTok videos. *Proceedings of the Nutrition Society*, 83(OCE1), E140. <https://doi.org/10.1017/S0029665124001587>
- Niño Rodríguez, C. I., Brosig Rodríguez, C. L. y Saldaña Perez, J. E. (2024). Definición del Perfil personal y Profesional de la Generación Z, como. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 19(1), 1-7. <https://daena-journal.weebly.com/publications-2024.html>
- Nutrinfo.com. (7 de noviembre de 2024). *Desinformación nutricional en TikTok: el impacto en los jóvenes*. <https://www.nutrinfo.com/noticias-nutricion/desinformacion-nutricional-en-tiktok-el-impacto-en-los-jovenes--4936>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2025). *The Status of Youth in Agrifood Systems*. <https://openknowledge.fao.org/items/e5d214a7-6046-47e7-bd34-7987fcc44cd6>

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2014). *Salud para los adolescentes del mundo: una segunda oportunidad en la segunda década.*

<https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/d32e7e02-65a6-4c6b-9dd7-6aa0e28e9179/content>

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (31 de agosto de 2018). *Alimentación sana.*

<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (15 de noviembre de 2019). *Dieta Sana.*

https://www.who.int/es/health-topics/healthy-diet#tab=tab_1

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (26 de noviembre de 2019). *Salud del adolescente.*

https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (29 de abril de 2020). *Healthy diet.*

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

Paguay Cuji, E. J. y Rea Torres, B. N. (2022). *Estrategias de educación nutricional a través de redes sociales, dirigidas a adolescentes de 12 a 14 años de la unidad educativa Marcos Salas Yépez.* [Tesis de pregrado, Universidad Iberoamericana del Ecuador].

Repositorio

UNIBE.

<http://repositorio.unibe.edu.ec/xmlui/handle/123456789/502?show=full>

Paljug, K. (19 de febrero de 2025). *Redes sociales: Definición, importancia, principales sitios web y aplicaciones.* Investopedia.

<https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>

Panamerican Business School. (14 de enero de 2024). *¿Cuál es la generación Alfa y por qué es la nativa digital?*

<https://panamericanlatam.com/cual-es-la-generacion-alfa-y-por-que-es-la-nativa-digital/>

Pardeiro, R. (25 de mayo de 2024). *Generación Z: Más allá de los Estigmas Psicosociales.*

Cepsim Madrid. <https://www.psicologiamadrid.es/generacion-z-mas-alla-de-los->

[estigmas-psicosociales/](#)

Pereira, T., de Quadros, C. M., Zucco, F. D., Behling, H. P. y Cardoso, F. G. (2024).

Desinformación en línea: análisis de la propensión a verificar noticias falsas entre diferentes generaciones. *Razón y Palabra*, 28(121), 42-56.

<https://doi.org/10.26807/rp.v28i121.2153>

Prybutok, V., Prybutok, G. y Yogarajah, J. (2024). Negative Influence of Social Media on

Children's Diets: A Systematic Review. *Encyclopedia*, 4, 1700-1710.

<https://doi.org/10.3390/encyclopedia4040111>

Quality Analytics. (5 de mayo de 2023). *Análisis de Componentes Principales (PCA)*.

<https://qualityanalytics.net/analisis-de-componentes-principales-pca/>

Quiroz, N. T. (2020). TikTok la aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista Argentina*

de Estudios de Juventud(14), 1-9. <https://doi.org/10.24215/18524907e044>

Qustodio. (2024). *Nacer en la era digital: generación IA*. Static Qustodio.

https://static.qustodio.com/public-site/uploads/2024/01/19122643/ADR_2023-

[24_ES.pdf](#)

Ramallal, P. M. y Belda, J. P. (2021). TikTok, red simbiótica de la generación Z para la realidad

aumentada y el advergaming inmersivo. *Revista de Comunicación*, 20(2), 223-243.

<https://revistadecomunicacion.com/article/view/2392>

Ramos, E. (7 de agosto de 2024). *Qué significa ser un influencer y cuál es su rol en las redes*

sociales. SHERPA CAMPUS. <https://sherpacampus.com/redes-sociales/significa->

[definicion-influencer-significado-influencers/](#)

Rivas Pajuelo, S., Saintila, J., Rodríguez Vázquez, M., Calizaya Milla, Y. E. y Javier Aliaga,

D. J. (8 de noviembre de 2021). Conocimientos, actitudes y prácticas de alimentación

saludable e índice de masa corporal en adolescentes peruanos: un estudio transversal.

Revista Española de Nutrición Humana y Dietética, 25(1), 87-94.

<https://doi.org/10.14306/renhyd.25.1.1129>

Robledo de Dios, T., Rollán Gordo, A. y Peña Rey, I. (2023). Estudio cualitativo sobre las percepciones en alimentación, prácticas alimentarias y hábitos de vida saludables en población adolescente. *Revista Española de Salud Pública*, 97.

<https://ojs.sanidad.gob.es/index.php/resp/article/view/116>

Sánchez Castillo, S., Armayones Ruiz, M. y Meléndez Labrador, S. (2025). La información sobre salud en la esfera digital. *Index.Comunicación*, 15(2), 13-32.

<https://doi.org/10.62008/ixc/15/02Lainfo>

Sancho Belinchón, C. (2025). La divulgación de contenidos de salud en Instagram: análisis de influencers especializados. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-16.

<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1334>

Santander Open Academy. (10 de mayo de 2023). *¿Qué tipos de redes sociales existen?*

<https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/tipos-de-redes-sociales.html>

Stanford Medicine Children's Health. (s.f.). *Puberty: Teen Girl How much will you teen grow?*

<https://www.stanfordchildrens.org/en/topic/default?id=puberty-teen-girl-90-P01635>

Tafradzhiyski, N. (25 de febrero de 2025). *TikTok Revenue and Usage Statics (2025)*. Business of App. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

Troncoso Pantoja, C., Lanuza, F., Martínez Sanguinetti, M. A., Leiva Ordoñez, A. M., Ramírez Alarcón, K., Martorell, M. y Celis Morales, C. (2022). Cumplimiento de las Guías Alimentarias en adolescentes chilenos: un estudio transversal de la Encuesta Nacional de Salud 2016-2017. *Andes pediátrica*, 93(6), 878-888.

<https://andespediatria.cl/index.php/rchped/article/view/4191>

Universidad ORT Uruguay. (25 de julio de 2025). *¿Qué son las redes sociales y por qué son tan populares?* [https://fc.ort.edu.uy/blog/que-son-las-redes-](https://fc.ort.edu.uy/blog/que-son-las-redes-sociales#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20plataformas,grupos%20y%20)

[sociales#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20plataformas,grupos%20y%20](https://fc.ort.edu.uy/blog/que-son-las-redes-sociales#:~:text=Las%20redes%20sociales%20son%20plataformas,grupos%20y%20)

[organizaciones%20en%20l%C3%ADnea.](#)

Valencia Herrera, J. C. (2023). *Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios en adolescentes durante covid-19 del colegio Guillermo Enrique Billinghurst, Barranca 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrión. <https://hdl.handle.net/20.500.14067/7637>

Vilaplana Sánchez, F. (2022). *La generación Z y su impacto en la cultura y gestión de personas en las organizaciones*. [Tesis de doctorado, Universidad de Navarra]. Depósito académico digital de la Universidad de Navarra. <https://doi.org/10.15581/10171/65103>

We are social. (4 de febrero de 2025). *The digital & social summit 2024*. <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024/>

Winzer, E., Naderer, B., Klein, S., Lercher, L. y Wakolbinger, M. (2022). Promotion of Food and Beverages by German-Speaking Influencers Popular with Adolescents on TikTok, YouTube and Instagram. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 19(17), 10911. <https://doi.org/10.3390/ijerph191710911>

Zuo, H. y Wang, T. (2019). Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of popular Culture. *Fontiers in Art Research*, 1(3), 01-05. <https://francispress.com/uploads/papers/KRAJ6OieLedXZuB2rZGVVN4k0qr55NXxWLVeKHGX.pdf>

IX. ANEXOS

9.1 Anexo A: Matriz de consistencia

TÍTULO: USO DE TIKTOK Y HáBITOS ALIMENTARIOS EN ADOLESCENTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA MÁRTIR DANIEL ALCIDES CARRIÓN, SAN JUAN DE LURIGANCHO – LIMA, PERÚ, 2024				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024?	Determinar la relación que existe entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.	Existe una relación estadísticamente significativa entre el uso de TikTok y los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.	Variable independiente (VI): uso de TikTok Variable dependiente (VD): hábitos alimentarios	Tipo de estudio: observacional, prospectivo, transversal correlacional, descriptivo y cuantitativo. Población: adolescentes del nivel secundario de 12 a 17 años de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		

¿Cuál es el tiempo promedio de uso de TikTok que aplican los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024?	Conocer el tiempo promedio de uso de TikTok en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.	Existe un tiempo de uso alto de TikTok en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.		Muestra: 113 adolescentes del nivel secundario de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión. Técnica de recolección de datos: Cuestionario Instrumento de recolección: Formulario virtual de la plataforma Google Forms. Análisis e interpretación de datos: Software IBM SPSS, versión 23, Análisis de Componentes Principales (ACP) y Correlación de Spearman.
¿Cuál es el contenido alimentario de TikTok que aplican los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024?	Identificar el contenido alimentario de TikTok que aplican los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.	El contenido alimentario de TikTok que emplean los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión de San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024, no es saludable.		
¿Cómo son los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2024?	Conocer los hábitos alimentarios en adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.	Son inadecuados los hábitos alimentarios de los adolescentes de la Institución Educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú, 2024.		

9.2 Anexo B: Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	TIPO DE VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	VALORES	ESCALA DE MEDICIÓN
USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK	Es una interacción entre los usuarios en línea, especialmente adolescentes, caracterizado por el contenido audiovisual breve, dinámico y algorítmicamente personalizado que circula en	Se midió a través de un cuestionario estructurado en dos dimensiones, que incluye ítems como el tiempo de uso diario, la cantidad de videos visualizados sobre alimentación, la valoración de contenidos	CUALITATIVA	Tiempo de uso de la red social TikTok	Horas de uso al día de la red social TikTok	Bajo: Menos de 1 hora al día (0) Moderado: Entre 1 y 2 horas al día (1) Alto: Entre 2 y 3 horas al día (2) Muy alto: Más de 3 horas al día (3)	ORDINAL
				Contenido sobre hábitos alimentarios en la red social TikTok	Cantidad de videos vistos en cuentas de comida saludable en la red social TikTok	Nada = 0 videos (0) Poco = 1 a 2 videos (1) Regular = 3 a 5 videos (2) Mucho = 6 a 9 videos (3) Muchísimo = > 10 videos (4)	

	la plataforma digital. (Ramallal y Belda, 2021)	alimentarios, el impacto del contenido alimentario y la influencia de las recomendaciones alimentarias brindadas por tiktokers, nutricionistas y deportistas famosos.			Importancia de contenido de alimentación saludable para la mejora en los hábitos alimentarios	Sí (0) No (1)	NOMINAL (dicotómica)
					Recomendación de alimentos saludables para mejora de hábitos saludables de un tiktoker famoso		
					Recomendación de alimentos saludables para mejora de hábitos saludables de un profesional de la salud		
					Recomendación de alimentos saludables para mejora de hábitos saludables de deportista famoso		
					Mejora en hábitos alimentarios por el contenido sobre alimentación saludable		
					Recomendación de tiktoker que se pone en práctica para mejorar los hábitos alimentarios	Preparación de recetas saludables (0) Dietas en tendencias para bajar de peso (1) alimentos para aumentar la masa muscular (2) Consumo de suplementos para estar "fitness" (3) Otros (describir) (4)	NOMINAL (politémica)
					Frecuencia semanal en poner en práctica las recomendaciones de alguna cuenta o tiktoker que se ponen en práctica para mejorar los	Ningún día 1 vez a la semana 2-3 veces a la semana 4-6 veces a la semana Todos los días	

					hábitos alimentarios		NOMINAL (politémica)
					Motivo por qué no se pone en práctica las recomendaciones para la mejora de los hábitos alimentarios que brinda algún tiktok	Los alimentos recomendados son muy caros como para comprarlos Los alimentos recomendados son difíciles de encontrar en el mercado Me conformo con la alimentación que me brindan en casa Las preparaciones son difíciles de elaborar No me brindan confianza o credibilidad	
					Tipo de producto consumido en los últimos 6 meses recomendado por algún tiktok	Tés adelgazantes Batidos para bajar de peso Píldoras quemagrasa Geles reductores Ningún producto	
					Tipo de dieta iniciada en los últimos 6 meses recomendada por algún tiktok	Dieta cetogénica/ Keto Ayuno intermitente Dieta paleo Dieta mediterránea Ninguna dieta	
HÁBITOS ALIMENTARIOS	Conjunto de costumbres adquiridos por el individuo basándose en la repetición de actos en cuanto a la selección, preparación y consumo de alimentos, influenciados por la disponibilidad y acceso de éstos y también por el nivel de educación alimentaria que deben	Se midió a través de un cuestionario estructurado en dos dimensiones que incluye ítems como la frecuencia de consumo de alimentos saludables y no saludables, los tiempos de comida; así como la influencia familiar y social en la alimentación del adolescente.	CUALITATIVA	Factor interno: conductas alimentarias	Tipo de alimentos	Adecuado hábito alimentario Inadecuado hábito alimentario	NOMINAL (dicotómica)
				Factor externo: ambiente	Nivel de la familia Nivel de los medios de comunicación		

	empezar en los primeros años de vida (Maza et al., 2022)						
--	--	--	--	--	--	--	--

9.3 Anexo C: Diseño de instrumento, cuestionarios sobre el uso de la red social TikTok y hábitos alimentarios.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN

Estimados adolescentes, me presento. Mi nombre es Ana Karina Matute Santa Cruz, bachiller de nutrición por la Universidad Nacional Federico Villarreal, en esta oportunidad deseo solicitar su relevante colaboración en mi trabajo de investigación titulado “*Uso de TikTok y hábitos alimentarios en adolescentes de la institución educativa Mártir Daniel Alcides Carrión, San Juan de Lurigancho, 2023.*”

Para participar en los siguientes dos cuestionarios, les pido contestar las preguntas con sinceridad y seleccionar solo una respuesta. Es totalmente anónima y la información proporcionada será valiosa para fines de investigación.

A. CUESTIONARIO SOBRE EL USO LA RED SOCIAL TIKTOK

DATOS GENERALES DE LOS PARTICIPANTES:

1. Edad: _____

2. Sexo

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de nivel secundario

- a) Primero
- b) Segundo
- c) Tercero
- d) Cuarto
- e) Quinto

4. Turno de nivel secundario

- a) Mañana
- b) Tarde

A.1 DIMENSIÓN 1 : USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK

5. ¿Cuántas horas al día usas la RRSS TikTok?

- a) Menos de 1 hora al día
- b) Entre 1 y 2 horas al día
- c) Entre 2 y 3 horas al día
- d) Más de 3 horas al día

A.2 DIMENSIÓN 2 : CONTENIDO SOBRE HÁBITOS ALIMENTARIOS EN LA RED SOCIAL TIKTOK

6. Al día, ¿cuántos videos sobre alimentación saludable visualizas en la RRSS TikTok?

- a) Nada = 0
- b) Poco = 1 a 2
- c) Regular = 3 a 5
- d) Mucho = 6 a 9
- e) Muchísimo >10 videos

7. ¿Consideras importante que exista contenido de alimentación saludable para la mejora de hábitos alimentarios en la RRSS Tiktok?

- a) Sí
- b) No

8. ¿Crees que el contenido sobre alimentación saludable en la RRSS TikTok ha generado mejoras en tus hábitos alimentarios?

- a) Sí

b) No

9. Si un tiktoker famoso te recomendara consumir alimentos saludables para mejorar tus hábitos alimentarios, ¿lo harías?

- a) Sí
- b) No

10. Si un profesional de la salud en la RRSS TikTok te recomendara consumir alimentos saludables para mejorar tus hábitos alimentarios, ¿lo harías?

- a) Sí
- b) No

11. Si algún deportista famoso en la RRSS TikTok te recomendara consumir ciertos alimentos para mejorar tus hábitos alimentarios, ¿lo harías?

- a) Sí
- b) No

12. De las recomendaciones que brinda algún tiktoker, ¿cuál de ellas pones en práctica para mejorar tus hábitos alimentarios?

- a) Preparación de recetas saludables
- b) Dietas en tendencia para bajar de peso
- c) Alimentos para aumentar la masa muscular
- d) Consumo de suplementos para estar “fitness”
- e) Otros (escribir cuál o cuáles)

13. A la semana, con cuánta frecuencia pones en práctica las recomendaciones (de la pregunta 12) de alguna cuenta o tiktoker a tus hábitos alimentarios?

- a) Ningún día
- b) 1 vez a la semana
- c) 2- 3 veces a la semana
- d) 4 – 6 veces a la semana
- e) Todos los días

▪ *Responde la pregunta 14 de esta sección si SOLO marcaste la alternativa a) de la pregunta 13*

14. ¿Por qué no pones en práctica las recomendaciones para mejorar tus hábitos alimentarios que brindan algún tiktoker ?

- a) Los alimentos recomendados son muy caros como para comprarlos
- b) Los alimentos recomendados son difíciles de encontrar en el mercado
- c) Me conformo con la alimentación que me brindan en casa
- d) Las preparaciones son difíciles de elaborar
- e) No me brindan confianza o credibilidad

15. En los últimos 6 meses, ¿has consumido algunos de estos productos recomendados por algún tiktokker?

- a) Tés adelgazantes
- b) Batidos para bajar de peso
- c) Píldoras quema grasa
- d) Geles reductores
- e) Ningún producto

16. En los últimos 6 meses, ¿has iniciado con alguna de estas dietas recomendadas por algún tiktokker?

- a) Dieta cetogénica/ Keto
- b) Ayuno intermitente
- c) Dieta paleo
- d) Dieta mediterránea
- e) Ninguna dieta

B. CUESTIONARIO SOBRE HÁBITOS ALIMENTARIOS

Instrucciones: Lea detenidamente las siguientes preguntas y elija una de las opciones de acuerdo con su manera de pensar o sentir, marque con una (X).

B.1 DIMENSIÓN 1: FACTOR INTERNO - CONDUCTA ALIMENTARIA

Nº	Preguntas	Diario	5 a 6 veces a la semana	3 a 4 veces a la semana	1 a 2 veces a la semana
17	¿Cuántas veces a la semana consumes el desayuno?				
18	¿Cuántas veces a la semana consumes el almuerzo?				
19	¿Cuántas veces a la semana consumes la cena?				
20	¿Cuántas veces en la semana consumes frituras (pollo a la brasa, salchipapa, pollo broaster, etc.)?				

21	¿Cuántas veces a la semana consumes derivados lácteos(leche, queso o yogurt)?				
22	¿Cuántas veces a la semana consumes alimentos de origen animal (pollo, pescado, res, cerdo, sangrecita, hígado, etc.)?				
23	¿Cuántas veces a la semana consumes menestras (lentejas, arvejas, garbanzo, etc.)?				
24	¿ Cuántas veces a la semana consumes cereales (arroz,trigo, quinua, cebada, etc.) ?				
25	¿ Cuántas veces a la semana consumes frutas (plátanos,manzanas, papaya, mandarina, etc.) ?				
26	¿ Cuántas veces a la semana consumes verduras (zapallo, tomate, lechuga, brócoli, vainita, etc.)?				
27	¿ Cuántas veces a la semana consumes 2 litros de agua? – <i>ingesta de agua recomendada</i>				

B.2 DIMENSIÓN 2: FACTOR EXTERNO: AMBIENTE

Nº	Preguntas	SÍ	NO
28	¿En tu familia se acostumbra a comer en la calle comida chatarra los fines de semana?		
29	¿Piensas que en tu familia no se come alimentos saludables y que prefieren consumir frituras?		
30	¿Tu familia se preocupa por brindarte una alimentación balanceada?		

31	¿Acostumbras a consumir alimentos que están de moda o en tendencia (por ejemplo: peperoni, ramen, nueva marca de alguna galleta o gaseosa, etc.)?		
32	¿Sueles consumir menos alimentos con el fin de verte como los modelos y/o influencers de la red social TikTok?		