

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CARRERA DE NUTRICIÓN

*Tesis para optar por el grado académico de
Licenciatura en Nutrición*

RELACIÓN ENTRE EL TIEMPO USADO EN
REDES SOCIALES CON LA FRECUENCIA
DEL CONSUMO DE ALIMENTOS
ULTRAPROCESADOS Y ESTILO DE VIDA EN
ADULTOS DE 20 A 34 AÑOS DEL CANTÓN DE
BARVA, 2025.

FIGURELLA SOFIA FONSECA MOREIRA

Tabla de contenido

Índice de tablas	5
Dedicatoria	6
Resumen	7
Summary	9
Capítulo I: Problema de investigación	10
Planteamiento del problema	11
Antecedentes del Problema	11
Antecedentes internacionales	11
Antecedentes nacionales	14
Delimitación del problema	16
Justificación	17
Redacción del problema central: Pregunta de la investigación	18
Objetivos de la investigación.....	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Alcances y limitaciones	19
<i>Alcances de la investigación</i>	19
<i>Limitaciones de la investigación</i>	19
Capítulo II: Marco teórico	20
Definición de las tecnologías de la información y redes sociales	21
Uso de redes sociales en adultos jóvenes	21
Tiempo de exposición y patrones de uso	23
Influencia de las redes sociales en el comportamiento humano.....	23
Definición de alimentos ultraprocesados (Clasificación NOVA).....	26
Características nutricionales de los productos ultraprocesados	27

Efectos del consumo frecuente de ultraprocesados en la salud.....	28
Definición de estilo de vida	28
Actividad física.....	29
Alimentación	29
Consumo de alcohol y tabaco.....	30
Capítulo III: Marco metodológico	31
Enfoque de investigación.....	32
Tipo de investigación.....	32
Unidades de análisis u objetos de estudio	32
Población.....	32
Muestra.....	33
Criterios de inclusión y exclusión.....	33
Instrumento para la recolección de la información	34
Confiabilidad del instrumento	34
Validez del instrumento	34
Datos Sociodemográficos	34
Tiempo usado en redes sociales	34
Frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados.....	35
Estilo de vida	35
Diseño de la investigación.....	35
Operacionalización de variables	35
Plan piloto	50
Procedimientos de recolección de datos.....	50
Organización de los datos	51
Análisis de datos.....	51
Capítulo IV: Presentación de Resultados.....	52

Parte I. Resultados Univariados	53
Parte II. Resultados Bivariados.....	70
Capítulo V: Discusión de los Resultados	74
Parte I. Resultados univariados	75
Características sociodemográficas.....	75
Tiempo usado en redes sociales	76
Consumo de alimentos ultraprocesados	78
Estilo de vida	80
Parte II. Resultados bivariados	83
Tiempo en redes sociales, consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida .	83
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	86
Conclusiones	87
Recomendaciones.....	89
Referencias	90
Anexos	98
Anexo 1. Consentimiento informado.....	98
Anexo 2. Instrumento aplicado	100
Anexos 3. Resultados del plan piloto.....	117
Declaración jurada	134
Carta de aprobación del tutor	135
Carta de aprobación del lector	136
Análisis Turnitin	137
Autorización del CENIT	138

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Criterios de inclusión y exclusión</i>	30
Tabla 2. <i>Operacionalización de variables</i>	33
Tabla 3. <i>Distribución de la población piloto según características sociodemográficas.</i>	48
Tabla 4. <i>Distribución de la población según uso y tiempo dedicado a redes sociales...</i>	50
Tabla 5. <i>Distribución de la población según consumo de alimentos ultraprocesados</i>	56
Tabla 6. <i>Distribución de la población según estilo de vida</i>	60
Tabla 7. <i>Distribución de la población según frecuencia de consumo de frutas y verduras</i>	64
Tabla 8. <i>Distribución de la población según frecuencia de consumo de cereales y tubérculos</i>	65
Tabla 9. <i>Distribución de la población según frecuencia de consumo de productos de origen animal</i>	66
Tabla 10. <i>Distribución de la población según frecuencia de consumo de leguminosas</i>	67
Tabla 11. <i>Distribución de la población según frecuencia de consumo de grasas y aceites</i>	67

Dedicatoria

Quiero dedicarle esta tesis a mi tía que es mi compañera de vida, la persona que siempre ha estado para mí sin importar nada y nunca me ha dejado sola, gracias por siempre creer en mí, en mi potencial e impulsarme siempre a ser mejor, sin ella no hubiera llegado hasta aquí y no sería lo que soy hoy en día.

También a toda mi familia paterna y materna que siempre me han dado todo el amor, la paciencia y el apoyo en momentos buenos y malos y nunca me han dejado caer a lo largo de mi vida.

Los amo a todos y este logro es tanto mío como de ustedes. Gracias, por tanto.

Resumen

Introducción: Esta investigación analiza la relación entre el tiempo utilizado en redes sociales y la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados, así como otros indicadores del estilo de vida, en adultos jóvenes del cantón de Barva, Costa Rica. El estudio surge ante el creciente uso de plataformas digitales y su potencial influencia en los comportamientos alimentarios y de salud. **Objetivo General:** Relacionar el tiempo de uso de redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y el estilo de vida en adultos de 20 a 34 años.

Metodología: Se realizó un estudio no experimental, de corte transversal, con participación de 95 personas residentes en Barva. Los sujetos debían tener entre 20 y 34 años, usar redes sociales diariamente y residir en el cantón. La recolección se efectuó mediante un cuestionario digital dividido en cuatro secciones: datos sociodemográficos, uso de redes sociales, frecuencia de consumo de ultraprocesados y estilo de vida. El instrumento fue validado mediante una prueba piloto y los datos fueron analizados mediante índices sumativos y correlaciones de Pearson. **Resultados:** La muestra estuvo conformada mayoritariamente por hombres jóvenes con alta escolaridad y empleo formal. El 98.9% utilizaba redes sociales, principalmente mediante teléfono móvil, destacando WhatsApp e Instagram. Cerca de la mitad se conectaba más de seis veces al día. El consumo de ultraprocesados fue mayoritariamente semanal y moderado, con presencia constante de snacks salados, galletas y bebidas azucaradas. En cuanto al estilo de vida, predominó la actividad física regular, pero coexistieron prácticas como consumo habitual de alcohol, bajo tiempo de sueño y uso frecuente de frituras. Las correlaciones entre tiempo en redes sociales y consumo de ultraprocesados, así como con indicadores de estilo de vida, no mostraron significancia estadística. **Discusión:** La ausencia de relación directa entre tiempo de exposición digital y conductas alimentarias sugiere que la alimentación y el estilo de vida están determinados por factores estructurales, educativos y

contextuales más que por la interacción temporal con redes sociales. La variabilidad en tipos de uso y contenido digital podría diluir posibles efectos, dado que no todos los usuarios reciben la misma exposición alimentaria o conductual. Los resultados coinciden con literatura que describe la conducta alimentaria como multifactorial y con estudios que advierten que los hábitos cotidianos, la disponibilidad alimentaria y las rutinas laborales pueden tener mayor peso que la exposición digital en sí misma. **Conclusiones:** La población estudiada presenta una integración elevada del uso de redes sociales en su rutina diaria, un consumo moderado pero constante de ultraprocesados y un estilo de vida mixto con prácticas saludables y otras que representan riesgo. No se encontraron relaciones significativas entre el tiempo en redes sociales y el consumo de ultraprocesados ni con los indicadores del estilo de vida, lo que refuerza la naturaleza multifactorial de estos comportamientos.

Palabras claves: *Conducta alimentaria, hábitos digitales, alimentación moderna, bienestar integral, salud pública*

Summary

Introduction: This study examines the relationship between time spent on social media and the frequency of ultra-processed food consumption, as well as lifestyle indicators, among young adults in Barva, Costa Rica. **General Objective:** To relate social media usage time with the frequency of ultra-processed food consumption and lifestyle factors in adults aged 20–34.

Methodology: A non-experimental, cross-sectional study was conducted with 95 participants.

Data were collected through a validated digital questionnaire addressing sociodemographics, social media use, ultra-processed food intake and lifestyle habits. Pearson correlations and summative indexes were applied. **Results:** Participants were predominantly young males with high education levels and stable employment. Social media use was almost universal, mainly through mobile devices. Ultra-processed food consumption was moderate but frequent. Lifestyle indicators showed regular physical activity but also alcohol intake, insufficient sleep and frequent frying practices. No significant correlations were found between social media usage time and dietary or lifestyle variables. **Discussion:** The absence of associations suggests that eating behavior and lifestyle are shaped more strongly by personal, social and environmental factors than by digital exposure time alone. **Conclusions:** Social media is highly integrated into daily life, but it does not significantly influence the consumption of ultra-processed foods or lifestyle behaviors within this population.

Keywords: eating behavior, digital habits, modern nutrition, holistic well-being, public health

Capítulo I: Problema de investigación

Planteamiento del problema

A continuación, se detallan los antecedentes del problema, así como la delimitación del problema, justificación, pregunta de la investigación, objetivos y los alcances y limitaciones.

Antecedentes del Problema

Seguidamente, se presentan los antecedentes nacionales e internacionales del tema en estudio.

Antecedentes internacionales

El uso de redes sociales ha cobrado un rol dominante en la vida cotidiana a nivel mundial, convirtiéndose en una práctica ampliamente extendida. Plataformas como Facebook, WhatsApp e Instagram han redefinido las interacciones sociales, permitiendo una conexión constante entre los usuarios. Facebook, por ejemplo, cuenta con más de 130 millones de usuarios y se ha estimado que las personas dedican en promedio 42 minutos diarios a esta red social, lo que representa una proporción significativa del tiempo invertido en internet (Gurevich, 2016).

A nivel internacional, diversos estudios han evidenciado un uso elevado de los teléfonos móviles entre jóvenes adultos. En Estados Unidos, casi la mitad de los jóvenes de 18 a 29 años afirma estar constantemente conectado al entorno digital. En España, se ha observado un promedio de uso diario superior a las 6 horas en personas jóvenes, con un incremento sostenido respecto a años anteriores; además, el 85% de la población utiliza redes sociales, siendo los más jóvenes quienes más tiempo dedican a estas plataformas. En el ámbito universitario, se reporta un uso particularmente elevado: estudiantes en Estados Unidos y México indican pasar entre 7 y 9 horas diarias en sus dispositivos móviles, mientras que en China más del 66% los utiliza por más de 4 horas al día. Investigaciones en universidades españolas también reflejan un uso significativo, superando las dos a cuatro horas diarias (Giraldo & Fernández, 2020).

Estudios internacionales indican que un alto porcentaje de jóvenes utilizan plataformas como WhatsApp (96.4%) e Instagram (95.1%) durante varias horas al día. Además, se ha documentado que más del 70% revisa sus redes antes de dormir o inmediatamente al despertar, reflejando una fuerte dependencia tecnológica (Varchetta et al., 2020).

Esta constante exposición a las redes sociales ha sido vinculada con síntomas de adicción digital. Investigaciones reportan que más del 85% de los jóvenes presenta algún grado de dependencia a estas plataformas, desde niveles leves hasta casos considerados graves. Esta situación plantea preocupaciones relevantes en torno al equilibrio emocional, la calidad del sueño, los niveles de estrés y el manejo del tiempo, todos ellos factores que pueden influir indirectamente en los hábitos alimentarios y el estilo de vida (Núñez & Cisneros, 2019).

Particularmente en México se observa un proceso de transformación nutricional en el que las dietas tradicionales, basadas en alimentos naturales como leguminosas, verduras y cereales, están siendo desplazadas por patrones alimentarios ricos en azúcares, grasas saturadas y productos industrializados, comúnmente llamados ultraprocesados. Esta transición, sumada a otros factores como el consumo de tabaco y alcohol, el mal manejo del estrés y el sueño irregular, ha contribuido a un aumento sostenido en enfermedades crónicas como la diabetes tipo 2, las enfermedades cardiovasculares, ciertos tipos de cáncer y, en general, al crecimiento de los índices de obesidad (Álvarez, Mora & Castro, 2020).

Este fenómeno no es aislado, sino que forma parte de una serie de cambios estructurales más amplios que han modificado los sistemas alimentarios a nivel global. Entre los factores responsables se encuentran el crecimiento urbano acelerado, la inserción laboral de las mujeres, las políticas de libre mercado y los avances tecnológicos, los cuales han favorecido el desarrollo de canales de distribución masiva y han incrementado la disponibilidad de alimentos altamente procesados y ultraprocesados (López & López, 2022).

En países desarrollados, estos productos han adquirido un protagonismo considerable dentro de la dieta. En Estados Unidos, por ejemplo, los alimentos ultraprocesados representan aproximadamente el 60% del consumo energético total, mientras que en Canadá alcanzan cerca del 50% (Khandpur et al., 2020). Este tipo de productos, como snacks, bebidas azucaradas, aderezos y panes industrializados, se han vuelto comunes en la alimentación diaria, contribuyendo al deterioro de la calidad nutricional de la población (López & López, 2022).

La evidencia científica ha confirmado que una ingesta elevada de alimentos ultraprocesados está estrechamente relacionada con múltiples consecuencias negativas para la salud, incluyendo mayores riesgos de obesidad, diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares, ciertos tipos de cáncer, deterioro del bienestar mental y reducción de la esperanza de vida. Ante este panorama, diversos países han comenzado a implementar políticas regulatorias y fiscales orientadas a disminuir su consumo (Khandpur et al., 2020; López & López, 2022).

En el ámbito internacional, el sedentarismo también se ha convertido en una de las principales amenazas para la salud pública. Datos de la Organización Mundial de la Salud revelan que cerca del 60% de la población mundial no alcanza los niveles mínimos de actividad física recomendados por los especialistas, dando como consecuencia de los comportamientos sedentarios tanto en la vida laboral como en el tiempo de ocio. Esta inactividad tiende a aumentar con la edad y muestra diferencias de género, siendo los hombres habitualmente más activos que las mujeres (Cedillo et al., 2017; Salas, 2017).

Este estilo de vida físicamente inactivo frecuentemente se combina con prácticas alimentarias desfavorables. A pesar de los esfuerzos por promover una alimentación saludable, el consumo de frutas y verduras sigue siendo insuficiente en muchos países. Solo algunas naciones latinoamericanas, como Chile, Brasil y México, superan las cifras mínimas deseables de

disponibilidad por habitante, mientras que en la mayoría de los países la ingesta continúa siendo baja (Salas, 2017).

Antecedentes nacionales

Se observa un notable cambio en los estilos de vida, en los cuales el uso de tecnologías digitales ha cobrado un papel central. El Informe del CICOM-UCR posiciona a Costa Rica como uno de los países latinoamericanos con mayor penetración digital, destacando que el 90 % de la población utiliza redes sociales, el 98 % aplicaciones de mensajería y el 84 % plataformas de entretenimiento (Salas, 2024). Facebook continúa siendo la plataforma más utilizada (85 %), especialmente entre personas de 18 a 54 años, mientras que Instagram y TikTok han ganado terreno entre los menores de 35 años, en su mayoría con nivel educativo medio o universitario y residentes del Valle Central. A pesar de la diversificación de plataformas, el uso de redes sociales se ha consolidado en todo el país, tanto en áreas urbanas como costeras (Salas, 2024).

Estudios anteriores ya mostraban esta tendencia: en 2016, el 90 % de los costarricenses encuestados reportó haber utilizado Facebook en el último mes, el 58 % mencionó WhatsApp y el 18 % Instagram, evidenciando un crecimiento sostenido en la interacción digital (Astorga & Schmidt, 2019). A nivel iberoamericano, Costa Rica comparte tendencias similares, donde las redes sociales han ampliado su influencia en sectores como la educación, la salud y el turismo, desplazando parcialmente el alcance de los medios tradicionales (Matassi & Boczkowski, 2020).

Paralelamente, en Costa Rica, los procesos de globalización han influido de manera significativa en los sistemas de producción, comercialización y consumo de alimentos, generando importantes repercusiones sobre la salud nutricional de la población. Esta transformación ha facilitado el acceso a alimentos ultraprocesados, reflejándose en patrones

alimentarios poco saludables. Un análisis comparativo entre 187 países posiciona a Costa Rica como el segundo país con mayor consumo de carnes procesadas, el onceavo en consumo de bebidas azucaradas y el vigésimo sexto en ingesta de grasas trans. Particularmente, en mujeres de entre 25 y 45 años, los embutidos representan la tercera fuente principal de proteínas, a pesar de no estar entre los alimentos más valorados (Imamura et al., 2015; Santamaría & Bekelman, 2021).

Estos hábitos se evidencian con mayor claridad en las zonas urbanas del país, donde el consumo de azúcar añadida representa aproximadamente el 14,7 % de la ingesta calórica diaria, una cifra aún mayor en mujeres y personas jóvenes. Solo un 12 % de la población cumple con las recomendaciones de la OMS en cuanto al consumo de frutas y verduras. A ello se suma una práctica cada vez más común: comer fuera del hogar, mayoritariamente en establecimientos que ofrecen comida rápida o de venta callejera, caracterizada por su alto contenido de grasas saturadas, sodio y carbohidratos refinados (Gómez et al., 2019; Gómez et al., 2020; Popkin & Reardon, 2018). Se estima que un 33,2 % de los adultos consume diariamente alimentos con un perfil nutricional inadecuado, con altos niveles de azúcares, grasas saturadas y sodio, y pobres en fibra, proteínas y micronutrientes esenciales (Arias, Ortiz & Chacón, 2024).

Esta problemática no se limita a las elecciones individuales, sino que está fuertemente influida por la disponibilidad y promoción de estos productos. En 2014, por ejemplo, se identificaron aproximadamente 250 productos ultraprocesados comercializados en países latinoamericanos, incluida Costa Rica, que superaban los niveles recomendados de sodio, azúcar y grasas, y eran promovidos mediante estrategias publicitarias agresivas (OPS, 2019).

El impacto de estos cambios en el entorno digital y alimentario se manifiesta en un deterioro de los indicadores de salud nutricional. La Encuesta Nacional de Nutrición 2008-2009 ya advertía

que casi seis de cada diez adultos presentaban sobrepeso u obesidad, y estudios recientes confirman que esta condición persiste: entre los adultos de 20 a 64 años, el 62,4 % de los hombres y el 59,7 % de las mujeres presentan exceso de peso, cifra que asciende hasta un 77,3 % en mujeres de 45 a 64 años (Álvarez et al., 2020). Esta situación se relaciona estrechamente con estilos de vida poco saludables: el 65 % de las personas se considera inactiva o sedentaria, y aunque un 58 % declara realizar alguna actividad física, esta suele ser de baja intensidad y frecuencia, insuficiente para contrarrestar el aumento de peso y el riesgo de enfermedades (Álvarez et al., 2020).

La inadecuada distribución de las comidas, haciendo solo tres tiempos de comida al día en la mayoría de adultos, contribuye a un mayor consumo energético global, agravado por una alimentación deficiente en lácteos, frutas y vegetales, y excesiva en azúcares y grasas (Sequeira & Mora, 2017). Aunque entre 2012 y 2015 hubo un ligero aumento en el consumo de frutas, el cumplimiento de las recomendaciones diarias continúa siendo bajo (Álvarez et al., 2020).

En conjunto, estos datos revelan una compleja interacción entre el entorno alimentario, los estilos de vida y el entorno digital, que puede estar incidiendo directamente en los hábitos de consumo de alimentos ultraprocesados y en la calidad de vida de la población adulta joven costarricense.

Delimitación del problema

La investigación se realiza con una población adulta de 95 participantes con edades entre los 20 y 34 años de ambos sexos, que sean residentes del cantón de Barva por más de un año. El estudio se realizará entre mayo de 2025 a diciembre de 2025.

Justificación

En la era digital actual, las redes sociales han adquirido un papel central en la vida cotidiana, especialmente entre los adultos, quienes las han adoptado como una herramienta clave de comunicación, entretenimiento e información (Martínez, 2020). Esta constante exposición a contenidos digitales influye en múltiples aspectos de su vida, incluyendo la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y su estilo de vida. En estas plataformas, los usuarios reciben constantemente mensajes de influencers y publicidad que promueven dietas de moda, cuerpos idealizados y estándares estéticos poco realistas, lo que puede afectar negativamente su conducta alimentaria (Lozano et al., 2022; Salas et al., 2024).

Diversas investigaciones han señalado un aumento significativo en la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados, particularmente entre adultos jóvenes, lo cual se asocia con un mayor riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles (Monteiro et al., 2022). Por ejemplo, un estudio en población urbana latinoamericana encontró que el uso frecuente de redes sociales se relaciona con una mayor exposición a promociones de comida rápida y snacks, lo que eleva su consumo (Silva et al., 2023). Además, se ha reportado que el consumo regular de alimentos ultraprocesados tiende a desplazar el consumo de frutas, vegetales y otros alimentos frescos (Ramalho et al., 2021).

Por otra parte, el estilo de vida, entendido como el conjunto de conductas cotidianas relacionadas con el uso del tiempo, el consumo y la alimentación, se ve también afectado por estas dinámicas digitales (Guamán, 2022). Un estilo de vida saludable, vinculado a una dieta balanceada, actividad física regular, y la eliminación o reducción del consumo de alcohol y tabaco, es esencial para el bienestar general (Ibarra et al., 2019).

El ser humano puede sentir si una dieta es saludable o no lo es de una manera intuitiva, pero en redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube y X, donde hay gran cantidad de opiniones, estas pueden llegar a modificar los hábitos de los usuarios (Mamani et al., 2021; Guerrero Mejía, 2020). En este entorno sobresaturado de información, no toda la que circula en redes sociales es veraz. Es común encontrar noticias falsas o recomendaciones sin respaldo científico, lo que incrementa el riesgo de adoptar prácticas poco saludables (Blasco, 2021; Rosado Álvarez et al., 2021).

Este análisis permitirá comprender el impacto de las redes sociales en las decisiones relacionadas con la salud y el bienestar en esta población específica.

Pregunta de la investigación

¿Cuál es la relación entre el tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida en adultos de 20 a 34 años del cantón de Barva, 2025?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Relacionar el tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida en adultos de 20 a 34 años del cantón de Barva, 2025.

Objetivos Específicos

- Conocer el tiempo usado en redes sociales de los participantes por medio de un cuestionario.
- Evaluar la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados mediante un instrumento validado.

- Determinar el estilo de vida de los participantes del estudio por medio de un cuestionario.
- Relacionar el tiempo en redes sociales de la población en estudio con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados.
- Relacionar el tiempo en redes sociales de la población en estudio con el estilo de vida.

Alcances y limitaciones

Alcances de la investigación

No hay otros alcances más allá de los objetivos planteados.

Limitaciones de la investigación

Durante el proceso de investigación no se presentaron limitaciones.

Capítulo II: Marco teórico

Contexto teórico-conceptual

Seguidamente, se presentan los conceptos y definiciones clave necesarios para la comprensión de las variables del estudio.

Definición de las tecnologías de la información y redes sociales

El desarrollo tecnológico en el ámbito de las comunicaciones, especialmente en lo referente a las tecnologías de la información y comunicación (TIC), ha transformado profundamente las formas de interacción social en distintos contextos y sectores (Yana et al., 2022).

Internet se ha consolidado como una herramienta de gran atractivo para las personas jóvenes, quienes encuentran en sus múltiples funciones y plataformas un canal de uso frecuente. Redes sociales como Facebook, X, YouTube, Instagram y Messenger han introducido nuevas dinámicas en las relaciones interpersonales, instaurando códigos de comunicación que reflejan las características de la sociedad actual. Estas plataformas permiten el contacto con familiares, amigos y personas de diferentes países, fomentando el establecimiento de nuevas relaciones y el intercambio cultural, lo cual también contribuye al crecimiento personal (Espinoza, Cruz & Espinoza, 2018).

Además, el auge de estas redes ha impulsado la adopción de dispositivos tecnológicos como teléfonos inteligentes y tabletas, modificando significativamente los paradigmas tradicionales de la comunicación (Espinoza, Cruz & Espinoza, 2018).

Uso de redes sociales en adultos jóvenes

El creciente acceso a Internet en los hogares ha favorecido el uso intensivo de redes sociales, motivado por la necesidad de interacción, expresión de ideas y búsqueda de acompañamiento emocional. Estas plataformas permiten a los usuarios compartir pensamientos, imágenes, intereses, creencias e incluso aspectos personales, eliminando barreras culturales, geográficas

y temporales. Asimismo, facilitan tanto el fortalecimiento de vínculos presenciales como el apoyo mutuo en situaciones delicadas (Espinoza, Cruz & Espinoza, 2018).

Entre las redes sociales más utilizadas destacan Facebook, Instagram, X (anteriormente Twitter), Pinterest y WhatsApp. Cada una de ellas cumple funciones específicas:

- WhatsApp: posibilita una comunicación rápida y directa mediante mensajería instantánea.
- Facebook: permite la creación de grupos, compartir contenido multimedia y utilizar diversas aplicaciones.
- Instagram: está diseñada para la publicación de imágenes editadas o con filtros.
- X: facilita la divulgación de ideas mediante texto, imágenes o vídeo.
- Pinterest: ofrece tableros temáticos con contenido visual relacionado con tendencias (Espinoza, Cruz & Espinoza, 2018).

En el caso de los adultos jóvenes, el uso frecuente de estas plataformas puede llevar a un nivel de dependencia significativo. Algunas personas permanecen conectadas más de cinco horas diarias, aislándose progresivamente del entorno. Esto conlleva una percepción distorsionada del tiempo y puede generar conductas como ocultar la duración real de uso, mantenerse en alerta incluso sin conexión, irritarse ante problemas de conectividad y reducir el tiempo dedicado a actividades diarias importantes. El impacto negativo no se relaciona exclusivamente con las horas conectadas, sino con el grado de interferencia que dicho uso tiene sobre la vida cotidiana (Espinoza, Cruz & Espinoza, 2018).

Tiempo de exposición y patrones de uso

Diversos indicadores pueden señalar el paso de un uso recreativo a uno problemático o adictivo de las redes sociales. Entre ellos destacan la alteración del sueño por permanecer conectado, el uso excesivo en detrimento de otras actividades y el descuido de la salud, los estudios o las relaciones familiares (Espinoza, Cruz & Espinoza, 2018).

Se ha observado que algunas personas acuden a las redes sociales como una vía de escape emocional, buscando aliviar sensaciones como el aburrimiento, la soledad, el enojo o la ansiedad (Espinoza, Cruz & Espinoza, 2018).

Asimismo, se ha planteado que la tendencia a postergar obligaciones conocida como procrastinación se ha normalizado como parte del estilo de vida digital. Aunque estas plataformas ofrecen beneficios, su uso excesivo puede afectar negativamente la rutina diaria, comprometiendo el rendimiento académico, laboral y las relaciones interpersonales. Además, la constante necesidad de estar conectados puede conducir a la desconexión de la realidad (Yana et al., 2022).

Por otro lado, el diseño de las redes sociales estimula mecanismos automáticos de atención mediante notificaciones constantes, generando respuestas emocionales inmediatas. Esta atención no siempre es consciente, sino que se integra profundamente en el funcionamiento emocional y neurológico del individuo, lo que refuerza el hábito de revisar el teléfono de forma repetitiva (Giraldo & Fernández, 2020).

Influencia de las redes sociales en el comportamiento humano

La exposición frecuente a contenidos visuales en redes como Facebook e Instagram ha sido relacionada con consecuencias negativas sobre la imagen corporal, la autoestima y la conducta alimentaria. Por ejemplo, el uso habitual de estas plataformas se ha asociado con una menor

autoestima, mayor insatisfacción corporal y una fuerte presión por alcanzar ideales de delgadez, especialmente en adolescentes y adultos jóvenes (Marín & García, 2023).

Adicionalmente, se ha encontrado que las mujeres adultas jóvenes que usan intensivamente redes sociales presentan mayor propensión a compararse con otras personas, experimentar baja autoestima, adoptar dietas poco saludables y sentir presión constante por su apariencia física (Marín & García, 2023).

La variable de género también desempeña un papel importante. Investigaciones señalan que las mujeres que dedican más tiempo al ocio frente a la computadora tienden a tener menor autoestima, a diferencia de los hombres. También se ha identificado una menor autocompasión y mayores niveles de ansiedad relacionada con la apariencia en mujeres adultas (Marín & García, 2023).

En este contexto, el seguimiento de cuentas en Instagram centradas en la apariencia física se ha vinculado con una mayor insatisfacción corporal y deseo de delgadez. Incluso los contenidos que en apariencia promueven hábitos saludables, como los relacionados con el movimiento *Fitspiration*, pueden generar ansiedad, reducir la autocompasión y fomentar dietas restrictivas en ambos sexos (Marín & García, 2023).

Por último, se ha documentado que el uso de redes sociales enfocadas en la imagen física se relaciona con una mayor interiorización de los ideales de belleza y delgadez, así como con conductas alimentarias restrictivas, sentimientos de comparación y la búsqueda constante de validación externa (Marín & García, 2023).

En cuanto a la alimentación, se observan efectos tanto positivos como negativos. Entre los aspectos positivos, las redes sociales han permitido una mayor disponibilidad de contenidos relacionados con la nutrición. Organismos internacionales, como la Organización Mundial de la

Salud (OMS) y Public Health England, consideran que estas plataformas representan una herramienta útil para promover cambios en los hábitos alimenticios y fomentar la actividad física, lo que ayuda a que la población tenga una mejor adopción de un estilo de vida saludable. De hecho, debido a que las redes sociales son una de las fuentes de información preferidas por jóvenes y adultos, se convierten en un mecanismo efectivo para la transferencia de conocimiento cuando la información es confiable, transparente y validada. En este sentido, los mensajes transmitidos a través de blogs, consejos clínicos o recomendaciones nutricionales pueden influir positivamente en gran parte de la población. De esta manera, las redes sociales funcionan como un espacio donde se transmiten normas alimenticias que pueden orientar a los usuarios hacia elecciones más beneficiosas para su salud (Mamani, et al., 2021).

Sin embargo, como mencionan Mamani, et al (2021) también es importante reconocer que estas mismas plataformas pueden generar efectos negativos. La falta de regulación y monitoreo constante facilita la circulación de información engañosa, cuyo objetivo principal es beneficiar a empresas que buscan aumentar sus ganancias en lugar de priorizar la salud pública. Un aspecto especialmente relevante es la exposición repetida a imágenes y vídeos de alimentos hipercalóricos, la cual incrementa el deseo de consumir este tipo de productos y puede derivar en una ingesta excesiva.

Además, el seguimiento de cuentas que muestran estilos de vida considerados “ideales” puede generar presión social, llevando a comparaciones poco saludables y a la adopción de conductas alimentarias inadecuadas. Este fenómeno, en muchos casos, está asociado con el aumento de peso, la obesidad, la presencia de enfermedades no transmisibles y la aparición de trastornos de la conducta alimentaria, acompañados de un entorno emocional conflictivo al intentar bajar de peso sin métodos adecuados. De igual manera, el consumo de alimentos poco saludables, como bebidas procesadas y comidas rápidas, puede estar motivado por la búsqueda de

aceptación social y aprobación de los pares, ya que los usuarios tienden a imitar el comportamiento alimenticio observado en otros. En consecuencia, el contenido difundido en redes sociales, cuando no está debidamente controlado, puede reforzar patrones de consumo inadecuados y contribuir a la consolidación de normas sociales poco saludables en torno a la alimentación (Mamani, et al., 2021).

Definición de alimentos ultraprocesados (Clasificación NOVA)

Según los creadores del sistema de clasificación NOVA, los alimentos ultraprocesados son productos elaborados a partir de formulaciones industriales compuestas por ingredientes derivados de alimentos u otras sustancias sintetizadas, mediante procesos como la hidrogenación, hidrólisis, extrusión, prefritura o moldeado (Babio, Casas & Salas, 2020). Estos productos están diseñados para ser consumidos de forma inmediata, sin necesidad de preparación, y suelen ser más atractivos que los alimentos frescos o mínimamente procesados debido a sus propiedades organolépticas.

La clasificación NOVA agrupa los alimentos en cuatro categorías:

- **Grupo I:** Alimentos sin procesar o mínimamente procesados, como frutas, verduras, carnes y legumbres, tal como se obtienen tras su recolección o sacrificio.
- **Grupo II:** Ingredientes culinarios procesados, extraídos de alimentos o del entorno natural, como aceites, mantecas, sal o azúcar.
- **Grupo III:** Alimentos procesados que resultan de añadir ingredientes del grupo II a alimentos del grupo I, con el fin de mejorar su sabor y conservación.
- **Grupo IV:** Alimentos ultraprocesados, compuestos mayoritariamente por sustancias modificadas industrialmente, donde los ingredientes y procesos no suelen encontrarse en una cocina doméstica (Babio, Casas & Salas, 2020).

Aunque existen otras formas de clasificar los alimentos según su grado de procesamiento, el sistema NOVA ha sido el más utilizado en investigaciones que analizan la relación entre el consumo de estos productos y diversos indicadores de salud y enfermedad (Talens, 2021).

Características nutricionales de los productos ultraprocesados

Los alimentos ultraprocesados se caracterizan por tener una baja densidad nutricional, es decir, proporcionan muchas calorías, pero pocos nutrientes esenciales como fibra, vitaminas, minerales y compuestos bioactivos. Esta carencia ha sido vinculada con una menor capacidad de prevención de enfermedades crónicas, ya que estos nutrientes cumplen funciones protectoras importantes en el organismo (Babio, Casas & Salas, 2020).

Asimismo, estos productos suelen presentar combinaciones refinadas de azúcar, grasa, sal y una gran carga de aditivos, que mejoran su sabor, textura y vida útil (Ciprian, 2021). Muchos de estos procesos industriales pueden llevar a una pérdida parcial o total de nutrientes esenciales o a la formación de compuestos perjudiciales, como las aminas heterocíclicas (Talens et al., 2020).

Además, tienden a tener texturas que requieren poca masticación (suaves, líquidas, viscosas), lo cual puede reducir la sensación de saciedad (Babio, Casas & Salas, 2020). También poseen un índice glucémico elevado, lo que favorece fluctuaciones rápidas en los niveles de glucosa sanguínea y aumenta el riesgo de desórdenes metabólicos.

Aunque suele asociarse el término “ultraprocesado” con baja calidad nutricional, no todos los alimentos procesados son negativos. Es importante señalar que muchos alimentos saludables requieren cierto grado de procesamiento, por lo que la calidad nutricional depende más de la composición final del producto que del tipo de procesamiento en sí (Talens et al., 2020).

Efectos del consumo frecuente de ultraprocesados en la salud

Diversos estudios han demostrado que el consumo elevado de alimentos ultraprocesados se relaciona con un mayor riesgo de desarrollar enfermedades crónicas, como obesidad, diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares y enfermedad hepática grasa no alcohólica (Babio, Casas & Salas, 2020).

Estas asociaciones se deben, entre otras razones, a que los productos ultraprocesados suelen tener un bajo poder saciante, lo que facilita su consumo excesivo. También contienen calorías líquidas, como en bebidas azucaradas, las cuales el organismo no detecta eficientemente, favoreciendo así el desequilibrio energético (Ciprian, 2021).

Otra característica relevante es el “hipersabor”, una cualidad creada mediante la combinación intensiva de grasa, azúcar y sal, que genera productos muy apetecibles y potencialmente adictivos, promoviendo un consumo impulsivo y automático (Ciprian, 2021). Esto, sumado a su accesibilidad y bajo costo, contribuye al desplazamiento de alimentos frescos y saludables en la dieta habitual.

Como resultado de estas características, el consumo habitual de ultraprocesados se ha vinculado con desregulaciones metabólicas que incrementan el riesgo de enfermedades crónicas y problemas de salud pública, especialmente en contextos donde predominan hábitos alimentarios no saludables (Babio, Casas & Salas, 2020).

Definición de estilo de vida

El estilo de vida hace referencia al conjunto de comportamientos adoptados libremente por los individuos, los cuales pueden ser modificados o reforzados dependiendo de sus efectos sobre la salud. Estas conductas pueden influir de manera positiva o negativa en el bienestar físico, mental y social (Morales et al., 2018). Además, los estilos de vida no solo se desarrollan en

etapas particulares del ciclo vital, sino que también se ven fuertemente influenciados por el entorno cultural y social en el que las personas interactúan (Salas, 2015).

Actividad física

La actividad física se define como “cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía como el simple hecho de desplazarnos de un lugar a otro”. Es fundamental para el mantenimiento de la salud y la prevención de diversas enfermedades. Se ha demostrado que su práctica regular aumenta la esperanza de vida al dar beneficios al ser humano de manera fisiológica, psicológica y social. La Organización Mundial de la Salud (OMS) establece como recomendación para la población adulta la práctica de, al menos, 30 minutos de actividad física diaria (Perea, et al., 2020).

A pesar de ello, la prevalencia del sedentarismo persiste y sigue en aumento. El sedentarismo se define por el bajo nivel de gasto energético que una persona realiza en sus actividades diarias. Se considera sedentaria a aquella persona cuya actividad física no supera en más de un 10% su gasto energético en reposo. Esta falta de movimiento tiene consecuencias negativas para la salud, ya que favorece el aumento de peso, la presión arterial elevada y el incremento del colesterol, lo que a su vez eleva el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares, diabetes y otros padecimientos crónicos (Salas, 2015).

Alimentación

En la actualidad, muchas personas han optado por dietas poco saludables, caracterizadas por alimentos con alto contenido en grasas saturadas, azúcares y colesterol, debido a la facilidad y rapidez en su preparación. Este tipo de alimentación suele estar vinculada al estado emocional de las personas, quienes tienden a comer en exceso cuando experimentan emociones como alegría, tristeza, enojo, soledad o estrés. Esta conducta puede conducir a un alto consumo de

calorías vacías y un bajo aporte de nutrientes esenciales como vitaminas, minerales, antioxidantes y fibra, lo que se asocia con enfermedades como obesidad, diabetes, hipertensión y problemas carenciales (Morales et al., 2018; Salas, 2015).

Consumo de alcohol y tabaco

El alcohol, siendo una droga legal y ampliamente aceptada en la sociedad, puede provocar diversos efectos dependiendo de su concentración en el cuerpo. A corto plazo, puede causar desinhibición, euforia y dificultades motoras, mientras que, a largo plazo, su consumo excesivo está vinculado con hipertensión, alteraciones del sueño, problemas gástricos, cirrosis, disfunciones sexuales y enfermedades cardiovasculares, entre otras. Incluso personas que no desarrollan dependencia pueden sufrir estos efectos (Ruiz, 2020).

El tabaquismo, más allá de ser un hábito perjudicial, es considerado una adicción, ya que implica una necesidad constante de consumo, tolerancia y síntomas de abstinencia. Aunque sus efectos más graves suelen manifestarse a largo plazo, desde el inicio puede causar síntomas como tos, fatiga, náuseas, irritación ocular y bucal, pérdida del gusto y del olfato, y disminución de la capacidad física (Ruiz, 2020).

Capítulo III: Marco metodológico

Marco metodológico

Seguidamente, se describe el enfoque, el tipo de estudio, la unidad de análisis, el diseño metodológico y la operacionalización de las variables de la investigación.

Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo, porque permite analizar la relación entre el tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida a partir de la recolección y análisis de datos numéricos. Para lograr los objetivos se utilizan cuestionarios diseñados específicamente para este estudio.

Tipo de investigación

El estudio es de tipo correlacional descriptivo, porque se van a relacionar las variables del tiempo usado en redes sociales, la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados y el estilo de vida.

Unidades de análisis u objetos de estudio

La unidad de análisis de este estudio está conformada por personas con edades entre 20 y 34 años del cantón de Barva en Heredia, entre los distritos que conforman el cantón están: Barva, San Pedro, San Pablo, San Roque, Santa Lucía y San José de la Montaña.

Población

Según las proyecciones del INEC en 2025 Barva tiene 49,853 habitantes que representan el 8.9% de la población total de la provincia de Heredia, de los cuales 11.284 están entre los 20 a 34 años.

Muestra

La muestra utilizada en esta investigación es de tipo no probabilístico, porque no todos los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Esto se debe a que se aplican cuestionarios de inclusión para la investigación como: vivir en el cantón de Barva de Heredia y ser usuarios de redes sociales.

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1)Z^2PQ}$$

$$n = \frac{11.284 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2 * (11.284 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 95$$

Criterios de inclusión y exclusión

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Personas que tengan entre 20 y 34 años de edad cumplidos	Personas con diagnóstico médico actual que limite o condicione su alimentación o estilo de vida
Personas que residan actualmente en el cantón de Barva	Personas que presenten dificultades cognitivas o psicológicas
Personas que utilicen al menos una red social con una frecuencia mínima de una vez al día.	Personas que no cuenten con dispositivos electrónicos como: celulares, computadoras, iPad, tabletas electrónicas, entre otros
Consentimiento informado aceptado.	Personas que no tengan acceso a internet

Instrumento para la recolección de la información

Para la recolección de datos se emplearán instrumentos digitales autoadministrados a través de formularios virtuales, que constará de cuatro secciones, el cual incluye preguntas de elaboración propia complementadas con ítems tomados de instrumentos previamente validados.

Confiabilidad del instrumento

A fin de garantizar la validez y asegurar la claridad de los ítems presentes en el cuestionario, se aplica una prueba piloto al 10% de la muestra total. Esta fase permite evaluar la coherencia del contenido, la comprensión por parte de los participantes y detectar posibles errores o ajustes necesarios antes de la aplicación definitiva del cuestionario a toda la población en estudio.

Validez del instrumento

La recolección de información se hará mediante un cuestionario que consta de 4 secciones. Las preguntas a realizar serán apoyadas con literatura validada para la elaboración de preguntas de realización propia. Las secciones a realizar son:

Datos Sociodemográficos

La sección de datos sociodemográficos comprende la edad, el sexo, el nivel de escolaridad, estado civil, lugar de residencia, ocupación principal o situación laboral. Esta sección con el fin de caracterizar y describir mejor la población.

Tiempo usado en redes sociales

En la sección del cuestionario que se evalúa el tiempo en redes sociales se comprende desde acceso y uso general, plataformas utilizadas, frecuencia de uso, motivos de uso, comportamientos digitales, percepción del impacto.

Frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados

Para esta sección se analiza la frecuencia con la que los encuestados consumen alimentos ultraprocesados los cuales se encuentran en la cuarta categoría de la clasificación NOVA. Este análisis se llevará a cabo mediante una frecuencia de consumo.

Estilo de vida

Para esta última sección del cuestionario se harán preguntas de elaboración propia enfocadas en el estilo de vida de la persona encuestada comprendiendo temas como consumo de alcohol, consumo de tabaco, realización de actividad física, horas de sueño, tiempos de comida y hábitos alimentarios.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, ya que las variables se analizan tal como se presentan en su entorno natural. Asimismo, se trata de un estudio de corte transversal, dado que la recolección de los datos se realiza en un solo momento específico, permitiendo obtener una visión puntual de la relación entre las variables en estudio.

Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Caracterizar el perfil sociodemográfico de la población mediante un cuestionario	Perfil sociodemográfico	Conjunto de rasgos biológicos y datos relacionados con diversos atributos de los individuos que conforman la población objetivo	Se aplica el cuestionario con preguntas cerradas que la persona debe contestar de manera individual.	Género Rango de edad Nivel de escolaridad	Mujer Hombre Prefiero no decirlo 20 a 24 años 25 a 29 años 30 a 34 años Primaria incompleta Primaria completa Secundaria incompleta Secundaria completa Técnico medio completo Universidad incompleta Universidad completa	Cuestionario de Google forms

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Estado civil actual	Casado (a) Soltero (a) Unión libre Divorciado Viudo (a)	
				Distrito en que reside actualmente	Barva San Pedro San Pablo San Roque Santa Lucía San José de la Montaña.	
				Ocupación principal o situación laboral	Estudiante Trabaja medio tiempo Trabaja tiempo completo Desempleado/a Emprendedor/a Ama de casa	

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Conocer el tiempo usado en redes sociales de los participantes por medio de un cuestionario.	Tiempo usado en redes sociales.	Cantidad de horas o minutos que una persona dedica diariamente o semanalmente a interactuar en plataformas digitales como Facebook, Instagram, TikTok, entre otras.	Se aplica el cuestionario con preguntas cerradas que la persona debe contestar de manera individual	Acceso a Internet desde dispositivo Utilización de redes sociales Dispositivo al que accede con más frecuencia a las redes sociales Redes sociales usa actualmente	si no si no Teléfono móvil Computadora portátil Computadora de escritorio Tableta Otro Facebook Instagram TikTok Twitter/X WhatsApp YouTube Reddit	Cuestionario de Google forms

Continúa en la siguiente página

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Frecuencia de uso de redes sociales	Nunca Varias veces a la semana 1 a 3 veces al día 4 a 6 veces al día más de 6 veces al día considera estar siempre en redes sociales	
				Promedio de horas dedicadas al uso de redes sociales al día	Menos de 1 hora Entre 1 y 2 horas Entre 3 y 4 horas Más de 4 horas	

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Utilización de las redes sociales	Mantener contacto con amigos y familiares Enterarme de noticias Compartir fotos o videos Seguir a influencers o celebridades Buscar información Pasar el rato / entretenimiento Promocionar un negocio o marca personal Participar en grupos o comunidades Otro	

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Publicación de contenido propio (fotos, videos, textos)	Nunca Ocasionalmente Frecuentemente Muy frecuentemente	
				Interacción con otros usuarios de redes sociales	Nunca Ocasionalmente Frecuentemente Muy frecuentemente	
				El uso de redes sociales ha afectado hábitos de sueño, alimentación o estudio /trabajo	Sí, de forma negativa Sí, de forma positiva No se percibe cambio	

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Evaluar la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados mediante un instrumento validado.	Frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados.	Número de veces que una persona ingiere productos industrializados con múltiples ingredientes y aditivos en un periodo determinado.	Uso de una frecuencia de Consumo de Alimentos Ultraprocesados.	Consumo de cereales y snacks, pastas y sopas instantáneas, panadería y repostería, lácteos, comida rápida congelada, embutidos, golosinas y postres industriales, productos azucarados en polvo, grasas, condimentos industriales, bebidas no alcohólicas y bebidas alcohólicas destiladas	Nunca 1-3 veces por semana 4-6 veces por semana Diario	Cuestionario de Google forms

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Determinar el estilo de vida de los participantes del estudio por medio del cuestionario.	Estilo de vida	Conjunto de hábitos y comportamientos cotidianos relacionados con la alimentación, actividad física, descanso, relaciones sociales y manejo del estrés, que influyen en la salud y el bienestar de una persona.	Encuesta sobre los principales factores que determinan el estilo de vida de los participantes en la investigación.	Consumo de bebidas alcohólicas Tipo de bebidas que ingiere Frecuencia de consumo Porciones que consume en una ocasión	Sí No Cerveza Vino Tragos (whisky, ron, vodka, etc) Cocteles Otro A diario Veces por semana 3-4 veces por semana 1-2 veces al mes 1-2 3-4 5 o más	Cuestionario de Google forms

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Consumo de tabaco	Sí No	
				Tipo de tabaco	Cigarro Vaporizador o cigarro electrónico Puro	
				Frecuencia de consumo	a diario 1-2 veces por semana 3-4 veces por semana 1-2 veces al mes	
				Unidades de consumo al día	1-5 6-10 más de 10	

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Horas de sueño por la noche	menos de 5 horas 5-6 7-8 9 horas o más	
				Realización de actividad física	sí no	
				Tipo de actividad física	Caminata Gimnasio Deporte recreativo Entrenamiento de alto rendimiento	

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Frecuencia de realización de actividad física	Nunca 1-3 veces por semana 4-6 veces por semana todos los días de la semana	
				Tiempo destinado para realizar actividad física	menos de 30 minutos 30 minutos a 60 minutos 61 minutos a 120 minutos más de 120 minutos	

Continúa en la siguiente página

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Tiempos de comida al día	1 2 3 4 o más	
				Tiempos de comida que cumple	Desayuno Merienda mañana Almuerzo Merienda tarde Cena Merienda nocturna Hogar	
				Lugares de consumo de alimentos	Sodas o restaurantes Servicio a domicilio Trabajo/estudio	

Continúa en la siguiente página

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Métodos de cocción utilizados	Hervido Asado a la plancha Al horno Frito Al vapor	
				Tipo de grasa utilizada	Aceite vegetal (maíz, soya, girasol, etc.) Aceite de oliva Mantequilla o margarina Manteca	
				Frecuencia que añade de azúcar a bebidas o alimentos	Nunca Ocasionalmente 1-2 veces al día 3 o más veces al día	

Continúa en la siguiente pagina

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
				Frecuencia que añade sal a comidas, además de la que ya tienen los alimentos preparados	Nunca Ocasionalmente En la mayoría de las comidas En todas las comidas	
				Consumo de frutas y verduras, cereales y tubérculos, productos de origen animal, leguminosas, grasas y aceites	Nunca 1-3 veces por semana 4-6 veces por semana Diario	

Plan piloto

El plan piloto constituyó una etapa fundamental del proceso investigativo, al permitir evaluar la validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos previo a su aplicación definitiva. Para este fin, se seleccionó un 10% de la muestra total, correspondiente a diez participantes del cantón de Santa Bárbara, quienes presentaban características similares a la población objetivo del estudio.

El cuestionario se aplicó de forma digital mediante la plataforma WhatsApp e Instagram. Previamente se dio la explicación del propósito del estudio. Cada participante firmó el consentimiento informado y, al concluir el instrumento, brindó retroalimentación sobre su comprensión, lo que facilitó la identificación de posibles errores o áreas de mejora.

A partir de las observaciones obtenidas, se identificó que todas las preguntas estaban bien estructuradas y de fácil entendimiento para los participantes.

Procedimientos de recolección de datos

La recopilación de la información se realiza en el segundo semestre de 2025 de forma virtual mediante un cuestionario elaborado en la plataforma Google Forms. Dicho instrumento contiene preguntas de selección única, diseñadas para recolectar los datos necesarios que permitan cumplir con los objetivos de la investigación. El enlace para completar el formulario es compartido por medio de redes sociales, dirigido a personas que cumplan con los criterios de inclusión establecidos previamente. Antes de responder, cada persona recibe el consentimiento informado junto con las indicaciones para completar el cuestionario. Este podrá ser contestado desde cualquier dispositivo con conexión a internet, lo cual facilita su acceso y difusión.

Organización de los datos

Los datos recolectados mediante la plataforma Google Forms serán trasladados a una hoja de cálculo en Microsoft Excel, con el fin de construir una base de datos estructurada que facilite su organización y análisis. Esta sistematización permitirá una interpretación más precisa de la información, favoreciendo la identificación de patrones y relaciones entre las variables contempladas en la población de estudio.

Análisis de datos

Una vez ordenada la información, se hicieron tablas e índices sumativos que se crearon agrupando las variables por categorías de interés y se aplicó la siguiente fórmula para hacerlos variar en una escala de 0 a 10:

$$\frac{(\sum_{i=1}^n x_i - \min)}{R} * 10$$

Donde x_i es cada una de las variables que se utilizan para crear el índice, \min es el mínimo resultante de la sumatoria de las variables y R es el rango del conjunto de datos resultantes de la sumatoria de variables, es decir la diferencia entre el máximo y el mínimo. Posteriormente, para evaluar las relaciones entre las variables, se aplicó la correlación de Pearson para definir si había correlaciones significativas entre las variables de estudio.

Capítulo IV: Presentación de Resultados

En este capítulo se presentan y examinan, a través de tablas y figuras, los resultados derivados de la aplicación del instrumento de recolección de datos a una muestra de 95 personas con edades entre los 20 y 34 años. La información se organiza de acuerdo con cada una de las variables estudiadas, iniciando con las características sociodemográficas, seguidamente tiempo en redes sociales, seguido por consumo de ultraprocesados y finalizando con estilo de vida

Parte I. Resultados Univariados

Tabla 3

Distribución de la población según características sociodemográficas

Características	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Sociodemográficas		
Género		
Mujer	37	38.9
Hombre	58	61.1
Rango de edad		
20 a 24 años	38	40
25 a 29 años	33	34.7
30 a 34 años	24	25.3
Escolaridad		
Secundaria incompleta	11	11.6
Secundaria completa	11	11.6
Técnico medio completo	15	15.8
Universidad incompleta	24	25.3
Universidad completa	34	35.8

Continúa en la siguiente página

Características	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Sociodemográficas		
Estado civil		
Casado (a)	10	10.5
Soltero (a)	74	77.9
Unión libre	10	10.5
Divorciado	1	1.1
Distrito		
Barva	28	29.5
San Pedro	34	35.8
San Pablo	16	16.8
San Roque	9	9.5
Santa Lucía	5	5.3
San José de la Montaña	3	3.2
Ocupación		
Estudiante	8	8.4
Trabaja medio tiempo	2	2.1
Trabaja tiempo completo	72	75.8
Desempleado/a	3	3.2
Emprendedor/a	9	9.5
Ama de casa	1	1.1

Nota: La población participante estuvo conformada principalmente por personas del sexo masculino (61.1%). El grupo etario predominante fue el de 20 a 24 años, con un 40% de participación, seguido por los rangos de 25 a 29 años (34.7%). En cuanto al nivel educativo, el mayor porcentaje de participantes indicó tener estudios universitarios completos (35.8%).

En lo referente al estado civil, predominó la categoría de solteros con un 77.9%, y en cuanto al lugar de residencia, los distritos de San Pedro y Barva presentar mayor cantidad de participantes con un 35.8 % y un 29.5% respectivamente. Respecto a la ocupación, el 75.8% de la población trabajaba a tiempo completo.

Tabla 4

Distribución de la población según uso y tiempo dedicado a redes sociales

Tiempo en redes	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Acceso a internet		
Si	95	100
Uso de redes sociales		
Si	94	98.9
No	1	1.1
Dispositivo de acceso a redes sociales		
Teléfono móvil	94	98.9
Computadora de escritorio	1	1.1
Redes sociales utilizadas		
Facebook	76	80
Instagram	88	92.6
Tiktok	64	67.4
Twitter/X	17	17.9
WhatsApp	92	96.8
Youtube	58	61.1
Reddit	3	3.2
Frecuencia de uso de redes sociales		
Varias veces a la semana	4	4.2
1 a 3 veces al día	7	7.4
4 a 6 veces al día	19	20
más de 6 veces al día	45	47.4

Continúa en la siguiente página

Tiempo en redes	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
considera estar siempre en redes sociales	20	21.1
Tiempo promedio dedicado al uso de redes sociales		
Menos de 1 hora	11	11.6
Entre 1 y 2 horas	29	30.5
Entre 3 y 4 horas	27	28.4
Más de 4 horas	28	29.5
Uso principal de redes sociales		
Mantener contacto con amigos o familiares	58	61.1
Enterarme de noticias	63	66.3
Compartir fotos o videos	38	40
Seguir influencers o celebridades	20	21.1
Buscar información	60	63.2
Pasar el rato/ entretenimiento	74	77.9
Promocionar un negocio o marca personal	18	18.9
Participar en grupos o comunidades	12	12.6
Otro	4	4.2
Publicación de contenido propio		
Nunca	7	7.4
Ocasionalmente	71	74.7
Frecuentemente	10	10.5
Muy frecuentemente	7	7.4
Interacción con otros usuarios		
Nunca	4	4.2
Ocasionalmente	62	63.3

Continúa en la siguiente página

Tiempo en redes	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Frecuentemente	24	25.3
Muy frecuentemente	5	5.3
Afectación de hábitos de sueño, alimentación o estudio/trabajo		
Sí, de forma negativa	39	41.1
Sí, de forma positiva	8	8.4
No se percibe cambio	48	50.5

Nota: El 100 % de los participantes indicaron tener acceso a Internet, a lo cual el 98.9% reportó usar redes sociales y hacer uso del teléfono móvil como el dispositivo de conexión más empleado. En cuanto a las plataformas con mayor uso fueron WhatsApp e Instagram.

Lo que respecta a la frecuencia de uso, predomina una conexión de más de seis veces al día con un 47.4%, seguido del 21.1% que se considera “siempre en redes sociales.

Al tiempo promedio de uso, la mayoría indicó emplear entre una y dos horas diarias (30.5%), seguido por quienes pasan más de cuatro horas (29.5%).

Las principales razones de uso de redes sociales fueron, entretenimiento (77.9%), seguido de buscar información (63.2%). Además, el 74.7% indicó publicar contenido de forma ocasional y el 63.3% interactuar de manera eventual con otros usuarios. En cuanto al impacto percibido, el 50.5% no reportó cambios, mientras que el 41.1% señaló efectos negativos en sus hábitos.

Tabla 5

Distribución de la población según consumo de alimentos ultraprocesados

Alimentos ultra procesados	Frecuencia de consumo							
	Nunca		1 a 3 veces por semana		4 a 6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Cereales y snack								
Barras de cereales	54	56.8	35	36.8	3	3.1	3	3.1
Cereales endulzados	61	64.2	32	33.6	2	2.1	-	-
Galletas de paquete	29	30.5	56	58.9	8	8.4	2	8.4
Snacks salados	15	15.7	60	63.1	18	18.9	2	2.1
Confites	53	55.7	33	34.7	7	7.3	2	2.1
Pastas y sopas instantáneas								
Fideos instantáneos	68	71.5	27	28.4	-	-	-	-
Sopas (embotelladas, enlatadas, deshidratadas o en polvo)	83	87.3	12	12.6	-	-	-	-
Panadería y repostería								
Panadería y repostería industrial	13	13.6	67	70.5	12	12.6	3	3.1
Mezcla para pancakes	67	70.5	26	27.3	2	2.1	-	-
Lácteos								
Yogur saborizado	49	51.5	36	37.8	9	9.4	1	1
Queso crema	39	41	51	53.6	4	4.2	1	1
Queso cheddar	72	75.7	20	21	3	3.1		
Queso amarillo	50	52.6	39	41	5	5.2	1	1
Comida rápida congelada								
Papas fritas	31	32.6	59	62.1	5	5.2	-	-
Pizza	47	49.4	46	48.4	2	2.1	-	-
Hamburguesas	41	43.1	53	55.7	1	1	-	-
Perros calientes	76	80	17	17.8	2	2.1	-	-
Nuggets o pollo empanizado	29	30.5	62	65.2	4	4.2	-	-

Continúa en la siguiente página

Alimentos ultra procesados	Frecuencia de consumo							
	Nunca		1 a 3 veces por semana		4 a 6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Embutidos								
Chorizo	70	73.6	24	25.2	1	1	-	-
Jamón	27	28.4	56	58.9	12	12.6	-	-
Morcilla	92	96.8	3	3.1	-	-	-	-
Mortadela	54	56.8	37	38.9	4	4.2	-	-
Pepperoni	69	72.6	26	27.3	-	-	-	-
Salchichas	46	48.4	47	49.4	2	2.1	-	-
Golosinas y postres industriales								
Chocolates, golosinas	26	27.3	65	68.4	4	4.2	-	-
Helados	33	34.7	60	63.1	2	2.1	-	-
Gelatina de sobre	74	77.8	20	21	-	-	1	1
Cocoa en polvo	64	67.3	25	26.3	4	4.2	2	2.1
Productos azucarados en polvo								
Refresco en polvo	48	50.5	33	34.7	7	7.3	7	7.3
Saborizantes para bebidas sin calorías	71	74.7	12	12.6	8	8.4	4	4.2
Mezclas instantáneas de avena	77	81	14	14.7	3	3.1	1	1
Grasas								
Margarina	26	27.3	51	53.6	15	15.7	3	3.1
Manteca vegetal	71	74.7	21	22.1	1	1	2	2.1
Natilla de paquete	31	32.6	56	58.9	7	7.3	1	1
Condimentos industriales								
Consomé en polvo	27	28.4	38	40	20	21	10	10.5
Salsas comerciales	20	21	50	52.6	17	17.8	8	8.4
Salsa inglesa	21	22.1	49	51.5	16	16.8	9	9.4
Aderezos industriales	52	54.7	34	35.7	6	6.3	3	3.1

Continúa en la siguiente página

Alimentos ultra procesados	Frecuencia de consumo							
	Nunca		1 a 3 veces por semana		4 a 6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Bebidas no alcohólicas								
Gaseosas	25	26.3	45	47.3	22	23.1	3	3.1
Néctares	56	58.9	32	33.6	5	5.2	-	-
Refrescos embotellados	33	34.7	48	50.5	9	9.4	3	3.1
Bebidas hidratantes	40	20	44	46.3	7	7.3	3	3.1
Bebidas energizantes	62	65.2	24	25.2	5	5.2	3	3.1
Bebidas azucaradas a base de leche	67	70.5	24	25.2	2	2.1	1	1
Café instantáneo	71	74.7	18	18.9	2	2.1	4	4.2
Bebidas alcohólicas destiladas								
Ron, vodka, whisky o tequila	52	54.7	41	43.1	1	1	1	1

Nota: En cuanto al consumo de la categoría cereales y snacks, predomina un consumo de 1 a 3 veces por semana de snacks salados, seguido por galletas de paquete. Por otra parte, la mayor parte de participantes reportó nunca consumir cereales endulzados.

Los fideos instantáneos fueron reportados como nunca consumidos por 71.5% participantes, mientras que las sopas instantáneas un 87.3% de personas que indicaron no consumirlas.

Respecto a los productos de panadería y repostería industrial, predomina un consumo de 1 a 3 veces por semana representado por el 70.5%, mientras que el consumo de las mezclas para pancakes predominó no consumirlas nunca.

En la categoría de lácteos ultraprocesados, el queso cheddar predominó como el derivado lácteo que nunca se consume, representado por un 75.7%, al contrario del queso crema

donde se da un mayor consumo por parte de la población con una frecuencia de 1 a 3 veces por semana.

Dentro de la comida rápida congelada, los nuggets o trozos de pollo empanizado (65.2%) y las papas fritas (55.7%) representan ser los productos con mayor consumo de 1 a 3 veces por semana, mientras que los perros calientes congelados se reportaron principalmente como nunca ser consumidos (80%).

En cuanto a los embutidos, el jamón presentó su mayor frecuencia de consumo entre 1 a 3 veces por semana (58.9%) seguido de las salchichas. Lo que respecta a la morcilla fue el alimento que predominó como nunca ser consumido por los participantes.

Respecto a las golosinas y postres industriales, los chocolates, golosinas (68.4%) y los helados (63.1%) se ubicaron como los alimentos principalmente consumidos con una frecuencia de 1 a 3 veces por semana. Por otra parte, la gelatina en sobre se reportó mayoritariamente como no consumida (77.8%).

Al valorar el consumo de productos azucarados en polvo, se determinó que el refresco en polvo es el más consumido con una frecuencia de 1 a 3 veces por semana, en comparación con las mezclas instantáneas de avena donde predominó en la población que no nunca eran consumidas.

En la categoría de las grasas, la manteca vegetal predominó como la grasa que “nunca” que era consumida (74.7%), mientras que la margarina se ubicó con un consumo 1 a 3 veces por semana (53.6%).

En el grupo de condimentos industriales, las salsas comerciales (52.6%) y la salsa inglesa (51.5%) mostraron mayor frecuencia de consumo con 1 a 3 veces por semana.

Respecto a las bebidas no alcohólicas, predomina el consumo de refrescos embotellados, seguido de bebidas hidratantes con una frecuencia 1 a 3 veces por semana, caso contrario del café instantáneo que predominó como el nunca consumido por la población.

Finalmente, en cuanto a bebidas alcohólicas destiladas, la mayoría indicó ausencia de consumo (54.7%), seguido de un 43.1% que refiere un consumo de 1 a 3 veces por semana.

Tabla 6

Distribución de la población según estilo de vida

Estilo de vida	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Consumo de bebidas alcohólicas		
Si	65	68.4
No	30	31.6
Tipo de bebidas alcohólicas que consume		
cerveza	43	66.1
Vino	4	6.2
tragos (whisky, ron, vodka, etc)	8	12.3
cocteles	7	10.7
Otro	3	4.7
Frecuencia de consumo de alcohol		
a diario	1	1.5
1-2 veces por semana	31	47.7
3-4 veces por semana	4	6.1
1-2 veces al mes	29	44.7
Cantidad de alcohol que consume en una ocasión		
1.2	24	36.9
3-4	33	50.7
5 o más	8	12.3

Continúa en la siguiente página

Estilo de vida	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Consumo de tabaco		
Si	11	11.6
No	84	88.4
Tipo de tabaco que consume		
Cigarro	5	45.5
Vaporizador o cigarro electrónico	5	45.5
Puro	1	9.1
Frecuencia de consumo de tabaco		
a diario	8	72.7
1-2 veces por semana	2	18.1
3-4 veces por semana	1	9.2
Unidades de tabaco consumidas al día en promedio		
1-5	9	81.8
6-10	2	18.2
Horas de sueño diarias		
menos de 5 horas	9	9.5
5-6	48	50.5
7-8	35	36.8
9 horas o más	3	3.2
Realización de actividad física		
Si	71	74.7
No	24	25.3
Tipo de actividad física		
Caminata	12	16.9
Gimnasio	36	50.7
Deporte recreativo	16	22.5
Entrenamiento de alto rendimiento	7	9.9

Continúa en la siguiente pagina

Estilo de vida	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Frecuencia de la actividad física		
1-3 veces por semana	38	53.5
4-6 veces por semana	30	42.3
todos los días de la semana	3	4.2
Tiempo destinado a la actividad física		
menos de 30 minutos	1	1.4
30 minutos a 60 minutos	37	52.1
61 minutos a 120 minutos	25	35.2
más de 120 minutos	8	11.3
Tiempos de comida que realiza		
Desayuno	86	90.5
Merienda mañana	33	34.7
Almuerzo	90	94.7
Merienda tarde	54	56.8
Cena	90	94.7
Merienda nocturna	15	15.8
Lugar de mayor frecuencia donde consume de alimentos		
Hogar	59	62.1
Sodas o restaurantes	7	7.4
Servicio a domicilio	1	1.1
Trabajo/estudio	28	29.5
Métodos de cocción utilizado con mayor frecuencia		
Hervido	50	52.6
Asado a la plancha	55	57.9
Al horno	35	36.8
Frito	58	61.1
Al vapor	23	24.2

Continúa en la siguiente pagina

Estilo de vida	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Tipo de grasa utilizado		
Aceite vegetal (maíz, soya, girasol, etc.)	57	60
Aceite de oliva	26	27.4
Mantequilla o margarina	9	9.5
Manteca	3	3.2
Frecuencia que añade azúcar a sus bebidas o alimentos		
Nunca	28	29.5
Ocasionalmente	49	51.6
1-2 veces al día	14	14.7
3 o más veces al día	4	4.2
Frecuencia con que añade sal a sus comidas ya preparadas		
Nunca	21	22.1
Ocasionalmente	42	44.2
En la mayoría de las comidas	25	26.3
En todas las comidas	7	7.4

Nota: En relación con el consumo de bebidas alcohólicas, el 68.4% de las personas participantes indicó consumirlas, predominando el consumo de cerveza, con una frecuencia de 1 a 2 veces por semana, sin embargo, un 1.5% de los participantes reportó un consumo diario de bebidas alcohólicas. Lo que respecta a la cantidad de licor consumido oscila entre 3 a 4 bebidas.

Respecto al consumo de tabaco, el 88.4% no lo hace. Entre los consumidores, los tipos más comunes fueron el cigarro tradicional y el cigarro electrónico o vaporizador, ambos con un 45.5%. La mayoría fuma a diario (72.7%), y el 81.8% indicó consumir entre una y cinco unidades al día.

Al consultar por las horas de sueño, el 50.5% de los participantes indico dormir entre cinco y seis horas diarias.

Sobre la práctica de actividad física, el 74.7% de la población indicó realizar actividad física donde predomina la asistencia al gimnasio, con una frecuencia de 1 a 3 veces por semana con una duración entre 30 y 60 minutos por sesión.

Con respecto a los tiempos de comida que realizan los participantes, predomina el consumo de los tiempos principales de desayuno, almuerzo y cena, realizándose en el consumo de los alimentos en el hogar (62.1%), seguido del trabajo o estudio (29.5%).

Entre los métodos de cocción, los más utilizados fueron el frito (61.1%) y el asado a la plancha (57.9%). Con respecto a las grasas más utilizadas para la cocción de los alimentos predomino el uso de aceite vegetal (60%), seguido de aceite de oliva (27.4%).

Al consultar sobre la adición de azúcar a las bebidas y alimentos, el 51.6% de las personas indicó hacerlo ocasionalmente. De igual forma al consultar por la adición de sal en las comidas ya preparadas predomina un consumo ocasional.

Tabla 7

Distribución de la población según frecuencia de consumo de frutas y verduras

Frecuencia de consumo de frutas y verduras	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Frutas frescas	10	10.5	59	62.1	15	15.7	11	11.5
Jugos naturales sin azúcar	37	38.9	46	48.4	7	7.3	5	5.2

Continúa en la siguiente pagina

Frecuencia de consumo de frutas y verduras	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Verduras crudas (ensaladas, picadillos)	6	6.3	55	57.8	22	23.1	12	12.6
Verduras cocidas	16	16.8	48	50.5	24	25.2	7	7.3

Nota: Al consultar por la frecuencia de consumo de frutas y verduras se obtuvo que predomina el consumo de frutas frescas y verduras crudas de 1 a 3 veces por semana.

Tabla 8

Distribución de la población según frecuencia de consumo de cereales y tubérculos

Frecuencia de consumo de cereales y tubérculos	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Arroz	5	5.2	18	18.9	26	27.3	46	48.4
Pan blanco	20	21	53	55.7	10	10.5	12	12.6
Pan integral	50	52.6	31	32.6	12	12.6	2	2.1
Papas, yuca, camote	9	9.4	63	66.3	20	21	3	3.1

Nota: Al consultar por el consumo de cereales y tubérculos se logra apreciar en la tabla 8 que predomina un consumo de arroz de forma diaria por parte de los participantes con un 48.4%, seguido del consumo de tubérculos que lo realizan de 1 a 3 veces por semana.

Tabla 9

Distribución de la población según frecuencia de consumo de productos de origen animal

Frecuencia de consumo de productos de origen animal	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Carnes rojas (res, cerdo, cordero)	3	3.1	46	48.4	33	34.7	13	13.6
Pollo	1	1	53	55.7	33	34.7	8	8.4
Pescado	14	14.7	62	65.2	12	12.6	7	7.3
Huevos	3	3.1	27	28.4	27	28.4	38	40
Leche	14	14.7	36	37.8	22	23.1	23	24.2
Queso fresco	10	10.5	55	57.8	18	18.9	12	12.6
Yogur natural	53	55.7	28	29.4	11	11.5	3	3.1

Nota: Como se muestra en la tabla 9, los productos de origen animal de mayor consumo por los participantes es el huevo con un consumo diario del 40%, seguido de la leche.

Lo que respecta a otras fuentes se encuentra el pescado y el queso fresco con una frecuencia de consumo de 1 a 3 veces por semana.

Tabla 10

Distribución de la población según frecuencia de consumo de leguminosas

Frecuencia de consumo de leguminosas	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Frijoles	11	11.5	42	44.2	18	18.9	24	25.2
Lentejas	43	45.2	48	50.2	2	2.1	2	2.1
Garbanzos	33	34.7	60	63.1	-	-	2	2.1
Soya / productos de soya	84	88.4	11	11.5	-	-	-	-

Nota: Lo que respecta al consumo de leguminosas se obtuvo que los frijoles fueron la leguminosa más consumida por la población diariamente, seguido de los garbanzos que se consumen con una frecuencia de 1 a 3 veces por semana.

Tabla 11

Distribución de la población según frecuencia de consumo de grasas y aceites

Frecuencia de consumo de grasas y aceites	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Aceite vegetal (maíz, girasol, soya)	28	29.4	30	31.5	15	15.7	22	23.1
Aceite de oliva	44	46.3	30	31.5	10	10.5	11	11.5
Mantequilla	10	10.5	64	67.3	10	10.5	11	11.5
Semillas y nueces	37	38.9	49	48.4	6	6.3	3	3.1

Nota: Dentro de este grupo, el aceite vegetal fue el producto con mayor frecuencia de consumo diario, seguido del consumo de mantequilla y semillas y nueces que se consume de 1 a 3 veces por semana.

Parte II. Resultados Bivariados

Tabla 12

Relación del uso de tiempo en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados.

Variable	Correlación de Pearson	Valor P	Interpretación
Índice de buenos hábitos alimenticios	0,007	0,948	No hay relación significativa
Índice de descanso	-0,066	0,522	No hay relación significativa
Índice de actividad física	-0,014	0,895	No hay relación significativa
Índice de consumo de tabaco y alcohol	0,097	0,352	No hay relación significativa
Índice de consumo de frutas y verduras	-0,009	0,931	No hay relación significativa
Índice de consumo de cereales y tubérculos	0,059	0,570	No hay relación significativa

Continúa en la siguiente pagina

Variable	Correlación de Pearson	Valor P	Interpretación
Índice de consumo de proteína de origen animal	-0,120	0,245	No hay relación significativa
Índice de consumo de leguminosas	0,063	0,544	No hay relación significativa
Índice de consumo de grasas y aceites	0,123	0,236	No hay relación significativa

Nota: La Tabla 12 presenta la relación entre el uso de tiempo en redes sociales y la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados. En términos generales, los resultados evidencian la ausencia de correlaciones estadísticamente significativas entre estas variables. En todos los casos, los valores de p superan el umbral de significancia establecido ($p < 0,05$), lo que indica que no se identifican asociaciones relevantes entre el tiempo dedicado a redes sociales y los distintos indicadores alimentarios evaluados.

Tabla 13

Relación del uso de tiempo en redes sociales con el estilo de vida.

Variable	Correlación de Pearson	Valor P	Interpretación
Índice de consumo de cereales y snacks	0,122	0,237	No hay relación significativa
Índice de consumo de pastas y sopas instantáneas	-0,183	0,076	No hay relación significativa
Índice de consumo de panadería y repostería	0,153	0,138	No hay relación significativa
Índice de consumo de lácteos	0,137	0,186	No hay relación significativa
Índice de consumo de comida rápida congelada	-0,039	0,707	No hay relación significativa
Índice de consumo de embutidos	0,004	0,969	No hay relación significativa
Índice de consumo de golosinas y postres industriales	0,056	0,592	No hay relación significativa

Continúa en la siguiente pagina

Variable	Correlación de Pearson	Valor P	Interpretación
Índice de consumo de productos azucarados en polvo	0,043	0,681	No hay relación significativa
Índice de consumo grasas	-0,043	0,682	No hay relación significativa
Índice de consumo de condimentos industriales	0,138	0,182	No hay relación significativa
Índice de consumo de bebidas	0,057	0,584	No hay relación significativa
Índice de consumo de bebidas alcohólicas	0,155	0,133	No hay relación significativa

Nota: La Tabla 13 analiza la relación entre el uso de tiempo en redes sociales y el estilo de vida. En coherencia con los resultados de la tabla anterior, los coeficientes de correlación obtenidos no alcanzan niveles de significancia estadística ($p > 0,05$), lo cual sugiere que las variables evaluadas no muestran asociación relevante dentro de la población estudiada.

Capítulo V: Discusión de los Resultados

Discusión e interpretación de los resultados

Seguidamente, se describen los resultados alcanzados en la aplicación del cuestionario y se analizan las relaciones presentes entre las variables de estudio.

Parte I. Resultados univariados

Características sociodemográficas

Según lo descrito por Sádaba (2022) los adultos jóvenes con mayor nivel educativo y estabilidad laboral presentan una alta integración de las tecnologías digitales en su vida cotidiana, no solo como herramientas funcionales, sino como espacios de socialización y consumo cultural. En este sentido, los resultados obtenidos no solo describen a la población estudiada, sino que la sitúan dentro de un grupo ampliamente documentado y expuesto al entorno digital.

En relación con el perfil sociodemográfico, se observó una mayor participación de personas del sexo masculino, y el grupo etario predominante fue de 20 a 24 años. En cuanto al nivel educativo, la mayoría de las personas participantes contaba con estudios universitarios completos. Asimismo, predominó la procedencia del distrito de San Pedro de Barva, lo cual coincide con los datos del INEC (2024), que señalan que este es el distrito con mayor concentración de población del cantón.

Este perfil sociodemográfico refleja una población joven con alto acceso a la educación y al empleo formal, dado que la mayoría trabaja tiempo completo, lo que sugiere cierto grado de estabilidad económica y tecnológica. Sádaba (2022) señala que este grupo etario, al haberse desarrollado en un entorno digital, presenta una mayor exposición y familiaridad con las tecnologías de la información, lo que incrementa su propensión al uso frecuente de redes sociales con fines de entretenimiento, información y socialización. En consecuencia, las características observadas en la muestra permiten contextualizar

adecuadamente los patrones de uso de redes sociales identificados en los resultados posteriores.

Asimismo, las estadísticas laborales y educativas de Costa Rica muestran que la relación entre educación y empleo sigue siendo un factor relevante para comprender la integración tecnológica. Según recientes encuestas del INEC, la población con empleo en Costa Rica es mayoritariamente formal, y los niveles educativos más altos tienden a asociarse con menores tasas de desempleo y mayor estabilidad económica. Estos factores estructurales contribuyen a explicar por qué los jóvenes con estudios universitarios tienden a incorporar profundamente las tecnologías digitales en sus vidas cotidianas, pues gozan de mejores oportunidades laborales y acceso tecnológico que otros grupos demográficos con menor educación formal (OCDE, 2025).

Tiempo usado en redes sociales

La elevada frecuencia y diversidad de uso observada en esta población concuerda con lo señalado por Fernández (2022), quien describe que las plataformas digitales están diseñadas para fomentar la interacción constante mediante estímulos visuales, notificaciones y algoritmos que promueven la permanencia del usuario. En este sentido, el hecho de que el 100% de los participantes cuente con acceso a internet, que el teléfono móvil sea el dispositivo de conexión más empleado y que las plataformas como WhatsApp e Instagram sean las más utilizadas, evidencia una exposición significativa y sostenida al entorno digital.

Por otra parte, la frecuencia de uso reportada por los participantes de conectarse más de seis veces al día, seguido de aquellos los que consideran “siempre estar en redes” coincide con datos de Fernández (2022) quien explica que este patrón de uso intensivo responde a interfaces con diseños llamativos y estrategias de enganche que favorecen

conexiones repetidas a lo largo del día, integrando el uso de redes sociales en la rutina cotidiana de los usuarios.

Instagram, como segunda plataforma más utilizada después de WhatsApp, adquiere especial relevancia debido a su énfasis en el contenido visual. Escribens y Yrigoyen (2023) señalan que este tipo de plataformas puede influir en la vida cotidiana de los usuarios al promover estereotipos de belleza y estilos de vida idealizados, lo que puede repercutir en la satisfacción corporal y, potencialmente, en las elecciones alimentarias.

En cuanto al tipo de uso, la mayoría de los participantes señaló utilizar las redes sociales principalmente para entretenimiento, seguido de la búsqueda de información. Los resultados obtenidos indican que las redes sociales no solo son usadas con el fin de entretenimiento, sino también con fines informativos y sociales, ya que muchos de los participantes también indican publicar contenido de manera ocasional e interactuar de manera eventual con otros usuarios. Estos resultados coinciden con lo descrito en la literatura de Yana et al. (2022) que reconoce a las redes sociales como espacios híbridos donde convergen el ocio, la información y la interacción social.

No obstante, el hecho de que una proporción importante de los usuarios las use para “pasar el rato” podría interpretarse, según lo mencionan Espinoza, Cruz y Espinoza (2018), como un componente de hábito automático o de evasión emocional que a corto plazo puede ofrecer alivio, pero con el paso del tiempo se vuelve un patrón repetitivo que genera problemas de ansiedad, adicción e incapacidad para conectar con los demás o consigo mismo.

También se menciona que el uso excesivo de redes sociales también puede provocar distintas repercusiones en la salud en quienes hacen uso de las mismas con frecuencia como parte de los participantes que reportó afectaciones negativas en hábitos de sueño,

alimentación o trabajo. Según Fernández (2022), la exposición constante a notificaciones, que constituyen son un impulso auditivo, visual y sensorial presentes a lo largo del día puede ser la causa de una saturación de la red atencional, induciendo a un estado de hipervigilancia que afecta funciones corporales básicas, como el descanso y la digestión, y favorecen el desgaste físico y mental.

Consumo de alimentos ultraprocesados

El patrón de consumo identificado en la población estudiada puede interpretarse a la luz de lo expuesto por la OPS (2019) y Babio, Casas y Salas (2020), quienes describen que, en contextos urbanos latinoamericanos, los alimentos ultraprocesados tienden a incorporarse de forma habitual, aunque no necesariamente diaria. En este sentido, los resultados obtenidos refuerzan la evidencia existente sobre la transición alimentaria que atraviesan los adultos jóvenes, caracterizada por la coexistencia de alimentos tradicionales con productos industrializados.

Los resultados obtenidos sobre la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados muestran que la mayoría de los participantes mantiene un patrón de consumo ocasional, pero constante, caracterizado por la ingesta de productos ultraprocesados entre una y tres veces por semana. Este hallazgo coincide con lo descrito por la OPS (2019), que señala que el consumo regular, aunque no excesivo, representa una forma normalizada de incorporación de estos productos en la alimentación cotidiana. Los alimentos más consumidos entre 4 y 6 veces por semana fueron consomé en polvo, gaseosas, y snacks salados, mientras que el consumo diario fue mínimo en la mayoría de las categorías.

Estos hallazgos evidencian que, aunque no existe un consumo excesivo, sí se observa una presencia sostenida de productos ultraprocesados en la dieta habitual, lo que puede tener implicaciones relevantes para la salud a mediano y largo plazo. En este sentido, los resultados de la población del cantón de Barva coinciden con la relación observada en

estudios latinoamericanos de la OPS (2019), los cuales indican que los adultos jóvenes muestran una creciente dependencia de productos industrializados por motivos de conveniencia, ya que estos productos son de fácil acceso, están disponibles constantemente en el mercado y tienen bajo costo, además de estar respaldados por estrategias de publicidad agresiva que incitan al consumo de estos productos de manera directa o indirecta.

A pesar de que los porcentajes de consumo diario fueron bajos, el hecho de que la mayoría de los participantes consuma al menos uno o más tipos de ultraprocesados durante el día indica que estos alimentos forman parte de la vida cotidiana. Este comportamiento puede explicarse, en concordancia con Babio, Casas y Salas (2020), por las características del estilo de vida de los adultos jóvenes, quienes, debido a exigencias laborales, factores emocionales y rutinas aceleradas, tienden a preferir opciones de rápida preparación y de mínimo esfuerzo culinario como estrategia para adaptarse a su día a día.

Por otro lado, aunque se identificó un consumo moderado de productos ultraprocesados en la población estudiada, estos tienen una gran presencia en el día a día, incluso pudiendo desplazar a otros grupos de alimentos provocando un desequilibrio en la dieta global. Babio, Casas y Salas (2020) advierten que este fenómeno reduce la densidad nutricional de la dieta, lo cual puede generar repercusiones negativas en la prevención de enfermedades crónicas y en la regulación del apetito, dado que estos productos suelen presentar bajo poder saciante. Estudios realizados en poblaciones latinoamericanas han demostrado que estos productos sustituyen fuentes tradicionales de alimentos frescos, reduciendo significativamente la calidad nutricional en la dieta, principalmente en fibra, vitaminas del complejo B y minerales como hierro y zinc (Matos, Adams & Sabaté, 2021).

Se ha identificado que la ingesta habitual de estos productos se relaciona con mayor probabilidad de desarrollar obesidad, hipertensión y alteraciones glucémicas debido a su

elevada densidad calórica, pobre perfil nutricional y fuerte palatabilidad (Louzada et al, 2018). Esta evidencia es especialmente relevante para la población estudiada, dado que los adultos jóvenes suelen establecer en esta etapa los hábitos alimentarios que mantendrán en la adultez, lo cual sugiere que el patrón identificado podría predisponer a la aparición futura de enfermedades crónicas si no se implementan estrategias educativas y preventivas oportunas.

Este grupo de alimentos se caracteriza por su “hipersabor” que es una combinación intensa de sal, grasa y azúcar que estimula de forma directa los centros de recompensa del cerebro (Ciprian, 2021). Este efecto sensorial contribuye a explicar el consumo repetitivo y automático observado en los participantes, ya que estas prácticas alimentarias no responden exclusivamente a una necesidad fisiológica, sino a mecanismos de placer y hábito socialmente aprendidos (Talens, 2021).

En conjunto, los resultados de la encuesta reflejan una transición alimentaria donde cada vez más, los productos industrializados adquieren mayor protagonismo, mientras que los tradicionales y frescos pierden presencia. Esta dualidad ha sido advertida por la OPS (2019) como una de las principales preocupaciones en los contextos urbanos de América Latina y los hallazgos del presente estudio sugieren que este fenómeno también se manifiesta en la población adulta joven del cantón de Barva, Heredia.

Estilo de vida

Los resultados asociados al estilo de vida evidencian un patrón mixto, en el que coexisten prácticas protectoras y conductas de riesgo, tal como ha sido señalado en estudios sobre personas adultas jóvenes (Ruiz, 2020). Este comportamiento mixto se reflejó en la población adulta joven del cantón de Barva, donde se observó la realización de actividad física y la presencia de hábitos potencialmente perjudiciales, como el consumo de alcohol y tabaco, la restricción del sueño y el uso de métodos de cocción con alto aporte calórico.

De este modo, las prácticas identificadas coinciden con lo descrito por Ruiz (2020), quien destaca que los estilos de vida en esta etapa suelen estar marcados por la interacción de factores conductuales y contextuales más que por una posición en un continuo salud–enfermedad.

En cuanto al consumo de bebidas alcohólicas, el 68.4% de los participantes indica consumirlas, principalmente entre una y dos veces por semana, siendo la cerveza la más consumida. Aunque este patrón no refleja consumos excesivos, su regularidad podría implicar riesgos acumulativos. Esto se alinea con lo señalado por Ruiz (2020), quien advierte que incluso ingestas moderadas y sostenidas pueden contribuir al aumento de peso, alteraciones del sueño, irritabilidad, trastornos metabólicos y afectaciones hepáticas a largo plazo. En este sentido, los hallazgos del presente estudio refuerzan la importancia de considerar estos riesgos desde una perspectiva preventiva.

En cuanto al consumo de tabaco, predomina un consumo diario en promedio de entre una y cinco unidades. Este hallazgo es relevante, ya que, según Ruiz (2020), el consumo diario de tabaco, incluso en cantidades reducidas, incrementa el riesgo cardiovascular, respiratorio y metabólico. El uso del vapeo refleja una tendencia creciente entre jóvenes que perciben el vapeo como una alternativa “más segura”, a pesar de la evidencia emergente sobre sus riesgos.

La falta de sueño es notoria entre los participantes, ya que más de la mitad indica dormir entre cinco y seis horas diarias, cifra inferior a las recomendaciones internacionales de siete a ocho horas para adultos jóvenes (OMS, 2021). Este resultado se vincula con lo descrito por Ortiz & Armoa (2020), quienes asocian la irritabilidad, la reducción de rendimiento laboral y las ingestas de comida impulsivas, con mayor preferencia hacia los alimentos de baja calidad nutricional, lo que deriva en alteraciones metabólicas y

alteraciones en la regulación del peso corporal, reforzando su impacto negativo sobre el estilo de vida.

En contraste, la actividad física se presenta como un factor protector relevante, ya que está presente en la vida cotidiana de la mayoría de los encuestados principalmente mediante la asistencia al gimnasio cumpliendo con la recomendación de al menos 150 minutos semanales de actividad física moderada establecida por la Organización Mundial de la Salud. Este hallazgo coincide con Perea et al. (2020), quienes destacan que la práctica regular de ejercicio se asocia con menor riesgo cardiovascular, mejor salud mental y mayor control del peso corporal. No obstante, una minoría de la población no realiza ningún tipo de actividad física, lo que la ubica como un grupo vulnerable al sedentarismo, fenómeno descrito por Salas (2015) en adultos jóvenes expuestos a largas jornadas laborales y uso intensivo de pantallas.

En cuanto a la alimentación, si bien la mayoría de las personas participantes realiza las tres comidas principales del día (desayuno, almuerzo y cena), las meriendas, especialmente la de la mañana, resultan menos frecuentes. Este patrón podría estar relacionado con horarios laborales prolongados o con una planificación alimentaria insuficiente, lo cual coincide con lo planteado por Morales et al., (2018), quienes señalan que la irregularidad en los tiempos de comida puede afectar la regulación del apetito, la concentración y el rendimiento laboral, además de favorecer episodios de ingesta impulsiva.

En los participantes de la investigación predominó el consumo de alimentos preparados en el hogar, lo cual constituye un factor protector, pues la cocina casera suele presentar una mayor calidad nutricional en comparación con productos ultraprocesados. Sin embargo, entre los métodos de cocción utilizados destacaron el frito y el asado a la plancha, lo que podría representar un factor de riesgo, ya que el uso frecuente de frituras

se relaciona con una mayor ingesta de grasas saturadas y calorías, contribuyendo a un estilo de vida menos saludable. Aun así, el predominio del uso de aceites vegetales y aceite de oliva coincide con lo planteado por Morales et al. (2018), quienes destacan que el tipo de grasa empleada puede influir en la modulación del perfil lipídico y en la reducción del riesgo cardiovascular.

Asimismo, los resultados muestran que las prácticas relacionadas con la adición de azúcar y sal son relativamente moderadas, lo cual se considera favorable en el contexto latinoamericano, donde el exceso de azúcar suele ser un problema recurrente asociado con diabetes y obesidad. No obstante, un porcentaje bajo de los participantes añade sal en la mayoría de las comidas, comportamiento que, según Salas (2015), este hábito podría representar un riesgo considerando la asociación entre el exceso de sodio y la hipertensión arterial, la cual es uno de los problemas de salud pública más frecuentes en Costa Rica.

En cuanto al consumo de frutas, verduras y leguminosas, se observa una ingesta insuficiente en comparación con lo recomendado en las guías alimentarias nacionales (Ministerio de salud, 2022). Esto coincide con Babio, Casas y Salas (2020), quienes señalan que el bajo consumo de alimentos frescos es característico de poblaciones que se encuentran en procesos de transición alimentaria, donde los ultraprocesados ganan terreno debido a su conveniencia, disponibilidad y bajo costo.

Parte II. Resultados bivariados

Tiempo en redes sociales, consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida

Los resultados del estudio muestran la ausencia de relaciones significativas entre el tiempo de uso en redes sociales y los hábitos alimentarios o indicadores del estilo de vida. Este hallazgo sugiere que, en la población estudiada las variaciones en el tiempo de

exposición a redes sociales no se traducen directamente en cambios en el consumo de alimentos ultraprocesados ni en otras conductas relacionadas con el estilo de vida. Estos resultados difieren de lo reportado por Marín y García (2023), quienes señalan un impacto significativo de la información sobre salud en redes sociales sobre las elecciones alimentarias, lo que pone de manifiesto la complejidad del fenómeno y la posible influencia de otros factores intermedios.

Si bien estudios previos han asociado el uso intensivo de redes sociales con mayor exposición a publicidad de alimentos ultraprocesados y estilos de vida sedentarios (Mamani et al., 2021), los resultados del presente estudio no reflejan dichas tendencias. Una posible explicación teórica es lo planteado por Muños López (2023), que menciona que la relación entre redes sociales y comportamiento alimentario o estilo de vida no es directa, sino mediada por otros factores como el nivel educativo, una mejor alfabetización en salud, la influencia del entorno real e inmediato o la capacidad de autorregulación individual. De esta manera, aunque esta literatura descrita por Mamani et al., (2021) y Muños López (2023), sugiere asociaciones potenciales, esta investigación muestra que dichos vínculos no se manifiestan necesariamente en todos los contextos ni en todas las poblaciones.

La falta de correlaciones significativas también coincide con literatura descrita por Viceconte (2021) que evidencia que la elección alimentaria es un proceso multifactorial que está fuertemente determinado por factores externos al entorno digital, como las preferencias alimentarias, la accesibilidad económica, el entorno familiar, la disponibilidad de alimentos o las rutinas cotidianas. Esto sugiere que, en contextos donde la alimentación está fuertemente estructurada por hábitos previos y por disponibilidad de alimentos, el uso de redes sociales puede tener un mínimo impacto.

Asimismo, investigaciones recientes han señalado que el impacto de las redes sociales en la conducta alimentaria y el estilo de vida depende del tipo de uso ya sea pasivo, activo, educativo o recreativo, lo cual puede modificar significativamente la forma en que estas plataformas influyen en las decisiones alimentarias (Muños López, 2023). Dado que el presente estudio no distingue entre estos tipos de uso, es posible que esta variabilidad haya diluido posibles relaciones. Por otro lado, la ausencia de asociaciones en la muestra no invalida la influencia potencial que las redes sociales pueden ejercer mediante sus algoritmos y la promoción de estilos de vida. En este sentido se refuerza lo que menciona Muños López (2023), que la exposición digital por sí sola no garantiza un cambio conductual, su impacto depende del nivel de involucramiento y de la vulnerabilidad del usuario, lo que refuerza el carácter multidimensional de la conducta alimentaria y sugiere que las redes sociales no operan como un factor aislado o suficiente para modificar el comportamiento alimentario.

Finalmente, estudios recientes subrayan que la comunicación digital se caracteriza por el uso de algoritmos que es aquello que la persona ve efectivamente en pantalla, y que resulta mucho más determinante que el tiempo total de exposición (García, 2023), por esto, un usuario puede pasar varias horas en redes sociales sin interactuar con contenido relacionado con alimentos o estilo de vida, mientras que otro puede verse expuesto a publicidad de estos temas en apenas minutos. Esta diferencia en la calidad del contenido expuesto reafirma que la influencia de las redes sociales en la conducta alimentaria depende menos del tiempo conectado y más del tipo de estímulos que los algoritmos priorizan para cada individuo.

Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Al finalizar la presente investigación, se logra concluir que no existe una relación directa o significativa entre el tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida en adultos de 20 a 34 años del cantón de Barva, 2025.

La población participante estuvo conformada principalmente por personas del sexo masculino, con un rango de 20 a 24 años, con un nivel educativo, de universidad completa y un estado civil de soltería, con una ocupación trabajadora de tiempo completo y residentes de los distritos de los distritos de San Pedro y Barva

Se logro conocer que todos los participantes tenían acceso a Internet, a lo cual la mayoría reportó usar redes sociales y hacer uso del teléfono móvil como el dispositivo de conexión más empleado, en cuanto a las plataformas con mayor uso fueron WhatsApp e Instagram.

Lo que respecta a la frecuencia de uso, predomina una conexión de más de seis veces al día, seguido de quienes consideran “siempre en redes sociales “.

Al tiempo promedio de uso de redes sociales, la mayoría indicó emplear entre una y dos horas diarias y sus principales razones de uso fueron, entretenimiento, seguido de buscar información.

En cuanto al impacto percibido por el uso de las redes sociales la mayoría de los participantes no reportó cambios.

En cuanto al patrón de consumo de alimentos ultraprocesados predomina una frecuencia de 1 a 3 veces por semana de diversos alimentos como snacks salados, panadería industrial, queso crema, nuggets, jamón, golosinas, refrescos en polvo, margarina y salsas comerciales. Paralelamente, se observa un predominio de no consumo en productos como cereales endulzados, fideos y sopas instantáneas, mezclas para

pancakes, queso cheddar, perros calientes congelados, morcilla, gelatina en sobre, mezclas de avena, manteca vegetal y café instantáneo.

Lo que respecta al estilo de vida los resultados muestran que la mayoría de participantes consume alcohol de forma moderada, con predominio de la cerveza, mientras que el tabaquismo es poco frecuente. Predominan hábitos de sueño de cinco a seis horas diarias y una práctica regular de actividad física. En cuanto a la alimentación, la mayoría realiza los tiempos principales de comida en el hogar, utiliza métodos de cocción como el frito y asado a la plancha, y emplea principalmente aceite vegetal. La adición de azúcar y sal es ocasional. El consumo de frutas, verduras, tubérculos, pescado, queso fresco y leguminosas ocurre entre una y tres veces por semana, mientras que alimentos básicos como arroz, huevo, leche, frijoles y aceite vegetal presentan un consumo diario.

El estudio permite concluir que el tiempo de uso de redes sociales no influye de manera determinante en la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados en la población analizada, lo que evidencia que las decisiones alimentarias están mediadas por múltiples factores contextuales y personales que trascienden el entorno digital y el tiempo de exposición a estas plataformas.

Además, el tiempo dedicado al uso de redes sociales no se asocia directamente con el estilo de vida de la población estudiada, lo cual sugiere que las conductas relacionadas con la salud dependen en mayor medida de variables individuales, sociales y ambientales, así como de la calidad del contenido consumido, más que del tiempo de permanencia en estas plataformas.

Recomendaciones

Finalmente, con base en los hallazgos obtenidos, se formulan las siguientes recomendaciones.

- Se sugiere que estudios posteriores profundicen en el análisis del tipo de uso de redes sociales (pasivo, activo, recreativo y educativo), con el fin de explorar de manera más específica su relación con la conducta alimentaria y el estilo de vida, variables que no fueron abordadas de forma diferenciada en esta investigación.
- Se recomienda que investigaciones futuras evalúen la calidad y temática del contenido digital relacionado con alimentación y estilo de vida, incorporando el análisis del papel de los algoritmos en la exposición a mensajes de salud, como un complemento al tiempo total de uso de redes sociales analizado en este estudio.
- Ampliar la población de estudio a otros rangos etarios y contextos geográficos, incluyendo zonas rurales y otros cantones, con el fin de comparar patrones de consumo y uso de redes sociales en diferentes realidades socioculturales.
- Realizar estudios longitudinales, que permitan observar cambios en el consumo de alimentos ultraprocesados y en el estilo de vida a lo largo del tiempo, superando las limitaciones propias de los diseños transversales.

Referencias

- Álvarez, I., Mora, S., & Castro, M. (2020). Estado nutricional y estilos de vida de los participantes de la feria de salud del Instituto Nacional de Aprendizaje de Costa Rica, 2019. *Revista Hispanoamericana De Ciencias De La Salud*, 6(1), 4–13. <https://doi.org/10.56239/rhcs.2020.61.414>
- Arias, J., Ortiz P., & Chacón, Y. (2024). Hábitos alimentarios y consumo de alimentos ultraprocesados, de personas con hipertensión arterial de Atenas Costa Rica, 2024. *Ciencia Y Reflexión*, 3(2), 303–319. <https://doi.org/10.70747/cr.v3i2.23>
- Astorga, C & Schmidt, I. (2019). Peligros de las redes sociales: Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad. *Revista Electrónica Educare*, 23(3), 1-24. [Peligros de las redes sociales: Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad](#)
- Babio, N., Casas, P., & Salas, J. (2020). Alimentos ultraprocesados: *Revisión crítica, limitaciones del concepto y posible uso en salud pública. Universitat Rovira i Virgili. ultraprocesados-21-06.pdf*
- Blasco Fontecilla, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña?. *Tarbiya, Revista De Investigación E Innovación* <https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007> Educativa, (49).
- Cedillo, L., Correa, L. E., Vela, J. M., Perez, L. M., Loayza, J., Cabello, S., Huamán, M., Gonzales, M., y De La Cruz, J. (2017). ESTILOS DE VIDA DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE CIENCIAS DE LA SALUD. *Revista de La Facultad de Medicina Humana*, 16(3). <https://revistas.urp.edu.pe/index.php/RFMH/article/view/670>
- Ciprian Pariona, A. (2021). *Publicidad alimentaria televisiva y en redes sociales en relación al consumo de alimentos ultraprocesados y estado nutricional en escolares, Santa*

Anita (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Mayor de San Marcos). [Oficio N° 007-UPG-FM-2003](#)

Escribens, I., & Yrigoyen, C. (2023). Percepción de las adolescentes sobre la imagen corporal expuesta en redes sociales.

Espinoza, E., Cruz, L., & Espinoza, E. (2018). Las redes sociales y rendimiento académico. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 1(3), 38-44. [Redalyc.LAS REDES SOCIALES Y RENDIMIENTO ACADÉMICO](#)

Fernández, C. (2022). Motivaciones y tiempo de uso de las redes sociales por parte de los jóvenes españoles: señales de adicción. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 15(2), 1-19. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11155>

García, B., Canavilhas, J., & Vázquez, J. (2023). Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 31(74), 9-21. [Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura](#)

Giraldo, S., & Fernández, C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional De La información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>

Gomes, F. S., & Oliveira, B. A. (2021). Frequency of ultra-processed food consumption and its displacement effect on healthy food intake. *Public Health Nutrition*, 24(5), <https://doi.org/10.1017/S1368980020004241> 1221–1228.

- Gómez, G., Quesada, D. y Chinnock, A. (2020). Consumo de frutas y vegetales en la población urbana costarricense: Resultados del Estudio Latino Americano de Nutrición y Salud (ELANS)-Costa Rica. *Población y Salud en Mesoamérica*, 18(1), 450-470.
- Gómez, G., Quesada, D., Chinnock, A., Nogueira, A. y ELANS Group. (2019). Consumo de azúcar añadido en la población urbana costarricense: estudio latinoamericano de nutrición y salud ELANS-Costa Rica. *Acta Médica Costarricense*, 61(3), 111-118.
- Guamán Paguay, W. (2022). Influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios en adultos jóvenes que asisten al gimnasio LOMAS GYM de la ciudad de Riobamba. *Revista Científica de Nutrición y Salud*, 2(2), 90–105.
https://www.researchgate.net/publication/363044666_Influencia_de_las_redes_sociales_en_los_habitos_alimentarios_en_adultos_jovenes_que_asisten_al_gimnasio_LOMAS_GYM_de_la_ciudad_de_Riobamba
- Guerrero Mejía, J. (2020). Influencia de las redes sociales en la conducta alimentaria en jóvenes colombianos [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/10554/54093>
- Gurevich, A. (2016). El tiempo todo en Facebook. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (69), 217-238. [EL TIEMPO TODO EN FACEBOOK](#)
- Ibarra, J., Vall, C., & Hernández, C. (2019). Hábitos de vida saludable de actividad física, alimentación, sueño y consumo de tabaco y alcohol, en estudiantes adolescentes chilenos. *Sportis. Scientific Journal of School Sport, Physical Education and Psychomotricity*, <https://doi.org/10.17979/sportis.2019.5.1.3500> 5(1), Article 1.
- Imamura, F., Micha, R., Khatibzadeh, S., Fahimi, S., Shi, P., Powles, J., ... y Global Burden of Diseases Nutrition and Chronic Diseases Expert Group (NutriCoDE). (2015). Dietary

quality among men and women in 187 countries in 1990 and 2010: a systematic assessment. *The Lancet Global Health*, 3(3), e132-e142.

Khandpur, N., Cediel, G., Obando, D. A., Jaime, P., & Parra, D. (2020). Factores sociodemográficos asociados al consumo de alimentos ultraprocesados en Colombia. *Revista de Saúde pública*, 54, 19. <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054001176>

López, L, & López, F. (2022). Los productos ultra-procesados: Implicancias sobre su consumo, avances y retos en América Latina para la salud pública en adultos. *Revista chilena de nutrición*, 49(5), 637-643. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182022000600637>

Lozano, N, Borrallo, Á, & Guerra, M. (2022). Influencia de las redes sociales sobre la anorexia y la bulimia en las adolescentes: una revisión sistemática. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 45(2), e1009. Epub 24 de abril de 2023. <https://dx.doi.org/10.23938/assn.1009>

Louzada, M., Ricardo, C., Steele, E., Levy, R., Cannon, G., & Monteiro, C. (2018). La cuota de alimentos ultraprocesados determina la calidad nutricional general de las dietas en Brasil. *Nutrición en Salud Pública*, 21(1), 94–102. doi:10.1017/S1368980017001434

Varchetta, M., Frascetti, A., Mari, E., & Giannini, A. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FOMO) y Vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14(1), e1087. <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>

Viceconte C. (2021) ¿Cuáles son los factores que determinan la elección alimentaria en población vulnerable y marginada? [*Trabajo Final de Grado*]. Universidad ISALUD, Buenos Aires. <http://repositorio.isalud.edu.ar/xmlui/handle/123456789/707>

- Mamani, B., Redrovan, D., Villeda, E., & Hernández, A. (2021). ¿Somos conscientes del efecto de las redes sociales en nuestra nutrición?. *Innovare: Revista De Ciencia Y tecnología*, 10(3), <https://doi.org/10.5377/innovare.v10i3.12990> 178–180.
- Marín, S., & García, A. (2023). Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos relacionados con la alimentación en España: una revisión sistemática. *Atención Primaria*, 55(11), 102708.
- Martínez Gayá, M. (2020). El efecto que ejercen las redes sociales en los hábitos de consumo alimentario: España vs. EE. UU. El efecto de las RR. SS. en los hábitos de consumo alimentario. España vs. EE. UU.- Martínez Gaya, Maria Isabel.pdf
- Matassi, M., & Boczkowski, P. J. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión. *Profesional De La información*, 29(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>
- Matos, R., Adams, M., & Sabaté, J. (2021). Reseña: El consumo de alimentos ultraprocesados y enfermedades no transmisibles en América Latina. *Fronteras en nutrición*, 8, 622714. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.622714>
- Ministerio de salud de Costa Rica (2022). Guías alimentarias basadas en alimentos en Costa Rica. [Guías Alimentarias basadas en alimentos en Costa Rica](#)
- Monteiro, C. A., Cannon, G., Lawrence, M., Costa Louzada, M. L., & Pereira Machado, P. (2022). Ultra-processed foods, diet quality, and health using the NOVA classification system. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://doi.org/10.4060/cb9442>en Ramalho, T. S.,
- Morales, M., Gómez M., García R., Chaparro, L., & Carreño, S. (2018). Estilo de vida saludable en estudiantes de enfermería del Estado de México. *Revista Colombiana De Enfermería*, 16, 14–24. <https://doi.org/10.18270/rce.v16i13.2300>

Muñoz López, B. (2023). Análisis del impacto de las redes sociales y aplicaciones móviles en la alimentación saludable: una revisión sistemática. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <https://hdl.handle.net/10609/148500>

Núñez, R., & Cisneros, B. (2019). Adicción a redes sociales y procrastinación académica en estudiantes universitarios. *Nuevas ideas en informática educativa*, 15(1), 114-120. [TISE_2019_paper_83.pdf](#)

Rosado, M., Yaguachi, R., Lomas, L., Villota, W., & Poveda, C. (2021). Uso de redes sociales y consumo de alimentos en adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 41(2), 45–52. <https://doi.org/10.12873/424>

Ruiz, A. (2020). Alcohol y tabaco en adolescentes un problema de salud. Facultad de Farmacia. [Alcohol y tabaco en adolescentes: un problema de salud](#)

Ryaguachi Salas, L., Carfantan, D., Sánchez, A., & Hernández, A. (2024). Estudio sobre la influencia de las redes sociales en el consumo de productos nutricionales en jóvenes con edades entre 20-27 años. *Rhombus*, 4(2), 59–84. <https://doi.org/10.63058/rhombus.v4i2.227>

Sádaba, C. (2022). Juventud, digitalización y activismo. Algunas reflexiones. ICONO 14. *Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1902>

Salas Cabrera, J. (2015). Estilos de vida saludables: un derecho fundamental en la vida del ser humano. *Revista Latinoamericana de Derechos Humanos*, 26(2), 37-51 [evelyncer,+2+Estilo+de+vida \(1\).pdf](#)

Salas Murillo, O. (2024). Las tecnologías digitales: ¿en Costa Rica no podemos vivir sin ellas!

[Las tecnologías digitales: ¿en Costa Rica no podemos vivir sin ellas!](#)

Santamaría, C. y Bekelman, T. (2021). Consumo de embutidos en mujeres costarricenses: efecto del nivel socioeconómico. *Revista de Biología Tropical*, 69(2).

Sequeira, A., & Mora, S. (2017). Estilos de vida durante la niñez y su relación con factores desencadenantes de obesidad en adultos de 25- 60 años de edad atendidos en una clínica costarricense. *Revista Hispanoamericana De Ciencias De La Salud*, 3(3), 87–94. Recuperado a partir de <https://uhsalud.com/index.php/revhispano/article/view>

Silva, M. P., Torres, D., & Rodríguez, A. (2023). Influencia de la publicidad digital en el consumo de alimentos ultraprocesados en adultos jóvenes. *Revista Latinoamericana de Nutrición*, 53(2), 112–121. <https://doi.org/10.18685/rlan.2023.53.2.112>

Talens Oliag, P. (2021). Alimentos ultraprocesados: impacto sobre las enfermedades crónicas no transmisibles. *Nutrición Hospitalaria*, 38(1), 3-4. Epub 26 de abril de 2021. <https://dx.doi.org/10.20960/nh.03536>

Talens, P., Cámara, M., Daschner, A., López, E., Marín, S., Martínez, J. y Morales, F. (2020). Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) sobre el impacto del consumo de alimentos “ultra-procesados” en la salud de los consumidores. *Revista del Comité Científico de la AESAN*, 31, 9-76. [comite científico 31.pdf](#)

OPS. (2019). Alimentos ultraprocesados ganan más espacio en la mesa de las familias latinoamericanas. https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15530:ultra-processed-foods-gain-ground-among-latin-american-and-caribbean-families&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0

Ortiz, D., & Armoa, C. L. (2020). Relación entre calidad de sueño e indicadores de ansiedad y depresión. *ScientiAmericana*, 7(2), 45–56.

<https://doi.org/10.30545/scientiamericana.2020.jul-dic.1>

Perea, A., López, G., Perea, A., Reyes, U., Santiago, L., Ríos, P., Lara, A., González, A., García, V., Hernández, M., Solís, D., de la Paz, C. (2020). Importancia de la actividad física. *Salud Jalisco*, 6(2), 121-125. [sj192h.pdf](#)

Popkin, B., y Reardon, T. (2018). Obesity and the food system transformation in Latin America. *Obesity Reviews*, 19(8), 1028-1064.

Yana, M., Adco, D. Alanoca, R., & Casa, M. (2022). Adicción a las redes sociales y la procrastinación académica en adolescentes peruanos en tiempos de coronavirus Covid-19. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 25(2), 129–143. <https://doi.org/10.6018/reifop.513311>

Anexos

Anexo 1. Consentimiento informado

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

CARRERA DE NUTRICIÓN COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Teléfono:(506) 2106 3290

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la Investigación: Relación entre el tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida en adultos de 20 a 34 años del cantón de Barva, 2025.

Nombre del Investigador (a) Principal: Fiorella Fonseca Moreira

Nombre del participante: _____

A. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN: La investigación se realiza con el fin de obtener el grado académico de Licenciatura en Nutrición en la Universidad Hispanoamericana. A partir de la información recopilada se pretende establecer la relación entre tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida

B. ¿QUÉ SE HARÁ?:

1. El formulario deberá ser completado de manera virtual en su totalidad con la información solicitada, por lo que se compromete a responder todas las preguntas de manera honesta.
2. Las preguntas que se le realizarán implican datos sociodemográficos, tiempo en redes sociales, consumo de alimentos ultraprocesados, estilo de vida.

3. Entre los requisitos de participación se les solicita para la participación son:
Personas que tengan entre 20 y 34 años de edad cumplidos, personas que utilicen al menos una red social con una frecuencia mínima de una vez al día.
4. Al aceptar ser parte de la investigación se compromete a responder únicamente con la verdad.

C.RIESGOS: La investigación no implica ningún riesgo para la salud física y mental, pero se incluye el riesgo de la pérdida de privacidad, incomodidad o ansiedad al ser participe.

D. BENEFICIOS: Como resultado de su participación en este estudio, no obtendrá ningún beneficio directo, sin embargo, será posible que los investigadores aprendan más acerca del tema de investigación y este conocimiento beneficiará a otras personas en el futuro.

- Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber hablado con la investigadora Fiorella Fonseca Moreira quien debió haber contestado de forma satisfactoria todas sus preguntas. Si quisiera mayor información más adelante, puede obtenerla llamando al investigador a cargo al teléfono 8392-3390 en el horario de lunes a viernes de 7am a 4 pm. Cualquier consulta adicional puede comunicarse a la Universidad Hispanoamericana al teléfono de la Coordinación de Investigación de nutrición 2106 3290 en el horario de jueves 8 am a 4 pm o al correo electrónico ana.poltronieri0300@uhispano.ac.cr
- Recibirá una copia de esta fórmula firmada para su uso personal.
- Su participación en este estudio es voluntaria. Tiene el derecho de **negarse a participar o a interrumpir** su participación en cualquier momento, sin que esta decisión afecte la calidad de la atención médica o de otra índole que requiera.

- Su participación en este estudio es confidencial por lo que en caso de publicarse los resultados de esta investigación o divulgarse en una reunión científica, se garantiza estrictamente el anonimato de todas las personas participantes en el estudio.
- No perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

He leído o se me ha leído, toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmar. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y éstas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de estudio en esta investigación.

Sí acepto

No acepto

Anexo 2. Instrumento aplicado

Instrucciones

Lea cuidadosamente cada pregunta y responda según se le indique: en las de opción múltiple marque la alternativa que mejor describa su situación, en las de frecuencia de consumo seleccione las opciones que más se acerquen a su realidad. No existen respuestas correctas o incorrectas, por lo que se le solicita responder con la mayor sinceridad posible. Se recomienda contestar todas las preguntas en el orden en que se presentan.

Parte 1. Datos sociodemográficos

El primer apartado consta de 6 preguntas orientadas a indagar sobre los datos sociodemográficos

1. ¿Con cual genero se identifica?
 - Mujer
 - Hombre
 - Prefiero no decirlo

2. ¿En cuál rango de edad se encuentra?
 - 20 a 24 años
 - 25 a 29 años
 - 30 a 34 años

3. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?
 - Primaria incompleta
 - Primaria completa
 - Secundaria incompleta
 - Secundaria completa
 - Técnico medio completo
 - Universidad incompleta
 - Universidad completa

4. Indique su estado civil actual
 - Casado (a)
 - Soltero (a)
 - Unión libre
 - Divorciado
 - Viudo (a)

5. En que distrito reside actualmente
 - Barva
 - San Pedro

- San Pablo
- San Roque
- Santa Lucía
- San José de la Montaña.

6. ¿Cuál su ocupación principal o situación laboral?

- Estudiante
- Trabaja medio tiempo
- Trabaja tiempo completo
- Desempleado/a
- Trabaja
- Emprendedor/a
- Ama de casa

Parte 2. Tiempo en redes sociales

En la segunda parte se evaluará la frecuencia, el tiempo y el contenido que consume en redes sociales, por lo que debe marcar la opción que considere se ajusta más con usted.

7. ¿La persona encuestada tiene acceso a Internet desde algún dispositivo (celular, computadora, tableta, etc.)?

- si
- no

8. ¿La persona encuestada utiliza redes sociales?

- si
- no

9. ¿Desde qué dispositivo accede con más frecuencia a las redes sociales la persona encuestada?
- Teléfono móvil
 - Computadora portátil
 - Computadora de escritorio
 - Tablet
 - Otro
10. ¿Qué redes sociales usa actualmente la persona encuestada? (Marque todas las que apliquen)
- Facebook
 - Instagram
 - TikTok
 - Twitter/X
 - WhatsApp
 - YouTube
 - Reddit
11. ¿Con qué frecuencia usa redes sociales la persona encuestada?
- Nunca
 - Varias veces a la semana
 - 1 a 3 veces al día

- 4 a 6 veces al día
- más de 6 veces al día
- considera estar siempre en redes sociales

12. ¿Cuánto tiempo promedio dedica al uso de redes sociales al día?

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 2 horas
- Entre 3 y 4 horas
- Más de 4 horas

13. ¿Para qué utiliza principalmente las redes sociales? (Marca hasta 3 opciones)

- Mantener contacto con amigos y familiares
- Enterarme de noticias
- Compartir fotos o videos
- Seguir a influencers o celebridades
- Buscar información
- Pasar el rato / entretenimiento
- Promocionar un negocio o marca personal
- Participar en grupos o comunidades
- Otro

14. ¿Publica contenido propio (fotos, videos, textos) en redes sociales?

- Nunca

Ocasionalmente

Frecuentemente

Muy frecuentemente

15. ¿Interactúa la persona encuestada con otros usuarios (comentarios, likes, mensajes)??

Nunca

Ocasionalmente

Frecuentemente

Muy frecuentemente

16. ¿Consideras que el uso de redes sociales ha afectado sus hábitos de sueño, alimentación o estudio/trabajo?

Sí, de forma negativa

Sí, de forma positiva

No se percibe cambio

Parte 3. Consumo de alimentos ultraprocesados

17. La tercera parte presenta preguntas que permiten evaluar la frecuencia con la que los participantes consumen determinados grupos de alimentos ultraprocesados, cada uno acompañado de ejemplos representativos.

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Cereales y snacks	Barras de cereales Cereales endulzados Galletas de paquete Snacks salados Confitos				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Pastas y sopas instantáneas	Fideos instantáneos Sopas (embotelladas, enlatadas, deshidratadas o en polvo)				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Panadería y repostería	Panadería y repostería industrial Mezcla para pancakes				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Lácteos	Yogur saborizado Queso crema Queso cheddar Queso amarillo				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Comida rápida congelada	Papas fritas Pizza Hamburguesas Perros calientes Nuggets o pollo empanizado				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Embutidos	Chorizo Jamón Morcilla Mortadela Pepperoni Salchichas				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Golosinas y postres industriales	Chocolates, golosinas Helados Gelatina de sobre Cocoa en polvo				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Productos azucarados en polvo	Refresco en polvo Saborizantes para bebidas sin calorías Mezclas instantáneas de avena				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Grasas	Margarina Manteca vegetal Natilla de paquete				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Condimentos industriales	<p>Consomé en polvo</p> <p>Salsas comerciales</p> <p>Salsa inglesa</p> <p>Aderezos industriales</p>				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Bebidas no alcohólicas	<p>Gaseosas</p> <p>Néctares</p> <p>Refrescos embotellados</p> <p>Bebidas hidratantes</p> <p>Bebidas energizantes</p> <p>Bebidas azucaradas a base de leche</p> <p>Café instantáneo</p>				

Alimento	Ejemplos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Bebidas alcohólicas destiladas	Ron, vodka, whisky o tequila				

La cuarta parte y última parte incluye un conjunto de preguntas orientadas a identificar los estilos de vida de la población, solicitando a los participantes marcar la opción que mejor refleje sus hábitos más frecuentes.

18. ¿Consume bebidas alcohólicas?

sí

no

Si respondió sí

19. ¿Qué tipo de bebidas suele consumir con mayor frecuencia?

cerveza

vino

tragos (whisky, ron, vodka, etc)

cocteles

otro

20. ¿con que frecuencia lo consume?

a diario

1-2 veces por semana

3-4 veces por semana

1-2 veces al mes

21. ¿Cuánta porciones suele consumir en una ocasión?

- 1-2
- 3-4
- 5 o más

22. ¿Consume tabaco?

- sí
- no

Si respondió sí

23. ¿Qué tipo de tabaco consume?

- cigarro
- vaporizador o cigarro electrónico
- puro

24. ¿con que frecuencia consume?

- a diario
- 1-2 veces por semana
- 3-4 veces por semana
- 1-2 veces al mes

25. ¿cuántas unidades consume al día en promedio?

- 1-5
- 6-10
- más de 10

26. ¿Cuántas horas duerme normalmente por la noches?

- menos de 5 horas

5-6

7-8

9 horas o más

27. ¿Realiza actividad física?

sí

no

Si respondió sí

28. ¿Qué tipo de actividad física realiza?

Caminata

Gimnasio

Deporte recreativo

Entrenamiento de alto rendimiento

29. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física?

Nunca

1-3 veces por semana

4-6 veces por semana

todos los días de la semana

30. ¿Cuánto tiempo destina para realizar actividad física?

menos de 30 minutos

30 minutos a 60 minutos

61 minutos a 120 minutos

más de 120 minutos

31. Marque los tiempos de comida que cumple regularmente:

Desayuno

Merienda mañana

Almuerzo

Merienda tarde

Cena

Merienda nocturna

32. ¿En qué lugares consume alimentos con mayor frecuencia?

Hogar

Sodas o restaurantes

Servicio a domicilio

Trabajo/estudio

33. ¿Qué métodos de cocción utiliza con mayor frecuencia en su alimentación?

Hervido

Asado a la plancha

Al horno

Frito

Al vapor

34. ¿Qué tipo de grasa utiliza principalmente para preparar sus alimentos?

Aceite vegetal (maíz, soya, girasol, etc.)

Aceite de oliva

Mantequilla o margarina

Manteca

35. ¿Con qué frecuencia añade azúcar a sus bebidas o alimentos?

- Nunca
- Ocasionalmente
- 1-2 veces al día
- 3 o más veces al día

36. ¿Con qué frecuencia añade sal a sus comidas, además de la que ya tienen los alimentos preparados?

- Nunca
- Ocasionalmente
- En la mayoría de las comidas
- En todas las comidas

37. Se le presenta una frecuencia de consumo de diferentes grupos de alimentos, marque la opción que considere correcta

Frutas y verduras	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Frutas frescas				
Jugos naturales sin azúcar				
Verduras crudas (ensaladas, picadillos)				
Verduras cocidas				

Cereales y tubérculos	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Arroz				
Pan blanco				
Pan integral				
Papas, yuca, camote				
Productos de origen animal	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Carnes rojas (res, cerdo, cordero)				
Pollo				
Pescado				
Huevos				
Leche				
Queso				
Yogur natural				
Leguminosas	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Frijoles				
Lentejas				
Garbanzos				
Soya / productos de soya				

Grasas y aceites	Nunca	1-3 veces por semana	4-6 veces por semana	Diario
Aceite vegetal (maíz, girasol, soya)				
Aceite de oliva				
Mantequilla				
Semillas y nueces				

Anexos 3. Resultados del plan piloto

Tabla 1

Distribución de la población parte del plan piloto según características sociodemográficas

Características	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Sociodemográficas		
Género		
Mujer	4	40
Hombre	6	60
Rango de edad		
20 a 24 años	5	50
25 a 29 años	2	20
30 a 34 años	3	30
Escolaridad		
Secundaria incompleta	2	20
Universidad incompleta	3	30
Universidad completa	5	50

Continúa en la siguiente pagina

Características	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Sociodemográficas		
Estado civil		
Casado (a)	1	10
Soltero (a)	8	80
Unión libre	1	10
Distrito		
Santa Bárbara	5	50
Jesús	5	50
Ocupación		
Estudiante	1	10
Trabaja tiempo completo	8	80
Desempleado/a	1	10

Nota: La muestra piloto estuvo compuesta por diez personas, de las cuales el 60% correspondió al sexo masculino y el 40% al femenino. El grupo etario predominante fue el de 20 a 24 años, representando el 50% de los participantes, seguido por el rango de 30 a 34 años con un 30% y, en menor proporción, el grupo de 25 a 29 años con un 20%. En cuanto al nivel educativo, el 50% reportó tener estudios universitarios completos, mientras que el 30% indicó universidad incompleta y el 20% restante secundaria incompleta. En relación con el estado civil, la mayoría se encontraba soltera (80%), y un 10% se encontraba casada o en unión libre.

Con respecto al distrito de residencia, el 50% de las personas habitaban en Santa Bárbara y el otro 50% en Jesús. En cuanto a la ocupación, se observó que el 80% laboraba a tiempo completo, mientras que un 10% se encontraba desempleado(a) y otro 10% dedicado(a) a los estudios.

Tabla 2

Distribución de la población parte del plan piloto según uso y tiempo dedicado a redes sociales en la población del plan piloto

Tiempo en redes	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Acceso a internet		
Si	10	100
Uso de redes sociales		
Si	10	100
Dispositivo de acceso a redes sociales		
Teléfono móvil	10	100
Redes sociales utilizadas		
Facebook	8	80
Instagram	10	100
Tiktok	7	70
Twitter/X	1	10
WhatsApp	9	9
Youtube	3	30
Frecuencia de uso de redes sociales		
1 a 3 veces al día	2	20
4 a 6 veces al día	2	20
más de 6 veces al día	4	40
considera estar siempre en redes sociales	2	20
Tiempo promedio dedicado al uso de redes sociales		
Menos de 1 hora	2	20
Entre 1 y 2 horas	5	50
Entre 3 y 4 horas	2	20
Más de 4 horas	1	10
Uso principal de redes sociales		
Mantener contacto con amigos o familiares	8	80

Continúa en la siguiente pagina

Tiempo en redes	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Enterarme de noticias	6	60
Compartir fotos o videos	3	30
Buscar información	2	20
Pasar el rato/ entretenimiento	8	80
Publicación de contenido propio		
Ocasionalmente	9	90
Frecuentemente	1	10
Interacción con otros usuarios		
Ocasionalmente	8	80
Frecuentemente	2	20
Afectación de hábitos de sueño, alimentación o estudio/trabajo		
Sí, de forma negativa	6	60
Sí, de forma positiva	1	10
No se percibe cambio	3	30

Nota: La totalidad de los participantes (100%) manifestó tener acceso a Internet y utilizar redes sociales, siendo el teléfono celular el dispositivo de uso universal. Las plataformas con mayor frecuencia de uso fueron Instagram (100%) y Facebook (80%), seguidas de TikTok (70%) y YouTube (30%).

En cuanto a la frecuencia de ingreso, el 40% indicó revisar las redes más de seis veces al día, un 20% lo hacía entre una y tres veces, y otro 20% entre cuatro y seis veces al día; además, un 20% manifestó permanecer conectado la mayor parte del tiempo. El tiempo diario de uso más reportado fue de una a dos horas (50%), seguido de tres a cuatro horas (20%), menos de una hora (20%) y más de cuatro horas (10%).

Los principales motivos de uso fueron mantener contacto con familiares o amistades y el entretenimiento, ambos con un 80% de respuestas afirmativas. Enterarse de noticias fue señalado por un 60%. En relación con la frecuencia de publicación e interacción, la

mayoría indicó hacerlo de forma ocasional (90% y 80% respectivamente). Finalmente, el 60% de los encuestados percibió que el uso de redes sociales ha afectado negativamente sus hábitos (sueño, alimentación o productividad), mientras que un 10% consideró un efecto positivo y un 30% no percibió cambios.

Tabla 3

Distribución de la población parte del plan piloto según consumo de alimentos ultraprocesados

Alimentos ultra procesados	Frecuencia de consumo							
	Nunca		1 a 3 veces por semana		4 a 6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Cereales y snack								
Barras de cereales	7	70	2	20	1	10	-	-
Cereales endulzados	8	80	1	10	-	-	1	10
Galletas de paquete	5	50	3	30	1	10	1	10
Snacks salados	3	30	7	70	-	-	-	-
Confites	5	50	3	30	1	10	1	10
Pastas y sopas instantáneas								
Fideos instantáneos	10	100	-	-	-	-	-	-
Sopas (embotelladas, enlatadas, deshidratadas o en polvo)	10	100	-	-	-	-	-	-

Continúa en la siguiente página

Alimentos ultra procesados	Frecuencia de consumo							
	Nunca		1 a 3 veces por semana		4 a 6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Panadería y repostería								
Panadería y repostería industrial	2	20	4	40	3	30	1	10
Mezcla para pancakes	9	90	1	10	-	-	-	-
Lácteos								
Yogur saborizado	7	70	2	20	1	10	-	-
Queso crema	7	70	3	30	-	-	-	-
Queso cheddar	8	80	2	20	-	-	-	-
Queso amarillo	5	50	5	50	-	-	-	-
Comida rápida congelada								
Papas fritas	3	30	7	70	-	-	-	-
Pizza	6	60	4	40	-	-	-	-
Hamburguesas	5	50	5	50	-	-	-	-
Perros calientes	9	90	1	10	-	-	-	-
Nuggets o pollo empanizado	6	60	4	40	-	-	-	-
Embutidos								
Chorizo	8	80	2	20	-	-	-	-
Jamón	2	20	6	60	1	10	1	10
Morcilla	9	90	1	10	-	-	-	-

Continúa en la siguiente página

Alimentos ultra procesados	Frecuencia de consumo							
	Nunca		1 a 3 veces por semana		4 a 6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Mortadela	6	60	3	30	-	-	-	-
Pepperoni	8	80	2	20	1	10	-	-
Salchichas	7	70	2	20	-	-	1	10
Golosinas y postres industriales								
Chocolates, golosinas	5	50	5	50	-	-	-	-
Helados	5	50	5	50	-	-	-	-
Gelatina de sobre	5	50	4	40	1	10	-	-
Cocoa en polvo	6	60	4	40	-	-	-	-
Productos azucarados en polvo								
Refresco en polvo	6	60	2	20	-	-	2	20
Saborizantes para bebidas sin calorías	6	60	2	20	-	-	2	20
Mezclas instantáneas de avena	9	90	1	10	-	-	-	-
Grasas								
Margarina	5	50	2	20	-	-	3	30
Manteca vegetal	8	80	1	10	-	-	1	10
Natilla de paquete	8	80	1	10	-	-	1	10

Continúa en la siguiente página

Alimentos ultra procesados	Frecuencia de consumo							
	Nunca		1 a 3 veces por semana		4 a 6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Condimentos industriales								
Consomé en polvo	1	10	5	50	2	20	2	20
Salsas comerciales	3	30	4	40	2	20	1	10
Salsa inglesa	1	10	7	70	1	10	1	10
Aderezos industriales	5	50	3	30	2	20	-	-
Bebidas no alcohólicas								
Gaseosas	4	40	3	30	2	20	1	10
Néctares	9	90	1	10	-	-	-	-
Refrescos embotellados	5	50	3	30	-	-	2	20
Bebidas hidratantes	7	70	3	30	-	-	-	-
Bebidas energizantes	8	80	2	20	-	-	-	-
Bebidas azucaradas a base de leche	7	70	3	30	-	-	-	-
Café instantáneo	7	70	1	10	-	-	2	20
Bebidas alcohólicas destiladas								
Ron, vodka, whisky o tequila	5	50	5	50	-	-	-	-

Nota: En la categoría de cereales y snacks, el consumo fue mayoritariamente ocasional.

Las galletas de paquete y los snacks salados fueron los productos más frecuentes, con

40% y 70% respectivamente en la categoría de 1 a 3 veces por semana. Los cereales endulzados mostraron escaso consumo, con 80% en “nunca”.

En las pastas y sopas instantáneas, tanto los fideos como las sopas mostraron 100% en “nunca”, indicando ausencia total de consumo en el plan piloto.

En panadería y repostería industrial, el 40% consumió estos productos 1 a 3 veces por semana, mientras que el 30% los consumió 4 a 6 veces por semana. La mezcla para pancakes mostró un consumo muy bajo, con 90% en “nunca”.

En los lácteos, el yogur saborizado y el queso crema se consumieron principalmente de forma ocasional, con 20% y 30%, respectivamente, en 1 a 3 veces por semana, mientras que el queso cheddar presentó 80% en “nunca”.

En comida rápida congelada, las papas fritas fueron el producto más consumido, con 70% en 1 a 3 veces por semana. Los nuggets o pollo empanizado mostraron 40% semanal, mientras que los perros calientes congelados tuvieron 90% en “nunca”.

En embutidos, el jamón fue el más frecuente, con 60% en 1 a 3 veces por semana, mientras que la morcilla presentó 90% en “nunca”. El chorizo y el pepperoni también mostraron bajo consumo, con 80% en “nunca” en ambos casos.

Respecto a golosinas y postres, los chocolates y helados registraron 50% en 1 a 3 veces por semana, mientras que la gelatina de sobre tuvo 50% en “nunca”. La cocoa en polvo presentó 60% en “nunca”.

En productos azucarados en polvo, el refresco en polvo mostró un consumo más distribuido, con 20% diario, mientras que los saborizantes sin calorías y las mezclas instantáneas de avena tuvieron 60% y 90%, respectivamente, en “nunca”.

En la categoría de grasas, la margarina presentó 30% diario, mientras que la manteca vegetal y la natilla en paquete tuvieron 80% en “nunca” cada una.

Entre los condimentos industriales, el consomé en polvo registró 50% en 1 a 3 veces por semana, mientras que las salsas comerciales y la salsa inglesa fueron consumidas principalmente de forma ocasional, con 40% y 70% en esa categoría.

En bebidas no alcohólicas, las gaseosas tuvieron el consumo más variado, con 40% en “nunca” y 30% en 1 a 3 veces por semana. Los néctares presentaron 90% en “nunca”, mientras que las bebidas energizantes tuvieron 80% en “nunca”.

Finalmente, en bebidas alcohólicas destiladas, el consumo se distribuyó equitativamente entre 50% en “nunca” y 50% en “1 a 3 veces por semana”.

Tabla 4

Distribución de la población parte del plan piloto según estilo de vida

Estilo de vida	Cantidad de personas	Porcentaje (%)
Consumo de bebidas alcohólicas		
Si	9	90
No	1	10
Tipo de bebidas alcohólicas que consume		
tragos (whisky, ron, vodka, etc)	5	55.6
Cocteles	4	44.4
Frecuencia de consumo de alcohol		
1-2 veces por semana	1	11.1
1-2 veces al mes	8	89.9
Cantidad de alcohol que consume en una ocasión		
1.2	3	33.3
3-4	6	66.7

Continúa en la siguiente pagina

Consumo de tabaco		
No	10	100
Horas de sueño diarias		
5-6	7	70
7-8	3	30
Realización de actividad física		
Si	7	70
No	3	30
Tipo de actividad física		
Gimnasio	4	57.1
Deporte recreativo	1	14.3
Entrenamiento de alto rendimiento	2	28.6
Frecuencia de la actividad física		
1-3 veces por semana	3	42.9
4-6 veces por semana	3	42.9
todos los días de la semana	1	14.3
Tiempo destinado a la actividad física		
30 minutos a 60 minutos	3	42.9
61 minutos a 120 minutos	3	42.9
más de 120 minutos	1	14.3
Tiempos de comida que realiza		
Desayuno	10	100
Merienda mañana	6	60
Almuerzo	10	100
Merienda tarde	7	70
Cena	10	100
Merienda nocturna	1	10
Lugar de mayor frecuencia donde consume de alimentos		
Hogar	7	70
Trabajo/estudio	3	30

Continúa en la siguiente pagina

Métodos de cocción utilizado con mayor frecuencia		
Hervido	6	60
Asado a la plancha	6	60
Al horno	3	30
Frito	4	40
Al vapor	2	20
Tipo de grasa utilizado		
Aceite vegetal (maíz, soya, girasol, etc.)	5	50
Aceite de oliva	2	20
Mantequilla o margarina	3	30
Frecuencia que añade azúcar a sus bebidas o alimentos		
Nunca	4	40
Ocasionalmente	5	50
1-2 veces al día	1	10
Frecuencia con que añade sal a sus comidas ya preparadas		
Nunca	4	40
Ocasionalmente	5	50
En todas las comidas	1	10

Nota: Respecto al consumo de bebidas alcohólicas, el 90% de las personas participantes reportó consumirlas, y el 10% indicó no hacerlo. Entre quienes consumen, la frecuencia más común fue de una a dos veces al mes (89.9%), y la cantidad ingerida en una ocasión fue de tres a cuatro unidades (66.7%), seguida de una a dos unidades (33.3%). En cuanto a las preferencias, los tragos (55.6%) y los cócteles (44.4%) fueron las opciones más elegidas. Ninguna persona indicó consumir tabaco.

En relación con los hábitos de sueño, el 70% de la muestra refirió dormir entre cinco y seis horas por noche, mientras que el 30% lo hace entre siete y ocho horas. En cuanto a la actividad física, el 70% manifestó realizar algún tipo de ejercicio. Entre estas personas, el gimnasio fue la opción más común (57.1%), seguido del entrenamiento de alto

rendimiento (28.6%) y el deporte recreativo (14.3%). La frecuencia semanal predominante fue de una a tres veces (42.9%) o de cuatro a seis veces (42.9%), con sesiones de entre 30 y 120 minutos de duración.

Sobre las prácticas alimentarias, el 100% de los participantes indicó realizar las tres comidas principales. Las meriendas matutinas y vespertinas fueron mencionadas por el 60% y 70% respectivamente, mientras que la merienda nocturna se reportó en un 10%. El lugar de consumo más habitual fue el hogar (70%), seguido del lugar de trabajo o estudio (30%). Los métodos de cocción más empleados fueron hervido y asado a la plancha (60% cada uno), fritura (40%) y horno (30%). En cuanto al tipo de grasa, el 50% refirió utilizar aceite vegetal, un 30% mantequilla o margarina, y un 20% aceite de oliva. Por último, el 40% de los participantes indicó no añadir azúcar o sal extra a las comidas, el 50% hacerlo ocasionalmente y el 10% con mayor frecuencia.

Tabla 5

Distribución de la población parte del plan piloto según frecuencia de consumo de frutas y verduras

Frecuencia de consumo de frutas y verduras	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Frutas frescas	1	10	3	30	3	30	3	30
Jugos naturales sin azúcar	8	80	1	10	-	-	1	10
Verduras crudas (ensaladas, picadillos)	3	30	3	30	3	30	1	10
Verduras cocidas	2	20	6	30	1	10	1	10

Nota: El consumo de frutas y verduras fue constante, principalmente entre una y seis veces por semana. Un grupo menor reportó consumo diario, lo que indica hábitos alimentarios relativamente adecuados en este aspecto.

Tabla 6

Distribución de la población parte del plan piloto según frecuencia de consumo de cereales y tubérculos

Frecuencia de consumo de cereales y tubérculos	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Arroz	-	-	3	30	1	10	6	60
Pan blanco	2	20	4	40	2	20	2	20
Pan integral	6	60	4	40	-	-	-	-
Papas, yuca, camote	2	20	7	70	-	-	1	10

Nota: El arroz fue el alimento más consumido dentro de este grupo, con un 60 % de los participantes que lo ingieren a diario. En contraste, el pan integral presentó el menor consumo, ya que el 60 % indicó no consumirlo nunca. El pan blanco y los tubérculos, como papa, yuca o camote, se consumen principalmente entre una y tres veces por semana. En general, se observa un patrón de consumo frecuente de cereales refinados y una menor presencia de opciones integrales.

Tabla 7

Distribución de la población parte del plan piloto según frecuencia de consumo de productos de origen animal

Frecuencia de consumo de productos de origen animal	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Carnes rojas (res, cerdo, cordero)	1	10	6	60	2	20	1	10
Pollo	-	-	6	60	3	30	1	10
Pescado	1	10	5	50	4	40	-	-
Huevos	-	-	3	30	2	20	5	50
Leche	3	30	3	30	1	10	3	30
Queso fresco	-	-	8	80	1	10	1	10
Yogur natural	6	60	4	40	-	10	-	10

Nota: Los productos de origen animal con mayor frecuencia de consumo fueron el pollo y los huevos, con la mayoría de los participantes que los consume varias veces por semana o diariamente. En cambio, el pescado mostró una frecuencia moderada y el yogur natural un consumo bajo, con el 60 % que reportó no consumirlo. Los lácteos y quesos frescos mantienen una presencia estable en la dieta, aunque con menor frecuencia diaria. En conjunto, los resultados reflejan una ingesta regular de alimentos proteicos de origen animal.

Tabla 8

Distribución de la población parte del plan piloto según frecuencia de consumo de leguminosas

Frecuencia de consumo de leguminosas	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Frijoles	1	10	4	40	2	20	3	30
Lentejas	4	40	5	50	1	10	-	-
Garbanzos	3	30	6	60	1	10	-	-
Soya / productos de soya	10	-	-	-	-	-	-	-

Nota: Las leguminosas más consumidas fueron los frijoles, con un 50 % que los ingiere entre una y seis veces por semana y un 30 % que lo hace diariamente. Las lentejas y los garbanzos se consumen en menor medida, principalmente entre una y tres veces por semana. Por otro lado, la soya y sus derivados no son parte habitual de la dieta, ya que el 100 % reportó no consumirlos. Esto evidencia que los frijoles siguen siendo la leguminosa predominante en la alimentación del grupo participante.

Tabla 9

Distribución de la población parte del plan piloto según frecuencia de consumo de grasas y aceites

Frecuencia de consumo de grasas y aceites	Nunca		1-3 veces por semana		4-6 veces por semana		Diario	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Aceite vegetal (maíz, girasol, soya)	3	30	2	20	1	10	4	40
Aceite de oliva	6	60	3	30	1	10	-	-
Mantequilla	3	30	3	30	1	10	3	30
Semillas y nueces	5	50	4	40	1	10	-	-

Nota: El aceite vegetal y la mantequilla fueron las grasas más consumidas, seguidas de las semillas y nueces. Se observó un consumo diario o frecuente en la mayoría de los participantes, lo que evidencia una presencia habitual de fuentes de grasa en la dieta.

Declaración jurada

Yo Fiorella Fonseca Moreira ,cédula de identidad número 4-0252-0180, en condición de egresado de la carrera de nutrición humana de la Universidad Hispanoamericana, y advertido de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que mi trabajo de graduación, para optar por el título de licenciatura titulado “Relación entre el tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida en adultos de 20 a 34 años del cantón de Barva, 2025” es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derecho Conexos, número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; especialmente el numeral 70 de dicha ley en el que se establece: “Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original”. Asimismo, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo en fe de lo anterior, en la ciudad de San José, Aranjuez, el 15 de diciembre de 2025.

Fiorella Fonseca M

Fiorella Fonseca Moreira

Carta de aprobación del tutor**CARTA DEL TUTOR**

San José, 12 de diciembre 2025

Carrera Nutrición
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

La estudiante Fiorella Fonseca Moreira, cédula de identidad número 4 0252 0180, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado RELACIÓN ENTRE EL TIEMPO USADO EN REDES SOCIALES CON LA FRECUENCIA DEL CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS Y ESTILO DE VIDA EN ADULTOS DE 20 A 34 AÑOS DEL CANTÓN DE BARVA, 2025. El cual ha elaborado para optar por el grado académico de licenciatura

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	28
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	18
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20
	TOTAL		96

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,



Sonia Espinoza Delgado
111770317
1335-13

Carta de aprobación del lector**CARTA DE LECTOR****San José, 20 de enero del 2026****Universidad Hispanoamericana
Sede Aranjuez
Carrera De Nutrición****Estimado señor**

La estudiante Fiorella Fonseca Moreira, cédula de identidad 4-0252-0180 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **" RELACIÓN ENTRE EL TIEMPO USADO EN REDES SOCIALES CON LA FRECUENCIA DEL CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS Y ESTILO DE VIDA EN ADULTOS DE 20 A 34 AÑOS DEL CANTÓN DE BARVA, 2025"**, el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Nutrición.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte. 

**Nombre Ivannia Herrera Abarca
Cédula identidad N 207660190
Carné Colegio Profesional N 3509-24**

Análisis Turnitin



Página 2 de 137 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3445924175




4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Fuentes principales

- 2%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Autorización del CENIT**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA****CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)****CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA****DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, 15 de diciembre del 2025

Señores:

Universidad Hispanoamericana

Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Fiorella Fonseca Moreira con número de identificación 4 0252 0180 autor (a) del trabajo de graduación titulado "Relación entre el tiempo usado en redes sociales con la frecuencia del consumo de alimentos ultraprocesados y estilo de vida en adultos de 20 a 34 años del cantón de Barva, 2025" presentado y aprobado en el año 2025 como requisito para optar por el título de licenciatura en nutrición; (SI) autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,

Fiorella Fonseca M

Fiorella Fonseca Moreira

4 0252 0180