

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD CIENCIA DE LA SALUD

Academia Culinaria de Guatemala, Guatemala 2024



FÁTIMA GABRIEL RODRÍGUEZ GALDAMEZ

Carné:

20016336

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2024



**Academia
Culinaria
de Guatemala**

A.C.G.

Cursos Libres
Programas Intensivos
Asesorías
Demostraciones
Seminarios
Banquetes

Luis A. del Cid
C.E.C
Director

10a. Av. 15-88 z. 10 Guatemala, C.A. Teléfonos: 2295-8280, 2295-8281

E-mail 1: chefchapin@yahoo.com • E-mail 2: aseso_res@yahoo.com

Facebook: @academiaculinariadeguatemala

Instagram: @acdeguatemala Website: www.acg.gt

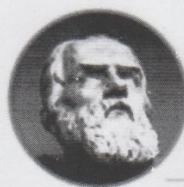


UNIVERSIDAD GALILEO

D DE CIENCIAS DE LA SALUD

LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN CULINARIA

**IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN
LA ALIMENTACIÓN**



Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

TESIS

PRESENTADA A LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

POR

FÁTIMA GABRIEL RODRÍGUEZ GALDAMEZ

PREVIO A CONFERIRSELE EL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN CULINARIA

EN EL GRADO ACADEMICO DE

LICENCIATURA

GUATEMALA , NOVIEMBRE DE 2024



Guatemala, 08 de febrero de 2024

Doctora
Vilma Chávez de Pop
Decana
Facultad de Ciencias de la Salud
Presente.

Señora Decana, Dra. Vilma Chávez de Pop:

Por este medio yo: Fátima Gabriel Rodríguez Galdamez con carnet 20016336, me dirijo a usted como estudiante de la carrera **Licenciatura en Gastronomía y Administración Culinaria**, para solicitar su aprobación del punto de tesis:

“Impacto De Las Redes Sociales En La Alimentación”

Así mismo solicito la aprobación del Licenciado José Carlos Cuéllar Aguilar, quien será el asesor del trabajo final arriba mencionado.

Agradeciendo su atención a la presente y en espera de una respuesta afirmativa, me despido de usted.

Atentamente,

FÁTIMA GABRIEL RODRÍGUEZ GALDAMEZ
Carné 20016336
Licenciatura en Gastronomía y Administración Culinaria



Guatemala, 21 febrero de 2025.

**Doctora
Vilma Chávez de Pop
Decana
Facultad de Ciencias de la Salud
Presente.**

Estimada Dra. Chávez de Pop:

Tengo el gusto de informarle que he realizado la revisión del trabajo de tesis titulado: **"Impacto De Las Redes Sociales En La Alimentación"** de la alumna: Fátima Gabriel Rodríguez Galdamez con carnet **20016336** de la **Licenciatura en Gastronomía y Administración Culinaria**

Después de realizar la revisión del trabajo final he considerado que cumple con todos los requisitos técnicos solicitados, por lo tanto, los autores y asesor se hacen responsables del contenido y conclusiones de la misma.

Atentamente,

Lic. José Carlos Cuéllar Aguilar
Asesor de Tesis

**MIEMBROS DE HONOR
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
DE LA UNIVERSIDAD GALILEO**

DECANA	Dra. Vilma Judith Chávez de pop
COORDINADOR ACADÉMICO	Chef Luis Alfredo Del Cid Muralles
COORDINADOR ÁREA DE TESIS	Lic. José Carlos Cuéllar Aguilar

JURADO QUE PRACTICÓ EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS

PRESIDENTE:	Dra. Vilma Judith Chávez de pop
EXAMINADOR	Luis Alfredo del Cid Muralles
EXAMINADOR:	Licda. Vivian Tobar

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por brindarme la sabiduría para enfrentar cada uno de los obstáculos que se han presentado en mi vida y otorgarme la fortaleza para seguir.

A mis hermanos, quienes en todo momento han estado a mi lado apoyándome, Melvin: Gracias por todos los consejos que me has brindado, las regañadas y todo el tiempo a tu lado que me has regalado, han contribuido mucho a lo que soy ahora. Ismael: Gracias por escucharme cuando lo necesito, por darme tú apoyo y ayuda en muchos aspectos de la vida, sé que cuento con vos siempre y de igual manera me tienes ahí cuando también lo necesites.

Alejandro: Gracias por siempre estar ahí, sin importar que, sé que me cuidas a tu manera y que sin importar donde estemos o a donde nos lleve la vida sé que estamos para el otro.

En todo este camino ustedes han estado a mi lado, en distintas maneras y tiempos y sin importar que pase, sé que seguirán aquí, gracias a Dios por hacerlos mis hermanos, los quiero.

A mis amigos: Nerea, Rodrigo y Viktor, que me han brindado su apoyo durante estos 4 años, es inigualable la forma en que marcaron mi vida y sea donde sea que nos lleve la vida, tendrán un lugar muy especial en mi vida, los adoro.

A todas las personas que formaron parte del proceso y aunque ya no formen parte de mi vida, sus palabras de aliento fueron unos buenos cimientos para llegar a este momento y donde quiera que se encuentren en este momento les estoy eternamente agradecida.

A Diego y Ale, aunque no tengan tanto tiempo presentes aquí, me han brindado su apoyo en todo momento y demostrado su cariño en cada paso durante este último año, muchas gracias por estar.

DEDICATORIA

A MI MADRE: No hay palabras que puedan hacerte entender lo importante que has sido en este camino, estoy eternamente agradecida por todas esas veces que te desvelaste conmigo solo para hacerme compañía cuando hacía tareas o todas esas veces que te pedía un favor y lo ponías como prioridad para que pudiera entregar todo a tiempo, por esas veces que me brindaste tu ayuda sin dudar para que pudiera dormir, aunque sea un poco. Mami, has sido uno de los pilares más importantes de mi vida y si hoy estoy logrando esto, en gran medida es gracias a vos, te dedico cada uno de mis triunfos, porque has estado en cada fracaso, sin vos estoy segura que no lo hubiese logrado, gracias por todo, me siento muy orgullosa que seas mi mamá, te quiero.

A MI PADRE: Aun tengo en mi memoria esas veces que te decía que mi sueño era la universidad y no parabas de decirme que lo iba lograr y estoy tan feliz de poderte decir ¡Lo hice!, gracias por estar ahí cada vez que lo necesito, por brindarme tantas palabras de aliento, por escucharme cuantas veces lo necesite, eres el otro pilar por el cual hoy estoy donde estoy, sin tu guía me hubiera costado más, de eso no tengo duda, espero que Dios me permita mucho tiempo más a tu lado para seguir compartiendo mis triunfos, eternamente agradecida con vos, por ayudarme a darme cuenta quien soy y de que si me lo propongo lo voy a lograr. Pá, no ha sido fácil, pero me enseñaste a no rendirme y eso es algo que siempre tendré presente en mi vida, te quiero.

ÍNDICE

CAPITULO I	1
1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	1
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Definición del problema.....	1
1.2 Especificación del problema	2
1.3 Delimitación del problema.....	3
1.4 Unidad de análisis	3
CAPITULO II	4
2 MARCO TEORICO	4
2.1 Impacto de las redes sociales en la alimentación.....	4
2.2 Hábitos de consumo alimentario	6
2.3 Uso de redes sociales.....	6
2.4 El debate de las redes sociales y su impacto en la nutrición	9
2.5 El peligro tras las redes sociales	9
2.6 Lo positivo de la relación entre redes sociales y nutrición	10
2.7 Las redes sociales y su influencia en nuestra alimentación	10
2.8 Es probable que las redes sociales influyan en los hábitos alimentarios de los usuarios.	13
2.9 Enfermedades que pueden provocar una mala alimentación	14
• Diabetes.....	14
• Osteoporosis:.....	15
• Sobre peso y obesidad	15
• Hipertensión arterial	15
• Hipercolesterolemia:.....	15
• Anemia:	15
• Caries	15

2.10	¿Qué es feed?	16
2.10.1	Funcionamiento del Feed en Redes Sociales	16
2.10.2	2. Ordenación del contenido	16
2.10.3	Beneficios del Feed en Redes Sociales	18
2.11	¿Qué es Like?	18
2.11.1	Importancia de los like	19
2.11.2	Redes sociales que utilizan el like	19
2.11.3	El Like en el Marketing Digital	19
2.12	¿Qué es un influencer?	19
2.12.1	¿Qué hacen los influencers?	20
2.12.2	Características de un influencer	20
2.12.3	Características organolépticas de los alimentos	21
2.13	¿Ver fotos de comida nos ayuda en nuestra alimentación?.....	22
2.14	¿Puede ayudar en algo sacar fotos a nuestra comida?.....	23
CAPITULO III.....		25
3	HIPÓTESIS	25
4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	26
4.1	Objetivo general	26
4.2	Objetivos específicos	26
5	MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	27
5.1	Métodos	27
5.2	Análisis de Encuestas	33
5.3	Entrevistas	34
5.3.1	Entrevista no.1	34
5.3.2	Entrevista no. 2	36
5.3.3	Entrevista no.3	37

5.4	Técnicas	39
6	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	39
7	RECURSOS.....	39
7.1.1	Recursos humanos	39
7.1.2	Recursos Materiales	39
CAPITULO IV		40
8	CONCLUSIONES.....	40
9	RECOMENDACIONES.....	41
10	BIBLIOGRAFÍAS.....	44
11	ANEXOS	46

CAPITULO I

1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

No es un secreto que cada día las redes sociales cobran cada vez más relevancia en nuestro entorno, lo cual puede ser tanto beneficioso como perjudicial en nuestra vida, es por ello que decidí desarrollar este tema y crear conciencia del impacto que puede llegar a tener las redes en nuestra alimentación actualmente, ya que si no estamos conscientes de cómo funcionan los algoritmos de las mismas nos podemos dejar desviar fácilmente hacia alimentos poco saludables , ya que en su mayoría, están diseñados para mostrarnos comida procesada (chatarra o con muchos preservantes y químicos) o por el otro lado, nos muestren un estilo de vida muy saludable a través de los creadores de contenido, los cuales en su mayoría no cuentan con un grado académico adecuado para difundir ese tipo de información, lo que puede desencadenar desde problemas alimenticios, físicos o mentales, a las personas que quieran aspirar llegar a obtener esos resultados. Busco crear un documento que nos ayude comprender de mejor manera como funciona este mundo virtual y cuáles serán las mejores maneras de gestionar nuestras redes y poder diferenciar el contenido beneficioso como el perjudicial para nuestra salud.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema

En la actualidad, las redes sociales son parte esencial de nuestro día a día, lo cual en gran medida ha logrado que como jóvenes lleguemos a crear una dependencia a su uso, ya sea para publicar nuestro día a día o dejar un precedente de los momentos importantes que vivimos. Pero en los últimos años la relevancia de la comida y el estilo de vida saludable, ha tenido un repunte en estas.

Y aunque en gran medida sabemos usar las redes sociales, no tenemos idea de cómo estas funcionan a fondo o como realmente es que nos sugieren los contenidos que se va consumiendo dentro de ellas, es por ello que muchos jóvenes se dejan guiar por las primeras cosas que ven a través de ellas, el mercadeo digital de comida, en la actualidad es las cosas que más dinero produce en la industria de

comida procesada, ya que sus contenidos logran captar la atención de los consumidores en menos de 5 segundos, ya que optan por usar colores llamativos o imágenes que generen apetito al instante. Al ser los jóvenes quienes más utilizan dichas redes, es más fácil, que comiencen con la ingesta desmedida de esta clase de alimentos, sin tener presente lo perjudicial que puede llegar a ser, debido a que la mayoría de alimentos que las redes nos presentan suelen ser hamburguesas, tacos, sándwiches, bebidas alcohólicas, etc. Los cuales en su mayoría presentan la ausencia de vitaminas y nutrientes esenciales que el cuerpo necesita, aumentando de esta manera el consumo de grasas, carbohidratos, entre otros que van generando deficiencias en nuestro organismo.

El problema que aborda esta tesis se centra en la poca información que existe acerca de cómo las redes sociales pueden llegar a afectar nuestra alimentación, creándonos deficiencias nutritivas, causándonos problemas tanto físicos y mentales y como poder gestionar mejor el uso de ellas basándonos en los contenidos que debemos consumir y como evitar que estas sigan influyendo de manera negativa en lo antes mencionado.

1.2 Especificación del problema

El problema se enfoca principalmente en cómo los restaurantes y marcas tratan de vender la comida procesada como una opción más accesible y fácil, sin importar que nuestro cuerpo comience a tener diferentes tipos de déficits. Agregándole el hecho de que las personas que venden su día a día “saludable” muchas veces basan su contenido en experiencias propias, sin tener una base educativa que los respalde, lo cual puede ser bastante perjudicial tanto mental como corporalmente, ya que ellos al no tener la percepción de que cualquiera tiene acceso a la información que comparte no todos los metabolismos son iguales.

Además, la poca conciencia de que no hay bases reales que respalden toda la información que podemos encontrar en internet, sobre la manera correcta de llevar una alimentación sana y balanceada, debido a que no sabemos con certeza quienes son las personas que están redactando toda esta información acerca del tema. Ya que, si se desea iniciar una vida saludable, visitar un profesional ya sea médico general o en este caso un nutricionista sería la opción primordial, sin embargo, el

poco interés de los jóvenes en cuidar su alimentación y salud, se vuelve un claro obstáculo para comenzar a tomar la tarea de cuidarnos bien.

1.3 Delimitación del problema

Los principales obstáculos que enfrentan los jóvenes hoy en día a la hora de cuidar su alimentación, podemos encontrar:

- Sobrecarga de información acerca de lo que es necesario para poder optar un estilo de vida saludable, debido a la gran cantidad de artículos, influencers, publicidad, etc. Que podemos encontrar al respecto en nuestras redes sociales e internet en general, es difícil poder distinguir cuál de ellos se adecua a nuestro metabolismo y rutina, lo que nos lleva a dejarnos guiar por lo que más me gusta o vistas posea.
- La poca cultura saludable que se maneja en el país, debido a que la mayoría tiene claro que debe cuidar su salud y alimentación, pero no han podido tener acceso a las bases adecuadas para comenzar hacerlo, por lo cual es alta la probabilidad que, aunque comiencen hacerlo haya factores tanto económicos como sociales que los orillen a dejar de intentarlo.
- La alta demanda de comida procesada, lo cual hace que, tanto en redes como en la vida cotidiana, sea más probable encontrar mucha publicidad sobre esto, ya que quienes están en esta industria tratan de vender la idea de una comida rápida, accesible y económica, volviendo más adictivo el consumo de la misma (entre las que podemos mencionar tacos, hamburguesas, hot dogs, pollo frito, como los más populares) las cuales no aportan nutrientes esenciales para el buen rendimiento del organismo y que su consumo excesivo será la causa de muchas enfermedades graves a futuro.

1.4 Unidad de análisis

Jóvenes universitarios comprendidos entre 20 a 26 años, quienes no toman conciencia sobre su manera de alimentarse durante sus años de carrera.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra fue de 1000 estudiantes de diferentes universidades encuestados.

Ámbito geográfico

Ciudad de Guatemala, Guatemala.

CAPITULO II

2 MARCO TEORICO

2.1 Impacto de las redes sociales en la alimentación

La visualización de alimentos colgados diariamente en las distintas redes sociales impacta el comportamiento en hábitos de alimentación y desencadena respuestas conductuales que conducen a un exceso de hambre. Guatemala es uno de los 50 países con más uso de plataformas digitales a nivel mundial y registra cerca de 3 horas de uso diario. Si bien es cierto que las redes sociales pueden proveer información motivacional en pro de la salud, pueden también fomentar un consumo excesivo de alimentos.

La comida es parte integral de la vida diaria que conlleva funciones más allá de los nutrientes que consumimos; la nutrición forma parte de la cultura de la persona y las prácticas alimentarias están asociadas a su núcleo social, familiar e histórico de creencias. En realidad, es un mito que las personas comen solo debido a un estado interno de hambre fisiológica; de hecho, se ha estudiado que existe un tipo de alimentación conocida como 'alimentación externa' que responde a esa ingesta de alimentos mediada por diferentes estímulos relacionados con los alimentos, tales como el olor, la vista o el gusto; y que es independiente del estado interno de hambre o saciedad.

En la actualidad, el uso de redes sociales se ha convertido en algo casi esencial en la comunicación del ser humano y su influencia en las prácticas culturales y sociales, así como en los hábitos alimenticios ahora ha tomado significativa importancia. Tan solo en el país el 65 % de los adultos y el 90 % de los adultos jóvenes utilizan algún tipo de red social para comunicarse y de toda la información que cuelgan diariamente en internet, alrededor de un 10 % de las imágenes corresponde o están relacionadas con alimentos o temas de alimentación, generando un impacto sobre el comportamiento de las personas en sus hábitos de alimentación y consumo;

pudiendo contribuir o no al curso y prevención de diferentes enfermedades crónicas, así como también a alteraciones de la salud mental.

Según los datos más recientes obtenidos en el 7mo estudio de uso de redes sociales en Centroamérica y el Caribe 2018, Guatemala se encuentra en la posición 49 del ranking mundial de países con más usuarios en la plataforma social Facebook, convirtiéndolo en el país con más usuarios en la región de Centroamérica. Casi la mitad de los usuarios de las diferentes plataformas digitales son menores de 30 años y el 33.9 % pasa más de 3 horas al día conectados a un dispositivo móvil; por lo que si existe una asociación entre el uso de medios masivos y redes sociales con los patrones alimentarios. Por ejemplo, en 2016 se determinó que el tiempo de ver televisión estaba positivamente asociado con el Índice de Masa Corporal (IMC) de las personas y en 2008 se encontró una asociación negativa entre los medios de comunicación y la imagen corporal, así como la idealización de la delgadez. Condiciones que se encuentran fuertemente asociadas con los patrones de alimentación.

El solo hecho de leer o ver fotos y videos relacionados con alimentos ha sido un tema de estudio frecuente y se ha demostrado a través del paso del tiempo que este tipo de tendencias puede desencadenar respuestas conductuales y fisiológicas que conducen a un exceso de hambre que va más allá de conducir a hábitos alimenticios poco saludables y aumento de peso, y que, además, contribuye a aumentar la probabilidad de presentar problemas con la imagen corporal y la alimentación.

Si bien es cierto que las redes sociales y las diferentes plataformas digitales con las que contamos actualmente pueden proveernos hasta cierto punto información motivacional en pro de la salud e imagen corporal, esta información puede llegar también a fomentar expectativas poco realistas de lo que es la salud en general; o lo que es peor, puede llegar a generar ciertos pensamientos y comportamientos negativos relacionados con la comida. Por lo que es necesario siempre recordar que, si están en busca de información de salud y alimentación, el número de seguidores o me gusta, de cada una de las publicaciones posteadas no es un indicador proporcional a la experiencia, ni mucho menos la respuesta de un profesional de la salud.

2.2 Hábitos de consumo alimentario.

Para mantener una buena alimentación, es necesario centrarse en primer lugar en la edad más joven, pues es la infancia la etapa más vulnerable donde se presentan desequilibrios nutricionales. En esta etapa el consumo de alimentos condiciona la conducta alimentaria de las etapas posteriores de la vida, por eso es importante mantener unos buenos hábitos alimenticios en la infancia, para poder garantizar una alimentación saludable en la adultez. Además, la manera de alimentarse, las preferencias y los rechazos por los alimentos, está ligado al aprendizaje y experiencias vividas en los cinco primeros años de la etapa.

La principal fuente de influencia de los niños es su familia, por eso en la dieta de cada hijo predominan las decisiones que sus padres toman sobre ellos. Sin embargo, en la adolescencia este papel familiar pierde importancia y el comportamiento en el consumo de alimentos se ve mediado por la publicidad y los amigos.

En esta etapa, los jóvenes asumen responsabilidades por su comportamiento alimentario y por su salud son ellos mismos quienes llevan a cabo su propia alimentación, que en ocasiones puede ser sana o verse perjudicada. Por eso es importante que haya un nivel de conocimiento sobre la alimentación y la nutrición.

2.3 Uso de redes sociales

Según estudios la generación “Z” utiliza mayormente las siguientes redes sociales: WhatsApp, TikTok, Facebook, Instagram, YouTube y X (Twitter). Los millennials mientras tanto suelen utilizar las siguientes: WhatsApp, Facebook y YouTube. Este conocimiento influye de forma positiva para alcanzar una alimentación saludable.

El problema surge cuando el individuo, pese a tener la información correcta, no tiene la voluntad necesaria para llevar a cabo una dieta saludable. Hay muchos otros factores que condicionan de forma negativa en la conducta alimentaria de las personas, como los factores socioeconómicos, culturales y ambientales. Sin embargo, la modificación de cada hábito es más fácil si el receptor muestra confianza en el medio de distribución de la información y es aquí, cuando entra en

juego el papel de las redes sociales y su influencia a través de las cuentas de comida saludable.

Una alimentación saludable consiste en combinar de forma equilibrada varios alimentos que proporcionan los nutrientes necesarios para un correcto crecimiento y el desarrollo de capacidades físicas. La conducta alimentaria se define como la selección de los alimentos que se consumen, así como los hábitos de alimentación de cada uno. Según el Informe sobre tendencias mundiales en restauración y los ingredientes alimentarios, los consumidores tienen un papel activo en el cuidado de la salud, por lo que llevan a cabo ciertas indicaciones nutricionales para prevenir y controlar problemas de salud como la obesidad, diabetes, el colesterol alto y la hipertensión. En el caso de los millennials, diversos estudios afirman que hay un cambio de gustos en los consumidores ya que esta generación rechaza los productos procesados y prefiere productos más saludables.

Con esto surge una tendencia a una conducta de alimentación saludable, donde se busca mantener una dieta sana. Los millennials, además de buscar una alimentación sana, les gusta experimentar un nuevo producto. Se han convertido en un mercado exquisito donde buscan cocinas internacionales y donde presentan un paladar exigente, donde, además de mostrar una cierta curiosidad, busca publicarlo en sus redes sociales. Pese a los cambios culturales y a las distintas modas, esta generación muestra un carácter exigente con respecto a su dieta. Si bien, una parte de ella lleva a cabo una alimentación poco saludable, la gran mayoría muestra una preocupación acerca de lo que come y es consciente de los alimentos que consumen.

Estos dos puntos de vista se deben al comportamiento que presentan ante distintos alimentos, que están influenciados por una serie de factores, que son los internos y los externos. Cabe mencionar los distintos factores que contribuyen a la elección de determinados alimentos por parte de los jóvenes. Los factores internos y externos que influyen en el comportamiento del consumidor se pueden ver alterados por los medios, por ejemplo, la publicidad es uno de los mecanismos psicológicos que incitan a llevar a cabo una alimentación influyendo en la conducta de los consumidores.

En conclusión, hay que otorgar especial atención a la conducta alimentaria que los adolescentes llevan a cabo, pues lo que consumen en esa edad afectará a su vida alimentaria en la edad adulta. Además, es necesario mencionar que debido a las características que muestra la generación millennial, el hecho de estar conectado a Internet les permite conocer más allá de la comida propia de su sociedad y muestran un cierto grado de interés por la comida internacional y una cierta curiosidad por los contenidos de alimentación que encuentran en las redes sociales.

La influencia de las redes sociales, la comunicación y el contacto con las personas son las características que definen las redes sociales. Facebook sigue siendo la red social más utilizada, con una frecuencia de 4 horas y 31 minutos a la semana, seguido por Instagram con una frecuencia de 2 horas y 57 minutos a la semana, como se ha mencionado en apartados anteriores, los millennials y la generación Z han nacido en la era de las tecnologías, por lo que viven conectados a la red, siendo Internet su fuente de información.

Esta innovación digital ha causado que el consumidor siempre esté conectado a las redes sociales donde pueda seguir aquellas cuentas que muestren un estilo ideal querido para el usuario, presentando un papel importante en la industria alimentaria. La moda, para estas generaciones, está en compartir comida a través de las redes sociales, especialmente Instagram, donde la clave para motivar el comportamiento de los usuarios está en utilizar unos colores brillantes para incidir en el carácter saludable de los alimentos.

En esta industria de la alimentación, las redes sociales están jugando un papel muy importante pues consiguen una participación por parte de los usuarios, interactuando y dejando comentarios en las páginas. Por ello, las redes sociales también están siendo utilizadas en la promoción de la salud, para poder llegar a un mayor alcance e interacción (Los cambios sociales provocan cambios en la forma de vivir, tanto en el entretenimiento, como en la comunicación y la alimentación).

Es necesario recordar la importancia de la alimentación saludable en la etapa joven de la vida, ya que puede causar malos hábitos alimentarios en la edad adulta. Se destaca el papel de las redes sociales, ya que a través de ellas se provoca un comportamiento saludable de los consumidores. Las redes sociales desde una

forma visual e interactiva consiguen intercambiar un conjunto de recetas donde no hay ingredientes artificiales, sino unos alimentos cuyos colores se retocan para resaltar ese carácter más saludable que incita al consumidor a probarlos, para que la alimentación saludable influya en la población, una de las formas más adecuadas debido a las generaciones que se estudian, son las redes sociales.

Las publicaciones en sus páginas y cuentas influyen de forma más fácil, barata y rápida para que se adopte un comportamiento saludable siguiendo los consejos que se indican en ellas. Estas cuentas que presentan un gran impacto ante la población se llaman influencers, “un influencer” no es necesariamente el usuario que más seguidores tiene en las redes, sino aquel que tiene influencia relevante sobre un determinado colectivo.

2.4 El debate de las redes sociales y su impacto en la nutrición

El sector de la nutrición no es un sector ajeno a las redes sociales, pero ¿cómo afecta todo el contenido sobre este ámbito a la población? ¿Qué piensan los especialistas en nutrición? Cada vez se ven más expertos en nutrición divulgando contenido en redes sociales. Consejos para adelgazar, para ganar masa muscular, alimentos prohibidos, dietas milagrosas o super alimentos que no pueden faltar en Nuestras dietas. Mucha información que puede influir en las decisiones y hábitos de las personas, que pueden aferrarse a estas redes sociales en busca de una mejor imagen estética, alejándose de la idea de asistir a un nutricionista.

El debate que surge en esta área es claro: ¿las redes sociales propician una mayor concienciación sobre la alimentación o agravan y causan trastornos alimenticios? Lo primero, siempre que se pretende seguir una dieta o cambiar los hábitos alimenticios, es asistir a una consulta profesional y ponerse en manos de un experto. Luego, las redes sociales nos pueden dar algunas ideas, pero debemos saber que cada caso es particular.

2.5 El peligro tras las redes sociales

Seguramente las personas no piensan en caer en un trastorno alimenticio cuándo entran a un vídeo para poder darse unos caprichos de más en vacaciones. ¿Qué es lo que pasa? Que los algoritmos de las redes sociales recomiendan contenido basado en la actividad. Por lo que, si alguien entro en un vídeo, dio a me gusta y

siguió a la cuenta, es probable que recomendase a otra serie de expertos y que los acaben siguiendo. Al final, la persona se encuentra con un montón de información y no encuentra necesario acudir a un nutricionista de manera presencial. ¿Para qué? Si tiene toda la información del mundo en su inicio de Instagram. Y aquí llegamos a otra clase de peligro: no todo el mundo que se vende como experto en nutrición lo es.

Ya sabemos que para tener éxito en redes sociales lo único que se necesita es un contenido que genere interacción y sea atractivo e interesante para las personas. No se les va a pedir el título universitario como nutricionista y mientras se tenga una legión de seguidores que respalden por detrás y el contenido sea de calidad. Muchas veces son influencers del sector de la nutrición. Personas que han experimentado con su cuerpo y divulgan sus aprendizajes o lecciones. Sin embargo, no cuentan con un conocimiento detrás que apoye su contenido. Hablan de lo que conocen por su experiencia, lo hacen atractivo y tienen éxito, pero no son consejos extrapolables a toda la población.

2.6 Lo positivo de la relación entre redes sociales y nutrición

Hay otras corrientes que señalan el aspecto positivo que tiene este tipo de contenido en redes sociales. Y es que, muchas personas se conciencian sobre la importancia de tener una buena alimentación y de contar con unos hábitos saludables gracias al contenido que ven en redes sociales. En su feed aparece este contenido y, gracias a él, se preocupan por lo que ingieren y mejoran sus hábitos alimenticios.

Este lado es tremendamente positivo porque conseguimos una población más sana y consciente de los peligros que podemos encontrar en un supermercado. Aprenden buenas prácticas a la hora de alimentarse. De igual manera, descubren nuevos alimentos saludables que añadir a sus dietas y combinar junto a los que ya ingieren. Así, enriquecen sus dietas y le aportan un plus positivo.

2.7 Las redes sociales y su influencia en nuestra alimentación

Utilizando redes sociales como Instagram, X (Twitter) o Facebook, es usual encontrarse con fotografías de comida perfecta, que muchas veces se ve deliciosa y nos dan ganas de comer exactamente lo mismo. Evidentemente los sentidos del

olfato y gusto tienen un poder sobre nosotros, pero es posible que, en la actualidad, la vista nos influya aún más a la hora de comer.

Recientemente se ha investigado que, si observas fotografías de alimentos, ese estímulo visual te puede hacer sentir el deseo de comer, pero, aun así, hay muchos otros factores que determinan si ese estímulo es el determinante. Hay otros factores a considerar, como, por ejemplo, si esa comida está disponible para el consumidor en ese momento, ya sea por el lugar en el que vive o el acceso que tenga a esa comida. No podemos negar que las redes sociales hoy en día forman parte de nuestras vidas. Hay estudios que analizan el caso de que, si tus amigos publican fotos regularmente de ciertos tipos de alimentos, tú podrías sentir el impulso de hacer lo mismo, ya sea para bien o para mal.

Los humanos biológicamente estamos más predeterminados a desear comida rápida y en particular, alimentos con grasas saturadas porque nos hace sentir bien (producimos dopamina y se estimula nuestro centro de placer en el cerebro). Al hacernos sentir más “felices” biológicamente, nos vamos a enganchar más al ver este tipo de comida. Esto hace, por ejemplo, que al ver un comercial o una fotografía de alguien comiendo pizza, nos dé un deseo de hacer lo mismo.

Esto es una problemática real de nuestros tiempos. El hecho de estar más expuestos a este tipo de comida no saludable altera nuestra percepción de qué es saludable y puede llegar a modificar nuestros hábitos. Esto podría conllevar al desarrollo de una dieta poco saludable.

Las redes sociales funcionan con algoritmos programados para aumentar la exposición del contenido que es de nuestro gusto o que es compartido por nuestro círculo cercano. Una mayor interacción de nuestra parte con fotografías o videos que muestren alimentos poco saludables va a producir en consecuencia que el algoritmo aumentará nuestra exposición hacia ese contenido. En esos casos es posible que las redes sociales nos hagan cambiar nuestra percepción a la hora de comer. Transformándose en un círculo vicioso el cual puede condicionar tus decisiones.

Aun así, hay muchos factores a la hora de decidir qué comer y a pesar de que las redes sociales pueden tener un impacto negativo a la hora de comer, también puede

tener impactos positivos. Hay muchas cuentas que incentivan a cocinar más, a conocer el origen de nuestros alimentos e incluso hoy en día hay muchas aplicaciones móviles para evitar el desperdicio de alimentos.

Es cierto que en todo el mundo los hábitos alimenticios han cambiado. En muchos casos creemos que trabajar y ganar dinero es más importante que sentarse a comer y compartir en la mesa. Así como también, las redes sociales nos han vuelto más obsesionados con cómo se ve la comida y nos ha hecho perder el norte en algunos casos de lo importante. Como lo es su valor nutricional, su sabor y compartir una comida. Evidentemente estamos en una era más visual, pero eso tiene un costo en nuestra salud, estamos ignorando nuestros otros sentidos, como lo es tocar la comida, olerla y saborearla.

Niños y adolescentes ven publicidades de comida entre 30 a 189 veces por semana en las redes sociales, siendo las más comunes la comida rápida y bebidas azucaradas. Pero hoy en día no es solo la publicidad lo que nos influye, sino que todos somos capaces de influir a otras personas online. Hay varios factores, no es lo mismo ver fotos de comida con hambre o estar buscando recetas de alguna comida en particular. No podemos decir con seguridad cuánto es que afecta, pero sí que nuestra relación con la comida ha cambiado y que las redes sociales en algunos casos pueden ser un factor predominante para influenciar nuestro comportamiento. Todos somos diferentes, por lo que no es fácil medir cuánto afecta, ya que no todos respondemos igual a las influencias o imágenes. Aún sin respuestas definitivas de cuánto afectan, sabemos que las redes sociales influyen en nuestras dietas, ya sea de una manera positiva o negativa.

Un gran ejemplo de este impacto de las redes sociales es el del huevo y cómo ha cambiado nuestra relación con este ingrediente. El huevo pasó de ser en los años 90 un ingrediente supuestamente muy alto en colesterol y nocivo para la salud si su consumo era excesivo. A hoy en día ser un alimento que está en un boom de consumo, lo cual muchos señalan que podría ser debido a que es fotogénico y sus colores fuertes. El huevo es hoy de los hashtags más usados en Instagram. Es posible que en la actualidad y en el futuro descubramos maneras de influenciar para bien en nuestras dietas, hábitos y maneras de consumir alimentos, así como en

formas de evitar el desperdicio, aprovechar el consumo local y estacional e incentivar a cocinar y conocer qué es lo que comemos.

2.8 Es probable que las redes sociales influyan en los hábitos alimentarios de los usuarios

Un grupo de investigadores de la Facultad de ciencias de la vida y la salud de la Universidad de Aston (Inglaterra), ha llevado a cabo un estudio transversal en el que se concluye que es probable que las redes sociales influyan en los hábitos alimentarios de los usuarios. Los expertos comentan que se trata de la primera evidencia que sugiere que los círculos sociales online influyen implícitamente en los hábitos de alimentación, por lo que se podrían desarrollar nuevas técnicas para fomentar e impulsar una alimentación saludable a través de las redes sociales.

Según el estudio, los usuarios de las redes sociales tienen más probabilidades de comer frutas y verduras, pero también comida poco saludable, si creen que sus amigos en estos entornos virtuales siguen un tipo u otro de alimentación. Lo cierto es que se sabe desde hace tiempo que las redes sociales han cambiado nuestra relación con la comida, además, cada vez más personas ven la alimentación como parte de su identidad y quieren hacer gala de lo que comen y cómo lo comen, los usuarios se implican más en el mundo de la cocina a fin de compartir para darse a conocer, entretener y seducir a nivel gastronómico a los demás usuarios de las redes sociales, ya sea con dietas saludables o insanas. Merece la pena recordar un estudio realizado en 2015 titulado 'Comer con los ojos: Del hambre visual hasta la saciedad digital', en el que se trataba el impacto sobre la salud de la exposición a las fotos de comida en redes sociales. Según los expertos, la exposición continua a imágenes de alimentos apetecibles podía provocar un aumento de la ingesta de alimentos, y en muchos casos de alimentos ricos en grasas, ya que seduce más un pastel chorreando chocolate que un plato de espinacas cocidas, lo que a su vez puede derivar en un aumento de peso. En el nuevo estudio se afina un poco más y muestra que dependiendo de las relaciones, se puede incrementar el consumo de alimentos saludables o poco saludables.

Los investigadores creen que los hallazgos sugieren que las normas percibidas sobre el consumo real y las normas relacionadas con la aprobación pueden dirigir

el consumo de alimentos y bebidas de baja y alta densidad energética de modo diferente. Si se cree que los amigos y el entorno virtual consume muchas frutas y verduras, es probable que los que lo ven aumenten el consumo de estos alimentos. Y si se percibe que están felices por consumir alimentos y bebidas poco saludables, es un modo de “dar permiso” para comer en exceso este tipo de alimentos.

Los resultados implican que se pueden utilizar las redes sociales como herramienta que permita impulsar la conducta alimentaria dentro de los grupos de amistades virtuales, además de utilizar ese conocimiento como una herramienta para intervenciones de salud pública. Teniendo en cuenta que muchos niños, niñas y jóvenes pasan muchas horas interactuando con sus amistades e influencias a través de las redes sociales, se podrían llevar a cabo intervenciones concretas que ayudasen a adoptar hábitos alimentarios saludables.

2.9 Enfermedades que pueden provocar una mala alimentación

La mala nutrición es un gran problema que enfrentan los jóvenes en la época moderna, derivado de las prisas y horarios estudiantiles o laborales extendidos, han logrado que la comida chatarra gane terreno y debido a sus altos índices de grasas saturadas, sodio y calorías, puedan dañar a gran escala la salud. Además, la mala alimentación disminuye de manera significativa la respuesta del sistema inmunológico, retrasa el desarrollo físico, mental e incrementar la vulnerabilidad a las enfermedades crónicas que se mencionaran adelante.

Otro factor a tomar en cuenta que la malnutrición afecta en todos los niveles socioeconómicos, hombre, mujeres (siendo éstas las más vulnerables), pero destacando que su mayor grupo de riesgo son aquellos con bajo poder adquisitivo sin importar edad o sexo.

Si no logramos contar con una dieta balanceada y con equilibrio, que cubra todos los requerimientos en cuanto a nutrientes, vitaminas y fibras que el cuerpo necesita es cuando entra en juego la mala alimentación y la creciente probabilidad de contraer enfermedades como:

- **Diabetes:** esta enfermedad genera un aumento desmesurado sobre la azúcar en sangre que debe poseer el organismo, provocando principalmente la baja producción de la hormona de la insulina. Llegando a ser más grave

si se comienza a presentar en la adolescencia (diabetes juvenil), por el contrario, es más común que las personas arriba de los 40 con sobrepeso la lleguen a contraer.

- **Osteoporosis:** Esta enfermedad se genera debido al alto consumo de carnes, azúcares refinadas y grasas por lo que la manera de prevenir su aparición es recomendable seguir una dieta con alimentos ricos en calcio y evitar el consumo de alimentos procesados.
- **Sobre peso y obesidad:** su más grande causa es el alto consumo de alimentos que sobrepasan las cantidades caloríficas necesarias para el organismo, siendo mención específica a las grasas, azúcares y harinas.
- **Hipertensión arterial:** Producida principalmente por el exceso de grasas y sal en la alimentación. Uno de sus principales síntomas es la presión elevada, la cual impide la adecuada circulación de la sangre, lo que puede producir accidentes cardiovasculares como los infartos o embolias.
- **Hipercolesterolemia:** es una enfermedad que se deriva del alto nivel de colesterol, que se puede encontrar en alimentos de origen animal como las carnes, huevos, mantequilla y derivados, además esta enfermedad es la causa por la que se dañan las arterias el principal causante de los infartos,
- **Anemia:** enfermedad caracterizada por la falta de hierro en el organismo, lo cual provoca irritabilidad, lentitud, menor esfuerzo físico, falta de apetito, e incluso puede llegar a causar dolores de cabeza y mareo.
- **Caries:** una mala alimentación también puede provocar problemas dentales ya que, si no se mantiene una buena higiene bucal, combinado con el consumo de alimentos ricos en azúcares, grasas, hidratos de carbono, atribuyen colectivamente a la aparición de caries que de no ser tratados adecuadamente pueden provocar hasta la pérdida de piezas dentales.

Es importante mencionar que no todas estas enfermedades son producidas por completo por la mala alimentación, hay que tomar en cuenta que muchas de estas también pueden ser hereditarias.

2.10 ¿Qué es feed?

En redes sociales es una función esencial que permite a los usuarios acceder y consumir contenido relevante y actualizado de sus conexiones en la red. Proporciona una experiencia personalizada al mostrar contenido adaptado a los intereses y preferencias de cada usuario. Además, ofrece beneficios tanto para los usuarios como para las marcas y empresas, brindando oportunidades de interacción, descubrimiento de contenido, marketing y promoción. En redes sociales es fundamental para comprender el rendimiento de las publicaciones y ajustar la estrategia de contenido en consecuencia. Las herramientas mencionadas anteriormente ofrecen una variedad de métricas y análisis que ayudan a evaluar el éxito de las publicaciones y optimizar la participación de la audiencia.

El “feed” en redes sociales ha transformado la forma en que consumimos y compartimos contenido online. Es una herramienta poderosa que facilita la conexión, la interacción y el descubrimiento en el mundo digital.

2.10.1 Funcionamiento del Feed en Redes Sociales

El funcionamiento en redes sociales puede variar ligeramente según la plataforma, pero generalmente sigue un proceso similar:

1. Recopilación de contenido

Las redes sociales recopilan contenido de diferentes fuentes, como las publicaciones de usuarios, las páginas a las que se sigue, los anuncios patrocinados y las publicaciones promocionadas. Estos contenidos se agrupan y organizan en el **feed o también llamado inicio** para que los usuarios puedan acceder a ellos de manera conveniente.

2.10.2 2. Ordenación del contenido

Una vez recopilado el contenido, la plataforma de redes sociales utiliza algoritmos y reglas específicas para ordenar el contenido. Esto puede basarse en factores como la relevancia, la interacción pasada del usuario con ciertos tipos de contenido, la popularidad de las publicaciones y la temporalidad. Algunas plataformas permiten a los usuarios personalizar la configuración de su inicio para adaptarlo a sus preferencias.

3. Presentación del contenido

Una vez que se ha ordenado el contenido, se presenta a los usuarios. Las publicaciones aparecen en forma de tarjetas o bloques, donde se muestra una imagen o un fragmento del contenido junto con el nombre del autor, el tiempo de publicación y otras interacciones sociales, como los comentarios y los me gusta.

4. Desplazamiento y exploración

Los usuarios pueden desplazarse por el inicio para ver más contenido. A medida que se desplazan, este se actualiza dinámicamente, mostrando nuevas publicaciones a medida que se cargan. Los usuarios también pueden interactuar con el contenido, ya sea dando me gusta, dejando comentarios, compartiéndolo o guardándolo para verlo más tarde.

5. Personalización y ajustes

Algunas plataformas permiten a los usuarios personalizar su inicio según sus preferencias. Pueden seguir o dejar de seguir a determinadas personas o páginas, lo que afecta al contenido que se muestra. Además, las plataformas pueden proporcionar opciones de filtrado y clasificación para mostrar contenido específico, como fotos, videos o noticias.

6. Interacción y retroalimentación

El feed en redes sociales fomenta la interacción entre los usuarios y el contenido que se presenta. Esta interacción no solo permite a los usuarios expresar su opinión y participar en conversaciones, sino que también proporciona retroalimentación valiosa, tanto para los creadores de contenido como para la plataforma en sí.

7. Algoritmos y aprendizaje automático

Los algoritmos desempeñan un papel fundamental en la personalización del feed, las plataformas utilizan técnicas de aprendizaje automático y análisis de datos para comprender los intereses, preferencias y comportamientos de los usuarios. Estos algoritmos se actualizan y mejoran constantemente para proporcionar un contenido más relevante y atractivo para cada usuario.

8. Publicidad y contenido promocionado

Junto con el contenido orgánico, en redes sociales también incluye anuncios y contenido promocionado. Las plataformas ofrecen a los anunciantes la oportunidad

de llegar a una audiencia más amplia al mostrar sus publicaciones de manera estratégica en el feed de los usuarios. Este contenido patrocinado se integra de manera similar al contenido orgánico, pero está claramente etiquetado como publicidad.

2.10.3 Beneficios del Feed en Redes Sociales

En redes sociales ofrece una serie de beneficios tanto para los usuarios como para las marcas y empresas. Algunos de los principales beneficios son:

1. Acceso rápido a contenido relevante: Permite a los usuarios acceder rápidamente a las últimas publicaciones y actualizaciones de sus conexiones en la red, manteniéndolos informados y actualizados.

2. Descubrimiento de contenido nuevo: A través de él, los usuarios pueden descubrir nuevo contenido y perfiles interesantes que tal vez no conocían previamente. Esto fomenta la diversidad de opiniones y la exploración de temas diversos.

3. Interacción y participación: Facilita la interacción social, ya que los usuarios pueden dar me gusta, comentar y compartir contenido con facilidad. Esto promueve la participación y la construcción de comunidades online.

4. Personalización y relevancia: Las plataformas de redes sociales utilizan algoritmos para personalizar el contenido del feed de cada usuario, lo que significa que se muestra contenido más relevante y adaptado a sus intereses y preferencias individuales.

2.11 ¿Qué es Like?

Un like (me gusta, en español) es una característica incorporada en redes sociales y otras plataformas online que permite al usuario dar una retroalimentación positiva a cualquier tipo de contenido, y de esta forma conectar con aquello que les interesa. El botón “me gusta” fue popularizado por la red social Facebook, que lo introdujo con un éxito rotundo en el año 2009. Se trata de toda una revolución debido a la sencillez del concepto, que permite con un clic expresar nuestra reacción frente a una publicación. La contraparte al like sería el dislike, este, más polémico ya que implica una retroalimentación negativa, no se encuentra en todas las redes sociales,

por ejemplo, Twitter o Facebook carecen de este, siendo YouTube la red más destacada donde aparece el mismo.

2.11.1 Importancia de los like

Son varias las utilidades que se pueden extraer de los “Like”. En primera instancia se trata de una medida de la calidad, relevancia y sentimientos que un contenido produce en un usuario, de esta manera también puede ser un indicador fiable de la popularidad de una empresa, marca o usuario, así como de los contenidos que este genera. Un número elevado de dislikes deberá poner en alerta de que las publicaciones no están agradando al público y deberán mejorar. Por último, mencionar también la importancia de los likes en cuanto a que muchas de las redes sociales se basan en estos para posicionar mejor aquellas publicaciones o contenidos que cuentan con más “me gusta” para que estas salgan primero en los feed de cada usuario.

2.11.2 Redes sociales que utilizan el like

Entre las redes sociales más destacadas que utilizan el like se encuentran: Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter e Instagram (en este caso sería «me gusta»), no solo estas si no que hoy en día la mayoría de las redes sociales, tanto verticales como horizontales, incluyen una opción de retroalimentación positiva ya sea con el botón de like o similar.

2.11.3 El Like en el Marketing Digital

Hoy en día el “like” se trata como una métrica más, que sirve a las empresas para hacer mediciones de la popularidad de los contenidos que generan en redes sociales y por lo tanto se trata de una medida que no hay que ignorar a la hora de realizar análisis sobre las mismas. Los creadores de contenido buscan generar publicaciones lo más originales y útiles posibles con el fin de conseguir los ansiados me gusta y destacar estas publicaciones por encima del resto.

2.12 ¿Qué es un influencer?

Es una persona activa en redes sociales que, por su estilo de vida, valores o creencias, ejerce una influencia directa en un cierto número de seguidores. Estas figuras públicas expresan opiniones acerca de diferentes temas. El término «influencia» se define como el poder de una persona o cosa para determinar o

alterar la forma de pensar o de actuar de alguien. De esta definición, deducimos que influir está ligado a generar confianza, compartir experiencias, opiniones, conocimiento y causar un efecto en específico.

Los influencer son personas que han adquirido un gran poder, el cual incide en las decisiones de compra de las personas, debido a su autoridad, conocimiento, lugar o relación con la audiencia que los sigue. Por ello, estos creadores se han convertido en una gran estrategia de marketing para crear una mejor relación con el público objetivo de una marca o empresa.

En la actualidad, esta es una tendencia en crecimiento sostenido porque cada vez son más las marcas que los incluyen en sus campañas de marketing. El tamaño mundial de la industria de influencers en 2023 alcanzó 21.100 millones de USD y para el 89 % de los especialistas de marketing las estrategias de influencers presentan un mayor alcance con las personas que otro método de venta.

2.12.1 ¿Qué hacen los influencers?

Los influencers son personas que abrieron una cuenta de perfil en una o más redes sociales, con la finalidad de compartir contenidos que podrían resultar interesantes y atractivos para una audiencia determinada. Estos contenidos creativos (videos, publicaciones, consejos, blogs, entre otros) sirven para nutrir sus redes sociales con un estilo que los identifica y distingue. Este puede cautivar a una gran diversidad de personas que desearán seguir sus canales, para no perderse ninguna novedad. Al aumentar su número de seguidores, los influencers adquieren fuerza y aseguran una interacción constante con el público.

Con el tiempo, los influencers se vuelven personas reconocidas, muy dinámicas y creativas que logran conectar emocionalmente con sus simpatizantes. Esto porque, además de crear contenidos, aprenden sobre su audiencia, saben cómo dirigirse a ella y lo que les resulta interesante leer o ver. Este tipo de interacción resulta muy atractiva para las empresas, las cuales podrían beneficiarse de insertarse en sus comunicaciones.

2.12.2 Características de un influencer

Entre las principales características de un influencer se encuentran:

- **Credibilidad sobre un tema concreto:** practican un deporte con pasión, son fanáticos de películas y series, son ávidos lectores, les apasiona el maquillaje, viajan por el mundo, les encanta salir a comer.
- **Presencia e influencia en redes sociales:** comparten contenido y tienen adeptos interesados en lo que hacen. Algunos más activos que otros, con más o menos seguidores, en distintas escalas, ejercen algún tipo de influencia sobre otros.
- **Prescriptor para una marca:** se alinean con los valores de una organización y lo que hace o comercializa, por lo cual hace sentido que colaboren con ella para promocionarla.

2.12.3 Características organolépticas de los alimentos

Los alimentos destacan por sus propiedades organolépticas, que suponen particularidades que se miden a través de análisis sobre las sensaciones que producen al paladar de quien los consume. Este análisis sensorial se basa en cuatro parámetros básicos: **color, sabor, textura y aroma**. La función de estos cuatro parámetros básicos es aportar las condiciones óptimas y peculiares de cada alimento para aportar sus mejores cualidades. Por lo cual se puede explicar de la siguiente manera estas 4 características:

1. **Sabor.** Las papilas gustativas de la lengua son capaces de identificar cinco tipos de sabores: dulce, salado, amargo, ácido y umami. Cada una de las partes de la lengua es capaz de reconocer mejor uno u otro sabor, aunque todas las papilas pueden percibir todos los sabores. También se puede hablar de sabores inmediatos, como la acidez del ácido cítrico, y de sabores lentos, como la acidez del ácido málico (presente en algunas frutas y verduras con sabor ácido, sobre todo cuando no están maduras, como uvas, manzanas o cerezas).
2. **Color.** Este parámetro es un indicador de las reacciones químicas que se producen en los alimentos tras someterlos a algún proceso térmico, como cuando la carne se oscurece al cocinarla. Muchas de las variaciones de color son normales y no afectan a la inocuidad.

3. **Textura.** Es una de las particularidades más diferenciadoras entre alimentos clave en las preferencias de los consumidores. Esta propiedad la evalúan los estudios reológicos, que se centran en el análisis de aspectos como la **viscosidad, el grosor, la dureza o la rigidez**. Algunos alimentos cambian de aspecto y textura durante el almacenamiento, de ahí que las medidas reológicas se usen para predecir la estabilidad de vida útil.
4. **Aroma.** Esta propiedad, considerada una de las más difíciles de definir y caracterizar, viene dada por distintas sustancias volátiles presentes en los alimentos, bien de manera natural o procedente de su procesado (a través de aditivos alimentarios, como los aromas artificiales). Se considera que los productos vegetales son más ricos en estos compuestos volátiles, que aparecen también como productos secundarios de reacciones enzimáticas.

Pero las propiedades organolépticas son todas aquellas descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según puedan ser apreciadas por los sentidos, por lo que también entrarían en este apartado características como la temperatura, el tamaño, la evocación de un momento, el sonido en boca...

2.13 ¿Ver fotos de comida nos ayuda en nuestra alimentación?

Fotografiar nuestra comida se ha convertido en una tendencia en las redes sociales, es casi imposible navegar en la red social sin ver alguna publicación de alimentos ¿Esta moda puede influir positiva o negativamente en nuestra alimentación? Depende de cómo la usemos, ya que podemos encontrar aspectos negativos como positivos.

Es cierto que se encuentra todo tipo de alimentos, comidas tanto sanas como de baja calidad nutricional. Según los investigadores, navegar por la aplicación y ver comida saludable puede provocar que el usuario elija consumir comida sana y en su contra parte mientras más comida poco saludable veamos, más propensos a consumirla nos volvemos.

Lo ideal es seguir cuentas de profesionales, nutricionistas, cocineros de comida saludable; de otra manera puede provocar el efecto contrario.

Aspectos negativos

- Es un problema si la persona está más interesada o preocupada en tomar una fotografía de su plato para compartir en las redes sociales que en comer su comida.
- Si se destina más tiempo en preparar la “escena” como la iluminación, retoques, los filtros... que en hacer un plato verdaderamente saludable.
- Cuando publicar fotos de la comida se convierte en una competencia.
- No poder disfrutar de comer con la familia o amigos, de saborear el plato, por sacarle una fotografía o esperar los comentarios o los “likes” que tiene.

La comida es un acto social, que nos une a las personas que nos rodean y también a las que están lejos a través de las redes sociales. Es por ello que es necesario no estar demasiado pendiente de ellas especialmente a la hora de comer, es un tiempo para relajarse, conversar con alguien si es posible y lo más importante para estar conscientes de lo que estamos comiendo.

2.14 ¿Puede ayudar en algo sacar fotos a nuestra comida?

Siempre hemos escuchado que la comida “entra por los ojos”. Algo hay de cierto en ello, pero se requiere también de combinar sabor, alimentos de buen valor nutricional y por qué no técnica fotográfica.

El Food styling, una técnica que se basa en mejorar la estética de los alimentos que comemos para lograr una comida más “fotogénica” y más tentadora frente a la cámara y al paladar. Algunas de sus estrategias consisten en ubicar los alimentos con ‘cierta gracia’ adentro del plato, limpiar perfectamente el recipiente y combinar colores (qué mejor para ello que los vegetales y frutas).

Aspectos positivos

- Empoderamiento, mirar nuestro propio plato nos empodera, puede hacer que queramos mejorarlo, hacerlo más saludable, buscando y probando diferentes recetas.
- La imagen nos ayuda a ser más conscientes de lo que comemos día a día, por lo que puede ayudar a cambiar hábitos.
- Si el plato es bueno y sano puede motivar a otros a que quieran elaborarlo y, por qué no, hasta poco a poco mejorar su alimentación.

- Es una forma entretenida de mejorar la alimentación progresivamente, ya que cuando se publica la foto de la comida, también se incluyen sus ingredientes, así como su procedimiento. De manera que se puede sacar o agregar alimentos a gusto y hacer volar la imaginación.
- Se puede aprender sobre los alimentos que consumimos ya que hay muchas cuentas de profesionales que publican fotos, recetas saludables y su valor a nivel nutricional.

CAPITULO III

3 HIPÓTESIS

Los jóvenes universitarios en la actualidad son más propensos a basar la mayor parte de su alimentación en comida procesada, debido a que su alta interacción con las redes sociales provoca que su deseo de consumir esta clase de alimentos sea mayor, derivado a la publicidad que se maneja a través de las principales redes que se consumen en el país (Instagram y TikTok) cada vez es más presente en el tema de la alimentación, siendo los dueños de los negocios quienes buscan atraer a sus clientes, a través de reseñas creadas y difundidas por diferentes influencers de cada red, creando así la necesidad en los jóvenes de visitar los diferentes lugares solo porque la comida se ve apetitosa, el lugar posee grandes ofertas o simplemente por ser el sitio que está de moda, sin importar tanto si la comida es beneficiosa para ellos o no. Tocando también su contra parte de la comida saludable siendo principalmente que los jóvenes buscan verse bien rápidamente, sin tomar en cuenta que para lograr dicho objetivo sería ideal acudir con un especialista que los oriente correctamente a cómo lograrlo, buscando así una alternativa más fácil, rápida y económica, la cual es buscar un influencer o página que les brinde la orientación que según su criterio se acerque más a sus objetivos personales, sin detenerse a pensar si la información que están encontrando realmente viene de una persona que se ha preparado o sea profesional del ámbito y es consciente de los riesgos y beneficios que puede tener en quienes consuman dicho contenido o simplemente es alguien que basa su contenido basado en su experiencia propia.

4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Objetivo general

- Crear en los jóvenes conciencia sobre la manera en que las redes sociales poco a poco han ido influenciando la forma en que se alimentan en la actualidad, proporcionando información útil sobre cómo pueden diferenciar información que sea escrita por un profesional o personas cultas sobre los temas de alimentación saludable y mostrar la manera en cómo el marketing digital de comida, es quien impacta directamente en su decisión a la hora de elegir los alimentos que consumirán próximamente, tomando en cuenta los algoritmos de las redes sociales que utilizan, para saber controlar el contenido que estas puedan llegar a sugerirles.

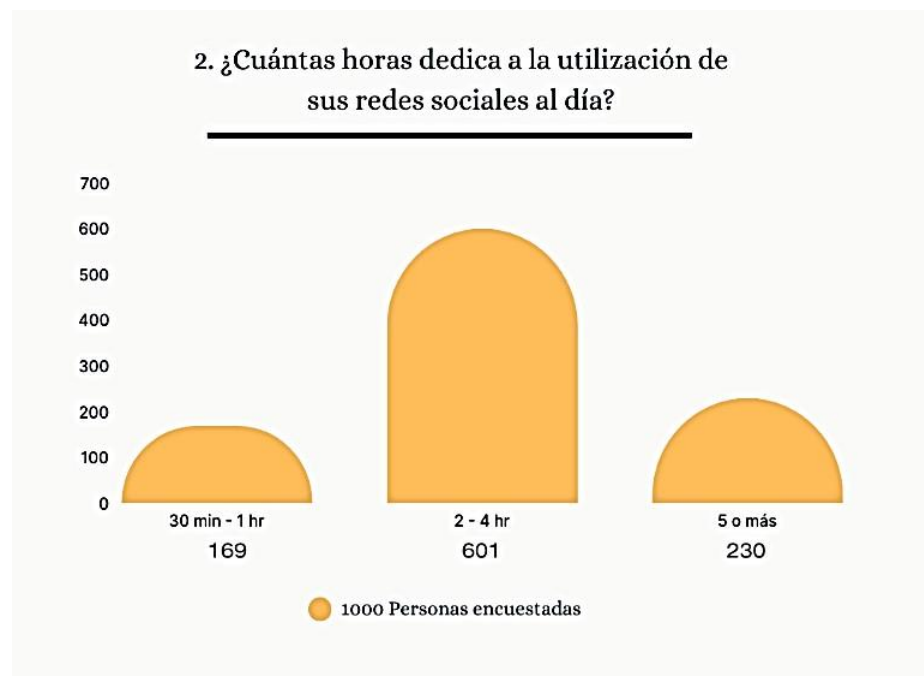
4.2 Objetivos específicos

- Evaluar los niveles de consumismo de redes sociales por parte de los jóvenes, para saber que cual es el nivel de importancia que estás poseen en su día a día.
- Realizar entrevistas a profesionales en tres ámbitos principales para la investigación que me ayuden a tener una mejor percepción del tema, ampliando así el panorama para desarrollar unas correctas recomendaciones a los jóvenes para mejorar su alimentación y estilo de vida saludable.
- Evaluar con encuestas como se encuentran la percepción de los jóvenes sobre la comida en las redes sociales y como es que estás puedan llegar a tener impacto es los aspectos importantes de su día a día.
- Poder dar recomendaciones bien fundamentadas acerca de lo importante que es tener en cuenta que no solo porque este en internet debe es real, dándoles las herramientas para mejorar su entendimiento con las redes y de esta manera puedan sacar el mayor provecho de las mismas.

5 MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

5.1 Métodos

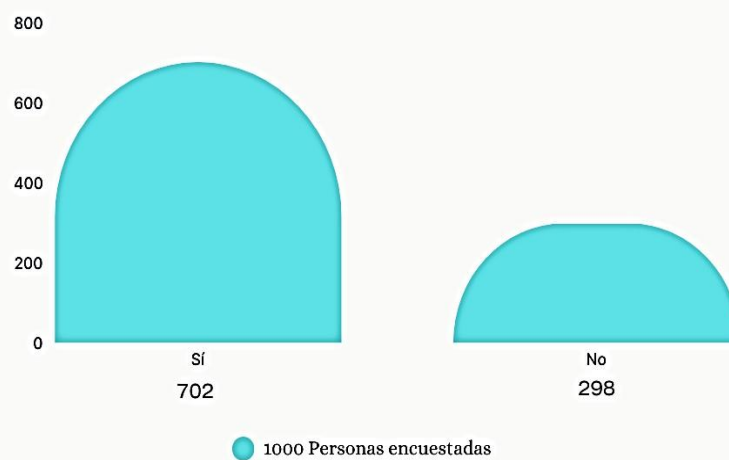
Encuestas digitales



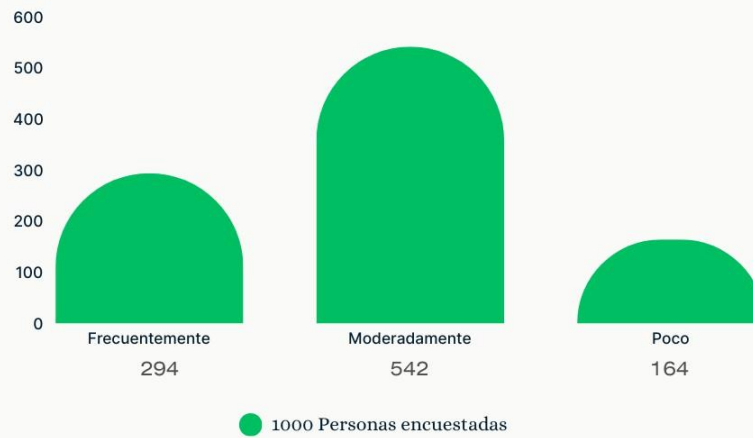
3. ¿Sigue a algún influencer o cuenta dedicada a la gastronomía?



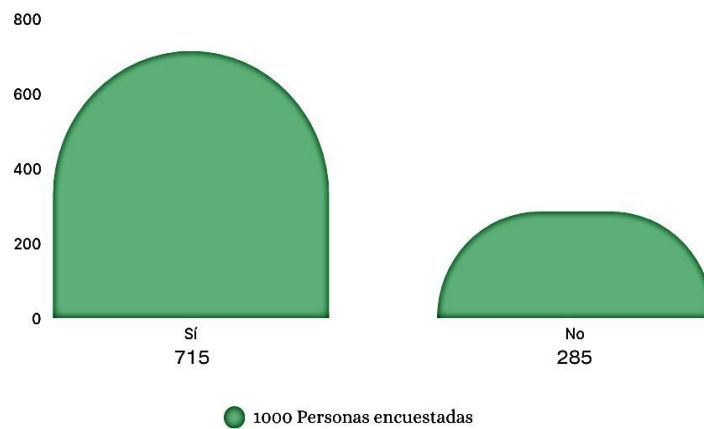
4. ¿Si en su feed apareciera una publicidad sobre comida apetitosa, la compararía?



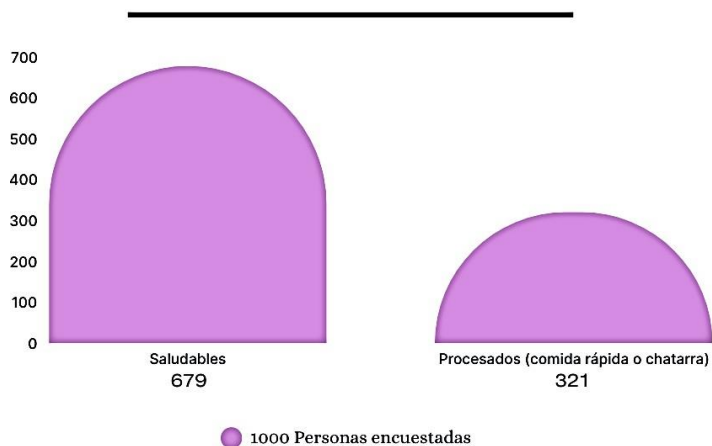
5. ¿Con que frecuencia suele ver publicidad videos/historias o imágenes sobre comida en sus redes?



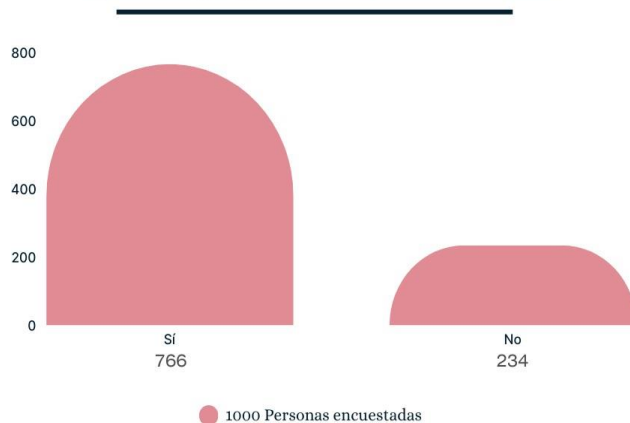
6. ¿Suele seguir cuentas o personas que en sus redes sociales muestren un estilo de vida saludable ?



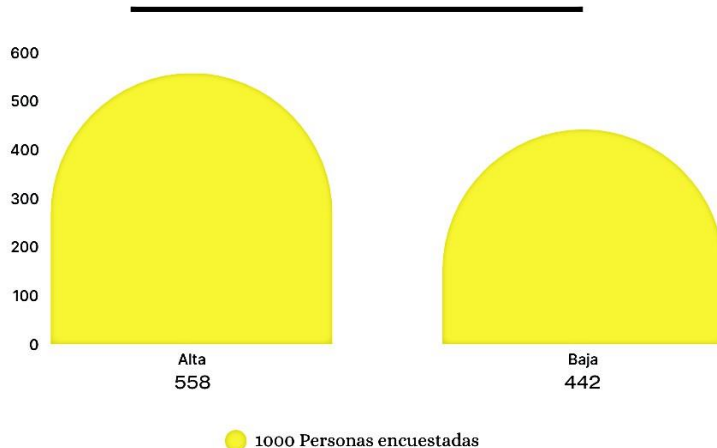
7. ¿Qué clase de alimentos consume con mayor frecuencia?



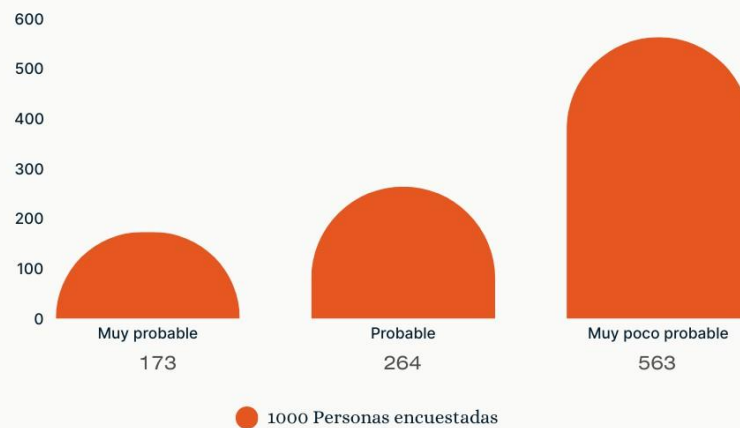
8. ¿ha visitado algún restaurante o local de comida rápida solo por que llamo su atención en redes?



9. ¿Cuál sería la probabilidad que visite un restaurante o consuma algún tipo de alimento solo por que es viral en redes?



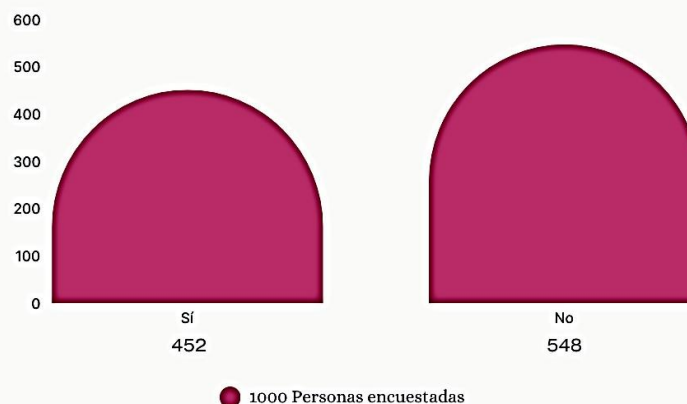
10. ¿Qué tan probable es que le tome una fotografía a su comida antes de consumirla?



11. ¿Suele postear en sus redes cuando visita algún sitio de comida nuevo o prueba alimentos fuera de lo común?



12. ¿ Consume contenido dedicado a la nutrición por sus redes sociales ?



13. ¿Ha visitado a algún nutricionista en su vida ?

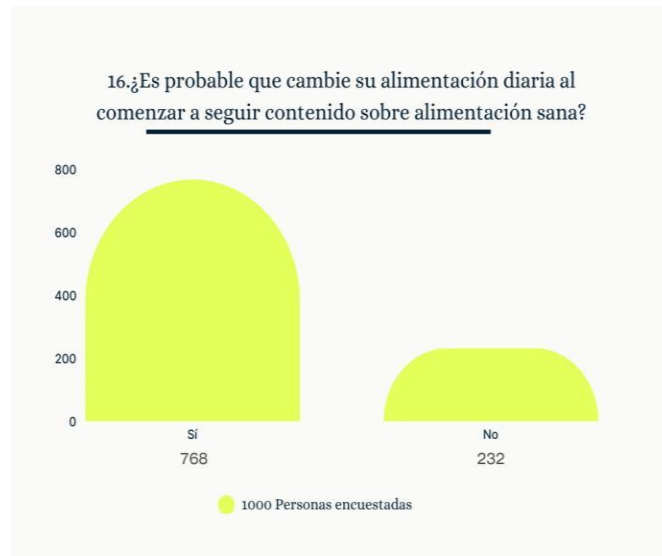


14. ¿Alguna vez ha seguido alguna receta, dieta o plan de alimentación “saludable” que encontró en alguna red social?



15. ¿Con que frecuencia cuida su alimentación o trata de consumir alimentos beneficiosos para su cuerpo y salud?





5.2 Análisis de Encuestas:

Después de realizar las encuestas en diferentes universidades y con mucha variedad de encuestados en cuanto a su sexo, carrera y edades dentro de mi delimitación, los datos obtenidos revelaron información interesante con respecto a cómo los jóvenes utilizan sus redes sociales.

Para iniciar, se destaca el creciente número de redes que se utilizan actualmente, ya que dividir 2 - 4 hrs. diarias, en 3 - 5 redes sociales, hace referencia a que llegamos a perder una gran parte de nuestro día por estar navegando en estas. También podemos observar que una gran cantidad de encuestados siguen tanto influencers como páginas que tengan relación con la gastronomía y que presenten un estilo de vida saludable, lo que conlleva a que, si presentan publicidad o reseñas relacionada con la comida procesada, se tenga un buen porcentaje de probabilidad que esta sea consumida por los jóvenes, ya que aunque muchos escogieran la opción de que consideran que consumen más alimentos sanos que procesados, a profundidad no saben distinguir que realmente es saludable y que alimentos solamente suponen que entran en la categoría.

Entrando más a profundidad en el tema de lo viral, muchos de los encuestados confirman que, si un local es popular en las redes y llama su atención, sea casi

seguro que lo visten y consuman la comida que comercializan, sin llegar a importarles en que categoría entre el alimento, tomando en cuenta únicamente que este posea un alto nivel de interacción por las redes. A su vez, se reveló que el food styling, está perdiendo importancia, porque los encuestados perdieron el interés de tomarle una fotografía a la comida poniendo como prioridad su consumo, y dándole más relevancia a disfrutar el lugar donde se encuentran que llevarlo a publicar en sus redes.

Una gran revelación que estas encuestas mostró, es que casi obtenemos un empate relacionado a si consumen contenido de nutrición por medio de sus redes o no, destacando así que la gran mayoría jamás ha visitado a un nutricionista en su vida, siendo alarmante que casi se iguala el hecho de que si y no han seguido recetas o planes de alimentación que encontraron en redes, siendo esto demasiado preocupante ya que mucho de este contenido es generalizado, lo cual desencadena problemas en el organismo ya que cada cuerpo reacciona diferente y no todos obtendrán los resultados que les venden. Y quizás muchos encuestados tratan de cuidar su alimentación no tienen una orientación adecuada para lograrlo.

Esto demuestra que muchos jóvenes si desean conseguir una alimentación y un estilo de vida saludable, pero dándole prioridad a las redes sociales antes que acudir a un profesional, lo que nos da a entender que, si se puede lograr un cambio que impacte directamente en esta población, pero ganándose su atención y confianza primero, por medio de la información que se les llegue a proporcionar.

5.3 Entrevistas

5.3.1 Entrevista no.1

Alexander castro, 37 años, Diseñador digital y modelador 3D

Ha trabajado diferentes campañas publicitarias a lo largo de los años, para diferentes marcas, empresas y productos, entre los cuales destacan, empresas alimentarias, telefónicas y bancarias. Según su punto de vista las redes sociales son una herramienta que ayudan a popularizar una marca, creando campañas digitales, que buscan conseguir el posicionamiento de la misma; utilizándolas como

impulso para crearle a los consumidores la necesidad de adquirir el producto o alimento que se promociona a través de ellas. Muchas veces el público objetivo de las campañas que maneja se rige por medio de la solicitud de la marca, mencionando que los rangos de edades pueden llegar a ser de 18 a 55 o de 8 a 14 años, dependiendo así, cual sea el producto (alimento o servicio) que se promociona. Comenta también que principalmente el impacto que se busca crear a través de una campaña publicitaria, se enfocará en vender el producto creando awareness (reconocimiento de la marca) o engagement (lealtad de un cliente a la marca). Es por ello que el impacto lo llega a medir a través de los resultados o interacciones en redes, es decir, si la interacción es alta destaca que el producto es bien aceptado, pero, al contrario, si la interacción es poca menciona que directamente la campaña es un fracaso debido a que esta no genero el interés necesario para el grupo objetivo. Alexander menciona que un 30% de campañas que ha trabajado a lo largo de su carrera tienen relación directa con la industria alimentaria, él menciona que la mayoría fueron campañas de alimentos saludables, ya que ha colaborado con marcas como: especial k y complete, como ejemplo, mientras que otro 40% de sus campañas se basan en la comida chatarra, en los principales alimentos que ha promocionado se encuentran diferentes tipos de cereales, chucherías, gaseosas etc. Y el último 30% de sus campañas se basan en otros productos y servicios que no tienen relación con el tema. En su opinión menciona que el marketing digital sobre comida tiene poco enfoque y posee una comunicación débil, es decir, los creadores buscan beneficios de ventas final y consumismo del grupo objetivo. Alexander también menciona que en cuanto a beneficio para el consumidor de la comida procesada es nulo, ya que los diseñadores digitales son especialistas en vender y no en los alimentos que se impulsan, porque toda campaña que se presenta es para crear un beneficio económico a las empresas. Él a su vez nos comenta, que los algoritmos de las redes se basan en cuanto al grupo objetivo, geográfico y pixeles que están en cada persona (Un pixel es un tag que se obtiene al visitar ciertas páginas, por ejemplo si al día consultamos de 3 a 4 páginas de comida rápida, nos dice que el algoritmo de las redes sociales comenzara a sugerirnos más contenido de ese tipo, ya que el

pixel es el tag por el cual las empresas pagan, es decir que hay grupos y estudios de mercado que se venden por edad, gustos, a veces nivel socioeconómico y cada red social a la hora de publicitar da la opción de escoger lo antes mencionado.

5.3.2 Entrevista no. 2

Andrea Cayax, 24 años, influencer con 94 mil seguidores en Instagram.

Ig: @andreabc.gt

Andrea nos comparte que, para ella, las redes sociales poseen un impacto significativo en la sociedad, ya que nos permiten una mejor comunicación debido a que son una herramienta útil y a la que mayoría de la población tiene acceso, menciona también que estas pueden tener una repercusión negativa en los usuarios si no se les da el uso adecuado. Nos menciona que sus seguidores en su mayoría son personas entre 18 a 30 años. Destaca que ella ha observado a través de sus redes que los jóvenes han dividido su alimentación entre la comida chatarra y la comida saludable, provocando así que no posean una nutrición balanceada para su organismo. Nos cuenta, que cuando promociona alimentos que son procesados, busca la manera de recordar a sus seguidores que, si llevan una alimentación balanceada y acorde a sus requerimientos físicos, no necesariamente es malo que consuman esta clase de alimentos con moderación y para no generar problemas a su organismo en un futuro. También recalca que como influencer el hecho de tocar el tema de la nutrición en las redes es sumamente delicado ya que, si la persona que difunde dicha información no tiene una preparación adecuada y fundamentos verídicos, pueden dañar la vida de alguna persona que siga dicha información. Con respecto al marketing digital, nos hace referencia que el objetivo de las empresas es crear un buen engagement, sin importar si es comida chatarra o no, lo que desean es generar un gran impacto social, de diferentes maneras ya sea a través de imágenes, reels o reseñas y que como resultado las ventas de dicho alimento aumenten. Andrea trata de que su contenido se centre en el ámbito saludable y comenta que se ha dado cuenta que gracias a lo que comparte ha visto beneficiados a muchos jóvenes que buscan contenido que los ayude a mantener una alimentación adecuada, que los ayuden a tener una mejor estética corporal, pero

también quiere dejar en claro que muchas de las recetas que podemos encontrar en internet han perjudicado a muchos jóvenes, porque están diseñadas sin tener un metabolismo objetivo. Es por ello que ella como creadora de contenido, quiere crear conciencia que muchos de sus colegas basan la información que difunden en base a su experiencia personal, lo que a futuro puede ser perjudicial para quien ponga en práctica dicha información. Ella menciona que si los creadores de contenido que se dedican a difundir información nutricional, están preparados en ese ámbito pueden impactar de manera positiva en sus seguidores. Nos cuenta también que los algoritmos de las redes siempre buscan priorizar aquellas publicaciones con más interacciones de like, comentarios y compartidos, es por ello que la publicidad de la comida procesada suele recibir mucha más visibilidad ya que al ser llamativa genera muchas reacciones. Y para finalizar recalca que la finalidad de los influencers es hacer que los jóvenes sigan consumiendo su contenido ya que los favorece de muchas maneras, pero desea que mantengamos en mente que siempre será más importante acudir a un profesional para poder tener una ayuda personalizada y de esta manera poder cumplir nuestros objetivos de una forma responsable.

5.3.3 Entrevista no.3

Dyana Gonzales

, 38 años. Nutricionista, Colegiada no. 4455

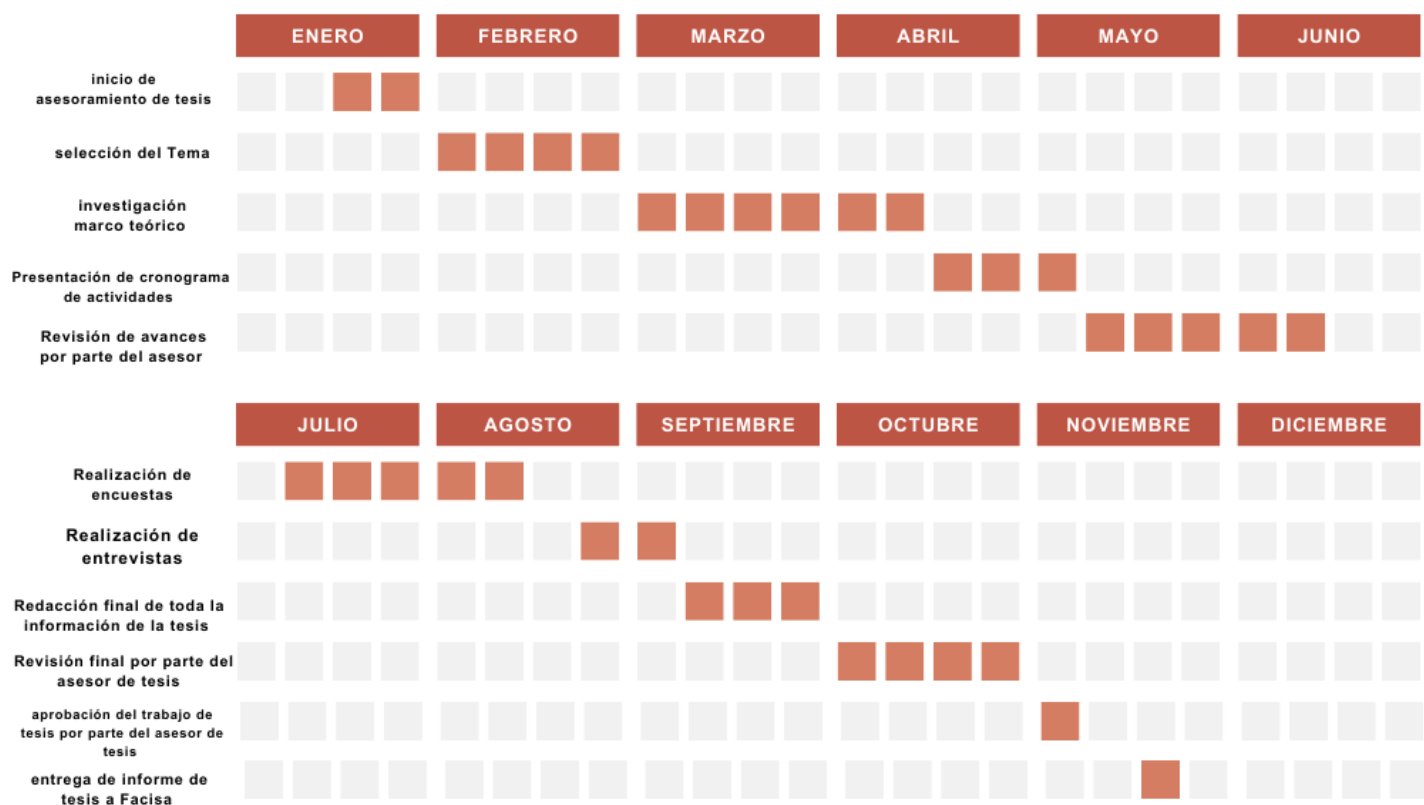
Para Dyana las redes sociales, tienen un enfoque positivo para la educación y también una parte negativa, para ella si el consumidor tiene una buena salud mental podrá ser más objetivo a la hora de elegir el contenido que consume, ya que lo que nos presentan las redes puede impactarnos a nivel personal y de autoestima, porque podemos encontrar contenido profesional y contenido que viene de personas que solo buscan un beneficio personal, el consumismo de la tecnología ha ido creando una dependencia del uso de pantallas, para ella la adolescencia es la peor etapa para usar las redes sociales, basándose en que si no se tiene control de lo que vemos en ellas, se pueden llegar hasta desarrollar problemas alimenticios por la desinformación. La mayoría de sus pacientes tienen de 20 a 26 años, pero nos cuenta que se debe a que estos fueron referidos por otros médicos, en su mayoría eran mujeres que tenían ovario poliquístico, pacientes con resistencia a la

insulina. Es decir, llegaron a ser sus pacientes por una patología previa y una medicación fuerte. Dyana como profesional menciona que la nutrición en Guatemala para los jóvenes está muy mal, principalmente porque la generación de 20 a 30 años, basan su alimentación en consumir lo que tengan a la mano, en lugar de priorizar algo que les nutra. Ella nos comenta que en su momento manejo una página dedicada a brindar información nutricional, pero tuvo que dejar el proyecto debido a problemas personales, pero menciona que el contenido que publicaba se basaba en consejos nutricionales, marcas y recetas saludables y enseñaba a leer etiquetas nutricionales de diferentes productos. Nos dice los colegas que comparten información nutricional en redes y apoya que su contenido se base en enseñar a los jóvenes que es más importante que se preocupen cuáles son las porciones que deben consumir antes que pensar en que alimentos deben dejar de consumir, para ella en la actualidad el marketing digital sobre comida, se centra que las marcas sigan teniendo relevancia, creando así publicidad enfocada en que las personas tengan opciones de comida rápida, barata y aunque está no sea saludable, si tenga una repercusión económica para quienes la promueven. Nos cuenta que se ha dado cuenta que los jóvenes somos la generación más influenciable y es por ello que muchas veces ha visto que nuestra alimentación se rige por lo que vemos, basándonos también en el qué dirán, por lo que por ello que caemos en el marketing de aquellos lugares que solo nos brindarán el placer de comer. Ella opina que seguir información nutricional que se encuentra en redes está mal, porque no se realizan estudios previos que den el precedente de cómo está nuestro metabolismo, es por ello que, ella ha notado un aumento en los casos de los problemas alimenticios en jóvenes. Por eso incita a todos a visitar un nutricionista que cuente con toda la preparación necesaria y que desde un inicio muestre que es un colegiado activo para no caer en estafas, recomienda también que siempre tengamos en mente que no todo lo que vemos en internet tiene fundamentos y fue redactado por un profesional.

5.4 Técnicas

Se ha realizado la recopilación de la información utilizada para este documento con el fin de saber cómo las redes sociales han ido cambiando la forma en que como jóvenes nos alimentamos en la actualidad.

6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



7 RECURSOS

7.1.1 Recursos humanos

Entrevistados, encuestados e investigadora

7.1.2 Recursos Materiales

Teléfono celular, Código Qr, computadora, impresora, hojas de papel bond, cuaderno y lapiceros

CAPITULO IV

8 CONCLUSIONES

Las redes sociales tienen un lugar prioritario en nuestra vida desde hace unos años y continúan ganando relevancia conforme pasa el tiempo, esto es impulsado por el deseo de mantenernos conectados con nuestro entorno, teniendo acceso a una vasta cantidad de información. A medida que más jóvenes crean perfiles en distintas redes sociales, dependiendo su interés o popularidad en cuanto al contenido que siguen, surge la necesidad de brindar información relacionada a como estas funcionan y como pueden influenciar en nuestras decisiones cotidianas y así mismo en nuestra alimentación. Esta tesis tiene como finalidad proporcionar esa información para conseguir el entendimiento necesario del cómo funcionan las mismas.

Según la información recolectada, he podido llegar a las siguientes conclusiones:

- Las redes sociales son una gran herramienta, las cuales conforme ha ido pasando el tiempo, nos ayudan a tener acceso a una gran cantidad de información, nos han ayudado a mejorar la comunicación y nos han ayudado a estar más pendientes de nuestro entorno.
- Los jóvenes en la actualidad le dan un lugar prioritario en su día a día al uso de redes, debido a esta situación, se han vuelto más propensos a dejarse llevar por lo que están les presenten, sin detenerse a pensar si eso será beneficioso o perjudicial.
- La mayoría de jóvenes se encuentran interesados en conseguir una alimentación saludable, sin embargo, no cuentan con las bases necesarias para lograrlo.
- La poca cultura sobre la alimentación sana y la visita hacia profesionales en el ámbito, han provocado que los jóvenes busquen alternativas para conseguir dicha información y de esta manera lograr sus objetivos.
- La mayoría de jóvenes buscan alimentarse de manera sana pero debido a sus rutinas, trabajos o situación económica prefieren alimentarse de comida

procesada, ya que cubre su necesidad de alimentarse, pero sin aportar realmente algún nutriente esencial al cuerpo.

- Los influencer juegan un papel importante a la hora de la búsqueda y difusión de diferentes clases de contenido, sin embargo, la mayoría de influencer que se dedican a dar recomendaciones de sitios de comida y sobre nutrición, no cuentan con la preparación adecuada para poder brindar información verídica y fundamentada.
- La información que podemos encontrar en las redes, relacionada con un estilo de vida saludable y nutrición debe ser redactada por un profesional del ámbito, por ello es importante no dejarse influenciar por las publicaciones que posean más interacciones, ya que dicha información es generalizada por lo que tenemos que tener presente que no todos los organismos reaccionaran de la misma forma.

9 RECOMENDACIONES

Si desea estar informado de cómo funcionan las redes sociales, este será un gran primer paso para comprender como estas influyen directamente en nuestro estilo de vida actual. Decidir qué tipo de contenido consumimos o qué clase de alimentos nos sugiere nuestro algoritmo, puede provocar que cambiemos poco a poco lo que comemos o en la forma en que nos comportamos, por lo que tenemos que tener en cuenta que las redes son una herramienta sumamente útil, sabiendo manejarlas correctamente.

Aunque al principio sea un poco confuso comprender la gran cantidad de información que se maneja dentro de ellas, a continuación, encontraran sugerencias útiles que puedan ayudar a saber distinguir información verídica, de la que se basa en experiencias personales, destacando la manera de cómo podemos manejar el contenido que consumimos y de esta manera no dejarse influenciar fácil mente.

- **Algoritmos:**

Es importante comprender que los algoritmos de nuestras redes se basan en 2 grandes grupos, los cuales son: El contenido con el que interactuamos y los temas que más reacciones posean (contenido viral). Por ello para manejarlos es importante tener en cuenta que mientras más tiempo que dediquemos a consumir una clase de contenido, haremos que nuestro algoritmo se dirija hacia ese tema en especial, por ejemplo: si buscamos alguna receta de desayuno saludable, en los próximos minutos nuestro algoritmo hará que ese tipo de contenido aumente en un 50% de visibilidad en nuestro feed, logrando de esta forma que sigamos encontrando información relacionada al tema buscado.

- **Investigar:**

Es de suma importancia que se mantenga en mente que no todo el contenido que encontramos en las redes viene redactado por un profesional, es por ello que debemos tomar en cuenta que si queremos comenzar con un estilo de vida saludable, debemos visitar un nutriólogo, ya que este realizara unas serie de preguntas que le ayudara a tener un historial previo respecto a cómo funciona nuestro metabolismo y de esta manera podrá sugerir un plan de alimentación adecuado para nuestro organismo, que lejos de perjudicarnos será beneficioso, si por el contrario no contamos con los recursos necesarios para visitar a un profesional debemos buscar páginas manejadas por esta clase de personas, en las cuales encontremos información sustentada, que nos ayudarán a tener una base sobre cómo lograr nuestros objetivos.

- **Alimentación saludable:**

Debemos tener presentes que una alimentación sana no siempre será el consumo masivo de frutas y verduras, ya que nuestro organismo necesita vitaminas, minerales y nutrientes esenciales para garantizar su buen funcionamiento, estos los podremos encontrar en diversos tipos de alimentos, desde carnes, legumbres, granos, hierbas. Etc. Es por ello que debemos saber que la alimentación sana no se trata de restringir alimentos

si no en moderar las raciones que se consumen de los mismos, por ello nuestra dieta debe ser variada, pero con porciones controladas.

- **Estilo de vida saludable:**

Para tener la base de una vida saludable es importante tener en cuenta las siguientes actividades: Realización de ejercicio por lo menos 1hr al día, la ingesta de agua pura, buscar alimentos saludables que puedan reemplazar aquellos que posean muchos preservantes o químicos, reducir la ingesta de productos enlatados (ya que la mayoría de estos son altos en sodio, con una cantidad excesiva de preservantes). El cuidado de nuestra flor intestinal, ya que está juega un rol importante a la hora que nuestro organismo absorbe los nutrientes de lo que consumimos, es por ello que demos tener en cuenta la ingesta constante de probióticos, reducción de la ingesta de productos y alimentos que posean calorías vacías, como por ejemplo el alcohol.

- **Personalización del contenido que consumimos:**

Todas las redes sociales que utilizamos poseen una opción de administrar el contenido que consumimos, es por ello que para personalizar lo que deseemos ver, contamos con la opción de “no me interesa” está nos ayudara a que nuestro algoritmo pare de mostrarnos contenido en el cual no tenemos ningún interés. En Instagram y Facebook encontramos esta opción, seleccionando el icono de los tres puntos en la esquina superior derecha de las publicaciones, dentro del menú que nos despliega encontraremos tal opción y al seleccionarlo, automáticamente nuestro algoritmo dejara de mostrarnos dicho contenido. Mientras que en TikTok esta opción la encontremos al seleccionar la opción de compartir y en la parte inferior del menú que nos despliega la podemos seleccionar.

- **Influencers:**

Cuando seguimos a estos creadores de contenido es importante que antes de comenzar a seguir los consejos y poner en práctica la información que nos brindan, nos tomemos el tiempo de investigar si poseen algún estudio o preparación previa que nos asegure que lo que nos comparten tenga un respaldo científico o académico. Es fácil detectar cuando un creador de

contenido nos habla desde su propia experiencia ya que la mayoría de su contenido se basará en cómo le ha funcionado ciertos alimentos, productos y dietas o como lleva su día a día, mientras que cuando seguimos a un profesional desde que entramos a su perfil encontremos su información académica, título universitario, información de contacto, o dirección de su clínica y podremos darnos cuenta que la información que estos nos comparten siempre serán con un toque profesional y términos adecuados para la comprensión general del público, rara vez encontramos cosas de su día a día y la gran mayoría del tiempo incentivarán al público a realizar un estudio personalizado para mejores resultados.

10 BIBLIOGRAFÍAS

1. Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable, Laura Míguez (Madrid 2019) obtenido de:
<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/271021/retrieve>
2. Revista digital, El debate de las redes sociales y su impacto en la nutrición, Antonio Gutiérrez, (s. f). Obtenido de:
<https://www.inesem.es/revistadigital/biosanitario/el-debate-sobre-la-nutricion-y-las-redes-sociales/>
3. Blog digital, Las redes sociales y su influencia en nuestra alimentación, Camila marcías (publicado el 14 de febrero, 2022) obtenido de:
<https://delaraizalplato.cl/articulos/redes-sociales-y-su-influencia-en-la-alime>
4. Noticias gastronómicas, Es probable que las redes sociales influyan en los hábitos alimentarios de los usuarios, Mar gavilán y Javier Muniesa (s.f) obtenido de:
<https://www.gastronomiaycia.com/es-probable-que-las-redes-sociales-influyan-en-los-habitos-alimentarios-de-los-usuarios/>
5. PDF, Educación en enfermedades por mala alimentación, Poder Judicial de Chile (s. f), obtenido de:
<https://bienestar.pjud.cl/wp-content/uploads/documentos/contenidos-hijos/Enfermedades-Asociadas-a-una-Mala-Alimentación.pdf>

6. Equipo editorial, Etecé (17 de agosto de 2024). Redes sociales, enciclopedia concepto, obtenido de:
<https://concepto.de/redes-sociales/>
7. Aula CM, feed de Instagram o Facebook; Qué es, significado y definición (s,a) (s.f) obtenido de:
<https://aulacm.com/que-es/feed-instagram-facebook-significado-definicion/>
8. Arimetrics, Qué es like, (s, a) (s:f), obtenido de:
<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/like>
9. Hubspots, qué es influencer, qué tipos existen y ejemplos, Juan molano, (s.f) obtenido de:
<https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers>
10. Amerex, la calidad organoléptica de los alimentos, (2 de septiembre, 2022) (s.a) obtenido de:
<https://amerexingredientes.com/blog/calidad-organoleptica-alimentos/#:~:text=Las%20cuatro%20características%20organolépticas%20principales,alimento%20que%20vamos%20a%20consumir.>

11 ANEXOS

PREGUNTAS ENCUESTA

Se encuentra dirigida a los estudiantes de la universidad Galileo comprendidos entre 20 a 25 años, los cuales utilizan en su mayoría las redes sociales día a día y por lo tanto saber cómo estás pueden llegar a impactar en su alimentación.

1. ¿Cuántas redes sociales utiliza al día?
 - 1-2
 - 3-5
 - 6 o más
2. ¿Cuántas horas al día dedica a la utilización de redes sociales?
 - 30 min – 1 hr
 - 2-4
 - 5 o más
3. ¿Con que frecuencia suele ver publicidad, videos/historias o imágenes sobre comida?
 - Poco
 - Moderado
 - Muy frecuente
4. ¿Qué Clase de alimentos consume con más frecuencia?
 - Saludables
 - Procesada (conocida como rápida o chatarra)
5. ¿Suele seguir cuentas o personas que en sus redes sociales muestran un estilo de vida saludable?
 - Si
 - No
6. ¿Alguna vez ha seguido alguna receta, dieta o plan de alimentación “saludable” que encontró en redes sociales?
 - Si
 - No

7. ¿Ha visitado algún restaurante o local de comida solo porque llamo su atención mientras veía alguna red social?
- Si
 - No
8. ¿Cuál es la probabilidad de que visite un restaurante o consuma algún alimento solo porque es viral en redes?
- Baja
 - Alta
9. ¿Con que frecuencia cuida su alimentación o trata de consumir alimentos beneficiosos para su cuerpo y salud?
- Muy frecuentemente
 - Frecuentemente
 - Muy rara vez
10. ¿Qué tan probable es que le tome foto a su comida antes de consumirla?
- Muy probable
 - Probable
 - Muy poco probable
11. ¿Suele postear en sus redes sociales cuando visita un sitio nuevo de comida o prueba alimentos fuera de lo común?
- Si
 - No
12. ¿Ha visitado a un nutricionista alguna vez en su vida?
- Si
 - No
13. ¿Sigue a algún influencer o cuenta dedicada a la gastronomía?
- Si
 - No
14. ¿Si en su feed apareciera una publicidad sobre comida rápida apetecible, la compraría?
- Si
 - No

15. ¿Es probable que cambie su alimentación diaria al comenzar a seguir contenido sobre alimentación sana?

- Si
- No

PREGUNTAS ENTREVISTA NO.1 (Diseñador digital)

1. ¿Qué opina de las redes sociales?
2. ¿A qué rango de edad se enfocan más las campañas que realiza?
3. ¿Cuál es el impacto que se busca generar a través de las campañas que ha realizado?
4. Según su experiencia ¿Cuál es el porcentaje en que ha trabajado campañas relacionadas con alimentos y en otras áreas?
5. ¿Qué opina sobre el marketing digital sobre alimentos?
6. ¿En qué aspectos cree usted que benefician las campañas de alimentos procesados a los consumidores?
7. ¿Cómo creador digital sabe cómo funcionan los algoritmos de las redes sociales'?

PREGUNTAS ENTREVISTA NO.2 (INFLUENCER)

1. ¿Qué opina acerca de las redes sociales?
2. ¿Cuál cree usted que es el rango de edad de sus seguidores?
3. ¿Cómo cree usted que se encuentra la nutrición de los jóvenes en la actualidad?
4. ¿Alguna vez ha utilizado sus redes sociales para promocionar algún restaurante o comida procesada (chatarra) y de la respuesta ser si, cual es el impacto que deseaba crear a través de esa promoción?
5. ¿Qué opina de los influencers que dedican sus redes a compartir información generalizada a de nutrición a redes sociales?
6. ¿Cómo influencer cuál es su opinión acerca del marketing digital sobre comida?

7. ¿Qué aspectos cree usted que las redes sociales han beneficiado y perjudicado la alimentación de los jóvenes?
8. ¿Qué opina acerca de los influencers que se dedican a promover el contenido de alimentación y vida saludable en sus redes?
9. ¿Cómo influencer sabe cómo funciona el algoritmo de las redes sociales ante el hecho de que se promueva más la comida procesada que la saludable a través de las mismas?
10. ¿Cuál es su opinión ante el hecho de que los jóvenes en la actualidad prefieren seguir contenido nutricional por redes antes que visitar a un profesional?

PREGUNTAS ENTREVISTA NO.3 (NUTRICIONISTA)

1. ¿Cuál es su opinión acerca de las redes sociales?
2. ¿con que frecuencia sus pacientes tienen de 20 a 26 años?
3. ¿Cómo cree que se encuentra la nutrición de los jóvenes en la actualidad?
4. ¿Alguna vez utilizo alguna red social para subir contenido nutricional?
5. ¿Cuál es su opinión acerca de sus colegas que comparten información nutricional en redes?
6. ¿Cómo profesional que opina del marketing digital de comida?
7. ¿Cómo cree usted que las redes sociales han influenciado la alimentación de los jóvenes en la actualidad?
8. ¿Cuál es su opinión sobre que los jóvenes en la actualidad prefieren consumir un contenido nutricional a través de las redes antes de acudir con ustedes los profesionales?