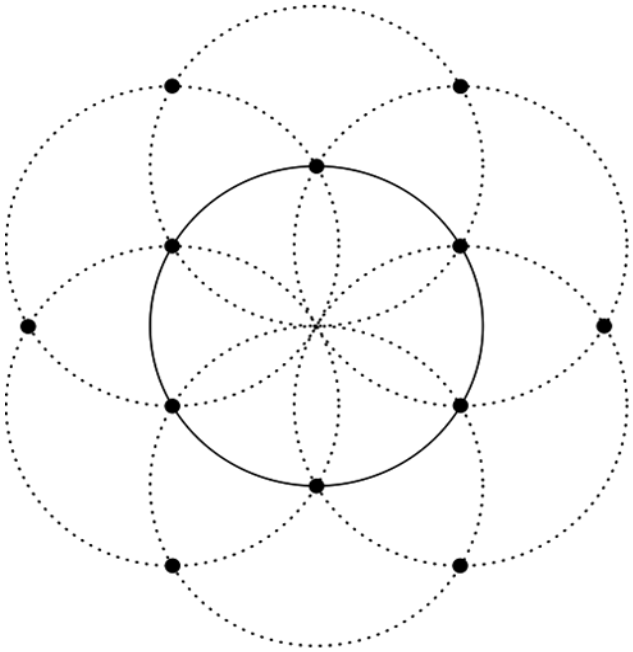
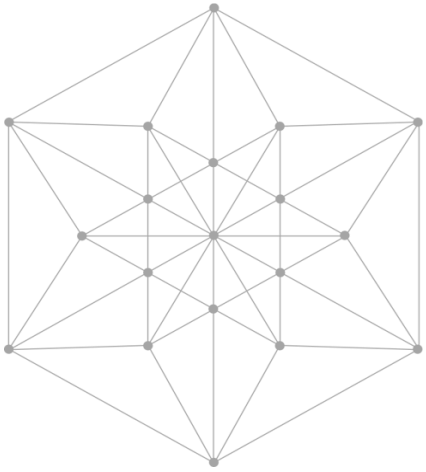
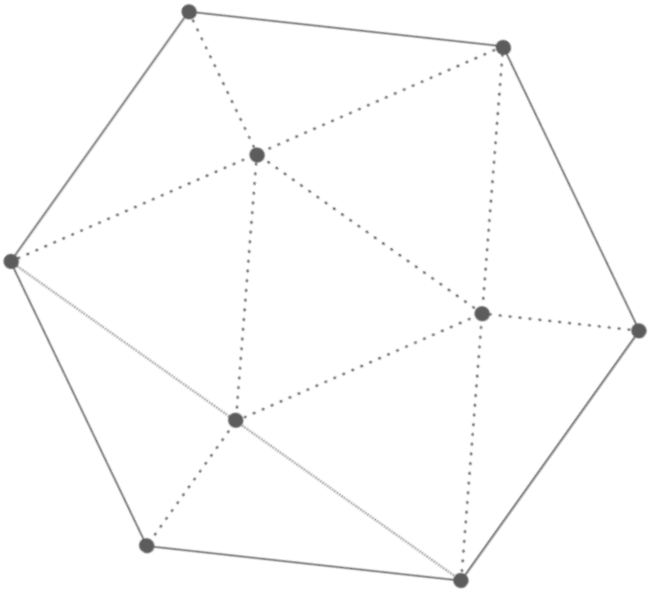






MASTER EN MARKETING DIGITAL, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

El papel del marketing de influencia en la alimentación saludable en Instagram

Alumna: Lucía Palacio Mejías
Tutora: Laura Melendo Rodríguez-Carmona

Septiembre, 2022

Universidad Camilo José Cela

Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 8

1.1. Planteamiento del problema 8

1.2. Objetivo general 9

1.3. Objetivos específicos 9

1.4. Hipótesis 10

1.5. Justificación 10

2. MARCO CONCEPTUAL 11

2.1. La alimentación saludable antes de Instagram 11

2.1.1. Los influyentes antes de Instagram: el nutricionista 11

2.1.2. Nutrición y alimentación saludable 12

2.2. La alimentación saludable a partir de la aparición de Instagram 13

2.2.1. Instagram 13

2.2.2. El marketing de influencia, el fenómeno influencer 15

2.2.3. Nutrición a través de Instagram 16

2.3. Perfiles especialistas en nutrición 17

2.3.1. Futurlife21 18

2.3.2. Foodtropia 20

2.3.3. Nutriaconsejame 21

2.3.4. Realfooding 22

2.3.5. Comparación de los perfiles 24

3. METODOLOGÍA 25

3.1. Análisis descriptivo de los perfiles de Instagram seleccionados 25

3.2. Encuesta 25

3.2.1. Elaboración de la encuesta 27

3.3. Entrevista en profundidad 28

4. MARCO EMPÍRICO 30

4.1. Contenidos de Futurlife21 30

4.2. Contenidos de Foodtropia 33

4.3. Contenidos de Nutriaconsejame. 36

4.4. Contenidos de Realfooding. 38

4.5. Comparación de publicaciones de los perfiles 41

4.6. Análisis de los resultados de la encuesta 44

4.7. Análisis de los resultados de la encuesta 53

4.8. Entrevista en profundidad 57

5. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS 68

6. CONCLUSIONES 70

7. LIMITACIONES Y PROSPECTIVA 74

8. BIBLIOGRAFÍA 76

9. ANEXOS 82

Anexo 1. Contenido en *stories* de @futurlife21 en agosto. 82

Anexo 2. Contenido en *post* de @futurlife21 en agosto. 108

Anexo 3. Contenido en *stories* de @foodtropia en agosto. 111

Anexo 4. Contenido en *post* de @foodtropia en agosto. 120

Anexo 5. Contenido en *stories* de @nutriaconsejame en agosto. 122

Anexo 6. Contenido en *post* de @nutriaconsejame en agosto. 124

Anexo 7. Contenido en *stories* de @realfooding en agosto. 126

Anexo 8. Contenido en *post* de @realfooding en agosto. 132

Anexo 9. Encuesta 183

Anexo 10. Transcripción de la entrevista 186

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4.1: Participación en Instagram con un perfil de usuario. 44

Figura 4.2: Ser seguidor de una cuenta de alimentación en Instagram. 45

Figura 4.3: Ser seguidor de los perfiles seleccionados. 45

Figura 4.4: Seguimiento del tipo de alimentación que fomentan los perfiles de alimentación. 46

Figura 4.5: Cambio en la alimentación desde empezar a seguir perfiles de alimentación en Instagram. 47

Figura 4.6: Sentimiento de mejoría al cambiar la alimentación. 48

Figura 4.7: Satisfacción con el tipo de contenido que suben los perfiles a Instagram. 48

Figura 4.8: Motivos principales por los que ha empezado a seguir a estos perfiles. 49

Figura 4.9: Interés en el contenido que publican los perfiles analizados. 50

Figura 4.10: Contenido favorito de los perfiles analizados. 51

Figura 4.11: Rango de edad. 52

Figura 4.12: Género de los encuestados. 53

Figura 4.13: Perfil de usuarios que siguen el tipo de alimentación fomentada por los perfiles (4-5) 55

Figura 4.14: Perfil de usuarios que ha cambiado su alimentación desde que sigue a estos perfiles en Instagram. 56

Figura 4.15: Perfil de usuarios en función de las razones por las que siguen a cuentas de alimentación. 57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1: Ficha técnica de la encuesta. 26

Tabla 3.2: Preguntas realizadas en la encuesta. 27

Tabla 4.1: Métricas de los perfiles analizados durante el mes de agosto. 42

Tabla 4.2: Motivos de utilización de Instagram de @gemma.recetas. 57

Tabla 4.3: Objetivo de crear un perfil. 58

Tabla 4.4: Motivo principal de reconocimiento en Instagram de @gemma.recetas. 58

Tabla 4.5: Opinión del formato que ofrece Instagram. 59

Tabla 4.6: Opinión de la alimentación de la sociedad de @gemma.recetas. 59

Tabla 4.7: Objetivo a largo plazo de @gemma.recetas. 60

Tabla 4.8: Inspiración de @gemma.recetas. 61

Tabla 4.9: Organización del plan editorial de @gemma.recetas. 61

Tabla 4.10: Formato de publicaciones con más repercusión de @gemma.recetas. 62

Tabla 4.11: Preocupación por la alimentación según @gemma.recetas. 62

Tabla 4.12: Opinión de @gemma.recetas sobre el marketing de influencia en la alimentación. 63

Tabla 4.13: Fiabilidad de los perfiles según @gemma.recetas. 64

Tabla 4.14: Cambios en el modo de alimentación según @gemma.recetas. 64

Tabla 4.15: Motivo principal por el que siguen a @gemma.recetas. 65

Tabla 4.17: Opinión de popularización de los perfiles de alimentación según @gemma.recetas. 66

Tabla 4.18: Objetivo principal de seguir a estos perfiles según @gemma.recetas. 67

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 2.1: Perfil de Instagram de @futurlife21. 19

Imagen 2.2: Perfil de Instagram de @foodtropia. 21

Imagen 2.3: Perfil de Instagram de @nutriaconsejame. 22

Imagen 2.4: Perfil de Instagram de @realfooding. 23

Imagen 4.1: Posts de Instagram de @futurlife21. 30

Imagen 4.2: Stories de Instagram de @futurlife21. 31

Imagen 4.3: Posts de Instagram de @foodtropia. 34

Imagen 4.4: Stories de Instagram de @foodtropia. 34

Imagen 4.5: Posts de Instagram de @nutriaconsejame. 36

Imagen 4.6: Stories de Instagram de @nutriaconsejame. 36

Imagen 4.7: Stories de Instagram de @realfooding. 38

Resumen

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en una de las fuentes de información más utilizadas por la población y de más accesibilidad. Estas plataformas sirven tanto para el ocio como para buscar información más detallada, incluso para formarse en ciertos aspectos. Uno de los temas más populares, sobre todo en Instagram, es el de la nutrición y estilo de vida saludable, existiendo perfiles profesionales o semiprofesionales de este sector, los llamados: *influencers*, estos perfiles se les considera fiables por el mero hecho de tener un número alto de seguidores. Sin embargo, ese es el mayor problema: el desconocimiento y la fiabilidad de perfiles que no cuentan con la formación necesaria como para tratar temas de salud y, finalmente, pueden ser perjudiciales para los usuarios. Por este motivo, muchos *influencers* como @futurlife21, @foodtropia, @nutriaconsejame y @realfooding tienen formación en nutrición o culinaria y tratan de enseñar, mediante sus publicaciones, las mejores opciones para conseguir una alimentación y estilo de vida saludables.

***Palabras clave*:** Instagram, *influencers,* alimentación saludable**,** nutrición**,** estilo de vida.

Abstract

Nowadays, social media have turned into one of the sources of information mostly used and accesible by the population. These platforms can be used as leisure as to seek more detailed information, even to know and study certain aspects. One of the most popular topics, especially on Instagram, is nutrition and healthy lifestyle, for that there are professional or semiprofessional accounts of this sector, they are called: influencers and they are cosidered reliable because of they have a lot of followers. However, that is the bif problema: ignorance and reliability of accounts that don’t have enough knowledge to deal with health issues and it can be harmful to users. For this reason, many influencers such as @futurlife21, @foodtropia, @nutriaconsejame and @realfooding are specialized in nutrition

or cooking and they try to teach, through their posts, the best options to achieve a healthy diet and lifestyle.

Keywords: Instagram, influencers, healthy diet, nutrition, lifestyle.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Instagram es una de las redes sociales de referencia en los últimos años que no para de crecer tanto en número de usuarios que la utilizan como forma de ocio (IAB Spain, 2022), como para empresas que buscan hacerse visibles ante un mayor público. Instagram, junto con Facebook, es la red social donde se genera más tráfico referido al *e-commerce* a través de contenido diario y colaboraciones con de *influencers*.

La figura de los *influencers* aparece como un elemento clave en las estrategias de publicidad *online*, ya que las empresas se pueden ajustar a cada perfil de influyente, presupuesto y número de métricas en función de sus objetivos. Muchas empresas cuentan con ellos por los buenos resultados observables que han tenido en otras campañas de comunicación previas a la suya.

Además, no tienen que certificar su nivel de experiencia en el ámbito al que se dedican, sino que el hecho de tener seguidores les hace ser considerados como figuras de alta credibilidad. Lo que también hace que se consideren un buen elemento de *engagement* es el modo en el que se dirigen a sus seguidores, se comunican con ellos de una forma natural en la que, aparentemente, están recomendando un producto o servicio, simplemente, por el placer de compartirlo.

Estos personajes no solo informan sobre sus colaboraciones, sino que combinan temas de trabajo con datos de su vida personal, mostrando vidas idílicas y estilos de vida perfectos. En este sentido se han considerado ser malas influencias por mostrar un cuerpo normativo y que todos los que se dedican a esta profesión tienen un estilo de vida saludable, lo que hace que muchos de sus seguidores consideren que tienen que imitarlo y, finalmente, aparezcan problemas de conductas alimenticias en ellos.

La alimentación es una de las categorías que más ha crecido en cuanto al formato de compra. Actualmente, es la tercera categoría que más se consume de forma *online*, teniendo por delante productos de tecnología y de entretenimiento. En este sentido hay

marcas que se aprovechan de estas figuras para comercializar con productos prometiendo un resultado físico similar al de la persona influyente que lo consume y que, en muchas ocasiones, no son los más saludables ni recomendables para un consumo diario.

La combinación de los dos puntos anteriores es uno de los motivos por los que han aparecido muchos *influencers* de alimentación. Muchos de ellos no tienen conocimientos sobre este tema, sino que comparten sus recetas y dietas con sus seguidores, pero también hay muchos perfiles especializados en nutrición y comida real, como es el caso de los perfiles de los que se va a hacer un análisis en este trabajo de investigación. Los perfiles escogidos para el análisis han sido @futurlife21, @foodtropia, @nutriaconsejame y @realfooding.

El objeto de estudio será conocer si la aparición de estos perfiles en redes sociales es lo que ha llevado a que muchas personas cambien su modo de alimentación y si ese cambio ha venido reforzado por la muestra y comparación de cuerpos perfectos y estilos de vida saludables a través de las redes sociales. O si, por el contrario, los perfiles de *influencers* del sector de la alimentación solo han sustituido o complementado lo que se conoce como “nutricionista” o “dietista” y es una forma de acercar ese perfil profesional a las personas interesadas en el tipo de alimentación saludable.

1.2. Objetivo general

El objetivo general de esta investigación será analizar cómo ha cambiado en los consumidores la preocupación por la alimentación saludable desde que siguen a perfiles de *influencers* de nutrición en Instagram.

1.3. Objetivos específicos

O.E.1: Investigar la estrategia de marketing que siguen los *influencers* seleccionados en sus perfiles de Instagram, teniendo en cuenta la periodicidad de sus publicaciones y el tipo de contenido que muestran en sus perfiles.

O.E.2: Conocer en qué medida estos perfiles de Instagram han provocado un cambio en la alimentación de sus seguidores.

O.E.3: Averiguar qué cambio han provocado estos personajes y cómo ha sido ese cambio.

1.4. Hipótesis

- Los usuarios de Instagram suelen seguir a, al menos, una cuenta dedicada a la alimentación que puede hacer cambiar su estilo de vida a uno más saludable.
- Los usuarios de Instagram han cambiado, o se han visto forzados a cambiar, su forma de alimentación al haber empezado a seguir en esta plataforma a expertos en la alimentación o perfiles que siguen un tipo de alimentación y estilo de vida saludable.

1.5. Justificación

El ámbito de la nutrición humana y la dietética es un tema cada vez más ligado al marketing digital y, sobre todo, a las redes sociales. Existen muchos trastornos alimenticios relacionados directamente con la presencia de las redes sociales al mostrar continuamente en la pantalla cuerpos considerados perfectos. Por este motivo, es interesante realizar una investigación relacionando las redes sociales con la nutrición.

Se han seleccionado cuatro perfiles de Instagram que son considerados *influencers* del ámbito de la alimentación: @futurlife21, @foodtropia, @nutriaconsejame y @realfooding, todos ellos favoreciendo un estilo de vida saludable.

El punto principal de investigación es conocer si la presencia de estos perfiles de *influencers* es lo que ha animado a los usuarios de Instagram a cambiar su modo de alimentación hacia uno más saludable, como el que ellos mismos muestran en sus perfiles.

2. MARCO CONCEPTUAL

Se van a sentar las bases de la investigación haciendo una comparación de los estilos de alimentación antes y después de la aparición de Instagram.

Para ello, se va a realizar el marco teórico con información sobre la alimentación saludable y la nutrición y la figura del nutricionista, que actuaba como actual *influencer.* Por otro lado, se dará información sobre Instagram, los *influencers* y el marketing de influencia. Finalmente, se relacionarán ambos puntos comparándolos entre ellos.

2.1. La alimentación saludable antes de Instagram

La alimentación define la salud de las personas, su evolución y su progreso. La dieta diaria de cada una debe integrar una serie de nutrientes que cubran las necesidades fisiológicas, dependientes de la edad, el sexo, las costumbres y el nivel de actividad física (Calañas-Continente, 2005).

El hecho de mantener una dieta sana a lo largo de los años es una forma de prevenir la malnutrición. La “malnutrición se refiere a las carencias, los excesos y los desequilibrios de la ingesta calórica y de nutrientes de una persona” (OMS, 2021).

Con el paso de los años, la alimentación y los hábitos de consumo evolucionan y pasan a depender de unos factores a otros como, por ejemplo, el precio de los alimentos o las preferencias culturales (OMS, 2018). Es necesario encontrar un equilibrio entre ellos de forma que beneficie a todos por igual.

2.1.1. Los influyentes antes de Instagram: el nutricionista

Un dietista – nutricionista es un profesional del ámbito de la salud encargado de mediar en la nutrición de una persona o grupo de personas en aspectos como: la nutrición para mejorar la salud y prevenir enfermedades, consejos en la dieta, el estudio y la enseñanza, la salud pública, las empresas del sector alimentario, la restauración colectiva y social (Ibáñez de León y Vega, 2013).

Esta profesión es muy demandada socialmente y es una figura clave para mantener y desarrollar la sociedad del bienestar (Cervera, 2005). El profesional dietista es el

encargado de evaluar nutricionalmente al paciente, teniendo en cuenta sus situaciones personales y circunstanciales con el objetivo de mantener en el tiempo una alimentación equilibrada.

El tratamiento dietético es fundamental para dar a conocer el modo en el que la alimentación saludable permanezca con el paso del tiempo y que el paciente pueda practicar el "*free living*", lo que significa que "una vez que la persona ha aprendido e interiorizado aquello que tiene que hacer con la alimentación, será capaz de llevarlo a cabo sin necesidad de una imposición externa" (Marques, Russolillo, Lopes, Bressan y Baladia, 2008, p. 168).

2.1.2. Nutrición y alimentación saludable

La necesidad de nutrientes de cada persona varía en función de factores fisiológicos como el sexo y la edad (García, Ruperti, Vallejo y Delgado, 2019). Según la OMS, por norma general una mujer necesita entre 1.600 y 2.000 calorías al día y un hombre entre 2.000 y 2.500.

La alimentación saludable es un punto fundamental para evitar la presencia de enfermedades actuales (Ramírez de Molina y Reglero, 2014). Una mala alimentación puede conllevar a la presencia de enfermedades de todo tipo, ya sean cardiovasculares, respiratorias, oncológicas o las que están directamente relacionadas con el tipo de alimentación, como son los trastornos de conducta alimentaria (TCA).

El cuidado continuo por el peso y el aspecto físico sumado a los cambios de alimentación, son los puntos principales en cuanto a la gravedad de las TCA (Claramunt, 2018). Los tres TCA principales son: la anorexia nerviosa, "se basa en mantener un bajo peso corporal, por debajo de los valores mínimos establecidos" (Martínez et al., 2022); la bulimia nerviosa, "se caracteriza por presentar abundantes episodios de sobreingesta seguidos de vómitos autoinducidos, uso de diuréticos o laxantes con la finalidad de compensar las consecuencias negativas de tales episodios, es decir, el aumento de peso" (del Río y Borda, 1999, p. 167); y otros trastornos no específicos.

2.2. La alimentación saludable a partir de la aparición de Instagram

Aunque las redes sociales no sean las culpables de la aparición de las TCA, en los últimos años ha sucedido un aumento en los casos (Romero, Ruiz y Sánchez, 2019). Esto es debido a la comparación de la figura corporal a través de las publicaciones en Instagram, que es una plataforma muy visual y estético. Las redes sociales son una fuente de información principal, en la que se incluye información sobre el ámbito sanitario, sin ninguna certeza de que la información que se puede encontrar en ellas está contrastada o es veraz (Custers, 2015).

Las categorías que más se buscan en redes sociales son: comida, *selfies*, amigos, deporte, memes, *gadgets*, moda y mascotas, según un estudio de Hu, Manikonda y Kambhampati, (2014). Es decir, se le da mucha importancia a lo superficial y al aspecto físico. Esta importancia se ha visto reforzada por perfiles influyentes, no necesariamente expertos en el ámbito de la alimentación, sino que, comparten su estilo de vida saludable y, por lo tanto, fomentan este tipo de alimentación y actividad en los demás. Por ejemplo, @sarabace es una *influencer* de moda y belleza que muestra en su perfil de Instagram y de YouTube el tipo de alimentación que lleva y su rutina de ejercicio diaria, e incluso ha llegado a hacer colaboraciones pagadas con marcas de alimentación. Otro ejemplo en este sentido es @coconstans que estudió Psicología y actualmente se dedica a su marca de *fitness:* @ffitcoco centrando su contenido en el deporte que realiza y en la alimentación saludable.

El problema de mostrar continuamente cuerpos considerados “perfectos” y entender que es por seguir una rutina de deporte concreta y una alimentación determinada, hace que los usuarios de las redes sociales se sientan insatisfechos corporalmente y se fuercen a seguir su ejemplo, sin haber acudido a un profesional que les recomiende lo mejor para sus condiciones fisiológicas (Holland y Tiggemann, 2016).

2.2.1. Instagram

Instagram es una red social que se creó en 2010 como una plataforma dirigida al contenido visual y fotografía móvil, cuyo objetivo es mantener la comunicación entre

usuarios a través de sus publicaciones. En 2021 contaba con más de 1.478 millones de usuarios y es una de las plataformas que más ha crecido en los últimos años, sobre todo, en la audiencia entre 25 y 34 años, convirtiéndose en una red social de referencia (Mejía, 2022).

Inicialmente era una red social en la que se compartía contenido y los seguidores podían reaccionar a las publicaciones comentando, dando *like,* guardando la publicación o enviándosela a un amigo, los puntos que forman el algoritmo de Instagram. Este algoritmo es el que determina el tipo de publicaciones que los usuarios de Instagram van a visualizar, ya que dependiendo del tipo de reacción al contenido, la visualización de este está condicionada a tener más o menos alcance (Vázquez-Herrero, 2019).

Con el paso del tiempo, las redes sociales se han convertido en un lugar donde las marcas se promocionan, se hacen colaboraciones y publicidad porque es muy sencillo segmentar según el público objetivo (Blanco e Iglesias, 2021). Tanto es así, que el 89% de los compradores *online* se consideran influenciados por las redes sociales a la hora de realizar una compra en 2021 (IAB Spain, 2022), siendo Instagram y Facebook las protagonistas a nivel comercial.

Además, el 46% de las compras *online* proceden de las redes sociales y es, junto con la publicidad *online*, la que mejor tasa de conversión tiene, con un 21% según IAB Spain (2022).

Con la evolución de Instagram, aparecieron figuras que dedicaban tiempo a crear contenido relacionado con marcas y no únicamente con ellos mismos. Las marcas se dieron cuenta de la influencia en la compra que estos personajes tenían respecto a sus *followers* y con el tiempo, los responsables de marketing de marcas reconocidas confiaron en ellos para promocionar sus productos y servicios. Es así como nace la figura de los *influencers* y el marketing de influencia (Castillo-Yépez, 2018).

2.2.2. El marketing de influencia, el fenómeno influencer

"Los *influencers* son aquellas personas que se considera que tienen el potencial de crear *engagement,* impulsar la conversación y/o influir en la decisión de compra de productos/servicios a un público objetivo" (IAB Spain, 2022, p.4).

Con estas figuras, las marcan modernizan el "boca-oreja" llevándolo a un entorno digital en el que los *influencers* recomiendan a sus seguidores sus productos o servicios (Iglesias, 2018). Para elegir al *influencer* adecuado para llevar a cabo la mejor campaña publicitaria a través de redes sociales, habría que tener en cuenta varios factores, tales como: el estatus del *influencer*, temática de contenido, métricas (seguidores, *likes*…), *engagement* que genera con su audiencia y, finalmente, el presupuesto, en función de los objetivos de la campaña (Villena-Alarcón y Fernández, 2020).

Según el estudio del Estatus del Marketing de Influencia 2019, Instagram es la red social de referencia para profesionales que buscan hacer campañas de marketing de influencia (46,2%) con mucha diferencia con Facebook, la cual está en segunda posición en el ranking con un 15,7%. Dentro de Instagram, el formato preferido para plasmar las creatividades de sus marcas es a través de un *post* en el *feed* (40,7%) seguido del formato Instagram *Stories* (32,9%). Además, el 28,9% de las marcas reutilizan el contenido generado por esos *influencers*.

Las reacciones a sus publicaciones son las que generan *engagement*, el cual ayuda a hacer tangible el compromiso y admiración de los consumidores por los productos o servicios de una marca (Oneto, Pérez y Riscart, 2020). El objetivo de la marca es asentar su veracidad, cercanía y seguridad y es en función del *engagement* la elección del *influencer* más acorde.

De la figura de los *influencers,* ha nacido el marketing de influencia, en el que el funcionamiento de las redes sociales pasa a ser un espacio publicitario liderado por los primeros. En estos espacios, los protagonistas tratan de conectar con sus seguidores

creando una comunicación directa y abierta dando importancia al “cómo se hace” y no tanto a “qué” (Castelló y del Pino, 2015).

2.2.3. Nutrición a través de Instagram

El número de seguidores de un *influencer* le da credibilidad y hace que sus seguidores consideren que hace lo correcto buscando imitar su comportamiento (García, 2020). No todos basan su contenido en la alimentación, pero al compartir su vida diaria, muestran una parte de su alimentación, lo que puede conducir a error y que los usuarios de Instagram se comparen con el resto pudiendo hacer que lleguen a obsesionarse con la alimentación.

Confiar en una persona que no cuenta con los estudios necesarios puede conllevar a los pacientes a que sufran problemas de salud (Fernández, 2020). A través de las redes sociales se puede encontrar información engañosa por basarnos en la alimentación de alguien de quien su cuerpo parece saludable y estéticamente bonito, o por seguir los consejos de alguien que aparentemente tiene información suficiente para recomendar productos alimentarios y que, finalmente, no sea así.

Sin embargo, en el caso de que el personaje portador de información tenga los estudios y bases necesarias como para poder hacer recomendaciones de valor, las redes sociales ofrecen un portal en el que pueden dar a conocer a sus seguidores información de calidad y con veracidad científica de hábitos realmente saludables (Camacho - López et al., 2022). Actualmente, las redes sociales son uno de los principales canales para emitir información y el hecho de que se incluya información dietética puede ayudar a proteger la salud de las personas, si esos datos son veraces. El error está en que también puede hacer el efecto contrario si la información de la que se fían los usuarios de Instagram no está contrastada científicamente (Sanz - Lorente y Castejón, 2019).

El blog Influence4You, en enero de 2022 realizó un ranking de 12 *influencers* de vida sana. En él se incluyen perfiles dedicados a la alimentación, orden físico y mental y deporte.

Los perfiles dedicados a la alimentación y que nos interesan para este Trabajo Fin de Máster son, según su posición en el ranking de más alta a más baja:

- Carlos Ríos, a quien se incluye en este trabajo. Está en la posición número 1 por convertir el movimiento "*realfooding*" en un estilo de vida para muchos de sus seguidores.
- Avena y Aguacate: Sara tiene 37,5 mil seguidores en Instagram y ofrece recetas sanas a la vez que ricas y fáciles.
- *Veggie Boogie*: Rocío ofrece a sus 31,3 mil seguidores de Instagram "recetas reconfortantes, sencillas y con un sabor especial" (Le Guyader, 2022).
- Paola Freire: es la persona detrás de Foodtropia, perfil que también se va a analizar en este trabajo. Esta cuenta ha crecido exponencialmente durante el confinamiento por mostrar en sus publicaciones recetas saludables y sencillas.
- Gu Nutrición: Gabriela es graduada en Nutrición Humana y Dietética y pretende conseguir una alimentación correcta a través de su perfil y su libro "Sin dieta para siempre".
- *The Fit Bowl*: Celia es profesional de la Nutrición Deportiva, explica paso por paso cada una de sus recetas a sus 126 mil seguidores de Instagram.

A parte de los dos perfiles ya mencionados en el ranking se va a analizar el perfil de Futurlife21, que cuenta con 500 mil seguidores en Instagram y busca, gracias a su formación en Nutrición que sus seguidores consigan una alimentación completa y enseñarles a cómo elegir bien los productos a la hora de hacer la compra. Y también se va a analizar el perfil de Nutriaconsejame en el que Carlota, farmacéutica y dietista - nutricionista muestra a sus casi 90 mil seguidores recetas, consejos e inspiración para sus platos.

2.3. Perfiles especialistas en nutrición

Alguno de los perfiles especialistas en nutrición que basan su información en las redes sociales, en concreto, en Instagram, son los siguientes: @futurlife21, @foodtropia,

@nutriaconsejame y @realfooding. Todos ellos pretenden concienciar a sus seguidores de la importancia de mantener una alimentación equilibrada y completa en el tiempo, combinándola con actos saludables, como el hecho de hacer deporte.

Se han seleccionado a estos perfiles porque se busca un perfil de *influencer* que tenga unas bases de conocimientos en el sector de la alimentación. Ya que hay muchos personajes que se dedican a este sector sin tener formación detallada sobre el tema, se ha querido hacer hincapié en la importancia de conocer el ámbito en el que estos *influencers* basan su contenido por ser un aspecto tan importante como la alimentación, que puede traer consigo graves enfermedades, como se han mencionado anteriormente.

A continuación, se va a analizar cada uno de ellos indicando: una presentación y la actividad a la que se dedican y hacen referencia, las redes sociales en las que está presente, la periodicidad de sus publicaciones, el número de seguidores con el que cuentan en cada uno de esos perfiles y el tipo de contenido que comparten, teniendo en cuenta tanto el formato posteado como la información relevante que en él se ofrece. Este análisis se ha realizado al inicio de la investigación, en junio de 2022, y es posible que actualmente los perfiles hayan cambiado tanto en número de seguidores como de publicaciones.

2.3.1. Futurlife21

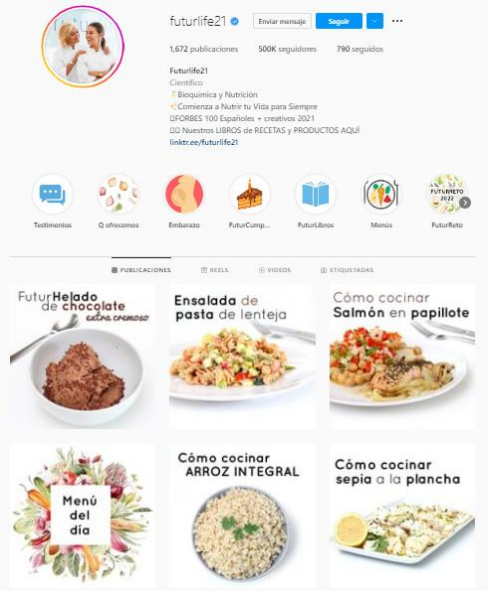
La cara visible del equipo Futurlife21 son Elena y María, madre e hija especialistas en nutrición. Ellas decidieron crear este portal para compartir una alimentación saludable que se mantenga en el tiempo a través de recetas originales y llenas de sabor.

El equipo Futurlife 21 está formado por “expertos en la divulgación científica, bioquímicos especializados en Alimentación, Nutrición aplicada, Nutrición clínica y Salud Pública” (Futurlife21). Ofrecen su servicio desde 2014 y han ido completándolo con el paso de los años, motivándose por la demanda de sus seguidores. Actualmente, tienen tres libros de recetas, un *blog* en el que tratan temas de actualidad, dan cursos, talleres de cocina y conferencias y comparten todo su contenido a través de las redes sociales.

Gracias a su presencia en estas plataformas se han convertido en *influencers* de la alimentación. Están presentes en Instagram, Facebook, YouTube, Pinterest y Twitter.

Como se puede ver en la Imagen 2.1 tienen un perfil de Instagram con 500.000 seguidores. En él comparten contenido, prácticamente, a diario, sobre recomendaciones, recetas e ideas que implementar a una vida diaria para tener una nutrición completa. Crean contenido a través de fotos y vídeos en el *feed*, *stories*, vídeos en directo, IGTV y *reels*.

Imagen 2.1: Perfil de Instagram de @futurlife21.



Fuente: @futurlife21 en Instagram.

En su canal de YouTube, comparten los vídeos que suben en formato IGTV a Instagram combinado con testimonios, entrevistas que han realizado o las presentaciones de sus libros de recetas. En esta red social cuentan con 13.100 suscriptores, pero publican contenido de manera esporádica.

En Facebook cuentan con una página de más de 24.000 “Me gusta” en la que comparten el mismo contenido que en Instagram para llegar a un mayor público combinando ambas.

Cuentan con un perfil en Pinterest en el que tienen 1.500 seguidores, donde comparten imágenes enlazando directamente a su página web para que su público pueda ver el contenido completo, pero no tienen muchas publicaciones ni están actualizadas.

Por último, tienen un perfil de Twitter con 1.689 seguidores, pero no publican contenido desde hace años. A través de esta red social anunciaban los talleres que iban a llevar a cabo y los vídeos que publicaban en el resto de redes sociales en las que interactuaban.

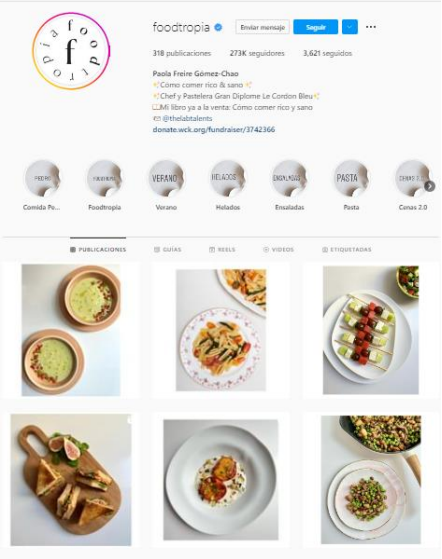
2.3.2. Foodtropia

Foodtropia es, según Paola Freire (2020) “un espacio donde comparto recetas sanas, fáciles y ricas”. Paola empezó a compartir contenido en redes sociales en 2018 y con el paso del tiempo, ha ido profesionalizando su trabajo hasta conseguir dedicarse únicamente a ello (Foodtropia, 2020).

Paola estudió Derecho y Empresariales y completó su formación culinaria trabajando en *The Good Food Company* y con el prestigioso programa de cocina *Le Cordon Bleu* Madrid. A través de su página web ofrece clases de cocina, las cuales también pueden ser presenciales, una gran variedad de recetas y su libro.

Además, comparte contenido continuamente a sus 273.000 seguidores de Instagram, en el que indica el paso a paso de sus recetas de una forma visual gracias al formato *reels* que ofrece esta red social. También sube imágenes al *feed* y *stories*, como se puede ver en la Imagen 2.2 y hace guías de Instagram con distintas categorías en función de alimentos u horas de comida.

Imagen 2.2: Perfil de Instagram de @foodtropia.



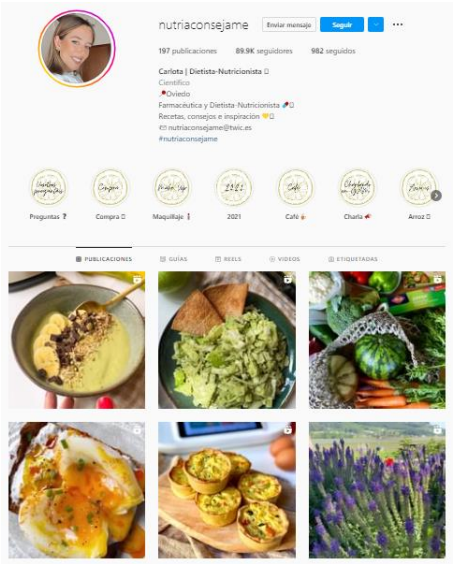
Fuente: @foodtropia en Instagram.

2.3.3. Nutriaconsejame

Carlota Fernández Viejo estudió un doble grado de Farmacia y Nutrición Humana y Dietética, forma parte del equipo de Realfooding creando contenido para dos de sus cuentas de Instagram y desde su propia cuenta ofrece recetas, consejos y recomendaciones para llevar una alimentación saludable.

Comparte contenido a través de Instagram, donde tiene 89.800 seguidores, como se puede observar en la Imagen 2.3. Publica de manera continuada en formato imágenes o *reels* con el paso a paso de sus recetas y aúna todas las categorías en guías de Instagram. También crea *stories* contestando preguntas de sus seguidores o enseñando las colaboraciones que hace con diferentes marcas. También hace vídeos en directo para cocinar a la vez que sus seguidores.

Imagen 2.3: Perfil de Instagram de @nutriaconsejame.



Fuente: @nutriaconsejame en Instagram.

En su página de Facebook hace tiempo que no comparte contenido, pero cuando lo hace, es contenido similar al de Instagram. En su página incluye recetas, vídeos o ideas para una alimentación saludable.

Por último, también comparte contenido en TikTok de manera esporádica. Se está iniciando en esta red social en la que cuenta con 105 seguidores compartiendo contenido similar al de sus otras plataformas.

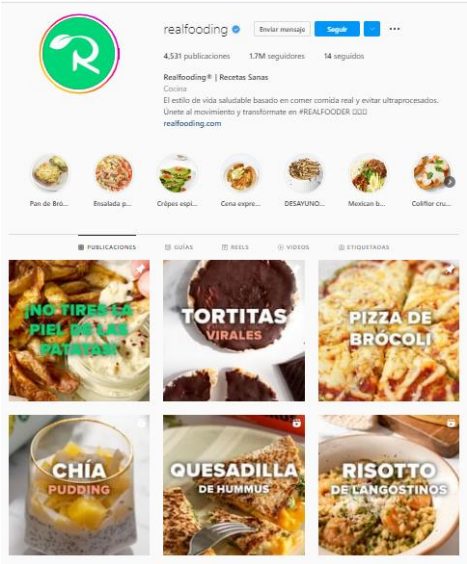
2.3.4. Realfooding

El movimiento *realfooding* nació de la mano de Carlos Ríos en el 2013 y “consiste en comer comida real y dejar de comer productos ultraprocesados” (Ríos, 2020, como se citó en Alcázar, 2020).

Realfooding comercializa sus propios alimentos, su libro de recetas (realfooding, 2021) y tiene su aplicación *My Real Food* en la que se muestran recetas saludables, productos reales, permite escanear los alimentos para conocer cuáles son adecuados y cuáles no y, además, se puede hacer un seguimiento de las comidas y kilo calorías ingeridas en función de unos objetivos creando un perfil en la aplicación. También tiene una versión de pago en la que ofrecen un plan de comidas personalizado, una lista de la compra automática y filtros y recetas verificadas.

También comparte contenido a través de redes sociales como Instagram, plataforma en la que tiene tiene tres cuentas diferentes. @realfooding cuenta 1.700.000 seguidores y centra su contenido en recetas saludables en formato imágenes, *reels*, vídeos en directo y guías, como se puede observar en la Imagen 2.4.

Imagen 2.4: Perfil de Instagram de @realfooding.



Fuente: @realfooding en Instagram.

Otro de sus perfiles es @realfooding.market con 551.000 seguidores. En esta cuenta ofrece recomendaciones y consejos sobre alimentos para hacer una compra sin ultraprocesados. Y, por último, la cuenta @myrealfood_app en la que comparte, con su más de un millón de seguidores, recetas, trucos e información que puede resultar de interés para conseguir llevar una alimentación saludable y con alimentos reales.

Además de estos perfiles de Instagram, el fundador también tiene su cuenta personal @carlosriosq, con un millón y medio de seguidores en la que comparte contenido similar al resto.

My real food también cuenta con perfil en TikTok, con 781.900 seguidores, en el que comparte vídeos rápidos con trucos para comprar la mejor opción de alimento, recetas rápidas y contenido para conseguir un acercamiento con sus seguidores.

En TikTok también comparten contenido de la cuenta de @realfooding, con 90.400 seguidores. En este perfil publican vídeos sobre recetas saludables, trucos para la hora de cocinar y productos saludables sustitutivos de ultraprocesados.

A través de su canal de YouTube *"MyRealFood*" que cuenta con 100.000 suscriptores, se comparte contenido más extenso sobre cómo llevar una vida saludable no solo basada en la alimentación, sino combinando varios aspectos como, por ejemplo, el deporte. Por último, cuentan con una página de Facebook de Realfooding en la que no comparten contenido habitualmente. Sin embargo, este perfil tiene 120.361 seguidores que ven las recetas que comparte.

2.3.5. Comparación de los perfiles

Todos los perfiles escogidos tienen conocimientos sobre alimentación y tienen una comunidad amplia de seguidores. Aunque en algún momento dado hagan colaboraciones con determinadas marcas, siempre están relacionadas con sus principios y valores, siendo un añadido positivo para los seguidores que basan su alimentación en ellos.

Cada uno de ellos tiene un objetivo: Futurlife21 busca promover una alimentación saludable y nutritiva basada en recetas originales y ricas, ofreciendo combinaciones para ocultar los sabores de alimentos más fuertes que puede que desagraden a una parte de la población.

Foodtropia pretende que sus seguidores tengan una alimentación sana gracias a las recetas fáciles y sencillas. Algo similar ofrece Nutriaconsejame, que combina esto con trucos e información importante para conocer los alimentos y la forma de consumirlos.

Por último, el movimiento Realfooding pretende incorporar a la dieta de sus seguidores alimentos reales y evitar el consumo de ultraprocesados, dando a conocer los productos saludables sustitutos de los más reconocidos.

3. METODOLOGÍA

Con la finalidad de alcanzar los objetivos descritos en el capítulo uno, se llevarán a cabo tres técnicas de investigación: un análisis descriptivo de los perfiles de Instagram seleccionados, una encuesta y una entrevista en profundidad.

3.1. Análisis descriptivo de los perfiles de Instagram seleccionados

En este análisis se indicarán los productos y servicios que ofrecen estos *influencers* de alimentación en sus perfiles de Instagram, para conseguir que su comunidad siga un estilo de vida y alimentación saludable. Se realizará un análisis del tipo de contenido que comparten en las redes, el estilo, las métricas y el tipo de comunicación que llevan.

3.2. Encuesta

Para alcanzar los objetivos de la investigación, se elaborará una encuesta que se compartirá a través de Instagram sobre la influencia de los perfiles dedicados a la alimentación en la comunidad de usuarios de esta red social.

Para la realización de la encuesta se utilizará Google Forms y se compartirá a través de Instagram, ya que ser usuario de esta red social es un requisito indispensable para obtener los resultados esperados de la encuesta. La encuesta constará de 12 preguntas muy sencillas para que se puedan responder de forma rápida.

Para conseguir el mayor número de respuestas en la encuesta de perfiles relacionados con el tema a tratar en este trabajo, se ha contactado con varios perfiles de alimentación. La encuesta se ha publicado a través de los *stories* de los perfiles: @foodpepa, con 115 mil seguidores, @clauvarleta, con 172 mil seguidores, @comidadediez, con 13,9 mil seguidores, @gemma.recetas, con 33,3 mil seguidores y @recetasymasde_so, con 5.268 seguidores, todos estos perfiles son de contenido *foodie*. De esta forma se ha conseguido una muestra significativa. La encuesta ha estado activa desde el 4 de julio hasta el 29 de agosto de 2022 de forma continuada en los perfiles de Instagram mencionados anteriormente.

Al crearse a través de Google, los resultados de la encuesta se podrán observar directamente en forma de tablas, gráficos y un Excel que incluye la información recopilada. De esta manera, será mucho más sencillo obtener una visión objetiva de la opinión de los perfiles encuestados.

Con los resultados de la encuesta se podrá conocer la influencia de estos personajes entre los usuarios de Instagram. Para poder responder a objetivos e hipótesis se les preguntará a los encuestados si siguen algún perfil destinado a la alimentación, en concreto, los analizados en este trabajo, u otros.

De la misma manera, se preguntará sobre el seguimiento del tipo de alimentación que fomentan estos *influencers*, el motivo por el cual les siguen y si ellos han sido el motivo del cambio. La investigación también permitirá conocer qué contenido es el que más les interesa a los seguidores de este tipo de perfiles y cómo se sienten después de cambiar su estilo de vida siguiendo la alimentación que estos perfiles fomentan.

Gracias a los datos facilitados por la hoja de cálculo Excel que ofrece *Google Forms* podremos conseguir una conclusión basada en la respuesta de los encuestados. Para analizar los resultados de la hoja de cálculo se seleccionarán las variables a estudiar cuya respuesta está basada en la escala de *Likert* y se observará cuál es la respuesta más frecuente según cada categoría de respuestas.

A continuación, en la Tabla 3.1 se muestra la ficha técnica de la investigación que se ha llevado a cabo.

Tabla 3.1: Ficha técnica de la encuesta.

Ámbito	Mundial
Universo	Personas mayores de 15 años
Muestra	475 encuestas
Tipo de encuesta	Encuesta online
Tipo de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Fecha de realización	Del 4 de julio al 29 de agosto de 2022

Fuente: Elaboración propia.

3.2.1. Elaboración de la encuesta

Respecto a la elaboración de la encuesta, primero se han decidido y redactado las preguntas esclarecedoras de la investigación, las cuales se han podido reducir a doce, que se pueden ver en la Tabla 3.2: suficientes como para obtener una investigación completa y que, a su vez, no exista mucha tasa de abandono de los encuestados. Se han seleccionado algunas preguntas como obligatorias para que no se enviase de forma incompleta.

Las preguntas formuladas son:

Tabla 3.2: Preguntas realizadas en la encuesta.

1.	¿Tienes Instagram?
2.	Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿sigues alguna cuenta de alimentación en Instagram?
3.	Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿sigues alguno de los siguientes? Puedes marcar más de una opción:
4.	¿Sigues el tipo de alimentación que fomentan estos personajes? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE
5.	¿Consideras que tu tipo de alimentación ha cambiado desde que sigues a estos personajes en Instagram? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE
6.	Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿te sientes mejor desde que has cambiado tu alimentación? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE
7.	¿Estás satisfecho con el tipo de contenido que ofrecen estos perfiles? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE
8.	¿Por qué has empezado a seguir a estos perfiles? Puedes marcar más de una opción:
9.	¿Te interesa el contenido que suben este tipo de perfiles? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE
10.	¿Qué contenido es el que más te gusta?
11.	Indica tu rango de edad:
12.	Indica tu género

Fuente: Elaboración propia.

Tras la redacción de las preguntas se ha elaborado la encuesta en la plataforma *Google Forms*, *software* de administración de encuestas que proporciona Google y se ha mandado a varios perfiles dedicados al contenido *foodie* en Instagram. La localización de esta encuesta en Instagram era un punto clave para asegurar que todos los encuestados tenían un perfil activo en esta red social.

Para conseguir la ayuda de los perfiles de Instagram, se les mandó el siguiente mensaje directo: "¡Hola! Me llamo Lucía, estoy haciendo mi TFM sobre el marketing de influencia en el sector de la alimentación y tengo que hacer una encuesta. Te agradecería mucho que la hicieses y que la compartieses en tu perfil para poder llegar a más gente. Te dejo el *link*: https://forms.gle/2VnWoyLooEy7UPRX6. Muchas gracias de antemano!!"

Después de haber contactado con muchos perfiles, algunos de ellos accedieron a proporcionar su ayuda y gracias a que varios perfiles compartieron el *link* en sus *stories* se han obtenido muchas respuestas. Durante los primeros días fueron aumentando las respuestas en un rango muy corto y con el tiempo las respuestas fueron aumentando. El objetivo era conseguir una muestra significativa, la cual se alcanzaba con un mínimo de 400 respuestas.

Finalmente, el tiempo en el que se ha estado repitiendo el enlace en los perfiles ha sido casi dos meses. En total se han obtenido 475 respuestas.

3.3. Entrevista en profundidad

Para poder contrastar desde otro punto de vista los resultados obtenidos en la encuesta y conocer la opinión de alguien dedicado a este sector se llevará a cabo una entrevista estructurada de forma *online* a un perfil dedicado a este ámbito, @gemma.recetas a quien se le preguntará su objetivo al empezar a mostrar sus recetas, el motivo por el cual decidió elegir Instagram como canal de comunicación y su opinión sobre el tipo de alimentación que lleva la sociedad hoy en día.

Se contactó con ella a través de *email* con las preguntas de la entrevista y contestó directamente aceptándola, se pueden verificar tanto las preguntas como las respuestas en el Anexo 10.

El objetivo principal de esta entrevista es conocer la opinión actual del sector de los influyentes del ámbito de la alimentación a través de Instagram y contrastar si es similar a la de los usuarios que les siguen y si es factible para ellos. Por tanto, las preguntas estuvieron enfocadas en este tema para confirmar o rechazar las hipótesis planteadas. También se hicieron preguntas referentes a la red social Instagram, en la cual interactúa el perfil entrevistado, para conocer si es un canal de comunicación adecuado para este tipo de contenido.

4. MARCO EMPÍRICO

A continuación, se va a mostrar la observación de la evolución de los perfiles durante el mes de agosto. Se va a indicar el crecimiento o disminución del número de seguidores en Instagram, qué tipo de contenido han compartido, el formato que han utilizado y el número de publicaciones, con una media de “Me gusta”.

También se van a analizar los resultados de la encuesta en la que se pregunta sobre el seguimiento del tipo de alimentación que fomentan estos perfiles y las repuestas de la entrevista en profundidad a un personaje que comparte contenido de este sector.

4.1. Contenidos de Futurlife21

Futurlife21 ha aumentado su comunidad en 5.000 seguidores, de 495 mil a 500 mil seguidores en un mes. Los *posts* compartidos, como muestra la Imagen 4.1 se han centrado en dos tipos de contenido: recetas, las cuales las comparten en formato *reels* con una media de 6.000 me gustas; y recomendaciones o consejos sobre temas concretos. Estas publicaciones las comparten aproximadamente cada dos días pero en el periodo a analizar, agosto, el número ha sido menor.

Imagen 4.1: Posts de Instagram de @futurlife21.

Fuente: @futurlife21 en Instagram.

En sus *stories* han hecho encuestas y preguntas sobre alimentos concretos ofreciendo información de valor, tal y como se muestra en la Imagen 4.2, también contestan preguntas de sus seguidores o comparten los agradecimientos de los mismos diariamente.

Imagen 4.2: Stories de Instagram de @futurlife21.

Fuente: @futurlife21 en Instagram.

En concreto, a continuación se va a hacer un análisis de todo el contenido publicado durante el mes de agosto.

Uno de los temas que más se repite en su contenido en *stories* son las recetas: lo hacen a través de vídeos mostrando el resultado final del plato o el paso a paso a seguir de cada una de ellas, a la vez que dan información sobre los alimentos y proporciones de los mismos que van a utilizar. Otra forma de hacerlo es compartiendo sus propios *posts* en *stories*, así enlazan directamente a la publicación en la que incluyen, en el pie de foto, la receta con sus respectivos ingredientes y la forma de desarrollarla.

Para conseguir interacciones con sus seguidores, a través de *stories*, comparten imágenes de platos finalizados indicando el libro de recetas propio en el que pueden encontrar cada una de ellas, incluyendo, en algunos casos, el enlace directamente a la compra y redirigiendo a su *web*. En muchas ocasiones, este contenido se publica inmediatamente después de un vídeo de recetas, para ofrecer nuevas ideas similares que sólo podrán encontrar a través de la compra de sus propios productos.

Otra de las secciones que más se repite en su perfil es la de ofrecer contenido nutricional y técnicas de cocina. Para ello, dedican varias publicaciones, principalmente con texto, a explicar diferencias entre alimentos y los distintos nutrientes que aportan, a desmontar mitos, a aconsejar sobre qué utensilios de cocina son más adecuados para

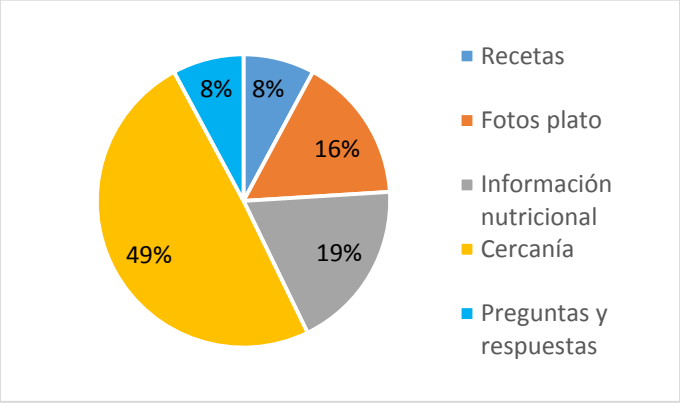
determinadas técnicas, o redirigen directamente al *post* de su *blog* en el que hacen referencia.

Para resolver dudas, tanto nutricionales como de recetas, o dar consejos de alimentación que incluir en el día a día, utilizan el formato “Caja de preguntas” de Instagram en la que cualquiera puede consultar lo que considere necesario. Las respuestas las comparten a través de *stories* tanto en formato *storytelling* como por escrito.

Para empatizar y tener un trato cercano con sus seguidores, muchas veces comparten mensajes directos que les envían. La mayoría de estos mensajes son de agradecimiento por el servicio que ofrecen, pero también resuelven dudas sobre las recetas compartiendo la respuesta que les mandan, contestan preguntas personales o comparten memes. Otra forma de mostrar cercanía es a través de encuestas de Instagram, en las que dan dos opciones de alimentos a elegir para tratar de conocer mejor a sus seguidores, o mostrar contenido de su vida personal.

A continuación, en el Gráfico 4.1 se puede observar la proporción de contenido que destinan a cada uno de los temas mencionados anteriormente. Cabe destacar, que el mes durante el que se ha hecho el análisis es agosto, durante el cual estuvieron de vacaciones y la mayoría del contenido ha sido más cercano debido a este motivo.

Gráfico 4.1: Secciones de contenidos frecuentes de @futurlife21 en stories durante agosto.



Fuente: Elaboración propia.

Respecto al contenido publicado en agosto en formato *post,* ha sido mucho menos frecuente que por *stories* y lo han destinado, sobre todo, a compartir recetas. Para mostrar

el paso a paso de cada una de ellas utilizan los *reels* y o imágenes estáticas y en el pie de foto, incluyen los ingredientes necesarios y sus proporciones, además de su elaboración. Hay una gran diferencia de métricas entre cada uno de ellos, el *reels* que han compartido durante este mes ha conseguido 15.081 “Me gusta” y 173 comentarios, mientras que la foto de contenido similar solo 3.986 “Me gusta” y 89 comentarios. De esta forma se puede observar claramente que el formato vídeo es mucho más agradecido que las imágenes estáticas, a pesar de ofrecer un contenido similar en el texto.

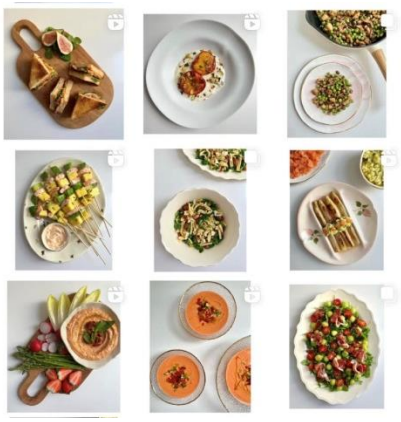
La otra publicación compartida durante agosto se ha destinado a información nutricional en la cual, mediante un carrusel de imágenes, se puede ver, y completar con el pie de foto, la información para instaurar hábitos saludables. Este post ha alcanzado los 5.940 “Me gusta” y 161 comentarios.

En el Anexo 1 y 2 se pueden ver las tablas de contenidos de *stories* y *posts* de @futurlife21 durante el mes de agosto detallados y ordenados cronológicamente y con el texto que se incluía en cada uno de ellos.

4.2. Contenidos de Foodtropia

El perfil de Instagram de Foodtropia ha aumentado en 7.000 seguidores hasta llegar a tener 273 mil seguidores en un mes. Su contenido compartido en *posts* suele ser sobre recetas cada tres o cuatro días. En formato *reels* muestra el plato final, como se puede ver en la Imagen 4.3, con una media de 2.000 me gustas, y en el *copy* incluye los pasos a seguir para elaborarlo. Al igual que el perfil anterior, la frecuencia de publicaciones durante el mes de agosto ha sido más baja.

Imagen 4.3: Posts de Instagram de @foodtropia.



Fuente: @foodtropia en Instagram.

En formato *stories* comparte sus *posts*, otro tipo de recetas más rápidas y sencillas, restaurantes a los que va y marcas con las que trabaja aproximadamente cada dos días, como se puede ver en la Imagen 4.4.

Imagen 4.4: Stories de Instagram de @foodtropia.

Fuente: @foodtropia en Instagram.

A continuación se va a analizar, de la misma forma que en el perfil anterior, el contenido de *stories* compartidos por @foodtropia durante el mes de agosto.

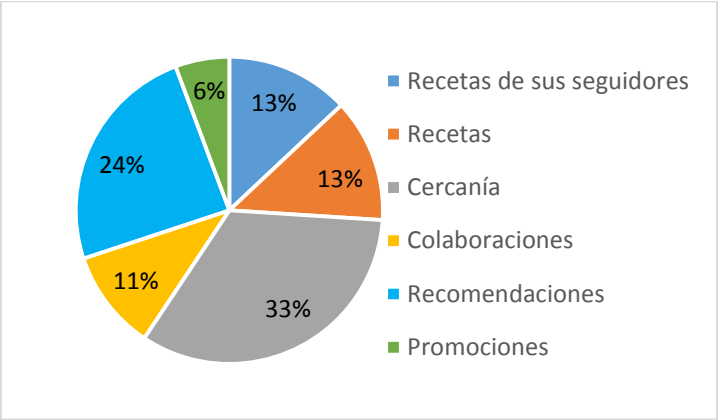
El contenido se divide en distintas secciones siendo el que más se repite el dedicado a relacionarse de forma cercana con sus seguidores, ofreciendo imágenes o vídeos de su vida personal e interacciones con sus seguidores a través de encuestas o del formato “Caja de preguntas”. También ofrece recomendaciones sobre lugares que visitar, tanto de alojamientos, como restaurantes y publicaciones de otros *influencers* de alimentación que comparten consejos saludables o sobre cómo cocinar ciertos alimentos.

Otra forma de agradecer a sus seguidores y mostrarse cercana con ellos es compartiendo los *stories* en los que estos la mencionan y hacen referencia a alguna de sus recetas, de la misma forma que publica sus propias creaciones culinarias compartiendo los *post* en los que indica el paso a paso de cada una de ellas y los ingredientes necesarios para llevarla a cabo.

Por último, las colaboraciones con marcas y las promociones de sus propios productos es también parte del contenido que ofrece en sus *stories*. Las colaboraciones pagadas las indica a través del texto "*Ad*" haciendo referencia a que es de pago, estas suelen ser con marcas de alimentos o de menaje y en sus propias promociones hace referencia y enlaza directamente a la compra de su libro de recetas.

Este contenido se puede ver detallado en el siguiente Gráfico 4.2 en el que se indica el porcentaje referido a cada uno de los temas publicados en *stories* en el mes de agosto y en el Anexo 3 y 4 se puede ver la tabla detallada ordenada cronológicamente de cada una de sus publicaciones en este formato.

Gráfico 4.2: Secciones de contenidos frecuentes de @foodtropia en stories durante agosto.



Fuente: Elaboración propia.

Al igual que en el perfil analizado anteriormente, el contenido publicado en formato *post* es mucho menos frecuente que el publicado en *stories,* en total ha publicado dos *reels*. En el primero muestra el paso a paso de una de sus recetas y el resultado final, indicando en el *copy* los ingredientes y las elaboraciones necesarias. En este ha conseguido 1.762 "Me gusta" y 43 comentarios y, en el segundo ha preparado un vídeo con el emplatado de

una bandeja de aperitivos, que sirve como inspiración para sus seguidores. En este último vídeo ha conseguido 1.104 “Me gusta” y 26 comentarios, lo que indica que, a pesar de ser contenido diferente, ya que es algo más estético que saludable, interesa menos, aunque de forma similar porque tienen poca diferencia de “Me gusta”.

4.3. Contenidos de Nutriaconsejame

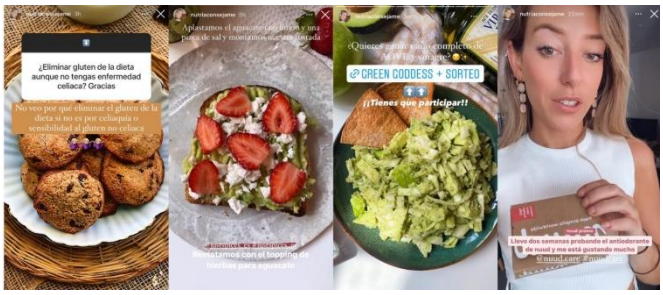
Nutriaconsejame ha bajado en 100 seguidores su comunidad en un mes, puede ser porque únicamente ha compartido cinco publicaciones en formato *post* entre junio y julio con una media de 700 “Me gusta” y un único *post* en agosto. En cambio, en formato *stories* ha compartido más contenido. Los *posts* que comparte son en formato *reels* en los que muestra la preparación y la presentación del plato final y también ha compartido consejos sobre cómo hacer la compra en el supermercado, como se ve en la Imagen 4.5.

Imagen 4.5: Posts de Instagram de @nutriaconsejame.

Fuente: @nutriaconsejame en Instagram.

En sus *stories* comparte contenido, como se puede observar en la Imagen 4.6, sobre preguntas que le hacen sus seguidores, colaboraciones con marcas y recetas, entre otros.

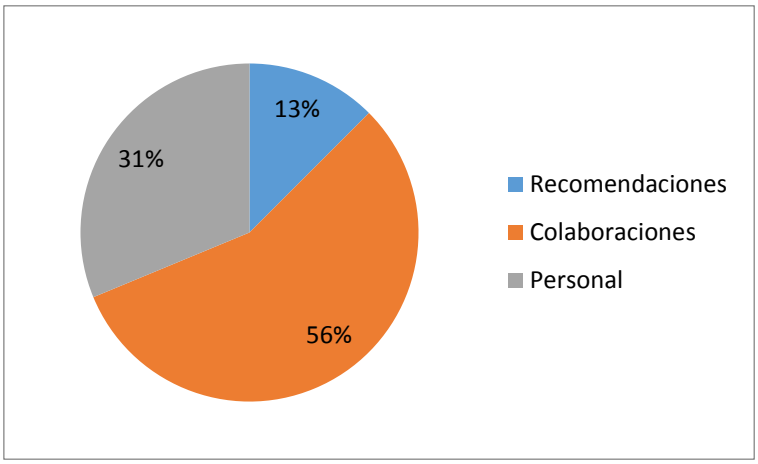
Imagen 4.6: Stories de Instagram de @nutriaconsejame.



Fuente: @nutriaconsejame en Instagram.

El contenido que @nutriaconsejame ha publicado en *stories* durante el mes de agosto ha sido muy poco frecuente. A lo largo del mes ha dedicado su contenido a ofrecer recomendaciones de menaje de cocina, también ha ofrecido un contenido más personal con imágenes de su día a día para mostrarse más cercana con sus seguidores. Y por último, el contenido que más ocupa en sus *stories* es el de las colaboraciones con marcas, añadiendo el texto "ad" o "promo" para indicar que tiene una contraprestación económica. En estas publicaciones habla sobre el producto o servicio que vende a través de formato *storytelling* o compartiendo un *reels* de su *feed*. La proporción del contenido dedicado a *stories* se puede ver en el siguiente Gráfico 4.3 de forma detallada.

Gráfico 4.3: Secciones de contenidos frecuentes de @nutriaconsejame en stories durante agosto.



Fuente: Elaboración propia.

Como se viene haciendo en los perfiles anteriores, a continuación se va a analizar el contenido publicado en formato *post*. En este caso solo ha subido una publicación en este formato y ha sido mediante un *reels* en el que se indica el paso a paso de una de sus recetas. En el pie de foto añade los ingredientes necesarios para prepararla, sus proporciones y cada elaboración, añadiendo el texto "*ad*" y mencionando a la marca con la que colabora haciendo referencia a que es una promoción de una marca. Además, se interesa por los gustos y preferencias de sus seguidores pidiéndoles sus sugerencias de mejora. En esta publicación ha conseguido un total de 876 "Me gusta" y 26 comentarios.

4.4. Contenidos de Realfooding

Por último, el perfil de Instagram de Realfooding tiene mil seguidores más a pesar de no haber posteado nada desde abril y haber centrado su contenido en *stories*. En ellos, como se puede ver en la Imagen 4.7, publica recetas, publicidad sobre su propia marca y testimonios de sus seguidores, entre otros.

Imagen 4.7: Stories de Instagram de @realfooding.

Fuente: @realfooding en Instagram.

De la misma forma que se ha analizado en perfiles anteriores, en anexos se puede ver el contenido que ha compartido @realfooding durante el mes de agosto en formato *stories*, ordenado de forma cronológica. Este contenido está basado en cuatro aspectos principales.

Como se puede ver en el Gráfico 4.4., la sección que más se repite en sus *stories* de Instagram es, con diferencia, mostrar sus propias recetas. El método de mostrarlas es explicando el motivo por el cual han decidido esa receta y enseñar el paso a paso con un vídeo del proceso mientras van contando cada elaboración gracias al formato *storytelling,* pudiendo dedicar hasta 9 *stories* para cada receta. De esta forma, también consiguen mostrar más cercanía con sus seguidores.

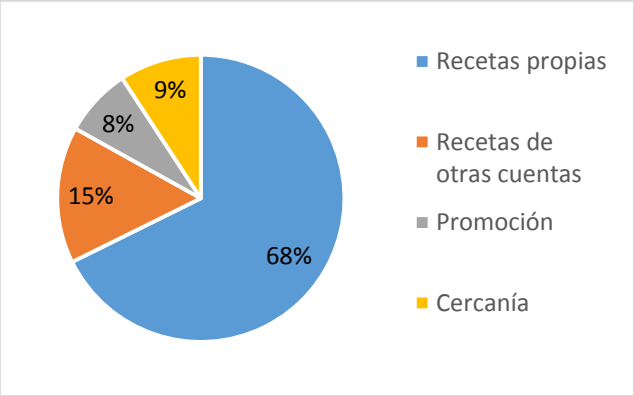
El contenido que más repiten, en segundo lugar, es mostrar recetas de otras cuentas de Instagram pero que forman parte de la misma empresa, es decir, utilizan los perfiles de cada una de las ramas que forma Realfooding para promocionarse unas a otras. En este caso, comparten recetas de @realfooding.vegan y de @carosriosq.

Otra forma de promocionarse es, de forma similar a la anterior, compartir contenido de otros perfiles que forman parte de Realfooding pero sin dedicarlo a las recetas

específicamente. Por ejemplo, en el mes de agosto, ha compartido *stories* de la expansión a Barcelona del nuevo concepto @realfoodingtogo anunciando el evento, los beneficios que ofrece y regalos para los asistentes.

Por último, para tratar de forma cercana a sus seguidores y mostrarles que les tienen en cuenta a la hora de crear su contenido en redes sociales, dedican varios *stories* a preguntarles lo que más les interesaría escuchar o qué tipo de contenido es el que más les gusta. Esto lo hacen a través del formato "Caja de preguntas" que ofrece Instagram.

Gráfico 4.4: Secciones de contenidos frecuentes de @realfooding en stories durante agosto.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los *posts,* prácticamente todos ellos los dedican a mostrar sus propias recetas en formato *reels*. En cada uno de los vídeos, al igual que los otros perfiles, se muestra el paso a paso de cada uno de los platos añadiendo la misma información en el pie de foto, es decir, los ingredientes necesarios, sus proporciones y cada elaboración de forma detallada.

Este es el único perfil que ha adoptado la última novedad de Instagram, que es la de compartir publicaciones con otro perfil, de esta forma se consigue un mayor alcance, ya que no es necesario que se siga a ambas cuentas. Las invitaciones para compartir una publicación de forma conjunta las utilizan, principalmente, junto con perfiles de la misma empresa, como ocurre con los *stories* mencionados anteriormente, es decir, @realfooding.vegan, @realfooding.market o @realfooding.postres y, en menor medida, con otras cuentas con las que colaboran. De nuevo, esta es una forma de promocionarse entre

ellas ya que, durante el mes de agosto, solo una de las invitaciones ha sido con una cuenta externa a Realfooding, @danoneyogur.

Muchas de sus publicaciones son en colaboración con otras marcas de alimentación lo indican en el pie de foto mencionando a la marca, en vez de utilizar la actualización de la invitación mencionada anteriormente para anunciar la colaboración.

En último lugar, otro tipo de contenido que ofrecen en *posts* es ofreciendo un trato más cercano con sus seguidores. En este mes en concreto, han publicado un *reels* humorístico, compartiéndolo a su vez en @realfooding.market. Además, otra forma de ser más cercanos es añadir en el pie de foto de cada una de sus publicaciones a la persona del equipo que la ha elaborado y su función principal en la organización.

Los *posts* publicados en el mes de agosto alcanzan una media de 8.878 “Me gusta”, entre ellos, el máximo lo ha conseguido una publicación con 22.031 “Me gusta” que hace referencia a una de sus recetas propias, el contenido más habitual en su *feed*. El mínimo de “Me gusta” lo alcanza una publicación que también es un *reels* de recetas, sin embargo, es en colaboración con una marca de alimentación ajena a Realfooding, obteniendo 3.778 “Me gusta”. Cabe destacar, que la única publicación en este formato que tiene un carácter humorístico y que se destina completamente a mostrar cercanía con los seguidores tiene 13.899 “Me gusta”, es decir, está por encima de la media, lo que indica que a los usuarios de Instagram les gusta sentirse parte de una comunidad.

En cuanto a los comentarios, la publicación que más interacciones ha conseguido es el *reels* humorístico que se ha mencionado antes con un total de 156 comentarios. Se podría decir que este tipo de publicaciones es el que hace que sus seguidores se sientan parte de un grupo e identificados con un estilo de vida determinado y unos valores concretos. La publicación que menos comentarios ha conseguido, con un total de 21, es una receta propia que coincide con una de las publicaciones con un número de “Me gusta” más reducido.

En general, cuantos más “Me gusta” tiene cada publicación, más comentarios recibe y viceversa, aunque el algoritmo de Instagram hace que se muestren más o menos las publicaciones de cada cuenta, actualmente, en función de los *posts* guardados de cada perfil. Este es el motivo por el cual indican en cada pie de foto que guarden el *post* en su cuenta.

4.5. Comparación de publicaciones de los perfiles

El formato de contenido que más se repite en todos los perfiles analizados es el del *story.* La mayoría de ellos comparte contenido cada día a través de este formato con un estilo de comunicación más cercano al que utiliza al compartir un *post,* intentando obtener *feedback* por parte de sus seguidores y reacciones de los mismos. En ocasiones, comparten el contenido en el que les mencionan, utilizan el formato de “Cajas de preguntas” que ofrece Instagram, o el *storytelling* o con un tono más amigable en el texto que escriben en ellos.

Sin embargo, aunque todos ellos comparten menos contenido a través de publicaciones en formato *post*, cada vez que lo hacen, coinciden en utilizar el formato *reels*. Este tipo de vídeos es bastante parecido en todas las cuentas, ya que es una forma rápida, sencilla y atractiva de mostrar el paso a paso de cada receta, utilizando, la mayoría de ellos, música y el paso a paso con la voz en *off* de los creadores.

Además, suelen hacer hincapié en el hecho de guardar las publicaciones ya que, según el algoritmo de Instagram, es lo que más beneficia a cada perfil, buscando posicionarse cada vez mejor en esta red social. Otra forma de posicionarse es a través del uso de *hashtags*, los cuales cambian en cada publicación, además de repetir algunos en cada una de ellas.

Cada perfil analizado sigue un estilo y diseño concreto y personal para cada uno, acorde con el resto de publicaciones y estilo de comunicación. En formato *stories*, el contenido varía un poco más dependiendo de cada cuenta pero, en formato *post*, prácticamente la totalidad de las publicaciones son recetas. El único perfil que muestra otro

tipo de contenido en este formato es @futurlife21 que ofrece, con poca frecuencia, recomendaciones y consejos saludables.

A continuación, en la Tabla 4.1 se muestran las métricas de cada uno de los perfiles en función de las publicaciones que comparten en formato *post*.

Tabla 4.1: Métricas de los perfiles analizados durante el mes de agosto.

Perfiles	@futurlife21	@foodtropia	@nutriaconsejame	@realfooding
Nº seguidores	507.000	276.000	89.400	1.700.000
Nº *posts*	3	2	1	24
Nº “Me gustas”	8.083	1.288	841	8.878
Nº comentarios	136	33	26	60
Visualizaciones de *reels*	469.292	91.846	55.535	666.794
Uso de hashtags	No	Sí	Sí	Sí
Guardar publicación	Sí	No	No	Sí

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Tabla 4.1, @futurlife21 y @realfooding son los perfiles, de entre los analizados, que más seguidores tienen y, coincide con los que obtienen un mayor número de “Me gusta” y visualizaciones en sus publicaciones. Llama la atención que, a pesar de que @realfooding tenga más del doble de seguidores de @futurlife21, estos solo se distingan en pocos “Me gusta” aunque hay que reconocer que la media de ellos en las publicaciones del primero se mueven en torno a ese rango y las del segundo tiene picos mucho más altos llegando incluso a alrededor de 22.000 “Me gusta”.

En cuanto a los comentarios, @futurlife21 es el que más de ellos obtiene en sus publicaciones, lo que parece que es por la combinación de *posts.* Es decir, los vídeos que suben el resto de perfiles indican el paso a paso de cada una de sus recetas, al igual que

este perfil, y la mayoría de sus comentarios son seguidores mencionando a otros amigos o indicando que van a hacer la receta, sin ningún tipo de repercusión. Sin embargo, @futurlife21 comparte también contenido de información nutricional y en ellos invita a sus seguidores a que les consulten en comentarios cualquier duda que les pueda surgir. Esto también es una forma de que el algoritmo de Instagram sea más beneficioso para ellos ya que cuanta más interacción tengan las publicaciones de cada perfil, más impresiones y alcance se supone que van a tener.

Las visualizaciones de cada uno de los *posts* que suben en formato *reels* son acordes al número de seguidores que tiene cada uno de los perfiles analizados, siendo el perfil que más seguidores tiene el que alcanza una media de visualizaciones mayor, en este caso, @realfooding.

Tres de los perfiles analizados utilizan *hashtags* en cada una de sus publicaciones, el uso de estas palabras clave es una forma de conseguir que los usuarios de Instagram conozcan el perfil y vean sus publicaciones sin necesidad de ser sus seguidores previamente. Los tres perfiles que los utilizan los varían en función de cada publicación y de la receta que estén preparando, además del uso de unos *hashtags* permanentes relacionados con la marca en sí misma y el uso de #ad o #promo para indicar que se trata de un anuncio.

Además de los relacionados con cada una de las recetas que publican en sus *posts*, @realfooding y @foodtropia suelen coincidir en el #realfood, indicando que los productos y recetas que crean en sus perfiles son o están elaborados con comida real, refiriéndose a este concepto como forma de decir que no se trata de ningún ultraprocesado. @nutriaconsejame y @realfooding también coinciden en el uso de un *hashtag*, el de #recetassaludables. El uso de uno u otro depende del número de seguidores que tenga cada uno y, por tanto, del alcance que pueden conseguir gracias a su mención.

Por último, @foodtropia y @nutriaconsejame no recomiendan a sus seguidores que guarden la publicación, al contrario que @futurlife21 y @realfooding, a pesar de que este

tipo de interacción, según el algoritmo de Instagram, es el que más favorablemente influye al posicionamiento de un perfil de esta red social.

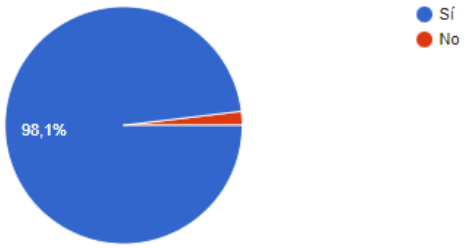
4.6. Análisis de los resultados de la encuesta

Google Forms ofrece gráficos y una tabla de Excel para observar los resultados y las respuestas del cuestionario de cada uno de los encuestados. Gracias a este formato se pueden conocer de forma clara los resultados de la investigación.

Las figuras que se muestran a continuación muestran el porcentaje de respuestas de cada una de las preguntas expuestas en la encuesta, obtenidas a partir de la plataforma de Google.

PREGUNTA 1. ¿Tienes Instagram?

Figura 4.1: Participación en Instagram con un perfil de usuario.

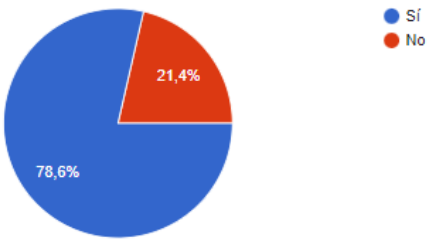


Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

A pesar de que la encuesta se compartió mayoritariamente a través de Instagram, hubo determinados perfiles que la reenviaron a grupos *foodies* por otros canales. Tener perfil de Instagram era un requisito indispensable para continuar con la encuesta, el cual cumple el 98,1% de los perfiles, tal y como indica la Figura 4.1. De la muestra obtenida, la mayor parte de encuestados que no tenían Instagram eran mujeres de entre 56 y 65 años.

PREGUNTA 2. Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿sigues alguna cuenta de alimentación en Instagram?

Figura 4.2: Ser seguidor de una cuenta de alimentación en Instagram.



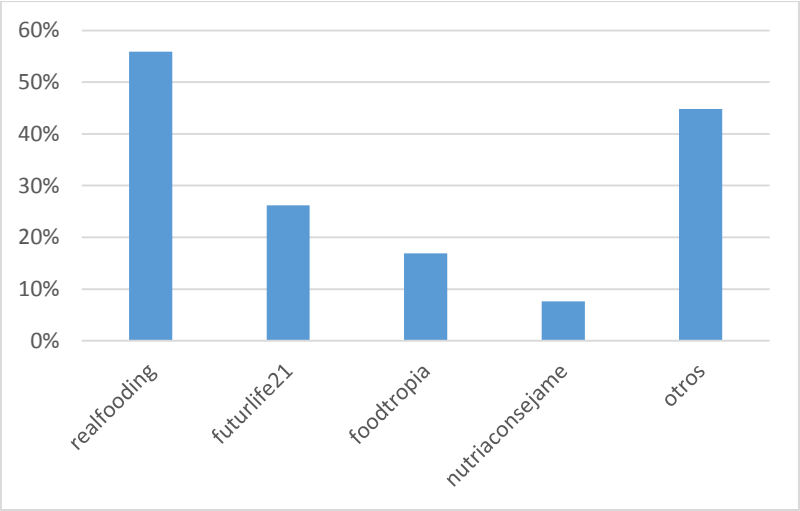
Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

Como se refleja en la Figura 4.2, el 78,6% tiene algún vínculo con algún perfil dedicado al sector de la alimentación a través de Instagram, sea cual sea el motivo principal por el que le siguen. Con esta respuesta por parte de los encuestados, se manifiesta la preocupación y el interés por el tipo de alimentación a seguir y la búsqueda de información a través de redes sociales. Es decir, ocho de cada diez personas consultan información relacionada con la nutrición y la alimentación en Instagram.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, la alimentación y estilo de vida son temas que están en auge en redes sociales y es poco común que un usuario de Instagram no siga, al menos, a un perfil dedicado a este sector.

PREGUNTA 3. Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿sigues a alguno de los siguientes? Puedes marcar más de una opción.

Figura 4.3: Ser seguidor de los perfiles seleccionados.

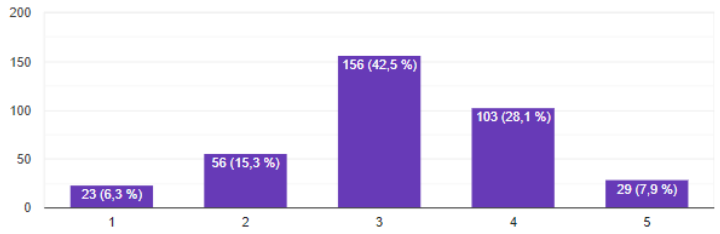


Fuente: Elaboración propia.

Como se ha mencionado en apartados anteriores, @realfooding es el perfil con más seguidores en Instagram de entre los estudiados en esta investigación, seguido de @futurlife21, @foodtropia y, por último, @nutriaconsejame, tal y como muestra la Figura 4.3. La mayoría de los encuestados no siguen únicamente a un perfil dedicado a la alimentación, es por eso que el porcentaje de “Otros” es tan alto. Gracias a esta investigación se han conocido perfiles reconocidos en este sector como, por ejemplo: @blancanutri.

PREGUNTA 4. ¿Sigues el tipo de alimentación que fomentan estos personajes? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE.

Figura 4.4: Seguimiento del tipo de alimentación que fomentan los perfiles de alimentación.



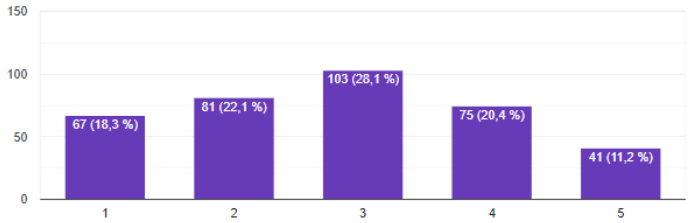
Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

El porcentaje más alto de respuesta, como se puede observar en la Figura 4.4, representa un porcentaje de encuestados que, en ocasiones, siguen este tipo de alimentación. Lo importante es, que el 28,1%, es decir, un porcentaje bastante alto de los encuestados sigue, casi al completo, el modelo de alimentación que fomenta este tipo de perfiles y un 7,9% de ellos la sigue al completo.

Cabe destacar que un total de 78,5% de los encuestados tiene en cuenta el tipo de alimentación que fomentan estos perfiles de Instagram y lo siguen en mayor o menor medida, dependiendo de factores culturales y socioeconómicos de cada uno de ellos y de los intereses y objetivos personales que pretendan conseguir.

PREGUNTA 5. ¿Consideras que tu tipo de alimentación ha cambiado desde que sigues a estos personajes en Instagram? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE.

Figura 4.5: Cambio en la alimentación desde empezar a seguir perfiles de alimentación en Instagram.



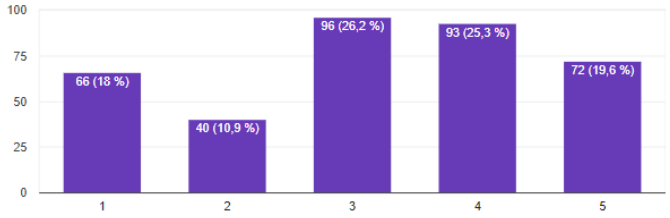
Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

Una vez más, el porcentaje más alto se sitúa en encuestados que confirman que, de alguna manera, su tipo de alimentación ha cambiado después de seguir alguno de estos perfiles en Instagram, con un 28,1%. Sin embargo, tal y como se puede observar en la Figura 4.5, todas las respuestas se encuentran, prácticamente, alineadas y no hay ninguna que destaque sobre las demás, excepto un 11,2% que afirma que Instagram es el motivo principal por el que los encuestados cambian su alimentación.

En todo caso, el 59,7% es el que asegura que, efectivamente, ha sido Instagram uno de los motivos del cambio, que sigue siendo un porcentaje elevado. Y se podría decir que, aproximadamente, de los 78,5% de encuestados anteriores que afirmaban seguir el tipo de alimentación que fomentan estos personajes, tres de cada cuatro se han visto influenciados por Instagram. Esto indica que muchos de estos usuarios son fieles al contenido de estos *influencers* y lo tienen en cuenta a la hora de seguir un estilo de vida y alimentación saludables.

PREGUNTA 6. Si la repuesta anterior es “sí”, ¿te sientes mejor desde que has cambiado tu alimentación? Puntúa del 1 al 5 donde 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE.

Figura 4.6: Sentimiento de mejoría al cambiar la alimentación.



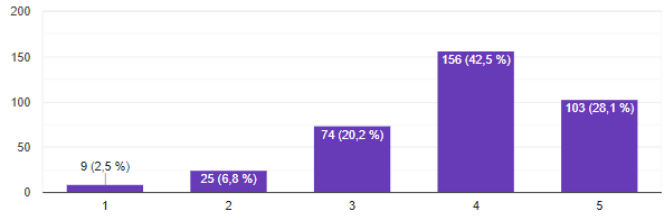
Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

Aunque como se explica en la Figura anterior, Instagram no es el motivo principal de todos los encuestados por el que cambien su alimentación, la gran mayoría de ellos se sienten mejor, en más alto o bajo nivel, desde que su tipo de alimentación ha cambiado, tal y como se puede observar en la Figura 4.6.

La inmensa mayoría de los encuestados se siente mejor actualmente y consideran que la alimentación y estilo de vidas saludables son dos pilares importantes a la hora de hacer un balance de su salud general, mental y física.

PREGUNTA 7. ¿Estás satisfecho con el tipo de contenido que ofrecen estos perfiles? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE.

Figura 4.7: Satisfacción con el tipo de contenido que suben los perfiles a Instagram.



Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

A pesar de haber encuestados que no siguen el tipo de alimentación que fomentan este tipo de perfiles, el 70,6% de los encuestados están satisfechos con el tipo de contenido (unos en más nivel que otros) como muestra la Figura 4.7. Como no solamente comparten recetas y estilos de vida, sino que también ofrecen información nutricional y curiosidades, puede ser este el motivo por el que son seguidores de estos perfiles, o por simple

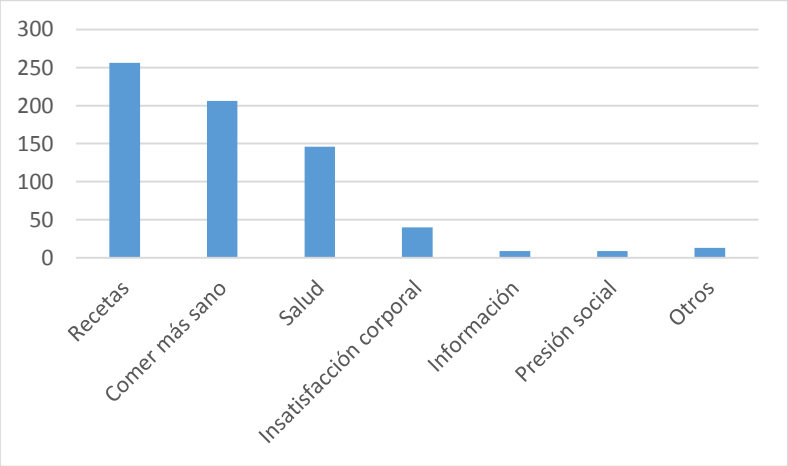
entretenimiento. Destaca que solo un 2,5% de los encuestados no está para nada satisfecho con el contenido de estos perfiles.

Los resultados obtenidos a partir de esta pregunta se relacionan directamente con el interés de los *influencers* analizados por conocer los gustos y preferencias de sus seguidores. Como se ha explicado anteriormente en el análisis del contenido publicado por @realfooding y @nutriaconsejame, ambos perfiles les preguntan a su comunidad el tipo de contenido que esperan de ellos y el que les gustaría ver próximamente en sus *posts* y *stories*. Esto muestra el interés de estos personajes por mejorar continuamente y ofrecer un contenido de calidad y acorde con lo que buscan sus seguidores. Es probable que los otros dos perfiles analizados lo hayan hecho en algún otro momento, ya que durante el mes de agosto ha habido un número menor de publicaciones que en el resto del año. También es probable que sea una práctica repetida con cierta frecuencia ya que así pueden conseguir más interacción por parte de sus seguidores y posicionarse mejor gracias al algoritmo de Instagram y a los cambios que puedan surgir.

El bajo porcentaje de aquellos encuestados que siguen sin estar satisfechos con el contenido publicado muestra que los perfiles lo tienen en cuenta y lo aplican, realmente.

PREGUNTA 8. ¿Por qué has empezado a seguir a estos perfiles? Puedes marcar más de una opción:

Figura 4.8: Motivos principales por los que ha empezado a seguir a estos perfiles.



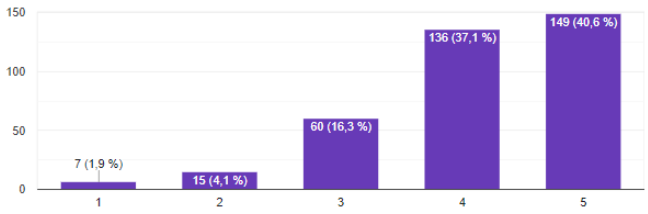
Fuente: Elaboración propia.

Según los encuestados, el motivo principal por el cual han empezado a seguir a este tipo de perfiles es para probar nuevas recetas, tal y como muestra la Figura 4.8 con un 68,4%. La mayoría también tenía como objetivo comer más sano (55,3%) lo que demuestra que se preocupan por su salud y que tienen a estos *influencers* como referentes para cambiar su tipo de alimentación a uno más saludable.

De nuevo esto concuerda con los resultados anteriores y con los contenidos publicados de los perfiles analizados, en los que la mayoría eran recetas y un menor porcentaje era contenido e información nutricional. También concuerda con los resultados de preguntas anteriores de la encuesta, en los que se muestra que la mayoría han cambiado su modo de alimentación cumpliendo con el objetivo de conseguir un estilo de vida más saludable.

PREGUNTA 9. ¿Te interesa el contenido que sube este tipo de perfiles? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5 es: SÍ, COMPLETAMENTE.

Figura 4.9: Interés en el contenido que publican los perfiles analizados.



Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

El 40,6% de los encuestados que siguen algún perfil del sector de la alimentación está completamente interesado con el contenido que comparten, tal y como se puede observar en la Figura 4.9.

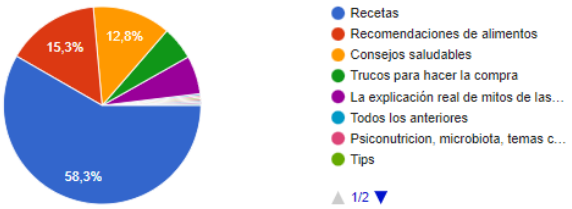
Como se ha mencionado en capítulos anteriores, el contenido de muchos perfiles de *influencers* de alimentación es creíble por el mero hecho de tener un número alto de seguidores, aunque no tengan formación previa en este ámbito. Sin embargo, los perfiles analizados en esta investigación son personajes que cuentan con formación nutricional y culinaria, lo que se refleja constantemente en sus publicaciones. Esta formación puede ser

uno de los motivos principales por los que el contenido es interesante para su comunidad de seguidores.

Aunque estos perfiles también publican contenido más personal y de su día a día, lo que les ayuda a que sus seguidores se sientan parte de un grupo con los mismos intereses y objetivos, la mayoría de sus publicaciones están centradas en aportar información útil y veraz sobre los temas que les interesan a ellos. Con los resultados de esta pregunta se puede observar que acaban haciendo una buena combinación de sus publicaciones, pues solo un 1,9% no están interesados en el contenido publicado: consiguen intercalar el contenido más personal, lo que les ayuda a aportar la parte más natural y humana, con el contenido nutricional que sus seguidores demandan, alcanzando mejores resultados y mayor interacción con sus seguidores.

PREGUNTA 10. ¿Qué contenido es el que más te gusta?

Figura 4.10: Contenido favorito de los perfiles analizados.



Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

El contenido que más interesa a los encuestados, como se ve en la Figura 4.10 es conocer nuevas recetas, con un 58,3%, seguido de temas de psiconutrición, microbiota y temas científicos, con un 15,3%. Esto indica la nueva preocupación de la sociedad por la salud y el cambio que pueden estar teniendo en su forma de alimentación.

Como se ha comentado en capítulos anteriores, la alimentación es uno de los temas que más interesan y más se buscan en redes sociales, dando mucha importancia a lo superficial y al aspecto físico. Por eso, puede que el cambio de alimentación y la búsqueda de recetas saludables sea uno de los contenidos de mayor atractivo a la hora de seguir a este tipo de perfiles. Además, como se ha visto en los resultados de preguntas anteriores de la encuesta, la mayoría de estos usuarios han implementado el tipo de alimentación que

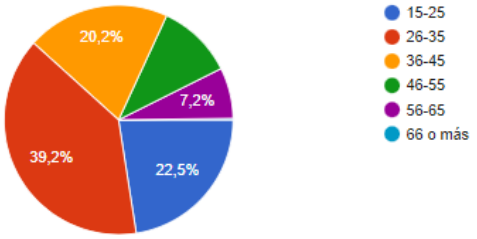
fomentan y siguen los consejos y recomendaciones de estos *influencers*, que les hacen más sencillo el proceso facilitándoles las recetas que tienen que elaborar para conseguirlo.

Teniendo en cuenta que la mayoría de estos perfiles preguntan a su comunidad cuál es el contenido que les gustaría ver publicado en sus cuentas y que la mayoría de sus publicaciones se destinan a la elaboración de recetas, ambas partes se complementan ofreciendo el contenido favorito para los usuarios.

Además de las recetas, lo que representa también una preocupación por el tipo de alimentación saludable es que otro de los contenidos que prefieren los seguidores de estas cuentas de Instagram es la recomendación de alimentos, a la par que los consejos nutricionales. De esta forma también se manifiesta que los usuarios buscan un cambio en su estilo de alimentación hacia uno más saludable.

PREGUNTA 11. Indica tu rango de edad.

Figura 4.11: Rango de edad.



Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

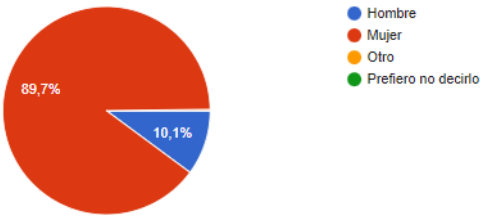
Se ha conseguido una muestra muy variada en la encuesta, pero el rango mayoritario de edad de los encuestados oscila entre los 26 y 35 años, con un 39,2% tal y como indica la Figura 4.11. El rango de edad que más está representado en la encuesta coincide con el rango de edad de la mayoría de usuarios de Instagram.

A pesar de ser el intervalo que más suele contestar, como se ve en los resultados de preguntas anteriores de la encuesta, más de la mayoría de los encuestados siguen a un perfil dedicado a la alimentación, lo que manifiesta que la edad es independiente a la preocupación por la nutrición que sigue cada uno de ellos, resultándoles igual de

interesante a un usuario de 18 años que a uno de 60 el contenido publicado por este tipo de perfiles.

PREGUNTA 12. Indica tu género.

Figura 4.12: Género de los encuestados.



Fuente: Respuestas recopiladas por Google Forms.

Finalmente, gracias al análisis de los resultados recopilados en la encuesta, se ha podido observar, como indica la Figura 4.12, que han participado en la encuesta 426 mujeres frente a 48 hombres. Esto pretende manifestar que, como la encuesta se ha compartido en perfiles *foodies,* las mujeres son las que más interés tienen en temas de alimentación por cualquiera de los motivos previamente mencionados y que ellas son las que tienden a participar e interactuar más en redes sociales.

También es importante mencionar que, en general, en Instagram hay más usuarios femeninos que masculinos (McLachlan y Enriquez, 2022) y además, de la misma forma, más de la mayoría de perfiles de mujeres en Instagram siguen, al menos, a un *influencer* en esta red social, sea cual sea el ámbito en el que trabaja.

4.7. Análisis de los resultados de la encuesta

Tras analizar y recopilar estos resultados, se ha decidido comprobar si existe relación entre las diferentes variables estudiadas, con el objetivo de conseguir resultados más específicos y más interesantes. Para ello, se ha analizado el Excel facilitado por la plataforma *Google Forms*.

Mediante el análisis de la hoja de cálculo Excel, se ha podido conocer el usuario tipo que sigue los diferentes perfiles investigados en este trabajo, observando cómo son los

usuarios que siguen a los creadores de estas cuentas de Instagram, los que siguen el tipo de alimentación que fomentan y los motivos principales por los que les siguen.

En cuanto al perfil de @futurlife21 se puede observar que la mayoría de sus seguidores son mujeres entre los 36 y 45 años y el motivo principal por el que comenzaron a seguirles es para probar nuevas recetas (76%) y para comer más sano (62%). De ellos, un 41,6% afirma haber cambiado al completo o prácticamente al completo su modo de alimentación desde que comenzaron a seguir a este perfil.

Respecto a @foodtropia se ha comprobado que la mayoría de sus seguidores son mujeres jóvenes entre 26 y 35 años. De forma similar al perfil anterior, un 82% de sus seguidores ha nacido por buscar nuevas recetas y un 66% para empezar a comer más saludablemente. Sin embargo, solo un 36,8% de sus seguidores ha cambiado su modo de alimentación desde que son sus seguidores.

En cuanto a @nutriaconsejame, los estudios analizados muestran que la mayoría de sus seguidores son mujeres entre 46 y 55 años que han empezado a seguirla para conocer recetas nuevas (78,5%). El porcentaje de cambio de alimentación desde que son sus seguidores es similar al de @foodtropia con un 35,7%.

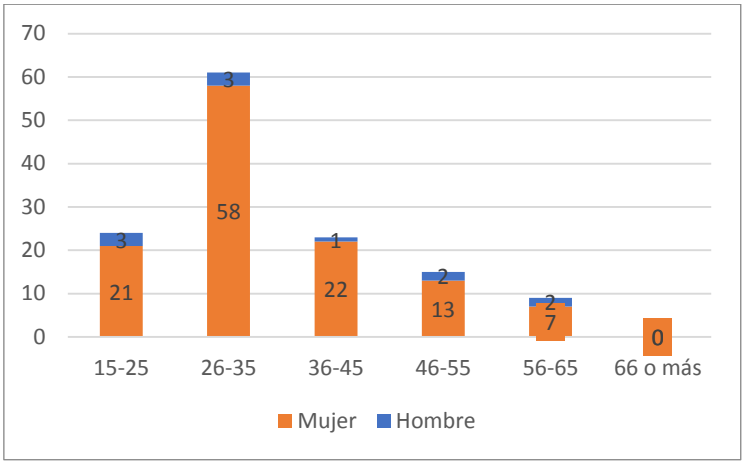
Por último, del perfil de @realfooding se puede destacar que la mayoría de sus seguidores son hombres de entre 26 y 35 años y una vez más se repite el patrón: la mayoría de sus seguidores (68,6%) ha nacido por el deseo de conocer recetas nuevas y, un porcentaje bastante alto (63,9%) por la necesidad de empezar a comer más sano. A pesar de que el porcentaje de usuarios que pretendían comer más sano es mayor que el de los usuarios de @futurlife21, el porcentaje de seguidores de @realfooding que han cambiado al completo o casi al completo su alimentación es menor que el previamente mencionado (36,6%).

A pesar de que todos los perfiles han empezado a tener seguidores por el interés principal de los usuarios para conseguir nuevas recetas y cambiar su modo de alimentación a uno más saludable, cada uno de ellos tiene un perfil de seguidor tipo de un rango de edad

distinto. De forma específica para cada uno de los perfiles de *influencers* analizados previamente, se podría decir que el perfil de usuarios entre 36 y 45 años es el que más preocupación tiene por cambiar su estilo de vida nutricional y el que más esfuerzo pone en llevar a cabo ese cambio teniendo en cuenta la información y las recomendaciones que obtienen de parte de estos perfiles de Instagram, porque @futurlife21 consigue el porcentaje más alto de seguidores que han cambiado su forma de alimentación y su rango de edad promedio es entre 36 y 45 años.

Sin embargo, se ha analizado el perfil de los usuarios que ha indicado que siguen el estilo de alimentación que fomenta este tipo de perfiles de Instagram (los que han respondido 4 ó 5 en la escala de *Likert* de la encuesta), seleccionándolos en la tabla de Excel mediante filtros para obtener las respuestas deseadas y utilizando una fórmula SI para hacer el reparto en función de la edad y el género. Gracias a este análisis, se ha observado que aquellos que afirman seguir ese modo de alimentación, como se puede ver en la Figura 4.13, son en su mayoría mujeres entre 26 y 35 años, lo que indica que ese rango de edad es el que más se ve influenciado por la información que obtienen de Instagram.

Figura 4.13: Perfil de usuarios que siguen el tipo de alimentación fomentada por los perfiles (4-5)



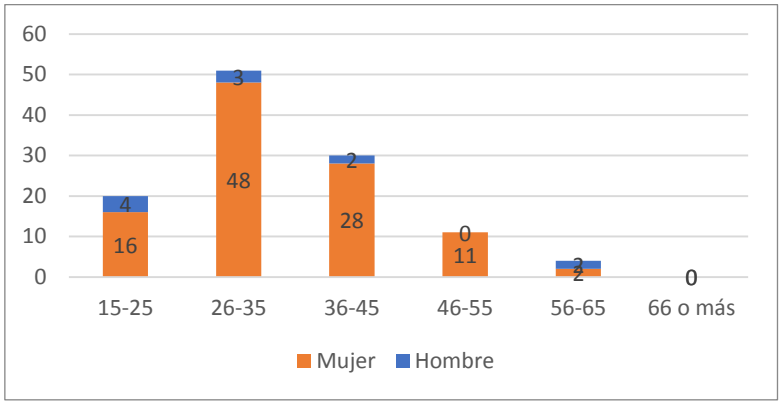
Fuente: Elaboración propia.

También se ha estudiado el perfil de los usuarios que han cambiado su forma de alimentación desde que siguen algún perfil de este sector en Instagram (los que marcaron

en esta pregunta el 4 ó 5), seleccionándolos en la tabla de Excel de la misma forma que se obtuvo la Figura anterior. De la siguiente Figura 4.14, por tanto, se obtiene un resultado en función del género y la edad muy similar al de la pregunta previa: la mayoría de los usuarios de Instagram que siguen estas cuentas no son únicamente meros espectadores de sus publicaciones, sino que se ven influenciados de forma efectiva por su contenido y lo integran en su vida diaria.

De la misma forma, se manifiesta que la mayoría han sido mujeres entre 26 y 35 años, existiendo un porcentaje importante dentro del rango de edad entre 36 y 45. Esto coincide con el resultado de las últimas preguntas demográficas de la encuesta, siendo las mujeres la mayor representación de las personas encuestadas porque son las que más interés tienen en estos perfiles. Esto no se considera una limitación a la hora de haber conseguido poca muestra masculina, sino que al haberse compartido en su mayoría en perfiles *foodies* demuestra que los hombres tienen muy poco interés en este tipo de información.

Figura 4.14: Perfil de usuarios que ha cambiado su alimentación desde que sigue a estos perfiles en Instagram.

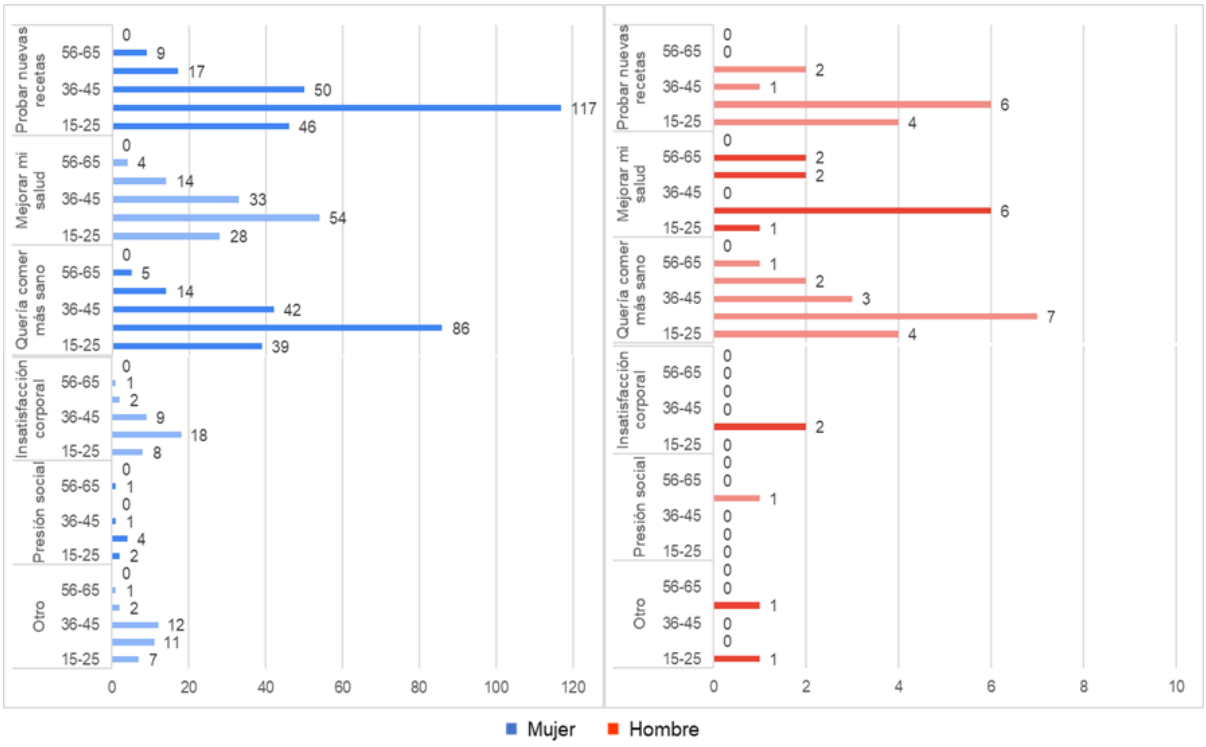


Fuente: Elaboración propia.

Por último, para conocer la relación que existe entre el sexo y edad de los usuarios y los motivos por los cuales han empezado a seguir a estas cuentas también se ha aplicado la fórmula SI, obteniendo como resultado la Figura 4.15.

Como se viene repitiendo en gráficos anteriores, la mayoría de la muestra son mujeres entre 26 y 35 años, pero en este caso, vemos las razones que les llevan a seguir este tipo de cuentas en Instagram. A primera vista, los resultados de hombres y mujeres parecen similares, pero la escala de medida es diferente porque la muestra obtenida de hombres es mucho menor que la de mujeres encuestadas. En todo caso, independientemente del sexo, los motivos principales por los que han empezado a seguir a estos perfiles son los mismos: probar nuevas recetas y comer más sano.

Figura 4.15: Perfil de usuarios en función de las razones por las que siguen a cuentas de alimentación.



Fuente: Elaboración propia.

4.8. Entrevista en profundidad

Se realizaron 18 preguntas y se contaron con las siguientes respuestas de la profesional anteriormente citada en el capítulo de la metodología de la investigación que se está llevando a cabo.

Tabla 4.2: Motivos de utilización de Instagram de @gemma.recetas.

¿Por qué decidiste mostrar	"Comencé creando un blog para mí. Por el simple hecho de

tu contenido a través de redes sociales?	tener mis recetas digitalizadas y a mano. Pensé que ya que las tenía creadas, podían ser útiles a alguien, así que comencé la cuenta de Instagram para compartirlas donde pudiesen tener visibilidad.”

Fuente: Elaboración propia.

Como se hace referencia en el marco teórico, las redes sociales son un espacio clave para conseguir más alcance y visibilidad y la alimentación es uno de los temas más tratados y consultados en este medio, por eso, Gemma decidió añadirlo como canal de comunicación.

Tabla 4.3: Objetivo de crear un perfil.

¿Cuál era tu objetivo al empezar?	Devolver a las redes sociales lo que ellas me habían dado. Contribuir aportando ideas, recetas e información útil.

Fuente: Elaboración propia.

Según lo investigado previamente, la alimentación es uno de los temas más visitados en redes sociales y es por eso que Gemma ha captado mucha información de ellas. Primero, empezó mostrando sus recetas en un *blog* pero, con el paso del tiempo se dio cuenta de que Instagram le permitía conseguir mayor visibilidad y alcance.

La entrevistada se sintió inspirada e influenciada por las cuentas de alimentación a las que seguía y eso la motivó para crear un perfil y compartir su propio contenido.

Tabla 4.4: Motivo principal de reconocimiento en Instagram de @gemma.recetas.

¿Cuándo o a través de qué publicaciones crees que empezaste a ser más reconocida en Instagram? ¿Fue un crecimiento progresivo o de repente?	“Cuando cambié el diseño de los menús y recetas hace, aproximadamente, un año. Ha sido un crecimiento progresivo, aunque en ocasiones va mucho más rápido porque Instagram muestra más mis publicaciones.”

Fuente: Elaboración propia.

Instagram es una red social muy visual y con mucha competencia. Tal y como se habla en capítulos anteriores: el estilo de comunicación, tanto en lo referido al texto que se añade en el *copy* como a la imagen utilizada en cada publicación y el conjunto de ellas que

se muestra en el *feed* de Instagram, tiene que ser atractivo y homogéneo. Es por eso que Gemma ha cambiado el diseño de sus publicaciones utilizando una identidad corporativa que representa a su perfil y a ella misma.

Además, en su respuesta hace referencia a que Instagram muestre o no sus publicaciones, esto depende del algoritmo de esta red social y, por esta razón, ella misma invita a sus seguidores a que interactúen con su publicación mediante comentarios, *likes* o guardando cada *post*, lo que, como se ha mencionado anteriormente, es el hecho que más puntúa a cada perfil y lo que hace que se muestre más o menos cada publicación.

Tabla 4.5: Opinión del formato que ofrece Instagram.

¿Qué opinas del formato? ¿Te parece buena idea? ¿Cambiarías algo de él?	Me gusta el formato de Instagram, siempre y cuando se permita seguir compartiendo fotos y vídeos sin penalizar ninguno de los dos formatos.
¿Crees que habrías conseguido llegar a tantas personas si no fuera por las redes sociales?	No. Creo que sin los algoritmos de las redes sociales, simplemente con un blog, hubiese sido muy difícil posicionarme.

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que los perfiles analizados incluyen en su contenido referencias para que sus seguidores les ayuden a posicionarse mejor en Instagram y que no les penalicen, Gemma también tiene en cuenta esta cuestión y se ve perjudicada, en ocasiones, por el algoritmo de esta red social. De la misma forma, anima a su público a interactuar con ellas.

En todo caso, su comunidad sigue creciendo y posicionándose de manera positiva ya que, con el paso del tiempo, ha ido aumentando en número de “Me gusta” y de seguidores, llegando a alcanzar casi 50 mil. Prueba de ello es que, en el momento en el que se le solicitó que compartiese la encuesta en agosto de 2022 contaba con 33,3 mil seguidores, dato al que se hace referencia en el capítulo de la metodología, y tan solo un mes más tarde el número de seguidores ha crecido en casi 20 mil usuarios.

Tabla 4.6: Opinión de la alimentación de la sociedad de @gemma.recetas.

¿Qué opinas de la	“Creo que hay un margen de mejora, pero que el factor

alimentación que lleva ahora la mayoría de la sociedad?	cultural y socioeconómico juegan un papel importante. No podemos, por tanto, dejar caer todo el peso del cambio sobre la sociedad. Los organismos públicos también deben promover un cambio de hábitos.”

Fuente: Elaboración propia.

Este cambio se está viendo reflejado en los seguidores de estos perfiles de Instagram ya que muchos de ellos les siguen por interés en información nutricional, como se ha podido deducir de la encuesta, ya que un 15,3% prefiere ver contenido relacionado con recomendaciones de alimentos y un 12,8%, con consejos saludables. A pesar de que, como dice Gemma, se necesita un cambio previo en factores culturales y socioeconómicos, Instagram está haciendo un favor muy grande al ofrecer información nutricional, opiniones y recomendaciones contrastadas y explicadas por expertos en este ámbito.

Además de que ocho de cada diez personas siguen un perfil de alimentación en Instagram, seis de cada diez lo han cambiado gracias a encontrar información en esta red social y en los perfiles destinados a ello.

Tabla 4.7: Objetivo a largo plazo de @gemma.recetas.

¿Cuál es tu objetivo a largo plazo?	Me gustaría llegar a más gente, pero mi objetivo es el mismo: ayudar a los demás. No tengo el objetivo de vivir de esto, no me gustaría.

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como menciona la entrevistada, el uso de las redes sociales como método de comunicación ofrece la posibilidad de alcanzar un público cada vez mayor. A pesar de esto, su único objetivo no es que aumente su número de seguidores, sino que aumente el número de personas a las que influencia de manera positiva gracias a su contenido.

No obstante, no se puede comparar de la misma forma este perfil con el de los seleccionados en el análisis de contenidos de la investigación, ya que esas cuentas sí que pretenden dedicarse a ello plenamente. Llevan a cabo la profesión de nutricionista de una forma actual.

Tabla 4.8: Inspiración de @gemma.recetas.

¿En qué te inspiras para hacer las recetas o contenido que subes?	"Paso muchas horas viendo otras recetas en Internet, y leyendo *newsletters* sobre gastronomía. Las recetas que me gustan, intento versionarlas simplificando al máximo su elaboración. Para los *posts* de divulgación, la mayoría de las ideas me las piden los propios seguidores, y unas pocas se me ocurren o las veo en artículos de periódicos".

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que los perfiles analizados en el marco teórico, Gemma pregunta a sus seguidores el contenido que les gusta ver en su perfil y lo tiene en cuenta a la hora de organizar su plan editorial.

A pesar de que Gemma no es especialista en nutrición y no tiene ningún tipo de formación nutricional ni culinaria, le gusta la cocina y ayudar a los demás, pero aun, intenta contrastar su información antes de publicarla buscando la máxima información posible proveniente de fuentes expertas en este sector. Sin embargo, tiene más de 50 mil seguidores, lo que hace entender que sus seguidores se fían de su criterio y del contenido que publica en su perfil.

Tabla 4.9: Organización del plan editorial de @gemma.recetas.

¿Te organizas de alguna manera tus publicaciones?	Tengo un tablero de tareas donde tengo las publicaciones pendientes tanto de recetas como de divulgación o temas para *stories*. A partir de ahí suelo crear un calendario de contenido semanal, dependiendo de mi tiempo y de las recetas nuevas que tenga para esa semana.

Fuente: Elaboración propia.

De la misma forma que las cuentas de Instagram analizadas previamente, Gemma combina el contenido de recetas, que es el más habitual y que más alcance e interacciones consigue, con publicaciones de divulgación u otros temas nutricionales.

Como ella misma ha mencionado anteriormente, no es su trabajo principal y la frecuencia con la que publica depende de su tiempo libre, del contenido pendiente, de lo que le pidan sus seguidores y de sus propias ideas.

Tabla 4.10: Formato de publicaciones con más repercusión de @gemma.recetas.

¿Qué formato crees que es el que tiene mayor repercusión en tu perfil?	"Las imágenes. Probé durante un tiempo los *reels*, pero Instagram ya estaba saturado de *reels* de recetas y necesitan mucho más trabajo para conseguir la misma relevancia."

Fuente: Elaboración propia.

Esta respuesta de Gemma contrasta con el análisis de contenido de los perfiles analizados ya que la mayoría de sus publicaciones en *post* son mediante *reels* y, comparándolas con las imágenes estáticas, son los que tienen mayor número de métricas. Como bien dice, es un formato que lleva más trabajo, pero cuanto más atractiva y sencilla de ver es una publicación, más repercusión tiene.

Instagram rastrea el contenido que interesa a cada usuario y repite publicaciones similares y relacionadas con el tema favorito de los mismos. Al reproducir vídeos de recetas y el simple hecho de hacer *scroll*, sin necesidad de seguir a un perfil concreto, aumenta el alcance y la visibilidad de cada publicación al mismo tiempo que los usuarios conocen nuevos perfiles e incluso pueden empezar a ser uno de sus nuevos seguidores.

Tabla 4.11: Preocupación por la alimentación según @gemma.recetas.

¿Crees que la sociedad está, actualmente, más preocupada por la alimentación que antes?	"Sin duda alguna."

Fuente: Elaboración propia.

La respuesta de Gemma coincide, en gran parte, con las respuestas de los encuestados. Un 55,3% de ellos afirma haber empezado a seguir a este tipo de perfiles de Instagram por el deseo de alimentarse de una forma más saludable y el 39,2% para mejorar su salud.

Esto también se explica por el mero hecho de la existencia de infinitos perfiles dedicados a la alimentación en Instagram: si este no fuese un tema recurrente e interesante para los usuarios, no existirían tantos o, por lo menos, no tendrían tantos seguidores fieles.

Como se ha comentado anteriormente, la gran mayoría de los seguidores de este tipo de perfiles están satisfechos con el contenido que publican y muchos de ellos han cambiado su alimentación a raíz de haber comenzado a seguirles en redes sociales, lo que refleja que la preocupación de la sociedad por la alimentación ha cambiado y que, actualmente, es más acentuada que en años anteriores.

Además, como se ha comentado en el marco teórico, hace años el seguimiento de una dieta sana estaba basada en evitar la malnutrición, sin tener en cuenta otros factores como pueden ser los componentes de los alimentos que consumimos o la proporción que dedicamos a cada uno de ellos. Con el paso del tiempo se ha evolucionado económica y socioculturalmente, llegando a tener en cuenta muchos otros factores a la hora de considerar una dieta equilibrada.

Tabla 4.12: Opinión de @gemma.recetas sobre el marketing de influencia en la alimentación.

¿Qué opinas del marketing de influencia en la alimentación a través de Instagram? Respecto al hecho de que muchos perfiles no tienen ningún tipo de formación y dan datos que pueden ser erróneos y que sus seguidores creen por el simple hecho de tener un número alto de seguidores.	"Creo que es peligroso y temerario. Incluso perfiles con formación en nutrición caen en la polarización o la culpabilización y lo considero, pero aún. Por mi parte, intento no radicalizar ningún mensaje ni dar recomendaciones que creo que deben individualizarse, como los suplementos. Cuando alguien me consulta porque quieren adelgazar, tienen ansiedad o quieren llevar una dieta en concreto, siempre recomiendo acudir a un profesional de la nutrición que se adapte y personalice su caso."

Fuente: Elaboración propia.

Como se menciona en el marco teórico, la persona entrevistada está de acuerdo con el problema que puede suponer que una persona sin conocimientos suficientes ofrezca consejos e informaciones que pueden no ser veraces. Y coincide totalmente con lo que se ha estudiado en capítulos anteriores al considerar a personajes con un gran número de seguidores en Instagram fiables por ese dato.

Tabla 4.13: Fiabilidad de los perfiles según @gemma.recetas.

¿Crees que los usuarios de Instagram siguen el tipo de alimentación que ven a través de las cuentas de Instagram? ¿Qué se fían de lo que les dicen?	"Creo que sí se fían de lo que les dicen, y también lo intentan seguir. Al final tendemos en confiar en todo aquel que nos simplifica las cosas y parece entenderlas. Esto ha sido siempre así, no sólo con las redes sociales. No creo que lo sigan al 100%, porque es muy difícil hacer ciertos cambios, y aunque los tengas hechos, hay que tener mucho tiempo para estar haciendo todas las recetas "guays" que se ven en Instagram."

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se muestra en la encuesta, sólo un 11,2% de los encuestados afirma haber cambiado su tipo de alimentación desde que comenzó a seguir a estos personajes en Instagram. Esto indica claramente que los resultados de la muestra coinciden con la respuesta de la entrevistada.

La respuesta de Gemma también coincide directamente con la información proporcionada en el marco teórico de la investigación: las redes sociales son, actualmente, uno de los principales canales de comunicación, independientemente del tema que se trate, pero, sobre todo, de comida y alimentación. Es interesante lo que menciona la entrevistada en cuanto a que los usuarios buscan la simplificación de varios aspectos de su vida: de la misma forma en la que el papel de los nutricionistas o dietistas, que son una figura que simplifican el modo de alimentación que llevan las personas diariamente, ha evolucionado hasta el día de hoy a la figura del *influencer,* también han evolucionado los espacios para buscar información. Estos cambios responden a la necesidad que tienen los usuarios de Instagram de acceder a contenido cada vez más inmediato y de forma gratuita.

Tabla 4.14: Cambios en el modo de alimentación según @gemma.recetas.

¿Crees que la existencia de la gran cantidad de perfiles dedicados a recetas ha hecho que sus seguidores cambien el método de	"Sí, creo que el cambio que se está produciendo en la sociedad hacia un modelo de alimentación más consciente, es sin duda fruto de las redes sociales."

alimentación? ¿Qué la existencia de estos perfiles ha influido en la alimentación de los seguidores de estos perfiles?	

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se hace referencia en la encuesta, el 81,8% de los encuestados, en un nivel u otro ha comenzado a cambiar su modo de alimentarse, ya sea gracias a estos perfiles de Instagram o por otros motivos. Este porcentaje coincide con la respuesta de la entrevistada y se relaciona con respuestas que ha dado previamente. El hecho de que los organismos públicos no fomenten un estilo de vida saludable para la sociedad, hace que ese tipo de información se busque en otros espacios, es decir, en las redes sociales.

Lo perfecto sería combinar ambos canales de comunicación y que, de forma segura, los usuarios de Instagram pudieran conocer perfiles de confianza o, al menos, distinguir el nivel de veracidad que se le puede dar a cada cuenta dedicada a la alimentación, ya que es un tema que puede causar problemas e incluso trastornos de alimentación.

Tabla 4.15: Motivo principal por el que siguen a @gemma.recetas.

¿Cuál crees que es el motivo principal por el que te siguen tus seguidores?	"El motivo principal son los menús semanales. Me lo suelen decir y, además, las estadísticas me lo indican claramente: son, con mucha diferencia, el contenido que más seguidores nuevos trae. Soy una de las pocas cuentas que ofrece menús, con todas sus recetas y sencillos de preparar."
Del contenido que ofreces, ¿cuál es el que más les interesa?	Los menús, aunque también gustan muchos los *post* de divulgación.

Fuente: Elaboración propia.

Esto coincide totalmente con los resultados obtenidos en el cuestionario en los que, como se puede observar en apartados anteriores, un 68,4% de los encuestados afirma haber empezado a seguir a estos perfiles en Instagram por probar nuevas recetas. También

hace referencia a lo mencionado anteriormente en la entrevista: los usuarios de Instagram buscan la simplicidad y facilidad para llevar a cabo cambios o seguir un estilo de vida determinado.

Como dice Gemma, su perfil de Instagram es de los pocos que ofrecen, de forma abierta y gratuita, todas sus recetas y menús. La mayoría, como los que se han analizado en la investigación, muestran una parte importante en sus redes sociales sobre sus recetas e información nutricional, pero también ofrecen contenido exclusivo para los que compran los productos y servicios propios de cada marca. Por ejemplo, como se puede ver en el Anexo 1, @futurlife21 da ideas sobre platos en *stories* indicando el libro de recetas de su propia marca en el que lo pueden encontrar o @realfooding recomienda sus propios productos y servicios de pago.

Tabla 4.16: Opinión de popularización de los perfiles de alimentación según @gemma.recetas.

¿Crees que hay algún motivo por el que han empezado a popularizarse este tipo de perfiles? Ya sea porque los usuarios no estábamos a gusto con nuestro cuerpo, por buscar comer más sano, presión social o probar nuevas recetas.	"Creo que hay muchos motivos, pero creo que el componente más importante es la presión social. En las redes y la sociedad comienza a estar mal vista una mala alimentación, y nadie quiere proyectar una mala imagen."

Fuente: Elaboración propia.

Esta respuesta contrasta con la de los encuestados, ya que solo un 2,5% de ellos indica que ha empezado a seguir a este tipo de perfiles por presión social.

No obstante, a pesar del porcentaje tan bajo obtenido en la encuesta, la respuesta de Gemma coincide con lo planteado en el marco teórico. En Instagram se proyecta continuamente la imagen de estilos de vida concretos y considerados perfectos basados en la salud física, refiriéndose tanto a la alimentación como a la práctica del deporte. Aunque muchos de los usuarios de Instagram no consideren estar condicionados por ese contenido,

al ser publicaciones que se repiten constantemente en su búsqueda, finalmente los usuarios acaban influenciados por ese tipo de información.

Tabla 4.17: Objetivo principal de seguir a estos perfiles según @gemma.recetas.

¿Cuál es el objetivo principal por el que empezamos a seguir este tipo de perfiles? ¿Comer más sano, probar nuevas recetas, mejorar la salud o el aspecto físico?	"Creo que los objetivos están bastante repartidos. Por lo que me comentan mis seguidores, cada uno suele tener una motivación principal detrás. Aunque de estos ejemplos, creo que probar nuevas recetas es el que menos importancia tiene. Los que más me comentan suelen ser el aspecto físico y comer más sano."

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que muestran los resultados de la encuesta, existe una gran variedad de objetivos por el que los usuarios de Instagram empiezan a seguir a estos *influencers*, pero la respuesta que más porcentaje obtiene es "probar nuevas recetas", al contrario de lo que opina Gemma. Sin embargo, los otros dos motivos que ella comenta sí que se observan repetidos en la encuesta, ya que un 55,3% lo hizo por comer más sano y un 10,9% por no estar a gusto con su cuerpo. Es curioso que la mayoría de mensajes que recibe la entrevistada sean relacionados con el aspecto físico y que los encuestados no lo consideren así.

Esta pregunta está muy relacionada con la anterior ya que, según los encuestados, una mínima parte son los que asumen estar influenciados socialmente por estereotipos y contenido superficial de la sociedad.

5. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Tras la realización de este trabajo ha sido posible confirmar o refutar las hipótesis planteadas en un inicio.

Gracias a la encuesta, al análisis de las publicaciones de los perfiles seleccionados y a la entrevista en profundidad, se ha podido comprobar que Instagram es un medio bastante utilizado para informarse sobre nutrición y que la existencia de perfiles de *influencers* de la alimentación en esta red social han supuesto, en varias ocasiones, el inicio del cambio hacia un estilo de alimentación más saludable. Los perfiles de alimentación no han parado de crecer en el tiempo que ha durado este estudio y, además, se ha observado que el 78,6% de los participantes de la encuesta siguen, al menos, a un *influencer* de este sector.

Siguiendo con esta hipótesis planteada, de esas personas encuestadas que siguen algún perfil dedicado a la alimentación, el 78,5% tiene en cuenta el estilo de alimentación que fomentan estos personajes. Pretenden cambiar hacia un estilo de vida más saludable ya que los resultados de la encuesta muestran que, entre los objetivos principales por los cuales han comenzado a ser sus seguidores, destacan el deseo de comer más sano y mejorar la salud, entre otros.

Por último, la segunda hipótesis planteada tiene dos vertientes. La primera de ellas se confirma: los usuarios de Instagram que siguen a estos perfiles de *influencers* han cambiado su modo de alimentación desde que han empezado a ser sus seguidores. Esto se refleja de forma clara en la encuesta, en la que se obtiene que un 81,8% de ellos se ha visto influenciado en mayor o menor medida por la existencia de estos perfiles en Instagram y por el contenido que comparte cada uno de ellos. Este porcentaje de usuarios ha cambiado su alimentación por diversos motivos, entre los que se encuentran la insatisfacción corporal, el deseo de conocer nuevas recetas o la presión social.

Sin embargo, la segunda vertiente de esta hipótesis, que consistía en conocer si los usuarios se han visto forzados por la existencia de estos perfiles y el contenido que publican, no se puede contrastar de acuerdo con los resultados de la encuesta. Únicamente

un 2,5% de los encuestados afirma haber comenzado a seguir a algún *influencer* de alimentación por presión social. A pesar de estos resultados, según la entrevista en profundidad realizada a una *influencer* de este sector, sí que se aceptaría la hipótesis planteada, ya que ella misma afirma que el motivo principal por el que estos perfiles han aumentado en número de seguidores ha sido la presión social.

No obstante, es imprescindible realizar una investigación más exhaustiva para poder confirmar o refutar esta hipótesis, planteando preguntas concretas relacionadas con la influencia positiva o negativa, consciente o inconsciente, que puede causar la existencia de este tipo de perfiles.

6. CONCLUSIONES

A día de hoy, uno de los sectores que más está de moda en Instagram es el de la alimentación y el estilo de vida saludable. Prácticamente a diario, perfiles de este sector comparten en esta red social recetas e información nutricional, habiendo tenido una formación previa, por ocio o por interés. En este caso, el 78,6% de los participantes de la encuesta preparada para esta investigación, respondida mayoritariamente por mujeres entre los 26 y los 35 años, ha indicado que sigue algún perfil de alimentación en Instagram.

A raíz de la popularidad de esta red social, muchos perfiles han nacido gracias a ella, iniciando la promoción de sus propias marcas y, con el paso del tiempo, han logrado posicionarse gracias al contenido que publican y a que su número de seguidores no ha parado de crecer. La utilización de esta red social para darse a conocer es un aspecto muy recurrente ya que es sencilla, permite alcanzar un gran número de personas sin ninguna limitación geográfica y con ella se pueden conseguir muy buenos resultados de forma gratuita.

El problema que puede surgir a la hora de publicar contenido relacionado con la salud es que, al no existir regulación en redes sociales, cualquier persona que cuente con un número elevado de seguidores se considera fiable y puede hacer creer a su comunidad que es experta en el tema que está tratando. No tiene por qué dedicarse exclusivamente a la alimentación, sino que muchos perfiles de *influencers* de *lifestyle,* al mostrar constantemente su día a día, también enseñan el tipo de alimentación que siguen y muchos de sus seguidores fieles es probable que imiten su comportamiento. Como su propio nombre indica, estos perfiles tienen, en mayor o menor medida, influencia sobre sus seguidores, sobre todo, entre el público más joven.

La encuesta lanzada en este trabajo indica que el 81,8% de los participantes, es decir, ocho de cada diez, admiten haber tenido en cuenta los perfiles de Instagram a la hora de cambiar su estilo de alimentación. Esto ocurre, sobre todo, entre mujeres jóvenes entre los 26 y 35 años. Si el perfil que se ha tenido en cuenta a la hora de cambiar el estilo de

alimentación hacia uno más saludable no tiene formación nutricional, sino que simplemente aborda temas sin contrastar y ofrece consejos que considera correctos, pero que no son reales, puede suponer un problema de salud para el usuario de Instagram. Por este motivo, para esta investigación se han utilizado tres métodos de estudio: análisis de contenido de cuatro perfiles seleccionados que tienen conocimientos necesarios, ya sean culinarios o nutricionales: @futurlife21, @foodtropia, @nutriaconsejame y @realfooding; una encuesta y una entrevista en profundidad.

El objetivo de estos cuatro perfiles es tratar de concienciar a sus seguidores de lo que incluyen en su dieta y de alimentarse de forma saludable, eligiendo los mejores productos para ello.

En primer lugar, esta investigación ha tratado de analizar el tipo de contenido que ofrecen los perfiles seleccionados y estudiar la influencia que causan en sus seguidores, pretendiendo conocer si la existencia de estos perfiles es lo que ha provocado un cambio en el modo de alimentación de los usuarios de Instagram. Se ha podido comprobar que el perfil de estos usuarios que, efectivamente, siguen este tipo de alimentación influenciado o no por Instagram es, sobre todo, femenino y suele estar más presente en jóvenes de entre 26 y 35 años.

Entre los perfiles seleccionados cabe destacar que el de @realfooding es el que mayor presencia tiene en Instagram y, entre los encuestados, un 55,9% de ellos son seguidores suyos. El 26,2% de los participantes de la encuesta sigue a @futurlife21, seguido de @foodtropia con un 16,9% y por último, el 7,6% de los encuestados sigue a @nutriaconsejame.

En cuanto al contenido que publican tanto en *stories* como en formato *post,* los cuatro perfiles tienen muchos aspectos en común. Todos intentan transmitir a sus seguidores un sentimiento de cercanía y de formar parte de un grupo, preguntan por el contenido que les interesa y tratan de fomentar la interacción en muchas de sus

publicaciones. Por otro lado, la utilización de los *hashtags* también es un tema que tienen en común, incluso llegando a coincidir en alguno de ellos.

Por otro lado, las publicaciones del *feed* de Instagram de los cuatro perfiles están basadas, sobre todo, en vídeos en formato *reels* para mostrar el paso a paso de cada receta que publican. Cada uno de ellos mezcla tanto la voz en *off*, música ambiente o canciones del momento para acompañar al vídeo.

Se puede decir que el objetivo de todos estos perfiles es el mismo: conseguir tener mucho alcance en sus publicaciones y que sus seguidores estén satisfechos con el contenido que publican, consiguiendo la confianza de los mismos mediante un tono cercano y personalizado.

En segundo lugar, de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se puede afirmar que la presencia y contenido de estos perfiles de *influencers* de la alimentación ha provocado un cambio en los usuarios de Instagram. El 93,8% de los encuestados sigue el tipo de alimentación que fomentan este tipo de personajes en mayor o menor medida, lo que significa que se han sentido influenciados por ellos en algún momento o que, a raíz de su pretensión de cambiar su modo de alimentación hacia uno más saludable, han buscado información en redes sociales y han seguido las recomendaciones y referencias de estos perfiles.

El cambio que han provocado estos *influencers* en su público es muy positivo, ya que el 62% de los encuestados que han cambiado su modo de alimentación a raíz de ser seguidores de estos perfiles de Instagram, se sienten satisfechos con el cambio que han implementado y el 97,5% de ellos afirma estar satisfecho con el tipo de contenido que ofrecen. Además, aunque exista un porcentaje de encuestados que no sigue el tipo de alimentación que recomiendan los *influencers* pero que aún es seguidor suyo, estos están interesados en el contenido que comparten, ya que combinan las publicaciones referidas a recetas con recomendaciones de alimentos o información nutricional que incorporar a su

rutina. Se podría decir que la presencia de estas cuentas ha sido un punto clave para que una gran cantidad de público cambie su modo de alimentación.

Tal y como se puede extraer de la entrevista en profundidad, lo ideal sería que ese cambio fuese fomentado por perfiles que tuviesen formación previa y que los usuarios no se hubiesen visto influenciados por información que puede no ser veraz e incluso perjudicial para su salud. A pesar de ello, existen perfiles como el analizado en la entrevista que, aunque no cuentan con formación previa, contrastan la información que publican para garantizar que el contenido que ofrecen pueda ser beneficioso para la salud de sus seguidores.

Por último, la existencia y la popularización de estos perfiles están, claramente, ligados al interés de los usuarios por una alimentación saludable. Como se ha visto en los resultados de la encuesta y de la entrevista en profundidad, son muchos los motivos por los que los se empieza a seguir a estos *influencers*. Entre los encuestados destaca la búsqueda de nuevas recetas, en cambio, la presión social podría ser otra de las razones principales, según la entrevistada. En todo caso, lo que está claro es que se ha utilizado Instagram como herramienta para buscar información.

Por todos estos motivos, se considera positiva la existencia de información que fomenta una alimentación saludable en redes sociales y se podría decir que es una buena opción para ofrecer educación nutricional por parte de profesionales de este sector. Sin embargo, al tratarse de un tema muy relacionado con la salud, se debería de poder cribar según el contenido y la información que se va a proporcionar para evitar causar desinformación entre los usuarios.

7. LIMITACIONES Y PROSPECTIVA

A lo largo de la realización de este trabajo de investigación, se ha contado con ciertas limitaciones que sería interesante poder corregir en futuros estudios para obtener una mayor precisión en los resultados en el caso de ampliar este trabajo.

En primer lugar, al haber lanzado la encuesta en la red social Instagram se pretendía redactar preguntas cortas y concisas para que fuera respondido por el mayor número de personas posibles y con la menor tasa de abandono. A pesar de todo, habría sido útil para este trabajo añadir algunas otras preguntas, como, por ejemplo:

- ¿Qué otro medio ha hecho que tu tipo de alimentación haya cambiado?
- ¿Te fías del contenido que ofrecen los perfiles dedicados a la alimentación en redes sociales?
- ¿Te parece que el contenido que se muestra en estos perfiles es repetitivo?
- ¿Consideras que la presencia de tantos perfiles puede influenciar negativamente a la salud de los usuarios?
- ¿Consideras que estás influenciado con tantos perfiles que abordan el tema de la alimentación saludable?
- ¿Crees que estás sometido a presión al ver cuerpos considerados perfectos a través de las redes sociales?

Teniendo en cuenta las respuestas de la entrevista en profundidad, resultaría interesante hacer una investigación sobre la credibilidad de distintos perfiles de *influencers* de la alimentación, comparando unos cuyos protagonistas tengan formación nutricional previa a sus publicaciones y otros que, simplemente, comparten sus recetas y estilo de vida a sus seguidores y se consideran fiables por tener seguidores.

También sería interesante hacer un estudio sobre la influencia imperceptible ya que, muchas veces, las personas están influenciadas por distintos factores de los cuales no se

dan cuenta y la existencia de perfiles dedicados a la alimentación puede ser uno de ellos. De la misma forma, podría investigarse la influencia positiva y negativa de cambios relacionados con estilos de vida saludables que se provocan por seguir *influencers* de alimentación en Instagram.

En cuanto a las limitaciones, a la hora de la realización de la entrevista en profundidad también se han encontrado ciertas complicaciones. En un principio, la entrevista en profundidad iba a ser a Carlota Fernández, fundadora de @nutriaconsejame, pero después de contactar con ella en varias ocasiones no dio acceso a las respuestas. Habría sido interesante que la entrevista fuese realizada por una persona especializada en la nutrición para que pudiese opinar con información contrastada, al ser uno de los perfiles de los cuales los usuarios de Instagram tendrían que poder fiarse de su criterio. Queda a expensas de que, en un futuro hipotético, se pueda contactar con ella para poder conseguir las respuestas esperadas.

Por último, durante la realización de esta investigación, el perfil de Carlos Ríos, creador del movimiento realfooding, ha salido a polémica porque muchos consideran que sus propios productos no son tan reales como él anuncia y le acusan de crear trastornos de conducta alimenticia en muchas personas. Él mismo ha comentado que el hecho de exponerse y ser tan popular en redes sociales se ha vuelto en su contra, ya que genera el mismo odio que amor, lo que hace que, finalmente, le puedan considerar un fraude.

8. BIBLIOGRAFÍA

Alcázar, M. (2020, 19 de junio). Realfooding: qué es y por qué debes conocerlo. *El Mueble*. Recuperado de https://www.elmueble.com/bienestar/realfooding-que-es-y-por-que-debes-conocerlo_43860

Blanco, A. e Iglesias, J. (2021). El marketing a través de las redes sociales. *Revista de administración y dirección de empresas,* (5), pp. 315-331.

Calañas-Continente, AJ. (2005). Alimentación saludable basada en la evidencia. *Elsevier, 52 (*S2), pp. 8-24.

Camacho – López, S., Nava – González, E.J., Apolinar – Jimenez, E., Almendra – Pegueros, R., Pérez – López, A., Gamero, A., Kammar – García, A., Duarte, M.A., Fernández – Villa, T., Pérez – Esteve, E., A Bonilla, D., Lozano – Lorca, M. y Navarrete – Muñoz, E.M (2022). Comunicación ética en redes sociales para la nutrición. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética, 26*(1), 1-3. https://10.14306/renhyd.26.1.1637

Castelló, A. y del Pino, C. (4 de mayo de 2015). La comunicación publicitaria con *influencers*. *REDMARKA.* Recuperado de: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/22922/Redmarka_14_2015_art_2.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Castillo-Yépez, C. (2018). Comunicación publicitaria y el rol de los *influencers* en Instagram. En A. Caro y M. Pachecho (Eds.), *Comprender la publicidad para transformar la sociedad* (pp. 736-758). Quito, Ecuador: REDIPUB.

Cervera, P. (2005). El dietista – nutricionista ante la libre circulación de profesionales en Europa. *Revista española de nutrición comunitaria, 11 (4),* pp. 202-204.

Claramount, C. (2018). Trastornos de la conducta alimentaria. *Información psicológica (116),* p. 1.

Custers. A. (2015). *The urgent matter of online pro-eating disorder content and children: clinical practice.* DOI: 10.1007/s00431-015-2487-7.

Del Río, C. y Borda, M. (1999). Trastornos de la alimentación: bulimia nerviosa. En J. F. Lozano-Oyola y M. Gómez de Terreros (Eds.), *Avances en salud mental infanto-juvenil* (pp. 167-184). España: Universidad de Sevilla.

Equipo Yo Elijo Cuidarme (13 de mayo de 2021). ¿Cuántas calorías al día necesitas? ¡Descúbrelo! [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://yoelijocuidarme.es/2021/05/13/calorias-diarias-necesarias-al-dia/#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,hombres%20entre%202000%20y%202500

Fernández, E. (2020). *Estudio del intrusismo en la profesión del dietista – nutricionista* (tesis de pregrado). Universidad de Valladolid, Valladolid, España.

Foodtropia (2020). Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.foodtropia.es/

Foodtropia [@foodtropia]. (s.f.). *Biografía y publicaciones* [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.instagram.com/foodtropia/?hl=es

Futurlife 21 [@futurlife21]. (s.f.). Biografía [Perfil de Twitter]. Twitter. Recuperado el 5 de mayo de 2022, de https://twitter.com/futurlife21

Futurlife 21 [@futurlife21]. (s.f.). *Biografía y publicaciones* [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.instagram.com/futurlife21/?hl=es

Futurlife 21 [@futurlife21]. (s.f.). *Biografía y publicaciones* [Perfil de Pinterest]. Pinterest. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.pinterest.es/futurlife21/

Futurlife 21 [@futurlife21]. (s.f.). *Portada* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.facebook.com/futurlife21/

Futurlife 21 [Futurlife 21 Nutrición]. (s.f.). *Portada* [Canal de YouTube]. YouTube. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.youtube.com/channel/UC9rFppBVIO1Lobk1FcF83oA

Futurlife21 (2020). Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.futurlife21.com/

García, D. (7 de septiembre de 2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista española de comunicación en salud (11),* pp. 244-254.

García, M. J., Ruperti, J. L., Vallejo, K. L. y Delgado, M. C. (31 de abril de 2019). Síndrome metabólico y trastornos nutricionales. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento, (3)*, pp. 407-431.

Holland, G. y Tiggemann, M. (17 de junio de 2016). A system review os the impact of the use os social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image,* 100-110. DOI: 10.1016/j.bodyim.2016.02.008.

IAB Spain (2022). *Estudio anual e-commerce 2021*. Recuperado de: https://iabspain.es/estudio/estudio-e-commerce-2021/

IAB Spain (2022). *Estudio de redes sociales 2022*. Recuperado de: https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-redes-sociales-2022/

IAB Spain (2022). *Libro blanco Marketing de Influencia 2022.* Recuperado de: https://iabspain.es/estudio/libro-blanco-de-marketing-de-influencers/

Ibáñez de León, N. y Vega, F. (diciembre, 2013). El papel del nutricionista en un servicio de alimentación hospitalario. *Biociencias* (10) pp. 1-10.

Iglesias, Y. (2018). *La eficacia del marketing de influencers en el ámbito gastronómico* (Tesis de maestría). Universidad internacional de La Rioja.

Le Guyader, K. (10 de enero de 2022). Top 12 *influencers* de vida sana 2022. *Influence4You*. https://bloges.influence4you.com/top-12-de-influencers-de-vida-sana/

McLachlan, S. y Enriquez, G. (16 de marzo de 2022). 42 estadísticas de Instagram relevantes para tu negocio en 2022. *Hootsuite*. https://blog.hootsuite.com/es/lista-completa-de-estadisticas-de-instagram/#:~:text=La%20audiencia%20de%20Instagram%20est%C3%A1,%25%20mujeres%20y%2050.7%25%20hombres.

Marques, I., Russolillo, G., Lopes, E., Bressan, J. y Baladia, E. (2008). Dietas de adelgazamiento. *Revista española de nutrición comunitaria, 14(3*), pp. 163.171.

Martínez, A., Martínez, B., Minchot, J., Mora, S., Ariño, M. y Araguás, D. J. (2022). La anorexia nerviosa. *Revista sanitaria de investigación, (3).*

Mejía, J. C. (9 de mayo de 2022). *Estadísticas de redes sociales 2022: usuarios de Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn, Twitter y otros.* Juan Carlos Mejía Llano Consultor y Speaker de Marketing Digital y Transformación Digital. Recuperado de: https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/

My Real Food (2022). Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://myrealfood.app/

MyRealFood [@myrealfood]. (s.f.). *Biografía y vídeos* [Perfil de TikTok]. TikTok. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.tiktok.com/@myrealfood?lang=es

MyRealFood [@myrealfood_app]. (s.f.). *Biografía y publicaciones* [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.instagram.com/myrealfood_app/

MyRealFood [MyRealFood]. (s.f.). *Portada y vídeos* [Canal de YouTube]. YouTube. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.youtube.com/c/MyRealFood_app/videos

Nutriaconsejame [@nutriaconsejame]. (s.f.). *Biografía y publicaciones* [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.instagram.com/nutriaconsejame/?hl=es

Nutriaconsejame [@nutriaconsejame]. (s.f.). *Biografía y vídeos* [Perfil de TikTok]. TikTok. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.tiktok.com/@nutriaconsejame?lang=es

Nutriaconsejame [@nutriaconsejame]. (s.f.). *Portada* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://m.facebook.com/Nutriaconsejame-2309012679161714/?ref=page_internal&mt_nav=0

Launch Metrics (2019). *Estatus del marketing de influencers.* Recuperado de: https://media.launchmetrics.com/resources/ebook/2019/state_of_influencer_report/State_of_Influencer_Marketing_2019_SP2.pdf?utm_campaign=IMR_19_sp&utm_source=hs_automation&utm_medium=email&utm_content=82166621&_hsenc=p2ANqtz--wZnPhCWNRrcNUVLDJVgprPKBrS1w91zOSzYK0QrIVbpyUp5-Kw6ip7W8-mXHcdnidJYaDLvK9TOT-vo4uaxYJoXF5jIgzixxmrH5P31chaOb8aaE&_hsmi=82166621

Oneto, G., Pérez, C. y Riscart, J. (30 de noviembre de 2020). Efecto del *influencer* sobre el nivel de *engagement* en publicaciones de Instagram. *Red Marka. 24*(2), pp. 76-94.

Organización Mundial de la Salud (2018). *Alimentación sana.* Recuperado el 15 de mayo de 2022 de: https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet

Organización Mundial de la Salud (2021). *Malnutrición.* Recuperado el 15 de mayo de 2022 de: https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/malnutrition

Ramírez de Molina, A. y Reglero, G. (primer semestre, 2014). Nutrición, salud y enfermedad. Estrategias nutricionales ante el cáncer. *Panorama social, (19),* pp. 127-135.

Realfooding (2021). Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://realfooding.com/

Realfooding [@realfooding]. (s.f.). *Biografía y vídeos* [Perfil de TikTok]. TikTok. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.tiktok.com/@realfooding?lang=es

Realfooding [@realfooding.oficial]. (s.f.). *Portada* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.facebook.com/realfooding.oficial/

Realfooding Market [@realfooding.market]. (s.f.). *Biografía y publicaciones* [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.instagram.com/realfooding.market/

Ríos, C. [@carlosriosq]. (s.f.). *Biografía y publicaciones*. [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 5 de junio de 2022, de https://www.instagram.com/carlosriosq/

Romero, A. M., Ruiz, M. T. y Sánchez, L. G. (2019). Trastornos de la conducta alimentaria por la influencia de las redes sociales. En M. Alcaraz, M. Carrasco, J. G. Espinosa, A. Granero, M. J. Lirola, I. Martín, J. M. Rodríguez y A. Sicilia. (Ed), BIAH 2018, *International Congress of Body Image & Health 6, 7 y 8 de junio de 2018. Libro de actas* (pp. 281). España: Universidad de Almería.

Sanz – Lorente, M. y Castejón, R. (2019). Redes sociales: Recursos interactivos y la información sobre salud. *Hosp Domic, 3*(4), 269-277. http://doi.org/10.22585/hospdomic.v3i4.84

Vázquez-Herrero, J. (2019, 12, 23). Redes, filtros y algoritmos: aproximación al fotoperiodismo en Instagram. *Razón y palabra.* (23), pp. 272-289.

Villena-Alarcón, E. y Fernández M. J. (28 de junio de 2020). Relaciones con los públicos a través de Instagram: los *influencers* de belleza como caso de estudio. *Revista Internacional de Relaciones Públicas,* (19), pp. 111-132.

9. ANEXOS

Anexo 1. Contenido en *stories* de @futurlife21 en agosto.

Día	Contenido	Texto
01/08/2022	Vídeo de salmorejo	Salmorejo espesado con manzana
	Vídeo de salmorejo	Salmorejo con manzana 2kg tomates pera 2 manzanas Golden 70 ml AOVE 2-3 dientes de ajo (al gusto) Sal al gusto
	Vídeo de salmorejo	Me habéis comentado que queda rico también espesado con: calabacín o zanahoria Probaré y os digo
	Foto de uno de sus libros de recetas enlazando a su compra	Por cierto, en el libro 3 (también conocido por Santo grial) tenéis 5 gazpachos tremendos y megaoriginales
	Foto de plato	Gazpacho de espinacas (Libro 3)
	Foto de plato	Gazpacho de lombarda (Libro 3)
	Foto de plato	Gazpacho de espárragos blancos (Libro 3)
	Foto de plato	Gazpacho de sandía (Libro 3)
	Foto de plato	Gazpacho de calabacín (Libro 3)
	Foto de plato	Además el libro 3 tiene otras maravillas como esta: Huevos rellenos de piquillo y pera
	Foto de plato	Paquetitos de salmón rellenos
	Foto de plato	Ensalada de lombarda con manzana (esto está de morir) Libro 3

	Foto de plato	Tomates rellenos de ensaladilla de alubias (Libro 3)
	Foto de uno de sus libros enlazando a su compra	Durante el verano y a la vuelta, para organizarte si no tienes tiempo
	Captura de pantalla de un mensaje directo de uno de sus seguidores	Que nos alegra tantísimo
02/08/2022	Foto de tomates	Holi tomatillos de la huerta!
	Foto de tomates	Y diréis! Pero algunos de esos tomates aún están verdes
	Foto de un miembro del equipo Futurlife	¿Hablamos de etileno y frutas climatéricas? Así hacemos recordatorio y se lo contamos a los nuevos por aquí que sois uno 100.000 más que el año pasado!
	Foto comparativa de frutos climatéricos y no climatéricos	@influciencia lo explicó muy bien el año pasado. Atendiendo a la maduración hay dos tipos de frutos, climatéricos y no climatéricos. Los climatéricos son frutos que pueden madurar una vez cosechados (fuera de la planta) Los no climatéricos son frutos que deben madurar en la planta antes de ser cosechados
	Foto de una gráfica de productos climatéricos y no climatéricos	Los frutos climatéricos en la fase de maduración liberan una fitohormona que se llama etileno. Los frutos climatéricos tienen receptores para esta fitohormona, y en su presencia tiene un cambio metabólico que acelera la maduración.
	Foto de tomates	El etileno es una fitohormona gaseosa, que cuando un fruto climatérico llega a su punto de maduración la libera, y los de alrededor, si aún no han llegado (tomates verdes) acelera su metabolismo y favorece su maduración. Por eso! Si tenemos ej: plátanos maduros y tomates verdes sin madurar, si los juntamos en una bolsa y cerramos, madurarán mucho antes

		los tomates.
	Foto de un avión volando	Añadir que es mejor meter las frutas en una bolsa de papel (y no en algo hermético) porque el etileno se forma con oxígeno. Necesitan que haya un poco. De hecho, cuando se trasladan estos frutos se mantiene el oxígeno muy bajo para que no se forme etileno y que no maduren en el viaje.
	Foto de frutos climatéricos	Mirad bien qué frutas pueden ayudarnos a *hackear* a otras frutas y hacerlas madurar o bien arruinar las que tenemos en estado óptimo. Que si ponéis aguacates + tomates maduros + plátanos maduros… Prepárate para que tu amado aguacate pase de precioso y perfecto a… Me pudrí.
	Vídeo de un aguacate madurando	No lo puedo evitar, solo un trocito de este vídeo + temazo
	Vídeo de un aguacate madurando	
	Captura de pantalla de un mensaje directo	
	Captura de pantalla de un *post* del blog de Futurlife con enlace directo al mismo	
	Comparten un *post* de @soycamareroo de menús para niños que se portan bien y para niños que se portan mal	A raíz de este *post* que nos habéis mandado (que es de hace tiempo este menú) Por no hablar de que ayudar a limpiar es si te portas mal.
	Fondo de pantalla con texto	Ya sabéis nuestra opinión a esa absurdez de menú y lo contraproducente que es leer eso para los niños. Vincular portarse mal con comer sano… Tiene que ser estupendo para favorecer

		que coman saludable y para su salud mental también. Pero al margen de esta anormalidad, me ha venido a la cabeza algo que hacemos más a menudo en verano con los peques.
	Fondo de pantalla con texto	Seguro que os suena la frase: “Si te comes las verduras…(crema/ensalada/verduras o comida sana en cualquier formato)… Luego te dejo que te tomes un helado. Encuesta: - Muy común - Uy yo no la he oído
	Fondo de pantalla con texto	Siempre que hacemos estas frases condicionantes son con un buen objetivo = que coman las verduras. Que es bueno para ellos y su salud, claro. Pero, cuidado con el mensaje que se les está enviando a los peques de forma inconsciente. Ellos reciben “cómete esto que es normal que no te guste y de premio te doy algo que es lógico que te guste”. Reforzamos sin querer totalmente lo contrario, que no les guste lo sano y que les guste lo insano. Además, por favor, premiar con comida insana es lo menos recomendado.
	Fondo de pantalla con texto	Que si queréis dar helado de postre/merienda algún día me parece estupendo, pero os recomendamos que no sea premio por nada y menos por comer sano antes. Nosotros cuando tomamos helado en familia, no se le da más vueltas, nos lo tomamos y punto, como si tomamos sandía. No es por premio, no es por portarse bien.
03/08/2022	Comparten un *story* en el que les mencionan	Gracias

	Comparten un *story* en el que les mencionan	Qué ilusión
	Comparten uno de sus *posts*	Os dejamos en formato publicación el salmorejo del otro día y así podéis guardarlo. No dejéis de darle *like* si os gusta nuestro trabajo, no cuesta nada e indica mucho
04/08/2022	Comparten un *story* en el que les mencionan	Os quiero
	Foto de sus hijos cocinando	Cocinitas de buena mañana
	Comparten un *story* en el que les mencionan	Cuánto nos alegramos
	Foto de un plato	Plato de hoy de Lucas y Gon ½ plato – pisto = verduras (hidrato) ¼ plato – pollo asado = proteína ¼ plato – arroz = hidrato contundente Proporciones top
05/08/2022	Comparten una noticia de la falta de hielo en España	
	Comparten un meme de la falta de hielo en España	
	Comparten un meme de la falta de hielo en España	Menos mal que ha llegado el hieling Me he quedado mucho más tranquila
	Texto	No digo que no sea real el desabastecimiento, que lo es, por el incremento de precios y de todo. Animamos a todos los que consumís hielo en casa, que compráis una cantidad humana de hielos, a que los hagáis vosotros con cubiteras. Y guardéis en bolsas. Hay negocios que no pueden permitirse tantísimos hielos como utilizan (bares, discotecas…) si al menos nosotros que en casa

		utilizamos alguna bolsa, las hacemos nosotros, seguro que ayudamos un poco con el desabastecimiento, justamente con el hielo podemos echar un cable.
	Foto de deshielo del polo norte y unos polos de helado	El desabastecimiento de hielo que debería preocuparnos más, es el de estos polos No el de estos
	Meme	Vale, ya me voy
	Captura de pantalla de un mensaje directo	
	Foto de plato	Hoy uno de los platos favoritos de mi padre Merluza con mayonesa casera y ensalada de tomate (no, yo no puedo tomar esa mayonesa)
06/08/2022	Foto de plato	Holi nueva receta Pasta integral con falsa crema y jamón
	Comparten uno de sus *reels*	Nuevo FuturReels
08/08/2022	Foto de un miembro de su equipo que está embarazada	No os he contado que esto del embarazo + calor increíble que hace + lo baja que tengo siempre la tensión, tengo la tensión por los suelos. Nos habéis preguntado mucho por qué tomar en estos casos.
	Fondo de pantalla con texto	Tensión baja Lo poco que se puede hacer es: tomar más sal y cafeína. (No olvidéis manteneros hidratados cuando hace mucho calor) Dato: no toméis sal de ultraprocesados Yo intento tomar: 2 cafés de tueste natural al día. Tostadas de pan bueno con aceita/aguacate tomate y bien de sal. Tomo queso feta, ensaladas con bien de sal. Picoteo de verano: palomitas con sal, encurtidos, pipas saladas/ aguamarina…

		Bebo agua con gas hielo y limón.
	Comparten uno de sus *posts*	Muchas personas siguen creyendo que tomar café es “malo y que es mejor dejarlo o evitar tomarlo, pues no. Os dejamos esta publicación. Si te gusta y quieres tomarlo, elige uno bueno y disfrútalo porque no es “malo” para la salud.
	Fondo de pantalla con texto	Datos: 1. Si no te gusta no hace falta que lo incorpores a tu alimentación. 2. Es cierto que es irritante a nivel tubo digestivo, si tienes gastritis o inflamación en el tubo digestivo, no es muy recomendable tomarlo. 3. Si te gusta, te sienta bien y quieres tomar a diario 1-3 cafés, elige un buen café de tueste natural y tómalo sin azúcar (con leche o bebida vegetal con buenos ingredientes también bien). 4. El café no debería utilizarse para “despertarnos” o darnos energía, ya que eso debe venir de lo bien que comemos. La energía de tu organismo tiene que venir de macro y micronutrientes que tomamos a diario, tienes que sentirte igual de enérgico con o sin café, y si lo tomas es porque te gusta.
	Foto de café	Café torrefacto: - Sabe mucho más “fuerte”. - Tiene más concentración de cafeína. - Al estar tan tostado tiene acrilamida (no se recomienda su consumo ya que es una sustancia potencialmente cancerígena) - Pierde muchas propiedades.

		Café tueste natural: - Sabe mucho más “suave”. - Tiene menos cafeína y pone menos “nervios@”. - No tiene casi acrilamida. - Mantiene mejor las propiedades antioxidantes.
	Foto de café	Si sois amantes del café y tomáis 1-3 cafés al día, buscad una marca que os guste que sea 100% tueste natural para casa. Si tomas café fuera de casa generalmente en bares y restaurantes es torrefacto, intenta no priorizar esos cafés (de vez en cuando, ni te preocupes, pero si cada día tomas 3-4 cafés fuera de casa, tomar siempre de los torrefactos no sería lo ideal) también hay sitios especialistas en cafés que tienen cafés de tueste natural muy buenos.
	Fondo de pantalla con texto	En supermercados generalmente no hay muchos de tueste natural. Hay varios que son “mezcla” (tueste natural y torrefacto), mejor 100% tueste natural. Nosotras hemos probado diferentes marcas (algunas compradas online) las compramos 100% tueste natural molidas para cafetera italiana o máquina de café. Algunas marcas que hemos probado y nos gustan muchos son: San Agustín, Root Café y un productos local de al lado de casa de mis padres que es brutal el café. Hay varias más que se pueden pedir online que son buenas. Ya os digo que ambas, en grano entero o comprarlo recién molido son estupendas, pero siempre de tueste natural.
	Foto de una cafetera con enlace directo para	Esta es la cafetera que tengo yo, Eleni tiene italiana normal de toda la vida, ella no toma café,

	su compra	toma solo mi padre. A mi esta cafetera me encanta porque es tipo de bar, se limpia fácil, uso café de tueste natural molido y puedo calentar la leche y que salga espumita. Si sois mega amantes del café hay cafeteras súper pros que te muelen el café y te hacen casi hasta la cama, esta es sencillita.
	Captura de pantalla de un mensaje directo	Cápsulas
	Caja de preguntas: Recomendaciones de cafés tueste natural	Me estáis diciendo un montón de marcas de café que tengo que probar. ¿Qué os parece recopilar todas y os ponemos luego las más repetidas? ¡Gracias! Adoro el café a niveles insospechados
	Foto de cafés	Cafés más recomendados por vosotros: La mexicana Café Dromedario TheRoots café (Los dos primeros no los he probado)
09/08/2022	Vídeo de tomates	Raclette
	Meme	La tontuna del día
	Fondo de pantalla con texto	Dividamos el mundo en dos, que hace mucho que no lo hacemos, y sois tantísimos que es una muestra clara de la población y me divierte mucho.
	Fondo de pantalla con encuesta	Si tomas menú del día eliges generalmente: - Postre - Café
	Fondo de pantalla con encuesta	Pepino: - Amas - Odias
	Fondo de pantalla con encuesta	Ensaladas siempre con: - Team vinagre

		- Team limón
	Fondo de pantalla con encuesta	Cilantro: - Adoro - Se carga cualquier plato en el que lo ponen
	Fondo de pantalla con encuesta	Picante: - Amo - Odio
	Fondo de pantalla con encuesta	En verano: - Café con hielo - Café caliente siempre
	Fondo de pantalla con encuesta	¿Cuál te gusta más? - Sandía - Melón Cuidadito con esta respuesta
	Fondo de pantalla con encuesta	Si solo puedes elegir uno: - Queso - Jamón ibérico
	Fondo de pantalla con encuesta	- Melocotón - Paraguaya
	Fondo de pantalla con encuesta	¿Qué prefieres? - Mucho calor - Mucho frío
	Fondo de pantalla con encuesta	Si tomas algo por ahí prefieres que te pongan de aperitivo: - Patatas bravas - Aceitunas
	Fondo de pantalla con encuesta	Queso: - Cortado finito - Cortado en dados Ya sabéis mi obsesión con que según como se cortan las cosas saben diferente.
	Fondo de pantalla con encuesta	Tomate: - Cortado en rodajas - Cortados en gajos/dados/tacos

	Fondo de pantalla con encuesta	- Team “todo mejor con cebolla” - Team “no puedo ni ver la cebolla” Nuestra respuesta ya la sabéis
	Fondo de pantalla con encuesta	Desayuno, prefieres: - Dulce - Salado
	Fondo de pantalla con encuesta	Tortilla: - Hecha - Poco hecha
	Fondo de pantalla con encuesta	Esta no me matéis, pero si vais a un italiano soléis pedir más: - Pizza - Pasta
10/08/2022	Fondo de pantalla con encuesta	La tapa del yogur, si tiene yogur: - La chupo - La tiro
	Fondo de pantalla con encuesta	Ducha: - Por la mañana - Por la noche
	Fondo de pantalla con encuesta	Llego a casa del trabajo: - Me pongo pijama/ropa cómoda - Sigo con la ropa que traía Deseando ver qué sale aquí
	Fondo de pantalla con encuesta	En la playa: - Soy tema silla/toalla - Soy de no parar: caminar, bañarme, palas Seamos sinceros
	Captura de pantalla de un mensaje directo	No he valorado esta opción súper cuchi y educada
	Fondo de pantalla con encuesta	Trufa: - Adoro - No la puedo ni ver
11/08/2022	Foto de plato	Cena improvisada para los peques Tenía un poco de carne picada para burgers del

		otro día + tomate de la huerta + aguacate
	Comparten un *post* de @postureoespanol	Cada vez que hago hamburguesas con carne picada me acuerdo de este vídeo
	Captura de pantalla de un mensaje directo	Y nosotras lo mismo
	Captura de pantalla de un mensaje directo	Yo hasta que no me ducho por la tarde/noche tampoco me cambio Pero veo que somos una clara minoría
	Captura de pantalla de un mensaje directo	Entre tantos mensajes Recetas del libro 3
	Foto de empanadillas	Mañana nos vamos de viaje, así que… Futurempanadillas
	Comparten *reels*	Aquí os enseñamos la receta de las futurempanadillas.
	Comparten *reels*	Y aquí cuando indagamos creando la versión sin gluten
	Fondo de pantalla con texto	Os cuento cosas: 1. Mañana nos vamos de vacaciones a la playita. 2. Os debo el video con Eleni sobre el regalazo por llegar a 500 mil seguidores, no hemos podido grabarlo por temas familiares importantes, no hemos estado juntas de hecho. Así que os lo anunciaremos en septiembre, pero no nos olvidamos, que os lo debemos todo.
	Comparten una master class en Mentorshow	Si este verano quieres aprender a cuidarte y cuidar a los tuyos, nuestra Masterclass te encantará.
	Comparten una masterclass en Mentorshow	Os dejamos el enlace para que veáis en qué consisten las lecciones. Es muy top y todo el contenido fue creado por nosotras.
	Comparten un vídeo	En este vídeo podéis haceros a la idea de qué aprenderás en la masterclass. Y en la descripción os contamos todo lo que

		incluye.
	Fondo de pantalla con texto	Es complementario al sistema futurlife. No son excluyentes. Se aprenden cosas diferentes, con ambos disfrutaréis muchísimo. Los cursos de sistema futurlife empiezan en septiembre y ya hay varios grupos llenos y una súper lista de espera. Os contestarán a todos los emails y mensajes en cuanto volvamos de vacaciones en septiembre.
	Captura de pantalla de mensaje directo	Diferencias Sistema futurlife Masterclass
	Comparten un directo	Aquí os contamos bien sobre el sistema futurlife. El que impartimos nosotras en directo desde nuestro centro en Madrid.
	Fondo de pantalla con cajita de preguntas	Sois muchísimas personas las que habéis hecho ya el sistema futurlife. ¿Qué ha significado para ti?
	Captura de pantalla de mensaje directo	
	Respuestas de la cajita de preguntas anterior	Gracias
12/08/022	Respuestas de la cajita de preguntas anterior	Nos emociona tanto leeros. Siempre gracias.
	Foto de una bolsa con comida	Hemos salido a las 10am de viaje Llevo esto para picotear (para los peques especialmente) y siempre paramos a comer y descansar entre medias. Yogures naturales Futurempanadillas Fruta Hummus zanahorias
13/08/02022	Foto cocinando	Cómo nos cuidan los suegris Carne guisada

		Quinoa
	Foto cocinando	Esta receta se la voy a pedir y os la paso, está bien bueno
	Comparten *story* en el que les han etiquetado	
	Comparten un *reels*	Receta recomendada para hoy: cintas de calabacín con salmón y crema de espárragos y gorgonzola
	Comparten un vídeo	Os dejamos este vídeo de Eleni mega útil, en verano siempre hacemos conservas de bonito que nos duran muchos meses.
	Foto en la playa	El motivo de mi ligera ausencia estos próximos días
14/08/2022	Foto de pan	Felicidad es esto Pan de centeno integral con masa madre
	Foto de pan	Esta receta no se puede dar porque es con una masa madre que tiene mi suegro y que a cuida como a sus hijos Sería crearos falsas esperanzas
	Foto de plato	Pollo al horno con verduras
	Foto de plato	¿Quién va a mojar aquí este pan? Que me digan que esto no es disfrutar por favor
	Captura de pantalla de mensaje directo	
	Comparten *post*	Aquí la receta
	Captura de pantalla de mensaje directo	Eleni siempre le dice que se tiene que dedicar a eso #visionariadelnegocio
	Foto en la playa	Por cierto hemos pasado un diazo muy top
15/08/2022	Comparten un *story* de quien les ha etiquetado	
	Comparten un *story* de quien les ha etiquetado	Colorines deliciosos

	Foto de helados	Pero, pero, pero ¿Helado de cheetos? ¿Qué nos está pasando?
	Captura de pantalla de mansaje directo	
16/08/2022	Comparten un *story* de quien les ha etiquetado	Y entre tanto mensaje que me encuentro con esto Gracias
	Captura de pantalla de mensaje directo	Eritritol Que algo tenga menos kcal no lo hace saludable y estupendo para tomar cada día Esto mejorará la microbiota y las ganas de comer dulce.
	Fondo de pantalla con texto	El tema está en que no es cuestión de cambiar un azúcar refinado por otro edulcorante con menos kcal o por dátiles. Es que hay que tomar mucho menos dulzor para reeducar el paladar. El dulce diario debe venir de la fruta, y puntualmente te tomas lo que te da la gana tan content@. Solo así conseguiremos un paladar sin necesidad constante de dulce, un café sin endulzar nos encantará y un choco 85-90% nos sabrá rico, rico. Y en niños, un yogur natural les parece maravilloso.
	Captura de pantalla de mensaje directo	Al menos la fabada es bastante saludable
	Captura de pantalla de mensaje directo	
	Captura de pantalla de mensaje directo	¿Alguien da más?
	Texto	Ojo que ya sabía que no ibais a defraudar
	Foto de sabores de helados	Una explicación convincente a hacer un helado de boquerones en vinagre para tomar en tarrina. Creo que sino no voy a poder pegar ojo.

		Y mirad que soy amante de los boquerones en vinagre. Bueno, ni que de morcilla o tortilla sonaran muy de tomar después de una paella. Pero vamos a ver.
	Foto de sabores de helados	Se incorporan por la derecha pero quedándose atrás el helado de cazalla, pepino y helado de gazpacho. El de gazpacho si sabe a gazpacho helado es más de tomar primero, ¿no? En plan aperitivo con el de boquerones, tarrina doble.
	Foto de sabores de helados	Poco se habla del momento helado de morcilla con la morcilla clavada en medio. Como quien pone un limón. Y la mitad de la tarrina está gastada, no que decimos, ahora los que toman helado after eight son gente súper normal.
	Texto	Me duermo que en verano los niños siguen madrugando como si nada, y sino mañana muero, quedo a la espera de más helados impactantes, mañana os leo #osqueremos
	Texto	Holi
	Foto de helados de sabores	Ya paro
17/08/2022	Foto de su familia	Hemos pasado unos días cuidados por mis suegris que han sido un gustazo total, ahora ya en Denia los 4 + ½
	Fondo de pantalla con texto	Para organizar comidas, antes de ir a la compra he organizado un “calendario” de qué vamos a comer cada día.
	Fondo de pantalla con texto	No agobiarse por favor Os lo comparto tal cual lo he hecho
	Fondo de pantalla con texto	De ahí he sacado la lista de la compra, pero os cuento, la idea está en que prefiero hacer comidas algo más “cocinadas” que haré por la

		mañana y las cenas, que siempre se nos hace tarde y los niños palman del suelo, además de la pereza que me da cocinar por la noche son de “pim pam pum”. Prefiero que las cenas sean sencillas y facilonas y así limpiar poco e invertir súper poco tiempo.
	Fondo de pantalla con texto	Esta es la lista que ha salido + alguna cosa más Dato: estamos en un apartamento y preferimos comprar cada semana para que no se nos pochen las cosas. Especialmente la fruta.
	Captura de pantalla de mensaje directo	
	Captura de pantalla de mensaje directo	Era la lista para Dani, que me dice que le escriba exactamente lo que pedir.
18/08/2022	Captura de pantalla de mensaje directo	Lo de las orejas de la merluza os ha dejado a cuadros a muchos
	Captura de pantalla de mensajes	Eleni al habla
	Captura de pantalla de google	Es esta parte
	Captura de pantalla de mensaje directo	Nosotras sí que os queremos
	Comparten *reels*	Es esta receta
19/08/2022	Foto de plato	Hoy hemos cenado esta mezcla maravillosa Arroz integral, tomate, aguacate, zanahoria, cebolla, bonito, queso en dados y almendras, aliñado con AOVE, vinagre, sal y comino. Los peques cenaron lo mismo sin almendras y con poca cebolla y vinagre (la zanahoria se la puse rallada)
	Fondo de pantalla con texto	Vuelvo a compartir el menú de la semana que os encantó. Hoy tocaba.
	Foto de plato con encuesta	Lentejitas con verduras. Se que algunos creeréis que estamos locos

		tomando lentejas en verano, pero es siempre un acierto en casa, nos flipa. - Yo también tomo - Yo solo en invierno
20/08/2022	Foto en la playa	En la playa siempre fruta
	Foto ciruelas	Ciruela Claudia La mejor fruta para el estreñimiento
	Foto comida	Merienda antes de la playa Piña Yogur griego natural Choco 85%
21/08/2022	Fondo de pantalla con texto	Hoy hemos subido tarde de la playa, los niños muertos de hambre y sueño y la vida no me daba para hacer mucho más que esto
	Foto de plato	Esos son los platos de los peques, nosotros igual pero en versión plato grande Quinoa (que cocí esta mañana mientras desayunábamos) + tomate + aguacate + hummus + zanahorias + salmón en papillote (que hice en 10 min mientras cortaba el tomate y aguacate)
	Comparte *reels*	Así hice el salmón Este salmón queda espectacular y se tarda nada en hacer y mancha cero.
	Comparte *reels*	Cómo cocinar la quinoa perfecta
	Comparte *reels*	Aquí os dejé mi lista de comidas/cenas que sé que os gustan a todos en casa. Cuando no se me ocurre qué preparar la miro. Guarda la publicación para no perderla.
	Fondo de pantalla con texto y captura de pantalla de mensaje directo	Me da pena, que aún con todo, haya personas que no se crean que si es posible que coman esas recetas felices.
	Comparte *post*	De paso os comparto este *post*

	Foto en la playa	Y os enseño estos cuerpos serranos que me como a mordiscos cada día
22/08/2022	Foto de plato	Hoy, arroz con pollo y verduras
	Comparten *reels*	Aquí la receta que no falla en casa, la adoramos.
	Comparten *reels*	Esto a la hora de merendar o de postres es delicia.
	Captura de pantalla de mensaje directo	Lo difícil es incluir verdura en altas cantidades en los platos y que esté riquísimo, que es lo que muchas veces no sabemos cómo tomar y eso lo que se debe priorizar.
	Vídeo cocinando	Idea rápida: pisto + bonito + garbanzos
	Vídeo cocinando	Listo en 10 min
	Comparte un *post* de @fitness.revolucionario	Me ha encantado. Prioriza tu salud, siempre.
23/08/2022	Captura de pantalla de mensaje directo enlazando a la venta de libros	Nuestros libros de recetas son de los que usas de verdad a diario. Queremos ayudaros a comer saludable y que veáis que es posible hacerlo fácil y riquísimo.
	Foto en la playa	Buenísimos días
	Foto de plato	Cenita Pollo al curry con quinoa/colirroz Receta libro 3
	Comparte *post*	Esta es la salsa de curry en versión express que hago mucho también
24/08/2022	Foto de equipo	Juntas al fin
	Foto de plato	Ensalada de ventresca con tomate
	Foto de plato	Burrata con pimiento del piquillo y rúcula
	Foto de plato	Figatells de sepia
	Foto de plato	Chocolate con praliné de avellanas

25/08/2022	Foto en un barco	A falta de pan, avena pa los peces
	Meme	El fondo del mar ahora mismo
	Captura de pantalla de una noticia	El consumo elevado de fruta y verdura se asocia con tensión más baja, menos preocupaciones y más felicidad #puesyasabeis
26/08/2022	Foto de plato	Desayunito
	Comparten *story* en el que les han etiquetado	
	Captura de pantalla de mensaje directo	Lo mejor: - Fruta entera cortada - Fruta batida (no licuado)
	Captura de pantalla de mensaje directo	Ojo: entre batidos, purés, panes de molde y todo blandito, la mandíbula no se desarrolla igual.
	Captura de pantalla de mensaje directo	
27/08/2022	Captura de pantalla de mensaje directo	
	Foto batidora	Batir es meter la fruta tal cual en una batidora. No se pierde nada de fruta, es lo que se llama “smoothie”.
	Foto licuadora	Licuar o hacer zumo es cuando se obtiene solo el líquido de frutas o verduras, quitando la pulpa/matriz.
	Texto	Lo que debemos priorizar es: - La fruta entera cortada o a mordiscos es la mejor opción. - Fruta entera batida (es también buena opción, la matriz y pulpa de la fruta siguen en el batido, aunque los azúcares estén más libres y sean más fácilmente absorbibles por estar batido, pero es saludable y se puede tomar perfectamente). - No tomar habitualmente zumos/licuados

		incluso aunque sean caseros y naturales, ya que se elimina la matriz/fibra y nos quedamos solo con los azúcares de la fruta/verdura, son considerados por la OMS azúcares totalmente libres y se absorben rapidísimo en sangre.
	Foto de plato	Hoy comimos vinagreta de pulpo con espárragos y gambas al ajillo
	Foto de plato	Pimientos del piquillo asados + bonito
28/08/2022	Foto cocinando	Eleni a los fuegos
	Vídeo cocinando	
	Vídeo de plato	Ricura
	Foto de café con hielo	Caf-hielito
29/08/2022	Foto cocinando	Hoy acabamos con las sobras que mañana volvemos a los Madriles. Boloñesa de ternera y verduras. Arroz blanco (es el que nos quedaba)
	Foto en la playa	Hoy contaba en mi cuenta personal, que creo que es el primer año desde que existe futurlife que he logrado desconectar el cerebro al 98% en verano, desconectar y estar centrada en mi y en mi familia, en disfrutar y en descansar el cerebro de proyectos, redes sociales y cosas que en mi cabeza rondan siempre para cuidar de esta gran familia que está al otro lado de la pantalla. Empieza un año laboral y personal muy intenso y bonito y puedo decir que de verdad que he recargado las pilas estas dos últimas semanas. Solo he tardado 6 años en conseguirlo pero ha merecido la pena darse cuenta de que es tan importante trabajar como descansar. Gracias por

		vuestra paciencia.
	Comparten un *story* en el que les mencionan	Nos encanta que sigáis siempre ahí, con el mismo cariño de siempre.
	Comparten un *story* en el que les mencionan	Tomando verduras que siempre podéis
	Comparten un *story* en el que les mencionan	Y disfrutando de cuidar vuestra salud y la de los vuestros
	Fondo de pantalla con caja de preguntas: Preguntas originales y dudas vuelta de verano	
30/08/2022	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Por dónde empezar para ser 100% futur?	Puntos clave: 1. Saber qué elegir y el por qué eliges así (el conocimiento de elegir salud). En casa solo tener: frutas, verduras, legumbres, quinoa, arroz integral, proteínas naturales, grasas buenas… Si necesitas aprender rodo, nuestro sistema está para eso. 2. Práctica: es importante disfrutar de lo que comes, por eso es clave para prepararte cosas ricas sin invertir mucho tiempo (el libro 3 salva la vida) Los futurlibros (*link* en bio) y nuestras recetas están para ayudaros.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Cómo hacer que la suegra no compre huevos kínder a los nietos? Sin que se moleste	Estos temas son difíciles, siempre os decimos que si son cosas puntuales no hay que darle más vueltas. Cuando es algo muy muy recurrente y veis que afecta a las preferencias habituales de vuestros pequeños, entiendo que os genere un poco de agobio. Y creo que hablando se entiende la gente, si se les explica el porqué preferís que no tomen a diario comida ultraprocesada, lo entenderán (explicando el tema del paladar acostumbrado a

		poco azúcar, lo beneficioso que es que coman habitualmente comida saludable y que normalicen felicidad con comida sana) también os diría que les deis a los abuelos/parientes otra alternativa sencilla que les puedan llevar que les guste, que no sean ultraprocesados. Por ejemplo: yogur griego, quesitos babybel, hummus con picos o zanahorias o un bocata.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: Me toca dar a luz en octubre. Quería dejar comidas listas para lo que venga, ¿cómo lo organizas tú?	Súper buena pregunta. En mis anteriorespartos hice eso, congelé muchas cosas y luego me salvó la vida. Congelé: - Comidas tipo bases del libro 3 en raciones. - Tomate frito futur. - Pisto. - Caldo (lo amo). - Tenía muchas proteínas diferentes crudas congeladas (con las bases se hacen comidas en un pis pas). - Algún plato que me gustaba mucho, por ejemplo: pollo al curry o futurlasaña.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: si por ejemplo la boloñesa de verduras trituro las verduras, ¿aportan lo mismo que trozos?	Sí, solo que si es porque a la persona/niños no les gusta comer la verdura en trocitos, te diría que cada vez lo fueras batiendo menos, es bueno que su cerebro procese que está bueno, que les gusta y que no solo comemos la verdura en puré.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Tiempo para recuperar el equilibrio en el sistema digestivo tras empezar con buenos hábitos?	Esto depende de muchas cosas. Puedes tener el sistema digestivo fatal y tardar más o tenerlo solo un poco desregulado y que sea algo más rápido. En cualquier caso, empezar con buenos hábitos siempre va a ir a favor de la salud. Constancia, buen asesoramiento y comida rica y verás que esos hábitos se implantan y te encuentras fenomenal.

	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Qué nos aconsejáis a las que andamos ya en menopausia que no bajamos ni queriendo?	Ay la menopausia… Que mal se pasa con el cambio hormonal que no nos reconocemos ni nosotras. Se puede perder grasa en menopausia. Si, ahora bien, hay que saber que el cambio hormonal puede hacer más difícil el cambio de hábitos. Pero no imposible. Tenemos muchísimas personas en plena menopausia haciendo el sistema y están pletóricas porque se lleva infinitamente mejor comiendo bien y sintiéndote con energía y ganas. Mi consejo es que vayas a por todas y cambies hábitos para siempre, nunca te vas a arrepentir.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Qué pensáis de las manos de cerdo o los callos?¿Alguna receta sin grasa mala?	No son grasas las manos de cerdo ni los callos. Su principal macronutriente son las proteínas. El punto es cómo se cocinan, que se añade mucho chorizo y grasas saturadas. Pero si se cocinan con buenos ingredientes y pimentón, son saludables.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Cuándo me llamáis? Lista espera para sistema	Volvemos el 1. Y nuestro equipo se pondrá a tope a responderos y escribir a todos, van a empezar muchos grupos en septiembre. Nos hace tan felices saber que tantas personas queréis cambiar hábitos con futur. Gracias.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: Truco para mejorar las cremas de verduras.	Hicimos un vídeo de esto.
	Comparten un *reels*	Guárdatelo
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: Lácteos… ¿son mejores los de	Ambos si llevan buenos ingredientes están bien. La leche de cabra tiene, naturalmente, menos lactosa que la de vaca, eso sí.

	cabra o oveja?	
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Cómo concienciar a mi pareja que las proteínas en polvo del gym no son buenas?	Enseñándole la lista de ingredientes (que es como El Quijote de larga). Llena de edulcorantes artificiales y saborizantes. Que coma una cantidad moderada de proteína natural magra, si su objetivo no es presentarse a halterofilia, si come saludable, nutritivo y hace un deporte bien enfocado, notará mucho más cambio que tomando muchísima proteína en polvo y no cuidando lo demás. También puedes ponerle ejemplos de personas que están estupendísimas sin cebarse a polvos proteicos. Su salud te lo agradecerla.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Este año hay reto futur para volver al redil?	Nos estáis preguntando mucho por reto de septiembre. Y nos encanta que os motive para volver al futurRedil. Estos días os daremos muchos tips y trucos para hacer que la vida sea más fácil. Pero, os digo, el mejor momento para cambiar hábitos es cuando tú te sientas con ganas. Y lo mejor, cuanto antes.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Qué recomendáis a personas con SIBO?	Este es un tema complejo. El SIBO es el sobrecrecimiento bacteriano en el intestino delgado. Muchas veces se gestiona a través de un tratamiento con antibióticos y luego hay que repoblar la microbiota, para ello es importnate tomar probióticos y saber qué comer después. Si hacemos un tratamiento y luego no sabemos comer para mantener altas bacterias beneficiosas, no lograremos tener bien el intestino. Qué comemos es tremendamente importante para tener una microbiota saludable.

	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Le das mucho uso a la thermomix? Estoy pensando en cogerla	La verdad es que la usamos más tipo como buena picadora que para cocinar. (La usamos mucho como picadora de hecho y para purés) Eleni dice que las verduras pochadas en thermomix saben totalmente diferentes a las pochadas en cazuela, por eso el uso que se le debe dar a la thermomix nosotras no se lo damos casi. Pero hay muchas personas que la utilizan muchísimo y les es de gran ayuda.
	Preguntas originales y dudas vuelta de verano: ¿Puedes recordar el tren de meriendas que hicisteis una vez, por favor?	Claro. Os dejamos el enlace con el documento completo donde viene un PDF con ideas de meriendas y recetas incluidas.
	Comparten el PDF mencionado anteriormente	
	Comparten el PDF mencionado anteriormente	Podéis mandarlo o recomendarlo en todos los coles que queráis
31/08/2022	Captura de pantalla de una noticia con *link* directo para verla completa	Ojo!!
	Foto de plato	¡Ya en Madrid! Cena de mis hijos y nuestra cuando no tengo casi comida en la nevera, ni tiempo, ni ganas de cocinar mucho.
	Comparten un *post*	Nueva publicación
	Comparten un *post*	Escribe si tienes dudas y os contestamos.
	Texto	Os iremos dando trucos y tips, e iremos enseñando cómo nos organizamos y qué

		recetas hacemos.
	Comparten un vídeo meme	
	Captura de pantalla de mensaje directo	Os amo
	Comparten un *post* + encuesta: ¿Quién se apunta al futur-redil?	- Yo - No estoy preparad@

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. Contenido en *post* de @futurlife21 en agosto.

Día	Contenido	Texto	Número de me gustas	Número de comentarios
03/08/2022	Foto de plato con el título: Salmorejo sin gluten	El otro día compartimos esta idea super sencilla, pero que os encantó especialmente para aquellos que el gluten les sienta regular! Os la dejamos escrita para que podáis guardarla más fácilmente! Ingredientes: 2kg tomates pera 70ml AOVE 2 manzanas golden 2-3 dientes de ajo (yo puse 3 porque me gusta fuerte) Sal al gusto Batir a potencia máxima todo menos el AOVE y echarlo a chorro al final mientras sigue batiendo! Probar y rectificar de sal. Servir acompañado de huevo duro o jamón en taquitos Otras opciones posibles para densificar sin pan:	3.915	86

		Calabacín Aguacate Zanahoria Huevo duro A mí de verdad, que este me encantó estoy deseando hacerlo de nuevo porque prácticamente me lo he comido todo yo		
06/08/2022	*Reels* de la preparación de Pasta integral con falsa crema y jamón.	Pasta integral con falsa crema y jamón. ¡Alucinad con esto! GUARDA COMPARTE DALE AMOR, no cuesta y es apreciar nuestro trabajo Ingredientes para 4 raciones 350 g pasta de espelta integral o de lenteja o la que prefieras 400g coliflor 500ml leche o bebida vegetal 2 puerros 60g jamón serrano 80g queso tierno 1/2 cc nuez moscada 3 Cs AOVE Sal Pimienta Poner la coliflor en pellas en una cazuela con la leche y hervir, calculando 12min desde que rompe a hervir. Batir con una batidora de mano o robot de cocina hasta que quede textura suave, añadir sal, pimienta y nuez moscada. Mientras, pochar el puerro en AOVE durante 10-15 min aprox, añadir el jamón en tacos y el	14.502	164

		queso. Una vez derretido, verter la crema de coliflor y mezclar todo. Cocer la pasta elegida y mezclar todo antes de tomar! VAIS A ALUCINAR! PD: Con calabacettis también está de muerte Ojalá os guste tanto como a nosotras		
31/08/2022	Carrusel de imágenes: Volvamos al futur-redil	Vuelta al futur-redil para los descarriados y no tan descarriados! Hacemos un pequeño recordatorio de qué debemos tener en nuestra casa en el proceso de instaurar hábitos saludables! 1- Frutas y verduras: Cuantos más colorines y variedad mejor! 2- Proteínas magras naturales sin procesar: carne de pollo, pavo, cerdo, ternera, pescado blanco y pescado azul, mariscos y moluscos, huevos, lácteos (quesos y yogures naturales) 3- Grasas buenas: AOVE, aguacate, frutos secos y semillas 4- Legumbres y cereales integrales: priorizando siempre legumbres, quinoa, avena, arroz integral, trigo sarraceno y POR ÚLTIMO harinas integrales de espelta, centeno.. (reduciendo al máximo el trigo, incluso integral) . EL 90% de vuestra compra debe ser así, no hay ingredientes, solo COMIDA NATURAL que preparas en tu casa! El otro 10% pueden ser buenos procesados con buenos ingredientes (ej: choco 90%, gazpacho, humus, bebidas vegetales…)	5.833	159

		Empecemos por rellenar de colorines nuestras despensas y neveras, así será mucho más fácil comer bien lo segundo? Hacerte con los futurlibros (*link* en bio) y empezar a hacer recetas deliciosas y 100% nutritivas y saludables Tenéis dudas de qué tomar o no? Os leemos		

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3. Contenido en *stories* de @foodtropia en agosto.

Día	Contenido	Texto
02/08/2022	Comparten un *story* de quien les mencionó	
	Vídeo de una puesta de sol	22:37
	Foto de una puesta de sol en la playa	Nada más
04/08/2022	Foto de Paola preparando una mesa.	Os doy 3 ideas para hacer este verano. Desayunos de verano en @lasperelli Con calma, abundantes y variados.
	Comparten un *story* de quien les mencionó	Melocotones a la plancha con yogur de coco, pistachos y hierbabuena.
	Comparten un *post* suyo anterior	
	Comparen un *post* suyo anterior	
	Foto de Paola sirviendo café	Uno de mis momentos favoritos del día. Café Batido de fruta y verdura Yogur Granola Tostadas
	Comparten un *story* de quien les mencionó	Bravo
08/08/2022	Foto de plato con una cajita de	Jugamos de nuevo… Esta noche la

	preguntas ¿Qué fruta crees que lleva?	receta de este tartar de atún y…?
	Foto en la piscina	“Para la piscina porque si no me quemo el brazo” @larocheposay @micanesu @june_lemon
	Foto en la piscina	@larocheposay @micanesu @june_lemon
	Foto de plato	Pista En esta ocasión no tiene hueso
	Vídeo de plato y encuesta	- Manzana - Pera
	Comparten uno de sus *reels*	Espero que os guste mucho
	Comparten un *story* en el que les mencionaron	
	Foto de una puesta de sol	
	Vídeo de plato	Ya tenéis la receta en el perfil Muchos dijisteis pera pero es manzana y remolacha
	Comparten un *reels* de @cedricgrolet	Qué espectáculo todo lo que hace @cedricgrolet Tenéis que ver el *reels* completo Ojalá tener una tienda suya en Madrid
09/08/2022	Comparten un *story* en el que les mencionaron	
10/08/2022	Foto de una cafetera con enlace directo a la compra	Buenos días @nespresso.es #Ad #BrazilianVibes #UnCafeConSaboraVerano
	Vídeo de una puesta de sol	Sound on
	Comparten un *post* de @oelofsemarguerite	@oelofsemarguerite
	Comparten un *post* de @eli_and_co	Como dice @art_vicer imágenes captadas alrededor del mundo que despiertan nuestros sentidos. Os dejo algunas de las ganadoras.

	Comparte un *post* de @foodphotoaward	
	Comparte un *post* de @foodphotoaward	
12/08/2022	Foto de percebes	A taberna do puntal
	Foto de Paola	O puntal Con mis @sandaliasgriegas
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
13/08/2022	Comparten un *post* de @vanessacraccoliving	Saturday inspo
	Comparten un *post* de @vanessacraccoliving	
	Comparten un *post* de @skyemcalpinetavola	
	Comparten un *post* de @skyemcalpinetavola	
	Comparten uno de sus *reels*	Sábados en los que preparar platos fáciles sanos y ricos como esta ensalada de pasta con salmón, melocotón y trigueros
	Comparten uno de sus *reels*	O estos rollitos vietnamitas
	Vídeo de una mesa preparada	Y que no falten las aguas de sabores
	Vídeo sirviendo bebida de sabores	
	Foto sirviendo bebida de sabores	
	Foto de bebida de sabores	Feliz sábado Espero que muchas recetas foodtropia estén presentes en vuestras comidas o cenas.
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
14/08/2022	Vídeo cocinando	@xurxo_gomez_chao
	Vídeo cocinando	@xurxo_gomez_chao

	Vídeo cocinando	@xurxo_gomez_chao
17/08/2022	Foto en la playa	Mucho de esto
	Comparten un *story* en el que les etiquetaron	
18/08/2022	Foto de plato enlazando a la compra de su libro de recetas	Una de las recetas del libro que más está triunfando este verano
	Foto de plato	Y esta para las cenas de mayores y pequeños
	Foto de su libro de recetas	Jamás, ni en mis mejores sueños, me hubiera imaginado que vendería casi 15.000 ejemplares de mi primer libro. No puedo sentirme más feliz, orgullosa y recompensada por el trabajo y esfuerzo que ha supuesto. Gracias
	Vídeo de plato	La mejor forma de dar las gracias, trabajar ya en las recetas del nuevo libro
	Foto de Paola	Gracias
21/08/2022	Foto poniendo la mesa con una caja de preguntas: Hazme una pregunta	
	Foto de una mesa puesta + Si no recuerdo mal el próximo libro era para diciembre de 2022. ¿Es correcto?	Si todo sale ben será en septiembre 20223
	Foto de una mesa puesta + ¿Volverán las clases presenciales a partir de septiembre?	En septiembre hay dos clases online muy apetecibles para volver a la rutina y también habrá alguna presencial de la que os iré avisando por aquí.
	Foto de una mesa puesta + ¿Podrías compartir comidas para embarazadas?	Yo sigo las pautas de mi gine y no consumo crudos o semicrudos (por toxoplasmosis y anisakis) ni productos sin pasteurizar (listeria). Lavo todo uy bien o le retiro la piel y

		ante la duda todo siempre cocinado para matar a cualquier bicho. Hace poco vi unos *stories* de @gu_nutricion muy buenos sobre alimentación en el embarazo que quizás os resulten útiles. Este invierno impartí un curso de nutrición y cocina en el embarazo con @organicallym en @bmummadrid que era súper completo. Marina explicaba qué alimentos eran los mejores según las necesidades de la embarazada en cada trimestre y yo cocinaba recetas con esas pautas. ¿Os apetece que repitamos?
	Foto de una mesa puesta + menús semanales	Algo muy práctico y útil sobre esto tramamos @somosbonjour y yo. Muy pronto ampliamos información.
	Foto de una mesa puesta + ¿Estás embarazada? ¡Enhorabuena si es así!	Sí, muchas gracias.
	¿Qué alimentos priorizas en el embarazo?	Trato de seguir la misma alimentación de siempre pero con las precauciones que me ha indicado mi ginecóloga. Verduras, carne muy cocinada, pescado (salvo crudos), legumbres, cereales, etc. Dieta variada y completa con recetas foodtropia.
	Foto de una mesa puesta + Huertos urbanos donde comprar o cultivar buen producto en Madrid	Que yo conozca el de @fundacionalapar en Montecarmelo
	Foto de un campo + ¿Qué tiempo tiene Pedro? ¿Recetas infantiles?	16 meses y come lo mismo que nosotros en casa pero sin sal. Afortunadamente es buen comedor y prueba de todo. En nuestra rutina

		intento que, al igual que nosotros, coma sano y rico y si vamos fuera y puedo le llevo comida cocinada por mi o algunas opciones preparadas que me gustan como @smilecatbaby o @roots_mindfoodness y procesados de calidad pero sin obsesionarnos si come algo que no es tan sano alguna vez.
22/08/2022	Foto de una mesa puesta + Voy a regalar tu libro a una amiga y quiero complementarlo con algo más ¿qué recomendarías?	Una botella de aceite de oliva virgen extra foodtropia para que haga las recetas del libro con un aceite rico. Muy pronto podrá ser posible hacerlo.
	Foto de una mesa puesta + ¿Tienes receta de helado saludable?	Tengo una carpeta en destacados con ideas de helados caseros. Voy a preparar alguno más antes de que acabe el verano y os comparto.
	Foto de una mesa puesta + ¿Cuántas horas pasas cocinando al día?	Depende mucho de la jornada pero cocinar para foodtropia no solo implica estar en los fogones sino que hay mucho más (organizar las recetas que voy a preparar esa semana, comprar, preparar los ingredientes, cocinar, grabar, emplatar, limpiar…). Hay días que la organización y preparación ocupan mucho más que la simple ejecución de la receta y otros en los que ya tengo todo listo y dedico el día a cocinar y grabar varias recetas. No puedo decirte un número exacto pero es una jornada laboral muy completa.
	Foto de una mesa puesta + Si volvieras a estudiar cocina, ¿dónde lo harías?	Volvería a @lcbmadrid. Me hubiera encantado también hacer cocina española. La base, la técnica, la organización y la disciplina que he

		aprendido allí han sido increíbles y merece mucho la pena.
	Foto de una mesa puesta + Embarazada, ¿cómo lavas la verdura para hacer gazpacho?	Intento pelarlas o triturarlas y colarlas y si no va a ser posible entonces las lavo con Amukina.
	Foto de una mesa puesta + ¿Batchcooking?	Siempre que puedo sí. Yo cocino mucho por mi trabajo y en el fondo lo hago casi sin darme cuenta. Me parece una técnica maravillosa y de hecho imparto muchos cursos sobre ello. Ahorras tiempo y comes mejor y sin prisas.
	Foto de una mesa puesta + No es una pregunta, es un agradecimiento. Absoluto respeto/admiración	Mil gracias. Y gracias de corazón por todos los mensajes tan cariñosos que me estáis enviando. Me encuentro genial. Repetimos pronto.
	Foto de una mesa puesta + Busco una vajilla antigua, ¿me recomiendas alguna tienda/sitio donde mirar?	@caedecajon @bassetantiques @lasperelli
	Comparten un *story* en el que les mencionaron	
23/08/2022	Comparten un *story* en el que les mencionaron	
27/08/2022	Foto de una mesa puesta	Ojalá nunca se acabaran las comidas de verano…
	Foto de una mesa puesta	Platos frescos, aperitivos infinitos, compartir, improvisar…
	Foto de una mesa puesta	Os dejo a continuación algunas de mis recetas favoritas de verano
	Comparten un *reels*	Crema de tomate y nectarina
	Comparten un *post*	Tacos de langostinos con mayonesa de siracha
	Comparten un *post*	Ensalada de lentejas, frambuesas, feta y canónigos
	Comparten un *post*	Huevos rellenos de salmón con salsa

		de aguacate
	Comparten un *post*	Redondo de ternera con salsa de ciruelas para cenas especiales en casa
	Foto de plato	Esta tarta de fresas y nectarinas de mi libro
	Foto de plato	Y esta tarta de hojaldre en versión salada con tomates y burrata. También del primer libro.
	Foto de una mesa puesta + Caja de preguntas: ¿Vuestra receta Foodtropia de verano favorita?	
	Comparten un *reels* en el que les mencionaron	
	Comparten un *reels* en el que les mencionaron	
	Comparten un *reels* en el que les mencionaron	
28/08/2022	Foto de plato	De mis favoritas también. No quiero que acabe la temporada.
	Comparten un *post*	
	Foto de plato enlazando a la receta.	Para los que no la habéis probado, aún estáis a tiempo antes de que acabe la temporada de melón. La podéis encontrar en el libro.
	Foto de plato	¿Y qué me decís de la combinación con fresas? También es perfecto como crema para untar en sándwiches y añadir alguna proteína.
	Comparten un *reels*	
	Comparten un *reels*	
	Foto de plato	Está buenísima y se puede servir fría, templada o incluso caliente
	Comparten un *post*	
	Foto de plato	Esta, sin duda, ha sido vuestra favorita de este verano. Representa

		muy bien la filosofía de foodtropia: - De temporada - Fácil, sano y rico - Ingredientes accesibles
	Foto de plato	Otro imprescindible @jamonjoselito
	Foto de plato	Me encantan y son perfectos para servir de tanto de entrante en una comida como de plato principal para una cena ligera
	Comparten un *story* en el que les etiquetaron	
	Comparten un *reels* de @fredcip	Qué ricas son las flores de calabacín en tempura, ¿las habéis probado?
	Comparten un *reels* de @cookwithgiulia	Si os animáis a prepararlas @cookwithgiulia tiene una receta que pintón
30/08/2022	Vídeo de una bandeja con vino enlazando al sorteo.	¿Y si alargas el Camino de Santiago y haces de las rías Baixas una etapa más de tu viaje? @doriasbaixas Ad
	Vídeo de una bandeja con vino enlazando al sorteo.	@doriasbaixas sortea un viaje de fin de semana para 2 personas para conocer las Rías Baixas con desplazamiento, alojamiento y visita a una bodega @doriasbaixas Ad
	Vídeo de una bandeja con vino enlazando al sorteo.	El premio incluye además: experiencia top a elegir entre: - Travesía en barco y almuerzo en la Isla de Ons. - Circuito termal con almuerzo en un Hotel de 4 ó 5 estrellas. - Almuerzo en un restaurante de autor de la zona. Ad
	Comparten un *story* en el que les	

	mencionan	
	Vídeo del palacio	Escapada a @palaciohelguera @travel_options_ gracias por la recomendación
	Foto del palacio	Y nada más @palaciohelguera
	Foto del palacio	@palaciohelguera
	Vídeo del palacio	@palaciohelguera
	Foto del palacio	Cena para 2 @palaciohelguera
	Foto de plato	@palaciohelguera
	Vídeo de plato	@palaciohelguera qué bien hemos cenado. Trastámara
31/08/2022	Foto de plato	Torrija de sobao pasiego @palaciohelguera
	Vídeo de plato	@palaciohelguera para repetir
	Vídeo del palacio	
	Vídeo del palacio	@palaciohelguera
	Foto del palacio	
	Vídeo del palacio	Bye bye
	Vídeo del palacio	@palaciohelguera
	Foto del palacio	
	Foto del palacio	
	Foto del palacio	Postales para el recuerdo
	Foto de plato	De camino paramos en @huertona ensaladilla de bogavante
	Foto de plato	Cocochas @huertona
	Foto de plato	El famoso Rey a la brasa. Espectacular. @huertona
	Comparten un *story* en el que les mencionan	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. Contenido en *post* de @foodtropia en agosto.

Día	Contenido	Texto	Número de me gustas	Número de comentarios

07/08/2022	*Reels* preparando una receta	Tartar de atún, remolacha y manzana . Tres ingredientes que se llevan a la perfección y que van a hacer de este tartar tu plato estrella este verano. . Escoge una manzana que tenga un punto ácido para que contraste con el dulzor de la remolacha. . Tan sencillo como picar, aderezar y servir con unas tostas ricas de pan. . Ingredientes: 100 g de atún rojo 25 g de manzana verde 40 g de remolacha cocida una cucharadita de aceite de sésamo 1 cucharada sopera de salsa de soja opcional: tabasco o salsa picante. cebollino semillas de sésamo . No dudéis en ajustar las cantidades del aliño a vuestro gusto añadiendo más salsa de soja y el picante que queráis. . #foodtropia #realfood #tartar #ta	1.603	41

		rtardestun #remolacha		
31/08/2022	*Reels* emplatando	Aperitivos . Si hay algo no puede faltar cuando tengo invitados en casa es una buena tabla de embutidos. . Como veis en el *reels* montamos una bandeja con paleta, caña de lomo y chorizo @jamonjoselito y pan gallego y en cuestión de segundos voló. . Qué fácil y que rico . ¿Qué embutido no falta en vuestras tablas de aperitivos? . #foodtropia #realfood #aperitivos	972	24

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5. Contenido en *stories* de @nutriaconsejame en agosto.

Día	Contenido	Texto
09/08/2022	Foto de menaje	¡Buenos días! Si, como yo, cois unos locos del café, atentos a la receta que os voy a compartir hoy
	Comparten un *reels*	Lo prometido es deuda. ¡Espero que os guste!
	Comparten un *post* de @raquelfdez.makeup	
	Comparten un *post* de @pelayolacazette	
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
10/08/2022	Captura de pantalla de	La pregunta más repetida de todas. Son de

	mensaje directo	@keramica_ en Gijón. En mi última visita me hice con una colección de tazas grandes increíble y ya estoy pensando en volver y renovar mi vajilla. Si sois de Asturias, la tienda es un auténtico paraíso y si sois de fuera, ¡podéis hacer vuestro pedido por Instagram!
14/08/2022	Comparten un *story* en el que les mencionan	
30/08/2022	Vídeo enseñando la revista Telva	Grupo Vensalud en @telva septiembre #proud
	Vídeo preparando una receta	Hoy os enseño a preparar un DIP vegetal que sin duda, está entre mis favoritos. Solo necesitas: - 100g de pimiento rojo asado - 1 buen puñado de nueces - El zumo de medio limón - 1 chorrito de AOVE - Pimentón, sal y pimienta negra #BatiendoRetos #BatiendoLaVida Se prepara en dos minutos con @nutribullet.es y es un entrante que sorprende a todos. ¡Tenéis que probarlo! Ad
	Vídeo preparando una receta con *link* directo a Nutribullet	Os dejo *link* directo a la batidora (no sabéis qué cómoda es para preparar platos y smoothies en minutos) @nutribullet.es #BatiendoRetos #BatiendoLaVida Con mi códgio CARLOTA15 tenéis un 15% de descuento. ¡Espero que os guste!
31/08/2022	Vídeo *storytelling* + encuesta: ¿ya habéis vuelto de vacaciones?	Ayer, antes de empezar de nuevo en la farma os grabé estos *stories*. *Mi voz ya está bastante mejor.
	Vídeo *storytelling*	@nuud.care #nuud.care Hace tiempo os hablé de este antiodorante y,

		después de mis vacaciones, tenía que volver a recomendároslo.
	Vídeo *storytelling* con *link* directo a la compra	Sólo se aplica cada 3-4 días y con muy poquito es más que suficiente. Código: nutriaconsejame20
	Vídeo *storyteling* con *link* directo a la compra	No mancha, no tiene olor, es vegano y cruelty free y su envase está elaborado a basa de caña de azúcar. ¡Recomendadísimo! Código: nutriaconsejame20
	Vídeo *storytelling* con *link* directo a la compra	Con mi código nutriaconsejame20 tenéis un 20% de descuento ¡Sólo estará activo durante las próximas 24h!
	Vídeo *storytelling*	Espero que lo aprovechéis y, ¡mucho ánimo con la vuelta!

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6. Contenido en *post* de @nutriaconsejame en agosto.

Día	Contenido	Texto	Número de me gustas	Número de comentarios
09/08/2022	*Reels* de una receta	FRAPUCCINO DE PLÁTANO Y AVELLANAS Hoy os enseño lo que ha sido mi obsesión de este verano, ¡tenéis que recrearlo! Lo he estado preparando con mi nutribullet y en menos de 60 seg lo tenía listo Le he dado muuuucha caña a mi @nutribullet.es durante estas últimas semanas y es que tiene tanta potencia que en unos segundos tengo mis smoothies listos pero, lo mejor, es que no	841	26

		tienes que manchar nada, el propio vaso de la batidora se convierte en taza o vaso ¿qué os parece? ¡A mí me ha salvado muchos desayunos y me lo he llevado al trabajo un montón de veces! ¡VAMOS ALLÁ! Ingredientes: ▫1 plátano congelado ▫1 cdta de esencia de vainilla ▫150mL de leche o bebida vegetal ▫1 café espresso ▫1 cucharada de crema de avellanas ▫Cubitos de hielo Pasos: - Coloca todos los ingredientes en el vaso de tu nutribullet, tritura durante unos segundos y, ¡a disfrutar! ¿Qué otras recetas os gustaría que os enseñase con mi nueva batidora? ¡Os leo! ¡ESPERO QUE LO RECREÉIS Y QUE OS GUSTE TANTO COMO A MÍ! #nutriaconsejame #asmr		

		#asmrfood #coffee #cafe #frapuccino #platano #avellanas #recetasfaciles #cafehelado #recetassaludables #salud #nutricion #ad #batiendoretos #batiendolavida #ad		

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7. Contenido en *stories* de @realfooding en agosto.

Día	Contenido	Texto
02/08/2022	Vídeo *storytelling*	Feliz lunes Realfooders. Esperamos quue hayáis pasado muy buen fin de semana. Vamos a preparar un desayuno muy fresquito y perfecto si el yogur natural os sabe un pelín ácido.
	Vídeo preparando una receta	Chafamos medio plátano hasta que quede tipo puré y añadimos la cantidad de yogur que soláis comer.
	Vídeo preparando una receta	Mezclamos bien y decoramos con nuestros toppings favoritos. Más fruta, frutos secos para aportar grasas saludables, chocolate 85%, copos de maíz sin azúcar, etc.
	Vídeo preparando una receta	Contadnos si lo probáis, queda delicioso y el yogur nada ácido.
	Comparten uno de sus *reels*	Tenéis que probar este bocadillo realfooders. Es una locura.
03/08/2022	Comparten un *story* de quien les menciona	@realfooding.vegan
	Comparten un *story* de quien les menciona	@realfooding.vegan
	Comparten un *reels*	Aquí tenéis el recetón
	Vídeo *storytelling*	Buenas tardes realfooders. Vamos a preparar las típicas patatas Lays en versión saludable, al micro y en menos de 10 min.
	Vídeo preparando	Ingredientes:

	una receta	Patatas AOVE Especias (pimentón dulce, ajo, cebolla y sal) Absorvemos bien el agua de las patatas con ayuda de papel de cocina.
	Vídeo preparando una receta	Mezclamos las especias con el aove. En un plato con papel vegetal colocamos la patatas, importante que no se toquen unas a otras.
	Vídeo preparando una receta	Las pintamos bien con la mezcla de aove y especias y llevamos al micro. Ahora os cuento cuánto tiempo las he tenido.
	Vídeo de plato preparado	Han quedad súper crujientes, escuchad. Las he tenido 7 min aproximadamente. Os aconsejo que a partir de los 5.6 minutos vayáis vigilando cada minuto para que no se os pasen. El tiempo dependerá de la cantidad que hagáis y el grosor de la patata. ¡Contadnos si las probáis!
	Vídeo *storytelling*	Ya habéis visto lo bien que quedan estas patatas. Las porciones que salen de cada tanda es más bien pequeña, es una receta pensada para usar como acompañamiento para 1-2 personas.
	Vídeo *storytelling*	Si viene gente a comer a casa o si sois más de dos personas es mejor cocinarlas en airfryer o en horno. Horno: 20 minutos aproximadamente a 200 grados. Ponerlas separadas como en el micro. Airfryer: 15-18 minutos a 200 grados. Importante remover cada poco tiempo para que no se peguen unas a otras y así conseguir que crujan.
	Vídeo *storytelling*	
05/08/2022	Vídeo preparando receta	Mirad que cena nos hemos preparado en 5 minutos. La hemos acompañado de nuestro gazpacho realfooding hecho a base de ingredientes reales. Podéis consultar puntos de venta en @realfooding.market
	Vídeo *storytelling*	Hola realfooders. Vamos a preparar una de mis cenas/comidas favoritas, salmón al horno. Es muy

		sencillo y queda súper rico.
	Vídeo preparando receta	Ingredientes: Calabacín Especias: (ajo, cebolla, perejil, sal, pimienta, pimentón dulce) Aove Patatas (las he cocido 5 minutos aproximadamente al micro) Salmón
	Vídeo preparando receta	En una bandeja de horno colocamos un chorrito de aove. Añadimos una cama de patatas encima el calabacín
	Vídeo preparando receta	Mezclamos las especias con aove y pintamos las patatas, el calabacín y los lomos de salmón.
	Vídeo preparando receta + Caja de preguntas: ¿De qué otras formas cocináis el salmón?	Llevamos al horno 20 minutos aproximadamente a 180 grados (va a depender del grosor y tamaño del salmón). Queda increíble.
07/08/2022	Comparten un *story* en el que les mencionan	
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
	Comparten un *story* en el que les mencionan	Aquí tenéis el recetón
08/08/2022	Vídeo *storytelling*	Hola realfooders. Vamos a preparar una receta muy fresquita que es lo único que apetece ahora. Huevos rellenos con un relleno un pelín diferente.
	Vídeo preparando receta	Pelamos los huevos cocidos, cortamos por la mitad y extraemos la yema. En un bowl a parte machacamos medio aguacate y añadimos cubitos de cebolla morada y pepino.
	Vídeo preparando	Añadimos un chorrito de limón y sal.

	receta	Rellenamos los huevos, decoramos con la yema, especial al gusto y listos.
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
10/08/2022	Comparten un *story* de quien les mencionan	
	Comparten un *story* en el que les mencionan	
	Comparten un *reels*	Aquí tenéis el recetón
	Vídeo *storytelling*	Feliz miércoles realfooders. Vamos a preparar un aperitivo/cena con solo 4 ingredientes y muy fresquita que es lo único que nos pedís ahora.
	Vídeo preparando receta	Pelamos un pepino y lo cortamos por la mitad. Vaciamos el interior con ayuda de una cuchara.
	Vídeo preparando receta	Mezclamos 1 lata de atún, ½ aguacate pequeño, dos cucharadas de queso de untar y un poco de sal. Rellenamos el pepino con esta mezcla.
	Vídeo preparando receta	Cortamos el pepino, añadimos sésamo para decorar y listo. Queda súper rico.
	Comparten un *reels*	Menciona a esa persona…
12/08/2022	Vídeo *storytelling*	Feliz viernes realfooders. Vamos a preparar una tostada dulce súper rica.
	Vídeo preparando receta	Necesitamos pan integral bien tostadito y la crema de cacao realfooding, queda increíble con el pan calentito. Podéis consultar puntos de venta en @realfooding.market
	Vídeo preparando	Añadimos yogur natural, frambuesas y crema de

	receta	almendra. Está deliciosa.
	Vídeo de plato + Encuesta: ¿fans de las ensaladas de frutas?	Mirad que súper ensalada tan veraniega. Hemos utilizado los melones waikiki que están súper dulces para darle un toque especial a la ensalada. - Me encantan - Más o menos
	Vídeo preparando receta	
29/08/2022	Vídoe *storytelling* + Encuesta: ¿Vosotros qué tal?	Feliz lunes realfooders. Ya estamos de vuelta de vacaciones. - Modo vuelta a la rutina - Alargando vacaciones
	Vídeo *storytelling* + Cajita de preguntas: Contenido que os gustaría ver. Os leemos.	Tenemos muchísimas cosas nuevas que enseñaros de cara a septiembre. Queremos saber qué tipo de contenido os gustaría ver, qué cosas os serían útiles porque estamos aquí para ayudaros.
	Repuesta: Cenas rápidas y saludables	Esta se repite mucho, así que os hemos creado una guía con más de 15 ideas de cenas fáciles y rápidas. Por supuesto, seguiremos subiendo más.
	Respuesta: Desayunos saludables	Esta también se repite mucho. Tenéis una guía con desayunos saludables que seguiremos actualizando de cara a septiembre.
	Respuesta: Más desayunos/postres saludables	Apuntado. Tenéis un montón de postres realfooders increíbles en @realfooding.postres
	Vídeo *storytelling*	Este próximo miércoles 31 de agosto a las 13:00h se inaugura @realfoodingtogo en Barcelona.
	Vídeo *storytelling*	Para celebrarlo, los primero 50 que lleguen a Carrer de Morales, 27, 08029 Barcelona tendrán degustación gratis (1 por persona). Miércoles 31 de agosto a las 13:00h. @realfoodingtogo
	Vídeo *storytelling*	Última sorpresa. @carlosriosq va a estar en la inauguración de @realfoodingtogo así una razón

		más para que os paséis a conocerle y a comer muy rico.
	Comparten un *reels*	Tenéis que probar esta ensalada. Es una locura.
30/08/2022	Comparten un *reels*	¡Nueva receta brutal! Tenéis que probar este curry de pollo y mango. ¡Es otro nivel!
	Comparten un *reels* de @carlosriosq	¡Tenéis que verlo completo!
31/08/2022	Vídeo *storytelling*	¡Feliz miércoles realfooders! Os esperamos hoy a las 13 en la inauguración de @realfoodingtogo Barcelona. Va a estar @carlosriosq y los primeros 50 van a tener degustación gratis (1 por persona). Carrer de Morales, 27, 08029 Barcelona
	Vídeo *storytelling*	¡La lluvia en Barcelona ha dado tregua y va a salir el sol! Nos vemos allí @realfoodingtogo
	Comparten un *reels*	Esta receta de tacos express es adictiva. Probadla y nos contáis.
	Comparten un *story* en el que les mencionan	Ya estáis recogiendo vuestros pedidos. @realfoodintogo
	Vídeo *storytelling*	Vamos a preparar juntos un rollito de calabacín súper sencillo. Si hoy no sabéis qué cenar ya tenéis una idea y además si tenéis que llevar tupper al trabajo podéis hacer más cantidad y os dejáis lista la comida de mañana.
	Vídeo *storytelling*	Yo lo voy a rellenar de verduras y queso porque lo voy a utilizar como acompañamiento. Si queréis hacerlo plato único podéis añadir al relleno la proteína que más os guste (atún en aove, pollo, tofu, huevo duro, etc.) todas le van genial.
	Vídeo *storytelling*	Ingredientes: Calabacín Verdura (cebolla, zanahoria, cherrys, etc.) Especias (cebolla, ajo, pimentón, pimienta, sal,

		orégano) Queso Salsa de tomate La proteína que más os guste (atún, pollo, tofu…)
	Vídeo preparando la receta	Doramos en una sartén unas tiras finitas de calabacín hasta que estén listas y apartamos. En la misma sartén colocamos AOVE, la verdura cortada, proteína y especias. Cocinamos unos minutos hasta que estén listas.
	Vídeo preparando la receta	En papel film colocamos las tiras de calabacín y colocamos en un extremo el relleno y un poco de queso. Cerramos el rollito con cuidado y colocamos encima salsa de tomate y queso. Cocinamos en *airfryer* 8-10 min a 200 grados. En horno sería misma temperatura y unos 5 min más aproximadamente.
	Vídeo preparando la receta	Listo. Queda súper jugoso y muy rico. ¡Contadnos si lo probáis!
	Comparten un *reels*	Lo cremosos que quedaron estos champiñones es *next level*

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8. Contenido en *post* de @realfooding en agosto.

Día	Contenido	Texto	Número de me gustas	Número de comentarios
01/08/2022	*Reels* preparando una receta	BOCADILLO DE POLLO MECHADO Y AGUACATE□ Hola realfooders! ¿Qué os parece este bocadillo de pollo y aguacate? Un relleno deliciosos y súper fresquito, TENÉIS que probarlo	12.080	85

		Como siempre, hemos utilizado pan realfooding 100% integral que ya podéis encontrar en los supermercados BM, hipermercados Carrefour, Condis, Alcampo, Bonpreu, MAS y Cal Fruitós. Ingredientes: 150g pechuga de pollo 1 aguacate Zumo de limón Sal y pimienta Cebolla morada -Hervimos en agua la pechuga de pollo hasta que esté lista. -En un hola mezclamos el aguacate, zumo de limón, sal y pimienta. Machacamos hasta que quede homogéneo. -Cortamos la cebolla en cubitos pequeños y desmenuzamos el pollo ya hervido. -Mezclamos todos los ingredientes, tostamos el pan y rellenamos. Reel de @annappleaday_ CM de @realfooding		

		Guarda la receta y compártela si te ha gustado		
02/08/2022	*Reels* preparando una receta invitado por @realfooding.vegan	WRAP DE GARBANZOS Y MUTABAL ¿Ya habéis probado nuestro mutabal #realfooding @shukran_foods ? Es el untable perfecto porque su sabor se adapta a muchísimas combinaciones de sabores. El mutabal es un untable vegetal elaborado con berenjena asada de origen libanés y muy típico de las zonas mediterráneas. El nuestro está elaborado con 75% de berenjena asada, tahini (pasta de semillas de sésamo), AOVE, zumo de limón y especias. Ya está disponible en Carrefour, Alcampo, Makro, Gadisa, Uvesco-BM, Bonpreu, Ahorramás, Froiz y Cal Fruitós.	6.478	46

		Ingredientes Tortillas integrales 200 g de garbanzos cocidos 1 rama de apio 2 pepinillos grandes 2-4 cdas de mutabal @realfooding Un puñado de cilantro Un puñado de cebollino 1/2 aguacate 1/2 Calabacín Un puñado de espinacas Elaboración -Enjuaga y aplasta los garbanzos cocidos en un bol o plato hondo -Corta el apio, pepinillo, hierbas, aguacate y añádelo al bol con el mutabal, sal y pimienta. Mezcla. -Monta el wrap, agregando un par de cdas en el centro de la preparación, luego un par de láminas de calabacín y el puñado de espinacas, cierra y listo! *Reel* de @theveganphilosofi CMO de #realfoodingvegan		

		Post en colaboración con @shukran Guarda y comparte esta receta si te ha gustado #recetasaludable #realfooding #comidareal #comidarealvegana #comidasaludable #recetaveganayfacil #recetaen5minutos #recetavegana #wrap		
03/08/2022	*Reels* preparando una receta	2 BATIDOS SALUDABLES Y FRESQUITOS Hola realfooders! Hoy os traemos dos ideas de batidos diferentes para refrescarnos este verano. Quedan deliciosos! Para prepararlos hemos utilizado las bebidas vegetales de avena #realfooding hechas con ingredientes reales✅ Podéis consultar puntos de venta en @realfooding.market Ingredientes Batido de chocolate	4.539	26

		3 cdas yogur natural 1 plátano congelado 150ml bebida vegetal de avena con cacao Cda cacao puro en polvo Cda crema de cacahuete Batido de fresa y plátano 3 cdas yogur natural Medio plátano congelado 100 gr fresas congeladas 150ml bebida vegetal de avena Para preparar cada batido, colocamos todos los ingredientes en un vaso batidor y trituramos bien hasta que quede homogéneo. Servimos bien fresquitos y listo! *Reel* de @annappleaday_ CM de @realfooding Guarda esta receta y compártela si te ha gustado #smoothie #smoothierecipe #recetassaludables #recetasfaciles #recetasrapidas #meriendasaludable #desayunosaludable		

04/08/2022	*Reels* preparando una receta	CENA SALUDABLE EN 5 MINUTOS Hola Realfooders! Os traemos una idea de cena saludable súper fácil y además lista en menos de 5 minutos! La hemos acompañado de nuestro gazpacho realfooding, un combo súper refrescante! Nuestro gazpacho está disponible en Alcampo, MAS, Carrefour, Cash Fresh, BM, Ahorramás, FROIZ, Alimerka y Cal Fruitós. Recuerda que, para conocer los puntos de venta y novedades de los productos realfooding, puedes seguir la cuenta de @realfooding.market. Ingredientes Tomates cherry Berenjena Huevos Especias (cebolla, ajo, pimentón Dulce, pimienta, sal)	10.610	37

		Aguacate Queso feta -En una sartén con aove salteamos los tomates cortados en medias lunas. -Añadimos unas rodajas finitas de berenjena y cocinamos por ambos lados. -Añadimos unos huevos al gusto y condimentamos -Tapamos hasta que la clara esté cocinada -Terminamos de emplazar con unos trozos de aguacate y queso feta -Servimos con un vaso de gazpacho #realfooding bien fresquito! *Reel* de @annappleaday_ CM de @realfooding Guarda esta receta y compártela si te ha gustado #cenasaludable #cenasana #recetasrapidas #recetasdeliciosas #recetassaludables #comidareal		
07/08/2022	*Reels* preparando una receta	BROWNIE SIN HARINAS	9.217	46

	invitado por @realfooding.vegan	¡Hola realfooders! Hoy vamos a preparar un brownie delicioso con solo 4 ingredientes ¡y sin harinas! Uno de los ingredientes que vamos a utilizar para prepararlo es nuestro AOVE untable, una alternativa saludable a las margarinas elaboradas con grandes cantidades de aceites vegetales refinados. Nuestro AOVE untable está elaborado con un 72% de AOVE, grasa de karité, agua y sal. Es un producto vegano, sin alérgenos y elaborado con AOVE nacional (Valencia y Jaén). Tenéis mucha más información en @realfooding.market Ya está a la venta en El Corte Inglés, Hipercor, Eroski, Caprabo, Uvesco, Ahorramás, Alimerka, Más y Más y Hermanos Martín. Ingredientes:		

		3 huevos 120 gramos de chocolate 85% 50 gramos de AOVE untable Crema de cacahuete o de otro fruto seco Preparación: - Derrite el chocolate y el AOVE untable al baño maría (o en el microondas en intervalos de 30 segundos) - Separa las yemas de las claras y monta las claras a punto de nieve. Reserva - Mezcla las yemas con el chocolate derretido y, con movimientos envolventes, añade poco a poco las claras - Vierte la mezcla en un molde y lleva al horno (precalentado) a 170ºC durante 40-45 minutos - Decora con la crema de cacahuete ¡y listo! *Reel* de @lu.singluten administradora de @realfooding.postres Guárdate la receta y		

		compártela si te ha gustado #comidareal #realfood #realfooding #postressaludables #brownie #sinharina #postresfaciles #postressaludables #chocolate		
09/08/2022	*Reels* preparando una receta invitado por @realfooding.vegan	ROLLITOS DE CALABACÍN, QUINOA Y HUMMUS ¡Hola realfooders! Hoy os traemos una idea de tapeo o cena con nuestro hummus @realfooding @shukran_foods. El hummus puede convertirse en un ingrediente muy interesante en multitud de recetas como éstas, y además, aporta muchos nutrientes como proteínas vegetales, fibra y calcio. Nuestro hummus está elaborado con un 65% de garbanzos de origen nacional y AOVE, tratándose del hummus más saludable del mercado.	3.778	24

		Ya está disponible en Carrefour, Alcampo, Makro, BM, Gadisa, Froiz, Alimerka, Supersol, Cal Fruitós, Hipermanacor y Grupo Más. Ingredientes 2-3 cdas de Hummus @realfooding 1/4 taza de quinoa cocida 1 taza de zanahorias babys Menta y cilantro Opcional: aguacate Elaboración —Haz láminas finas de calabacín con ayuda de una mandolina -Mezcla la quinoa cocida con el hummus y reserva -Enjuaga y cora las zanahorias en tiras finas -Monta los rollitos extendiendo una capa gruesa de la mezcla de quinoa y hummus. luego añade una hoja de menta, un par de tiras de zanahoria y cilantro. Enrolla y listo! *Post* en colaboración con @shukran_foods		

		Guarda y comparte esta receta si te ha gustado #recetavegana #realfooding #comidareal #comidarealvegana #comidasaludable #recetaveganayfacil #recetaen5minutos		
10/08/2022	*Reels* humorístico invitado por @realfooding.market	Menciona a esa persona que siempre te pregunta si ser #realfooder es aburrido… - #realfooding #comidareal #recetassanas #bizcochito #rosalia @rosalia.vt	13.899	156
11/08/2022	*Reels* preparando una receta	ENSALADA DE VERANO ¡Hola realfooders! Hoy os traemos esta idea de ensalada de verano. ¿Qué os parece añadir fruta a vuestras ensaladas? ¿Os animáis? Los Tomates Monterosa @tomatomonterosa se cultivan en el Mediterráneo y son característicos por su forma asimétrica, su color rosado intenso y aroma herbáceo. Son perfectos para todo tipo de platos frescos como esta	18.304	124

		propuesta. ¿Os animáis a prepararla? Ingredientes: 1 Tomate Monterosa Medio melocotón Medio aguacate 1 burrata Brotes de rábano Albahaca fresca 1 puñado de pistachos Ingredientes Aliño: AOVE Vinagre Balsámico de Módena Zumo de media naranja 1 cdta. de mostaza en grano Sal y pimienta al gusto Preparación: - Para empezar, cortamos el melocotón por la mitad y después en cuatro partes. Lo doramos 2-3 minutos por cada lado en una sartén a fuego medio con unas gotas de AOVE. - Cortamos el tomate y lo colocamos en el plato, seguido del melocotón una vez enfriado, láminas		

		de aguacate, los brotes, la burrata y las hojas de albahaca. - Para el aliño, mezclamos bien todos los ingredientes. - Servimos con pistachos picados y un poco de ralladura de naranja. *Reel* de @danvhalling, administrador de @realfooding Guárdate la receta y compártela si te ha gustado *Post* en colaboración con @tomatomonterosa. #comidareal #realfood #realfooding #realfooder #cenasaludables #tomato #ensalada #aguacate #avocado #melocotón #ideasdeensalada #salad #recetassaludables #tomate #recetassaludables #yummy #healthyrecipes		
11/08/2022	*Reels* preparando una receta invitado por @realfooding.postres	HELADO DE COOKIE DOUGH Yo sé que la masa de galletas hecha de	6.504	54

		garbanzos no suena muy apetecible PERO os prometo que queda deliciosa, además la combinación con el helado es riquísima!! Los Helados Realfooding están elaborados a partir de ingredientes fácilmente reconocibles como leche, dátil, cacao, mantequilla, etc. Por tanto, unos helados muy diferentes a los típicos ultraprocesados llenos de azúcares añadido como azúcares invertidos, glucosas, dextrosas y otros ingredientes como aceites y harinas refinadas, etc Estos helados están endulzados con los azúcares naturalmente presentes en sus materias primas, entre ellos el dátil. En cuanto a la elaboración, son helados de origen 100% nacional (helados de cercanía), y siguen un proceso totalmente artesano. Un helado que SABE a comida real y que no		

		necesita aromas, colorantes o saborizantes artificiales para maximizar ningún atributo. Si quieres conocer los puntos de venta y estar al tanto de todas las novedades, tienes que seguir a @realfooding.market Ingredientes: 100 gramos de garbanzos cocidos, lavados y escurridos 30 gramos de crema de almendras 15 gramos de pasta de dátiles 20 gramos de harina de almendra 20 gramos de chocolate 85% troceado Preparación: - Tritura los garbanzos junto a la crema de almendras, la pasta de dátil y la harina de almendra hasta que quede todo muy bien integrado - Añade el chocolate troceado y mezcla todo		

		- Lleva la mezcla a la nevera durante unos 30 minutos para que coja algo de cuerpo y sea más fácil manejarla - Haz bolitas con la masa de galletas ¡y listo! Añádelas al helado @realfooding de vainilla para conseguir un helado de cookie dough delicioso *Reel* de @lu.singluten administradora de @realfooding.postres Guárdate la receta y compártela si te ha gustado #comidareal #realfood #realfooding #postressaludables #cookiedough #postresfaciles		
12/08/2022	*Reels* preparando una receta	ENSALADA CON MELÓN Hola realfooders! ¿Habéis probado el incluir frutas en vuestras ensaladas? El contraste de sabores queda espectacular! En esta ocasión hemos añadido los melones Waikiki , están súper	6.153	23

		dulces y quedan espectaculares en esta combinación de sabores Ingredientes: Espinacas, rúcula o canonigos Melón Pepino Queso feta 3 cdas AOVE 1 Cda vinagre balsámico Zumo media lima Nueces picadas -Colocamos en la base las espinacas, rúcula o canonigos. -Picamos el pepino y el melón en dados y desmenuzamos el queso feta. Añadimos a la ensalada. -Mezclamos el aove con el vinagre balsámico, el zumo de lima y las nueces. -Aliñamos y a disfrutar! *Post* en colaboración con Melones Waikiki *Reel* de @annappleaday_ CM de @realfooding Guarda esta receta y		

		compártela si te ha gustado #recetassaludables #melon #ensalada #ensaladasaludable #fruitsalad #healthysalad #realfooding		
15/08/2022	*Reels* preparando una receta	PASTA CON SALMÓN Y CALABACÍN Ingredientes (2 raciones): 120 gr. de pasta de legrumbres o integral 1 calabacín 6 lonchas de salmón ahumado 1/2 limón 4 cdas. de yogur cremoso natural 2 cdas. de queso crema Especias al gusto Preparación: - Para cortar el calabacín puedes hacer tiras con un pelapatatas, usar una mandolina o un espiralizador de vegetales. - Cuece la pasta siguiendo las instrucciones del paquete, escurre y reserva ½ vaso de agua de	16.603	64

		cocción. - Pon una sartén al fuego con un poco de aove y saltea el salmón ahumado. Añade los espaguetis de calabacín, la ralladura, el zumo de limón y saltea 3-4 min. - Después echa la pasta, el agua de cocción, el yogur, el queso crema y las especias que quieras. Yo le puse pimienta molida, ajo en polvo, orégano y escamas de chile. ¡Mezcla bien y listo para servir! *Reel* de @shoothecook, administradora de @realfooding Guárdate la receta y compártela si te ha gustado #comidareal #realfood #realfooding #realfooder #recetasrapidas #recetafacil #ideasdecenas #salmon #pasta		
16/08/2022	*Reels* preparando una receta invitado por	PALITOS DE CALABACÍN Hola realfooders! Hoy os	10.000	75

	@realfooding.vegan	traemos una receta súper disfrutona y muy sencilla! Además no hay mejor acompañamiento que una Naranja Realfooding bien fresquita Nuestro refresco de Naranja Realfooding está elaborado a partir de Kombucha, que es una bebida milenaria que se produce a partir de la fermentación del té negro o verde□; aunque nuestra Naranja Realfooding también incluye cúrcuma o jengibre entre otros para aportar un sabor único□ Ya disponible en Carrefour y Online Ingredientes 1/2 calabacín 1 cda de harina de garbanzos + 3 de agua Parmesano vegano (receta en el perfil) Elaboración -Lava y corta el calabacín a tiras. - Reboza primero los palitos de calabacín en la		

		mezcla de harina de garbanzos y agua y después en el parmesano vegano - Lleva a la air fryer por 10 min a 200C, dándole la vuelta a mitad de tiempo para que se doren homogéneamente - Sirve con tu Kombucha #Realfooding bien fresquita, rodajas de limón y hojitas de menta ¡A disfrutaaar! *Reel* de @theveganphilosofi CMO de #realfoodingvegan Guarda y comparte esta receta si te ha gustado #calabacin #comidareal #recetasvirales #recetasaludable #recetavegana		
17/08/2022	*Reels* preparando una receta	Verificado TORTITAS CON HELADO DE CACAO ¡Hola realfooders! Hoy hemos preparado estas tortitas súper esponjosas acompañadas de nuestro helado de cacao realfooding	5.358	34

		Nuestros helados están elaborados a partir de ingredientes como leche, dátil, cacao, huevo, etc. Sin aceites ni harinas refinados ni edulcorantes Están endulzados con los azúcares naturalmente presentes en sus materias primas, lo que los convierte en un producto de gran calidad ¡y además delicioso! Ya están a la venta en Alcampo, Carrefour, Ahorramás, BM, Bonpreu, El Corte Inglés (puntos seleccionados), Cal Fruitós, GADISA, supermercados MAS y supermercados BM. Ingredientes: 1/2 plátano 1 huevo 60 gr harina de avena 1 cdta polvo para hornear Un chorrito de leche o bebida vegetal Preparación: -Machacamos el plátano		

		junto con el huevo. -Añadimos la harina y el polvo para hornear y mezclamos bien hasta que quede homogéneo. -Añadimos un chorrito de leche hasta conseguir una textura ni muy densa ni muy líquida. -Vamos colocando la mezcla en una sartén con aove y cuando empiecen a salir burbujitas volteamos. -Servimos con fruta y helado y listo! *Reel* de @annappleaday_ CM de @realfooding Guarda esta receta y compártela si te ha gustado #realfooding #realfood #comidareal #tortitas #helado #desayunosaludable #healthyrecipes		
18/08/2022	*Reels* preparando una receta	TARTAR DE ATÚN Y MANGO Ingredientes (2 raciones): 200gr de atún fresco 1 aguacate	7.801	57

		1 mango Media cebolla morada Zumo de 1 lima 2 yemas de huevo (opcionales) AOVE, sal y pimienta Escamas de chili y semillas de sésamo para decorar Preparación: - Empezamos cortando el aguacate en dados y la cebolla morada muy fina. Mezclamos en un bol con sal y el zumo de lima hasta obtener la textura que deseemos. - Seguimos cortando el mango en dados pequeños y reservamos. - Cortamos el atún en cuadraditos de aproximadamente 1cm y mezclamos con sal, pimienta y un poco de AOVE. Opcionalmente podéis añadir un poco de salsa de soja o algún tipo de picante. - Servimos con la ayuda de un aro: primero el aguacate, después el mango y, para terminar, el atún.		

		- Añadimos la yema de huevo y decoramos con escamas de chili y semillas de sésamo. Guárdate la receta y compártela si te ha gustado *Reel* de @danvhalling, administrador de @realfooding #comidareal #realfood #realfooding #realfooder #recetassaludables #tartar #atún		
19/08/2022	*Reels* preparando una receta	MOJITO REALFOODER DE FRAMBUESA ¿Sabéis que son los “mocktails”? Se trata de cócteles que no incluyen ningún tipo de bebida alcohólica. Hoy os traemos uno de nuestros favoritos: mojito de frambuesa. Para elaborarlo hemos utilizado nuestro refresco de naranja, el refresco realfooder perfecto. De elaboración artesanal, nuestro refresco de	4.918	45

		naranja Realfooding está hecho a partir de Kombucha, que es una bebida milenaria que se produce a partir de la fermentación del té negro o verde. Además, no necesita conservarse en frío, a diferencia de muchas otras kombuchas. Podéis encontrar nuestros refrescos en Carrefour, Cal Fruitós, Ahorramás, Uvesco, Grup Llobet, Planeta Huerto y realfooding.munkombucha.com Ingredientes: 1 kombucha de naranja @realfooding Un puñado de frambuesas Media lima Hierbabuena o menta Hielo Preparación: -Lavamos las frambuesas y la lima y cortamos esta última en dados pequeños. Las colocamos		

		en la base del vaso junto a un puñado de hojas de hierbabuena. -Aplastamos con la ayuda de un mortero durante 30 segundos -Añadimos el hielo y la kombucha de naranja. Mezclamos bien para que se integren todos los sabores. -Decoramos con unas frambuesas y un poco más de hierbabuena y listo! *Reel* de @annappleaday_CM de @realfooding Guarda esta receta y compártela si te ha gustado #mojito #recetassanas #recetassaludables #realfooding #recetasfaciles #recetasrapidas		
22/08/2022	*Reels* preparando una receta invitado por @realfoding.postres	BIZCOCHO CON CHOCOLATE Y CREMA DE ALMENDRAS ¡Hola realfooders! Hoy vamos a preparar este delicioso bizcocho con pepitas de chocolate y	7.380	60

		crema de almendras, en su elaboración no hemos utilizado huevo (así que es apto para veganos y para quienes no puedan tomarlo) Lo hemos preparado con nuestra bebida vegetal de avena que, como ya sabéis, presenta un porcentaje de avena más elevado en comparación a otras bebidas similares. Como es lógico, entre los ingredientes solo encontrarás materias primas fácilmente reconocibles no contiene azúcares añadidos, ni aceites refinados, ni colorantes, ni aromas y su contenido en sal y grasas es muy bajo Sigue a @realfooding.market para estar al día de todos los puntos de venta! Ingredientes: 225 gramos de harina integral 100 gramos de pasta de dátil		

		1 cucharadita de levadura de repostería 1 cucharadita de bicarbonato 1 cucharadita de vinagre de manzana 60 gramos de aceite de oliva virgen extra 1/2 cucharadita de vainilla en polvo 225 ml de bebida de avena @realfooding 70 gramos de chocolate 85% troceado Crema de almendras Preparación: - Mezcla primero la harina junto a la vainilla, la levadura y el bicarbonato - Haz 3 huecos en la mezcla y vierte en uno de ellos el aceite, en otro el vinagre y en otro la pasta de dátil. Vierte ahora la bebida vegetal por encima y mezcla todo bien - Verás que la mezcla burbujea, es normal al combinar el bicarbonato con el vinagre. Añade el chocolate troceado ¡y listo! - Vierte la masa en un molde rectangular no demasiado alto, añade la		

		crema de avellanas por encima y hornea unos 35-40 minutos a 180ºC *Reel* de @lu.singluten administradora de @realfooding.postres Guárdate la receta y compártela si te ha gustado #comidareal #realfood #realfooding #bizcocho		
22/08/2022	*Reels* preparando una receta invitado por @danoneyogur	HELADOS DE FRUTOS ROJOS, PIÑA Y COCO ¡Hola realfooders! Hoy os traemos una idea de helados súper refrescantes para este verano con nuestros yogures líquidos. Nosotros hemos usado la versión piña-coco para que le dé un toque extra de sabor, pero también podéis usar la versión natural. Con nuestros yorgures líquidos #realfooding @danoneyogur ofrecemos nuestra alternativa a los yogures líquidos ultraprocesados (azucarados o	6.456	48

		edulcorados). Por supuesto, sin azúcares añadidos y están elaborados únicamente con los ingredientes necesarios, de calidad y saludables: y nata pasteurizadas y fermentos lácticos, ¡nada más! La versión piña-coco también está elaborada con pulpa de piña, crema y virutas de coco, aromas naturales, fibra de cítricos y zumo de limón. Ya están a la venta en Alcampo, Carrefour, Eroski, Caprabo, El Corte Inglés, Uvesco, Bonpreu, DIA, Gadisa, Condis, Lupa, Hiper Centro, E. Leclerc, GM Food, Grupo MÁS, Ahorramás, Hiper Usera, SPAR, Family Cash, Covirán, más y más, Covalco. Ingredientes: 100 gramos de frutos rojos (congelados o frescos) 100 gramos de yogur líquido de piña y coco @realfooding		

		@danoneyogur 70 gramos de chocolate 85% derretido + 1 cucharadita de aceite de coco Preparación: - Tritura los frutos rojos junto al yogur líquido de piña y coco hasta que consigas una mezcla homogénea - Rellena los moldes de helados con esta mezcla y lleva al congelador durante 6-8 horas - Una vez que hayan solidificado, cubre con chocolate derretido (al baño maría o en el microondas en intervalos de 20-30 segundos). Verás que solidifica al instante! - Puedes volver a guardar los helados ya cubiertos de chocolate en el congelador (en un tupper hermético o en una bolsa de congelación). *Reel* de @lu.singluten administradora de @realfooding.postres		

		Guárdate la receta y compártela si te ha gustado *Post* en colaboración con @danoneyogur. #comidareal #realfood #realfooding #postressaludables #yogurlíquido #recetassaludables #desayunossaludables #yogur #helado #heladosaludable #realfoodingmarket #chocolate		
24/08/2022	*Reels* preparando una receta	POLLO CRUJIENTE ESTILO KFC ¡Hola realfooders! Hoy os traemos una receta de pollo muy crujiente que hemos elaborado con palomitas y copos de maíz. ¿Qué os parece? ¿Os animáis a prepararlo? Ingredientes: 2 pechugas de pollo 1 huevo Un puñado de palomitas Copos de maíz sin azúcar Ingredientes para la salsa:	7.389	30

		250gr de yogur griego natural Orégano Pimentón picante AOVE Zumo de media lima Preparación: Cortamos las pechugas de pollo en tiras finas. Batimos el huevo y salpimentamos. Cocinamos las palomitas con unas gotas de AOVE. Las mezclamos con los copos de maíz y machacamos con las manos o con la ayuda de un tenedor. Pasamos el pollo por el huevo y después por la mezcla de copos y palomitas. Cocinamos al horno (20 minutos a 180 grados) o en la airfryer (12 minutos a 190 grados). Para la salsa, mezclamos todos los ingredientes, ¡y listo! *Reel* de @danvhalling, administrador de @realfooding		

		Guárdate la receta y compártela si te ha gustado #comidareal #realfood #realfooding #realfooder #recetasfaciles #recetassaludables #saludable #ricoysano #asmr #asmrfood #pollo #chicken #airfryer #airfryerrecipes		
25/08/2022	*Reels* preparando una receta invitado por @realfooding.vegan	TOSTADAS CON CREMA DE CACAO, YOGUR E HIGOS ¡Hola realfooders! Hoy preparamos el desayuno juntos Para elaborar estas tostas necesitarás MUY pocos ingredientes, entre ellos nuestra crema de cacao @shukran_foods @realfooding elaborada con cacao natural, AOVE, castaña y dátil. Por supuesto, es un producto que no lleva azúcares añadidos ni edulcorantes y, al no contener gluten, lácteos ni ningún otro ingrediente de origen animal, es apto para	3.872	26

		veganos y vegetarianos. Podéis encontrar nuestra crema de cacao en Alcampo, Hipermercados Carrefour, BM, Alimerka, Híper Centro, Hipermercados Gadisa, Bonpreu, Ahorramás, Lupa, Cash Fresh y Cal Fruitós. Ingredientes: Pan integral Untable de AOVE Crema de cacao Yogur de coco Higos Almendras laminadas Opcional: Romero Elaboración -Calienta una cucharada del untable de AOVE en una sartén a fuego medio y dora el pan por ambas caras durante unos minutos -Unta en la superficie una capa de crema de cacao, una cucharada de yogur de coco, los higos cortados por la mitad, las almendras y el toque de romero		

		Reel de @theveganphilosofi CMO de #realfoodingvegan Guarda y comparte esta receta si te ha gustado #recetavegana #realfooding #comidareal #comidarealvegana #comidasaludable #recetaveganayfacil #recetaen5minutos		
29/08/2022	*Reels* preparando una receta	ENSALADA DE MELÓN WAIKIKI CON JAMÓN Y BURRATA ¡Hola realfooders! Aunque estemos llegando al final de verano siguen apeteciendo ensaladas. ¿Qué os parece esta idea de ensalada de melón con jamón? Es una de nuestras combinaciones favoritas y con el dulzor del melón @exoticwaikiki es aún mejor. Esta fruta exótica no es un melón normal, sino que es una nueva tipología que es única de color naranja y sabor dulce, ideal para recetas	3.894	21

		tanto dulces como saladas. Ingredientes: Melón @exoticwaikiki 2-3 lonchas de jamón serrano 1 burrata Tomates cherry 1/4 de cebolla morada Brotes de guisante (o cualquier verde) Almendras crudas laminadas Ingredientes para el aliño: AOVE Zumo de limón Vinagre blanco o de manzana Mostaza en grano Opcionalmente media cucharadita de miel Preparación: - Cortamos el melón en tiras y las colocamos sobre el plato. - Vamos añadiendo el resto de ingredientes sobre el melón. - Para el aliño, mezclamos bien todos los ingredientes		

		y servimos. - Decoramos con las almendras laminadas que le darán un toque crujiente y unas hojitas de albahaca fresca que combinan muy bien con la burrata y el jamón. - ¡A disfrutar! *Reel* de @danvhalling, administrador de @realfooding Guárdate la receta y compártela si te ha gustado *Post* en colaboración con @exoticwaikiki. #realfooding #realfood #comidareal #recetassaludables #melonconjamon #ideasdeensalada #ensaladas #salads #burrata #queso #comidasaludable #cenasaludable #yummy #melon #waikiki		
	Reels preparando una receta	POLLO CRUJIENTE Realfooders… ¡Tenemos un notición! ¡Por fin @realfoodingtogo va a	7.940	85

		estar disponible en Barcelona! Y para celebrarlo, este miércoles 31 de agosto a las 13:00 vamos a estar regalando degustaciones de nuestro menú a los 50 primeros (1 por persona) en llegar al local en la Calle de Morales 27. Además, ¡estará el mismo @carlosriosq con nosotros! ¿Os apuntáis? Ingredientes: 250 gramos de pechuga de pollo cortada en tiras 1 huevo Corn Flakes sin azúcar ni edulcorantes Sal y pimienta Un chorrito de AOVE Chile en polvo para un toque picante 12 Para la salsa mayo mostaza: 2 cucharadas de mayonesa casera o buen procesado 1 cucharadita de mostaza de Dijon Para la salsa Deluxe:		

		2 cucharadas de yogur griego ½ cucharadita de cebolla en polvo Orégano Pimentón de la vera dulce ½ cucharadita de ajo en polvo Una pizca de sal Preparación: - Salpimienta el pollo, córtalo en tiras y pasa cada tira por el huevo y por los corn flakes machacados - Coloca las tiras de pollo sobre un papel de horno para que no se peguen a la bandeja, pinta con un poco de aceite de oliva para que se doren y hornea a 200ºC durante unos 20 minutos - Para preparar las salsas solamente tienes que mezclar todos los ingredientes y remover bien hasta que queden bien integrados ¡Queda delicioso! *Reel* de @lu.singluten administradora de @realfooding.postres		

		Guárdate la receta y compártela si te ha gustado #comidareal #realfood #realfooding #pollocrujiente #realfoodingtogo #recetassaludables #pollocrujiente #crispychicken		
30/08/2022	*Reels* preparando una receta	CURRY DE POLLO Y MANGO Hoy os traemos una de nuestras recetas favoritas: curry de pollo y mango. Es una receta MUY fácil que se elabora con pocos ingredientes y que queda BRUTAL. Nosotros siempre elegimos los #mangosTROPS porque son cultivados por agricultores locales del sur de España, por lo que se trata de un producto de proximidad. Esta cercanía permite que la fruta esté en el árbol hasta que alcanza su punto óptimo de maduración, solo entonces es recolectada,	8.447	82

		por eso el mango TROPS es tan delicioso. Ingredientes (2 raciones): 1 mango @aguacateymangotrops 1 pechuga de pollo grande o 2 pequeñas 1 cebolla 2 dientes de ajo 1 pimiento rojo picante 250gr de bimi o brócoli ¾ de una lata de leche de coco 2 cucharadas de curry en polvo Arroz salvaje Albahaca, lima y semillas de sésamo Preparación: - Empezamos salteando la pechuga de pollo con AOVE hasta que esté dorada. No hace falta que esté del todo cocinada por dentro ya que después lo seguiremos cocinando. - Retiramos el pollo y, en la misma sartén, sofreímos la cebolla con el ajo y el pimiento rojo. Si no te gusta el picante		

		puedes prescindir del pimiento. - Cuando esté hecho añadimos el curry, removemos y seguidamente agregamos la leche de coco. Dejamos cocinar 5 minutos y añadimos medio mango en dados. - Batimos en la misma sartén hasta que quede una salsa fina. - Añadimos el pollo y el bimi y cocinamos 5-7 minutos. - Por último, añadimos el zumo de media lima. - Servimos con arroz salvaje y decoramos con la otra mitad del mango cortado en dados, hojas de albahaca fresca y semillas de sésamo. *Reel* de @danvhalling,, administrador de @realfooding Guárdate la receta y compártela si te ha gustado *Post* en colaboración con #comidareal #realfood #realfooding #realfooder		

		#ElMangoMásMango #mangotrops #mango		
31/08/2022	*Reels* preparando una receta	TACOS DE POLLO MECHADO EXPRÉS Hola realfooders! Hoy os traemos una receta express y deliciosa! Preparar tacos nunca fue tan fácil y el resultado os va a sorprender! ¿Os animais a probarlos? Ingredientes: POLLO MECHADO 1 pechuga de pollo grande 1 cdta. de ajo en polvo 1 cdta de pimentón dulce 1 cdta. de comino molido 1 cdta. de canela molida 1 cdta. de sal 1 cdta. de orégano seco 1 cda. de vinagre 1 cda. de aceite de oliva virgen extra 1 cda. de salsa de tomate salsa 1⁄2 vaso de agua TACOS Tortillas de maíz o de trigo Pollo mechado	9.425	72

		Guacamole Queso feta Cebolla encurtida: pon en un bol 1 cebolla morada cortada en juliana + 100 ml de vinagre + 100 ml agua hirviendo + 1/2 cdta. de sal -> Deja en la nevera al menos 3 horas. Preparación: - Lo primero es macerar el pollo con las especias. Pon en un táper el ajo, el pimentón, el comino, la canela, la sal y el orégano. Añade el vinagre, la aceite, el tomate y mezcla todo. - Coloca dentro el pollo, cierra el táper y dale un meneo para embadurnarlo bien. Déjalo marinar en la nevera al menos 30 min, pero mejor unas horas. - Pon una sartén al fuego con un chorrito de aceite. Echa la pechuga y dora a fuego alto 2 min por cada lado. Añade el agua, y deja cocer tapado a fuego suave 8 min. Luego retira la sarten y		

		deja reposar 5 min más tapado. Reduce los tiempos si tu pechuga es más pequeña. - Saca la pechuga sin tirar los jugos, y deshilacha la carne con ayuda de 2 tenedores. Vuelve a echar la carne a la sartén y cocina 5 min o hasta que los jugos reduzcan un poco. ¡Listo! Ya puedes montar tus tacos con los ingredientes que te proponemos o incluso congelarlo. *Reel* de @shoothecook, administradora de @realfooding Guárdate la receta y compártela si te ha gustado #comidareal #realfood #realfooding #realfooder #recetassaludables #instafood #healthyfood #instagood #foodie #tacos #tacotaco #tacolover #pollo #pollomechado		
	Reels preparando una receta	CHAMPIÑONES EN SALSA CREMOSA	22.031	125

		Hola realfooders! ¿Que os parecen estos champiñones en salsa súper cremosa? Quedaron espectaculares! Para darle cremosidad a la salsa hemos utilizado la bebida vegetal de avena #realfooding que además de darle un sabor súper rico nos ayuda con la textura. ¿La habéis probado ya para elaboraciones saladas? Es fantástica! Ya están a la venta en Cal Fruitós y Planeta Huerto. Ingredientes (2 raciones): 10 champiñones en láminas 4 ajos en láminas 6 tomates secos en aove 1 cda. de almidón de maíz o de arroz 1⁄2 vaso de bebida de avena 2 puñados de espinacas Pasta, patatas, arroz o cuscús para acompañar Albahaca fresca		

		Preparación: - Pon una sartén al fuego sin aceite y saltea los champiñones con un poco de sal hasta que suelten su agua y empiecen a dorarse. - Luego echa un poco de aceite, añade los ajos y los tomates secos (previamente hidratados si no son en aceite). Sofríe 3-4 minutos. - Echa el almidón de maíz y remueve para integrarlo bien. Añade la bebida de avena y mezcla bien, en 2-3 minutos la salsa habrá espesado. Salpimienta al gusto. - Incorpora las espinacas y la pasta, remueve un par de minutos para mezclar con la salsa y sirve con albahaca fresca. *Reels* de @shoothecook, administradora de @realfooding Guárdate la receta y compártela si te ha gustado #comidareal #realfood		

		#realfooding #realfooder #champiñones #recetassaludables #pastalovers #pastarecipe		

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 9. Encuesta

1. ¿Tienes Instagram?

   Sí ☐

   No ☐

2. Si la respuesta anterior es "Sí", ¿sigues alguna cuenta de alimentación en Instagram?

   Sí ☐

   No ☐

3. Si la respuesta anterior es "Sí", ¿sigues a alguno de los siguientes? Puedes marcar más de una opción:

   @futurlife21 ☐

   @foodtropia ☐

   @nutriaconsejame ☐

   @realfooding ☐

4. ¿Sigues el tipo de alimentación que fomentan estos personajes? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5: SÍ, COMPLETAMENTE.

   1 ☐

   2 ☐

   3 ☐

   4 ☐

   5 ☐

5. ¿Consideras que tu tipo de alimentación ha cambiado desde que sigues a estos personajes en Instagram? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5: SÍ, COMPLETAMENTE.

   1 ☐

   2 ☐

   3 ☐

   4 ☐

   5 ☐

6. Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿te sientes mejor desde que has cambiado tu alimentación? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5: SÍ, COMPLETAMENTE.

   1 ☐

   2 ☐

   3 ☐

   4 ☐

   5 ☐

7. ¿Estás satisfecho con el tipo de contenido que ofrecen este tipo de perfiles? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5: SÍ, COMPLETAMENTE.

   1 ☐

   2 ☐

   3 ☐

   4 ☐

   5 ☐

8. ¿Por qué has empezado a seguir a este tipo de perfiles?

   No estaba a gusto con mi cuerpo ☐

   Quería comer más sano ☐

   Presión social ☐

Mejorar mi salud ☐

Probar nuevas recetas ☐

Otra ☐

9. ¿Te interesa el tipo de contenido que sube este tipo de perfiles? Puntúa del 1 al 5 donde el 1 es: NO, PARA NADA, y el 5: SÍ, COMPLETAMENTE.

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

5 ☐

10. ¿Qué contenido es el que más te gusta?

Recetas ☐

Recomendaciones de alimentos ☐

Consejos saludables ☐

Trucos para hacer la compra ☐

La explicación real de mitos de dietas ☐

Otra ☐

11. Indica tu rango de edad

15 – 25 ☐

26 – 35 ☐

36 – 45 ☐

46 – 55 ☐

56 – 65 ☐

66 o más ☐

12. Indica tu género

Hombre ☐

Mujer ☐

☐

Otro

Prefiero no decirlo ☐

Anexo 10. Transcripción de la entrevista

Gemma del Olmo

Realizada el 30 de agosto de 2022: vía correo electrónico

Informática

Número de seguidores en Instagram: 34,2 mil seguidores

1. ¿Por qué decidiste mostrar tu contenido a través de redes sociales?

Comencé creando un blog para mí, por el simple hecho de tener mis recetas digitalizadas y a mano. Pensé que ya que las tenía creadas, podían ser útiles a alguien, así que comencé la cuenta de Instagram para compartirlas donde pudiesen tener visibilidad.

2. ¿Cuál era tu objetivo al empezar?

Devolver a las redes sociales lo que ellas me habían dado. Contribuir aportando ideas, recetas e información útil.

3. ¿Cuándo o a través de qué publicaciones crees que empezaste a ser más reconocida en Instagram? ¿Fue un crecimiento progresivo o de repente?

Cuando cambié el diseño de los menús y recetas hace aproximadamente un año. Ha sido un crecimiento progresivo, aunque en ocasiones va mucho más rápido porque Instagram muestra más mis publicaciones.

4. ¿Qué opinas del formato? ¿Te parece buena idea? ¿Cambiarías algo de él?

Me gusta el formato de Instagram, siempre y cuando se permita seguir compartiendo fotos y vídeos sin penalizar ninguno de los dos formatos.

5. ¿Qué opinas de la alimentación que lleva ahora la mayoría de la sociedad?

Creo que hay un margen de mejora, pero que el factor cultura y socioeconómico juegan un papel importante. No podemos por tanto dejar caer todo el peso del cambio sobre la sociedad. Los organismos públicos también deben promover un cambio de hábitos.

6. ¿Cuál es tu objetivo a largo plazo?

Me gustaría llegar a más gente, pero mi objetivo es el mismo: ayudar a los demás. No tengo el objetivo de vivir de esto, no me gustaría.

7. ¿En qué te inspiras para hacer las recetas o contenidos que subes?

Paso muchas horas viendo otras recetas en Internet, y leyendo *newsletters* sobre gastronomía. Las recetas que me gustan, intento versionarlas simplificando al máximo su elaboración. Para los *post* de divulgación, la mayoría de las ideas me las piden los propios seguidores y, unas pocas se me ocurren o las veo en artículos de periódicos.

8. ¿Te organizas de alguna manera tus publicaciones?

Tengo un tablero de tareas donde tengo las publicaciones pendientes tanto de recetas como de divulgación o temas para *stories*. A partir de ahí suelo crear un calendario de contenido semanal, dependiendo de mi tiempo y de las recetas nuevas que tenga para esa semana.

9. ¿Crees que habrías conseguido llegar a tantas personas si no fuera por las redes sociales?

No. Creo que sin los algoritmos de las redes sociales, simplemente con un blog, hubiese sido muy difícil posicionarme.

10. ¿Qué formato crees que es el que tiene mayor repercusión en tu perfil?

Las imágenes. Probé durante un tiempo los *reels*, pero Instagram ya estaba saturado de *reels* de recetas y necesitan mucho más trabajo para conseguir la misma relevancia.

11. ¿Crees que la sociedad está actualmente más preocupada por la alimentación que antes?

Sin duda alguna.

12. ¿Qué opinas del marketing de influencia en la alimentación a través de Instagram? Respecto al hecho de que muchos perfiles no tienen ningún tipo de formación y dan datos que pueden ser erróneos y que sus seguidores creen por el simple hecho de tener un número alto de seguidores.

Creo que es peligroso y temerario. Incluso perfiles con formación en nutrición, caen en la polarización o la culpabilización y lo considero peor aún. Por mi parte, intento no radicalizar ningún mensaje ni dar recomendaciones que creo que deben individualizarse, como los suplementos. Cuando alguien me consulta porque quieren adelgazar, tienen ansiedad o quieren llevar una dieta en concreto, siempre recomiendo acudir a un profesional de la nutrición que se adapte y personalice su caso.

13. ¿Crees que los usuarios de Instagram siguen el tipo de alimentación que ven a través de las cuentas de Instagram?

Creo que sí se fían de lo que les dices, y también lo intentan seguir. Al final, tendemos a confiar en todo aquel que nos simplifica las cosas y parece entenderlas. Esto ha sido siempre así, no solo con las redes sociales. No creo que lo sigan al 100% porque es muy difícil hacer ciertos cambios y, aunque los tengas hechos, hay que tenemos mucho tiempo para estar haciendo todas las recetas “guays” que se ven en Instagram.

14. ¿Crees que la existencia de la gran cantidad de perfiles dedicados a recetas ha hecho que sus seguidores cambien el método de alimentación? ¿Que la existencia de estos perfiles ha influido en la alimentación de los seguidores de estos perfiles?

Sí, creo que el cambio que se está produciendo en la sociedad hacia un modelo de alimentación más consciente es, sin duda, fruto de las redes sociales.

15. ¿Cuál crees que es el motivo principal por el que te siguen tus seguidores?

El motivo principal son los menús semanales. Me lo suelen decir y, además, las estadísticas me lo indican claramente: son, con mucha diferencia, el contenido que más seguidores nuevos trae. Soy una de las pocas cuentas que ofrece menús con todas sus recetas y muy sencillos de preparar.

16. Del contenido que ofreces, ¿cuál es el que más les interesa?

Los menús, aunque también gustan muchos los *post* de divulgación.

17. ¿Crees que hay algún motivo por el que han empezado a popularizarse este tipo de perfiles? Ya sea porque los usuarios no estábamos a gusto con nuestro cuerpo, por buscar comer más sano, presión social o probar nuevas recetas.

Creo que hay muchos motivos, pero creo que el componente más importante es la presión social. En las redes y la sociedad comienza a estar mal vista una mala alimentación, y nadie quiere proyectar una mala imagen.

18. ¿Cuál es el objetivo principal por el que empezamos a seguir este tipo de perfiles? ¿Comer más sano, probar nuevas recetas, mejorar la salud o el aspecto físico?

Creo que los objetivos están bastante repartidos. Por lo que me comentan mis seguidores, cada uno suele tener una motivación principal detrás. Aunque de estos ejemplo, creo que probar nuevas recetas es el que menos importancia tiene. Los que más me comentan suelen ser el aspecto físico y comer más sano.