

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESIS**

**USO DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES  
DE LA UNIVERSIDAD JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN DURANTE  
LA PANDEMIA, HUACHO 2021**

**Presentado por:**

**ORTIZ MORALES YAQUELIN CRISTINA**

**TAPIA GIRALDO KEYKO PAOLA**

**Asesor:**

**Lic. HENRY ANTONIO MORALES GAMARRA.**

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Huacho – Perú**

**2022**

**USO DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN LOS  
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD JOSÉ FAUSTINO  
SÁNCHEZ CARRIÓN DURANTE LA PANDEMIA, HUACHO 2021**

**ORTIZ MORALES, YAQUELIN CRISTINA**

**TAPIA GIRALDO, KEYKO PAOLA**

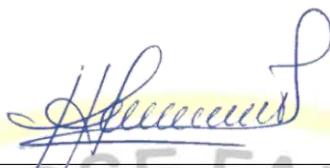
**TESIS DE PREGRADO**

**ASESOR:** Lic. HENRY ANTONIO MORALES GAMARRA.

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**HUACHO**

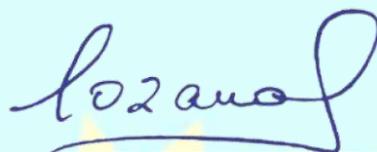
**2022**



---

Lic. HENRY ANTONIO MORALES GAMARRA

**ASESOR**



---

Dra. KATHELIN ALEXANDRA LOZANO VASQUEZ

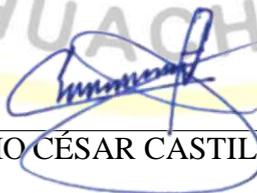
**PRESIDENTE**



---

Lic. FRANCISCO RODRIGO MAYA SILVA

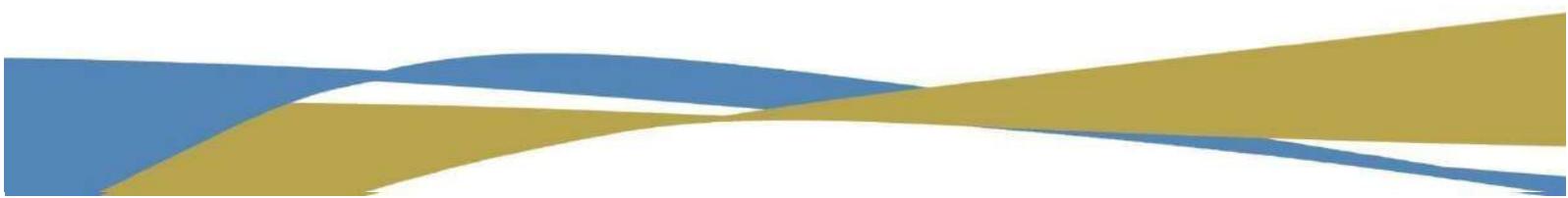
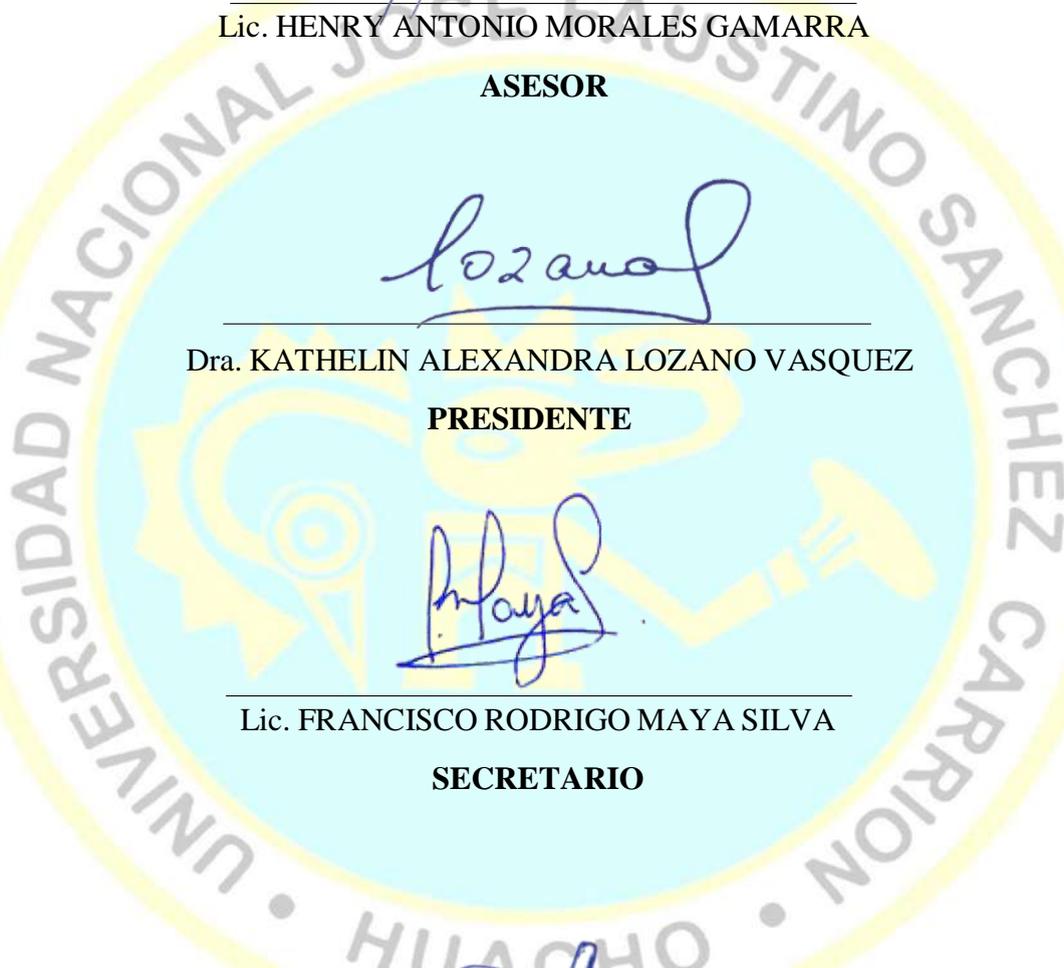
**SECRETARIO**



---

Lic. JULIO CÉSAR CASTILLO AMADO

**VOCAL**



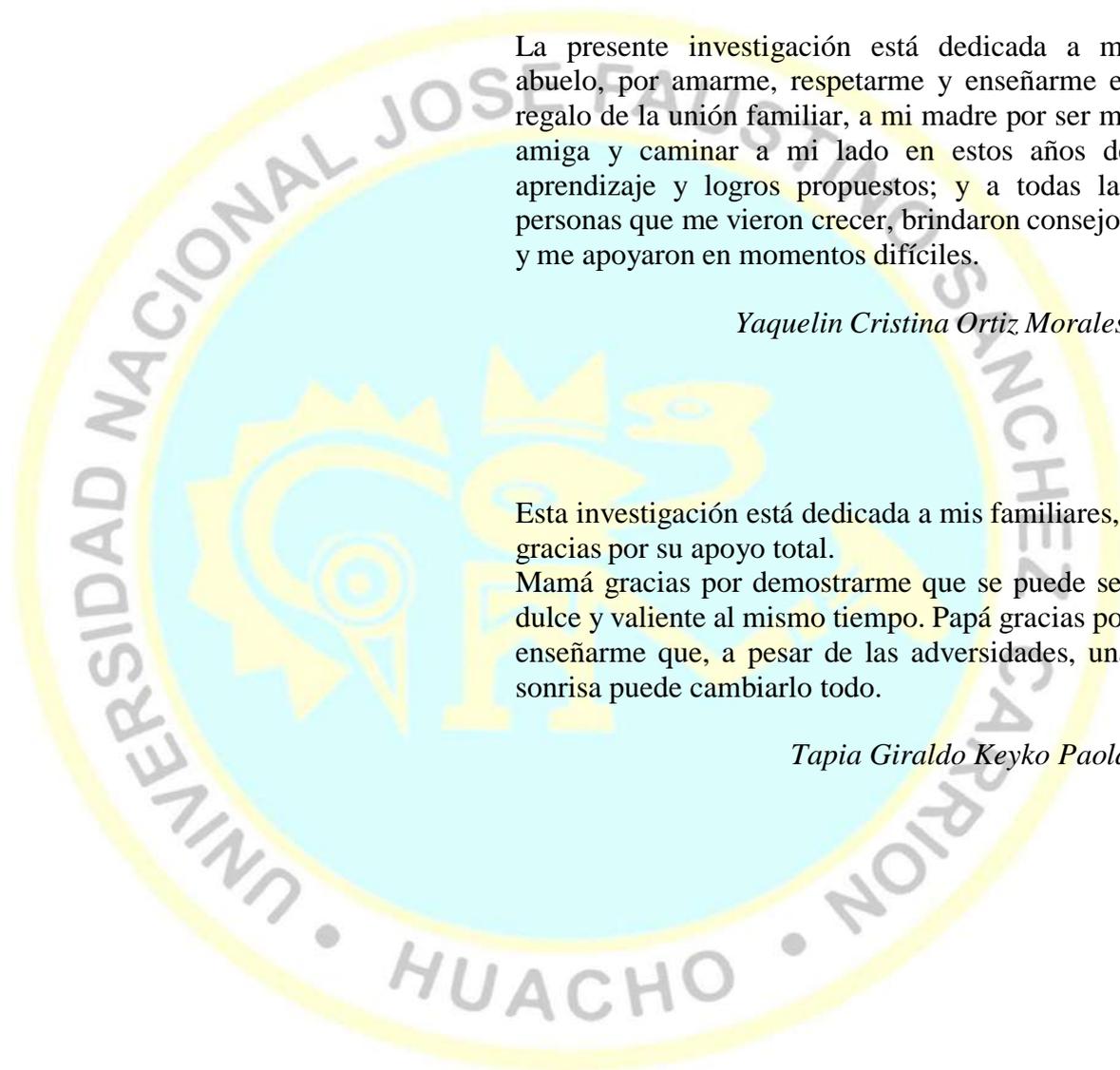
## DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a mi abuelo, por amarme, respetarme y enseñarme el regalo de la unión familiar, a mi madre por ser mi amiga y caminar a mi lado en estos años de aprendizaje y logros propuestos; y a todas las personas que me vieron crecer, brindaron consejos y me apoyaron en momentos difíciles.

*Yaquelin Cristina Ortiz Morales*

Esta investigación está dedicada a mis familiares, gracias por su apoyo total. Mamá gracias por demostrarme que se puede ser dulce y valiente al mismo tiempo. Papá gracias por enseñarme que, a pesar de las adversidades, una sonrisa puede cambiarlo todo.

*Tapia Giraldo Keyko Paola*



## AGRADECIMIENTO

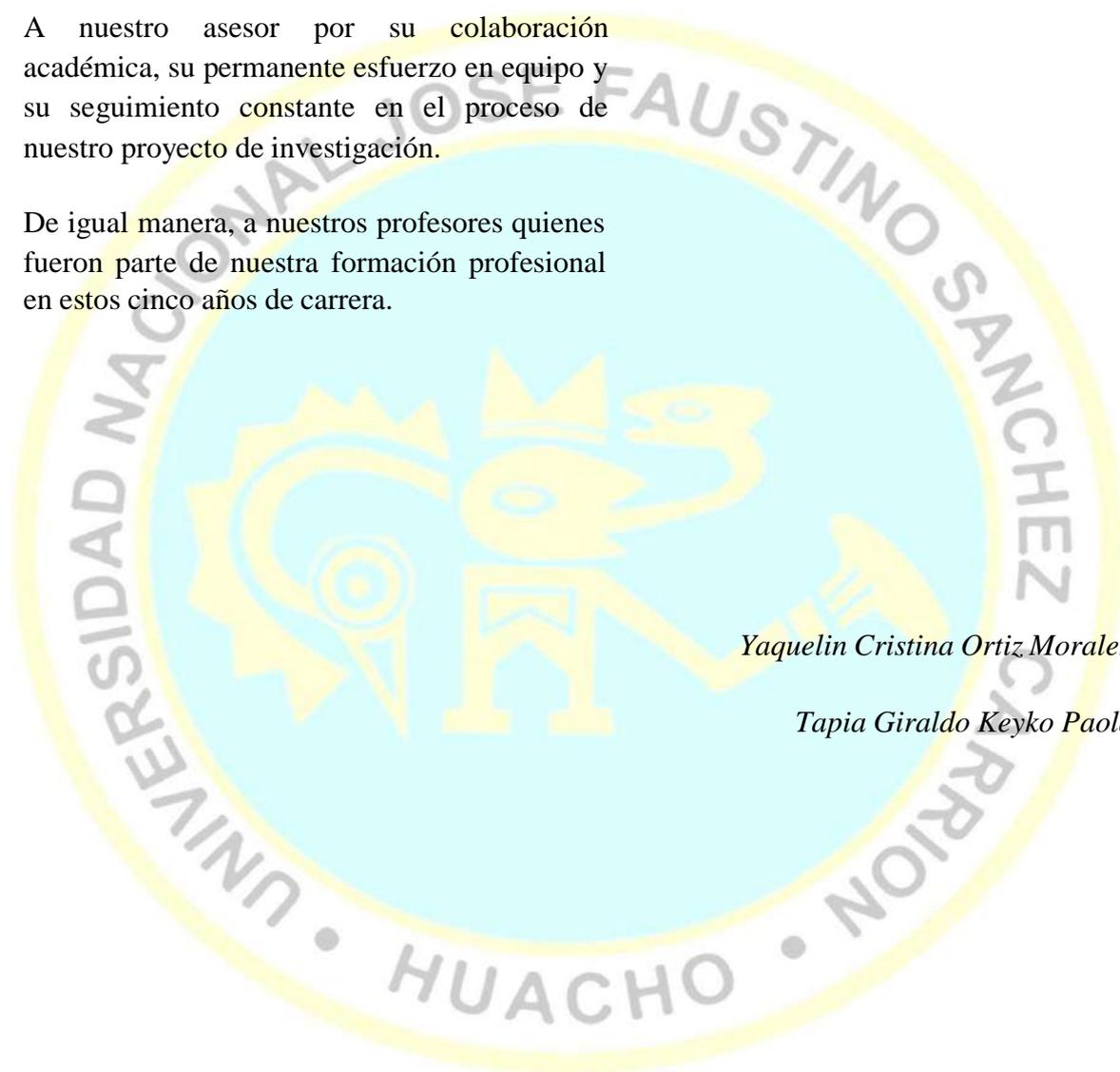
A nuestro Centro Superior de Estudios por brindarnos una educación profesional competitiva para contribuir con nuestra vocación de servicio a quienes necesiten.

A nuestro asesor por su colaboración académica, su permanente esfuerzo en equipo y su seguimiento constante en el proceso de nuestro proyecto de investigación.

De igual manera, a nuestros profesores quienes fueron parte de nuestra formación profesional en estos cinco años de carrera.

*Yaquelin Cristina Ortiz Morales*

*Tapia Giraldo Keyko Paola*



# ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
Resumen .....	xi
Abstract.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	13
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	
1.1 Descripción de la realidad problemática .....	14
1.2 Formulación del problema.....	16
1.2.1 Problema general .....	16
1.2.2 Problemas específicos.....	16
1.3 Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1 Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos .....	16
1.4 Justificación de la investigación.....	17
1.5 Delimitaciones del estudio.....	17
1.6 Viabilidad del estudio.....	17
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1 Investigaciones internacionales .....	18
2.1.2 Investigaciones nacionales.....	20
2.2 Bases teóricas .....	22
2.3 Bases filosóficas .....	29
2.4 Definición de términos básicos.....	30
2.5 Hipótesis de investigación .....	31

2.5.1 Hipótesis general .....	31
2.5.2 Hipótesis específicas.....	31
2.6 Operacionalización de las variables .....	32

### **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

3.1 Diseño metodológico.....	33
3.1.1 Tipo de investigación.....	33
3.1.2 Nivel de investigación .....	33
3.1.3 Diseño de investigación .....	33
3.1.4 Enfoque de investigación.....	34
3.2 Población y muestra.....	34
3.2.1 Población .....	34
3.2.2 Muestra .....	34
3.3 Técnicas de recolección de datos.....	35
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información.....	35

### **CAPÍTULO IV RESULTADOS**

4.1 Análisis de resultados .....	36
4.2 Contratación de hipótesis .....	56

### **CAPÍTULO V DISCUSIÓN**

5.1 Discusión .....	58
---------------------	----

### **CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1 Conclusiones.....	59
6.2 Recomendaciones .....	60

<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>61</b>
7.1 Fuentes documentales.....	61
7.2 Fuentes bibliográficas.....	61
7.3 Fuentes hemerográficas.....	62
7.4 Fuentes electrónicas.....	63
<b>ANEXOS.....</b>	<b>65</b>
01 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	65
02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS.....	66
03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO.....	67



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia, uso sobre redes.....	36
Figura 2. Frecuencia, uso en las redes .....	37
Figura 3. Medios sociales y su mayor impacto durante la pandemia.....	38
Figura 4. Frecuencia al usar “Facebook” para comunicarse .....	39
Figura 5. Uso de “Facebook” para compartir temas educativos .....	40
Figura 6. “Facebook” como herramienta de comunicación más útil.....	41
Figura 7. Frecuencia de uso en “Instagram” para comunicarse .....	42
Figura 8. Frecuencia de uso en “Instagram” para compartir temas educativos.....	43
Figura 9. “Instagram” como herramienta de comunicación más útil.....	44
Figura 10. Frecuencia de uso en “WhatsApp” para comunicarse.....	45
Figura 11. Frecuencia de uso en “WhatsApp” para compartir temas educativos .....	46
Figura 12. “WhatsApp” como herramienta de comunicación más útil.....	47
Figura 13. Considera que las conferencias en línea son entretenidas .....	48
Figura 14. Uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula.....	49
Figura 15. Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Zoom durante sus clases .....	50
Figura 16. Zoom como herramienta adecuada para las clases virtuales .....	51
Figura 17. Dificultades en el uso Google Meet durante clases.....	52
Figura 18. Google Meet vs. zoom en la realización de clases virtuales .....	53
Figura 19. Alguna vez ha usado Skype.....	54
Figura 20. Con qué frecuencia utiliza Skype .....	55

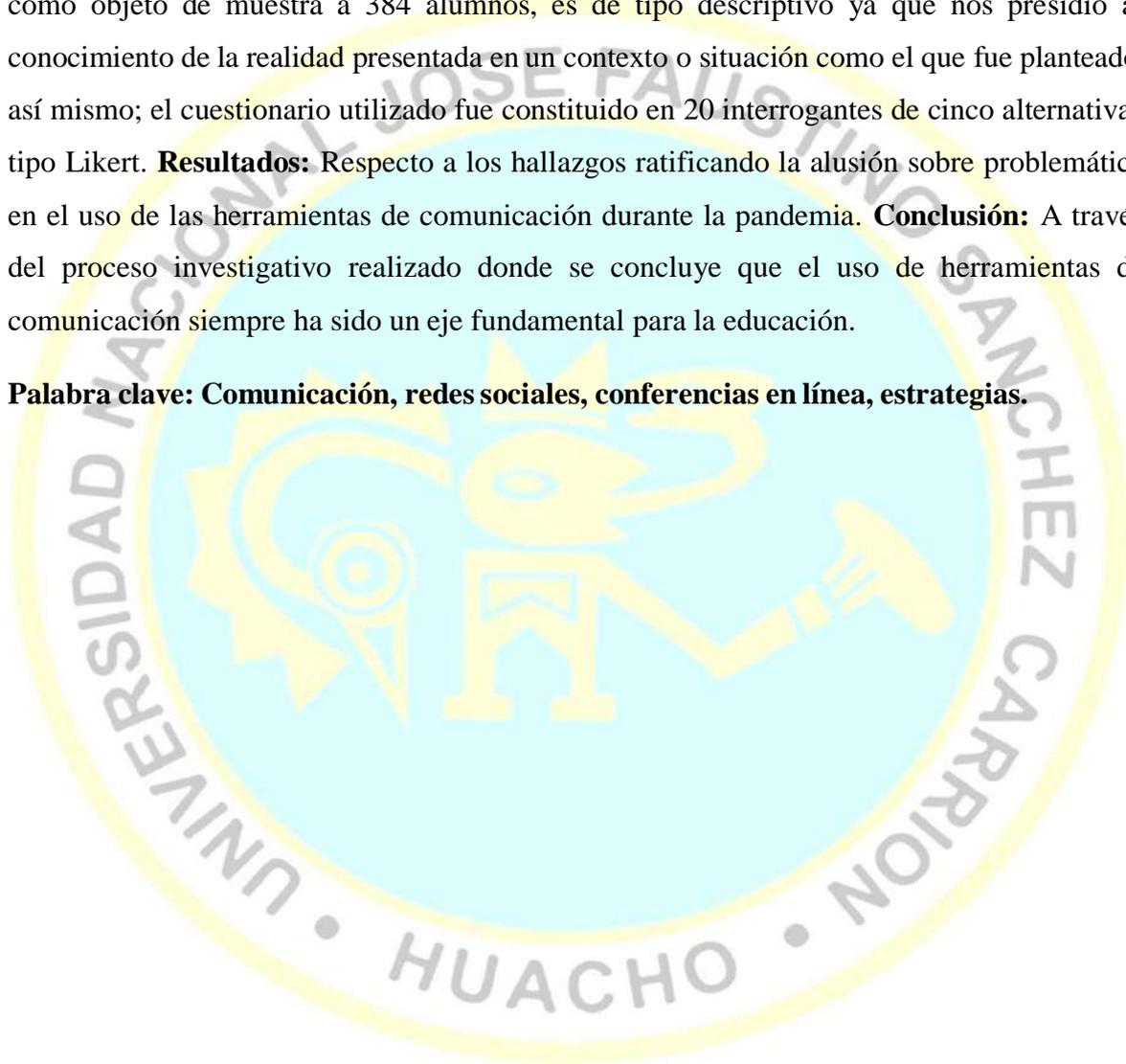
## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia, uso sobre redes .....	36
Tabla 2. Frecuencia, uso en las redes .....	37
Tabla 3. Medios sociales y su mayor impacto durante la pandemia .....	38
Tabla 4. Frecuencia utiliza “Facebook” para comunicarse .....	39
Tabla 5. Uso de “Facebook” para compartir temas educativos .....	40
Tabla 6. “Facebook” como herramienta de comunicación más útil .....	41
Tabla 7. Frecuencia de uso en “Instagram” para comunicarse .....	42
Tabla 8. Frecuencia de uso en “Instagram” para compartir temas educativos .....	43
Tabla 9. “Instagram” como herramienta de comunicación más útil .....	44
Tabla 10. Frecuencia de uso en “WhatsApp” para comunicarse .....	45
Tabla 11. Frecuencia de uso en “WhatsApp” para compartir temas educativos .....	46
Tabla 12. “WhatsApp” como herramienta de comunicación más útil .....	47
Tabla 13. Considera que las conferencias en línea son entretenidas .....	48
Tabla 14. Uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula.....	49
Tabla 15. Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Zoom durante sus clases.....	50
Tabla 16. Zoom como herramienta adecuada para las clases virtuales .....	51
Tabla 17. Dificultades en el uso Google Meet durante clases .....	52
Tabla 18. Google Meet vs. zoom en la realización de clases virtuales.....	53
Tabla 19. Alguna vez ha usado Skype.....	54
Tabla 20. Con qué frecuencia utiliza Skype .....	55

## Resumen

**Objetivo:** Determine las herramientas comunicacionales en estudiantes Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021 **Métodos:** Este trabajo tuvo como objeto de muestra a 384 alumnos, es de tipo descriptivo ya que nos presidió al conocimiento de la realidad presentada en un contexto o situación como el que fue planteado, así mismo; el cuestionario utilizado fue constituido en 20 interrogantes de cinco alternativas tipo Likert. **Resultados:** Respecto a los hallazgos ratificando la alusión sobre problemática en el uso de las herramientas de comunicación durante la pandemia. **Conclusión:** A través del proceso investigativo realizado donde se concluye que el uso de herramientas de comunicación siempre ha sido un eje fundamental para la educación.

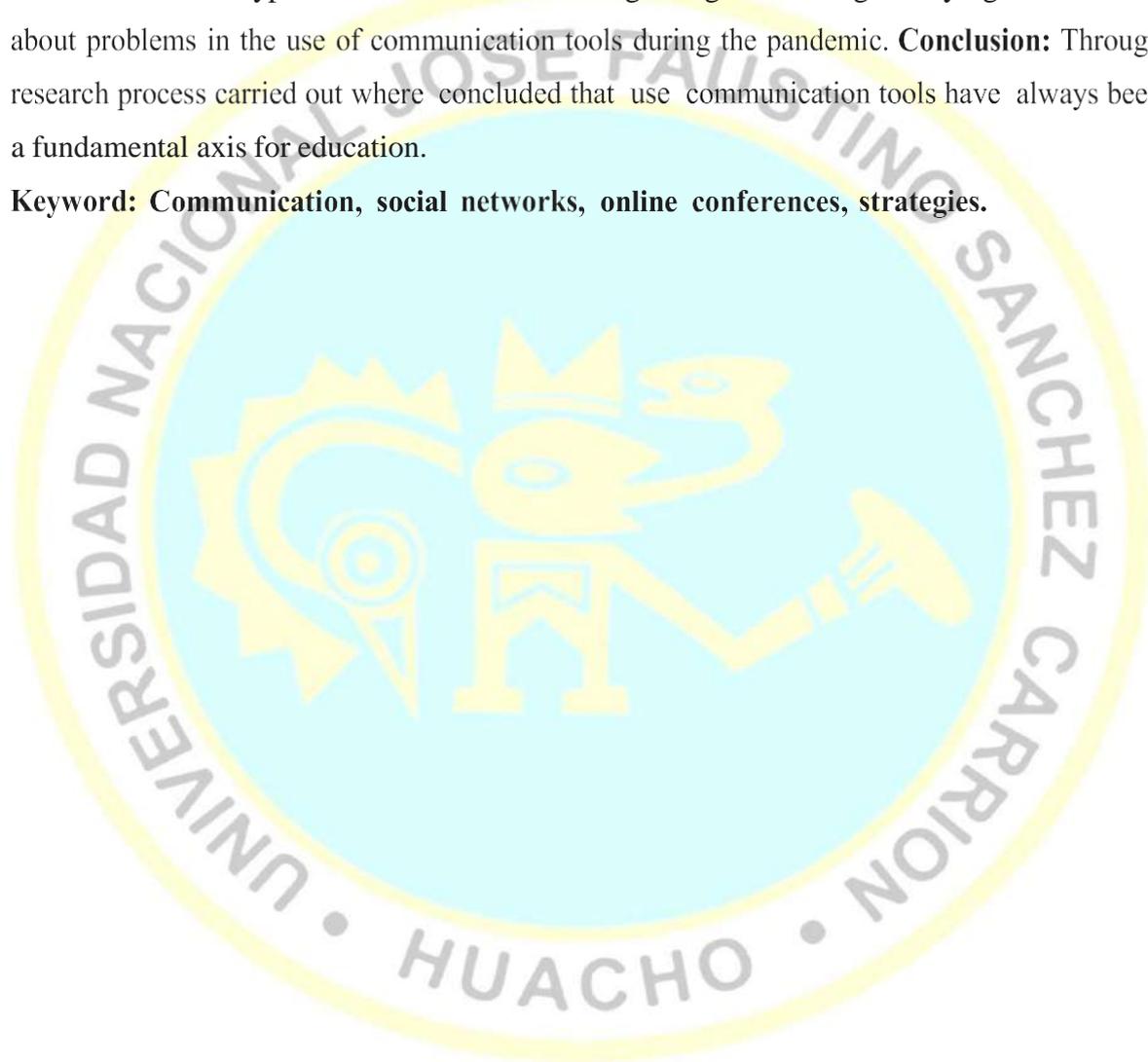
**Palabra clave:** Comunicación, redes sociales, conferencias en línea, estrategias.



## Abstract

**Objective:** To determine communication tools students of José Faustino Sánchez Carrión University during pandemic, 2021. **Methods:** This work had as a sample object 384 students, it is descriptive since it led us to knowledge of the reality presented in context or situation like the one that was raised, likewise; the questionnaire used was made up of 20 questions out of five Likert-type alternatives. **Results:** Regarding the findings ratifying the allusion about problems in the use of communication tools during the pandemic. **Conclusion:** Through research process carried out where concluded that use communication tools have always been a fundamental axis for education.

**Keyword:** Communication, social networks, online conferences, strategies.



## INTRODUCCIÓN

La investigación busca describir el uso de las herramientas comunicacionales en Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante pandemia COVID - 19, y si esto afectó en su desarrollo estudiantil. Para ello se cumplió con los lineamientos emitidos por la UNJFSC para la realización de investigaciones científicas que comprende los siguientes capítulos:

**Capítulo I:** Durante el primer capítulo narra, planteamiento, formulación., se planteamos los objetivos de investigación, para culminar con justificación, Delimitación y culminando viabilidad.

**Capítulo II:** Se puede observar un marco teórico; esbozado principalmente por los antecedentes, investigaciones internacionales, nacionales y bases teóricas donde se dan a conocer mayores detalles sobre el uso de las herramientas de la comunicación.

**Capítulo III:** Detallamos diseño de la presente investigación, también corroboramos proceso de muestra y se especifica el instrumento utilizado para el recojo de información que obtuvo para reunir los datos con respecto al tema en cuestión.

**Capítulo IV:** Se exhibe los resultados encontrados de la tesis, las cuales son vitales para redactar las conclusiones.

**Capítulo V:** Se comparó los hallazgos obtenidos de la discusión del resultado, las conclusiones y las recomendaciones, que permitirán revertir el estado en que se encuentra la situación.

**Capítulo VI:** Visualizamos conclusiones como recomendaciones, que incentivaron a plantear tácticas favorables para la tesis.

**Capítulo VII:** Se describe la compilación de toda la información a través de enlaces bibliográficos entre otros que nos sirvieron para el trabajo.

## **Capítulo I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

Herramientas comunicacionales permiten ser un eje fundamental en el ámbito pedagógico utilizan TIC que se definen medios que desarrollan capacidades de diálogo, foro, discusión, comunicación. Las herramientas comunicativas no solamente nos ayudan a relacionarnos y corresponder con otros, si no también nos permiten compartir temas de difusión con un propósito, ideas u opiniones dejando a un lado las dificultades de la distancia. Dentro de estas herramientas comunicativas podemos encontrar foros, debates, correos electrónicos y la web. Es así como juegan un rol fundamental para la comunicación, puesto que de no emplearse se complicaría el intercambio de información.

Se menciona que las empresas modernas utilizan herramientas para gestionar una eficiente comunicación. En ese sentido, La comunicación es un proceso primordial que brinda un aporte en la proyección de objetivos, fundamentación de conocimientos, promoción de encuentros, progreso de prácticas y en general, la magnitud del quehacer de una organización. Es así que ésta debe apoyar espacios que favorezcan el cambio, el desarrollo y obtención de competencias, y al aumento de la comprensión del trabajo en equipo, el cual es importante en las empresas. En suma, la necesidad de que el ámbito laboral pueda realizar políticas de comunicación que haga real el desempeño de los objetivos que se tienen como propósito hacia los públicos que maneja las instituciones (Pardo, 2017).

Las herramientas comunicacionales empleadas en instituciones superiores son fundamentales para el desempeño académico como también deben de ser precisas para cumplir con uno de las estipulaciones más importantes que es impartir conocimiento. La comunicación se compone como uno de los elementos que aporta mayor importancia y calidad en los procesos educativos, por ejemplo, el correo electrónico es probablemente la herramienta digital más utilizada para comunicarnos, consideremos también que se estima que existe un aproximando de casi tres millones de cuentas de correo electrónico según la

consultora Pindgom.

Hacer llamadas y videoconferencias por internet está al alcance de cualquiera. Existen diferentes tipos de servicios que nos permiten poder romper las barreras que existen, tanto físicas como económicas que por momentos pueden dificultar la comunicación entre personas físicamente muy distantes. En las décadas de los 80 y 90 internet fue cuesta arriba incluyendo viabilidad informática de instituciones superiores y centros de investigación, lo cual, luego relacionado en organizaciones privadas, públicas y mundiales, admitió un gran impulso para la conectividad, que al no ser de protección pública se convierte en máxima red de computadoras internacionales, integrada con 50.000 redes, cuatro millones de procesadores y setenta millones de seguidores. Esta pandemia del COVID-19 exigió una permuta, siendo este un aumento en la ayuda del teletrabajo o también llamado “trabajo en casa”. Al igual que la formación en el hogar vía online. El trabajo remoto creció sustantivamente.

Como también la totalidad de colaboradores con las formas de llevar a cabo el teletrabajo en otros países como la madre patria se triplicando su acción, donde se puede alcanzar el 32,6%. La consultora Robert Walters relata en un sondeo diferentes indicadores positivos para el teletrabajo en España: 47% de los expertos que fueron cuestionados consideran que su productividad aumentó a partir del trabajo en casa. El tiempo que hacían al desplazarse a su oficina se modificó al punto de laborar más horas (43%). Otros individuos que desarrollan el teletrabajo por este país señalan que lo producen en actividades que favorecen a su bienestar personal.

La formación básica regular en nuestro país se ha caracterizado por presentar deficiencias que se hicieron reales con la propagación de la COVID-19. Autoridades cuentan con el gran desafío en poder diseñar estrategias muy eficaces respecto al cambio de modo académico, de tal manera subsanando y asegurando la continuidad de los servicios académicos. Para lograrlo es de suma importancia saber al dedillo todas las aristas que esta situación sugiere: estrategias de evaluación de aprendizaje, preparación docente, receptividad del alumnado, canales de comunicación, dispositivos, así como monitoreo y reajuste inmutable del plan de acción. El triunfo de cualquier proyecto (por más desafiante y urgente que sea) está una precisa definición del problema y la consideración exhaustiva de las áreas que afectan.

Asimismo, la Universidad nacional de Huacho, constituida como la primera institución superior de la provincia de Huaura y del Norte Chico alberga a una gran suma de estudiantes, lo cuales se han visto obligados a conocer nuevas herramientas de comunicación para así poder continuar con sus estudios, puesto que las redes sociales y conferencias en línea han sido la clave fundamental para que continúen formándose como futuros profesionales.

En ese sentido la presente investigación determinó el uso de herramientas de comunicación en alumnos de nuestra alma mater durante pandemia Huacho, donde las conclusiones permitieron aportar un desarrollo comunicacional en nuestra población investigada.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo es el uso de herramientas de comunicación en alumnos de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuáles son las redes sociales que utilizan los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021?

¿Cuáles son las conferencias en línea que utilizan los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar el uso de herramientas de comunicación en alumnos de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Determinar el uso de las redes sociales en estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021.

Determinar el uso de las redes sociales en estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021.

## 1.4 Justificación de la investigación

Esta investigación posee el fin en aportar a la problemática existente sobre el uso en herramientas de comunicación. Se afirma también que la comunicación como proceso un hecho fundante de las relaciones en las diversas organizaciones que buscan ser competitivas en un mercado. (Scheinson, 1993).

Es significativo acotar, de términos como inversión y tecnologías de la información, siendo herramientas para ser utilizadas en responsabilidad social interna y toda área de una institución, originando seguridad y efectividad al momento de comunicar datos, minimizando tergiversar y garantizando que la información alcance apropiadamente a todos los colaboradores, enfatizando cuando se trata de algo tan relevante como la responsabilidad social interna (Domínguez, 2008).

La investigación se realizó por el deseo de mejorar el uso de herramientas comunicacionales en alumnos de Universidad José Faustino Sánchez Carrión, las cuales habrían presentado cambios durante la pandemia.

## 1.5 Delimitaciones del estudio

### **Delimitación Espacial:**

Tesis realizada UNJFSC, Huacho.

### **Delimitación Temporal o Social:**

El tiempo determinado para esta investigación es el último semestre del 2021.

### **Delimitación del Universo:**

Se aplicaron técnicas de recojo de datos a alumnos; escuelas Comunicación y Trabajo Social.

## 1.6 Viabilidad del estudio

Viable, dado que dispone de recursos personales, fuentes y/o referencias, bibliográficas como financieras, siendo autofinanciado por los investigadores. También fue factible la investigación, porque se solicitó cartas de permiso a la autoridad inmediata y responsable de Escuela de Comunicación, para aplicación de las requeridas técnicas como encuestas y la coordinación previa para las facilidades los días de la realización de encuestas virtuales a los alumnos de la escuela.

## Capítulo II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Investigaciones internacionales

Moreyra (2017) tesis *“Herramientas comunicacionales, promocionales y formativas para Oficina Conocimiento Abierto Institución Superior Córdoba – Argentina”* estudio para Título en Bibliotecología y Documentación. Objetivo; optimizar el trabajo de difusión Oficina de conocimiento abierto movimiento acceso abierto Universidad de Córdoba. Su metodología fue descriptiva y como instrumentos, se utilizaron los métodos de recojo de datos como indagación de campo, recolección documental, entrevistas estructuradas y enfocadas, video y jornada de reflexión. Población de estudio compuesto por administrativos de la empresa privada de Correo OCA (Organización Coordinadora Argentina). La conclusión que brinda la tesis destaca el valor de la PPS, admitiendo una aproximación al futuro profesional en muchos espacios y elimina las inseguridades con las cuales se egresa de Institución Superior, tomando en cuenta que la formación obtenida ha sido significativo y ejecutable en la praxis. Finalmente, mantener esta peculiaridad resulta provechoso para los que culminan la profesión de Bibliotecología y Documentación, tomando padrones actuales de la carrera y cortando brechas para obtener creatividad y plasmar con los retos que plantea la colectividad vigente.

Martínez, Tijerino y Rodríguez (2019) investigación denominada *“Herramientas de comunicación y socialización utilizadas en alumnos de cuarto año carrera de Informática educativa de la Universidad Autónoma de Nicaragua, en el proceso de formación académica durante el primer semestre 2019”* desarrollado en obtener título en Comunicación para el Desarrollo, se planteó como objetivo analizar herramientas comunicacionales como socialización manejadas a través de jóvenes del cuarto año en Informática Educativa Universidad Nacional Autónoma Nicaragua.

Metodología; descriptiva no experimental transversal; enfoque cualitativo. El instrumento empleado fue la entrevista aplicada al Jefe del departamento Informática Educativa y dos grupos focales invitando a alumnos de Informática Educativa. Es así que se da a conocer, cómo y cuáles herramientas se utilizan como apoyo en su proceso para fortalecer lo aprendido durante su proceso de formación profesional. Población constituida por 53 alumnos de Informática divididos en 10 grupos. Los autores concluyeron que el uso de herramientas comunicacionales y socialización son parte elemental durante procesos de formación y aprendizaje alumnos de la profesión de Informática, en instrucción de conocimiento, recursos de reforzamiento, en habilidades accediendo a efectuar asignaciones distribuidas por los instructores en el aula, así motivarse al uso seguido de plataformas que refuerzan conocimiento creando comunicación interactiva entre alumnos con maestros viceversa, a través de estas herramientas. Además, estas figuran por medio de la sistematización de réplicas en investigación que y son utilizadas como soporte en formación educativa por ende comunicación fluida entre estudiante-estudiante y docente-estudiante. En ese sentido, inciden las imágenes en la plataforma YouTube, por tener ilustración paso a paso como fácil comprensión. Asimismo, destacan blogs, bibliotecas virtuales y en la conectividad entre ellos equipos de plataformas sociales siendo forma rápida de comunicación y aproximación en grupo.

Es así, que herramientas expuestas sujetan una valiosa contribución en el aprendizaje de alumnos, pues permiten mejor comprensión de materias y gran parte cognitiva adquiridos en espacios presenciales con el profesor. Por otro lado, favorece en la parte tecnológica; con oportunidades en el contexto laboral. Las herramientas comunicacionales benefician el incentivo del alumno también favorece disposición e interés de la persona en aprender, asistiendo a mejor comprensión en contenidos. Dichas herramientas contribuyen en estudiantes nuevas maneras de formación educativa, aumentando el conocimiento alcanzado e incentivados por estas herramientas tecnológicas.

Trujillo (2015) tesis *“Análisis del Impacto de Herramientas Tecnológicas de E-Learning como beneficio en enseñanza aprendizaje alumnos de Comunicación Social cuarto y quinto nivel Universidad Politécnica Salesiana Guayaquil – Ecuador”* para obtener la licenciatura en Ingeniero de Sistemas. En el estudio se analizó; impacto y uso en instrumentos tecnológicos e-learning con soporte sistema enseñanza-aprendizaje por

alumnos en Ica. La metodología; carácter descriptivo, inductivo - deductivo, analítico sintético. Los instrumentos que se usó fue la encuesta aplicada a los estudiantes según la muestra. La población comprendía 160 personas, 123 estudiantes y 37 docentes. Conclusiones; determinaron sus instrumentos forman medios establecidos para otorgar mejor disposición a la formación educativa, impulsar el desarrollo de destrezas instruidos con sistemas a su vez ritmos de acuerdo a la persona. Asimismo, las aptitudes de los jóvenes en el manejo tecnológico frente al poco o nada de conocimiento de los profesores sobre un sistema moderno que lo atraen en generaciones y el abandono en la capacitación respectiva. Finalmente, para jóvenes la tecnología significa terapia de catarsis, eluden universos o ven una forma de comunicación y acercamiento en otros seres, evadiendo la soledad, adquiriendo en esos instantes la información que necesitan sin ningún precedente.

### 2.1.2 Investigaciones nacionales

Aguado (2017) Trabajo de investigación *“Las Herramientas de Comunicación plataforma moodle y su asociación con desarrollo del pensamiento crítico alumnos de Contabilidad de la Universidad Privada de Ica – 2016”* (Tesis post grado) Investigación y Docencia Universitaria. Objetivo; determinar el uso de Herramientas comunicacionales; plataforma moodle, relacionan al progreso del pensamiento crítico de alumnos de Contabilidad Universidad Privada de Ica. Su metodología; descriptiva – básica no experimental, transaccional. El instrumento utilizado como encuesta ejecutada a alumnos de Contabilidad Universidad Privada Ica. La población consideró a 38 estudiantes: II ciclo a 7 estudiantes, IV ciclo a 8 estudiantes, V ciclo a 12 y por último VIII ciclo a 1 estudiante. El estudio concluyó lo siguiente: La alta proporción de alumnos 35% en promedio aseveró que en ocasiones manejaron estas plataformas para el progreso del pensamiento reflexivo, lo que revela que sino están acostumbrados con el uso de la plataforma por su poca utilidad si tienen definido el manejo de cada una de estas aplicaciones. De igual manera estas herramientas comunicacionales; Foro, Chat y Wiki no se utilizan, puesto que los alumnos no sienten obligación y muestran abandono, a raíz del desconocimiento de beneficios de esta plataforma sólo como aplicación inútil y su utilización no es relevante profesionalmente más aún, que algunos maestros tengan la misma idea pues ignoren el uso de estas herramientas atribuyéndose simple pérdida de tiempo y burocrático. Por último, se sugiere a las autoridades competentes del claustro

universitario planteen un programa de difusión de esta herramienta hacia los alumnos y exijan a los profesores para su uso.

Gallo (2020) en su trabajo de investigación denominado “*Herramientas de comunicación estratégica aplicadas en Instituto Nacional Ciencias Neurológicas en Relación con Satisfacción del Usuario, Lima – 2019*” (Tesis de pre grado) en Comunicación. Objetivo; determinar relación que se tiene entre herramientas comunicacionales estratégicas Instituto Nacional Ciencias Neurológicas y satisfacción del usuario externo, Lima. Su metodología; descriptiva básica de diseño no experimental enfoque cuantitativo. Instrumento aplicado fue la encuesta con fines de construir los ítems con validez de constructo y contenido permitiendo recoger información de variables, dimensiones e indicadores del estudio. La población; mayor de 100 personas conformado por usuarios externos adultos y el personal; Instituto Ciencias Neurológicas, con tipo en muestreo probabilístico. El estudio concluyó: Las herramientas comunicacionales estratégicas puestas en vigencia Instituto Nacional Ciencias Neurológicas está afín de manera significativa con la satisfacción del usuario externo. En el caso; Instituto Nacional Ciencias Neurológicas es penoso para una institución muy experimentada en su especialización de cerebro y columna, no dispongan con planificación de comunicación estratégico y la apreciación del público usuario sea como entidad de salud ineficiente; debido a la falta de atención, comunicación, orientación, trato, etc. En tanto, la comunicación interna dentro del INCN, son herramientas que necesita esta entidad. Toda comunicación establece mayor interés en las relaciones públicas y hace falta implementar al establecimiento de salud. Sin embargo, la oficina de comunicación del INCN adquiere una función obligatoria en gestionar y dar a conocer los instrumentos de cada mensaje. Es decir, una vez que el mensaje sea claro y conciso, los colaboradores podrán comunicar, dar una buena orientación y calidad de atención al usuario. Estas herramientas comunicacionales tienen como función dar a conocer los mensajes, que lleguen a sus públicos internos y externos logrando así un alto nivel de satisfacción.

Bustamante y Cadillo (2019) en su trabajo de investigación denominado “*Herramientas de Comunicación en Trabajadores de Empresa Prestadora de Servicios Provincia Barranca 2019*” (tesis pre grado) en Comunicación. Objetivo; describir las herramientas comunicacionales en personal de Empresa Prestadora Servicios Barranca, 2019. Su metodología; descriptiva, diseño no experimental enfoque cuantitativo.

Instrumento aplicado fue encuesta y una población de 51 trabajadores de la Empresa Prestadora Servicios Barranca, con datos proporcionados por Recursos Humanos. Conclusiones; las Herramientas comunicacionales en administrativos de Empresa Prestadora de Servicios Barranca 2019, indica un 35.6% de mencionados desconocen las herramientas comunicacionales, mostrando poco interés para comunicar sobre estas herramientas al personal, sintiendo indiferencia en el acatamiento de objetivos institucionales. Así mismo, 68.9% consideran poco interés en pronunciar acuerdos o recomendaciones de manera escrita que en ocasiones se realiza de forma anónima. Finalmente, un 48,9% de los encuestados consideran que pocas veces la institución los adiestra, mostrando disconformidad, fastidio y poco compromiso de su organización.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1. Herramientas de Comunicación**

En mundo actual comunica mensajes a través de cualquier medio digital a su mejor alcance gracias a la tecnología y debido al gran avance de esta, la manera comunicarnos también ha evolucionado, tanto así que las herramientas comunicacionales que se emplean para hacer llegar nuestro mensaje son básicas y a su vez esenciales para poder desarrollar el feedback.

Las organizaciones, corporaciones o diversas instituciones responden a los cambios estructurales de los mercados adaptándose a los cambios bruscos de una sociedad. En ese sentido con la incursión de la Web 2.0 y 3.0 se viene desplegando toda una generación de herramientas comunicacionales a través de plataformas y el uso indiscriminado de Internet basadas en las creencias de la interacción y colaboración que revolucionan el modo de pensar, ver, usar e interactuar con la conectividad (Campos-Freire, 2012).

Gracias a la evolución del internet, las herramientas comunicacionales son más accesibles en todos los ámbitos, los autores definen a estas herramientas comunicacionales de diversos tipos. Pues existen planteamientos concretamente definidos y estudiados. Es así, que los medios que utilizan internet consideran formas; sincrónica, donde los cibernautas a través de una red telemática y/o electrónica concuerdan en el momento indicado y se anuncian visualmente, texto, audio y asincrónica con individuos que manipulan el proceso de comunicación en espacios desiguales. La utilidad de herramientas comunicativas en educación son más que un

simple cambio en medios convencionales en los cuales produce la interacción didáctica siendo vital crear un nuevo paradigma para la educación alternativa; con uso de electrónico, para conseguir el rendimiento superior de este tipo de estrategias metodológicas (Valverde, 2002).

### **2.2.1.1. Redes Sociales**

Hablar de Red Social nos lleva a pensar directamente en Facebook, Instagram, WhatsApp entre otros aplicativos, lo cierto es que el concepto va mucho más allá de lo que conocemos hoy en día; sin embargo, con el nuevo auge del internet y el mundo digital, las personas tienen múltiples medios para poder interactuar entre ellas.

Las Plataformas o redes sociales como habidad de conexión activa de los humanos donde estos difunden como comparten todo tipo de contenido sea personal o laboral con amigos, familiares e incluso desconocidos hace que estas plataformas se vuelvan el complemento perfecto de los individuos. (Celaya, 2008).

A comienzos de su aparición las plataformas sociales tenían muchas limitaciones, siendo una disponibilidad práctica de lograr objetivos individuales. Hoy sus posibilidades conlleva la difusión de cualquier tipo de contenido y con configuración ajustable a cualquier tipo de preferencias.

“En la actualidad las redes sociales se presentan como canales en los que muchas personas se relacionan de múltiples maneras. Estos medios se impusieron como la mayor preferencia de los internautas para sus objetivos, generando importantes fenómenos sociales” (De la Fuente, 2015, p.14).

La interacción o “engagement” con el usuario, es una de las particularidades fundamentales de las plataformas sociales. Es donde la conectividad virtual es el mayor referente del uso desmesurado de estas aplicaciones o redes. Estas plataformas potencian la conexión interactiva, disminuyendo trayectos geográficos y simplificando las formas en que los individuos reciben información. Se identificaron muchas mejoras en el manejo de plataformas sociales, como la vía de una fuente de principal de datos, pero los cibernautas son conscientes que no siempre es cien por ciento real o fidedigna (Mejía, 2017).

### **2.2.1.1.1. Facebook**

Facebook o la plataforma por excelencia de la última década, se creó en el 2004 por Mark Zuckerberg cuando aún cursaba sus estudios universitarios en Harvard y se presenta como la primera red social con más alta demanda hasta los últimos años, esta plataforma de interacción social es de fácil uso y aunque surgieron aplicaciones como un mayor índice de descargas, la red social Facebook sigue siendo popular entre el público joven y adulto.

Facebook es red fundamental para entender la conducta de un ciber navegante, no sólo entemas electrónicos sino en prácticas de compra, intereses y emociones (Mejía, 2017).

Hay diversas instituciones que propagan información sobre el uso y control de esta red social como el estudio digital News Report 2021 del Instituto Reuters, que plantea un análisis sobre los medios masivos en 46 países, detalla que la red Facebook es la plataforma social más empleada (69%) por los cibernautas peruanos para informarse sobre la coyuntura del Perú.

Según el diario El Peruano, en nuestro país hay más de 29 millones de cuentas en Facebook, según números oficiales. En el proceso de inmovilización social obligatoria puesta por el gobierno del 1 al 28 de febrero por COVID 19, esta plataforma social fue una de las más usadas por los navegantes cibernéticos peruanos.

### **2.2.1.1.2. Instagram**

La creación de Instagram fue posterior a la de Twitter, esta se lanzó en el año 2010 y aunque originariamente es creada para iPhone, fue adquirida por Facebook 2 años después y disponible para Android debido a la gran cantidad de usuarios adquiridos.

“Instagram ha pasado rápidamente de ser únicamente una aplicación más de moda para dispositivos con sistema operativo iOS, a ser una red social visual masiva apta para dispositivos Android y presencia en la web” (Ramos, 2015, p.19).

Instagram red social a base de imágenes con más popularidad en los últimos años, a su vez, acceder a ella a través de un dispositivo móvil nunca fue tan fácil, sus instrumentos de uso son prácticos y en particular su capacidad para compartir imágenes

de alta calidad como nueva forma de interacción social es un gran atractivo para el público joven.

Considera hoy en día a las plataformas sociales como la principal tendencia de la humanidad hace reconocer lo dinámico que es el mundo donde las peculiaridades más peculiares de plataforma social compuestas fotográficamente con figuras e imágenes a diferencia de otras redes, resaltan el ingreso a estas con dispositivos móviles suelen ser fáciles de manejarlas, complementario a ello atraen a un público juvenil y con un alto índice de retorno (Orsini, 2013).

#### **. Hashtag:**

El Hashtag es una etiqueta de manera que facilita la búsqueda en Instagram que direccionan hacia un tema determinado a través de una palabra.

Pujante (2015) sostiene lo siguiente:

“El uso masivo de un hashtag da lugar a lo que se conoce como *trending topic* o tendencia del momento. En las redes sociales, se hace referencia a los *trending topic's* utilizando las letras TT. Convertirse en “tendencia del momento” no es un hito despreciable: ante los usuarios de la red social, suelen destacarse sólo diez TT en cada momento y su actualización es continua. Si se tiene en cuenta el volumen de usuarios de estas redes, un *trending topic* es un tema a propósito del cual hay millones de personas comunicándose en un instante concreto”. (p.2)

#### **2.2.1.1.3. WhatsApp**

En los últimos años esta plataforma ha evolucionado a gran escala, en el año 2014 la aplicación ya alcanzaba los 400 millones de usuarios e hizo que Facebook la comprara por 21.000 millones de dólares y su versión estuviera disponible también para Android.

“Es una aplicación de mensajería instantánea que puede ser utilizada en diferentes sistemas operativos de Smartphone, desarrollado y fundado en la empresa Silicon Valley, su nombre se deriva del juego de palabras en inglés What 's Up”. (¿Qué pasa?) (Ixcot, 2017, p.37).

Mencionar la red social WhatsApp como tendencia para los millenials; no sólo como medio de comunicación interpersonal de esta generación, si no que hablar a través de esta aplicación se ha convertido principalmente para ellos en una forma de comunicarse; lugar donde tienen experiencias y situaciones (Rubio, 2015).

WhatsApp es completamente gratuita, como plataforma independiente es accesible tanto para iPhone y Android.

Besalú y otros. (2019) sostiene:

La plataforma WhatsApp apareció en el entorno digital en el año 2010 como un servicio gratuito de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes (smartphones) y, desde ese año, los servicios que proporciona han ido variando sin perder de vista su objetivo principal: facilitar la comunicación directa entre los individuos mediante sus teléfonos inteligentes. WhatsApp nos ofrece tres herramientas de comunicación. Por un lado, podemos mantener una conversación directa con otra persona que también tenga una cuenta (siempre que alguna de las dos personas tenga el número de teléfono de la otra). Por otro lado, podemos mantener conversaciones a partir de listas de difusión (esto solo funciona si previamente se han agregado los números telefónicos a la lista de contactos). Finalmente, los grupos, que son mecanismos de conversación grupal utilizados a menudo para la viralización de contenidos (p.6).

#### **2.2.1.2. Conferencias en Línea**

Dictar una clase o hablar con diferentes personas de un tema en principal requiere ciertos medios digitales para llevarlos a cabo. La pandemia (COVID-19) nos trajo consigo múltiples consecuencias sociales y económicas, pero estas consecuencias nos llevaron a encontrar nuevas formas de comunicarnos, hoy en día las conferencias online nos llevan a cualquier lugar sin la necesidad de movernos de nuestra zona de confort, hablar con dos o más personas nunca ha sido tan fácil; sin embargo, aprender a usar estas no nuevas pero sí necesarias herramientas comunicacionales que se han convertido en parte esencial de nuestro día a día, nos lleva a adaptarnos al nuevo mundo de una manera mucho más rápida.

Esta época de pandemia conlleva a las personas al uso virtual entre sus semejantes donde estas herramientas son el canal necesario para su comunicación. Hablar de una videoconferencia como servicio multimedia permite la interacción entre individuos afines o ciertos grupos de trabajo con fines estrictamente laborales. Básicamente radica en interconectar mediante reuniones interactivas a un número variable de interlocutores, de manera que todos pueden visualizarse y hablar entre sí. En función del material tecnológico, la videoconferencia consiente además el uso de otras herramientas virtuales como la realización de presentaciones en formato PowerPoint, el uso de pizarras electrónicas, entre otros (Chacón, 2003,).

La conferencia en línea o web son un aporte para el ahorro económico y temporal, además del feedback producido gracias al intercambio tanto visual como auditivo.

Wormhole (2014) plantea que:

Una conferencia web es un encuentro virtual realizado en una sala de conferencias web a través de plataformas especialmente desarrolladas para tal fin, que permiten la comunicación e interacción entre los participantes a través del chat y de la difusión de audio, video y proyecciones. El encuentro es realizado en tiempo real y se necesita conexión a Internet. Es posible acceder a la sala donde se realiza el encuentro desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a Internet: computadoras, tablets y celulares (p.5).

En el campo educativo se adquiere a la videoconferencia como herramienta principal para poder mostrar su contenido y ejercer la participación.

En un contexto más amplio, la formación educativa que implica cualquier herramienta electrónica de comunicación, que atañe también la videoconferencia y la audioconferencia, recibe el nombre de educación en línea. En una forma precisa, se entiende por educación en línea poder enseñar y aprender a través de ordenadores conectados en la red. (Álvarez, 2005).

#### **2.2.1.2.1. Zoom**

Zoom es una plataforma digital que se ha convertido en parte esencial para todo aquel que lleve a cabo reuniones de carácter profesional-laboral y/o estudiantil, la pandemia trajo consigo limitaciones de interacción directa; por ello, el uso de esta, es necesaria como herramienta comunicacional en el caso estudiantil: docente-estudiante.

“Zoom es una aplicación de videoconferencia con mensajería en tiempo real e intercambio de contenido fácil de configurar y usar, que permite reuniones con hasta 100 participantes de forma gratuita”. CCN-CERT(2020)

Existen niveles y precios para el aplicativo Zoom, inicialmente la mayoría de personas adquieren el plan gratuito; sin embargo, la opción de precios varía de acuerdo al tipo de empresa o institución que la requiera.

“El principal uso de Zoom viene dado por las empresas o grupos de personas que necesitan llevar a cabo videoconferencias donde es necesaria la participación de un gran número de usuarios al mismo tiempo”. (Mundocuenta.com, 2020)

Zoom como plataforma digital muestra dos tipos de funcionalidades, Zoom para reuniones de videoconferencias y Zoom Room destinado a las empresas quienes son responsables de programar sus reuniones previa instalación del aplicativo en un ordenador.

Tillman (2020) indica que “Zoom es un servicio de videoconferencia basado en la nube que puede usar para reunirse virtualmente con otros, ya sea por video o solo audios estudiantes que se integren a la reunión, una diferencia con la aplicación Zoom es que esta necesita ser instalada a cambio de Google Meet, que, por el contrario, ingreses a ella o ambos, todo mientras chateas en vivo, y le permite grabar esas sesiones para verlas más tarde.

Zoom desarrolla 03 funcionalidades:

- Reuniones individuales: donde se organizan reuniones individuales ilimitadas incluso con el plan gratuito.
- Videoconferencias grupales: que permite organizar reuniones de hasta 500 participantes (si compra el complemento "reunión grande"). Sin embargo, el plan gratuito le permite organizar videoconferencias de hasta 40 minutos y hasta 100 participantes.
- Compartir pantalla: que permite reunirse uno a uno o con grupos grandes y compartir pantalla con ellos para que puedan ver lo que usted ve.

#### **2.2.1.2.2. Google Meet**

Google Meet se ha convertido en la herramienta comunicacional favorita de las universidades e institutos debido a la función de pasar una lista automática por sobre los instantáneamente por medio de un enlace web.

Google Meet es la nueva aplicación de videoconferencias de Google para suplir a Hangouts y Zoom a través de dispositivos móviles. Para participar de una reunión solo se introduce un código. Estos claves son las contraseñas únicas que se establecerán con cada conferencia, de forma que los usuarios solo podrán entrar a esas reuniones conociéndola previamente. También, surgirán las próximas reuniones programadas, integrándose con Google Calendar (Moya, 2017).

En un ámbito internacional, diversos países adquirieron una nueva forma de comunicación en línea. En ese sentido, investigaciones en Latinoamérica siete de los

principales países entre ellos; Brasil, México, Argentina, Perú, Colombia, Bolivia y Uruguay adaptaron las tendencias como nuevos sistemas de aprendizajes Online. Es así que las autoridades gubernamentales de estas naciones han sido una pieza fundamental para toma de decisión a beneficio de la educación (Orgaz, 2019).

### 2.2.1.2.3. Skype

Esta plataforma interactiva al igual que las herramientas mencionadas anteriormente está destinadas para un público en concreto. Cuando hablamos de videoconferencias, nos referimos a todas estas plataformas que se encuentran en un auge para las empresas e instituciones en esta era digital globalizada.

Skype “es una plataforma de video chat online que precisa de un software que puede descargarse fácilmente desde su página Web” (Ferrándiz, 2013, 32).

La plataforma Skype tiene la ventaja de llevar a cabo entrevistas de perfil profesional, grabación de llamadas, mensajes inteligentes y la privacidad de mantener conversaciones telefónicas. Adame (2013) sostiene lo siguiente:

Es un programa multiplataforma que permite comunicaciones de texto (mensajería instantánea), voz y vídeo sobre internet (VoIP). Una de sus fuertes es la comunicación gratuita por voz entre usuarios de Skype desde y hacia cualquier punto del mundo. También permite realizar llamadas especiales, a muy bajo costo, entre computadoras y la red de telefonía fija o móvil (p.15).

Esta plataforma o red social es una de las más populares y usadas en el mundo, por lo que acrecienta la probabilidad de que los cibernautas tengan ya instalada en sus ordenadores o de lo contrario, tengan ya un servicio de asistencia propia de la aplicación (Ferrándiz, 2013).

## 2.3 Bases filosóficas

La tesis tomó como soporte la corriente del “constructivismo” de Jean Piaget, quien nos señala que el modo de aprendizaje se realiza a través de la interacción con el medio; es decir, complementar al individuo de recursos positivos para que tenga una interacción activa, nos muestra que a partir de la experiencia se adquieren nuevos conocimientos.

En sentido general el constructivismo concibe el conocimiento como una

construcción propia del sujeto que se va produciendo día con día resultado de la interacción de los factores cognitivos y sociales, este proceso se realiza de manera permanente y en cualquier entorno en los que el sujeto interactúa (Saldarriaga, 2016, p.30).

## **2.4 Definición de términos básicos**

### **Comunicación**

Es una transmisión oral o no verbal de contenido entre alguien que quiere decir una idea y quien espera recibirla o se espera que la entienda (Stanton, Etzel y Walker, 2007).

### **Comunicación digital**

Factibilidad de comprender y comunicarse por diferentes vías o caminos, al mismo tiempo poder enviar diversos significados en un mismo contenido (Asardo, 2020).

### **Conferencias web**

Una clase en vivo es aquella que se dicta utilizando herramientas de comunicación en tiempo real como, por ejemplo, a través de una conferencia web. (Wormhole, 2014).

### **Herramientas de comunicación**

Llamadas también herramientas comunicacionales debido a que posee elementos comunicativos a las que utilizan tecnologías de la información y comunicación como vía y despliegan capacidades de comentarios, de discusión, debate, de interacción, e información entre otros (Pinto, 2019).

### **Internet**

Internet es una red tecnológica que se encuentran interconectadas mundialmente para compartir y transmitir información. Hablamos de una red de equipos de cómputo que se conectan entre sí a través de la utilización de un lenguaje común (Pérez, 2017).

### **Plataforma digital**

“Es un programa (aplicación de software) instalado en un servidor, que se emplea para administrar, distribuir y controlar las actividades de formación no presencial o e-learning de una institución u organización” (Wikipedia, sistema de gestión del aprendizaje).

### **Red social**

Forma y de composición social y de relación con individuos en un sistema electrónico y social determinado (Requena, 1989).

### **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)**

Conjunto de tecnologías que permiten acceso, producción, tratamiento y

comunicación de información mostrada en códigos diversos tales como texto, imagen, sonido, video (Ayala & Gonzales, 2015).

### **Usuario**

Aquel que habitualmente utiliza este tipo de plataformas para conectarse, navegar, informarse y estar actualizado en lo que se refiere a estos soportes digitales. (Peiró, 2020).

### **Web**

Es el servicio más exitoso de Internet. Sus iniciales corresponden a la expresión inglesa World Wide Web que en español significa Red Informática Mundial. (Pacherres, 2018, p 18)

## **2.5 Hipótesis de investigación**

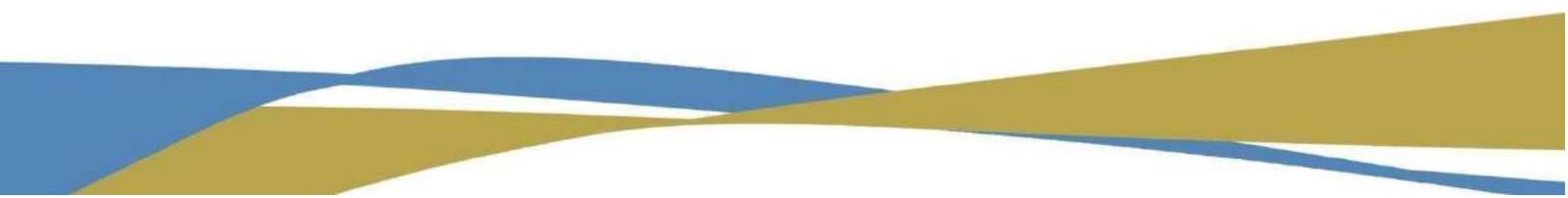
### **2.5.1 Hipótesis general**

El uso de herramientas de la comunicación entre los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho – 2021, es regular.

### **2.5.2 Hipótesis específicas**

El uso de las redes sociales en los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021, es regular.

El uso de las conferencias en línea en los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021, es regular.



## 2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN
HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	Redes Sociales	Facebook Instagram WhatsApp	Ítem 1;2;3 Ítem 4;5;6 Ítem 7;8;9 Ítem 10;11;12	5= Siempre 4= Casi siempre 3= A veces 2= Casi nunca 1= nunca
	Conferencias en Línea	Zoom Google Meet Skype	Ítem 13;14 Ítem 15;16 Ítem 17;18 Ítem 19;20	

## Capítulo III METODOLOGÍA

### 3.1 Diseño metodológico

#### 3.1.1 Tipo de investigación

Básica, puesto que busca recoger la información sobre el uso de las herramientas de comunicación durante la pandemia.

Esta investigación conocida como investigación fundamental, exacta o investigación pura, se ocupa del objeto de estudio sin considerar una aplicación inmediata, pero teniendo en cuenta que, a partir de sus resultados y descubrimientos, alcanzan nuevos productos y avances científicos (Cívicos y Hernández, 2007).

#### 3.1.2 Nivel de investigación

Es descriptiva, se muestra los tipos de herramientas comunicativas más utilizadas, también cuál es la percepción que tienen los jóvenes de Universidad José Faustino Sánchez Carrión, sobre su uso.

Investigación descriptiva, señala las particularidades, condiciones internas como externas, propiedades y rasgos fundamentales de sucesos y fenómenos, en momento, tiempo histórico y determinado. (Carrasco, 2007).

#### 3.1.3 Diseño de investigación

Tesis No Experimental - Transversal, pues nunca se manipuló ninguna variable o material de estudio, dado que se observaron las herramientas de comunicación.

Cabe destacar que una de las definiciones manifiesta que el diseño de la investigación es posible categorizarla según funciones del tipo de datos a ser recogidos, clasificándose en grandes grupos: una de ellas corresponde a la investigación de tipo bibliográfico y segunda a la investigación de campo Sabino (1992).

### 3.1.4 Enfoque de investigación

Es cuantitativa puesto que, contiene informes estadísticos, dicho proceso de investigación se concentra en las mediciones numéricas. Utiliza la observación del proceso en forma de recolección de información y los analiza para llegar a responder sus incógnitas de investigación. Este enfoque utiliza los análisis estadísticos. Se da a partir de la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de población. Se planteó un problema de estudio delimitado y preciso. Sus interrogantes de investigación versan sobre cuestiones específicas. Una vez planteado el problema de estudio, revisa lo que se ha investigado anteriormente. A esta acción se le conoce como la revisión de la literatura (Hernández – Sampieri, Fernández y Baptista, 2010).

## 3.2 Población y muestra

### 3.2.1 Población

Estuvo representada por 11,000 estudiantes de la Institución superior José Faustino Sánchez Carrión del presente año.

Por otro lado, desde el punto de vista estadístico definen a la población como un conjuntoo universo que puede estar referido a cualquier conjunto de elementos en los cuales se intente indagar y conocer sus particularidades (Ballestrini, 2006).

### 3.2.2 Muestra

Muestra que se empleó para aplicar nuestro cuestionario conllevó un total de 384 investigados.

Las escuelas designadas dentro de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNJFSC para aplicar nuestro instrumento son:

- Ciencias de la Comunicación con un total de 192 estudiantes.
- Trabajo Social con un total de 192 estudiantes

Para la obtención de la muestra se usó la siguiente fórmula estadística.

$$N = \frac{Z^2pqN}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Donde:

N= Tamaño de población = 11 000

p= Probabilidad a favor = 0.5

q= Probabilidad en contra = 0.5

e= Error admisible = 0,05

Z= Coeficiente de confianza (constante) = 1,96

n= Tamaño de la muestra Reemplazando los datos:

Datos a remplazar:

$$n = \frac{Z^2 * (p * q) * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * (p * q)}$$

$$n = \frac{84554.88}{221.15}$$

$$n = 382$$

### 3.3 Técnicas de recolección de datos

Se aplicó instrumento denominado “cuestionario” para la recolección total de datos y determinar el uso de las herramientas de la comunicación durante la pandemia, Huacho 2021.

### 3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se emplea el programa informático SPSS, con lo que se procesó la información obtenida a través de la técnica de recojo de información y el instrumento empleado en los resultados de investigación.

## Capítulo IV RESULTADOS

### 4.1 Análisis de resultados

Tabla 01:

¿Con qué frecuencia utiliza aplicaciones de redes sociales?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	17	4,4	4,4	4,4
	A veces sí a veces no	52	13,5	13,5	18,0
	Casi siempre	96	25,0	25,0	43,0
	Siempre	219	57,0	57,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de Comunicaciones y Trabajo Social.(2021)

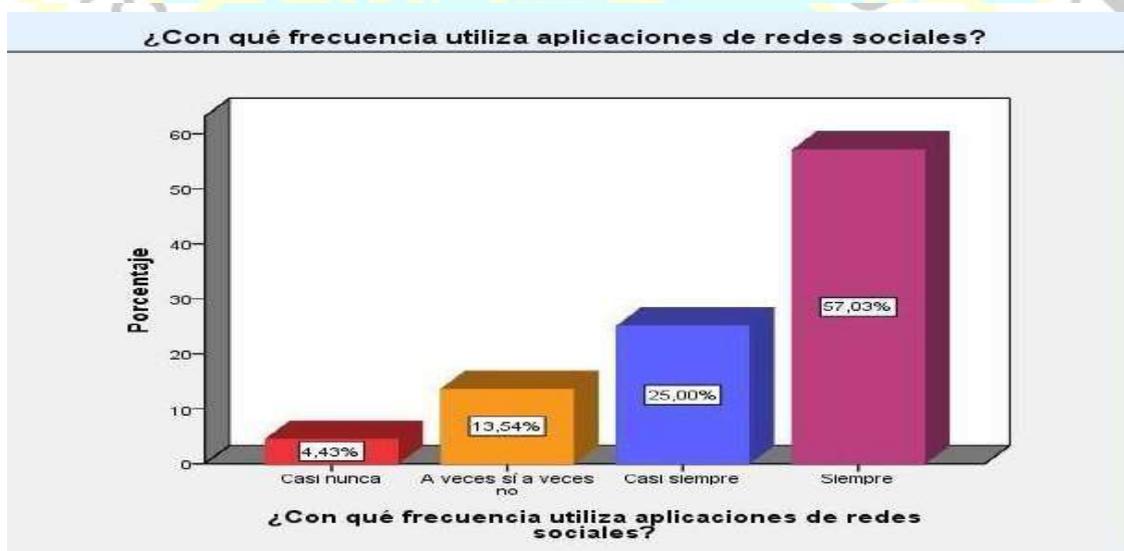


Figura 1: Frecuencia, uso sobre redes

#### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 4.43% (17) señaló que casi nunca usan aplicaciones de redes sociales, el 13.54% (52) indicó que a veces si ya veces no, el 25% (96) respondió que casi siempre y el 57.03% (219) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada siempre utilizan aplicaciones de redes sociales.

Tabla 02

¿Con qué frecuencia hace uso de las redes sociales para la obtención de información referida a su carrera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	1	0,3	0,3	0,3
Casi nunca	21	5,5	5,5	5,7
A veces sí a veces no	108	28,1	28,1	33,9
Casi siempre	159	41,4	41,4	75,3
Siempre	95	24,7	24,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

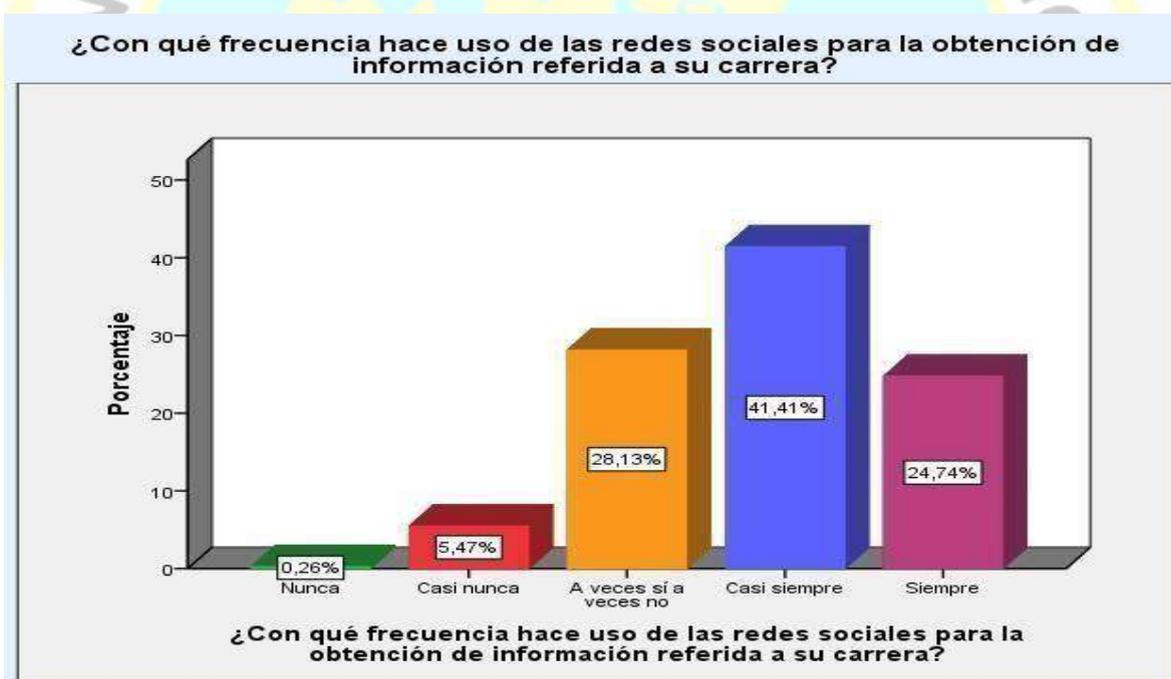


Figura 2. Frecuencia, uso en las redes

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 0.26% (1) señaló que nunca hace uso de las redes sociales para la obtención de información referida a su carrera, el 5.47% (21) indicó que casi nunca, el 28.13% (108) respondió que a veces si y a veces no, el 41.41 (159) casi siempre y el 57.03% (219) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada casi siempre hace uso de las redes sociales para la obtención de información referida a su carrera.

Tabla 03:

¿Cree usted que las redes sociales tuvieron mayor impacto durante la pandemia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Casi nunca	1	,3	,3	,3
A veces sí a veces no	58	15,1	15,1	15,4
Casi siempre	74	19,3	19,3	34,6
Siempre	251	65,4	65,4	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

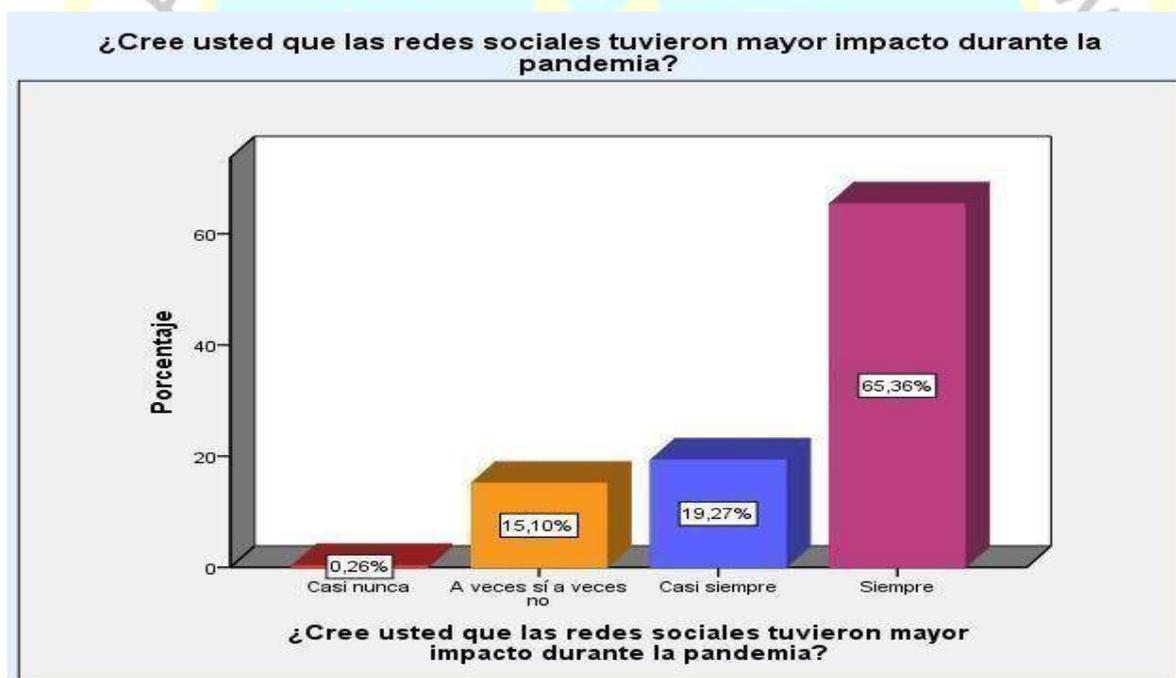


Figura 3. Medios sociales y su mayor impacto durante la pandemia.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 0.26% (1) señaló que casi nunca creen que las redes sociales tuvieron mayor impacto durante la pandemia, el 15.10% (58) indicó que a veces si y a veces no, el 19.27% (74) respondió que casi siempre y el 65.36% (251) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada siempre creen que las redes sociales tuvieron mayor impacto durante la pandemia.

Tabla 04:

¿Con qué frecuencia utiliza “Facebook” para comunicarse?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	4,7	4,7	4,7
	Casi nunca	68	17,7	17,7	22,4
	A veces sí a veces no	106	27,6	27,6	50,0
	Casi siempre	101	26,3	26,3	76,3
	Siempre	91	23,7	23,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)



Figura 4. Frecuencia al usar “Facebook” para comunicarse.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 4.69% (18) señaló que nunca utiliza “Facebook” para comunicarse, el 17.71% (68) indicó que casi nunca, el 27.60% (106) respondió que a veces si y a veces no, el 26.30% (101) casi siempre y el 23.7% (91) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada a veces sí a veces no hacen uso de “Facebook” para comunicarse.

Tabla 05:

¿Con qué frecuencia utiliza “Facebook” para compartir temas educativos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	44	11,5	11,5
	Casi nunca	108	28,1	39,6
	A veces sí a veces no	98	25,5	65,1
	Casi siempre	102	26,6	91,7
	Siempre	32	8,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

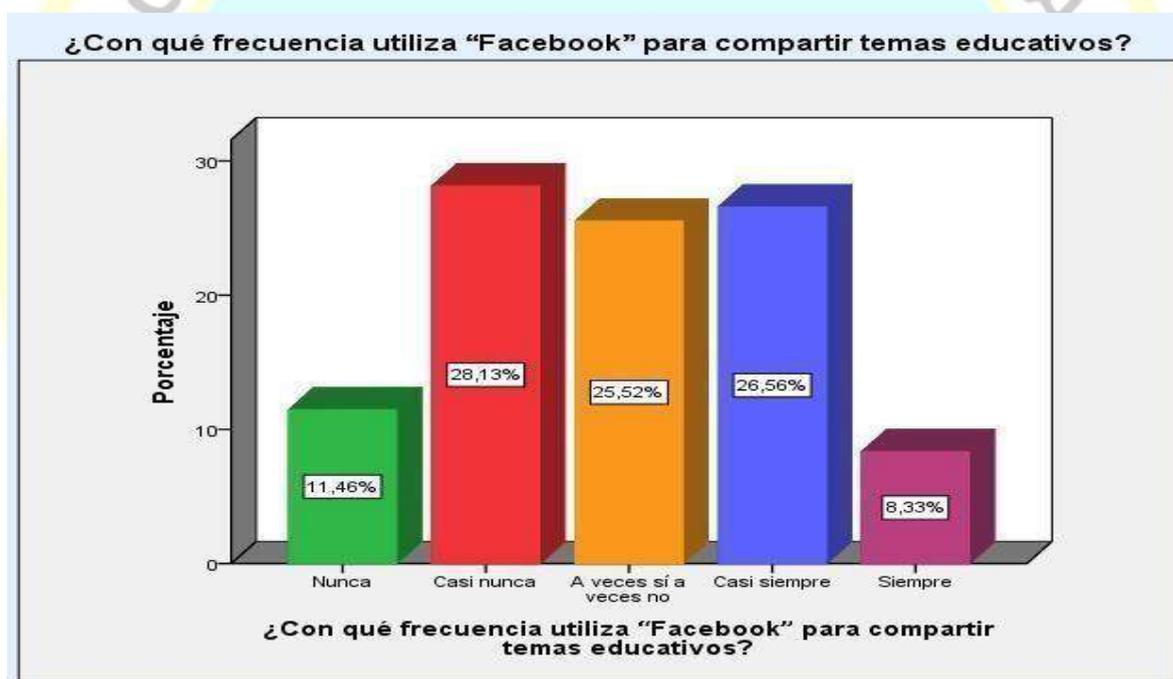


Figura 5. Uso de “Facebook” para compartir temas educativos

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 11.46% (44) señaló que nunca utiliza “Facebook” para compartir temas educativos, el 28.13% (108) indicó que casi nunca, el 25.52% (98) respondió que a veces si y a veces no, el 26.56% (102) casi siempre y el 8.33% (32) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada casi nunca utiliza “Facebook” para compartir temas educativos.

Tabla 06:

¿Cree que “Facebook” es una de las herramientas de comunicación más útiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	4	1,0	1,0	1,0
Casi nunca	76	19,8	19,8	20,8
A veces sí a veces no	95	24,7	24,7	45,6
Casi siempre	115	29,9	29,9	75,5
Siempre	94	24,5	24,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

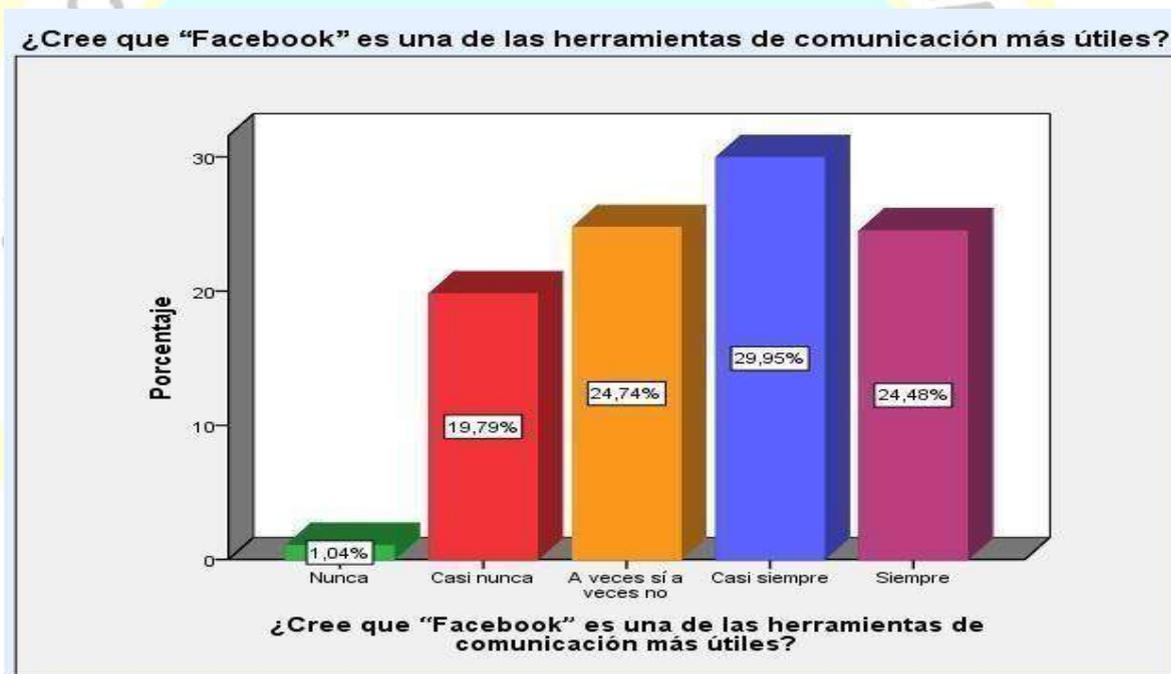


Figura 6. “Facebook” como herramienta de comunicación más útil

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 1.04% (4) señaló que nunca “Facebook” es una de las herramientas de comunicación más útiles, el 19.79% (76) indicó que casi nunca, el 24.74% (95) respondió que a veces si y a veces no, el 29.95% (115) casi siempre y el 24.48% (94) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada considera que casi siempre “Facebook” es una de las herramientas de comunicación más útiles.

Tabla 07:

¿Con qué frecuencia utiliza “Instagram” para comunicarse?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	47	12,2	12,2
	Casi nunca	61	15,9	28,1
	A veces sí a veces no	111	28,9	57,0
	Casi siempre	95	24,7	81,8
	Siempre	70	18,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

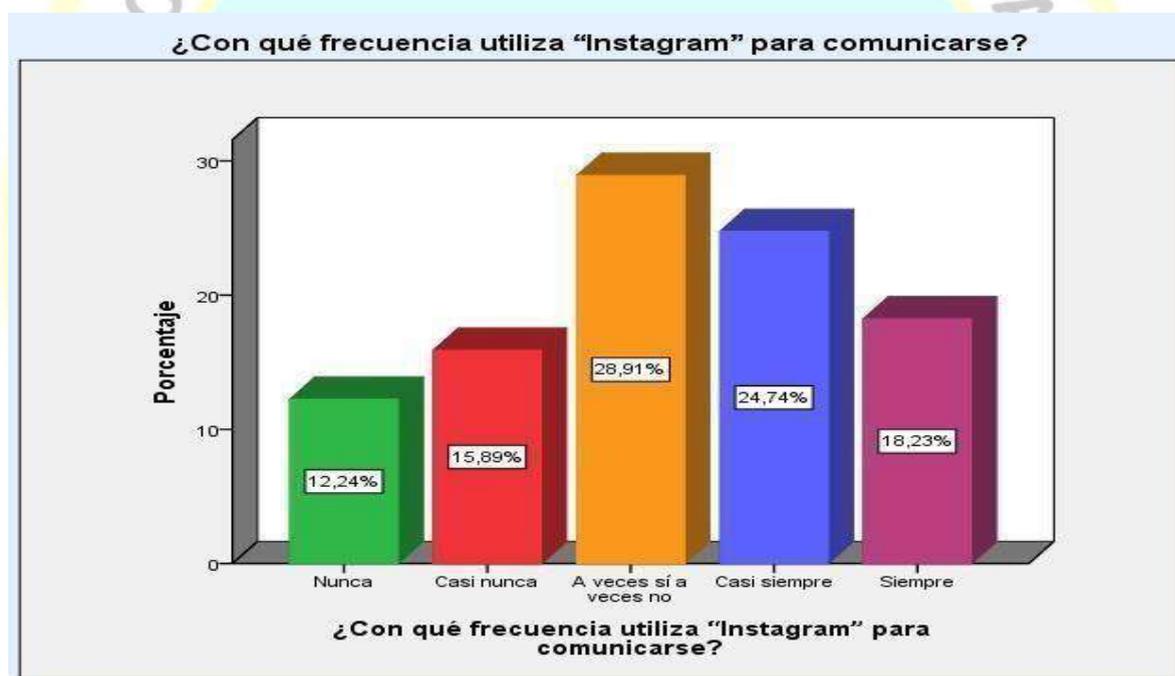


Figura 7. Frecuencia de uso en “Instagram” para comunicarse.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 12.24% (47) señaló que nunca utiliza “Instagram” para comunicarse, el 15.89% (61) indicó que casi nunca, el 28.91% (111) respondió que a veces si y a veces no, el 24.74% (95) casi siempre y el 18.23% (70) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada considera que a veces si a veces no utiliza “Instagram” para comunicarse.

Tabla 08:

¿Con qué frecuencia utiliza “Instagram” para compartir temas educativos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	81	21,1	21,1
	Casi nunca	67	17,4	38,5
	A veces sí a veces no	142	37,0	75,5
	Casi siempre	88	22,9	98,4
	Siempre	6	1,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

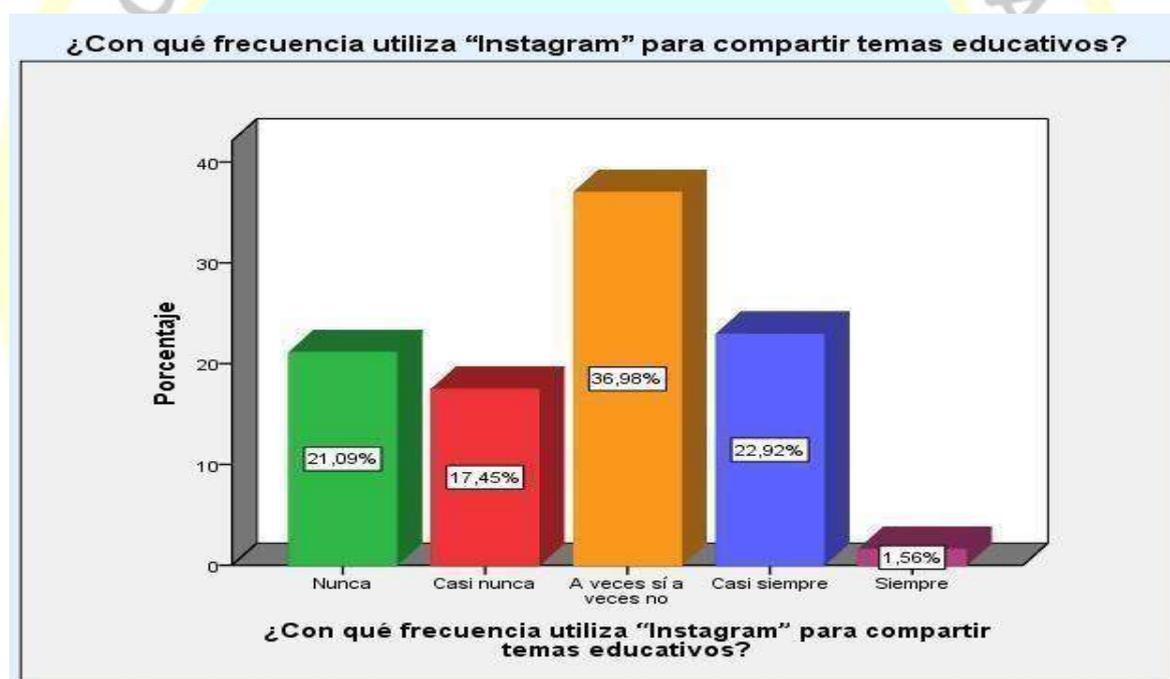


Figura 8. Frecuencia de uso en “Instagram” para compartir temas educativos.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 21.09% (81) señaló que nunca utiliza “Instagram” para compartir temas educativos, el 17.45% (67) indicó que casi nunca, el 36.98% (142) respondió que a veces si y a veces no, el 22.92% (88) casi siempre y el 1.56% (06) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada considera que a veces si a veces no utiliza “Instagram” para compartir temas educativos.

Tabla 09:

¿Cree que “Instagram” es una de las herramientas de comunicación más útiles?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	4,7	4,7	4,7
	Casi nunca	28	7,3	7,3	12,0
	A veces sí a veces no	149	38,8	38,8	50,8
	Casi siempre	94	24,5	24,5	75,3
	Siempre	95	24,7	24,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

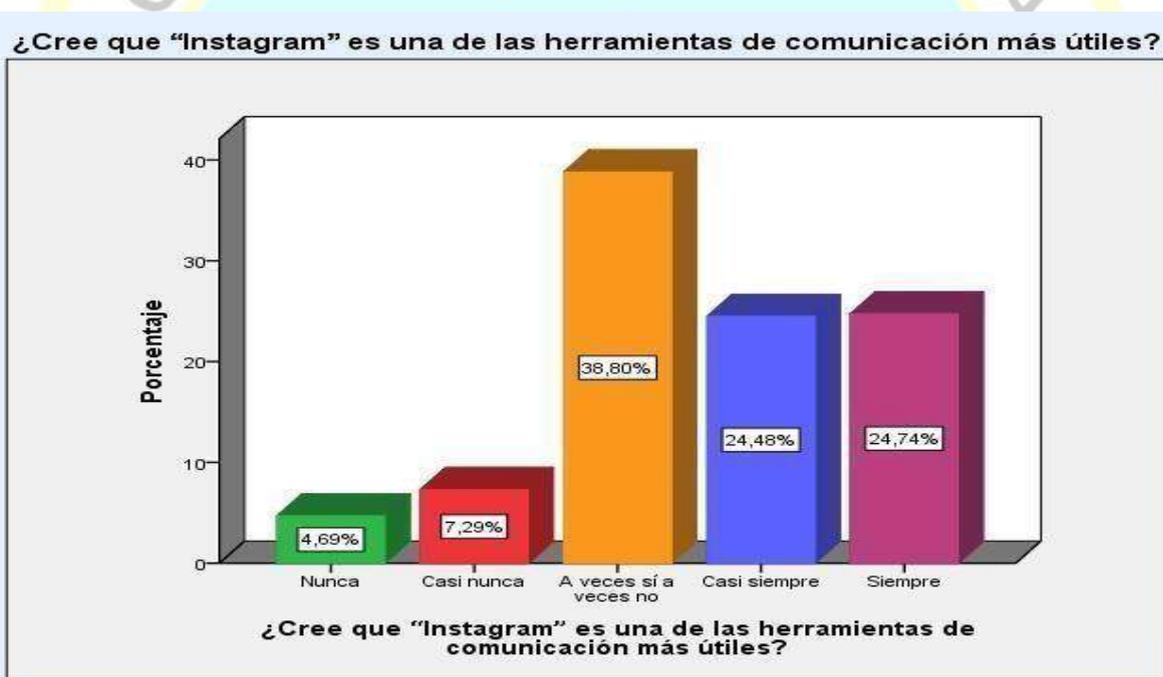


Figura 9. Frecuencia de uso en “Instagram” para compartir temas educativos.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 4.69% (18) consideran que nunca “Instagram” es una de las herramientas de comunicación más útiles, el 7.29% (28) indicó que casi nunca, el 38.80% (149) respondió que a veces si y a veces no, el 24.48% (94) casi siempre y el 24.74% (95) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada considera que a veces si a veces no “Instagram” es una de las herramientas de comunicación más útiles.

Tabla 10:

¿Con qué frecuencia utiliza “WhatsApp” para comunicarse?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	26	6,8	6,8	6,8
	Casi nunca	17	4,4	4,4	11,2
	A veces sí a veces no	21	5,5	5,5	16,7
	Casi siempre	72	18,8	18,8	35,4
	Siempre	248	64,6	64,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)



Figura 10. Frecuencia de uso en “WhatsApp” para comunicarse.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 6.77% (26) consideran que nunca utiliza “WhatsApp” para comunicarse, el 4.43% (17) indicó que casi nunca, el 5.47% (21) respondió que a veces si y a veces no, el 18.75% (72) casi siempre y el 64.58% (248) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada siempre utiliza “WhatsApp” para comunicarse.

Tabla 11:

¿Con qué frecuencia utiliza “WhatsApp” para compartir temas educativos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	33	8,6	8,6
	Casi nunca	35	9,1	17,7
	A veces sí a veces no	107	27,9	45,6
	Casi siempre	62	16,1	61,7
	Siempre	147	38,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)



Figura 11. Frecuencia de uso en “WhatsApp” para compartir temas educativos.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 8.59% (33) consideran que nunca utiliza “WhatsApp” para compartir temas educativos, el 9.11% (35) indicó que casi nunca, el 27.86% (107) respondió que a veces si y a veces no, el 16.15% (62) casi siempre y el 38.28% (147) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada siempre utiliza “WhatsApp” para compartir temas educativos.

Tabla 12:

¿Cree que “WhatsApp” es una de las herramientas de comunicación más útiles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	0,5	0,5	0,5
	Casi nunca	11	2,9	2,9	3,4
	A veces sí a veces no	69	18,0	18,0	21,4
	Casi siempre	84	21,9	21,9	43,2
	Siempre	218	56,8	56,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

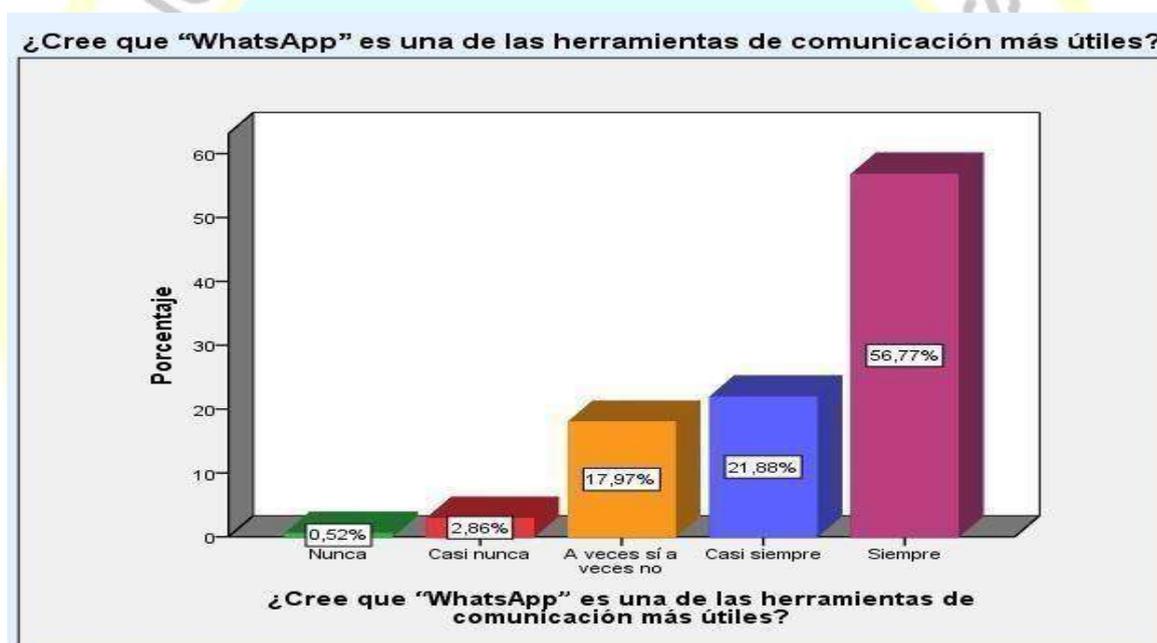


Figura 12. “WhatsApp” como herramienta de comunicación más útil.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 0.52% (02) consideran que nunca “WhatsApp” es una de las herramientas de comunicación más útiles, el 2.86% (11) indicó que casi nunca, el 17.97% (69) respondió que a veces si y a veces no, el 21.88% (84) casi siempre y el 56.77% (218) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que “WhatsApp” es una de las herramientas de comunicación más útiles.

Tabla 13:

¿Considera que las conferencias en línea son entretenidas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	33	8,6	8,6	8,6
Casi nunca	40	10,4	10,4	19,0
A veces sí a veces no	98	25,5	25,5	44,5
Casi siempre	174	45,3	45,3	89,8
Siempre	39	10,2	10,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)



Figura 13. Considera que las conferencias en línea son entretenidas.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 8.59% (33) consideran que nunca las conferencias en línea son entretenidas, el 10.42% (40) indicó que casi nunca, el 25.52% (98) respondió que a veces si y a veces no, el 45.31% (174) casi siempre y el 10.16% (39) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada casi siempre consideran que las conferencias en línea son entretenidas.

Tabla 14:

¿Con qué frecuencia hace uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	26	6,8	6,8	6,8
Casi nunca	37	9,6	9,6	16,4
A veces sí a veces no	103	26,8	26,8	43,2
Casi siempre	168	43,8	43,8	87,0
Siempre	50	13,0	13,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)



Figura 14. Uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 6.77% (26) consideran que nunca hace uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula, el 9.64% (37) indicó que casi nunca, el 26.82% (103) respondió que a veces si y a veces no, el 45.75% (168) casi siempre y el 13.02% (50) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada casi siempre consideran hacer uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula.

Tabla 15:

¿Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Zoom durante sus clases?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	61	15,9	15,9	15,9
	Casi nunca	106	27,6	27,6	43,5
	A veces sí a veces no	142	37,0	37,0	80,5
	Casi siempre	41	10,7	10,7	91,1
	Siempre	34	8,9	8,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2022)



Figura 15. Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Zoom durante sus clases.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 15.89% (61) consideran que nunca tiene dificultades al usar Zoom durante sus clases, el 27.60% (106) indicó que casi nunca, el 36.98% (142) respondió que a veces si y a veces no, el 10.68% (41) casi siempre y el 8.85% (34) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada consideran a veces si a veces no tener dificultades al usar Zoom durante sus clases.

Tabla 16:

¿Cree usted que Zoom es una herramienta adecuada para las clases virtuales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	29	7,6	7,6	7,6
	Casi nunca	25	6,5	6,5	14,1
	A veces sí a veces no	93	24,2	24,2	38,3
	Casi siempre	168	43,8	43,8	82,0
	Siempre	69	18,0	18,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

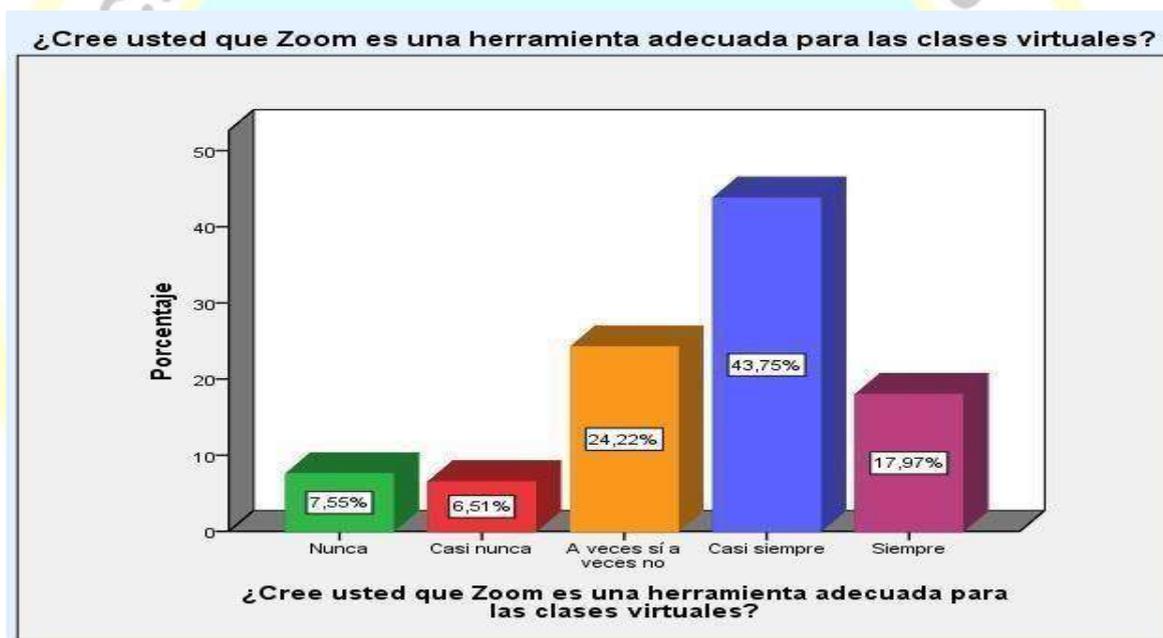


Figura 16. Zoom como herramienta adecuada para las clases virtuales.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 7.55% (29) consideran que nunca Zoom es una herramienta adecuada para las clases virtuales, el 6.51% (25) indicó que casi nunca, el 24.22% (93) respondió que a veces si y a veces no, el 43.75% (169) casi siempre y el 17.97% (69) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada consideran que casi siempre Zoom es una herramienta adecuada para las clases virtuales.

Tabla 17:

¿Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Google Meet durante sus clases?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	121	31,5	31,5
	Casi nunca	50	13,0	44,5
	A veces sí a veces no	89	23,2	67,7
	Casi siempre	58	15,1	82,8
	Siempre	66	17,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

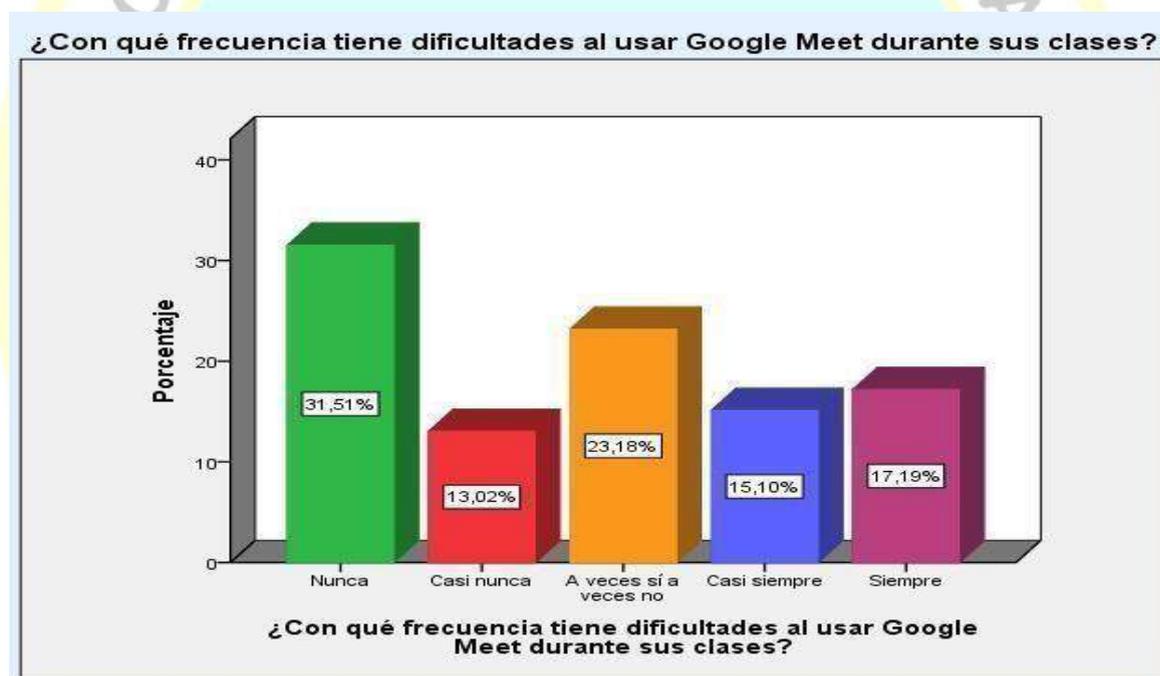


Figura 17. Dificultades en el uso Google Meet durante clases

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 31.51% (121) consideran que nunca tiene dificultades al usar Google Meet durante sus clases, el 13.02% (50) indicó que casi nunca, el 23.18% (89) respondió que a veces si y a veces no, el 15.10% (58) casi siempre y el 17.19% (66) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada consideran que nunca tiene dificultades al usar Google Meet durante sus clases.

Tabla 18:

¿Cree usted que Google Meet es una mejor herramienta que Zoom en la realización de clases virtuales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	27	7,0	7,0	7,0
	Casi nunca	24	6,3	6,3	13,3
	A veces sí a veces no	72	18,8	18,8	32,0
	Casi siempre	105	27,3	27,3	59,4
	Siempre	156	40,6	40,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

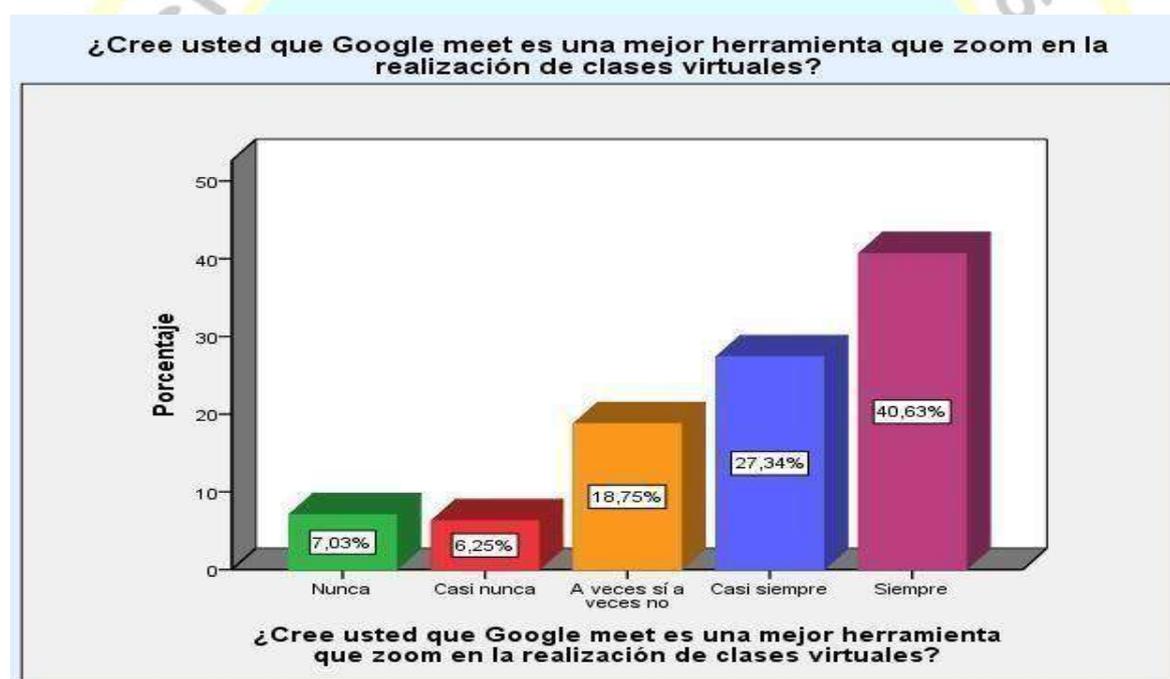


Figura 18. Google Meet vs. zoom en la realización de clases virtuales.

### INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 7.03% (27) consideran que nunca Google Meet es una mejor herramienta que zoom en la realización de clases virtuales, el 6.25% (24) indicó que casi nunca, el 18.75% (72) respondió que a veces si y a veces no, el 27.34% (105) casi siempre y el 40.63% (156) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada consideran que siempre Google Meet es una mejor herramienta que zoom en la realización de clases virtuales.

Tabla 19:

¿Alguna vez ha usado Skype?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	188	49,0	49,0	49,0
	Casi nunca	68	17,7	17,7	66,7
	A veces sí a veces no	96	25,0	25,0	91,7
	Casi siempre	9	2,3	2,3	94,0
	Siempre	23	6,0	6,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)



Figura 19. Alguna vez ha usado Skype.

**INTERPRETACIÓN:**

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 48.96% (188) consideran que nunca alguna vez ha usado Skype, el 17.71% (68) indicó que casi nunca, el 25% (96) respondió que a veces si y a veces no, el 2.34% (09) casi siempre y el 5.99% (23) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada consideran que nunca alguna vez ha usado Skype.

Tabla 20:

¿Con qué frecuencia utiliza Skype?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	161	41,9	41,9
	Casi nunca	158	41,1	83,1
	A veces sí a veces no	36	9,4	92,4
	Casi siempre	20	5,2	97,7
	Siempre	9	2,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)



Figura 20. Con qué frecuencia utiliza Skype

**INTERPRETACIÓN:**

Los resultados muestran que del 100% de la población estudiantil, el 41.93% (161) consideran que nunca usar con frecuencia Skype, el 41.15% (158) indicó que casi nunca, el 9.38% (36) respondió que a veces si y a veces no, el 5.21% (20) casi siempre y el 2.34% (09) aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada consideran que nunca usar con frecuencia Skype.

## 4.2 Contrastación de Hipótesis

Para contrastar la hipótesis planteada en nuestro proyecto de investigación de nivel descriptivo, se tomó en cuenta el resultado encontrado en la tabla 03:

¿Cree usted que las redes sociales tuvieron mayor impacto durante la pandemia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	,3	,3	,3
	A veces sí a veces no	58	15,1	15,1	15,4
	Casi siempre	74	19,3	19,3	34,6
	Siempre	251	65,4	65,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la escuela de Comunicaciones y Trabajo Social. (2021)

Según la hipótesis que determina que el uso de las herramientas de comunicación en los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia - Huacho 2021, es regular. De acuerdo con los resultados obtenidos endonde se plasma y resalta la importancia del buen uso académico que el estudiante debe ejecutar en sus plataformas virtuales, se puede **confirmar** la hipótesis planteada, donde los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión perciben de manera regular el uso de herramientas de comunicación.

Según la hipótesis específica 1 que determina que el uso de las Redes Sociales en los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia - Huacho 2021, es regular. De acuerdo con los resultados obtenidos, un estimado número de estudiantes encuestados afirman que las redes sociales son necesarias para el desarrollo de trabajos universitarios debido a que las mismas, tuvieron mayor impacto durante la pandemia. Por lo tanto, se puede **confirmar** la hipótesis 1, que los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión perciben de manera regular el uso de redes sociales.

Según la hipótesis específica 2 que determina que el uso de Conferencias en Línea en los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia - Huacho 2021, es regular. De acuerdo con los resultados obtenidos, la mayoría de población encuestada considera que es frecuente el uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula. Por lo tanto, se puede **confirmar** la hipótesis 2, que los estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión perciben de manera regular el uso de Conferencias en Línea.



## Capítulo V DISCUSIÓN

### 5.1 Discusión

El objetivo principal en esta tesis fue describir de qué manera se desarrolla el uso de las herramientas de comunicación en estudiantes de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021.

A partir de hallazgos encontrados y corroborando lo descrito en la realidad problemática, el uso de estas herramientas comunicativas en la educación es algo más que un simple cambio en el uso de los medios a través de los cuales se produce la interacción didáctica, esto fue mencionado por (Valverde, 2002) donde también sostiene que es necesario crear un nuevo paradigma para la educación electrónica si se quiere obtener el máximo rendimiento de este tipo de estrategias metodológicas. Es así como a través de los resultados estadísticos coincidimos en que no se le da el uso adecuado a todas las plataformas electrónicas, donde se encontrarán las conferencias en línea, dentro del cual destaca Skype por el poco uso que este obtiene, ya que habría sido reemplazado por Google Meet, cual sería una plataforma mayormente usada para clases virtuales.

Así también las redes sociales, pese a ser una plataforma amplia, la cual puede ser utilizada para diferentes situaciones y motivos, ha sido de fundamental importancia para la comunicación, ya que esta acorta distancias geográficas, a lo cual también (Mejía, 2017, p.27) mencionó que “La red social Facebook puede ser una herramienta clave para entender el comportamiento del consumidor, no solamente en temas digitales, sino en hábitos de compra, intereses y sentimientos”, dicho esto se confirma que la red social Facebook, abarca muchas cosas en el mundo virtual.

## Capítulo VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

#### Primera

Luego de haber realizado el trabajo de investigación sobre El uso de las Herramientas de Comunicación en los Estudiantes de la Universidad Nacional Sánchez Carrión Durante la Pandemia, Huacho 2021, con respecto al primer objetivo específico se demuestra que el 65.36% de la población encuestada aseguró que las redes sociales tuvieron un mayor impacto durante la pandemia; sin embargo, no todas las redes son empleadas con fines educativos, en el caso de Facebook, el 28.13% (108) indicó que casi nunca utiliza “Facebook” para compartir temas educativos. En esta nueva era educacional digital debemos tener en cuenta que el uso de herramientas comunicacionales es imprescindible para el estudiante y futuro profesional en donde debería de sacar provecho y tener conocimiento vasto sobre cómo emplear diversas plataformas sociales para su educación superior.

#### Segunda

Con respecto al segundo objetivo específico, conferencias en línea, los resultados arrojan que del 100% de la muestra estudiantil el 45.31% casi siempre y el 10.16% aseguró que siempre. Por ende, se concluye que la mayoría de la población estudiantil encuestada casi siempre consideran que las conferencias en línea son entretenidas, a su vez el 45.75% casi siempre consideran hacer uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula. En cambio, con respecto al uso de Skype el porcentaje fue diferente, se concluyó que un gran porcentaje de la población estudiantil encuestada consideran que nunca usar conferencia Skype.

## 6.2 Recomendaciones

### Primera

Es fundamental el uso de herramientas de comunicación, sobre todo durante clases, los alumnos universitarios, próximos a ser profesionales deben de conocer, manejar y entender las distintas herramientas de comunicación, las cuales les permitirán fluir de manera continua el desempeño de sus labores.

Hoy en día la tecnología es un arma de doble filo, tener acceso a ellas es fácil con solo tener a la mano un celular o un computador; sin embargo, saber manejarlas o hacer uso de ellas para nuestro conocimiento educacional conlleva mucha responsabilidad por parte del estudiante que es el reflejo y resultado de la buena educación brindada por el centro de educación superior que se interesa e involucra en el progreso y trayecto educacional de este. Recomendaría al centro educacional reforzar los cursos y/o capacitaciones virtuales gratuitas con temas de uso de plataformas, hacer llegar las invitaciones a los cursos mediante el correo institucional del estudiante, ya que como hacía mención los estudiantes ignoran el tema educacional con relación a Facebook principalmente, lo que conlleva a pensar que los estudiantes que participan de los foros y/o charlas gratuitos que brinda la universidad son escasos ya que el centro superior hace uso de difusión de sus actividades en primer lugar mediante la red social dicha con anterioridad.

### Segunda

Las conferencias en línea han ido creciendo con respecto a su uso, sin embargo, no les da uso a todas sus formas, y/o programas existentes, tal cual es caso de Skype, herramienta muy necesaria, pese a eso estaría siendo reemplazada por Google Meet, el cual desde un inicio se habría planteado para las clases virtuales, es así que se dejade lado una herramienta que tenía como propósito un uso mayormente profesional y de negocios, tal como Skype.

## REFERENCIAS

### 7.1 Fuentes documentales

- Cosme, C. (2017). La comunicación interpersonal y las estrategias de enseñanza de los docentes de educación secundaria del distrito de Llata, provincia de Huamalíes, región Huánuco, 2012. Huánuco – Tesis de Postgrado.
- Lima, Y. (2017). La comunicación interpersonal en los trabajadores de la Municipalidad distrital de Macarí 2015. Puno – Tesis de Pregrado.
- Lina, C. (2017). Desarrollo de la comunicación interpersonal a través de la pedagogía intercultural. Bogotá- Tesis de Pregrado.
- López, A. (2016). La Comunicación interpersonal directa y las plataformas de mensajería instantánea WhatsApp y Facebook. Guatemala – Tesis de Pregrado.
- Morales, H. y Leandro, J. (2019). La comunicación interpersonal entre padres e hijos del asentamiento Humano Tres de Mayo – Centinela, Huaura 2018.Huacho – Tesis de Pregrado
- Pedraza, J. (2010). Formas de Comunicación Interpersonal en una localidad con Migración Internacional. Baja California – Tesis de Postgrado.

### 7.2 Fuentes bibliográficas

- Amador, J. (2015). Comunicación y cultura conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación. México: Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- Baena, G. (2014). Metodología de la Investigación. México: Grupo Editorial Patria
- Coronado, J (1982). La comunicación interpersonal como modelo teórico de las comunicaciones humanas. Tlaquepaque, Jalisco: Editorial ITESO.
- Fajardo, A. (2009). A propósito de la comunicación verbal. Bogotá.
- Fonseca, M; Correa, A.; Pineda, M. Francisco, L. (2011). Comunicación Oral y Escrita. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.

- Guerrero, G. (2013). Expresión oral y escrita. Loja: Editorial Ediloja.
- González, E. (2016). Comunicación Interpersonal: Inicio, mantenimiento y desintegración de relaciones. Monterrey: Editorial digital tecnológico de Monterrey.
- Guardia, N. (2009). Lenguaje y comunicación. San Jose, Costa Rica: Editorial Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana, CECC/SICA
- Hernández, A. (2014). Expresión oral y escrita II. Matamoros, México.
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación. México: Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Pont, T. (2008). La comunicación no verbal. Barcelona, España: Editorial UOC. Rodríguez, E. (2003). Metodología de la Investigación. México: Editorial Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Santos, D. (2012). Fundamentos de la Comunicación. México: Editorial Red Tercer Milenio S.C.
- Toro, I.; Parra, R. (2006). Método y Conocimiento – Metodología de la Investigación. Colombia: Fondo Editorial Universidad EART.
- Zayas, Pedro (2011). Comunicación Interpersonal. España: Editorial Academia Española.

### 7.3 Fuentes hemerográficas

- Camino de éxito (2018). Habilidades comunicativas: cinco aspectos para mejorar las habilidades comunicativas. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=xK0P6CGWV58>
- Grupo Dircom (2020). ¿Qué es la Comunicación interpersonal? Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=TGCSdfEyuWU&t=794s>
- Instituto de Cálculo de Secretaria (2020). Comunicación interpersonal en tiempos de pandemia. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=a5Ug-a2FkDc&t=896s>
- Islas de Edición (2017). Comunicación Interpersonal. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=e6ONXIQzMKI&t=3s>
- Verso Producciones (2016). Comunicación Intrapersonal e Interpersonal – Proceso de la Comunicación. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ZHQyBcrdbv4>

## 7.4 Fuentes electrónicas

- Fonseca, S. (2005). Comunicación Oral: fundamentos y practica estratégica. Recuperado de:  
<https://books.google.com.pe/books?id=KZAASf370B8C&printsec=frontcover&dq=comunicacion+verbal+y+no+verbal&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi04YDXz8HsAhWWILkGHYgHAscQ6AEwCHoECAgQAg#v=onepage&q=comunicacion%20verbal%20y%20no%20verbal&f=false>
- Hernández, M. (2016). El impacto de la comunicación interpersonal. Recuperado de:  
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/07/22/el-impacto-de-lacomunicacion-interpersonal/>
- Instituto Nacional del Cáncer –USA (2020). Covid-19. Recuperado de:  
<https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario/def/covid-19>
- León, A. L. (2005). Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional. México: Editorial Limusa, S.A. Recuperado de:  
[http://books.google.com.ec/books?id=2yXjdKrQh4C&printsec=frontcover&dq=Estrategias+para+el+desarrollo+de+la+comunicación+profesional+mejia&hl=es&sa=X&ei=kuZ\\_Ur36HrLG4APbwoAg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=Estrategias%20para%20el%20desarrollo%20de%20la%20comunicación%20profesional%20mejia&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=2yXjdKrQh4C&printsec=frontcover&dq=Estrategias+para+el+desarrollo+de+la+comunicación+profesional+mejia&hl=es&sa=X&ei=kuZ_Ur36HrLG4APbwoAg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=Estrategias%20para%20el%20desarrollo%20de%20la%20comunicación%20profesional%20mejia&f=false)
- Martínez, A. (2012) Mejora tu comunicación Interpersonal. Recuperado de:  
<http://www.antonimartinezpsicologo.com/mejorar-micomunicacioninterpersonal>
- Poyatos, F. (1994). La comunicación no verbal: Cultura, lenguaje y conversación. Recuperado de:  
[https://books.google.com.pe/books?id=t\\_dlBNQ63A0C&pg=PA139&dq=comunicacion++kinesia&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjorIeX48TsAhX7ILkGHWIhBB8Q6AEwAXoECAMQAg#v=onepage&q=comunicacion%20%20kinesia&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=t_dlBNQ63A0C&pg=PA139&dq=comunicacion++kinesia&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjorIeX48TsAhX7ILkGHWIhBB8Q6AEwAXoECAMQAg#v=onepage&q=comunicacion%20%20kinesia&f=false)
- Real Academia Española. (2019). Pandemia. Recuperado de:  
<https://dle.rae.es/pandemia>
- Rulicki, S. y Chern, M. (2007). Comunicación no verbal. Recuperado de:  
[https://books.google.com.pe/books?id=TW1fAAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Rulicki,+S.+kinesica&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjwyfb\\_3sTsAhUoHbkGHV0hCKEQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=TW1fAAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Rulicki,+S.+kinesica&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjwyfb_3sTsAhUoHbkGHV0hCKEQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q&f=false)

Sedano, M.; Bolivar, A. y Shiro, M. (2006). Haciendo Lingüística homenaje a Paola

Bentivoglio.

Recuperado

de:

[https://books.google.com.pe/books?id=noQj8gCy1uoC&pg=PA685&dq=lenguaje+escrito&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiB5\\_uM7MHsAhVIHrkGHUrNAHs4PBDoATAADegQIAxAC#v=onepage&q=lenguaje%20escrito&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=noQj8gCy1uoC&pg=PA685&dq=lenguaje+escrito&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiB5_uM7MHsAhVIHrkGHUrNAHs4PBDoATAADegQIAxAC#v=onepage&q=lenguaje%20escrito&f=false)



## ANEXOS

### 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>Uso De Herramientas De Comunicación En Los Estudiantes De La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Durante La Pandemia, Huacho 2021</b>					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA GENERAL.</b> ¿Cómo es el uso de las herramientas de comunicación en los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia, Huacho 2021?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECÍFICO.</b> ¿Cuáles son las redes sociales que utilizan los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021?</p> <p>¿Cuáles son las conferencias en línea que utilizan los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL.</b> Determinar las herramientas de comunicación en los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021</p> <p><b>OBJETIVO ESPECÍFICO.</b> Determinar cuáles son las redes sociales que utilizan los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021.</p> <p>Determinar cuáles son las conferencias en línea que utilizan los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho, 2021</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL.</b> El uso de las herramientas de comunicación en los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho 2021, Es regular.</p> <p><b>H. ESPECÍFICA.</b> El uso de las redes sociales en los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho 2021, es regular.</p> <p>El uso de las conferencias en línea en los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia Huacho 2021, es regular.</p>	<p>Herramientas de Comunicación</p>	<p>Redes Sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook.</li> <li>- Instagram.</li> <li>- WhatsApp.</li> </ul> <p>Conferencias en Línea</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zoom.</li> <li>- Google Meet.</li> <li>- Skype.</li> </ul>	<p>Tipo de investigación: Básica.</p> <p>Nivel de investigación: Descriptiva.</p> <p>Diseño: No experimental y Transversal</p> <p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Población: Finita.</p> <p>Estudiantes de las escuelas de Comunicaciones y Trabajo Social de la UNJFSC.</p> <p>Muestra: 400 estudiantes.</p> <p>Instrumento: Cuestionario tipo Lickert</p> <p>Técnica para el procesamiento de la información: Programa SPSS</p>

## 02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN



### ENCUESTA SOBRE “USO DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN DURANTE LA PANDEMIA, HUACHO 2021”

ESTIMADO COLABORADOR:

La presente Encuesta tiene por objetivo recopilar información sobre la percepción que tienen los estudiantes de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión durante la pandemia con respecto al uso de herramientas de comunicación.

SEXO: Masculino                      Femenino

RECOMENDACIÓN:

Lea los enunciados detenidamente y marque con una equis (X) en casillero por pregunta

Cada número equivale a:

1= Nunca

2= Casi Nunca

3 = A Veces sí a Veces no

4 = Casi Siempre

5 = Siempre

#### I.1. REDES SOCIALES

N°		1	2	3	4	5
01	¿Con qué frecuencia utiliza aplicaciones de redes sociales?					
02	¿Con qué frecuencia hace uso de las redes sociales para la obtención de información referida a su carrera?					
03	¿Cree usted que las redes sociales tuvieron mayor impacto durante la pandemia?					
04	¿Con qué frecuencia utiliza “Facebook” para comunicarse?					
05	¿Con qué frecuencia utiliza “Facebook” para compartir temas educativos?					
06	¿Cree que “Facebook” es una de las herramientas de comunicación más útiles?					
07	¿Con qué frecuencia utiliza “Instagram” para comunicarse?					
08	¿Con qué frecuencia utiliza “Instagram” para compartir temas educativos?					
09	¿Cree que “Instagram” es una de las herramientas de comunicación más útiles?					
10	¿Con qué frecuencia utiliza “WhatsApp” para comunicarse?					
11	¿Con qué frecuencia utiliza “WhatsApp” para compartir temas educativos?					
12	¿Cree que “WhatsApp” es una de las herramientas de comunicación más útiles?					

#### I.2. CONFERENCIAS EN LÍNEA

13	¿Considera que las conferencias en línea son entretenidas?					
14	¿Con qué frecuencia hace uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula?					
15	¿Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Zoom durante sus clases?					
16	¿Cree usted que Zoom es una herramienta adecuada para las clases virtuales?					
17	¿Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Google Meet durante sus clases?					
18	¿Cree usted que Google Meet es una mejor herramienta que zoom en la realización de clases virtuales?					
19	¿Alguna vez ha usado Skype?					
20	¿Con qué frecuencia utiliza Skype?					

### 03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO

6 noviembre queda.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 21 de 21 variables

	GENERO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	I
1	1	3	3	4	2	3	2	2	4	4	2	2	4	4	3	
2	2	5	3	5	4	2	5	5	3	5	5	4	5	3	3	
3	1	5	4	5	4	1	5	5	4	5	5	1	5	4	2	
4	1	5	4	3	4	4	4	1	3	5	5	5	5	4	4	
5	1	5	3	5	1	1	1	4	4	5	5	3	5	2	2	
6	1	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	
7	2	4	4	5	2	2	3	5	3	5	5	3	5	4	4	
8	1	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	2	3	
9	1	5	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	
10	1	5	5	5	3	2	5	4	4	5	5	3	5	5	5	
11	2	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	
12	1	4	3	5	2	2	3	3	4	3	5	3	3	3	4	
13	2	4	3	4	3	4	2	3	4	2	5	4	4	3	4	
14	2	4	3	5	5	4	4	1	2	1	5	3	1	4	3	
15	1	4	5	5	3	3	4	2	4	4	5	2	5	5	3	
16	1	5	4	5	2	2	2	3	4	4	5	3	4	2	4	
17	2	5	5	5	3	3	4	5	2	3	5	5	5	4	4	
18	2	4	3	5	3	3	5	1	2	3	5	4	5	4	1	
19	1	5	5	5	3	3	3	3	2	3	4	3	5	4	4	
20	1	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	
21	2	5	3	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	
22	1	5	3	5	3	3	2	3	3	2	5	3	4	3	3	
23	1	5	4	5	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	

Vista de datos Vista de variables

6 noviembre queda.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	hora	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	0		Sexo	{1, Masculin...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	0		¿Con qué frecuencia utiliza aplicaciones de redes sociales?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	0		¿Con qué frecuencia hace uso de las redes sociales para la obtención de información referida a su carrera?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	0		¿Cree usted que las redes sociales tuvieron mayor impacto durante la pandemia?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	0		¿Con qué frecuencia utiliza "Facebook" para comunicarse?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	0		¿Con qué frecuencia utiliza "Facebook" para compartir temas educativos?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	0		¿Cree que "Facebook" es una de las herramientas de comunicación más útiles?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	0		¿Con qué frecuencia utiliza "Instagram" para comunicarse?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	0		¿Con qué frecuencia utiliza "Instagram" para compartir temas educativos?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	0		¿Cree que "Instagram" es una de las herramientas de comunicación más útiles?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	0		¿Con qué frecuencia utiliza "WhatsApp" para comunicarse?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	0		¿Con qué frecuencia utilizo "WhatsApp" para compartir temas educativos?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	0		¿Cree que "WhatsApp" es una de las herramientas de comunicación más útiles?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	0		¿Considera que las conferencias en línea son entretenidas?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	0		¿Con qué frecuencia hace uso de las conferencias en línea con sus compañeros de aula?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	0		¿Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Zoom durante sus clases?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	0		¿Cree usted que Zoom es una herramienta adecuada para las clases virtuales?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	0		¿Con qué frecuencia tiene dificultades al usar Google Meet durante sus clases?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	0		¿Cree usted que Google meet es una mejor herramienta que zoom en la realización de clases virtuales?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	0		¿Alguna vez ha usado Skype?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	0		¿Con qué frecuencia utiliza Skype?	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22									
23									
24									

Vista de datos Vista de variables

