



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Sociología

Uso de las redes sociales virtuales y comportamiento social de los estudiantes de la escuela profesional de sociología. UNJFSC, Huacho. 2019

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Sociología

Autora

Miryam Ayline Flores Patricio

Asesor

Dr. Walter Stalin Gil Quevedo



Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciente lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

Resolución de Consejo Directivo N° 12-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020

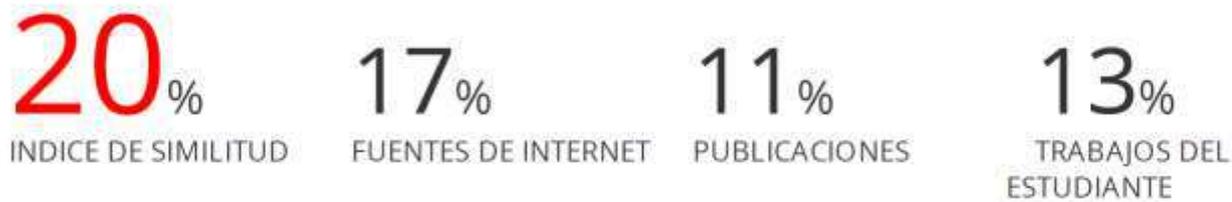
Facultad de Ciencias Sociales Escuela Profesional de Sociología

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
APELLIDOS y NOMBRES	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Flores Patricio, Miryam Aylene	72882931	06/07/2023
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. Gil Quevedo, Walter Stalin	32384169	0000-0003-4219-6892
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
APELLIDOS y NOMBRES	DNI	CODIGO ORCID
M(a). Moreno Rivera, Norma Adela	06218725	0000-0001-8886-7693
Dr. Cornelio Vicuña, Moises Luis	15613382	0000-0003-3039-2968
Lic. Maya Silva, Francisco Rodrigo	15619198	0000-0002-8374-1263

USO DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES Y COMPORTAMIENTO SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA, HUACHO. 2018

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	1%
2	repositorio.uns.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	blog.hootsuite.com Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	1%
5	core.ac.uk Fuente de Internet	1%
6	red.uao.edu.co Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	1%
8	www.repositorio.unu.edu.pe	

Titulo

**Uso de las redes sociales virtuales y comportamiento social de
los estudiantes de la escuela profesional de sociología.
UNJFSC, Huacho. 2019**

Dr. Gil Quevedo, Walter Stalin

ASESOR

M(a). Moreno Rivera, Norma Adela

PRESIDENTE

Dr. Cornelio Vicuña, Moises Luis

SECRETARIO

Lic. Maya Silva, Francisco Rodrigo

VOCAL

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y mi fuerza en todo momento. A mis padres, por su amor incondicional y apoyo constante en la realización de mis estudios. Al Dr. Walter Stalin Gil Quvedo, por su dedicación y compromiso en la supervisión y asesoramiento de trabajo de investigación.

Miryam Ayline Flores Patricio



AGRADECIMIENTO

A mis profesores de la escuela profesional de Sociología, que impartieron sus conocimientos y que ahora lo practicamos día a día en nuestra vida cotidiana como en nuestro centro laboral.

Miryam Ayline Flores Patricio



ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
INTRODUCCIÓN	12
Capítulo I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1 Descripción de la realidad problemática	14
1.2 Formulación del problema	15
1.2.1 Problema general.....	15
1.2.2 Problemas específicos	15
1.3 Objetivos de la investigación	15
1.3.1 Objetivo general	15
1.3.2 Objetivos específicos	15
1.4 Justificación de la investigación.....	16
1.5 Delimitaciones del estudio	16
1.6 Viabilidad del estudio	17
Capítulo II: MARCO TEÓRICO.....	18
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	29
2.5 Hipótesis de investigación	30
2.5.1 Hipótesis general.....	30
2.5.2 Hipótesis específicas	31

2.6 Operacionalización de las variables	32
Capítulo III: METODOLOGÍA	33
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	36
Capítulo IV: RESULTADOS.....	37
4.1 Análisis de resultados.....	37
4.2 Contratación de hipótesis	37
Contratación de la Primera Hipótesis Específica.....	39
Contratación de la Segunda Hipótesis Específica.....	41
Contratación de la Tercera Hipótesis Específica	43
Capítulo V: DISCUSIÓN	46
5.1 Discusión	46
Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones	47
6.1 Conclusiones	47
6.2 Recomendaciones.....	48
REFERENCIAS.....	49
7.1 Fuentes documentales	49
7.2 Fuentes bibliográficas	49
Bibliografía	49

	viii
7.3 Fuentes hemerográficas.....	52
7.4 Fuentes electrónicas	52
ANEXOS.....	53
01 MATRIZ DE CONSISTENCIA	53
02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS	54



ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Usuarios de redes sociales según generaciones (2018).....	26
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Actividad en redes sociales por estados de ánimo	38
Tabla 2 Pruebas basadas en Chi Cuadrado	38
Tabla 3 Actividad en Redes sociales por estados de ánimo.....	40
Tabla 4 Pruebas basadas en Chi cuadrado	41
Tabla 5 Actividad en Redes sociales por estados de ánimo.....	42
Tabla 6 Pruebas basadas en Chi cuadrado	43
Tabla 7 Actividad en Redes sociales por estados de ánimo.....	44
Tabla 8 Pruebas basadas en Chi cuadrado	45

Resumen

Objetivo: El presente estudio ha tenido como objetivo principal el uso de las redes sociales y el comportamiento social de los estudiantes de la escuela profesional de sociología, UNJFSC, Huacho, 2018. **Métodos:** El diseño de la investigación es no experimental permitiendo analizar el nivel o modalidad de unas diversas variables en momento dato esto quiere decir que según el diseño apropiado es transversal o transeccional, a la vez su alcance inicial o final sea de manera exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 187). **Población:** ha estado constituida por 192 estudiantes pertenecientes a la escuela profesional de sociología, pertenecientes al semestre 2018-I, UNJFSC. **Muestra:** Según la formula finitas se ha podido obtener como resultado a 128.2 personas siendo una equivalencia a 128 estudiantes. **Resultados:** queda demostrada la existencia de una asociación solo a nivel de hipótesis general $p= 0,016 < (\alpha=0,05)$, y la tercera hipótesis específica variable $p=0,00, < (\alpha=0,05)$ **Conclusión:** Se pudo concluir el uso de las redes sociales virtuales está asociada con el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018. Se demuestra la existencia de relación entre las variables $0,00, < (\alpha=0,05)$

Palabras clave: Redes sociales, comportamiento social, conducta social

Abstract

Objective: The main objective of this study has been to analyze the use of social networks and the social behavior of students from the professional sociology school, UNJFSC, Huacho, 2018. **Methods:** The research design is non-experimental, allowing for the analysis of the level or modality of several variables at a given moment. This means that, according to the appropriate design, it is transversal or cross-sectional, and its initial or final scope is exploratory, descriptive, correlational or explanatory (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 187). **Population** consisted of 192 students belonging to the professional sociology school, enrolled in the 2018-I semester at UNJFSC. **Sample:** Using the finite formula, a result of 128.2 people was obtained, which is equivalent to 128 students. **Results:** The existence of an association is demonstrated only at the level of the general hypothesis $p=0.016 < \alpha=0.05$), and the third specific variable hypothesis $p=0.00, < (\alpha=0.05)$. **Conclusion:** It was concluded that the use of virtual social networks is associated with the behavior of students in the formative aspect of the professional sociology school, UNJFSC, Huacho, 2018. The existence of a relationship between the variables is demonstrated as $0.00, < \alpha=0.05$). However, due to high usage, Open AI is not able to give the result.

Keywords: Social networks, social behavior, social behavior

INTRODUCCIÓN

Cuando se dio inicio al internet en los años 1960 aproximadamente se tenía como idea el poder tener un conjunto de computadores conectados en red, permitiendo así la comunicación con varios usuarios, pero siendo de uso militar, ya en los años 1983 se dio inicio del uso del internet en hogares u oficinas creándose la nueva red mundial de computadores con la llegada de la www o protocolos de internet.

Al pasar de los años Tim O`Reilly inventó lo que hoy día conocemos la Web 2.0, entre los años 2004 y 2005, diferenciando las webs denominadas estáticas (web 1.0) y dinámicas (Que gozan base de datos). La web 2.0 ha permitido que los usuarios podamos interactuar y poder tener una colaboración constante con otros usuarios, siendo entre las redes sociales más comunes el Facebook, Twitter, Instagram o WhatsApp, diferenciándose de las páginas web con contenido estático que sólo se limitan en brindar información más no interactuar con ellas.

Con respecto a las redes sociales en estos últimos años se ha visto su uso en un mayor auge en adolescentes y jóvenes aprovechando su fácil acceso e interacción, la colaboración e intercambio de cooperación con otras personas, ha hecho que sea en gran parte adictivo, podemos ver a las personas que están más inmerso con este tipo de redes, influenciando mucho en su comportamiento social, familiar, estudio y otros, no teniendo control en el poder acceder a la información a nivel mundial.

En este trabajo desglosamos nuestra investigación en varios capítulos permitiendo mostrar al final resultados con el problema planteado a desarrollar.

En el capítulo I de nuestra investigación, podemos evidenciar preguntas que permitirán el desarrollo de nuestro trabajo siendo éstas a través de un problema general y específicos, también hemos planteado los objetivos, justificación y la viabilidad de la investigación.

Con respecto al capítulo II, citamos investigaciones internacionales y nacionales, como el desarrollo del marco teórico donde damos a conocer los conceptos y teorías fundamentales con el estudio planteado, así como las hipótesis y el cuadro de operacionalización de variables que son utilizadas para mostrar los resultados obtenidos.

En nuestro capítulo III, mencionamos la metodología que utilizó, esto implica el tipo, diseño, nivel de investigación así mismo como la población, muestra; no obstante, es describir las técnicas para la recolección y procesamiento de los datos.

Para el capítulo IV, estamos presentando los resultados a través de la contrastación de hipótesis de nuestro trabajo.

En el capítulo V, hacemos hincapié a la discusión que ha tenido el propósito de precisar la relación entre las variables de estudio.

Con respecto al capítulo VI, brindamos conclusiones acertadas y futuras recomendaciones para que sean tomadas en otros estudios de investigación.

Al finalizar podemos en evidencia nuestras fuentes de información, así como los instrumentos que se han empleado para brindar los resultados respondiendo a las interrogantes planteados.



Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Cuando empezamos a interactuar con el internet, hemos ido usando distintos tipos de plataformas, desde el inicio de la Web 1.0, que sólo permitía verificar información a través de una página web estática, pasando por la Web 2.0 que viene ser la evolución de las redes sociales hasta pasar por plataformas y/o herramientas que te brindan ayuda para ir a ciertos lugares o destinos.

La evolución del internet ha sido bastante impactante, cada vez vemos más programas que permiten interactuar de manera más cómoda la interacción entre personas, anteriormente por ejemplo teníamos redes sociales como el Hi5 que era un tipo de plataforma social que permitía de manera divertida la publicación de estados de la persona, así mismo podíamos ver el programa Messenger de la plataforma Hotmail, que era un chat que permitía tener una conversación sincrónica con nuestros contactos, sin embargo al pasar los años hemos visto la evolución de las plataforma virtuales.

Hoy en día las redes sociales se han vuelto muy usadas por los niños, jóvenes, adultos en distintas fases de su vida de cada persona como es el estudio, el trabajo, el ocio entre otros beneficios que nos ha permitido la interacción con estas plataformas.

Sin embargo, el excesivo uso de las redes sociales se ve perjudicial a la persona cuanto aparece el conflicto o disonancia cognitiva, esto quiere decir que cuando dejamos de lado las relaciones con nuestros seres queridos o con las personas que nos rodean y ser reemplazadas por un programa; tomando como ejemplo la plataforma Facebook, ¿cuántas veces hemos visto publicaciones con contenido de comida? donde las personas publican el lugar o que es lo que están ingiriendo, dando la percepción del sentirse bien con uno mismo.

Del mismo modo ¿Cuántas veces hemos visto publicación de los estados de ánimo de la persona?, es muy cotidiano cuando las personas tienen cierto tipo de estado de ánimo bajo, ya que reaccionan a través de un emoticon, las personas están esperando ver qué persona reacciona de manera positiva con un “Like” o una reacción de “enojo”, para este tipo de personas la reacción en la red social es muy importante, ya que permite que otras personas se enteren y quieren que tengan un cierto sentimiento con lo que publican los usuarios.

Ante esta problemática nos hemos visto investigar: ¿Cómo se relacionan el uso de las redes y el comportamiento social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho 2018?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se relacionan el uso de las redes sociales y el comportamiento social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo se relacionan el uso de las redes sociales y el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018?

¿Cómo se relacionan el uso de las redes sociales y el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018?

¿Cómo se relacionan el uso de las redes sociales y el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre el uso de las redes sociales y el comportamiento social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Explicar la relación entre el uso de las redes sociales y el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018.

Establecer la relación entre el uso de las redes sociales y el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de las Escuelas Profesional de Sociologías, UNJFSC, Huacho, 2018.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se justifica porque existen una amplia gama de redes sociales que permiten interactuar de múltiples maneras con los cibernautas, esto ha permitido clasificar las que tienen mayor impacto en los jóvenes de la Escuela Profesional de Sociología, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Justificación práctica

La presente investigación se justifica por que presenta distintas herramientas de la web 2.0, para ser utilizados teniendo un glosario que permite cuál de ellas son las que más se relacionan con el propósito del estudio.

Justificación metodológica

La investigación se justifica, porque propone utilizar las redes sociales de una manera adecuada para el uso del estudio o trabajo de los jóvenes estudiantes, en vez de ser utilizadas para el ocio, este estudio permite brindar un impacto positivo que motive al joven estudiante en utilizar las redes sociales para un bien común, sin el perjuicio de un tercero.

1.5 Delimitaciones del estudio

El presente estudio de investigación se delimita por el impacto de las redes sociales en la sociedad, su influencia en las comunicaciones y demás aspectos. En la investigación podemos mencionar que otra delimitación es el avance de las herramientas digitales, ya que en cada momento aparecen nuevas herramientas es una constante evolución que existe en la internet.

1.6 Viabilidad del estudio

La investigación es viable porque existen plataformas con importante información sobre las interacciones humanas y las relaciones sociales que hay, además son herramientas útiles para la investigación como la educación, psicología, sociología, comunicación entre otras. Los datos que se han recopilado pueden brindar información sobre cómo las personas están interactuando entre sí, como ellos pueden comunicarse y como se relacionan.

La investigación está siendo esta autofinanciado por él investigador, tomando criterios de relevancia como es el asesoramiento constante del asesor designado por la facultad.



Capítulo II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

González y otros (2017) en su investigación denominada *Las redes sociales como factor de decisión Millennials frente a la generación X*. nos menciona:

El avance en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha transformado la forma en que las personas toman decisiones de compra. Hoy en día, se habla mucho de los Millennials y la Generación X, ya que ambos grupos generacionales representan una gran parte del mercado de consumo en la mayoría de las sociedades. Diversos estudios y publicaciones abordan este tema desde perspectivas sociales, de marketing, empresariales y culturales. Un estudio reciente con enfoque descriptivo y transversal examinó las diferencias en las preferencias de estos grupos al elegir lugares de interacción social, como restaurantes. Los resultados revelaron que las generaciones eligen restaurantes por diferentes motivos: una generación se basa en comentarios en redes sociales, mientras que la otra opta por la publicidad de boca en boca. Esto muestra cómo cada generación utiliza las redes sociales de manera distinta y cómo estas plataformas influyen en sus comportamientos sociales, comerciales y de consumo. (González Loyola y otros, 2017, págs. 3-24)

Gorbea y otros (2018) en su investigación denominada *Identificación de patrones de comportamiento informativo en los textos mediante el análisis de redes sociales*, mencionan:

En este estudio se muestran los resultados obtenidos en una investigación cuyo objetivo principal es identificar patrones relevantes en la información contenida en la documentación utilizada para evaluar el ambiente organizacional de 13 empresas mexicanas incluidas en el ranking de Súper Empresas, elaborado por la consultora Top

Companies. Mediante el análisis cuantitativo de seis variables e indicadores, así como el Análisis de Redes Sociales, se generan mapas que muestran las relaciones entre las empresas y los atributos de las variables seleccionadas. Gracias a la metodología y las fuentes utilizadas, se revelan patrones de comportamiento informativo en la documentación analizada, proporcionando nuevos conocimientos útiles para la toma de decisiones en la evaluación y elaboración de rankings empresariales realizados por consultoras especializadas en esta temática. (Gorbea Portal & Batista Paneque, 2018, págs. 7-31)

Aldeanueva y otros (2018) en su investigación titulada *La comunicación y medición de la Responsabilidad Social Universitaria: Redes sociales y propuesta de indicadores*, indican:

Esta investigación analiza el comportamiento de 50 variables relacionadas con la responsabilidad social corporativa en la comunicación de todas las universidades españolas. Para ello se analizan más de 250000 tuits emitidos por las cuentas de Twitter de dichas universidades, tanto públicas como privadas, y se aplican diversos algoritmos para medir la frecuencia de conceptos propios del universo semántico de la responsabilidad social corporativa. Los resultados revelan una desigual presencia de estos términos en la comunicación exterior de las universidades y una media llamativamente reducida, lo que hace concluir que dichos conceptos no forman parte de la comunicación exterior de las universidades. A partir de ello, se plantean futuras líneas de investigación y se propone un inédito sistema de indicadores de responsabilidad social universitaria. (Aldeanueva Fernández & Arrabal Sánchez, 2018, págs. 121-136)

Alejandro y otros (2017) en su trabajo de investigación denominado Modelo ontológico basado en web de confianza para analizar el uso de recursos en entorno de aprendizaje, mencionan:

Los recursos empleados en entornos virtuales de aprendizaje son esenciales para el desarrollo de actividades y la formación de los estudiantes. Aunque existen numerosos recursos en plataformas de aprendizaje virtual, no se sabe si todos los participantes pueden utilizarlos de manera efectiva de acuerdo con sus estilos de aprendizaje. El objetivo de este artículo es proponer un modelo ontológico que facilite el análisis estructural del uso de herramientas, como blogs, foros, chats y distintos tipos de objetos de aprendizaje, en plataformas de gestión de contenidos educativos (Learning Content Management System).

Para simplificar el estudio, se utilizó Pajek como herramienta de análisis de redes sociales. (Alejandro Valencia y otros, 2017, págs. 34-45)

2.1.2 Investigaciones nacionales

Huamán y otros (2017) en su investigación titulada *Los escolares en la era digital: el consumo de medios de los alumnos de 5to de secundaria de los colegios públicos de la región Piura en Perú*, mencionan:

La tecnología de la comunicación ha tenido un gran impacto en el consumo de medios en la vida cotidiana de las personas, especialmente en los jóvenes. Una investigación realizada en 2015 en la región Piura, Perú, se enfocó en el comportamiento de los estudiantes de quinto de secundaria frente a la navegación de Internet. La investigación determinó la frecuencia de conexión a Internet, el tipo de contenidos más consumidos y las redes sociales que más emplean los alumnos. Los resultados muestran que los estudiantes consideran Internet como una herramienta indispensable y necesaria en su vida, razón por la cual se conectan casi a diario, mayormente desde su celular. Facebook es su red social preferida y más utilizada, y los contenidos tecnológicos junto con las series y películas son los más consumidos. (Huamán Flores y otros, 2017, págs. 16-25)

Moya y otros (Moya Sánchez & Herrera Damas, 2016) en su trabajo de investigación denominada *Cómo medir el potencial persuasivo en Twitter: propuesta metodológica*, indican:

La efectividad comprobada de Twitter en la promoción de la colaboración colectiva impulsada por nuevos actores sociales y líderes de opinión ha llevado a la realización de numerosas investigaciones sobre el impacto en las redes sociales. Por lo general, se mide la influencia en función del número de seguidores de una cuenta específica y su posición central en su red egocéntrica de seguidores y seguidos. Sin embargo, estos estudios no suelen ir acompañados o precedidos por otros que analicen el esfuerzo persuasivo necesario para que una cuenta adquiera influencia.

Entendiendo la persuasión como un acto perlocutivo utilizado tácticamente para influir, consideramos oportuno aportar al estudio de la persuasión política mediante un análisis del esfuerzo persuasivo de líderes y representantes en las redes sociales de Twitter. El enfoque seleccionado para evaluar el potencial persuasivo de la comunicación en Twitter ha sido el

análisis de contenido de los mensajes emitidos por líderes de partidos políticos en sus respectivas redes sociales egocéntricas. Este artículo presenta dicho enfoque. El objetivo es determinar cuantitativamente el esfuerzo persuasivo basado en el comportamiento que reflejan los mensajes en Twitter. Apoyándonos en los mecanismos de interacción del sistema de Twitter, hemos creado el concepto de índice global de potencial persuasivo (IGPP), cuyas variables se basan en el número y peso comunicativo de los diferentes tipos de mensajes emitidos, la frecuencia de emisión y la amplificación que reciben en la red de seguidores. (Moya Sánchez & Herrera Damas, 2016, págs. 838-867)

Tricoci y otros (2016) en su investigación denominada *Inversiones en Tecnologías de la Información y Comunicaciones y su impacto en la competitividad*. Mencionan:

Las organizaciones han sido impactadas por la evolución y el creciente uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs), tanto en sus procesos de planificación estratégica como en la toma de decisiones de inversión en tecnología y en sus estructuras organizacionales. El presente artículo se enfoca en el impacto que tiene la inversión en TICs en las empresas argentinas, basado en un trabajo de campo realizado en la Facultad de Ciencias Económicas (FCE) de la Universidad de Buenos Aires (UBA). A partir de los datos obtenidos, se presentarán los patrones de inversión en TICs y su impacto en la competitividad de las organizaciones. El trabajo analizará variaciones de comportamiento en función del tamaño y la composición de capital de las empresas, con un foco especial en el impacto que tiene el uso de las redes sociales. (Tricoci Alberto y otros, 2016)

Garate y otro (Garate Sairitupa & Flores Araos, 2020) en su investigación titulado *Influencia de las redes sociales de internet en el comportamiento social de los adolescentes de la I.E. San Martín de Socabaya, Arequipa, 2015*, mencionan:

La investigación se enfoca en demostrar que el uso de las redes sociales de internet por parte de los adolescentes influye en su comportamiento social en su entorno de convivencia. En la I.E. San Martín de Socabaya, Arequipa, 2015, se hipotetiza que los adolescentes presentan comportamientos sociales violentos y de rechazo en sus relaciones interpersonales en la convivencia escolar. El excesivo uso de las redes sociales de internet, especialmente para jugar o mantenerse activo, se toma como modelo a personajes de los medios de comunicación, influyendo en el comportamiento antisocial que presentan los adolescentes. Las principales redes sociales utilizadas por los adolescentes son MSN,

Instagram y Twitter, a través de las cuales comparten información personal con sus amigos mediante fotos que narran experiencias vividas. Dado que pasan la mayor parte del tiempo en el colegio, es importante regular su comportamiento ya que al ser violento a través del rechazo genera una convivencia social en contra de las normas morales y de armoniosa relación. Los adolescentes usan las redes sociales desde su casa sin orientación de sus padres ya que en su mayoría estos trabajan. (Garate Sairitupa & Flores Araos, 2020)

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Redes sociales virtuales

Definición de redes sociales

Las redes sociales representan varios conjuntos de manera organizada formada los elementos que vienen ser el ser humano y la conectividad a través de la red entre ellos. En el ámbito de los sistemas de información la red social hace alusión a una base de datos de información personal, con perfiles privados y público, que generan una suerte de interacción social virtual a través de la tecnología.

Llonch (2021) en su portal ¿Qué son las redes sociales y cuáles son las más importantes?, hace mención que las redes sociales vienen ser plataformas en línea que unen a individuos con intereses, actividades o vínculos compartidos, como amistades, lazos familiares o conexiones laborales. Estas plataformas facilitan la comunicación entre sus usuarios y actúan como un canal para el intercambio de información. La información compartida por un usuario en estas plataformas puede ser de acceso público o restringido a ciertos contactos.

2.2.2. Orígenes de las redes sociales virtuales

Según Rodríguez (2017) en el blog Una breve historia de las redes sociales, hace referencia que las redes sociales empiezan con el Arpanet, pero las redes sociales se hacen más consolidadas en el año 2005. Entre las primeras redes sociales que se formó es Ryze.com cual apareció en el 2001 donde se aprovechó como red de conexiones profesionales entre los usuarios. De los mismos creadores de Ryze.com mantuvieron una estrecha relación con los fundadores de LinkedIn, Tribe y Friendster, manteniendo el mutuo acuerdo de ayudarse sin competir entre ellos.

Al pasar el tiempo LinkedIn se convirtió en el predecesor de todas estas redes de conexión de profesionales, Tribe fue muy relevante en el negocio que inicio mientras que Friendster fue reemplazado por Facebook.

En el 2002 el lanzamiento de una de las promesas en redes sociales era Friendster, empezando con la premisa de convertirse en una red de citas mismo match.com, Sin embargo esta plataforma ayudaría a amigos de amigos en tener una relación, teniendo su incremento en la mejor conexión de dos extraños con gustos similares. (Gonzalo Rodriguez, 2017)

Sin embargo, el gran apogeo sucedió en el año 2005 con la aparición de MySpace donde fue adquirida por un aproximado de 590 millones de dólares, esta compra generó una cobertura masiva de todos los medios de comunicación que tradicionalmente funcionaban. MySpace pudo conseguir un crecimiento vertiginoso a comparación de Friendster.

En Latinoamérica no podemos olvidar la versión de su red social llamada Hi5.com, que se convirtió en la red social con mayor demanda en los latinos. Esto porque tenia un algoritmo que pudo entender lo que realmente querían los usuarios de internet, generando un crecimiento continuo.

Fue en el 2004 donde Facebook apareció en internet, aceptando usuarios de la Universidad de Harvard. Siendo en el año 2005 el año que permitió que Facebook se expandiera entre las redes sociales, aceptando admitir estudiantes permitiendo crecer a más de un billón de usuario activos en la internet. (Gonzalo Rodriguez, 2017)

2.2.3. Característica de las redes sociales

Según Candele (2017) en su investigación las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. Nos comenta: que entre las redes sociales de mayor demanda por los usuarios tenemos Facebook, Twitter e Instagram donde son redes virtuales híbridas, englobando distintas modalidades de comunicación asincrónicas, de tal manera pueden realizar comentarios en diferentes publicaciones y conversaciones de grupo permitiendo intervenciones posteriores.

La actividad de las redes sociales se puede evidenciar que se basa en formación de grupos de conversación permitiendo al cibernauta experimentar sentimientos de pertenencia a una comunidad (Candale, 2017)

Moreno (2017) menciona que entre las principales características que debe tener las redes sociales están deben ser interesante, ya que éstas deben permitir comunicarse de manera proactiva, no se deben emitir mensajes sólo porque le brinda un like, así mismo las redes sociales deben fomentar la interacción; esto quiere decir que los usuarios deben incitar o fomentar el diálogo, las respuestas y los mensajes de manera muy rápida o de vista constante, de igual modo según Moreno también deben ser mensajes claros, sencillos y directos, mencionando que los mensajes deben ser mensajes segmentado a grupos de usuarios. Otra característica que debe tener las redes sociales es la que debe haber una publicación constante, pero controlada, esto hace referencia a que los contenidos deben ser moderados, no se debe agobiar a los usuarios con avisos o mensajes intrusivos, siendo percibida como una generadora de Spam.

2.2.4 Bases filosófica y modelo económico de las redes sociales

Si bien las redes sociales en su mayoría son libres esto no quiere decir que sean gratuitas y el aparente beneficio que el usuario encuentra es la conectividad de fácil acceso con otras personas traspasando fronteras del espacio, se encuentra su relación intrínseca con un modelo económico empresarialmente mucho más sostenible que los demás medios de comunicación.

Las redes son un negocio convenientemente principalmente para los usuarios que manipulan la plataforma. Este usuario accede con sus datos personales llámese también como el perfil personal o de usuario. Generando que dentro de las redes sociales pueda publicar una infinidad de fotos, videos, anuncios que genera audiencia con los que lo siguen al usuario creador de contenidos.

Según Peña y otros (2014) son las diversas empresas que han visto el auge de las redes sociales están publicitando con mayor demanda sus productos y servicios. Esto ha permitido que las redes sociales puedan verse como una gran oportunidad para los distintos grupos de comunicación ya que han permitido englobar un extenso grupo de personas. Así mismo el impacto que ha tenido con la publicidad e incrementando las ventas tanto de pequeños y grandes empresarios.

Del mismo modo Peña y otros (2014) afirma que las redes sociales son sistemas de comunicación social, englobando o a los usuarios en su participación en la economía de la colaboración y la atención. Las redes sociales se han convertido de manera principal en

una estrategia de todas las empresas de comunicación durante estos últimos años. (Peña Castro y otros, 2014)

2.2.5 Tipos de redes sociales

Hütt (2012) en su investigación *Las redes sociales: una herramienta de difusión* cita a Celaya (2008) clasifica entre 3 principales redes sociales, como son, Las redes profesionales donde destacan las plataforma LinkedIn, Xing, Viadeo; Las redes sociales generalistas donde destacan desde sus inicios MySpace, Facebook, Tuenti, etc y por último las redes sociales especializadas destacando entre ellos la plataforma eBugá, CinemaVip, 11870, entre muchas más.

Las redes sociales profesionales

Este tipo de redes sociales han permitido incentivar el concepto de “Networking” en las compañías más grandes, permitiendo obtener una lista de contactos profesionales, esto hace hincapié la relación de comercios como la interacción y búsqueda de oportunidades entre las personas. Los usuarios al manipular estas redes sociales les permite crear su curriculum de manera que las empresas que los contactan son bien reconocidas, estas redes cuentan con metabuscadores que permiten rastrear la base de datos de todos sus contactos. Así mismo los usuarios pueden integrarse con diversas expectativas como el diseño, las conferencias, y demás preferencias que tuviese. (Hütt Herrera, 2012, págs. 121-128)

Las redes sociales generalistas

Aunque son similares a las anteriores redes por su similitud en la creación de perfiles, pero destacan en la manera de crecer a nivel mundial. La diferencia es que al crearse un perfil en estas redes es con el fin de contactarse con personas cercanas de su trabajo o vida social, cómo también de personas que no conocen, con el propósito de comunicarse y tener una relación a través de un computador.

Las redes sociales corporativa

Según Celaya (2008) entre sus plataformas de comunicación podemos destacar los blogs o los wikis, etc, para interactuar con el mundo. Bajo sus propias reglas. Aunque la distinción entre éstas es el lenguaje caracterizado por abreviaturas y símbolos muy específicos, menciona además que las redes sociales que con un nuevo esquema diseñado para la web 2.0 se convierta en el principal protagonista en la red. (Celaya, 2008, pág. 23)

2.2.6. Redes sociales más utilizadas

Este fenómeno se da como consecuencia de ciertas variables como los rangos de edad de los usuarios, los objetivos y características propias de cada red social. Según datos de Satic Brain y Expendedramblings.com las redes sociales que dominan el mercado a nivel mundial como son Facebook.com, Twitter.com, entre otras. En el presente cuadro señalamos a CPI (2018) muestra la siguiente tabla: Usuarios de redes sociales según generaciones.

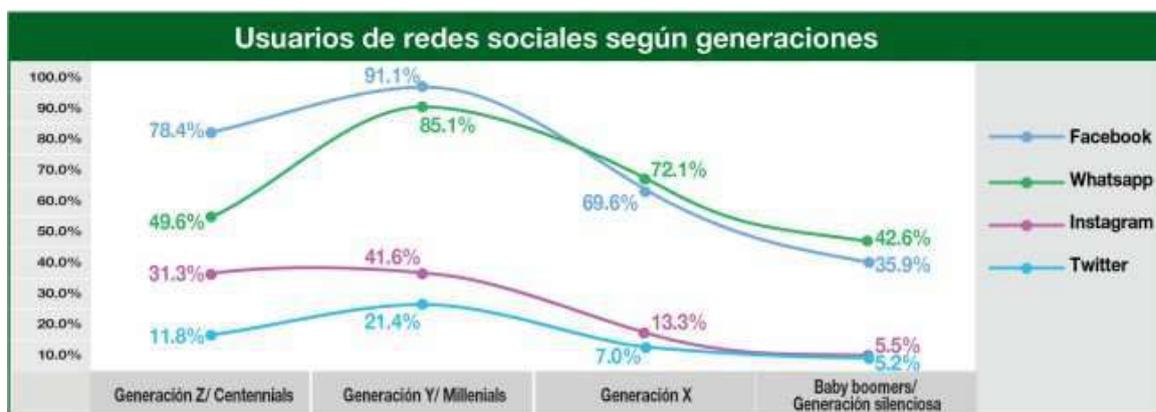


Ilustración 1. Usuarios de redes sociales según generaciones (2018)

En el Perú las redes sociales han alcanzado cifras impresionantes de usuarios conectados a través de un dispositivo móvil no dejando de lado la conexión por un computador, este último crecimiento se ha dado en un 10% a comparación de los últimos años mientras que el ingreso por el dispositivo móvil ha incrementado en un 11%, teniendo una cifra cercana a los veintidós millones de usuarios conectados.

Según CPI (2018) la plataforma Facebook es usado por el 72.7% de los lugareños de la ciudad de Lima, siendo la red más popular seguido de WhatsApp con un 68.5%, Siendo estas dos redes sociales con mayor cercanía en el entorno amical y familiar de los usuarios. (Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c, 2018)

Del mismo modo las redes sociales como Instagram es usada en un 25%, Twitter es usado en un 12.7%, luego sigue Ponterest con un 7.0%, luego continua Snapcaht con 7.0% y por último LindkIn con un 5.6% con mayor presencia en los sectores AB. (Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c, 2018)

2.2.7. Implicaciones para el comportamiento humano

Facebook, YouTube e Instagram, Según información estadística de Static Brain y Expendedramblings.com son las redes sociales más atractivas para los grupos más jóvenes como los Millennials y las Generación X y un porcentaje de la Generación Z. La generación Z está identificada con estas redes sociales, no obstante YouTube tiene un auge en la juventud gracias los líderes llamados “influencers” o influenciadores cuyos videos se popularizan rápidamente y cuyo contenido es estrictamente de Ocio y estilos de vida. Es por ello por lo que las personas que oscilan entre los 35 a más hacen el hincapié que estas redes son nocivo para jóvenes o menores de edad.

De acuerdo con lo que venimos investigando podemos mencionar que las redes sociales son ofrecen el servicio de amistad virtual, creemos que a las personas que están en la generación actual.

El mundo está cambiando de manera vertiginosa utilizando las redes sociales identificando una diversidad con conductas nuevas en las sociedades e individuos la implicancia que ahora se brinda es la nueva adicción que se genera a internet donde vemos más jóvenes actuando de manera irresponsable tanto en su vida cotidiana como en sus estudios. (DSM-5, 2013)

Pero estas conductas no usuales se ven más a menudo en jóvenes que contienen un dispositivo móvil con o sin conexión a internet o que la gran mayoría está en la ciudad; esto quiere decir que las conductas de atípicas de un joven que esta todo el día en redes sociales se ven afectadas en su comportamiento y más aún en su aprendizaje y estas han sido estudiadas desde la década de los años 1990 (DSM-5, 2013)

Las personas que sufren una conducta diferente podemos señalar son las personas que cuentan entre las edades de 12 y 30 años, esto es preocupante porque puede afectar el desarrollo de los adolescentes ya que podemos dar por entendido por los adultos asumiendo la responsabilidad de sus actos (Fernández Sánchez, 2013, págs. 521-527)

2.2.8. Comportamiento social.

Según Molina (2014) los problemas empiezan en los niños y jóvenes cuando estos dejan de vivir el mundo real y estos sólo pueden desenvolverse a través de las redes sociales. Esto es grave porque sucede muy a menudo en constantes reuniones virtuales o citas de con la pareja. Se ha visto de manera muy cotidiana que en reuniones familiares ahora las conversaciones que se brindaban ahora son sustituidas por un dispositivo móvil.

En el campo educativo el comportamiento social según Molina (2014) cita a Ruiz y otros (2010) menciona que los jóvenes universitarios son los que mayormente están de manera excesiva con el uso de las tecnologías de información tanto en el juego, el uso del internet entre otros, presentando una adicción a las redes sociales. (Ruiz y otros, 2010)

Katz afirma que el uso de las redes sociales les permite crear muchos avatares, estos podrían estar dominadas por artimañas, manipulación y chantajes emocionales. Donde el avatar es la creación del “yo” virtual donde cada usuario puede crear lo que fuese y simular un personaje ficticio de distintos generos e inclusive, ante esto se suma las discusiones que pueden darse a través de las redes utilizando códigos abreviados casi ilegibles (Katz & Rice, 2005, pág. 215)

Las interacciones entre diferentes especies, como la depredación, el parasitismo o la simbiosis, se consideran relaciones interespecíficas y no se clasifican como comportamientos sociales. Por otro lado, muchos comportamientos sociales que se dan dentro de la misma especie son una forma de comunicación animal, ya que provocan una respuesta o cambio en el comportamiento del receptor sin actuar directamente sobre él. La comunicación entre miembros de diferentes especies no se considera un comportamiento social. El lenguaje humano es considerado como la forma más distintiva del comportamiento social humano. (Ojeda, 2014)

2.3 Bases filosóficas

2.3.1. Uso de internet y redes sociales en la juventud

Según la revista de estudios de juventud indica que en INE (2018), el 88,8 de niñas y niños de 10 años usan internet y 88,4% ordenador. Y jóvenes que están entre las edades de 15 años a más usan internet en un 99.2% y un 99.5% usan ordenador (Pujol, Francesc, 2018, págs. 27-46)

Pujol (2018) cita al INE (2017) donde menciona datos importantes que debemos señalar sobre los usos hechos de internet entre jóvenes de las edades de 16 y 24 años, mencionan:

Que el 90% de jóvenes participan en redes sociales; 89,7% usa el correo electrónico; 78,3% tiene acceso a la información en prensa online, el 69% cuelga contenido propio (fuera de redes sociales), un 48,5% usa servicios de viajes y alojamiento en línea, el 34,1% buscar empleo o enviar solicitudes de trabajo vía en línea, el 21,3% realiza opciones sobre cuestiones sociales o políticas, el 13,6% participa en votaciones o consultas online.

Esta encuesta realizada incluye también el uso de internet para el proceso de aprendizaje formal, obteniendo los siguientes resultados 46,9% usa material de aprendizaje online, el 42,1% se comunica con monitores usando portales, el 16,9% realiza algún curso online, el 41,7% para un genérico “otras actividades de aprendizaje por internet” (Pujol, Francesc, 2018, págs. 27-46)

2.4 Definición de términos básicos

Adolescencia

Es una etapa de la vida de cambios biológicos, es una etapa de cumplir proyecto a través de descubrimientos de sí mismo y del entorno.

Blog

El blog es un sitio web de manera estática, que de manera personal se puede publicar cualquier contenido y compartirlo a través del internet, en la mayoría de los casos son utilizadas con la incorporación de las redes sociales como audio, video, animación, etc.

Comportamiento adolescente

Los comportamientos adolescentes son señales que les permite crecer hacia la edad adulta, en su proceso suele ser muy confuso para los seres humanos que oscilan entre esas edades

Comportamiento social

Son las interacciones entre individuos, normalmente dentro de la misma especie, en gran parte son beneficiosos para un o varios individuos. El comportamiento social fue evolucionando a medida de las personas que lo practicaban, esto quiere decir que tenían más probabilidad de sobrevivir y reproducirse.

Factores de comportamiento

Los factores de comportamiento son muy influyentes como los factores biológicos que viene ser los genes, los factores ambientales o socialización, refiriéndose este ultimo a la relación u influencia de la familia, amigos y la sociedad en el comportamiento de todo individuo.

Internet

Es una red de computadores conectadas a nivel global, siendo conectadas a través de las redes de telefonía, cable o satelital.

Redes sociales

La red social hace alusión a una base de datos de información personal, con perfiles privados y públicos, que generan una suerte de interacción social virtual a través de la tecnología

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

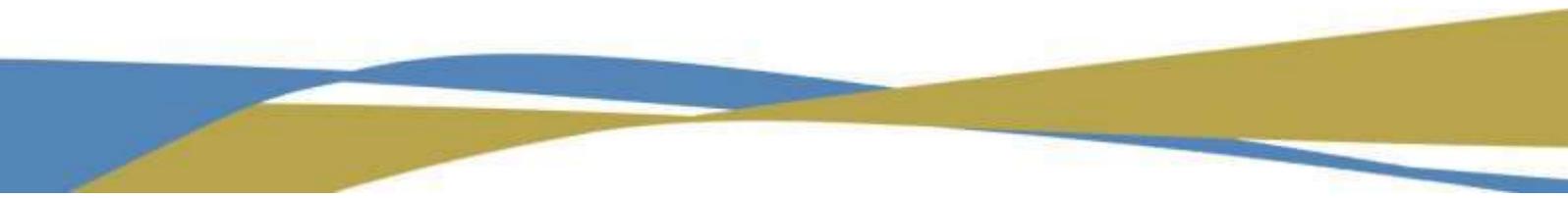
El uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el comportamiento social de los estudiantes de la escuela profesional de sociología, UNJFSC, Huacho, 2018

2.5.2 Hipótesis específicas

El uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC.

El uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018.1

El uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018



2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Redes sociales virtuales	Uso del internet	Uso del internet Dispositivos usados	1, 2, 28, 29, 30
	Actividad en redes sociales	Motivaciones de uso Frecuencia de conexión Tiempo de conexión Momentos de conexión	3, 4, 5, 6 7, 8, 9 10, 11, 12 25, 30
	Opinión de las redes sociales	Valor de las redes	17, 18, 19
Comportamiento social	Aspecto familiar	Horas de sueño Miembros del hogar	13, 27
	Aspecto social	Socialización	14, 15, 16
	Aspecto formativo	Influencia en los estudios Importancia de los estudios Inferencias mediáticas	20, 21, 22 23, 24, 26

Capítulo III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

Según Hernández (2014) menciona que la investigación no experimental cuantitativa se realiza cuando no se manipulan deliberadamente variables. Es decir que los estudios no hacen variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 185)

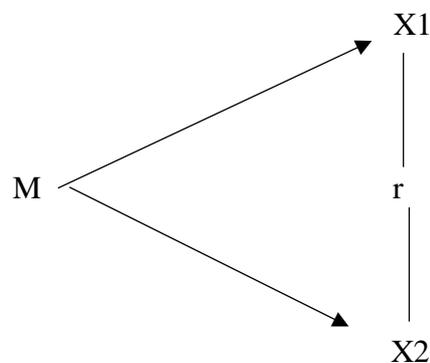
3.1.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación en la presente investigación es social explicativa, permitiendo la explicación de los factores que provocaron un problema social (Carrasco Diaz, 2006)

3.1.3 Diseño de investigación

Los diseños no experimentales permiten analizar cuál es el nivel o modalidad de unas diversas variables en momento dado, esto quiere decir que según el diseño apropiado es transversal o transeccional, a la vez su alcance inicial o final sea de manera exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 187)

El diagrama que se presenta es el siguiente:



Siendo:

M: Muestra de estudio

X1: Variable redes sociales

X2: Variable comprensión social

r : Relación entre ambas variables

3.1.4 Enfoque de investigación

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 207)

Concordando con Hernández la población del presente estudio está conformada por 192 estudiantes pertenecientes a la escuela profesional de sociología, pertenecientes al semestre académico 2018 – I, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de la ciudad de Huacho.

3.2.2 Muestra

Para la presente investigación se ha utilizado la fórmula de muestra finitas

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

Donde:

n = Es el tamaño de la muestra a buscar

N = Es el tamaño de la población (siendo 192 personas)

Z = Nivel de confianza (NC) 95%

E = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) – 50%

$q = (1 - p)$ Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

Tomando los datos de la presente investigación se ha podido obtener como resultado 128.2 personas con su equivalencia de 128 personas el tamaño de la muestra

3.3 Técnicas de recolección de datos

Según Hernández para la recolección de datos pueden ser múltiples. Teniendo como ejemplo la investigación cuantitativa: Cuestionarios cerrados, registros de datos estadísticos, aparatos de precisión, etc. (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 47)

Encuestas de opinión

Son consideradas como un diseño o método, asimismo siendo consideradas en las investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales. (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 9)

Observación

No es sólo mirar lo que sucede en el mundo y hacer apuntes del mismo, implica también estar comprometidos profundamente en situaciones sociales, manteniendo un papel sumamente importante y de manera activa. Es decir, estar muy atentos a los detalles, sucesos, eventos e interacciones. (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 432)

Recopilación de datos

Según Hernández cada vez se utilizan muchos métodos para la recolección de datos como las pruebas estandarizadas y recopilación de contenidos, esto nos lleva o nos sirve para el análisis estadísticos u observación. (Hernández Sampieri y otros, 2014, pág. 287)

La consistencia interna del instrumento ha sido evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach siendo las medidas brindadas para cada dimensión de 0.8

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	29

Este resultado no muestra una fiabilidad de 0,8 permitiendo un significado fuerte confiabilidad del instrumento en las variables.

Las técnicas para el análisis de los datos han sido tomadas con el registro de datos recopilados por los estudiantes, la codificación de datos ingresados al software, así mismo se ha procedido elegir el estadístico como consecuencia las características de las variables y se calcularon los estadísticos mediante el software teniendo en cuenta los objetivos de la presente investigación procedimiento a su interpretación.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se usó el software Microsoft Excel 2016 siendo parte del soporte facilitando la manipulación e ingreso de los datos, del mismo modo el reporte inicial tanto en lo descriptivos y la matriz de correlación

Para el análisis inferencial se contó con el software estadístico SPSS v23, definiendo el tipo de variable y la escala que fueron usados para recabar la información de la unidad de muestreo.

Análisis e interpretación de datos

Las tablas han sido interpretadas dando como resultado la comparación con el marco teórico para poder obtener las conclusiones.

Tratamiento estadístico

Se utilizó la estadística descriptiva. Permitiendo obtener una representación tabular y gráfica, del mismo modo se pudo obtener las medidas de tendencia central y de variabilidad.

Del mismo modo se utilizó la estadística inferencia para prueba de hipótesis, permitiendo inferir o estimar la toma de decisiones sobre la base de la información, tomando como prueba la hipótesis central y las hipótesis específicas.

Prueba estadística

Se utilizó ambas variables de forma nominal tomando estadísticas basadas en Chi Cuadrado

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Capítulo IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

De acuerdo con el estudio se concentró en mostrar la contratación de la hipótesis de la presente investigación

4.2 Contrastación de hipótesis

H₁ El uso de las redes sociales se relacionan significativamente con el comportamiento social de los estudiantes de la escuela profesional de sociología. UNJFSC, Huacho, 2018.

H₂. El uso de las redes sociales o se relaciona significativamente con el comportamiento social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología. UNJFSC, Huacho, 2018.

Hipótesis Estadística

Hipótesis (H₀) V₁ es independiente de V₂

Hipótesis (H₁) V₁ no es independiente de V₂

Identificación de las variables

Sea analizaran las variables V₁ y V₂, nominales, bajo un nivel de significancia de 0,05

V₁ Redes sociales Virtuales

V₂ Comportamiento social

Nivel de significancia (sig.)

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H₀), en el supuesto que sea cierta.

Sig.: 0.05.



Tabla de contingencia

Tabla 1

Actividad en redes sociales por estados de ánimo

		¿Presentas algunos de estos tipos de estado de ánimo cuando no puedes conectarte a tu ordenador?			
		Ansiedad	Ira	Irritabilidad	Ninguno
El tener activa una cuenta de redes sociales, influye en tus relaciones interpersonales.	No	3	24	25	50
	Si	2	14	2	10
Total		5	38	27	60

Pruebas de la Asociacion

Bajo estas condiciones calculamos el coeficiente de chi cuadrado de Pearson, obteniendo un nivel de significancia de $0,016 > 0,05$. se rechaza la nula

Tabla 2

Pruebas basadas en Chi Cuadrado

		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	de	10,308 ^a	3	,016
Razón de verosimilitudes	de	10,388	3	,016
N de casos válidos		130		

a. 2 casillas (25.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1.08

Conclusión para la Hipótesis General

Existe una relación estadísticamente significativa entre las variables.

Contrastación de la Primera Hipótesis Específica

H₁ El uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018

H₀ El uso de las redes sociales no se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018

Hipótesis Estadísticas

Hipótesis (H₀) V₁ es independiente de V₂

Hipótesis (H₁) V₁ no es independiente de V₂

Identificación de las variables

Sea analizaran las variables V₁ y V₂, nominales, bajo un nivel de significancia de 0,05

V₁ uso de redes sociales

V₂ Comportamiento en el aspecto familiar

Nivel de significancia (sig.)

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H₀), en el supuesto que sea cierta.

Sig.: 0.05.

Tabla de contingencia

Tabla 3

Actividad en Redes sociales por estados de ánimo

		13.El tener activa una cuenta de redes sociales, influye en tus relaciones interpersonales.		Total
		No	Si	
16.¿Te muestras tal y como eres en las redes sociales? ¿eres autentico (a)?	No	1	2	3
	Si	101	26	127
Total		102	28	130

Asumiendo el criterio de Cochran (1952), las frecuencias esperadas menores a 5 no deben superar el 20%; si a pesar de ello, se realizara la prueba del Chi-cuadrado de Pearson, la significancia obtenida debe ser interpretada con cautela.

Pruebas de la Asociacion

Bajo estas condiciones calculamos el coeficiente de chi cuadrado de Pearson, obteniendo un nivel de significancia de $0,117 > 0,05$.se acepta la nula

Tabla 4*Pruebas basadas en Chi cuadrado*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,701 ^a	1	,054		
Corrección por continuidad ^b	1,472	1	,225		
Razón de verosimilitudes	2,894	1	,089		
Estadístico exacto de Fisher				,117	,117
N de casos válidos	130				

a. 2 casillas (50.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .65.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Conclusión para la primera Hipótesis Específica

No existe una relación estadísticamente significativa entre las variables.

Contrastación de la Segunda Hipótesis Específica

H₁ El uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018

H₀ El uso de las redes sociales no se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018

Hipótesis Estadísticas

Hipótesis (H₀) V₁ es independiente de V₂

Hipótesis (H₁) V₁ no es independiente de V₂

Identificación de las variables

Sea analizaran las variables V₁ y V₂, nominales, bajo un nivel de significancia de 0,05

V₁ Uso de redes sociales

V₂ Comportamiento en el aspecto social

Nivel de significancia (sig.)

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H₀), en el supuesto que sea cierta.

Sig.: 0.05.

Tabla de contingencia

Tabla 5

Actividad en Redes sociales por estados de ánimo

	El tener activa una cuenta de redes sociales, influye en tus relaciones interpersonales.		Total
	No	Si	
¿Pasas más horas en tu ordenador que con tus amigos?	No	Si	
	No	Si	
Total			

Asumiendo el criterio de Cochran (1952), las frecuencias esperadas menores a 5 no deben superar el 20%; si a pesar de ello, se realizara la prueba del Chi-cuadrado de Pearson, la significancia obtenida debe ser interpretada con cautela.

Pruebas de la Asociación

Bajo estas condiciones calculamos el coeficiente de chi cuadrado de Pearson, obteniendo un nivel de significancia de $0,117 > 0,05$. Se acepta la Nula

Tabla 6*Pruebas basadas en Chi cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,701 ^a	1	,054		
Corrección por continuidad ^b	1,472	1	,225		
Razón de verosimilitudes	2,894	1	,089		
Estadístico exacto de Fisher				,117	,117
N de casos válidos	130				

a. 2 casillas (50.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .65.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Conclusión para la primera Hipótesis Específica

No existe una relación estadísticamente significativa entre las variables.

Contrastación de la Tercera Hipótesis Específica

H₁ El uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018

H₀ El uso de las redes sociales no se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018

Hipótesis Estadísticas

Hipótesis (H₀) V₁ es independiente de V₂

Hipótesis (H₁) V₁ no es independiente de V₂

Identificación de las variables

Sea analizaran las variables V_1 y V_2 , nominales, bajo un nivel de significancia de 0,05

V_1 uso de redes sociales

V_2 Comportamiento en el aspecto familiar

Nivel de significancia (sig.)

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H_0), en el supuesto que sea cierta.

Sig.: 0.05.

Tabla de contingencia

Tabla 7

Actividad en Redes sociales por estados de ánimo

		¿Qué dispositivo digital utilizas regularmente para conectarte a Internet?		
		Celular	Computadora portátil	Pc de escritorio
¿Para qué utiliza el Internet la mayoría de veces?	Buscar información	44	9	11
	Ingresar a redes sociales	6	0	0
	Realizar trabajos académicos	12	19	3
	Varios	7	8	0
Total		69	36	14

Pruebas de la Asociacion

Bajo estas condiciones calculamos el coeficiente de chi cuadrado de Pearson, obteniendo un nivel de significancia de $0,00 < 0,05$. Se rechaza la Hipotesis Nula.

Tabla 8*Pruebas basadas en Chi cuadrado*

		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado	de	57,902 ^a	12	,000
Pearson				
Razón	de	49,725	12	,000
verosimilitudes				
N de casos válidos		130		

a. 12 casillas (60.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .05

Conclusión para la Tercer Hipótesis Especifica

Existe una relación estadísticamente significativa entre las variables.

Capítulo V DISCUSIÓN

5.1 Discusión

La presente investigación tuvo el propósito de precisar la relación entre el uso de las redes sociales y el comportamiento de los estudiantes de la Escuela profesional de sociología. UNJFSC, 2018. Estos resultados han evidenciado que existe una relación en ambas variables coincidiendo con Pazminño Benavides, P.A. (2010); Mejía Zambrano, V.H. (2015); Jabalera Sierra, P. M., Morey Amer, M., Rodríguez Bonachera, A., & Sanchez Molina, A. B. (2012); Flores Lagla, G. A., Chancusig Chisag, J. C., Cadena Moreano, J. A., Guaypatín Pico, O. A., & Montaluisa Pulloquina, R. H. (2017); Ticona Yanqui, F. E., & Ramos Quispe, M. (2015); Rayo Ascoli, A. (2014); Orellana Marcial, L. M. (2012).; Ikemiyashiro Higa, J. (2017); Gilbonio Inga, J. L., & Romero Esquivel, K. S. (2015) mencionando que la influencia que quedan tener las redes sociales en los estudiantes puede ver positiva según el uso que se aplique a las redes sociales como estrategias pedagógicas Gilbonio Inga, J. L., & Romero Esquivel, K. S. (2015), no obstante , pueden influir de manera negativa cuando el uso excesivo que se le dé a las redes sociales tenga repercusiones en el comportamiento social viéndose afectada la comunicación verbal , disminución de la capacidad de interacción social como encontraron Flores Lagla, G. A., Chancusig Chisag, J. C., Cadena Moreano, J. A., Guaypatín Pico, O. A., & Montaluisa Pulloquina, R. H. (2017); Mejía Zambrano, V. H. (2015) y Rayo Ascoli, A. (2014). y en el aspecto formativo del estudiante impactando en el rendimiento académico como encontraron Rayo Ascoli, A. (2014) y Orellana Marcial, L. M. (2012).

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

De acuerdo con el estudio realizado hemos podido llegar a las siguientes conclusiones:

Habiendo analizado la hipótesis general se está demostrando la existencia de la asociación entre el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento social en los estudiantes de la escuela profesional de sociología. UNJFSC, Huacho, 2018; por consiguiente, queda demostrado la relación entre las variables $0,016 < (\alpha=0,05)$

Primera. No existe una asociación en el uso de las redes sociales virtuales con el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018. Así mismo se demuestra la independencia entre variables $0,117, > (\alpha=0,05)$.

Segunda. No existe la asociación en el uso de las redes sociales virtuales con el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018, Se demuestra la independencia entre las variables $0,117, > (\alpha=0,05)$

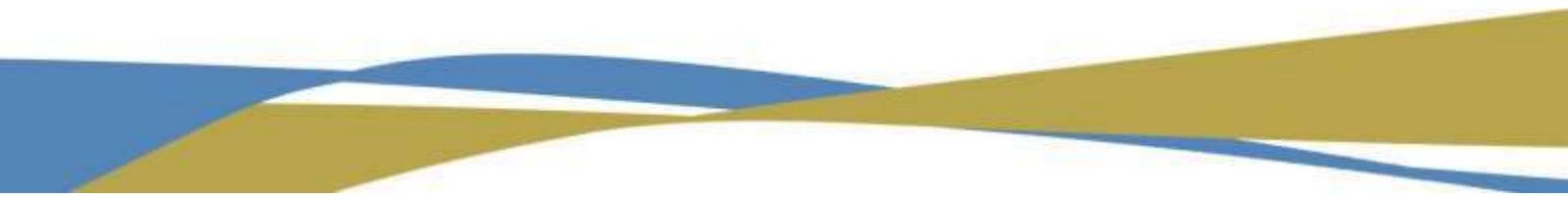
Tercera. En tal sentido el uso de las redes sociales virtuales está asociada con el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNJFSC, Huacho, 2018. Se demuestra la existencia de relación entre las variables $0,00, < (\alpha=0,05)$

6.2 Recomendaciones

En el presente estudio de investigación se ha podido llegar a las siguientes recomendaciones que servirían para futuras investigaciones relacionadas al uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento social en estudiantes de educación superior.

En el aspecto formativo del estudiante se recomienda el despliegue de estrategias de consejería y tutoría psicológica para concientizar al estudiante de los peligros o consecuencias del excesivo uso de las redes sociales virtuales y la adicción a ellas.

Es importante también que el estudiante priorice el aspecto académico, se plantee metas cortas orientadas a al estudio la resolución de los trabajos académicos y lectura de libros, estableciéndose horarios de descanso donde poder distraerse.



REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

Carrasco Diaz, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.

Celaya, J. (2008). *La empresa en la Web 2.0*. España: Editorial Grupo Planeta.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill / Interamericana editores, S.A. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Katz, J., & Rice, R. (2005). *Consecuencias sociales del uso de internet*. Barcelona: UOC.

Nottoli, H. (2017). *Enseñanza de matemática para Arquitectos y Diseñadores*. Buenos Aires: Diseño.

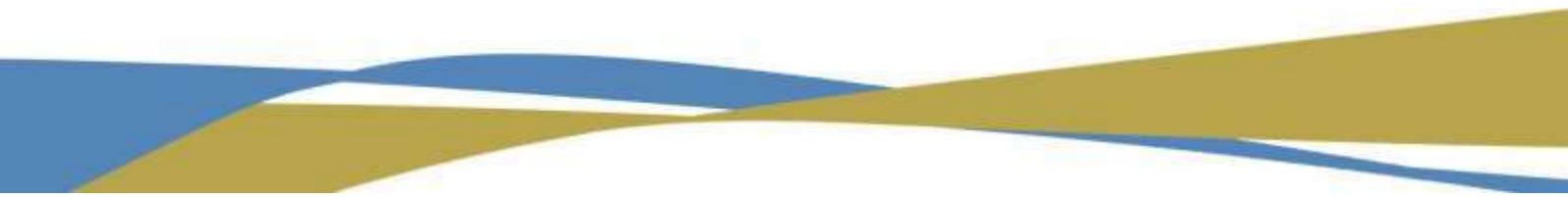
7.2 Fuentes bibliográficas

Aldeanueva Fernández, I., & Arrabal Sánchez, G. (2018). La comunicación y medición de la Responsabilidad Social Universitaria: Redes sociales y propuesta de indicadores. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 12(1), 121-136. <https://doi.org/https://doi.org/10.19083/ridu.12.626>

Alejandro Valencia, C., Gaona García, P. A., Montengro Marín, E., & Gómez Acosta, A. C. (2017). Modelo ontológico basado en web de confianza para analizar el uso de recursos en entorno de aprendizaje. *Iteckné*, 14(1), 34-45.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-17982017000100006&lang=es

- Candale, C. V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*(8), 201-2018. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Fernández Sánchez, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud mental*, 36(6), 521-527. <https://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v36n6/v36n6a10.pdf>
- Garate Sairitupa, R. C., & Flores Araos, R. O. (2020). Influencia de las redes sociales de internet en el comportamiento social de los adolescentes de la I.E. San Martín de Socabaya, Arequipa, 2015. *Licenciadas en Trabajo Social*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10456>
- González Loyola, P. A., Cañizares Alvarado, C. A., & Patiño Mosquera, G. A. (2017). Las redes sociales como factor de decisión Millennials frente a la generación X. *Revista Economía y Política*(27), 3-24. <https://doi.org/https://doi.org/10.25097/rep.n27.2018.01>
- Gorbea Portal, S., & Batista Paneque, D. (2018). Identificación de patrones de comportamiento informativo en los textos mediante el análisis de redes sociales. *E-ciencias de la información*, 8(1), 7-31. <https://doi.org/https://doi.org/10.15517/eci.v8i1.28005>
- Huamán Flores, F., Palomino Moreno, H., & Atarama Rojas, T. (2017). Los escolares en la era digital: el consumo de medios de los alumnos de 5to de secundaria de los colegios públicos de la región Piura en Perú. *Comuni@cción*, 8(1), 16-25. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000100002&lang=es
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística. (2017). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en hogares*. España: Nota de prensa y base de datos en ines.es. <http://ine.es>
- Katz, J., & Rice, R. (2005). *Consecuencias sociales del uso de internet*. Barcelona: UOC.
- Molina Campoverde, G. L., & Toledo Naranjo, R. K. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes*. Universidad del azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Moya Sánchez, M., & Herrera Damas, S. (2016). Cómo medir el potencial persuasivo en Twitter: propuesta metodológica. *Palabra clave*, 19(3), 838-867. <https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.3.7>
- Peña Castro, G., Molina Campoverde, G., & Toledo Naranjo, K. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de Primer Año de Bachillerato*. Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3659>
- Ruiz, R., Lucena, V., Pino, M., & Herruzo, J. (2010). Análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de internet, teléfono móvil, compras y juego en estudiantes universitarios. *Revista socidrogalcohol*, 301-309.
- Tricoci Alberto, G., Corral Pablo, A., & Rosenthal Ariana, M. (2016). Inversiones en Tecnologías de la Información y Comunicaciones y su impacto en la competitividad. *Visión de futuro*, 20(1). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082016000100003&lang=es
- 

7.3 Fuentes hemerográficas

DSM-5. (22 de 01 de 2013). *The future of psychiatric diagnosis*. American Psychiatric Association: <http://www.dsm5.org/Pages/Default.aspx>

Gonzalo Rodriguez, N. (06 de 06 de 2017). *Una breve historia de las redes sociales*. Hootsuite: <https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales/>

Llonch, E. (25 de 05 de 2021). *¿Qué son las redes sociales y cuáles son las más importantes?* Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-redes-sociales-y-cuales-son-las-mas-importantes>

Moreno, M. (30 de 05 de 2017). *Características básicas del contenido para redes sociales*. TreceBits redes sociales y tecnología: <https://www.trecebits.com/caracteristicas-basicas-del-contenido-redes-sociales/>

Ojeda, M. (11 de 09 de 2014). *Margarita Ojeda*. Conciencia Social: https://jhyuvremjhjgjhblogs.blogspot.com/p/blog-page_14.html

Pujol, Francesc;. (18 de 03 de 2018). Redes sociales y aprendizaje - Injuve. *Revista de estudios de juventud - INJUVE*(119), 27-46. Ministerio de Derechos sociales y agenda: https://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/2.-_redes_sociales_y_aprendizaje.pdf

7.4 Fuentes electrónicas

Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c. (08 de 2018). *Lima digital "Ocho de cada diez personas en Lima tienen por lo menos una cuenta en alguna red social"*. marketreport: https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_Limadigital2018.pdf

Usuarios de redes sociales según generaciones. (2018). CPI. CPI: https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_Limadigital2018.pdf

ANEXOS

01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Uso de las redes sociales virtuales y comportamiento social de los estudiantes de las Escuela Profesional de Sociología. UNFSC, Huacho.2018					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cómo se relaciona el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología UNFSC, Huacho, 2018?	Determinar la relación entre el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología. UNFSC, Huacho, 2018	El uso de las redes sociales virtuales se relaciona significativamente con el comportamiento social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología. UNFSC, Huacho, 2018.	Variable 1 Redes sociales virtuales	Uso del Internet - Usos del internet - Dispositivos usados Actividad en redes sociales - Motivaciones de uso - Frecuencia de conexión - Tiempo de conexión - Momento de conexión Opinión de las redes sociales - Valor de las redes	POBLACIÓN La población estará conformada por los alumnos de la escuela de sociología de la facultad de ciencias sociales, pertenecientes al año académico 2018-I MUESTRA La muestra es de 128 después de aplicar la formula. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN Básica Correlacional No experimental- Transversal MÉTODO Inductivo deductivo TÉCNICA Observación Revisión documental Encuesta INSTRUMENTO Cuestionario
¿Cómo se relacionan el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I? ¿Cómo se relacionan el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I? ¿Cómo se relacionan el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I?	Explicar la relación entre el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I. Establecer la relación entre el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I. Mostrar la relación entre el uso de las redes sociales virtuales y el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I.	El uso de las redes sociales virtuales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto familiar de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC.2018-I. El uso de las redes sociales virtuales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto social de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I. El uso de las redes sociales virtuales se relaciona significativamente con el comportamiento en el aspecto formativo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Sociología, UNFSC, Huacho, 2018-I.	Variable 2 Comportamiento social	Aspecto familiar - Horas de sueño - Miembros del hogar Aspecto social - Socialización Aspecto formativo - Influencia en los estudios - Importancia de los estudios - Interferencias mediáticas	

02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS

ENCUESTA REALIZADAS A LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA

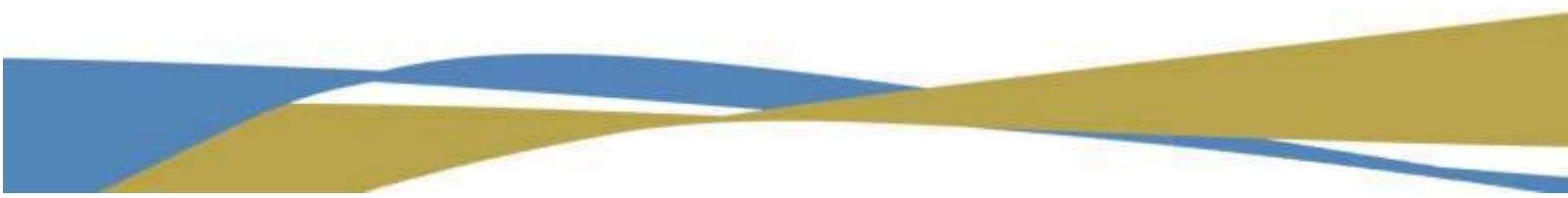
Objetivo: Recabar información permitiendo probar las variables sobre el Uso de las redes sociales virtuales con el comportamiento social de los estudiantes de la escuela profesional de Sociología. UNJFSC, Huacho, 2018.

Seleccione con un aspa (X) o cruz (+) su sexo

- A. Femenino
- B. Masculino

Sobre la Variable1: Redes sociales virtuales

1. Indique usted ¿Qué tipo de dispositivo utiliza de manera regular para poder acceder a internet?
 - A) Móvil
 - B) Laptop
 - C) Tablet
 - D) Cabina de internet
 - E) Computador de escritorio
 - F) Otros
 - G) No sé
 2. Indique usted ¿Qué tipo uso le da al internet?
 - A) Entrar a redes sociales
 - B) Realizar trabajos
 - C) Entretenimiento
 - D) Pasatiempo
 - E) Jugar videojuegos
 - F) No sé
 3. Señale usted: ¿Qué cuenta tiene con respecto a las redes sociales?
 - A) Facebook
 - B) Twitter
 - C) Instagram
- 

- D) Youtube
 - E) WhatsApp
 - F) Otros
4. Señale usted. ¿Cuánto tiempo pasa conectado en las redes sociales?
- A) 1 hora
 - B) Hasta 3 horas
 - C) Hasta 6 horas
 - D) Todo el día
5. Mencione ¿En que parte generalmente te conectas?
- A) En el hogar
 - B) En la universidad
 - C) Con el celular en cualquier parte
 - D) En varios lugares
6. Indique usted: ¿Qué te alentó suscribirse a una red social?
- A) Hacer amigos
 - B) Comunicación con la familia
 - C) Moda
 - D) Curiosidad
 - E) Conocer gente
 - F) Popularidad
 - G) Optimizar sobre últimas noticias
 - H) Varios
7. Usted ¿Acepta cualquier tipo de solicitud de amistad que te envían en las redes sociales?
- A) Si
 - B) No
8. Indique usted ¿Cuántas veces al día regularmente se conecta a una red social?
- A) Una vez
 - B) Dos veces
 - C) Tres veces
 - D) Cuatro veces
 - E) Cinco a 6 veces
- 

9. Usted ¿Comenta de manera frecuente en el perfil de tus amigos de la red social?
- A) Si
 - B) No
10. Para usted. ¿Es indispensable estar conectado a una de las redes sociales?
- A) Si
 - B) No
 - C) No sé
11. Mencione. ¿De alguna manera las redes sociales le ayudan a olvidar sus problemas?
- A) Si
 - B) No
 - C) No Sé
12. Señale ¿Sus horas de sueño se han visto alterados debido al uso excesivo del internet?
- A) Si
 - B) No
13. Para usted ¿El tener activa en las redes sociales, influye en tus relaciones interpersonales?
- A) Si
 - B) No
14. Usted ¿Pasa más tiempo en tu ordenador que con tus amigos?
- A) Si
 - B) No
15. Para usted ¿Cree que es más fácil hacer amigos por redes sociales que de manera personal?
- A) Si
 - B) No
16. Señale ¿En tus redes sociales te muestras tal como eres?
- A) Si
 - B) No
17. Marcarla que considera que es correcto “Las redes sociales en general son:”
- A) Muy buenas
 - B) Buenas
 - C) Negativas
 - D) Muy negativas
- 

18. Sí las redes sociales fueran negativas ¿A qué se deberían?
- A) Ser peligrosas
 - B) Utilizan información no adecuada
 - C) Descargan fotos sin consentimiento
 - D) No es muy fiable
 - E) Son peligrosas
 - F) Podrían usar tu propia información
19. Según Molina y Toledo (2014) “El internet es muy valioso porque facilita la comunicación, trasmite información y ayuda la socialización”.
- A) Totalmente de acuerdo
 - B) De acuerdo
 - C) En desacuerdo
 - D) Totalmente en desacuerdo
20. Para usted. ¿Cree que las redes sociales son negativas e influyen en sus estudios?
- A) Si
 - B) No
21. Señale ¿Las redes sociales están a su alcance en su escuela profesional?
- A) Si
 - B) No
22. Para usted ¿Da mayor importancia a las redes sociales que a sus propios estudios?
- A) Si
 - B) No
23. Señalar ¿Usted ha bajado sus calificaciones por el excesivo uso de las redes sociales?
- A) Si
 - B) No
 - C) No Se
24. De los siguientes enunciados ¿Cuál consideras son positivas al momento del uso del internet?
- A) Búsqueda de información
 - B) Solicitar ayuda para hacer los deberes
 - C) Intercambiar información
 - D) Acceso de manera fácil a la información
- 

25. Usted ¿Engañas o haces trampa en prueba o exámenes con el uso de las redes sociales?
- A) Siempre
 - B) Casi siempre
 - C) Pocas veces
 - D) Nunca
26. Usted ¿Mientras estas en clases utilizas las redes sociales?
- A) Siempre
 - B) Casi siempre
 - C) Pocas veces
 - D) Nunca
27. En su hogar ¿En algún momento le han indicado que sufre de alguna adicción o el demasiado uso de la conexión a internet?
- A) SI, mis padres
 - B) Si, mis hermanos
 - C) Si, mis tíos
 - D) Lo consideran normal
 - E) No se dan cuenta
28. Usted ¿Para que utiliza el internet la gran mayoría de veces?
- A) Realizar trabajos académicos
 - B) Buscar información por la web
 - C) Varios
29. Señale usted ¿Cuál es el estado de ánimo conque frecuenta al no conectarte con tu computador?
- A) Ira
 - B) Irritabilidad
 - C) Ansiedad
 - D) Ninguno
- 