



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Escuela de Posgrado

Inteligencia emocional y redes sociales de los estudiantes de la especialidad de EPPA de la Universidad de Huacho, 2025-I

Tesis

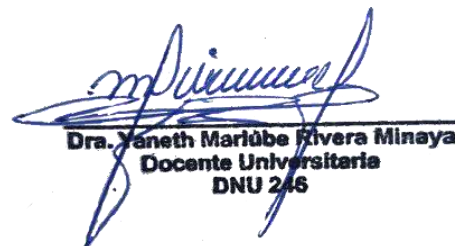
Para optar el Grado Académico de Doctora en Ciencias de la Educación

Autora

Doris Castro Granados

Asesora

Dra. Yaneth Marlube Rivera Minaya



Dra. Yaneth Marlube Rivera Minaya
Docente Universitaria
DNU 246

Huacho – Perú

2026



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 licenciante 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° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

ESCUELA DE POSGRADO

INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Doris Castro Granados	15741227	09/03/2026
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Yaneth Marlube Rivera Minaya	15735300	https://orcid.org/0000-0002-0414-6651
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. Paul Remy Rios Macedo	44448987	https://orcid.org/0000-0002-3648-2529
Dra. Silvia Cristina Torres Guizado	40694176	https://orcid.org/0000-0003-4753-2891
Dra. Tania Zayda Cuellar Camarena	41073428	https://orcid.org/0000-0002-2457-8937
Dr. Robert Pedro Matencio Rojas	16155863	https://orcid.org/0000-0002-6237-8530

DORIS CASTRO GRANADOS 2025-108532

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y REDES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESPECIALIDAD DE EPPA DE LA UNIVERS...

 DGI-POSGRADO 2026

 Dirección de Gestión de la Investigación-VRI 2026

 DIRECCION DE GESTION DE LA INVESTIGACION

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn-oid::1-3458157144

Fecha de entrega

15 ene 2026, 12:25 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

15 ene 2026, 12:32 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

INFORME_FINAL_CASTRO_OK.pdf

Tamaño del archivo

1,1 MB

74 páginas

12.555 palabras

68.262 caracteres



Página 2 de 83 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: trn-oid::1-3458157144

20% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas
- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

17%  Fuentes de Internet

9%  Publicaciones

16%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

DEDICATORIA

Dedicado con amor a las personas que siempre confiaron en mí y no dudaron un instante, mi familia

Doris Castro Granados

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento especial a mis docentes por brindarme sus conocimientos y poder contribuir a mi formación y crecimiento profesional, Dios los bendiga siempre.

Doris Castro Granados

ÍNDICE

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	2
1.2.1 Problema general	2
1.2.2 Problemas específicos	2
1.3 Objetivos de la investigación	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4 Justificación de la investigación	3
1.5 Delimitaciones del estudio	4
1.6 Viabilidad del estudio	4
CAPÍTULO II	5
MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes de la investigación	5
2.1.1 Investigaciones internacionales	5
2.1.2 Investigaciones nacionales	7
2.2 Bases teóricas	8
2.3 Definición de términos básicos	18
2.4 Hipótesis de investigación	20
2.4.1 Hipótesis general	20
2.4.2 Hipótesis específicas	20
2.5 Operacionalización de las variables	20
CAPÍTULO III	22
METODOLOGÍA	22
3.1 Diseño metodológico	22
3.1.1 Nivel de investigación	22
3.1.2 Diseño de investigación	22

3.1.3 Enfoque de investigación	22
3.1. Población y muestra	22
3.1.1. Población	22
3.1.2. Muestra	22
3.2. Técnicas de recolección de datos	23
3.2.1. Instrumentos utilizados	23
3.3. Método de análisis de datos	23
CAPÍTULO IV	24
RESULTADOS	24
4.1 Análisis de resultados	24
4.2 Contratación de hipótesis	48
CAPÍTULO V	49
DISCUSIÓN	49
5.1 Discusión de resultados	49
CAPÍTULO VI	50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	50
6.1 Conclusiones	50
6.2 Recomendaciones	51
REFERENCIAS	52
7.1 Fuentes bibliográficas	52
7.2 Fuentes electrónicas	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cree que reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales.....	24
Tabla 2	Cree que comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales	25
Tabla 3	Cree que es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales.....	26
Tabla 4	Cree que controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas.....	27
Tabla 5	Cree que controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas.....	28
Tabla 6	Cree que reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas.....	29
Tabla 7	Cree que cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades	30
Tabla 8	Cree que pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario.....	31
Tabla 9	Cree que conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista	32
Tabla 10	Cree que navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás	33
Tabla 11	Cree que navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás	34
Tabla 12	Cree que navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás	35
Tabla 13	Cree que comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz	36
Tabla 14	Cree que maneja eficazmente las redes sociales	37
Tabla 15	Cree que a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás.....	38
Tabla 16	Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales	39
Tabla 17	Cree que el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales.....	40
Tabla 18	Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online.....	41
Tabla 19	Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social	42
Tabla 20	Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación	43
Tabla 21	Cree que el uso de las redes sociales facilita la difusión de información	44

Tabla 22 Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos	
.....	45
Tabla 23 Cree que el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales	46
Tabla 24 Cree que el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales	
.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cree que reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales	24
Figura 2 Cree que comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales...	25
Figura 3 Cree que es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales.....	26
Figura 4 Cree que controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas	27
Figura 5 Cree que controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas.....	28
Figura 6 Cree que reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas	29
Figura 7 Cree que cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades.....	30
Figura 8 Cree que pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario	31
Figura 9 Cree que conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista	32
Figura 10 Cree que navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás	33
Figura 11 Cree que navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás	34
Figura 12 Cree que navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás	35
Figura 13 Cree que comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz	36
Figura 14 Cree que maneja eficazmente las redes sociales.....	37
Figura 15 Cree que a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás.....	38
Figura 16 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales	39
Figura 17 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales	40
Figura 18 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online	41
Figura 19 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social ...	42
Figura 20 Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación.....	43
Figura 21 Cree que el uso de las redes sociales facilita la difusión de información.....	44

Figura 22 Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos	45
Figura 23 Cree que el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales	46
Figura 24 Cree que el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales	47

RESUMEN

En América Latina, se enfrenta a problemas como la falta de investigaciones que analicen la relación entre ambos, la necesidad de estudios más profundos sobre el impacto de las redes sociales en la salud mental y el desarrollo emocional de los adolescentes y la falta de investigaciones que tomen en cuenta la complejidad de las variables involucradas. El problema en Huacho se ubica en la influencia dañina que la utilización excesiva de las redes sociales tiene sobre el desarrollo de la emoción y la capacidad de administración de las propias emociones, particularmente en el caso de las personas jóvenes, y en particular, en el caso de la autoestima. Además, hay una inquietud debido a la carencia de habilidades para comprender y regular las propias y de otros, además de la dificultad para construir relaciones interpersonales sanas en el ámbito de la utilización de internet. **Objetivo:** Establecer la relación de la inteligencia emocional y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. **Metodología:** nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. **Población y muestra:** 372 estudiantes de la especialidad de Eppa y la muestra 190 estudiantes de la especialidad de Eppa. **Conclusión:** La inteligencia emocional se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I

Palabras claves: inteligencia emocional, redes sociales, autoconocimiento.

ABSTRACT

In Latin America, we face problems such as the lack of research analyzing the relationship between the two, the need for more in-depth studies on the impact of social media on the mental health and emotional development of adolescents, and the lack of research that takes into account the complexity of the variables involved. The problem in Huacho lies in the harmful influence that excessive use of social media has on the development of emotions and the ability to manage one's own emotions, particularly in the case of young people, and particularly in the case of self-esteem. Furthermore, there is concern due to the lack of skills to understand and regulate one's own and others' emotions, in addition to the difficulty in building healthy interpersonal relationships in the context of internet use. **Objective:** To establish the relationship between emotional intelligence and social media among students of the EPPA specialty at the University of Huacho, 2025-I. **Methodology:** correlational level, quantitative approach, non-experimental and cross-sectional design. **Population and sample:** 372 students in the EPP specialty, and the sample: 190 students in the EPP specialty. **Conclusion:** Emotional intelligence is related to the social networks of students in the EPP specialty at the University of Huacho, 2025-I.

Keywords: emotional intelligence, social networks, self-awareness.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial afronta una problemática complicada. Hay una correlación entre utilizar las redes sociales de manera problemática y tener un bajo nivel de IE, en particular entre los jóvenes. Esto puede generar dificultades psicológicas. La permanente exposición a las internet puede tener efectos dañinos sobre la salud mental, causa ansiedad, depresión y soledad. Al mismo tiempo, las redes sociales pueden utilizarse como un instrumento para desarrollar la relación social y conseguir apoyo anímico, esto genera una paradoja. En América Latina, se enfrenta a problemas como la falta de investigaciones que analicen la relación entre ambos, la necesidad de estudios más profundos sobre el impacto de las redes sociales en la salud mental y el desarrollo emocional de los adolescentes y la falta de investigaciones que tomen en cuenta la complejidad de las variables involucradas.

El Capítulo 1, Introducción, describe principalmente la base teórica, el alcance y los objetivos generales y específicos de esta investigación.

El Capítulo 2, Marco Teórico, ofrece una visión general de las teorías y conceptos de inteligencia emocional y redes sociales, sentando las bases de este estudio y explicando las variables, características y teorías necesarias para llevar a cabo la investigación científica.

El Capítulo 3, Metodología, incluye los tipos, diseños, niveles y métodos de las encuestas, las poblaciones y muestras utilizadas, y las técnicas e instrumentos empleados para recopilar datos sobre inteligencia emocional y redes sociales.

El Capítulo 4, Resultados, presenta tablas y gráficos utilizados para la interpretación y la toma de decisiones.

El Capítulo 5, Discusión, compara los hallazgos con los de otros autores.

El Capítulo 6, Conclusiones y Recomendaciones, resume todos los hallazgos y ofrece sugerencias sobre inteligencia emocional y redes sociales.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial afronta una problemática complicada. Hay una correlación entre utilizar las redes sociales de manera problemática y tener un bajo nivel de IE, en particular entre los jóvenes. Esto puede generar dificultades psicológicas. La permanente exposición a las internet puede tener efectos dañinos sobre la salud mental, causa ansiedad, depresión y soledad. Al mismo tiempo, las redes sociales pueden utilizarse como un instrumento para desarrollar la relación social y conseguir apoyo anímico, esto genera una paradoja.

En América Latina, se enfrenta a problemas como la falta de investigaciones que analicen la relación entre ambos, la necesidad de estudios más profundos sobre el impacto de las redes sociales en la salud mental y el desarrollo emocional de los adolescentes y la falta de investigaciones que tomen en cuenta la complejidad de las variables involucradas.

El problema en Huacho se ubica en la influencia dañina que la utilización excesiva de las redes sociales tiene sobre el desarrollo de la emoción y la capacidad de administración de las propias emociones, particularmente en el caso de las personas jóvenes, y en particular, en el caso de la autoestima. Además, hay una inquietud debido a la carencia de habilidades para comprender y regular las propias y de otros,

además de la dificultad para construir relaciones interpersonales sanas en el ámbito de la utilización de internet.

Aunque las redes sociales pueden apoyar a la conversación y la creación de sociedades, su abuso excesivo o dañino puede influir negativamente en la inteligencia emocional, particularmente en los jóvenes. Los alumnos de la especialidad de Eppa carecen de las habilidades emocionales, como la capacidad de regular las emociones o de empatizar, y esto provoca un uso problemático de las redes sociales, al mismo tiempo que este uso problemático puede a su vez generar intranquilidad o depresión, y problemas en las relaciones entre personas.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación de la inteligencia emocional y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la relación de la autoconciencia y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?

¿Cuál es la relación de la autorregulación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?

¿Cuál es la relación de la motivación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?

¿Cuál es la relación de la empatía y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?

¿Cuál es la relación de las habilidades sociales y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer la relación de la inteligencia emocional y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer la relación de la autoconciencia y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Establecer la relación de la autorregulación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Establecer la relación de la motivación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Establecer la relación de la empatía y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Establecer la relación de las habilidades sociales y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

1.4 Justificación de la investigación

La investigación se justifica en el incremento de influencia que tienen estas apps en la existencia de los individuos, en particular de la generación Y, y como este efecto puede influir en su bienestar psicológico. El estudio se centra en entender el vínculo entre la habilidad de gestionar las emociones propias y de otros (inteligencia emocional) y la utilización que se hace de las redes sociales. Esto es importante debido a que un mal uso de las redes sociales, o una baja inteligencia emocional, puede poseer efectos sobre la salud mental, como es el caso de la ansiedad, la depresión o la baja estima.

La propagación de las redes sociales ha modificado la manera en la que los individuos interaccionan, se relacionan y se gestionan dentro de sus comunidades. Estas Plataformas se han convertido en un espacio fundamental para la vida de varios, particularmente de jóvenes y adolescentes, lugar en el que se socializa, se pregunta y se forma identidad.

1.5 Delimitaciones del estudio

Delimitación temporal: año 2025

Delimitación geográfica: Universidad de Huacho.

1.6 Viabilidad del estudio

El vínculo entre la inteligencia emocional y las redes sociales es complejo y multifacético. Si bien las redes sociales pueden poseer un efecto dañino sobre la sanidad psicológica y la inteligencia emocional, además es posible utilizarlas a fin de desarrollar habilidades socioemocionales. El estudio de esta zona es importante para entender la importancia de la misma y cómo utilizar las redes sociales de manera saludable y positiva, en particular para las poblaciones expuestas a un mayor riesgo, como son los menores de edad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Veloza & Urbina (2024) en su artículo titulado “*redes sociales y el desarrollo de la Inteligencia emocional en los adolescentes*”, El objetivo de este análisis fue determinar la correlación entre el uso de las redes sociales y la manifestación de la inteligencia emocional (IE) en menores de edad. La muestra fue de sesenta estudiantes que se les exigió que completaran un cuestionario que recogiera información. El cuestionario fue modificado del instrumento de medida de la inteligencia emocional (TMMS) para calcular la inteligencia emocional (IMIE). Los números fueron estudiados con estadística analítica. Las conclusiones evidenciaron que los individuos no contaban con un entendimiento psicológico-social deficiente con respecto a la utilización de las redes sociales en el ámbito de la salud mental. En conclusión, una porción minorita de los jóvenes utilizaban las redes sociales con el objetivo de estudiar, instruirse y relacionarse, en tanto que la gran parte de los jóvenes aspiraban a hacer amigos y, de las habilidades sociales, el rasgo más importante era el de relacionarse. Generalmente, el incremento de la inteligencia emocional fue en oposición a las expectativas de los jóvenes que se preocupan por su propia conducta, su autorregulación, su

motivación, su empatía y las habilidades de socialización a través de las redes sociales.

Naranjo (2022) en su tesis titulada “*inteligencia emocional y su relación con la adicción a las redes sociales en adolescentes*”, su propósito es determinar la vínculo entre las categorías de inteligencia emocional de los menores de edad y sus posibilidades de caer en el vicio de utilizar las redes sociales, los resultados indican que en referencia a la predominancia de la inteligencia emocional, la encuesta muestra que la gran mayoría de los menores de edad entrevistados tienen una inteligencia emocional excelente, correspondiendo al 83,4 por ciento. Esto implica que los jóvenes adolescentes pueden gestionar y entender sus propias emociones además de las de los otros, tener buenas relaciones con las personas y tener habilidades para enfrentar las necesidades del día a día (p. 55).

Pazos (2021) en su tesis titulada “*las redes sociales y su efecto en la inteligencia emocional de maestros y alumnos*”, Este trabajo analiza el impacto de las redes sociales como método de comunicación alternativo y su influencia en la inteligencia emocional de docentes y estudiantes. Los resultados sugieren que, a través del análisis de las respuestas a preguntas relevantes, las redes sociales pueden afectar las emociones de ambos grupos, posiblemente debido a su deseo de reconocimiento o a la necesidad de ofrecer contenido diverso al público (p. 68).

Serra (2021) en su tesis titulada “*redes sociales e inteligencia emocional durante la adolescencia*”, su objetivo es desplazar el estudio de la manera en la que la inteligencia emocional y el empleo de las redes sociales interactúan en los jóvenes durante la pubertad, concluye que las redes sociales poseen provechos, sin embargo también hay riesgos en la salud psicológica de los jóvenes. Su

utilización errónea tiene un efecto adverso en el progreso de las habilidades de socialización y la inteligencia emocional, dos características que son esenciales para la comodidad con uno mismo y los otros (p. 25).

Fernandez I. (2020) en su tesis titulada *“la influencia de las redes sociales en la inteligencia emocional de jóvenes y adolescentes”*, este artículo tiene como objetivo evaluar el uso de las redes sociales y la tecnología durante la adolescencia. Concluye que la adolescencia es un periodo crítico en la vida, una etapa crucial para que los jóvenes formen nuevos valores y rasgos de carácter. Considero que la inteligencia emocional es esencial para cultivar un comportamiento positivo en la adolescencia y sienta una base sólida para nuestras relaciones con quienes nos rodean (p. 25).

2.1.2 Investigaciones nacionales

Silvera (2022) en su tesis titulada *“inteligencia emocional y uso de redes sociales en estudiantes adolescentes de cuarto de secundaria”*, este estudio tuvo como objetivo explorar la relación entre la inteligencia emocional (IE) y el uso de internet entre estudiantes de cuarto grado de la Escuela Julio César Tello en Lima. El estudio concluyó que no existía una correlación estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales y la IE entre los estudiantes de cuarto grado de la Escuela Julio César Tello (p. 72).

Fernández & Gonzales (2022) en su tesis titulada *“adicción a las redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de secundaria de una institución educativa”*, Este estudio tuvo como objetivo explorar la correlación entre la adicción a las redes sociales y las habilidades de gestión emocional en estudiantes de segundo grado de una escuela privada en Chicrow. Los resultados indican que la disminución del autocontrol debido al uso de las redes sociales se asocia con la inteligencia emocional (IE), y esta relación es significativa: cuanto

menor es el autocontrol que experimentan los estudiantes debido al uso de las redes sociales, menor es su IE (p. 41).

Tarazona (2022) en su tesis titulada *“inteligencia emocional y adicción a redes sociales en estudiantes de 4° y 5° de secundaria de Juanjui”*, su objetivo es averiguar si existe una correlación entre la inteligencia emocional y la adicción a las redes sociales en alumnos de cuarto y quinto grado de Juanjuí, San Martín, en el 2021, concluye que se corroboran los apuntes de investigación sobre la cual existe un vínculo muy importante y en sentido contrario entre la costumbre de utilizar las redes sociales e inteligencia emocional en alumnos de cuarto y quinto año de escuela privada en Juanjuí, San Martín, en el 2021 (p. 58).

Rivera (2020) en su tesis titulada *“relación entre inteligencia emocional y riesgo de adicción a redes sociales en un grupo de estudiantes”*, su propósito es determinar la correlación entre la inteligencia emocional y el peligro de adicción a las redes sociales en un grupo de estudiantes de segundo grado de la región metropolitana de Lima, los resultados indican que no existe correlación entre la inteligencia emocional y el peligro de adicción a las redes sociales, por lo que la hipótesis general fue rechazada (p. 102).

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Inteligencia emocional

Regader (2015) indica que se entiende por inteligencia emocional la capacidad de notar, gestionar y controlar las emociones. Implica habilidades como la consciencia, el entendimiento de cómo se comportan los otros y la administración de las emociones de uno con el fin de conseguir los comportamientos que se quieren

Se entiende por inteligencia emocional la habilidad de comprender, utilizar y regir las emociones. La inteligencia emocional es a veces denominada como CE (o IE). Del mismo modo como una puntuación alta en un examen puede ser predicha, también es posible de manera aproximada, debido a que una persona con un CI alto tiene la capacidad de anticipar un éxito en las situaciones sociales y anímicos. La IE nos apoya en desarrollar relaciones de confianza, elegir sabiamente, y hacer frente a dificultades situaciones.

Goleman (2018) indica que la inteligencia emocional (IE) es una categoría conductual que valora enormemente las emociones e incluye habilidades como la regulación emocional, la autoconciencia, la motivación, el entusiasmo, la perseverancia, la empatía y la agilidad mental. Estas habilidades moldean rasgos de carácter como la autodisciplina, la compasión y el altruismo, que son cruciales para una adaptación social sana y positiva.

La inteligencia emocional es una característica psicofisiológica que nos proporciona la capacidad de adecuarnos a las transformaciones, y de incorporar el componente emocional y sensible que todas las personas poseen dentro. Todos los seres humanos poseen sentimientos además de emociones, no obstante, no todas las personas logran desarrollar de igual manera su inteligencia emocional, es por esto que, en este lugar, te exponemos qué es y para qué sirve esta última. La inteligencia emocional no se limita a ayudar a gestionar las emociones, sino que además transforma la forma en que nos relacionamos con el mundo, esto tiene como consecuencia una mayor vida y una mayor conciencia. Es una ayuda esencial para desarrollarnos como individuos y cuidar las relaciones que tenemos (Fernandez P. , 2025).

Salovey y Mayer (1990), definen la inteligencia emocional como la capacidad para gestionar los sentimientos y las emociones, distinguirlos de manera que se pueda utilizar este conocimiento para dirigir los propios sentimientos y acciones.

Importancia de la inteligencia emocional:

Gómez (2024) indica que la inteligencia emocional tiene una importancia grande dentro del desarrollo de los vínculos entre personas, debido a que apoya la conversación y el entendimiento entre ellas. Además, apoya en la resolución de dificultades de manera pacífica y apoya en el bienestar general. Además, constituye una variable fundamental para la operatividad de cualquier tipo de institución, ya que la compenetración, el control de las emociones y la motivación de las personas tienen la capacidad de afectar la labor en conjunto, haciendo que la institución sea más o menos exitosa y provechosa. Las personas con un alto grado de emocionalidad suelen ser más solidarios y aptos para la transformación.

Las destrezas antes mencionadas son además fundamentales dentro del ámbito de la enseñanza y el amor se incorpora al curriculum como parte de las habilidades emocionales. Cada vez más, se tiene en cuenta la importancia de las emociones dentro del lazo entre los docentes y los estudiantes, y se incentiva la habilidad de entender las emociones, compadecerse y tener el control de las emociones. De esta forma, se incentiva el estudio de los tópicos de la academia y las acciones que favorecen la comodidad del corazón.

Características de la inteligencia emocional:

Laguna (2023) indica que las personas que logran el desarrollo de la inteligencia emocional suelen tener las siguientes características:

- *Tienen cuidado de sus sentimientos:* la gente que posee esta clase de entendimiento toma nota de sus sentimientos, además no se limitan a experimentar-los.
- Conoce sus sentimientos de modo que no los reprimas; estas personas son puras y verdaderas, porque manifiestan sus sentimientos de manera expresa.
- Evalúan sus trabajos y deseos: no viven en una especie de sueño constante, sino que tienen la capacidad de pensar en las cosas que sienten y si es posible o no, lograr una meta.
- *Constantemente tienen un equilibrio en sus acciones:* saben que hay un lado bueno o malo en cada cosa, por lo que se centran en las cosas que pueden mejorar o solucionar para ellos mismos.
- *No toman nada personal:* cuando una persona se siente frustrada o su entorno no es como esperaba, analiza qué pudo haber hecho mal y cómo puede mejorar en el futuro. No asume la responsabilidad de aquello que no puede controlar.
- *Se autodefinen como personas que no tienen control sobre sus acciones:* las emociones no las dirigen, ellas mismas determinan la forma en que reaccionan a las emociones y toman conciencia de que algo ha sido demasiado lejos para ellas.
- Se fijan en las características de las personas que están cerca: intentan ser siempre empáticos con las personas que les rodean para poder entender cómo manifiestan sus sentimientos. De esta manera, se relacionan más estrechamente con los otros.

- Siempre están en la búsqueda de gente nueva, sin embargo, se relacionan con aquellos que ya están familiarizados con ellos: a través de los demás, conocen diferentes enfoques y se comprometen más con los que son afines a su pensamiento. No pierden tiempo en relaciones dañinas en lugar de esto, evitan una incomodidad que no es necesario.
- *Se animan ellas mismas constantemente:* estas personas se enternecen en el momento en que sucede una cosa que les agrada o realizan una labor específica. No se inmersa en la razón de que no les atraen las cosas de antes, sino en la necesidad de siempre actualizar su emoción con novedosas vivencias.

Dimensiones de la inteligencia emocional:

Goleman (2018) indica que la inteligencia emocional tiene las siguientes dimensiones:

- 1. Autoconciencia:** Se refiere a comprender nuestros propios sentimientos y emociones, y cómo nos afectan. Reconocer cómo las emociones influyen en nuestro comportamiento, fortalezas y debilidades es fundamental. Muchas personas se sorprenden al descubrir lo poco que saben de sí mismas.
- 2. Autorregulación:** El control de las emociones nos da la capacidad de pensar en las emociones y en sus consecuencias, y de tomar el control de estas, en vez de dejar que las guíen ciegamente. Implica tener la capacidad de hallar el patrón de las emociones, distinguir cuáles son temporales y cuáles son duraderas, además de ser aspectos de la manera en que la manera de interactuar con nosotros para reducir aquellas que nos dañan más que nos benefician.

3. **Motivación:** Volver al centro de nuestras emociones a las metas y objetivos nos ayuda a persistir y estar centrados en las metas, en vez de en las dificultades. Un grado específico de seguridad y coraje es importante en este sentido, por lo que es necesario ser activo y con seguridad en las situaciones positivas.
4. **Empatía:** Es la capacidad de comprender las emociones de otras personas, reconocer sus preocupaciones y perspectivas y empatizar con ellas.
5. **Habilidades sociales:** Se refiere a la capacidad de gestionar eficazmente las relaciones interpersonales y las redes sociales. Incluye buenas habilidades de comunicación, cómo influir positivamente en los demás, cómo gestionar conflictos y el trabajo en equipo.

2.2.2 Redes sociales

Enríquez (2022) define que una red social es una estructura establecida en internet por individuos u organizaciones con base en intereses o valores comunes. A través de las redes sociales, individuos o empresas pueden conectar rápidamente sin estar limitados por jerarquías ni límites físicos.

En internet, las redes sociales han generado discusiones acerca de la falta de protección de la privacidad, sin embargo, han igualmente sido usadas como un instrumento para planificar manifestaciones y realizar protestas colectivas. Estas Plataformas también han generado una nueva forma de relacionarse entre empresas y consumidores, mediante la cual se abren paso para la conversación y la propagación de productos o servicios.

Las redes sociales son una internet que relaciona a individuos con intenciones, actividades o vínculos compartidos (por ejemplo, familiares, de amistad o

profesionales). Facilitan el vínculo entre personas y además como forma de comunicarse y compartir conocimientos (Etecé, 2025)

Lo que hace distintas a las redes sociales de otros lugares de internet es su habilidad para generar conversación entre los usuarios, sea a través de comentarios, particulares, likes o reacciones. Además, estas Plataformas están en permanente transformación, adecuándose a las peticiones de los usuarios y brindando nuevas características, como la transmisión en vivo, una encuesta o una experiencia de realidad aumentada.

Sanchez (2025) menciona que es fundamental mencionar que las redes sociales no se reducen a sitios web genéricos o inclinados hacia el norte, como es el caso de Facebook, Instagram o Twitter, donde almacenar vivencias de uno mismo. Además, incorporan otras formas de socializar por medio de redes sociales especializadas o verticales (por ejemplo, Pinterest, LinkedIn o forum), además de cualquier otro dispositivo que posibilite la conversación y el conocimiento entre los usuarios.

Ventajas de las redes sociales:

Etecé (2025) indica que las ventajas que proporcionan las redes sociales son las siguientes:

- *Son instantáneas:* Las redes sociales funcionan en tiempo real. La data, los videos, las fotografías y las creencias que se transmiten en las mismas son generalmente públicas y están libres para cualquiera que use las redes sociales a nivel mundial. En las redes sociales como Twitter, todos los usuarios son notados de manera inmediata respecto a acontecimientos de la sociedad, la cultura, la política o la economía, sean estos internacionales o no.

- *Son masivas:* Las redes sociales rompen barreras culturales y de edad al llegar a una gran parte de la población.
- *Superan la distancia:* Las redes sociales posibilitan a los individuos comunicarse con sus familiares, amigos y cualquier otro usuario de las redes sociales, sin importar de la magnitud de su distancia geológica.
- *Promueven el conocimiento de marca:* En los últimos años, la labor de publicidad y la creación de una imagen corporativa y de marca han convertido a las redes sociales en un ámbito en crecimiento. Se unen compradores y vendedor de todo el planeta y ayudan en la administración del cliente.
- *Sirven como canal de aprendizaje, entretenimiento e información:* Las redes sociales son una herramienta con el objetivo de comunicar información. Con el fin de obtener los beneficios de los usuarios, es posible que las mascotas aprendan, se entretengan o se informen.
- *Permiten compartir información:* Las redes sociales posibilitan la distribución de datos, sonidos, imágenes y video en forma inmediata y sencilla: música, documentos, fotos y videos. Ofrecen puestos de trabajo. Algunas redes sociales posibilitan que los usuarios exhiban sus perfiles de trabajos. Las otras, por ejemplo, se crearon con el fin de fundar sociedades de profesionales. Las compañías generan cuentas allí y dan oportunidades de empleo a quienes lo quieran tomar.

Tipos de redes sociales:

Llonch (2024) indica que los tipos de redes sociales son las siguientes:

- *Horizontales o generalistas:* Las redes de horizontalidad son aquellas que no giran en torno a una cosa específica, sino que son capaces de

atender una gran diversidad. Debido a eso, no están orientadas a un género específico de usuario y en ellas podemos hallar representaciones de diversas clases. Dentro de las redes de gran tamaño podemos ver las más importantes y populares, como son Instagram, Facebook, Twitter o YouTube, entre otras. Y es que, debido a que son tan genéricas y están abiertas, frecuentemente atraen a un número mayor de personas.

- *Verticales*: A diferencia, se llama redes verticales a aquellas que se focalizan en un asunto en específico. Generalmente suelen ser más pequeñas debido a que se dirigen a un público específico. Sin embargo, esto es únicamente una clasificación y no hay que verlo con exactitud. Debido a que la mayoría de los componentes de Twitch son sobre un tema en específico, es una red social de tipo vertical. Sin embargo, eso no implica que no sea posible hallar otros tipos de contenido, solo que en una magnitud inferior.

Principales redes sociales:

Cuenca (2024) indica que las principales redes sociales que se utilizan en los jóvenes son las siguientes:

- *LinkedIn*: Con 2.000.000 de seguidores, la cuenta de LinkedIn de la empresa Telefónica ofrece información acerca de la compañía además de las últimas novedades en tecnología a través de diferentes medios. Desde los films a las votaciones, pasando por discusiones en vivo (al ser la última de ellas una plática con la Directora de ESG de la compañía, Elena Valderrábano), la vasta comunidad de allegados de la marca en LinkedIn se mantiene constantemente advertida.

- *Facebook*: se pueden ver distintos posts de interés general. Innovaciones en tecnología, dudas y áreas de conocimiento de los empleados de la corporación o información relacionada a determinadas fechas para una red social que difunde información diariamente.
- *Instagram*: Al igual que el anterior, la cuenta de la empresa Telefónica en Instagram se caracterizan por la más reciente información concerniente a diversas áreas de la compañía. La alternativa audiovisual que se dio a conocer a sus casi setenta mil seguidores mezcla intrigas, conocimiento o sugerencias de tecnología si bien es cierto que, no como excepción, la actividad en los últimos meses ha sido particularmente focalizada en el primer cien años de existencia de la compañía.
- *TikTok*: Con una cuenta más libre de restricciones, el canal de la empresa de telecomunicación en esta app de origen chino tiene más de 310 mil seguidores y dos millones de likes. Con el pasar de los años, ha conseguido hacerse un espacio en la popular red social de China, que se lanzó en el 2016.
- *YouTube*: El Youtube cuenta con más de cuarenta mil suscriptores y se ofrece diferentes clases de productos cinematográficos, desde videos hasta acontecimientos en directo: presentaciones de cifras.

Dimensiones de las redes sociales:

Olafson (2025) indica que las dimensiones de las redes sociales son las siguientes:

1. **Dimensión social:** Se preocupa por la manera en la que las redes sociales afectan las relaciones entre personas, la creación de comunidades, la

formación de una identidad online y de una identidad offline, y la participación en la sociedad.

2. **Dimensión comunicacional:** Evalúa la manera en la que las redes sociales favorecen la conversación, la transmisión de datos, la creación de contenido y la participación en debates a través de diferentes maneras (por ejemplo, en forma de texto, de imagen, de video)
3. **Dimensión cultural:** Se centra en la manera en la que las redes sociales afectan a la cultura, consistiendo en la propagación de conceptos, en la creación de corrientes, en la representación de diversas clases de personas y en la formación de un sentido de cultura.

2.3 Definición de términos básicos

Autorregulación:

El autocontrol emocional nos permite reflexionar sobre nuestros sentimientos y emociones y tomar las riendas de ellos, en lugar de dejarnos llevar ciegamente por ellos.

Autoconciencia:

Se refiere a comprender nuestros propios sentimientos y emociones y cómo nos afectan.

Dimensión social:

Se preocupa por la manera en la que las redes sociales afectan las relaciones entre personas, la creación de comunidades, la formación de una identidad online y de una identidad offline, y la participación en la sociedad.

Dimensión comunicacional:

Evalúa la manera en la que las redes sociales favorecen la conversación, la transmisión de datos, la creación de contenido y la participación en debates a través de diferentes maneras (por ejemplo, en forma de texto, de imagen, de video)

Dimensión cultural:

Se centra en la manera en la que las redes sociales afectan a la cultura, consistiendo en la propagación de conceptos, en la creación de corrientes, en la representación de diversas clases de personas y en la formación de un sentido de cultura.

Empatía:

Es la capacidad de comprender las emociones de otras personas, reconocer sus preocupaciones y perspectivas y empatizar con ellas.

Inteligencia emocional:

Regader (2015) menciona que se entiende por inteligencia emocional la capacidad de notar, gestionar y controlar las emociones. Implica habilidades como la consciencia, el entendimiento de cómo se comportan los otros y la administración de las emociones de uno con el fin de conseguir los comportamientos que se quieren.

Motivación:

Enfocar nuestros sentimientos en los objetivos y metas nos ayuda a persistir con el ánimo y el foco en las metas, no en los contratiempos.

Habilidades sociales:

Se refiere a la capacidad de gestionar eficazmente las relaciones interpersonales y las redes sociales.

Redes sociales:

Enríquez (2022) define que una red social es una estructura establecida en internet por individuos u organizaciones con base en intereses o valores comunes. A través de las

redes sociales, individuos o empresas pueden conectar rápidamente sin estar limitados por jerarquías ni límites físicos.

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1 Hipótesis general

La inteligencia emocional se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

2.4.2 Hipótesis específicas

La autoconciencia se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

La autorregulación se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

La motivación se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

La empatía se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Las habilidades sociales se relacionan con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

2.5 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
V1: Inteligencia emocional	Autoconciencia	Reconoce sus emociones Comprende sus emociones Consiente de sus debilidades	1, 2, 3	Likert
	Autorregulación	Control de emociones Control de los estados de animo	4, 5, 6	Likert

		Reflexiona antes de responder		
	Motivación	Tendencia emocional que guía el objetivo Tendencia emocional que facilita el objetivo Optimismo	7, 8, 9	Likert
	Empatía	Entender las emociones de los demás Reconocer las emociones de los demás Ponerse en el lugar del otro	10, 11, 12	Likert
	Habilidades sociales	Manejo eficaz de las relaciones sociales Manejo eficaz de las redes sociales Influencia positiva en los demás	13, 14, 15	Likert

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITE,MS	ESCALA
V2: Redes sociales	Dimensión social	Relaciones interpersonales Formación de comunidades Identidad online Participación social	16, 17, 18, 19	Likert
	Dimensión comunicacional	Facilita la comunicación Difusión de información Participación en conversaciones de distintos formatos	20, 21, 22	Likert
	Dimensión cultural	Creación de tendencias Formación de identidades culturales	23, 24	Likert

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Nivel de investigación

El nivel que tiene el presente estudio es correlacional

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño que tiene el presente estudio es no experimental

3.1.3 Enfoque de investigación

El enfoque que tiene el presente estudio es cuantitativo

3.1. Población y muestra

3.1.1. Población

La población está conformada por los 372 estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho.

3.1.2. Muestra

La muestra está conformada por 190 estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho.

Se aplica la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= Tamaño de muestra

N= Población = 372

Z= 1.96

p= 0.5

q= 0.5

E= 0.5

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (372)}{(372 - 1) \cdot 0.5^2 + 1.96^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = 190 \text{ estudiantes}$$

3.2. Técnicas de recolección de datos

3.2.1. Instrumentos utilizados

El instrumento que se utiliza es la lista de cotejo a través de un cuestionario que tiene 15 preguntas para la variable inteligencia emocional y 09 preguntas para la variable redes sociales, se aplica la encuesta para la recolección de la información.

3.3. Método de análisis de datos

El análisis de datos se aplica a través del Microsoft Spss.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Tabla 1

Cree que reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	94	49%
A veces	57	30%
Siempre	39	21%
TOTAL	190	100%

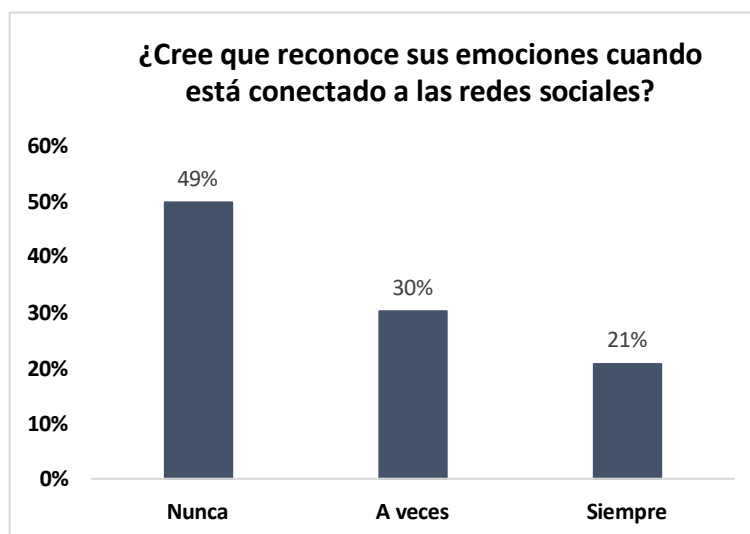


Figura 1 Cree que reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 49% nunca reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales, el 30% a veces reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales y el 21% siempre reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales.

Tabla 2

Cree que comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	87	46%
A veces	67	35%
Siempre	36	19%
TOTAL	190	100%

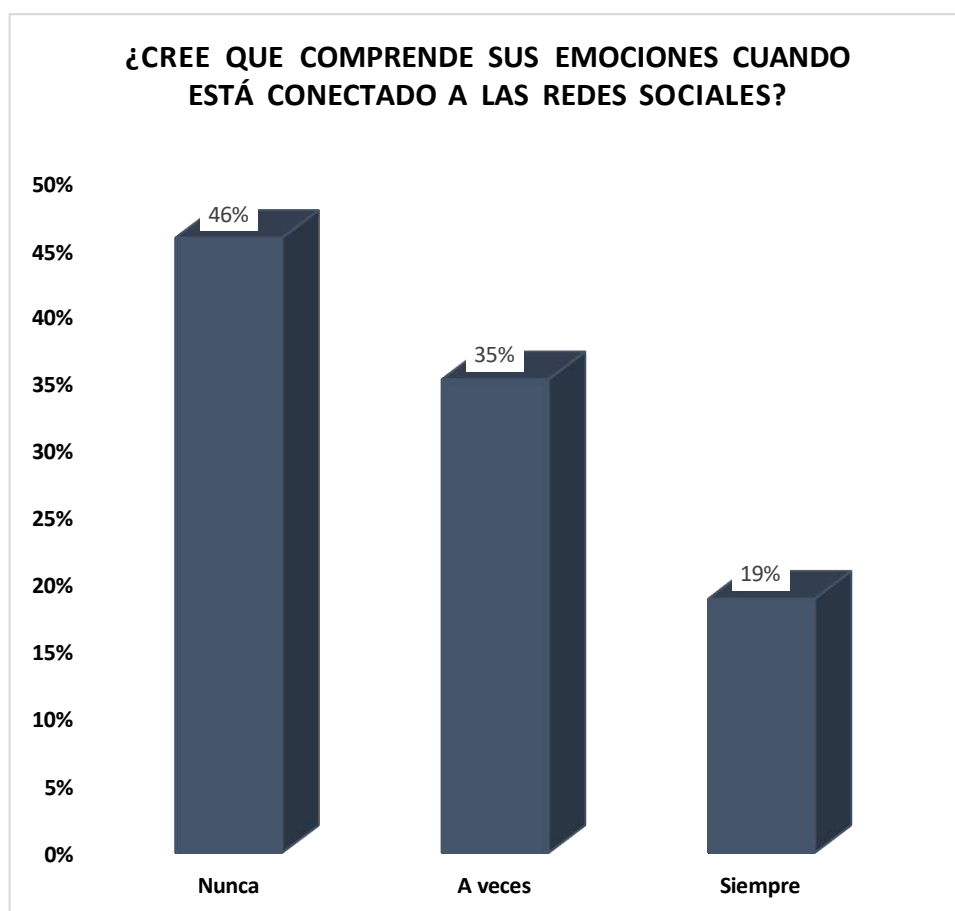


Figura 2 Cree que comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 46% nunca comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales, el 35% a veces comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales y el 19% siempre comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales.

Tabla 3

Cree que es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	88	46%
A veces	65	34%
Siempre	37	19%
TOTAL	190	100%

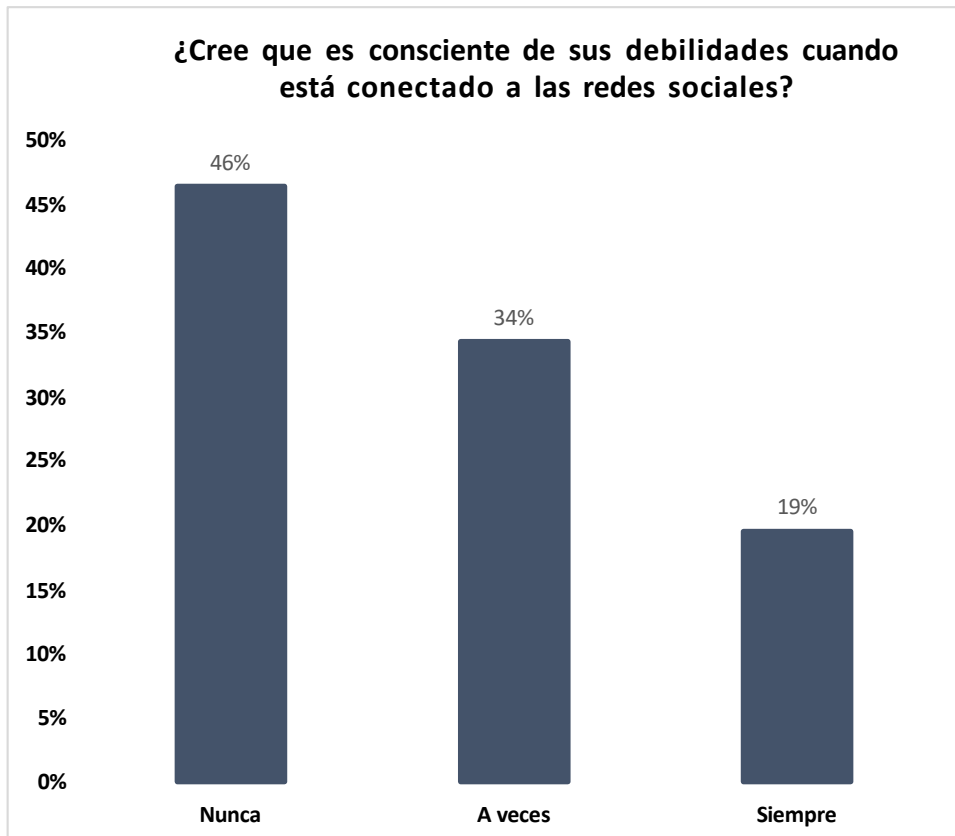


Figura 3 Cree que es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 46% nunca es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales, el 34% a veces es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales y el 19% siempre es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales.

Tabla 4

Cree que controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	91	48%
A veces	64	34%
Siempre	35	18%
TOTAL	190	100%

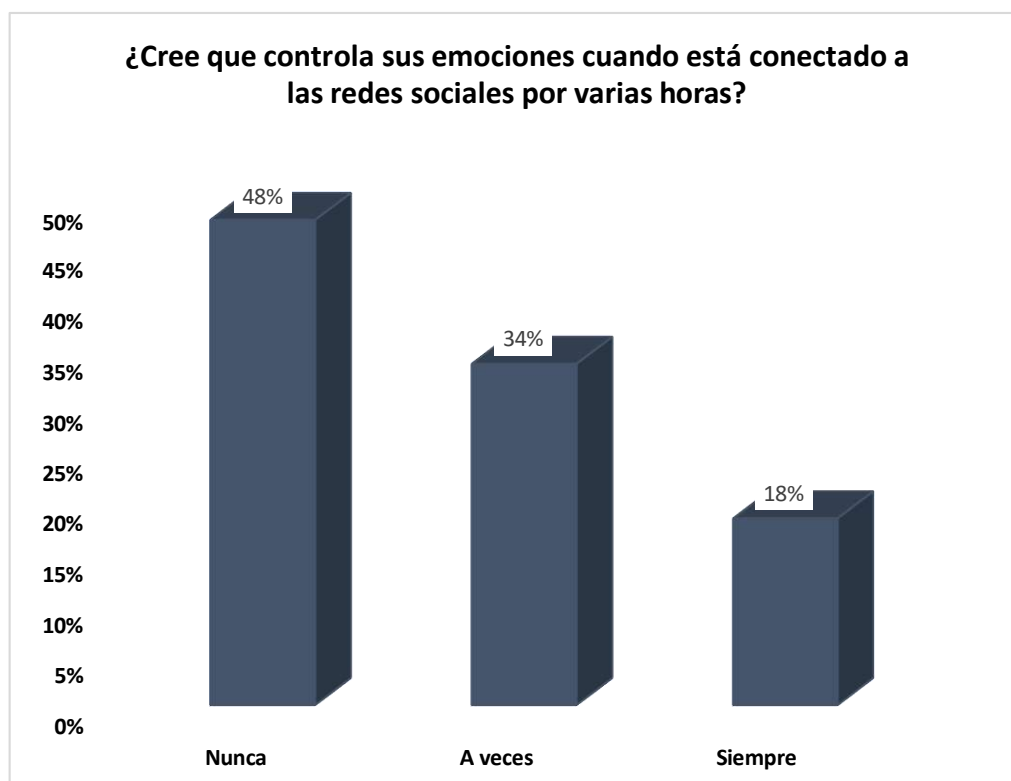


Figura 4 Cree que controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 48% nunca controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas, el 34% a veces controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas y el 18% siempre controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas.

Tabla 5

Cree que controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	86	45%
A veces	70	37%
Siempre	34	18%
TOTAL	190	100%

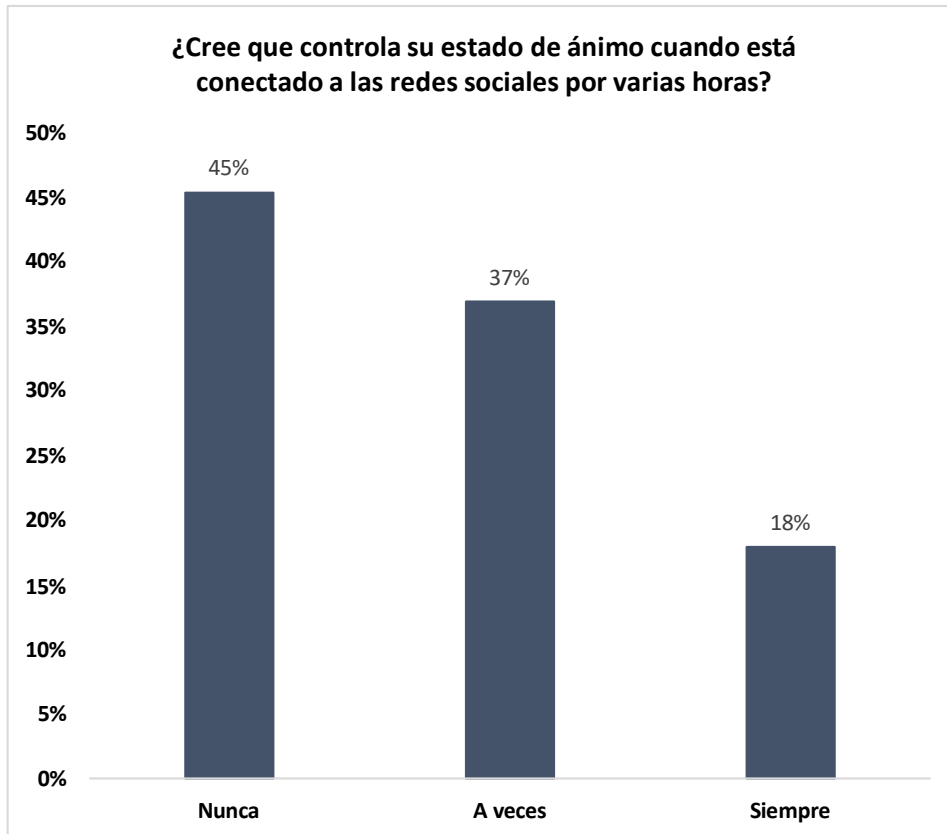


Figura 5 Cree que controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 45% nunca controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas, el 37% a veces controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas y el 18% siempre controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas.

Tabla 6

Cree que reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	85	45%
A veces	70	37%
Siempre	35	18%
TOTAL	190	100%

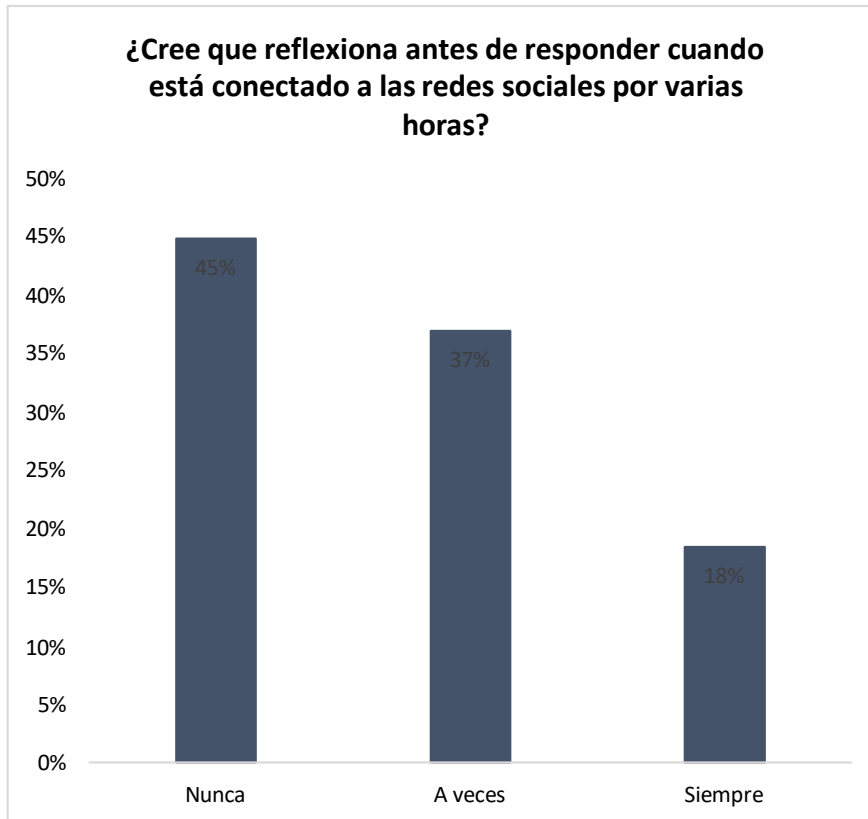


Figura 6 Cree que reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 45% nunca reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas, el 37% a veces reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas y el 18% siempre reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas.

Tabla 7

Cree que cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	90	47%
A veces	60	32%
Siempre	40	21%
TOTAL	190	100%

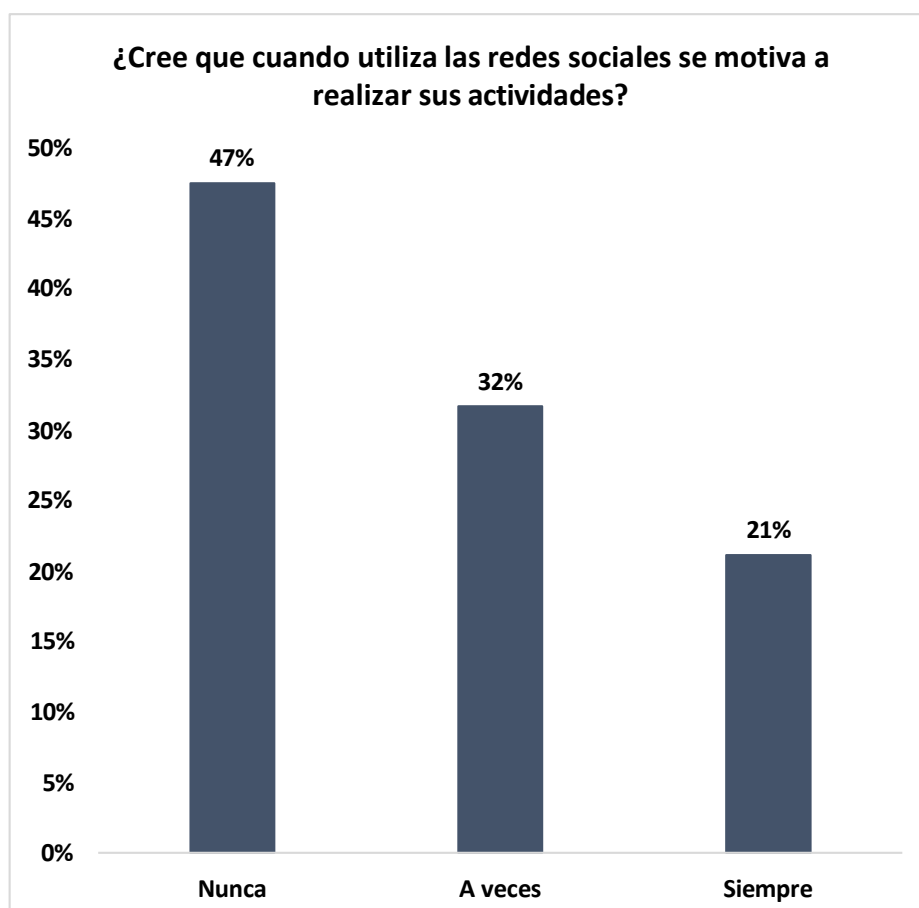


Figura 7 Cree que cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 47% nunca cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades, el 32% a veces cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades y el 21% siempre cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades.

Tabla 8

Cree que pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	87	46%
A veces	63	33%
Siempre	40	21%
TOTAL	190	100%

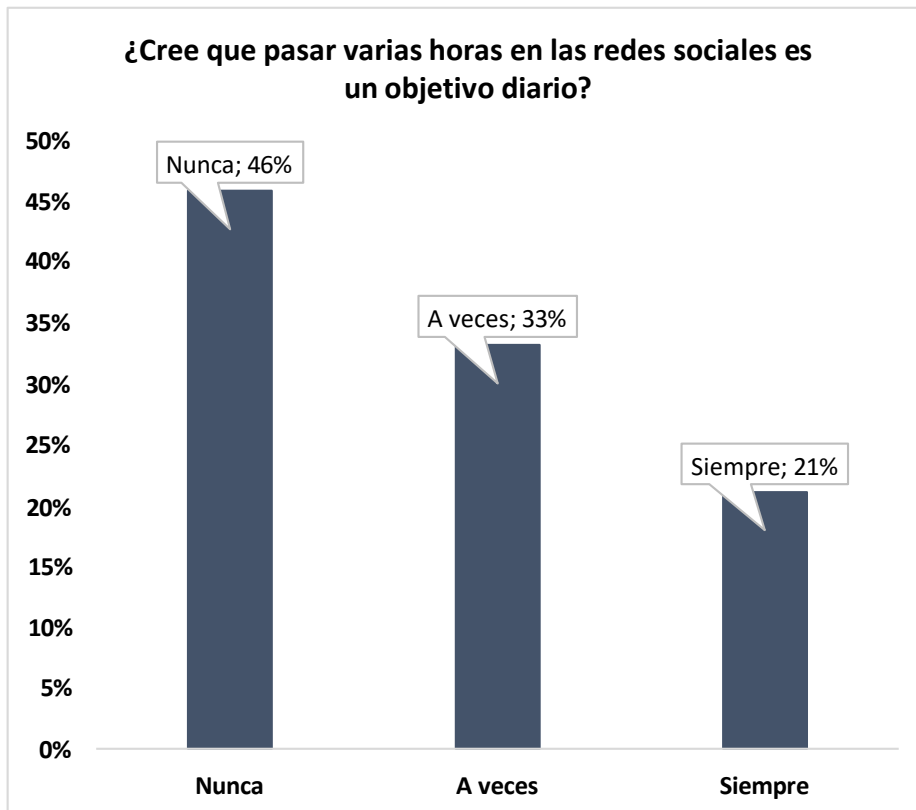


Figura 8 Cree que pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 46% nunca pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario, el 33% a veces pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario y el 21% siempre pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario.

Tabla 9

Cree que conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	37	19%
A veces	59	31%
Siempre	94	49%
TOTAL	190	100%

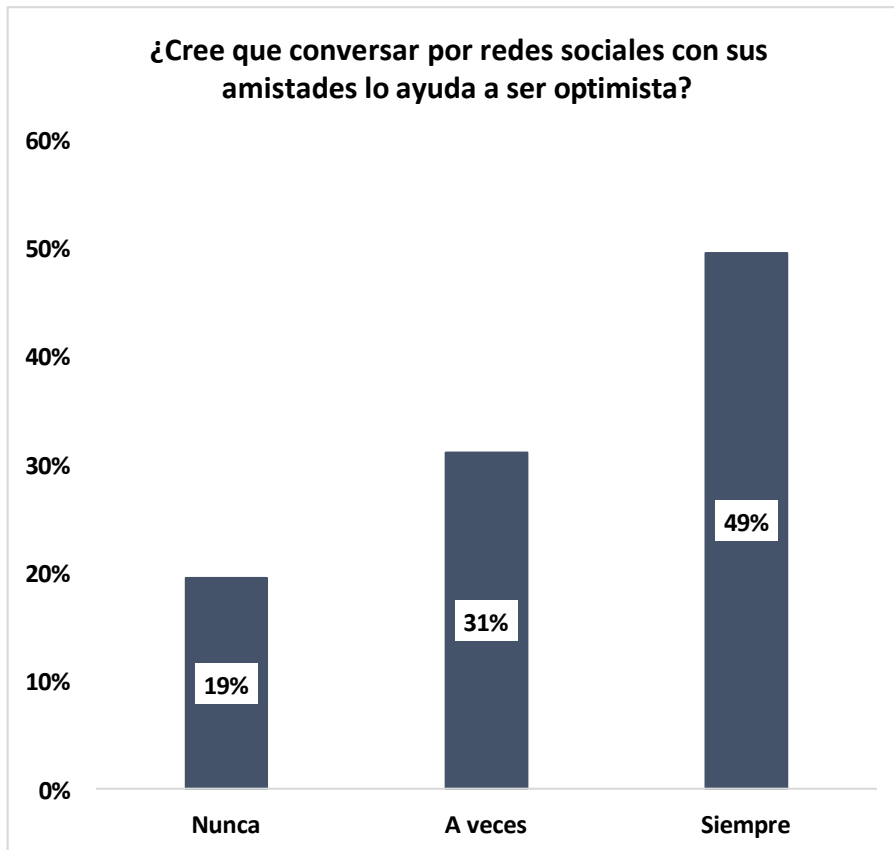


Figura 9 Cree que conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 19% nunca conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista, el 31% a veces conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista y el 49% siempre conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista.

Tabla 10

Cree que navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	37	19%
A veces	69	36%
Siempre	84	44%
TOTAL	190	100%

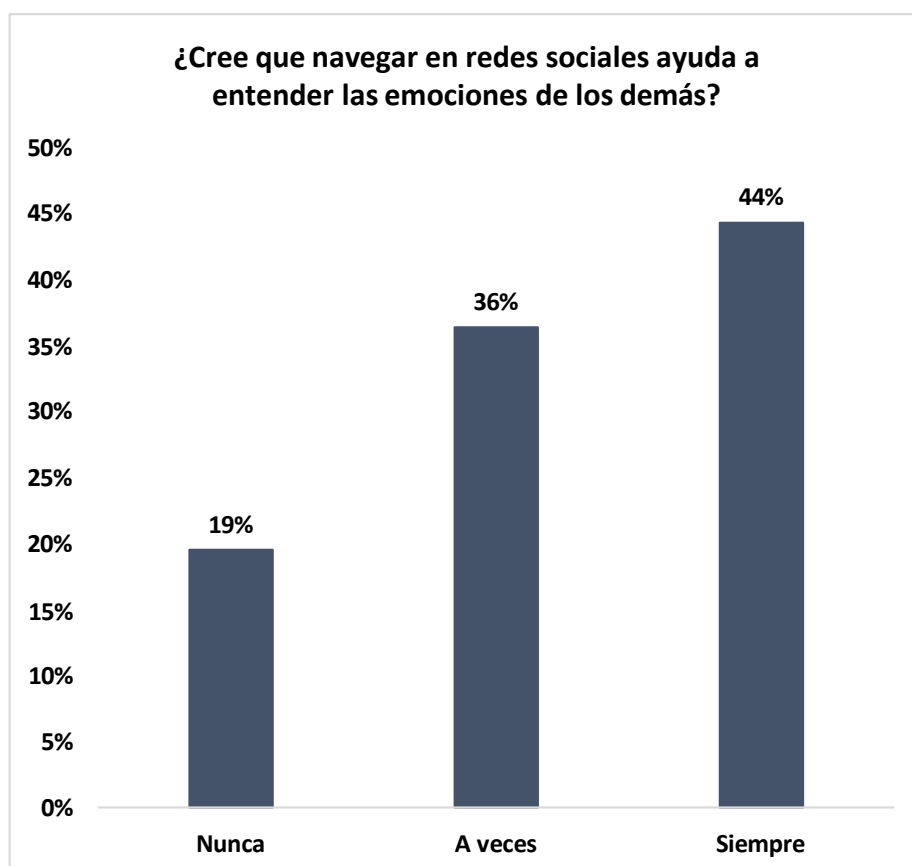


Figura 10 Cree que navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 19% nunca navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás, el 36% a veces navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás y el 44% siempre navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás.

Tabla 11

Cree que navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	87	46%
A veces	64	34%
Siempre	39	21%
TOTAL	190	100%

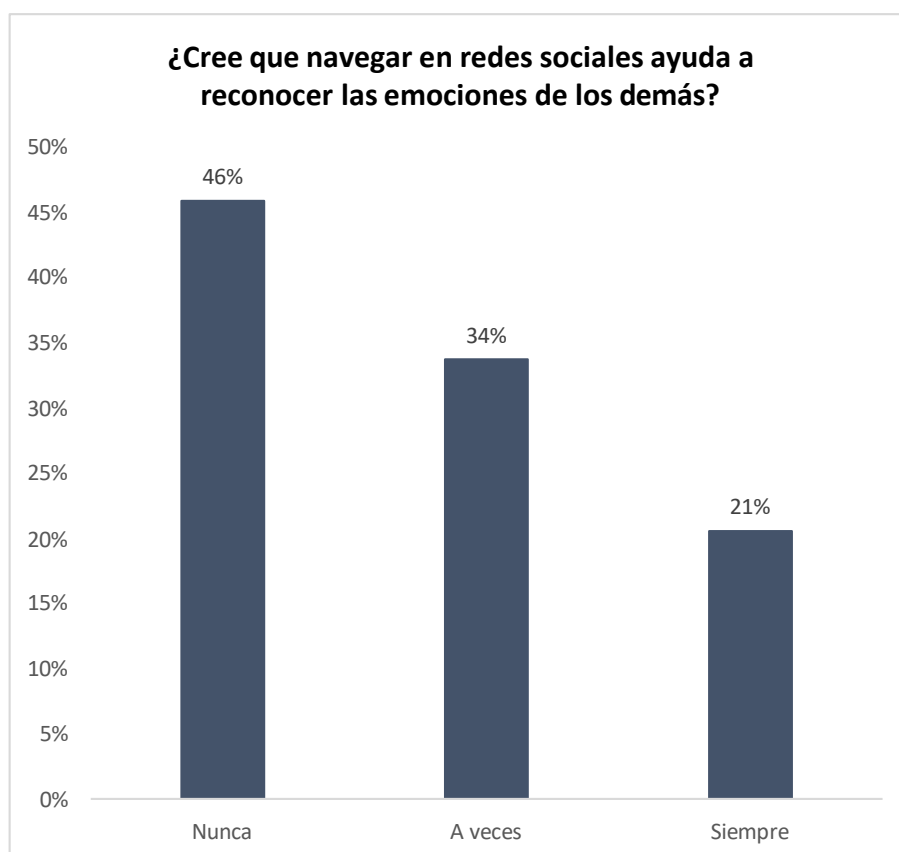


Figura 11 Cree que navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 46% nunca navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás, el 34% a veces navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás y el 21% siempre navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás.

Tabla 12

Cree que navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	29	15%
A veces	68	36%
Siempre	93	49%
TOTAL	190	100%

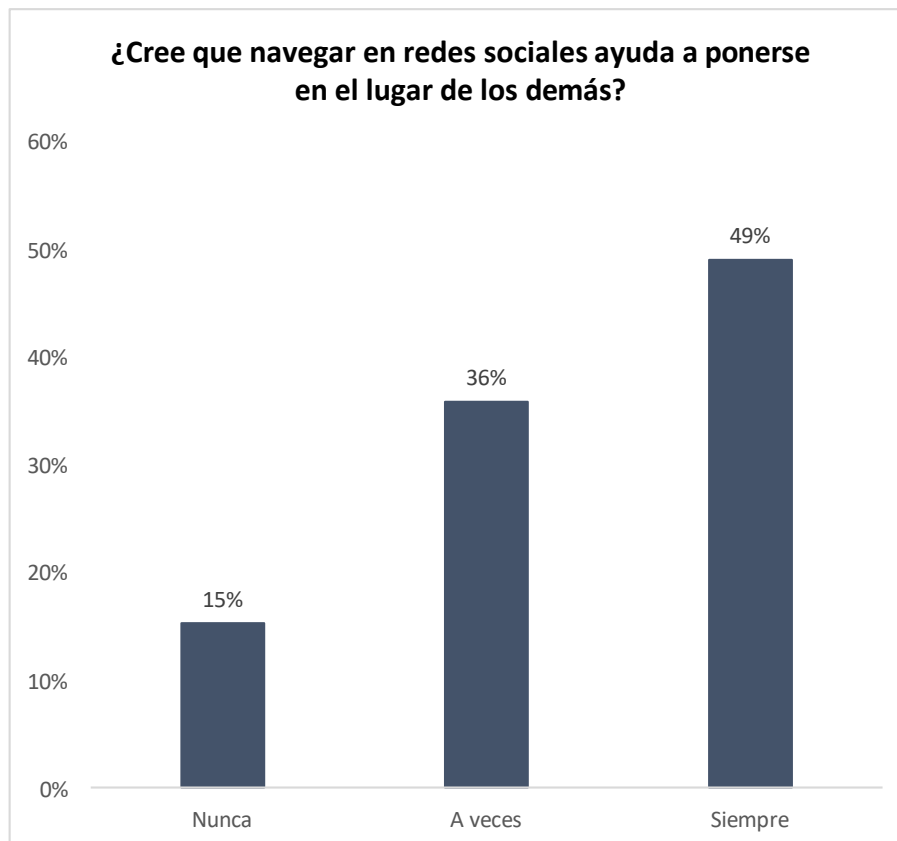


Figura 12 Cree que navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 15% nunca navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás, el 36% a veces navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás y el 49% siempre navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás.

Tabla 13

Cree que comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	35	18%
A veces	75	39%
Siempre	80	42%
TOTAL	190	100%

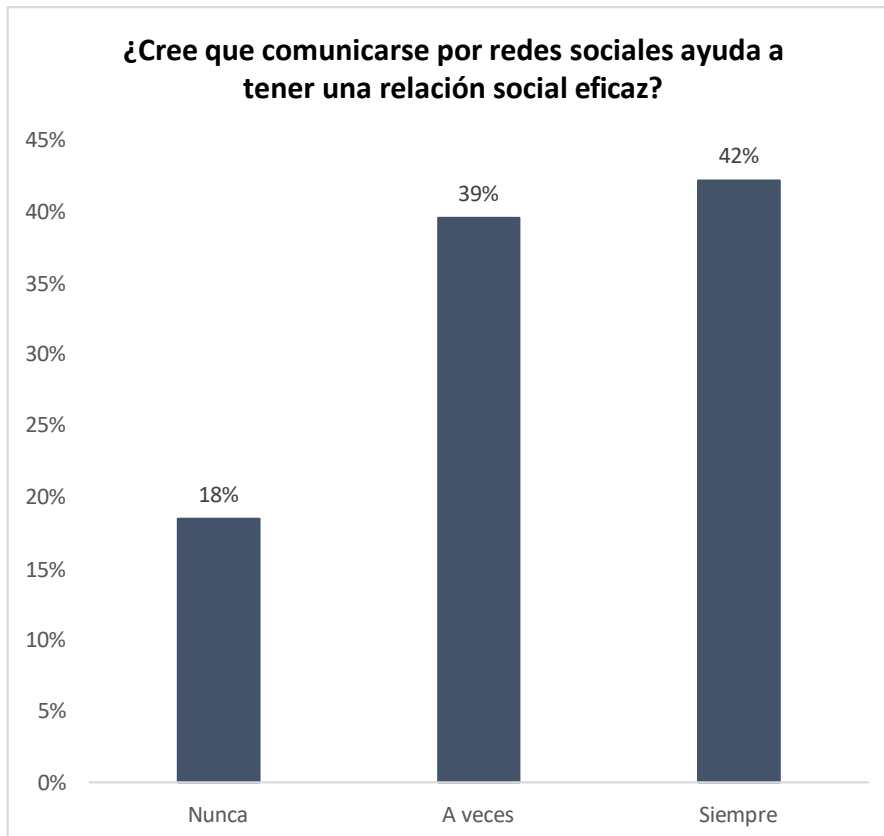


Figura 13 Cree que comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 18% nunca comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz, el 39% a veces comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz y el 42% siempre comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz.

Tabla 14
Cree que maneja eficazmente las redes sociales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	96	51%
A veces	64	34%
Siempre	30	16%
TOTAL	190	100%

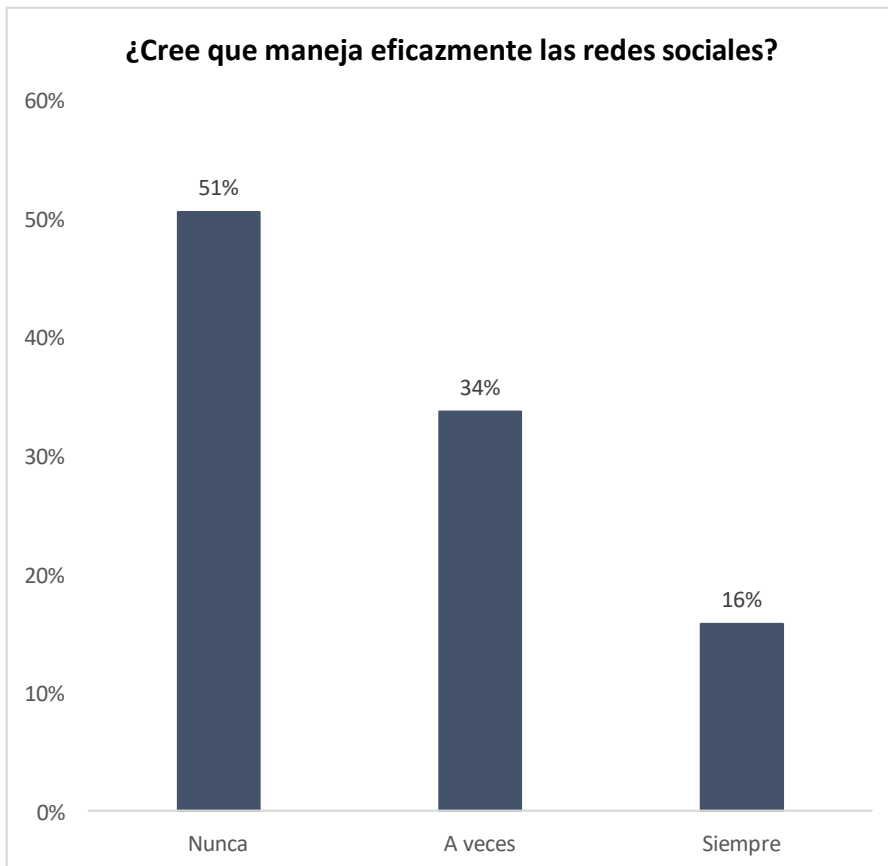


Figura 14 Cree que maneja eficazmente las redes sociales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 51% nunca maneja eficazmente las redes sociales, el 34% a veces maneja eficazmente las redes sociales y el 16% siempre maneja eficazmente las redes sociales.

Tabla 15

Cree que a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	100	53%
A veces	60	32%
Siempre	30	16%
TOTAL	190	100%

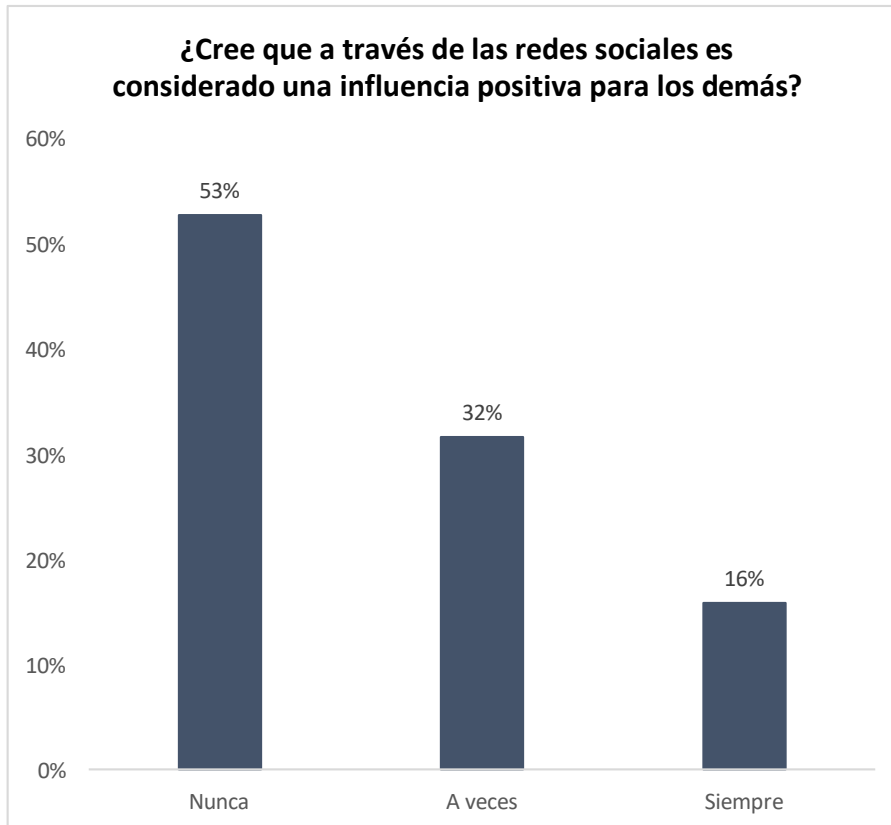


Figura 15 Cree que a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 53% nunca a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás, el 32% a veces a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás y el 16% siempre a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás.

Tabla 16

Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	29	15%
A veces	67	35%
Siempre	94	49%
TOTAL	190	100%

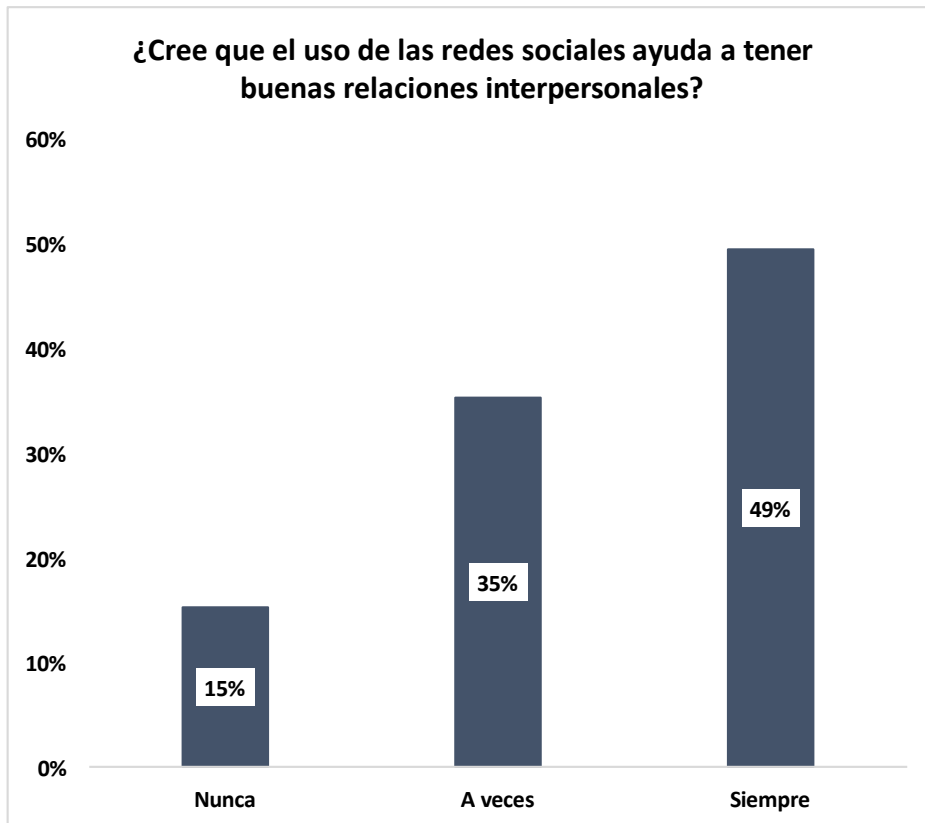


Figura 16 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 15% nunca el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales, el 35% a veces el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales y el 49% siempre el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales.

Tabla 17

Cree que el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	27	14%
A veces	49	26%
Siempre	114	60%
TOTAL	190	100%

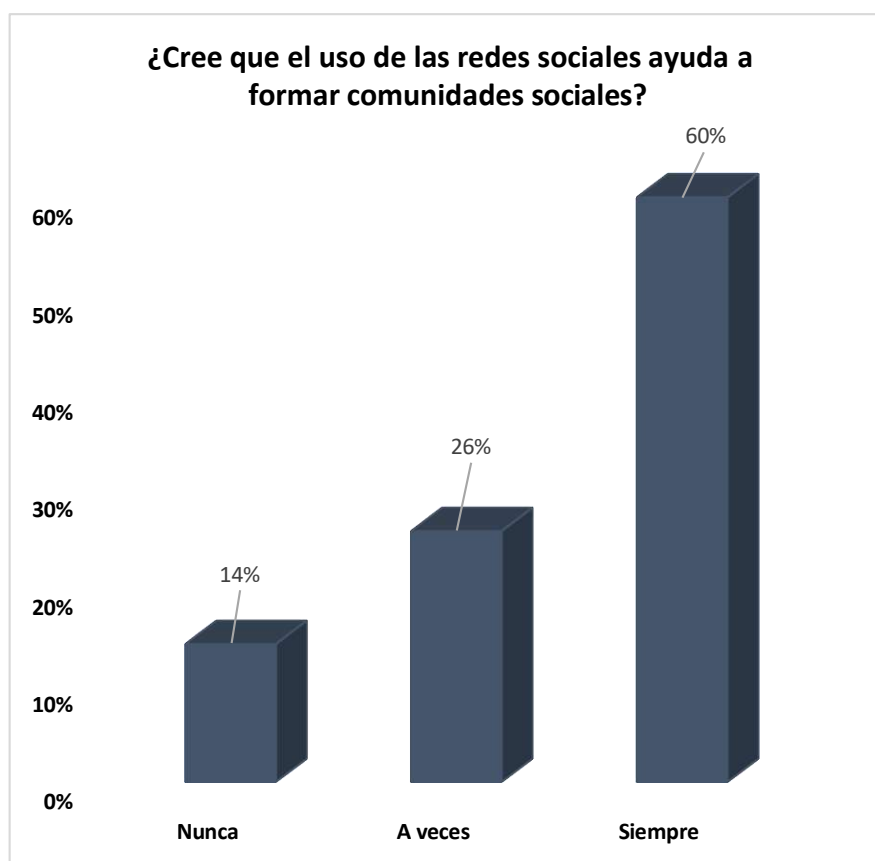


Figura 17 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 14% nunca el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales, el 26% a veces el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales y el 60% siempre el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales.

Tabla 18

Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	79	42%
A veces	64	34%
Siempre	47	25%
TOTAL	190	100%

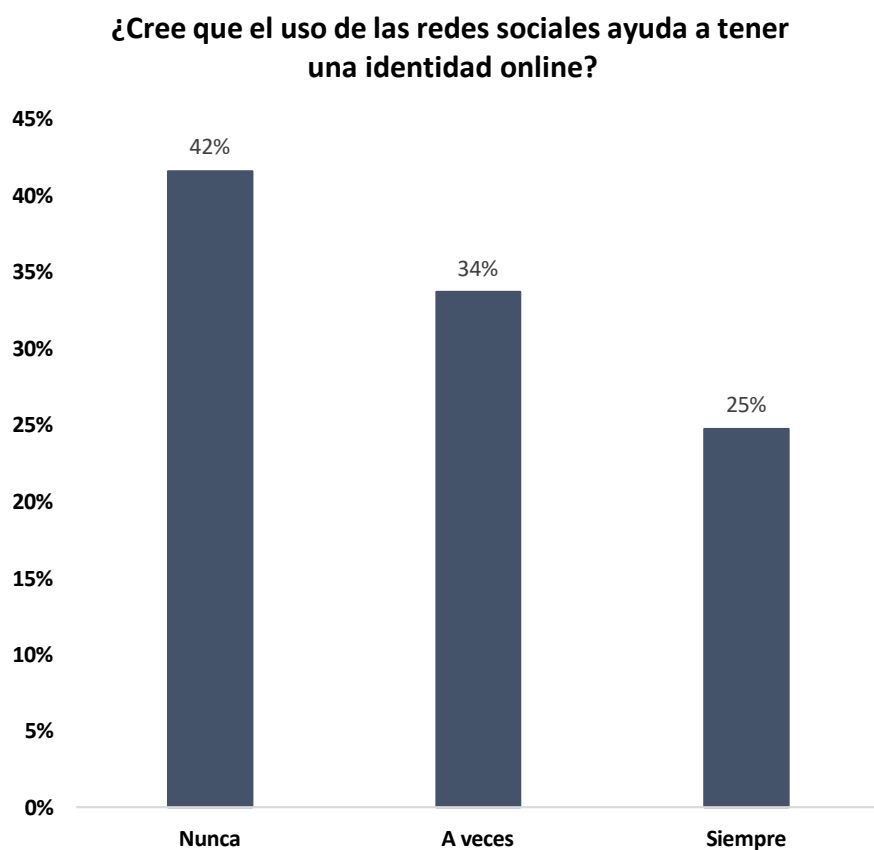


Figura 18 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 42% nunca el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online, el 34% a veces el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online y el 25% siempre el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online.

Tabla 19

Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	27	14%
A veces	54	28%
Siempre	109	57%
TOTAL	190	100%

¿CREE QUE EL USO DE LAS REDES SOCIALES AYUDA A TENER BUENA PARTICIPACIÓN SOCIAL?

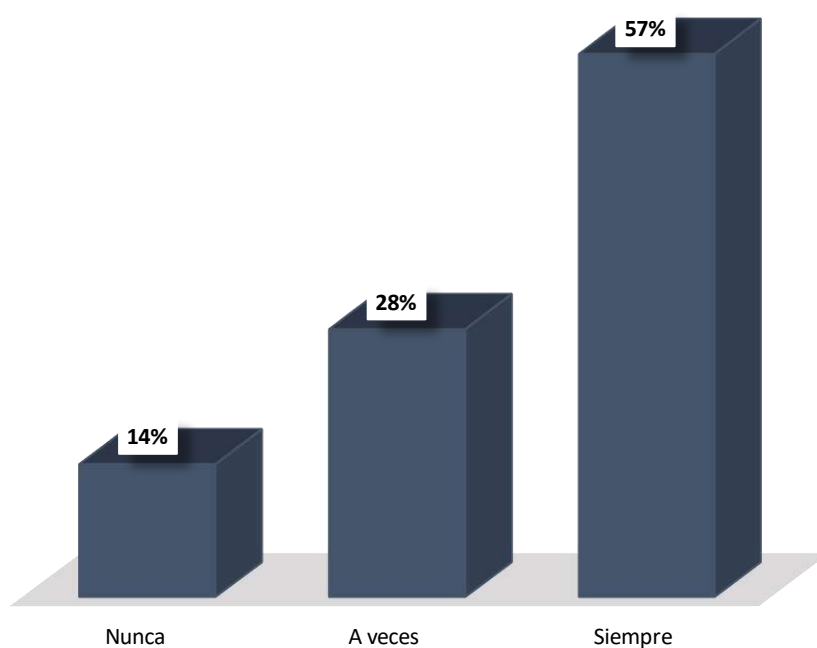


Figura 19 Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 14% nunca el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social, el 28% a veces el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social y el 57% siempre el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social.

Tabla 20

Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	19	10%
A veces	37	19%
Siempre	134	71%
TOTAL	190	100%

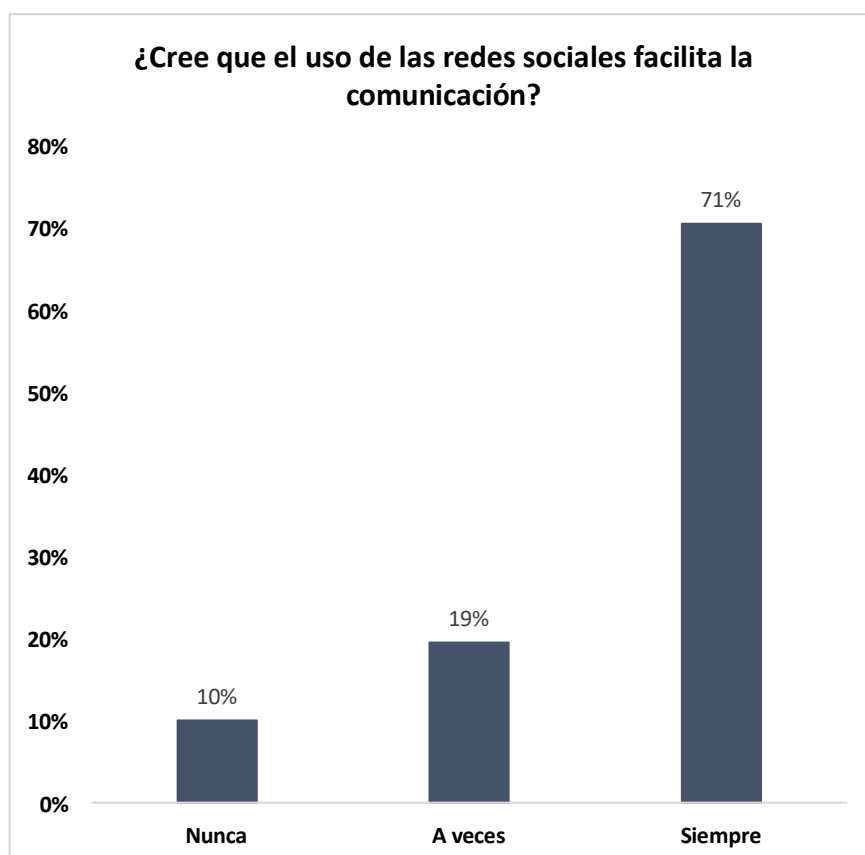


Figura 20 Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 10% nunca el uso de las redes sociales facilita la comunicación, el 19% a veces el uso de las redes sociales facilita la comunicación y el 71% siempre el uso de las redes sociales facilita la comunicación.

Tabla 21

Cree que el uso de las redes sociales facilita la difusión de información

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	27	14%
A veces	59	31%
Siempre	104	55%
TOTAL	190	100%

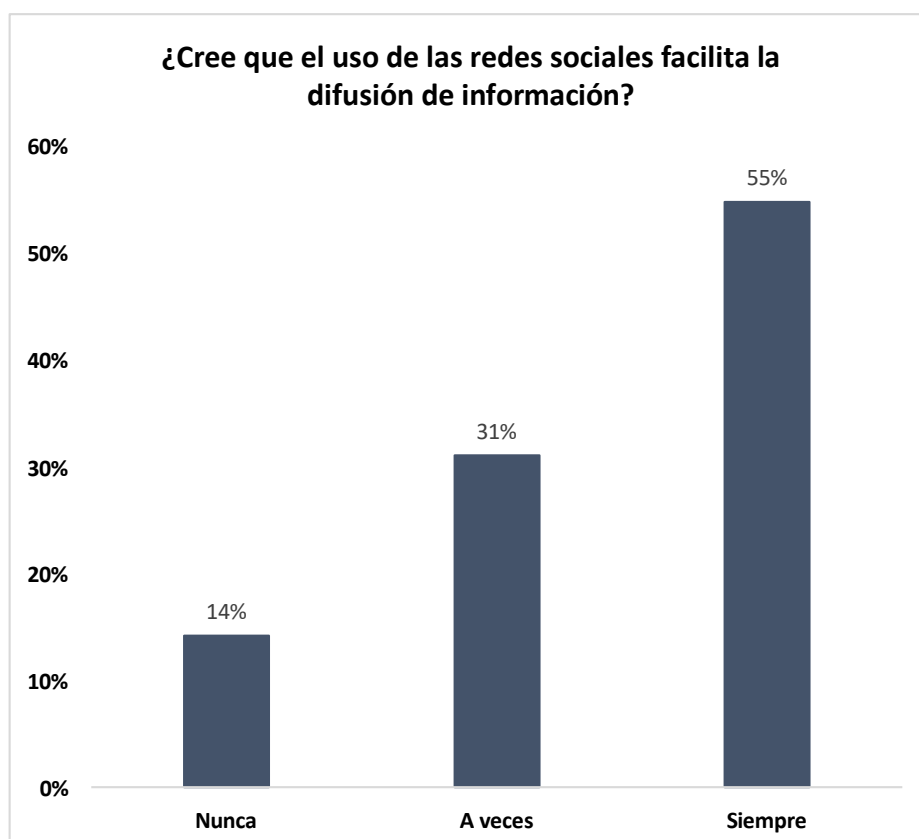


Figura 21 Cree que el uso de las redes sociales facilita la difusión de información

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 14% nunca el uso de las redes sociales facilita la difusión de información, el 31% a veces el uso de las redes sociales facilita la difusión de información y el 55% siempre el uso de las redes sociales facilita la difusión de información.

Tabla 22

Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	17	9%
A veces	48	25%
Siempre	125	66%
TOTAL	190	100%

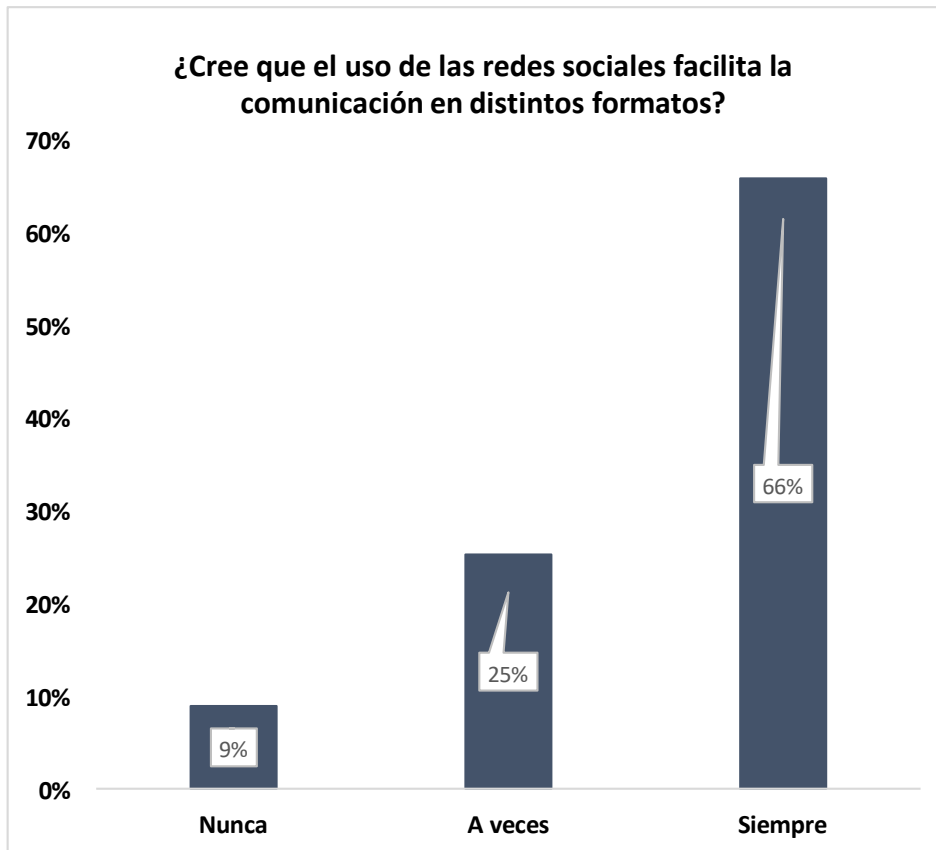


Figura 22 Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 9% nunca el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos, el 25% a veces el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos y el 66% siempre el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos.

Tabla 23

Cree que el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	28	15%
A veces	49	26%
Siempre	113	59%
TOTAL	190	100%

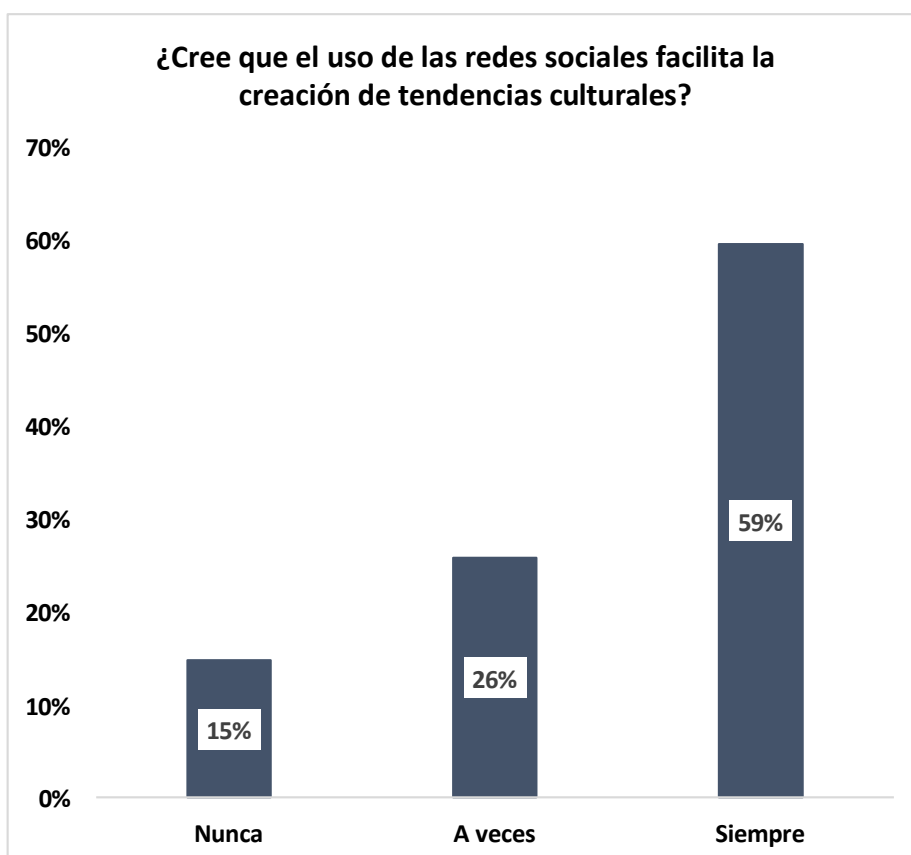


Figura 23 Cree que el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 15% nunca el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales, el 26% a veces el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales y el 59% siempre el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales.

Tabla 24

Cree que el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	19	10%
A veces	43	23%
Siempre	128	67%
TOTAL	190	100%

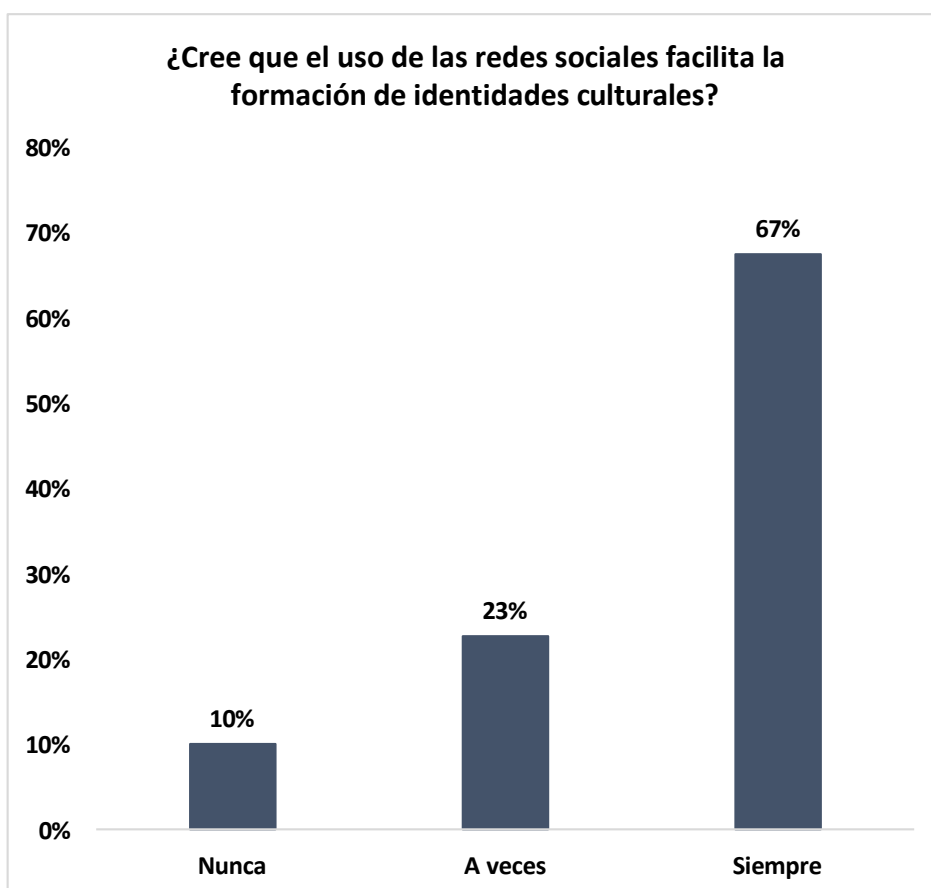


Figura 24 Cree que el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 190 estudiantes de la especialidad de Eppa y se afirma que; el 10% nunca el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales, el 23% a veces el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales y el 67% siempre el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales.

4.2 Contrastación de hipótesis

Paso 1:

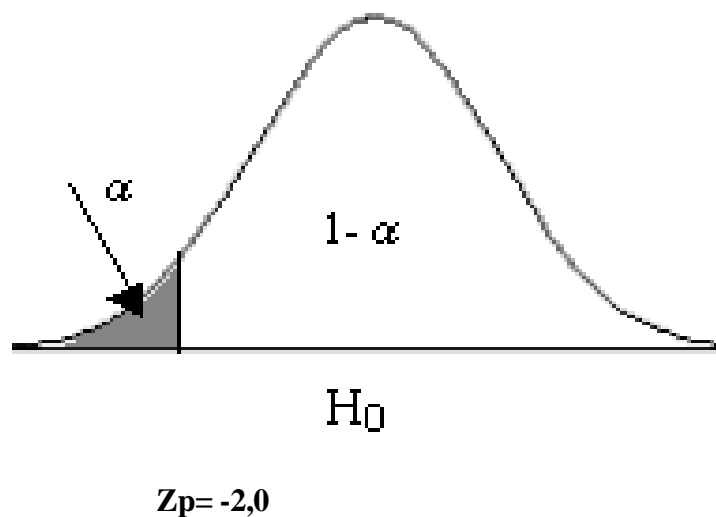
H₀: La inteligencia emocional no se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

H₁: La inteligencia emocional se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Paso 2: $\alpha=5\%$

Paso 3:

$$Z_c = -1,64$$



Paso 4:

Decisión: Se rechaza H_0

Conclusión: La inteligencia emocional se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Los resultados afirman la hipótesis alternativa que, la inteligencia emocional se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Tienen relación con Fernández & Gonzales (2022) en su tesis titulada *“adicción a las redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de secundaria de una institución educativa”*, concluye que la deficiencia de control personal a causa de la utilización de las redes sociales, esta se relaciona con la inteligencia emocional, además se relaciona de manera significativamente diferente y indica que, en el momento en que se posee menor control por utilizar las redes sociales, menor es la inteligencia emocional de los alumnos (p. 41).

Ademas, Serra (2021) en su tesis titulada *“redes sociales e inteligencia emocional durante la adolescencia”*, concluye que las redes sociales poseen provechos, sin embargo también hay riesgos en la salud psicológica de los jóvenes. Su utilización errónea tiene un efecto adverso en el progreso de las habilidades de socialización y la inteligencia emocional, dos características que son esenciales para la comodidad con uno mismo y los otros (p. 25).

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Se tiene como conclusión que la inteligencia emocional se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Se tiene como conclusión que la autoconciencia se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Se tiene como conclusión que la autorregulación se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Se tiene como conclusión que la motivación se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Se tiene como conclusión que la empatía se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

Se tiene como conclusión que las habilidades sociales se relacionan con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.

6.2 Recomendaciones

- Se aconseja ejecutar la escucha activa, la empatía, y la autorregulación a fin de promover más interactivos y positivos en la plataforma digital.
- También es fundamental delimitar los usos saludables de las redes sociales para no incurrir en una sobreexposición de emociones y tener un equilibrio entre la existencia online y off-line.
- Se aconseja admitir el efecto de las palabras que se utilizan, considerar la manera en la que las publicaciones y los comentarios de uno mismo pueden influir en los otros y evitar comunicar datos erróneos o nocivos.
- Se aconseja utilizar las redes sociales con el fin de generar vínculos positivos, Utilizar las redes sociales para desarrollar relaciones de ayuda, hallar sociedades de sustento y llevar a cabo experiencias felices.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes bibliográficas

Fernandez, I. (2020). la influencia de las redes sociales en la inteligencia emocional de jóvenes y adolescentes. *Pregrado*. Universidad de Almería, España.

Fernandez, S. (2022). adicción a las redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de secundaria de una institución educativa. *Pregrado*. Universidad Señor de Sipan, Pimentel, Perú.

Naranjo, D. (2022). inteligencia emocional y su relación con la adicción a las redes sociales en adolescentes. *Pregrado*. Universidad Tecnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Pazos, D. (2021). las redes sociales y su efecto en la inteligencia emocional de maestros y alumnos. *Pregrado*. Universidad Tecnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Rivera, A. (2020). relación entre inteligencia emocional y riesgo de adicción a redes sociales en un grupo de estudiantes. *Pregrado*. Universidad Peruana Cayetano heredia, Lima, Perú.

Serra, M. (2021). redes sociales e inteligencia emocional durante la adolescencia. *Pregrado*. Universidad de las Illes Balears, España.

Silvera, J. (2022). Inteligencia emocional y uso de redes sociales en estudiantes adolescentes de cuarto de secundaria. *Pregrado*. Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú.

Tarazona, M. (2022). inteligencia emocional y adicción a redes sociales en estudiantes de 4° y 5° de secundaria de Juanjui. *Pregrado*. Universidad San Martin de Porres, Lima, Perú.

Veloza, R., & Urbina, S. (2024). Redes sociales y el desarrollo de la Inteligencia emocional en los adolescentes. *Posgrado*. Universitat de les Belasers, España.

7.2 Fuentes electrónicas

Cuenca, M. (04 de 07 de 2024). *Redes sociales más utilizadas*. Obtenido de <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/redes-sociales-mas-usadas/>

Enriquez, L. (2022). *Redes Sociales*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Etecé, E. E. (21 de 03 de 2025). *Redes sociales*. Obtenido de <https://concepto.de/redes-sociales/>

Fernandez, P. (29 de 01 de 2025). *Inteligencia emocional: Qué es y para qué sirve*. Obtenido de <https://somosestupendas.com/inteligencia-emocional-que-es/>

Goleman, D. (2018). *Inteligencia emocional*. Obtenido de <https://www.editorialkairos.com/catalogo/p/inteligencia-emocional>

Gomez, I. (15 de 11 de 2024). *Inteligencia emocional*. Obtenido de <https://concepto.de/inteligencia-emocional/>

Laguna, O. (19 de 07 de 2023). *¿Qué es la inteligencia emocional y cuáles son sus características?* Obtenido de https://gestion.pe/tendencias/inteligencia-emocional-caracteristicas-tipos-ejemplos-test-medicion-nnda-nnlt-249127-noticia/?ref=gesr#google_vignette

Llonch, E. (06 de 12 de 2024). *¿Qué son las redes sociales? Tipos, usos y ventajas.*

Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-redes-sociales-y-cuales-son-las-mas-importantes>

Olafson, K. (21 de 01 de 2025). *Tamaños de las imágenes en redes sociales para todas las plataformas en 2025.* Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/tamano-de-las-imagenes-en-redes-sociales/>

Regader, B. (29 de 05 de 2015). *¿Qué es la Inteligencia Emocional?* Obtenido de <https://psicologiaymente.com/inteligencia/inteligencia-emocional>

Sanchez, J. (21 de 01 de 2025). *¿Cuál es la importancia de las redes sociales en tu estrategia de marketing?* Obtenido de <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/importancia-de-las-redes-sociales.html>

ANEXOS



ENCUESTA SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y REDES SOCIALES

I. INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta. Elija la que mejor describa lo que piensa usted, Solamente una opción, Marque con claridad la opción elegida con un aspa “X

1=Nunca; 2= A veces; 3= Siempre

INTELIGENCIA EMOCIONAL				
I. Autoconciencia		Calificación		
		1	2	3
1.	¿Cree que reconoce sus emociones cuando está conectado a las redes sociales?			
2.	¿Cree que comprende sus emociones cuando está conectado a las redes sociales?			
3.	¿Cree que es consciente de sus debilidades cuando está conectado a las redes sociales?			
II. Autorregulación		Calificación		
		1	2	3
4.	¿Cree que controla sus emociones cuando está conectado a las redes sociales por varias horas?			
5.	¿Cree que controla su estado de ánimo cuando está conectado a las redes sociales por varias horas?			
6.	¿Cree que reflexiona antes de responder cuando está conectado a las redes sociales por varias horas?			
III. Motivación		Calificación		
		1	2	3
7.	¿Cree que cuando utiliza las redes sociales se motiva a realizar sus actividades?			
8.	¿Cree que pasar varias horas en las redes sociales es un objetivo diario?			
9.	¿Cree que conversar por redes sociales con sus amistades lo ayuda a ser optimista?			
IV. Empatía		Calificación		
		1	2	3
10.	¿Cree que navegar en redes sociales ayuda a entender las emociones de los demás?			

11.	¿Cree que navegar en redes sociales ayuda a reconocer las emociones de los demás?			
12.	¿Cree que navegar en redes sociales ayuda a ponerse en el lugar de los demás?			
V. Habilidades sociales		Calificación		
		1	2	3
13.	¿Cree que comunicarse por redes sociales ayuda a tener una relación social eficaz?			
14.	¿Cree que maneja eficazmente las redes sociales?			
15.	¿Cree que a través de las redes sociales es considerado una influencia positiva para los demás?			
REDES SOCIALES				
VI. Dimensión social		Calificación		
		1	2	3
16.	¿Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buenas relaciones interpersonales?			
17.	¿Cree que el uso de las redes sociales ayuda a formar comunidades sociales?			
18.	¿Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener una identidad online?			
19.	¿Cree que el uso de las redes sociales ayuda a tener buena participación social?			
VII. Dimensión comunicacional		Calificación		
		1	2	3
20.	¿Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación?			
21.	¿Cree que el uso de las redes sociales facilita la difusión de información?			
22.	¿Cree que el uso de las redes sociales facilita la comunicación en distintos formatos?			
VIII. Dimensión cultural		Calificación		
		1	2	3
23.	¿Cree que el uso de las redes sociales facilita la creación de tendencias culturales?			
24.	¿Cree que el uso de las redes sociales facilita la formación de identidades culturales?			

Muchas gracias por su participación 😊 😊

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuál es la relación de la inteligencia emocional y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS: ¿Cuál es la relación de la autoconciencia y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I? ¿Cuál es la relación de la autorregulación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I? ¿Cuál es la relación de la motivación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I? ¿Cuál es la relación de la empatía y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I? ¿Cuál es la relación de las habilidades sociales y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Establecer la relación de la inteligencia emocional y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS: Establecer la relación de la autoconciencia y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. Establecer la relación de la autorregulación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. Establecer la relación de la motivación y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. Establecer la relación de la empatía y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. Establecer la relación de las habilidades sociales y las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL: La inteligencia emocional se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICOS: La autoconciencia se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. La autorregulación se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. La motivación se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. La empatía se relaciona con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I. Las habilidades sociales se relacionan con las redes sociales de los estudiantes de la especialidad de Eppa de la Universidad de Huacho, 2025-I.</p>	<p>VARIABLE X</p> <p>Inteligencia emocional</p> <p>VARIABLE Y</p> <p>Redes sociales</p>	<p>X1= Autoconciencia</p> <p>X2= Autorregulación</p> <p>X3= Motivación</p> <p>X4= Empatía</p> <p>X5= Habilidades sociales</p> <p>Y1= Dimensión social</p> <p>Y2= Dimensión comunicacional</p> <p>Y3= Dimensión cultural</p>	<p>NIVEL DE INVESTIGACION: correlacional</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACION No experimental</p> <p>TIPO DE INVESTIGACION Básico</p> <p>ENFOQUE DE LA INVESTIGACION: Cuantitativo</p> <p>POBLACION: 362 estudiantes</p> <p>MUESTRA: 190 estudiantes</p> <p>ESTADISTICO DE PRUEBA: Spss</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS: Cuestionario</p> <p>15 preguntas para medir la variable X</p> <p>09 Preguntas para medir la variable Y</p>