



ESTADÍSTICA AVANZADA

TEMA GENERAL: USO DE LAS REDES SOCIALES

Elaborado por:

- ✚ Msc. Ana María Torres Ortiz.
- ✚ Gabriela Roxana Rosales Hernández.
- ✚ Alicia de los Ángeles Santana González.
- ✚ Judith Massiel Téllez Cruz.
- ✚ Lighannya Dayanna Torres Villagra.

Carrera:

- ✚ Licenciatura en Administración de Empresas.

Managua, Nicaragua

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Dedicatoria..... | 1 |
| Agradecimiento | 2 |
| Tema General | 3 |
| Tema Específico | 3 |
| Introducción..... | 4 |
| Capítulo I – Planteamiento del Problema..... | 6 |
| 1.1. Justificación | 6 |
| 1.2. Antecedentes | 7 |
| 1.3. Problema General | 9 |
| 1.3.1. Problema Especifico | 9 |
| Capítulo II – Objetivos | 10 |
| 2.1. General..... | 10 |
| 2.2. Específicos..... | 10 |
| Capítulo III – Marco de Referencias Teóricas..... | 11 |
| 3.1. Marco Teórico | 11 |
| 3.1.1. Teoría Científica | 11 |
| 3.2. Definición de Variables según Autores | 13 |
| Capítulo IV – Hipótesis | 20 |
| Capítulo V – Diseño Metodológico..... | 21 |
| 5.1. Enfoque de Investigación | 21 |
| 5.2. Tipo de Investigación | 21 |
| 5.3. Población y Muestra | 21 |

| | |
|--|----|
| 5.4. Variables de Estudio..... | 23 |
| 5.5. Métodos, Técnicas e Instrumentos | 23 |
| 5.6. Recursos | 24 |
| 5.7. Obtención de la información | 24 |
| 5.8. Esquema de Desarrollo de Resultados | 26 |
| 5.9. Procesamiento de Datos..... | 26 |
| 5.10. Proceso de Codificación de Datos | 27 |
| 5.11. Proceso de Frecuencia y Gráficas..... | 28 |
| 5.12. Validez y Confiabilidad..... | 28 |
| Capítulo VI – Análisis de los Resultados | 29 |
| Capítulo VII – Conclusión y Recomendaciones | 46 |
| Capítulo VIII – Bibliografías..... | 47 |
| Bibliografía..... | 47 |
| Capítulo IX – Anexos | 50 |
| 9.1. Cronograma de Actividades | 50 |
| 9.2. Instrumentos de recolección de información..... | 51 |
| 9.3. Proceso de Frecuencia de Datos | 52 |
| 9.4. Imágenes..... | 52 |

Dedicatoria

Dedicamos primeramente nuestro trabajo a Dios, nuestro amado Padre y creador de todas las cosas. El que nos ha dado fortaleza y nos ha bendecido con sabiduría para llevar a cabo esta investigación.

De igual forma, a nuestros padres, abuelos y hermanos. A quienes agradecemos su cariño, apoyo y comprensión, a ustedes, que nos han llenado de amor y han dado lo mejor de sí para formarnos con buenos sentimientos, hábitos, valores morales y cristianos. Lo cual nos ha ayudado a salir adelante siempre buscando el mejor camino.

A nuestra maestra, por siempre guiarnos en el proceso y por los copiosos conocimientos que nos han otorgado durante este cuatrimestre. No fue sencillo el camino, pero gracias a su dedicación, aportes, bondad y responsabilidad logramos cumplir esta meta con mucho éxito.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a nuestros padres por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradecemos de manera especial a la docente Ana Torres Ortiz tutora de nuestro proyecto de investigación por haber compartido sus conocimientos y guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los estudiantes de la institución por su valioso aporte para nuestra investigación.

Tema General

Uso de las Redes Sociales.

Tema Específico

Influencias del uso de las redes sociales en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas como una ventana a la interacción social, Univalle I y II C 2023.

Introducción

A través de la historia de la humanidad, los seres humanos hemos utilizado diversas formas para comunicarnos, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados. El primer medio de comunicación considerado moderno, fue la telegrafía, seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y satélite, y por supuesto Internet. Fue así como surgieron las redes sociales, cuyo “origen se remonta a 1971 Por aquel entonces, se envió el primer correo electrónico, lo que hizo posible la comunicación entre usuarios a través de internet “.

Las redes sociales han llegado para quedarse, eso está claro y es que desde 1995 cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com, con el fin de que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, universidad han revolucionado la forma en que las personas se relacionan y comunican en la sociedad contemporánea. A principios del año 2002 aparecieron los primeros sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea y fue hasta el año siguiente que las redes sociales se hicieron populares con la llegada de sitios tales como MySpace4 y Xing5. La popularidad de estos sitios creció rápidamente incitando a que también muchas compañías abrieran un espacio para dar cabida a las redes sociales de Internet.

En las últimas décadas, estas plataformas digitales se han convertido en un elemento central de la interacción social, permitiendo a individuos de todo el mundo conectarse, compartir información, ideas, así como mantenerse actualizados sobre la vida de amigos, familiares, celebridades y eventos globales. No obstante, el uso de las redes sociales también ha generado preocupaciones relacionadas con la privacidad, la veracidad de la información, la adicción y la polarización de opiniones. La influencia del uso de las redes sociales como un portal a la interacción social es un fenómeno que ha transformado radicalmente la forma en que las personas se conectan, se expresan y participan en la sociedad. hasta este momento, la evolución y servicios ofrecidos por estas plataformas no ha hecho más que crecer y esto, a su vez, nos ha llevado a pasar cada vez más tiempo navegando en las redes, tanto a nivel profesional, como con fines meramente de ocio. las redes sociales se han convertido en

ventanas virtuales a un mundo de relaciones, información y experiencias, trascendiendo las limitaciones geográficas y abriendo nuevas posibilidades para la comunicación social.

A través de esta ventana virtual, los jóvenes pueden expresar sus opiniones, descubrir noticias y tendencias, y establecer relaciones con personas de diversos orígenes y culturas. sobre todo, analizar el crecimiento exponencial de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresa y su influencia en la comunicación y la esfera pública, el pertenecer a una red social para poder estar en contacto con la sociedad y el entorno que nos rodea que acompañan a los estudiantes en cada momento ya que éstos se han convertido en los principales actores/consumidores surgida en el seno de Internet. Se convierte en una realidad que puede constituir riesgos para una generación que se encuentra en período de crecimiento, de establecimiento de escala de valores y de formación de su personalidad, así como los desafíos y oportunidades que plantean en áreas como la privacidad, la seguridad y la desinformación, ya que las redes sociales se han convertido en una parte esencial de la vida moderna, y es fundamental comprender su impacto y evolución en la sociedad actual.

Esta investigación contempla 4 capítulos metodológicos donde se abordará en el Capítulo I - Planteamiento del problema, Capítulo II - Marco de referencias teóricas, Capítulo III - Diseño metodológico, Capítulo IV - Análisis de los resultados, desglosando en cada capítulo el tema planteado.

Capítulo I – Planteamiento del Problema

1.1. Justificación

Las redes sociales son páginas creadas para proporcionar un mayor contacto entre conocidos. Estas hoy en día han tenido gran auge y son de uso diario y prácticamente “necesario” debido a cierta dependencia que se ha creado a las mismas, el cual, han venido a revolucionar el mundo y facilitar la comunicación de las personas a nivel de todas las edades, principalmente en jóvenes universitarios que son los que más utilizan diferentes tipos de plataforma digitales, donde mayormente la conforma la nueva generación nacida en una nueva era tecnológica.

Los jóvenes de hoy en día hacen usos de las redes sociales, como principal fuente de diversión, para ponerse en contacto con sus amigos e intercambiar mensajes y conocer personas, ya que las redes sociales ofrecen espacios interactivos y de permitiendo que les den menor importancia a las actividades creativas para su cuerpo y mente.

En la actualidad es muy evidente que las redes influyen en muchos casos de una manera negativa en el desarrollo de estudiantes en las universidades. La mala planificación de tiempo, junto con el “entretenimiento” que las redes sociales brindan, provocan que, en muchas ocasiones la prioridad sea la conexión con alguna red social, dejando de lado las responsabilidades.

Nos interesa indagar sobre el uso de las redes sociales en jóvenes universitarios dentro del espacio estudiantil, porque como jóvenes que cursamos diversas carreras identificamos que durante las relaciones sociales es notorio que los estudiantes solo se comunican con el teléfono celular. Por lo cual, podemos afirmar que: Cuando los jóvenes se vuelven dependientes de las redes sociales, no interactúan si no es a través de las redes sociales convirtiendo esto en una grave problemática que debe ser vista con mayor seriedad porque vivimos actualmente inmersos en un ambiente lleno de rudeza.

1.2. Antecedentes

Dada la investigación realizada para abarcar los diferentes objetivos específicos de este amplio tema, se encontraron diversas fuentes de información que coinciden el contenido a trabajar, es digno de mencionar que el primer precedente de red social, se remonta a 1995, con la creación de “Sixdegrees.com” (seis grados.com). Esta red permitía poner en contacto a amigas y amigos, agrupándolos según el grado de relación que tuvieran, para que interactuaran a través del envío de mensajes. “SixDegrees” estaba basada en la teoría de los seis grados de separación del psicólogo Stanley Milgram.

A comienzos de la década de los 2000, específicamente entre el año 2001 y 2002, aparecieron los primeros sitios web que promovieron la creación de redes basadas 4 en círculos de amigos en línea, estos mismo se popularizaron en 2003, con la llegada de redes sociales específicas, que ya ofrecían espacios de intereses afines.

En el mundo de las redes sociales, a lo largo de los años, ha habido algunas fusiones significativas que han tenido un impacto en el panorama digital. En 2012, Facebook adquirió Instagram, una popular plataforma de intercambio de fotos, lo que permitió a Facebook ampliar su alcance y aprovechar el crecimiento y la popularidad de Instagram.

En la búsqueda sobre estudios que se han llevado a cabo acerca del tema del uso de redes sociales, se encontró un análisis por estudiantes de La Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar en Guatemala, sobre la adicción a redes sociales en jóvenes de 14- 16 años, el cual fue realizado en el primer semestre del año 2013. Este estudio determinó como se pueden manifestar criterios suficientes para considerar que se presenta adicción al consumo y uso de este tipo de sitios.

El libro “Adicción a la redes sociales y nuevas tecnologías en adolescentes”. Este libro fue publicado en 2014, en el cual su problemática se basa en una guía práctica que describe las características de los nuevos avances de la tecnología, se plantean los principales peligros a los que los jóvenes se encuentran expuestos y se detallan los principales factores de riesgo y de este libro Ana Requesens Moll quien se ha encargado de dirigir la Fundación Gaudium. Ha sido responsable del comité organizador de diversos simposios internacionales sobre ludopatía y adicciones sin drogas y es coautora de la Guía para padres y educadores

sobre el uso seguro de Internet, videojuegos y móviles. Y, Enrique Echeburúa Odriozola catedrático de Psicología Clínica en la Universidad del País Vasco.

Facebook también adquirió WhatsApp en el 2014, una aplicación de mensajería instantánea ampliamente utilizada en todo el mundo. Esta compra fortaleció aún más la posición de Facebook en el mercado de la mensajería y permitió una mayor integración entre las plataformas.

En 2016, Microsoft adquirió LinkedIn, una red social profesional utilizada para conexiones laborales y búsqueda de empleo. Esta compra permitió a Microsoft expandir su presencia en el ámbito empresarial y combinar las capacidades de LinkedIn con sus productos y servicios existentes. En cambio, Twitter, Elon Musk, consejero delegado de Tesla y SpaceX, ha comprado la red social por 44.000 millones de dólares y ha llevado a cabo el despido de sus principales directivos, apostando por una mayor libertad de expresión. Twitter podría dejar de moderar parte de su contenido, lo que podría deshacer años de trabajo por parte de la empresa para abordar la desinformación y el acoso.

El nuevo Informe Global digital 2022, publicado en colaboración con Hootsuite y We Are Social, revela nuevos hitos impresionantes. Para TikTok. Como referencia, vimos que los usuarios pasaban, en promedio, 19.6 horas al mes en la aplicación de TikTok para Android en 2021, y 23.7 horas al mes en YouTube (igualmente en dispositivos Android).

Así pues, las cifras más recientes muestran que el tiempo por usuario en TikTok ha aumentado más de 20% en el primer trimestre de 2022 en comparación con todo el 2021. Por su parte, el tiempo por usuario en YouTube disminuyó poco más de 2%.

Según el Digital Report del año 2023 realizado por la agencia creativa especializada en Social Media y Hootsuite, líder mundial en gestión de redes sociales, muestra que el crecimiento de los usuarios en las redes sociales continúa con una tendencia al alza, sobre todo después de la pandemia mundial hasta alcanzar la cifra de 4.760 millones de usuarios. El número de usuarios actualmente equivale a más del 59,4% de la población total del mundo, siendo el crecimiento interanual este último año del 3%.

1.3. Problema General

- ¿Cuál es la influencia del uso de las redes sociales como interacción social en los jóvenes de la carrera de Administración de Empresas de Universidad del Valle del II y III cuatrimestre 2023?

1.3.1. Problema Especifico

- ¿Cómo es el uso de las redes sociales durante una interacción a la influencia social?
- ¿Cuáles son los factores que inciden en la interacción social con el uso de las redes?
- ¿Cuál es el índice el índice de utilidad académico y educativo que se le brinda al uso de las redes sociales como beneficio en la interacción social?
- ¿Qué estrategias complementa a la formación académica el uso de las redes sociales?
- ¿De qué manera el uso de las redes sociales influye en los jóvenes desde perspectivas positivas y negativas?

Capítulo II – Objetivos

2.1. General

- Identificar la influencia del uso de las redes sociales como interacción social en los jóvenes de la carrera de Administración de Empresas de Universidad del Valle del II y III cuatrimestre 2023.

2.2. Específicos

- Definir el uso de las redes sociales como una interacción a la influencia social.
- Demostrar los factores que inciden a la interacción social el uso de las redes.
- Analizar el índice de utilidad académico y educativo que se le brinda al uso de las redes sociales como beneficio en la interacción social
- Explicar las estrategias que complementan a la formación académica el uso de las redes sociales.
- Valorar de qué manera el uso de las redes sociales influye en los jóvenes desde perspectivas positivas y negativas.

Capítulo III – Marco de Referencias Teóricas

3.1. Marco Teórico

Definición de lo que es Marco Teórico según autores:

Daros, W. R. (2005). Analiza la estructura y la jerarquía epistemológica de una teoría y la función de la inducción y de la invención en el contexto de una definición de ciencia es lo que encuadra, contiene, ubica y hace relevante el sentido del problema. Una teoría, en cuanto permite describir, comprender, explicar e interpretar los problemas, les da a los mismos un marco.

El marco teórico en realidad consiste en un proceso deductivo que vincula las ideas y concepciones teóricas más abstractas con conceptos o ideas más específicos, que son los que provienen de las denominadas teorías sustantivas. Estas al tener un nivel más bajo de abstracción (son más concretas, menos generales) permiten plantear observables (indicadores) que son los se utilizaran para la construcción de la evidencia empírica (ver Manual de CLACSO, 2005: 35, 40/43).

Según Roberto Hernández Sampieri (2008) Autor del libro Metodología de la Investigación que distribuye McGraw-Hill para estudiantes y profesores, cita que un marco teórico es una de las fases más importantes de un trabajo de investigación, consiste en desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado.

3.1.1. Teoría Científica

Teoría sobre los medios de comunicación masiva. (Mass Communication Research) 1933 Roosevelt.

En la actualidad, las interacciones en redes sociales se han convertido en la base de las interacciones humanas cotidianas. Este tipo de interacciones son las que ocurren en las plataformas digitales, a través de internet. Tienen sus propias características, por eso no son equivalentes a las que resultan de la comunicación cara a cara entre individuos.

Si bien la identidad ha sido uno de los fenómenos o preocupaciones de filósofos y académicos desde hace cientos de años, y en vista que en estos ámbitos se trabaja con dicho término como una cualidad o esencia en el interior de los individuos consideramos que la presente contextualización del término deberá dejar a un lado los abordajes tradicionales que clausuran las posibilidades de acercarse a estos fenómenos desde una orientación relacional, ya que restringen la identidad a una propiedad exclusivamente individual, por lo tanto esta investigación estará guiada por autores que trabajan este constructo desde una orientación más social y menos individualista.

Para Mead (1972) la identidad es un proceso de construcción en donde las personas se definen a sí mismas en la medida en que interactúan con otras personas de forma simbólica. Mead plantea que los individuos internalizan las expectativas y actitudes de los otros y en este proceso el sí mismo se convierte en objeto de su propia reflexión, una vez que el sujeto reflexiona sobre sí y es capaz de verse como objeto de estudio, se da una identificación con las cualidades o características de aquello con que el individuo se relaciona íntimamente y desde donde se define.

Ciertamente internet y las redes sociales son escenarios en los cuales las personas pueden permitirse decir y hacer lo que en la vida en sociedad implicaría reprimir o postergar. Los mensajes mediáticos proveen a los individuos conocimiento y representaciones sobre la realidad y la vida cotidiana, colaborando en las significaciones que permiten articular la realidad de los individuos, mediante procesos de simbolización, los individuos tienden a incluir o excluir de sus propios conocimientos lo que los medios de comunicación incluyen o excluyen de su propio contenido (Petit y Virdó, 2006).

Las redes sociales se han convertido en una herramienta que permite el aprendizaje colaborativo e involucra espacios de intercambio de información que fomentan la cooperación.

Uno de los retos de la educación actual debe ser reconstruir el espacio educativo y adaptarlo a la sociedad que se sujeta a cambios continuos, no deben ser obviadas para su estudio, ya que su arraigo y fascinación en los jóvenes son una posibilidad didáctica enorme, puesto que el eje de todas ellas se adscribe a la interacción y capacidad de responder y comunicar con rapidez y elocuencia (Artero, 2011).

Como ambientes mediáticos, las redes sociales en principio fueron destinadas a actividades de entretenimiento y socialización, y posibilitaban a cualquier persona encontrar contenidos de su interés (grupos afines, citas, socialización virtual). Sin embargo, posteriores remediaciones les permitieron comenzar a cumplir útiles funciones de vinculación y enlace social, situación propicia para el desarrollo de redes sociales basadas en la inteligencia colectiva de activos grupos de prosumidores (productores y consumidores). A partir de 2003, los prosumidores que participan en redes sociales generan mayor cantidad de información pública que las organizaciones. A través de redes sociales y blogs, los prosumidores asumen el rol protagónico en la sociedad de la información y el conocimiento, desbordando a las instituciones.

3.2. Definición de Variables según Autores

Influencia

Es uno de los conceptos importantes en nuestro tema de investigación y sus aportes científicos son los siguientes:

Posibilidad que tiene una persona o un grupo de alterar o condicionar el comportamiento ajeno. (RAE)

La influencia corresponde a la fuerza que posee el líder sobre sus seguidores para inducir el cambio en ellos, incluyendo cambios en comportamientos, actitudes y valores. Munduate y Medina (2004).

Parsons (1964) La influencia es la manera de tener cierto efecto sobre las actitudes y opiniones de otros a través de la acción intencional.

La influencia dentro de sus bases teóricas, desarrolla un papel fundamental ya que lo podemos ubicar como una acción y a la vez un efecto de influir sobre los actos que una cosa que produce sobre otra.

Redes

Cabe destacar que la ciencia dice:

(Castells, 2005) una red es un conjunto interconectado de nodos, y lo que un nodo es depende del tipo de redes a que nos refiramos”.

Martínez Torvisco (1998) “Es el conjunto de canales existentes en el grupo organizado, por los cuales son transmitidos los mensajes.

Según Rivera (2016), una red es la interconexión entre dos o más equipos que se comunican entre sí para transmitir o recibir información en distintos instantes de tiempo además de compartir recursos.

Las redes son una manera que brindan información a través de enlaces que proporcionan conexiones entre dos o más puntos definidos para realizar un servicio de comunicación entre ellos, facilitando la creación de grupos con intereses comunes para interactuar contenidos.

Redes Sociales

Algunas de las bases conceptuales son:

Según Hüitt Herrera, H., (2012), “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”

Para Marqués, P. y Fresno, M. D. (2015), “una red social es un conjunto de individuos dentro de una estructura de relaciones. Esa estructura es un soporte casi “virtual”, un tejido que se origina entre los individuos interrelacionados por vínculos de amistad, de colaboración, o de otro tipo de interés”.

Celaya (2008) “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”.

Las redes sociales son dispensables como medios digitales, se especializan para intercambiar pensamientos, ideas, y contenidos con otros usuarios que comparten gustos e intereses.

Administración de Empresas

Definiendo según estudios:

(George R. Terry) “La Administración es un proceso distintivo que consiste en la planeación, organización, ejecución y control, ejecutados para determinar y lograr los objetivos, mediante el uso de gente y recursos”.

(J.D. Mooney) “La Administración es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás, con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana”.

(Peterson y Plowman) “La Administración es una técnica por medio de la cual se determinan, clarifican y realizan los propósitos y objetivos de un grupo humano particular.”

La Administración de Empresas es necesaria para la variedad de oportunidades en la gestión empresarial, una rama de conocimientos que ofrece a quienes la escogen para lograr el máximo beneficio posible para una entidad u organización.

Influencia Social

Aporte que nos hace referencia:

Allport (1989) La influencia social corresponde a uno de los objetos de estudio centrales dentro de la psicología social, lo define como una forma de comprender y explicar la forma en la que los sentimientos, pensamientos y conductas de las personas se ven influenciados por la presencia real o imaginaria de otros.

Según Huici, Molero, Ángel, & Morales (2012): La influencia social puede definirse como el conjunto de procesos mediante los cuales las interacciones sociales modifican la percepción, los juicios, los modos de pensar o de actuar de un individuo.

La influencia social radica en el comportamiento de otros sin utilizar fuerzas, como el cambio de conducta que se da en una persona cuando interactúan con otros en donde se encuentra la conformidad y la aceptación social.

Índice

Cabe destacar que la ciencia dice:

Según la RAE Indicio o señal de algo.

Universidad del Salvador (2022), Un índice es una herramienta para la organización del contenido. Ayudan a los lectores a ubicar rápidamente aquello que les interesa, lo que contribuye a un aprovechamiento más eficiente de la lectura del material.

(CP 2.248, c. 1903). Peirce define el índice en uno de sus escritos semióticos como un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de estar realmente afectado por ese Objeto"

Un índice es una lista ordenada con algún criterio de libros, apartados de monografías y otras publicaciones similares que permiten la ubicación del material.

Utilidad

Cabe destacar que la ciencia dice:

(Castañeda, 1991). utilidad se entiende como la cualidad que poseen los bienes para satisfacer los deseos o apetitos humanos. La utilidad no es una propiedad exclusivamente objetiva de los bienes, de hecho, la utilidad varía considerablemente de acuerdo con las modificaciones de los gustos.

(Ricardo, 1817). como la capacidad de un producto para contribuir a la satisfacción humana.

El Diccionario de la RAE define utilidad como "Provecho, conveniencia, interés o fruto que se saca de algo".

La utilidad desempeña una medida de satisfacción en donde los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios de acuerdo a la satisfacción humana.

Beneficio

El Diccionario de la RAE define beneficio como “ganancia económica que se obtiene de un negocio, inversión u otra actividad mercantil”.

(Jiménez, 2017), define el beneficio en el ámbito laboral, son aquellos que las organizaciones conceden a sus empleados por pertenecer a la organización o desempeñar un puesto de trabajo, pero no son contraprestación al trabajo realizado.

(López, 2008), cantidad monetaria que produce un ingreso.

Los beneficios hacen referencia a un rendimiento positivo en una persona, gracias a algo que se le hace o se le das, estos cubren las necesidades individuales proporcionándoles resultados positivos.

Formación

Aporte que nos hace referencia:

Gadamer (2001), para quien la formación es uno de los conceptos fundamentales de las Ciencias del Espíritu y, particularmente, uno de los conceptos básicos del humanismo.

(Pasillas, 1998) define como un ideal educativo, que, en la modernidad, contiene ideales culturales amplios.

(Ferry, 1997) La formación es aquella que nos acerca a una determinada forma de hacer las cosas y para prepararnos para hacerlas, es como “ponerse en forma” para hacer algún deporte, es la misma idea.

La formación hace referencia a formar algo en aspectos o características y así obtener una preparación práctica y estructurada

Factores

Bases conceptuales para la obtención de información:

Según Bembibre (2009), se entiende por factores a aquellos elementos que pueden condicionar una situación, volviéndose los causantes de la evolución o transformación de los hechos.

Según Hellriegel y Slocum (2004), se expresa en la satisfacción por el puesto y el compromiso organizacional.

Según UPC (2022) el término factor, de origen latino, tiene diversos usos. En el campo de las matemáticas, se conoce como factor cada una de las cantidades o expresiones que pueden multiplicarse para formar un producto.

Un factor es un elemento que influye en alguna actividad, estos intervienen o influyen para que un objeto sea de un modo en concreto

Formación Académica

Según la ciencia nos dice lo siguiente:

Universidad del Rosario (2007), la formación académica es un conjunto de conocimientos adquiridos, los cuales son una herramienta que te ayudarán a consolidar las competencias que posees.

Chuaqui, J. (2002). Acerca de la historia de las universidades, la formación académica es la educación impartida en instituciones de enseñanza de nivel universitario o superior en las cuales se forman profesionales de diversas área y centros de investigación.

JOVATUS (2018) Se refiere al conjunto de conocimientos y habilidades que una persona adquiere a través de la educación formal, es decir en las escuelas, universidades e instituciones de educación superior.

La formación Académica es la decisión que tomamos para dedicarnos al estudio y así adquirir diversos conocimientos, habilidades entre otros beneficios.

Positivo

Hallazgos conceptuales según estudios son:

Eligman (1999) como el estudio científico de las experiencias positivas, los rasgos individuales positivos, las instituciones que facilitan su desarrollo y los programas que ayudan a mejorar la calidad de vida de los individuos.

Según la RAE su concepto se deriva, fundado en la formación de un hecho.

Csikszentmihalyi (2003), el estudio de las tendencias individuales positivas y el estudio de aquellas instituciones que hacen posibles los dos primeros”.

En este sentido, ser positivo indica sinónimo de optimismo, describiendo así las cualidades y actitudes que construyen al individuo frente a problemas.

Capítulo IV – Hipótesis

- Las Redes Sociales son una forma de interacción con la sociedad virtual.
- La frecuencia de interacción en redes sociales puede impactar negativamente en la identidad personal.
- Las Redes Sociales están cobrando gran importancia en la sociedad, reflejando la necesidad del ser humano de expresión y en su cambio de vida.

Capítulo V – Diseño Metodológico

5.1. Enfoque de Investigación

Científico su aporte:

Mixto: la investigación se enfoca en características cuantitativas y cualitativas. Considerando ambos enfoques, cuantitativa mente al utilizar la recolección y el análisis de datos para la aplicación de encuestas y probar hipótesis establecidas previamente y al confiar en la medición numérica, el conteo, y por otra parte, el enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar preguntas desde el planteamiento del problema y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría.

5.2. Tipo de Investigación

Descriptivo y Correlacional: es explícita a como su enfoque es mixto, este tipo de trabajo de investigación está diseñado para dar a conocer la influencia del uso de las redes sociales en los jóvenes universitarios por tanto describiremos y relacionaremos las variables que interceden en la problemática.

5.3. Población y Muestra

Según el autor Arias (2006, p. 81) define población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

Según el autor Arias (2006, p.83) define muestra como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”.

ra Complementaria - MÉTODO ESTADÍSTICO PARA DETERMINAR I

| | |
|---|--------|
| MARGEN DE ERROR (común en auditoría) | 3.0% |
| TAMAÑO POBLACIÓN | 167 * |
| NIVEL DE CONFIANZA (común en auditoría) | 30% ** |

$$\text{TAMAÑO DE LA MUESTRA} = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = \mathbf{33}$$

Donde:

α_c = Valor del nivel de confianza (varianza)

· **Nivel de confianza**, es el riesgo que aceptamos de equivocarnos al presentar nuestros resultados (también se puede denominar grado o nivel de seguridad), el nivel habitual de confianza es del 95%.

e = Margen de error

· **Margen de error**, es el error que estamos dispuestos a aceptar de equivocarnos al seleccionar nuestra muestra; este margen de error suele ponerse en torno a un 3%.

En la imagen se muestra que la población son el total de estudiantes activos en el turno diurno, sabatino y dominical que corresponden a 167 completando así el 100%. Una parte de esta totalidad es la muestra y según la fórmula estadística corresponde a 33 estudiantes que facilitaron información valiosa a nuestro estudio. Siendo relevante que el margen de error es del 3% y su nivel de confianza es del 30%. Estos resultados se muestran en el análisis e interpretación de la información obtenida.

5.4. Variables de Estudio

- Influencia.
- Redes.
- Redes Sociales.
- Administración de Empresas.
- Influencia Social.
- Índice.
- Utilidad.
- Beneficio.
- Formación.
- Factores.
- Formación Académica.
- Positivo.

5.5. Métodos, Técnicas e Instrumentos

Se utilizó los métodos de investigación como lo son:

Investigación cuantitativa

En la investigación del uso de las redes sociales nos lleva a una recopilación de datos numéricos y estadísticos, los cuales se realizarán a través de encuestas a los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad del Valle, III Cuatrimestre 2023.

Investigación cualitativa

Durante el transcurso de este proceso investigativo, se conocerá cuál ha sido la experiencia y percepciones de cada uno de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas sobre el uso que les dan a las redes sociales.

Técnicas e instrumentos

En nuestra investigación la técnica con la que se trabajará para el análisis de datos es la Encuesta Digital siendo nuestro instrumento metodológico mismo.

5.6. Recursos

Recursos Humanos

- Opiniones y argumentos de los investigadores
- Encuestados.
- Muestra de población.

Recursos Materiales

- Uso de la biblioteca virtual de la Universidad del Valle.
- Documentos y fuentes de internet.
- Análisis de contenidos según autores.

5.7. Obtención de la información

La forma en la que se asignaron roles como equipo tuvo mucha dependencia en cuanto a la cantidad de miembros del equipo y las habilidades de cada integrante, en nuestro equipo específicamente asignamos un líder de grupo el cuál se encarga de la dirección general de la investigación, mientras que los demás integrantes junto al líder, investigamos puntos separados del proyecto del cuál discutimos y analizamos luego la información para un mejor entendimiento, donde la clave para el cumplimiento del proceso es la colaboración y la comunicación para de esta manera garantizar que cada miembro del equipo contribuya de manera significativa al logro de los objetivos propuestos en nuestra investigación.

Las estrategias propuestas para implementar nuestro instrumento metodológico a la muestra requirieron una cuidadosa planificación, esto para garantizar la validez de los datos recopilados. Dentro de las estrategias propuestas tenemos:

- Definición clara de nuestros objetivos, siendo estos quienes nos ayudaron a determinar las preguntas y el enfoque general de nuestro instrumento metodológico.
- Determinar con claridad que parte de nuestra población formará parte de la muestra.

- Desarrollo de preguntas claras y concisas utilizando palabras y lenguaje simple, considerando el formato de las respuestas.
- Identificación de los datos que se van recopilando para identificar posibles errores o respuestas inconsistentes.

La información proporcionada por la muestra en nuestra investigación es fundamental para lograr los objetivos de estudio y obtener conclusiones significativas, la información de la muestra proporciona datos que nos permiten validar o refutar las hipótesis planteadas al comienzo de nuestra investigación también los datos nos permiten a los investigadores poder identificar tendencias o patrones que nos proporciona la muestra. En resumen, la información de la muestra es importante para el cumplimiento exitoso de nuestros objetivos, ya que proporciona la base sobre la cual se construyen conclusiones y de la misma manera contribuye al avance para el cumplimiento de las mismas.

Las metodologías en el desarrollo del proceso investigativo son fundamental para garantizar la validez, asegurando confiabilidad permitiendo que otros investigadores verifiquen y validen hallazgos. Al diseñar la metodología con la que vamos a trabajar dentro del proceso nos aseguró una guía sistemática importante para guiarnos en el proceso que conllevó desde la formulación de preguntas, hasta la interpretación de resultados facilitando de esta manera la comunicación efectiva.

5.8. Esquema de Desarrollo de Resultados



5.9. Procesamiento de Datos

Excel

Excel es una herramienta muy eficaz para nuestro proyecto de investigación, esta nos ayudará en la obtención de información con significado a partir de cantidades numéricas de datos. También funciona muy bien con cálculos sencillos y para realizar el seguimiento de casi cualquier tipo de información, así como manipular, toda clase de tablas de datos, gráficos y bases de datos.

Google Forms

Google Forms es una herramienta gratuita de Google que nos permitirá crear, compartir y colaborar con formularios a través de una encuesta personalizada hasta recopilar información para nuestro proyecto de investigación.

Word

Word es un procesador de texto nos ayuda a leer, visualizar, procesar o editar y guardar documentos de texto a través de distintas herramientas o funciones presentes dentro del programa.

Nos permite también incluir imágenes y otros elementos visuales.

Google

Google es un buscador completamente automatizado que utiliza programas de software denominados "rastreadores web". Gracias a él, pudimos realizar búsquedas de nuestro tema y obtuvimos diversos tipos de informaciones.

La función principal de Google es facilitar a los usuarios el uso del internet, ya que, con solo ingresar una palabra, Google te ayuda a buscar cualquier cosa que estés. Es normalmente utilizada para ubicar sitios web, definiciones y un sinnúmero de opciones más.

Canva

Canva es una herramienta gratuita de diseño gráfico en línea y nos permite crear diferentes tipos de arte como esquemas, cuadros sinópticos, entre otras y tiene una gran variedad de funciones ingeniosas que nos llevarán contenido a otro nivel, con solo unos clics.

[5.10. Proceso de Codificación de Datos](#)

Recopilación de datos de la muestra en estudio: en un tiempo promedio de 72 horas equivalente a 3 días se estimó la recolección de información que requerimos de la muestra, aplicando el instrumento metodológico (encuesta digital).

Preparación e introducción de datos: primeramente, enmarcando los datos que solicitamos averiguar como lo es información identificativa: edad, procedencia, año que cursa, sexo, turno y así conocer la influencia del uso de las redes sociales en los jóvenes de la Carrera de Administración de Empresas, como una ventana a la interacción social en Universidad del Valle del II y III cuatrimestre 2023 que permitan cumplir con los objetivos específicos dando salida al análisis para así recopilar la información ya sabiendo cuáles son los objetivos por los que vamos a realizar nuestra encuesta y a quién vamos a dirigirla. Contando con cuatro objetivos específicos realizamos preguntas cerradas dando opciones

múltiples, se utilizó el programa de Excel para distinguir la muestra a aplicar se proceso los datos mediante Google Forms.

Procesamiento/limpieza y almacenamiento de datos: La obtención de la información que se brindó mediante la realización y aplicación del instrumento metodológico la encuesta digital dio profundización a los objetivos específicos planteado que se promedió a escala porcentual las respuestas de la muestra, arrojando datos numéricos para el análisis interpretativo que se elaboró en la utilidad de representación graficas.

5.11. Proceso de Frecuencia y Gráficas

Haciendo uso de la herramienta Google Form, nos garantizó representaciones gráficas, en donde se mostró ilustrativamente los porcentajes de los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada, se interpretó los resultados en gráficos enumerados dado que se hace visible la complejidad de la información reflejada por el instrumento metodológico(encuesta digital)enmarcando la continuidad y exploración de los objetivos planteados.

5.12. Validez y Confiabilidad

Validez

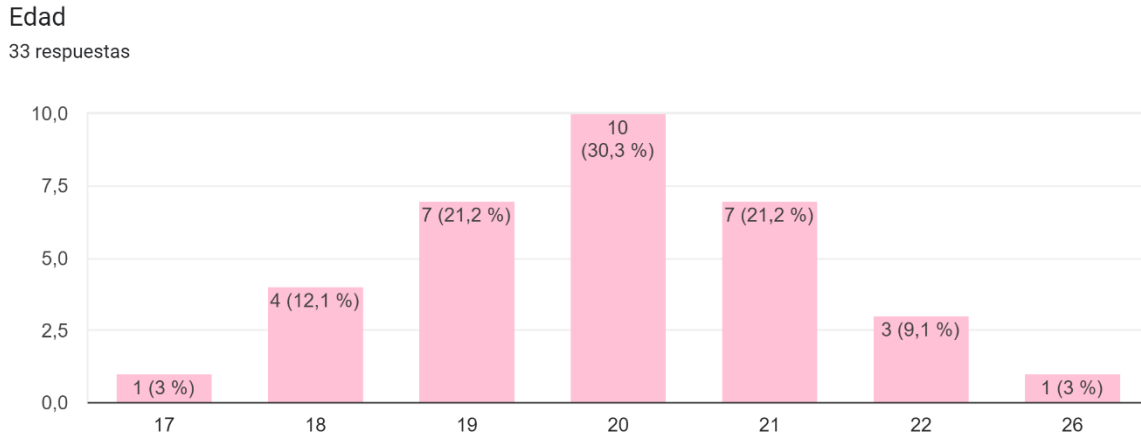
En nuestro proyecto de investigación utilizamos un estudio mixto la cual se combinan métodos cualitativos y cuantitativos permitiéndonos obtener datos estadísticos profundos libres de errores y en donde se nos permitió medir diversas variables, cumpliendo con objetivos a nivel de conocimientos desde lo conceptual, procedimental y aptitudinal que nos llevó a diversos niveles de conocimientos.

Confiabilidad

Este estudio es confiable porque se está haciendo uso de la estadística y cada uno de los objetivos están realizados según bases científicas y diferentes tipos de instrumentos que nos permitieron obtener resultados estables y consistentes que clasifica los objetivos en distintos niveles cognitivos.

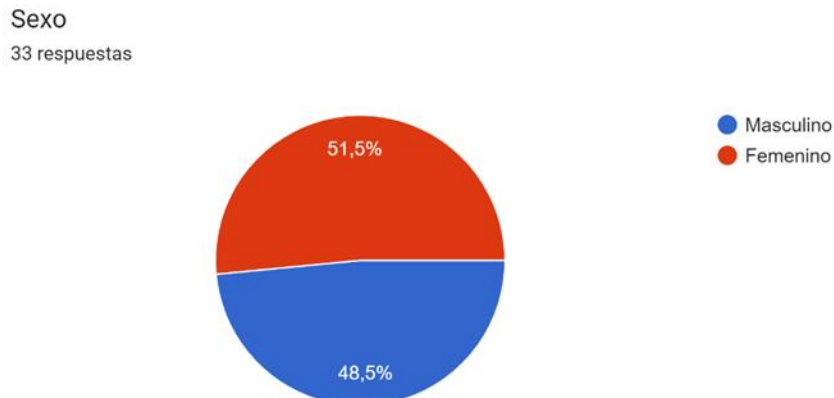
Capítulo VI – Análisis de los Resultados

Gráfico #1 Número de estudiantes con edades diferentes.



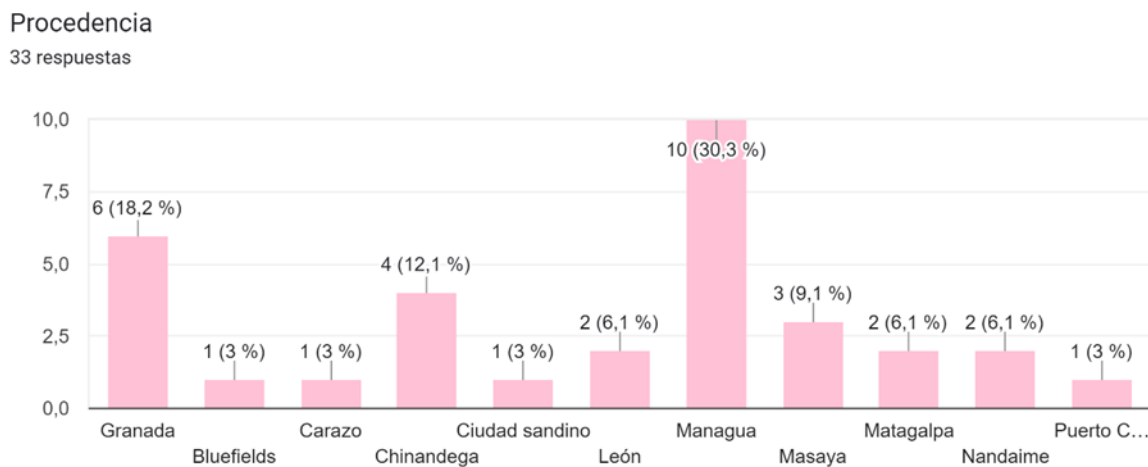
En el gráfico #1 se muestra el número de estudiantes que responden a su edad, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 10 estudiantes afirman que tienen la edad de 20 años, equivalente en porcentaje al 30.3%, 7 estudiantes afirman tienen 21 años, equivalente en porcentaje al 21.2%, 7 estudiantes afirman tienen 19 años, equivalente en porcentaje al 21.2%, 4 estudiantes afirman tienen 18 años, equivalente en porcentaje al 12.1%, 3 estudiantes afirman tienen 22 años, equivalente en porcentaje al 9.1%, 1 estudiante afirma tiene 17 años, equivalente en porcentaje al 3%, %, 1 estudiante afirma tiene 26 años, equivalente en porcentaje al 3%.

Gráfico #2 Número de estudiantes de diferente sexo.



En el gráfico #2 se muestra el número de estudiantes que responden a su tipo de sexo, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 18 estudiantes afirman que su tipo de sexo es femenino, equivalente en porcentaje al 51.5%. En cambio 15 estudiantes afirman que su tipo de sexo es masculino, equivalente en porcentaje al 48.5%.

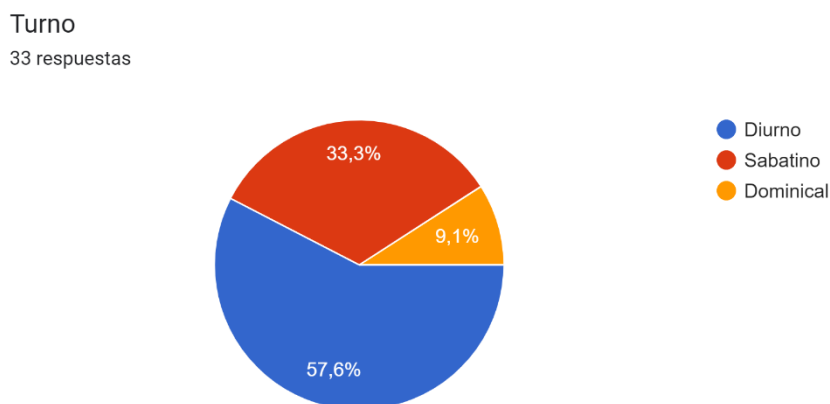
Gráfico #3 Número de estudiantes con distintas procedencias.



En el gráfico #3 se muestra el número de estudiantes que responden a su lugar de procedencia, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 10 estudiantes afirman que su procedencia es en Managua , equivalente en porcentaje al 30.3%, 6 estudiantes afirman que su procedencia es en Granada equivalente en porcentaje al 18.2%, 4 que afirman que su procedencia es en Chinandega, equivalente en porcentaje al 12.1%, 3 estudiantes afirman que su procedencia es en Masaya, equivalente en porcentaje al 9.1%, 2 estudiantes afirman que su procedencia es en Matagalpa, equivalente en porcentaje al 6.1%, 2 estudiantes afirma que

su procedencia es en Nandaime, equivalente en porcentaje al 6.1% , 2 estudiantes afirma que su procedencia es en León, equivalente en porcentaje al 6.1%, 1 estudiante afirma que su procedencia es en Bluefields, equivalente en porcentaje al 3%, 1 estudiante afirma que su procedencia es en Carazo, equivalente en porcentaje al 3%, 1 estudiante afirma que su procedencia es en Ciudad Sandino (Managua), equivalente en porcentaje al 3%, 1 estudiante afirma que su procedencia es en Puerto Cabeza, equivalente en porcentaje al 3%.

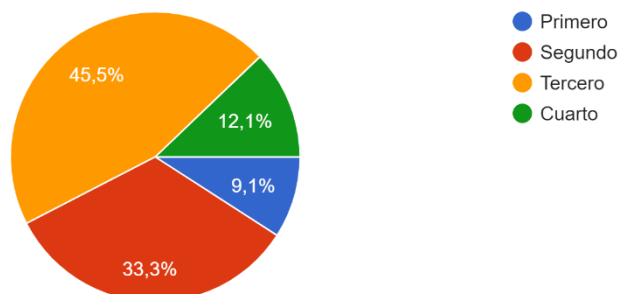
Gráfico #4 Número de estudiantes con turnos diferentes.



En el gráfico #4 se muestra el número de estudiantes que responden a su tipo de turno, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 19 estudiantes afirman que su tipo de turno es diurno, equivalente en porcentaje al 57.6%, 11 estudiantes afirman que su tipo de turno es Sabatino, equivalente en porcentaje al 33.3% y 3 estudiantes afirman que su tipo de turno es Dominical, equivalente en porcentaje al 9.1%.

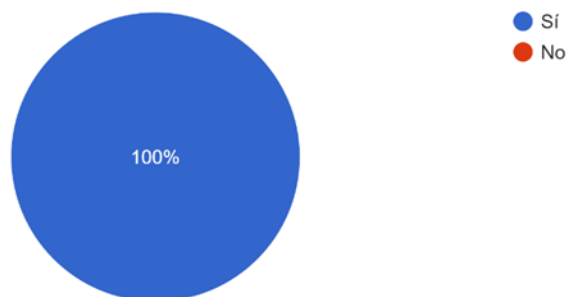
Gráfico #5 Número de estudiantes con el año que cursa

Año que cursas
33 respuestas



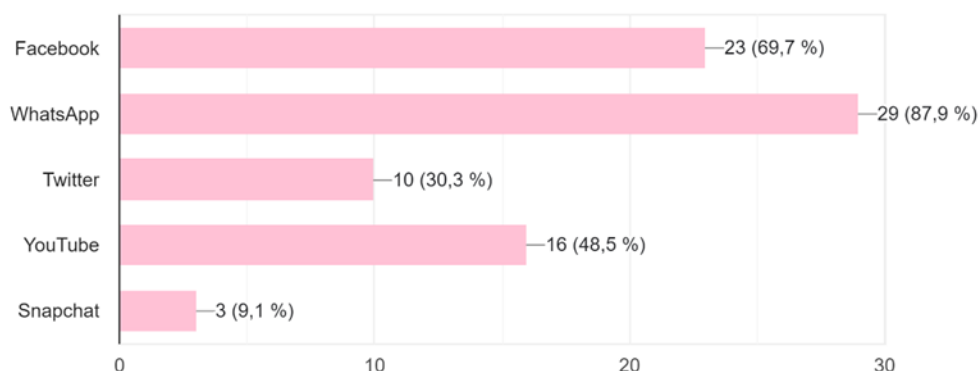
En el gráfico #5 se muestra el número de estudiantes que responden a su tipo de turno, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 15 estudiantes afirman que cursan el tercer año, equivalente en porcentaje al 45.5%, 11 estudiantes afirman que cursan el segundo año, equivalente en porcentaje al 33.3%, 4 estudiantes afirman que cursan el cuarto año, equivalente en porcentaje al 12.1%, 3 estudiantes afirman que cursan el primer año, equivalente en porcentaje al 9.1%.

Gráfico #6 Estudiantes que hacen uso de las redes sociales.



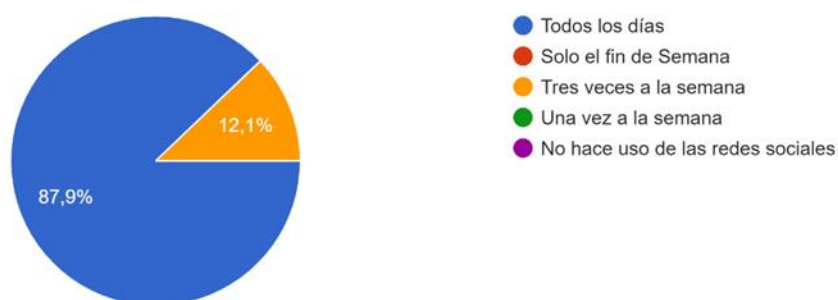
En el gráfico #6 Se muestra el número de estudiantes que usan redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados dado que los 33 estudiantes afirman que usan redes sociales, equivalente en porcentaje al 100%. En cambio, la alternativa No, hubo cero respuestas, equivalente en porcentaje al 0%.

Gráfico #7 Número de estudiantes que utilizan distintas redes sociales como medio a la interacción social.



En el gráfico #7 se muestra el número de estudiantes que responden que tipo de redes sociales utilizan como medio a la interacción social, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 29 estudiantes afirman que utilizan la red social de WhatsApp, equivalente en porcentaje al 87.9%, 23 estudiantes afirman que la red social que utilizan es Facebook, equivalente en porcentaje al 69.7%. En cambio 16 estudiantes afirman que utilizan la red social de YouTube, equivalente en porcentaje al 48.5%, 10 estudiantes afirman que utilizan la red social de Twitter, equivalente en porcentaje al 30.3%. Finalizando que 3 estudiantes utilizan la red social de Snapchat, equivalente en porcentaje al 9.1%.

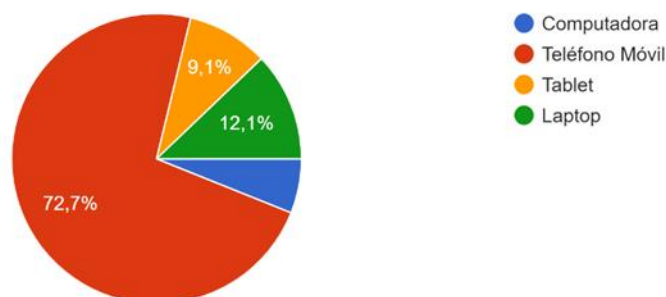
Gráfico #8 Frecuencia de tiempo de distintos estudiantes al hacer uso de las redes sociales.



En el gráfico #8 se muestra el número de estudiantes que responden a la frecuencia que utilizan las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, dado que 29 estudiantes afirman que usan las redes sociales todos los días, equivalente en porcentaje al 87.9%. En cambio 4 estudiantes afirman que utiliza las redes sociales tres veces a la

semana. Finalizando con las demás opciones; solo el fin de semana, una vez a la semana, no haces uso de las redes sociales, teniendo cero respuestas, equivalente en porcentaje al 0%.

Gráfico #9 Medio por el cuál diferentes estudiantes se conectan a redes sociales.



En el gráfico #9 se muestra el número de estudiantes que responden a cuál medio utilizan para conectarse a las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 24 estudiantes utilizan sus teléfonos móviles para conectarse a las redes sociales, equivalente en porcentaje al 72.7%, 4 estudiantes afirman que utiliza Laptop para conectarse a las redes sociales, equivalente en porcentaje al 12.1%, 3 estudiantes afirman que utiliza Tablet para conectarse a las redes sociales, equivalente en porcentaje al 9.1%. Finalizando con la opción de la computadora que 2 estudiantes afirman utilizarla para conectarse a las redes sociales equivalente en porcentaje al 6%.

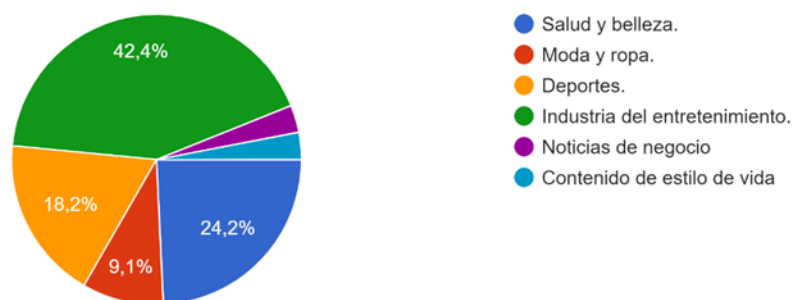
Gráfico # 10 Consideraciones de los estudiantes que las plataformas digitales se han convertido en un elemento central en la interacción social.



En el gráfico #10 se muestra el número de estudiantes que responden a las opciones de consideración que las plataformas digitales se han convertido en un elemento central de la interacción social, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 13 estudiantes

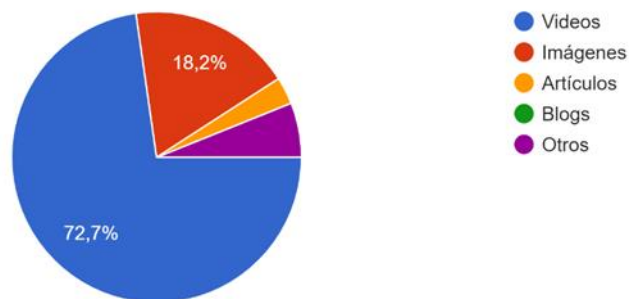
consideran que las plataformas digitales es un elemento central de la interacción social porque permite que las personas de todo el mundo puedan conectarse para compartir información, equivalente en porcentaje al 39.4%, 11 estudiantes consideran que es para mantenerse actualizados sobre la vida de amigos, familiares y eventos globales, equivalente en porcentaje al 33.3%, 5 estudiantes consideran que es un elemento central porque es un medio para expresar sus opiniones y participar en la esfera pública, equivalente en porcentaje al 15.2%, 4 estudiantes consideran que se ha convertido de un elemento central porque comparte experiencias e ideas, equivalente en porcentaje al 12.1%.

Gráfico #11 Contenido que a los estudiantes les gusta ver en redes sociales.



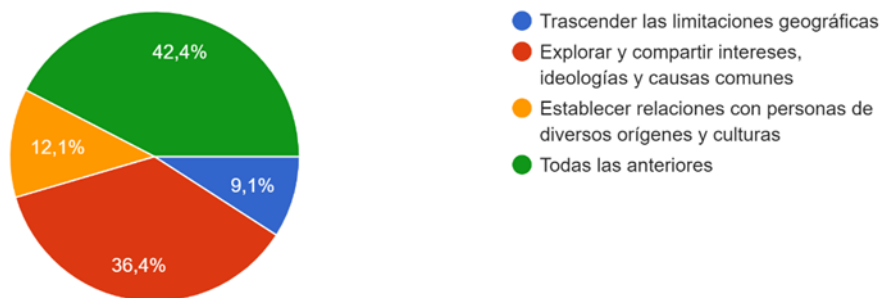
En el gráfico #11 se muestra el número de estudiantes que responden a qué tipo de contenido te gusta ver en las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 14 estudiantes afirmaron que el tipo de contenido que les gusta ver en las redes sociales es la industria del entretenimiento, equivalente en porcentaje al 42.4%, 8 estudiantes afirman que el tipo de contenido que les gusta ver en las redes sociales es contenido es salud y belleza, equivalente en porcentaje al 24.2%, 6 estudiantes afirman que el tipo de contenido que les gusta ver en las redes sociales es deportes, equivalente en porcentaje al 18.2%, 3 estudiantes afirman que el tipo de contenido que les gusta ver en las redes sociales es moda y ropa, equivalente en porcentaje al 9.1%, 1 estudiante afirma que el tipo de contenido que les gusta ver en las redes sociales es noticia de negocio , equivalente en porcentaje al 6.4%, 1 estudiante afirma que el tipo de contenido que les gusta ver en las redes sociales es noticias de negocio, equivalente en porcentaje al 3%. Finalizando que 1 estudiante afirma que el tipo de contenido que le gusta ver en las redes sociales es contenido de estilo de vida, equivalente en porcentaje al 3%.

Gráfico #12 Manera que a los estudiantes les gusta ver el contenido en redes sociales



En el gráfico #12 se muestra el número de estudiantes de como prefieren ver los contenidos en los sitios de las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 24 estudiantes afirmaron que prefieren ver los contenidos mediante videos, equivalente en porcentaje al 72.7%, 6 estudiantes afirman que prefieren ver los contenidos mediante imágenes, equivalente en porcentaje al 18.2%, 2 estudiantes afirman que prefieren ver los contenidos mediante otros tipos de sitios, equivalente en porcentaje al 6%, 1 estudiante afirma que prefiere ver los contenidos mediante artículos, equivalente en porcentaje al 3%. En cambio, la opción de blogs, hubo cero respuestas, equivalente en porcentaje al 0%.

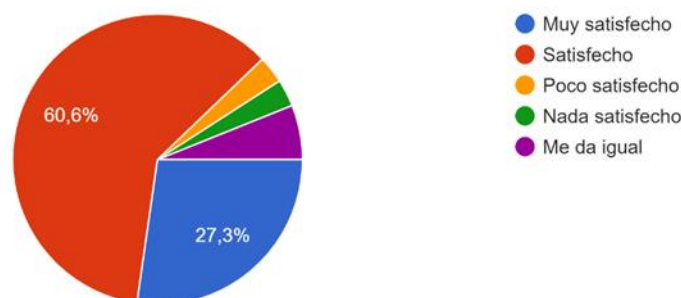
Gráfico # 13 Consideraciones de los estudiantes de las ventanas virtuales para la interacción social en medios digitales.



En el gráfico #13 se muestra el número de estudiantes que responden a las opciones que consideran que son una ventana virtuales para la interacción social en medios digitales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 14 estudiantes consideran todas las opciones, equivalente en porcentaje al 42.4%, 12 estudiantes consideran la opción de explorar y compartir intereses, ideologías y causas comunes, equivalente en porcentaje al 36.4%, 4 estudiantes consideran la opción de establecer relaciones con personas de diversos orígenes

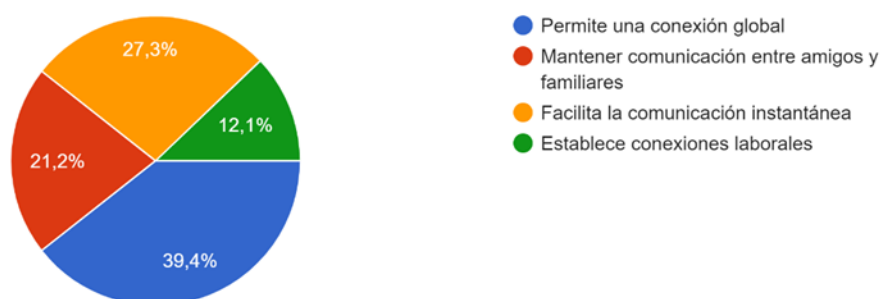
y culturas, equivalente en porcentaje al 12.1%, 3 estudiantes consideran la opción de trascender las limitaciones geográficas, equivalente en porcentaje al 9.1%.

Gráfico #14 Nivel de satisfacción que le causan las redes sociales a distintos estudiantes.



En el gráfico #14 se muestra el número de estudiantes que cuanta satisfacción le dan las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 18 estudiantes afirman que las redes sociales le generan satisfacción, equivalente en porcentaje al 60.6%, 9 estudiantes afirman que les da muchas satisfacción las redes sociales, equivalente en porcentaje al 27.3%, 4 estudiantes afirman que las redes sociales le dan igual la satisfacción generada, equivalente en porcentaje al 12.1%, 1 estudiante afirma que las redes sociales le generan poco satisfacción, equivalente en porcentaje al 3%. Finalizando con 1 estudiante que afirma que no hay nada de Satisfacción de las redes sociales, equivalente en porcentaje al 3%.

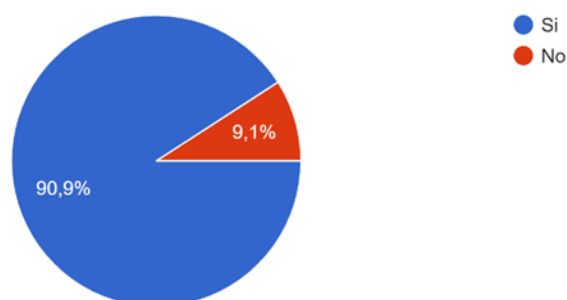
Gráfico # 15 Creencias de los estudiantes de lo fundamental de las redes sociales como medio de interacción social.



En el gráfico #15 se muestra el número de estudiantes que creen que las redes sociales son fundamentales como medio de interacción social, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 13 estudiantes creen que son fundamentales porque permite una conexión

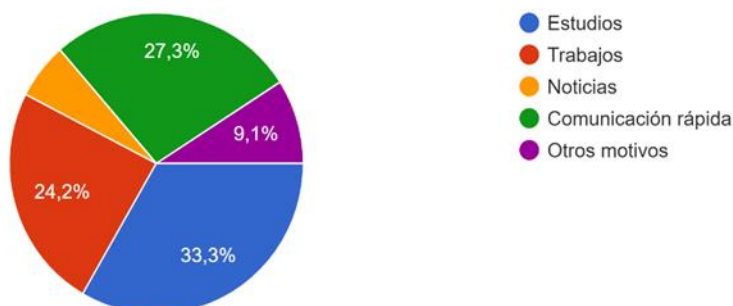
global, equivalente en porcentaje al 39.4%, 9 estudiantes creen que son fundamentales porque permite facilitar la comunicación instantánea, equivalente en porcentaje al 27.3%, 7 estudiantes creen que son fundamentales porque mantiene comunicación entre amigos y familiares, equivalente en porcentaje al 21.2% y 4 estudiantes creen que son fundamentales porque establecen conexiones laborales, equivalente en porcentaje al 12.1%.

Gráfico #16 Estudiantes consideran que las redes sociales ofrecen plataformas de aprendizaje informal



En el gráfico #16 se muestra el número de estudiantes que consideran que las redes sociales ofrecen plataformas de aprendizaje informal, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados dado que los 30 estudiantes afirman que, Si están de acuerdo que las redes sociales ofrecen plataformas de aprendizaje informal, equivalente en porcentaje al 90.9%. En cambio 3 estudiantes No están de acuerdo que las redes sociales ofrecen plataformas de aprendizaje informal, equivalente en porcentaje al 9.1%.

Gráfico #17 Distintos motivos por el cual los estudiantes hacen uso de las redes sociales.



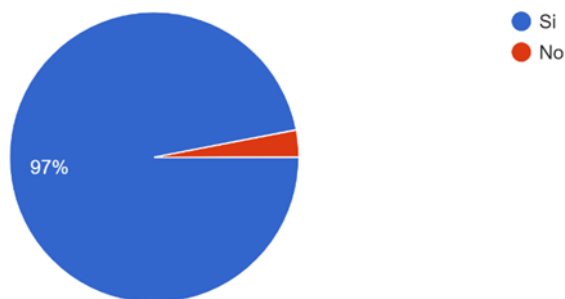
En el gráfico #17 se muestra el número de estudiantes que responden, porque motivo utilizan las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 11 estudiantes utilizan las redes sociales por motivos de estudios, equivalente en porcentaje al 33.3%, 9 estudiantes afirman que utilizan las redes sociales por motivo de comunicación rápida, equivalente en porcentaje al 27.3%, 8 estudiantes afirman que utilizan las redes sociales por motivos de trabajos, equivalente en porcentaje al 24.2%, 3 estudiantes afirman que utilizan las redes sociales por otros motivos, equivalente en porcentaje al 9.1%. En cambio, 2 estudiantes afirman que utilizan las redes sociales por motivo de noticias, equivalente en porcentaje al 6%.

Gráfico #18 Opciones que consideran las estudiantes beneficiosas para la interacción social.



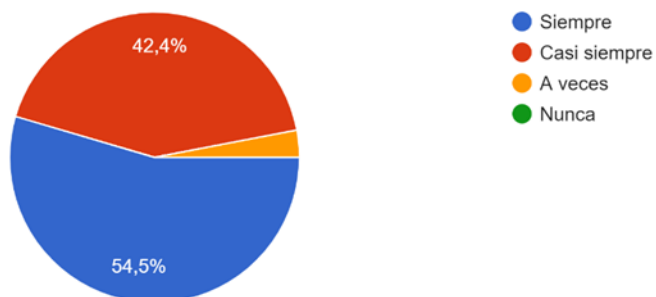
En el gráfico #18 se muestra el número de estudiantes que responden a las opciones que consideran los estudiantes beneficiosas para la interacción social, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados dado que 14 estudiantes creen que la opción es oportunidades académicas y profesionales, equivalente en porcentaje al 42.4%, 9 estudiantes consideran que es beneficiosa por la necesidad de comunicarse en los diferentes medios digitales, equivalente en porcentaje al 27.3%, 6 estudiantes creen que la opción es tendencias y evolución tecnológica, equivalente en porcentaje al 18.2% y 4 estudiantes creen que la opción es aprendizajes colaborativos, equivalente en porcentaje al 12.1%.

Gráfico #19 Estudiantes que consideran importante el uso de las redes sociales en el campo académico y educativo.



En el gráfico #19 Se muestra el número de estudiantes que consideran importante el uso de las redes sociales en el campo académico y educativo, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados dado que 32 estudiantes afirman que, Si consideran importante el uso de las redes sociales, equivalente en porcentaje al 97%. En cambio, 1 estudiante afirma que No considera importante el uso de las redes sociales en el campo académico y educativo, equivalente en porcentaje al 3%.

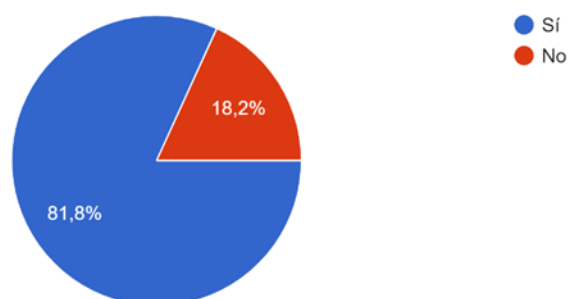
Gráfico #20 Conciencia que tienen los estudiantes sobre el uso adecuado de las redes sociales.



En el gráfico #20 se muestra el número de estudiantes que responden a que si tienen conciencia sobre el uso adecuado de las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 18 estudiantes afirman que siempre tienen conciencia sobre el uso adecuado de las redes sociales, equivalente en porcentaje al 54.5%, 14 estudiantes afirman que casi siempre tienen conciencia sobre el uso adecuado de las redes sociales, equivalente en porcentaje al 42.4%, 1 estudiante afirma que a veces es consciente sobre el uso de las redes

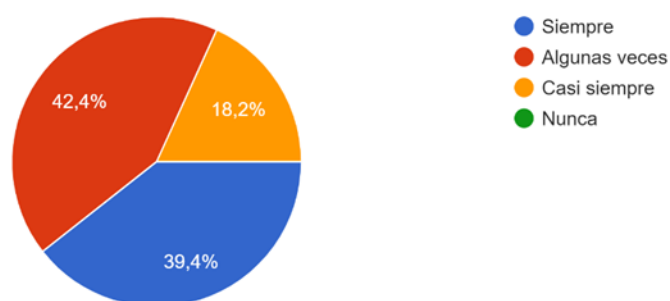
sociales, equivalente en porcentaje al 3%. Finalizando con la opción de Nunca, hubo cero respuestas, equivalente en porcentaje al 0%.

Gráfico #21 Estudiantes que consideran que las redes sociales han influido mucho en su formación académica.



En el gráfico #21 Se muestra el número de estudiantes que consideran que las redes sociales han influido mucho en su formación académica, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados dado que 27 estudiantes Si consideran que las redes sociales han influido mucho en su formación académica, equivalente en porcentaje al 81.8%. En cambio 6 estudiantes No consideran que las redes sociales han influido mucho en su formación académica, equivalente en porcentaje al 18.2%.

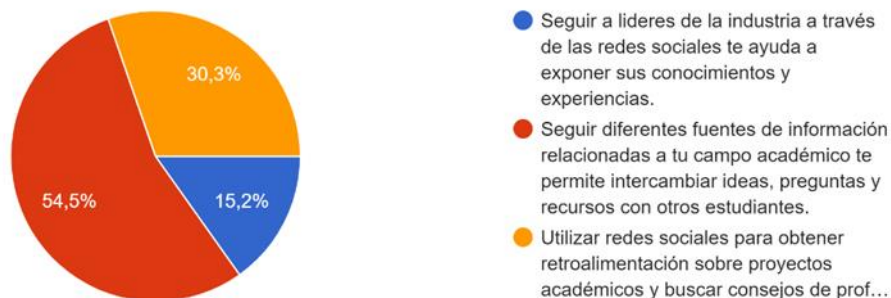
Gráfico #22 Estudiantes creen que las redes sociales aportan algo positivo en su rendimiento académico.



En el gráfico #22 se muestra el número de estudiantes que creen que las redes sociales aportan algo positivo en tu rendimiento académico, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 14 estudiantes consideran que algunas veces las redes sociales aportan algo positivo en su rendimiento académico, equivalente en porcentaje al 42.4%, 13 estudiantes

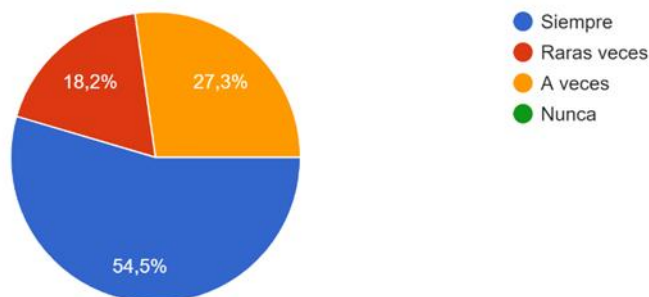
afirman que siempre las redes sociales aportan algo positivo en su rendimiento académico, equivalente en porcentaje al 39.4%, 6 estudiantes creen que casi siempre las redes sociales aportan algo positivo en su rendimiento académico, equivalente en porcentaje al 18.2%. Finalizando con la opción de Nunca, hubo cero respuestas, equivalente en porcentaje al 0%.

Gráfico #23 Estudiantes que consideran estrategias complementarias a la formación académica las redes sociales.



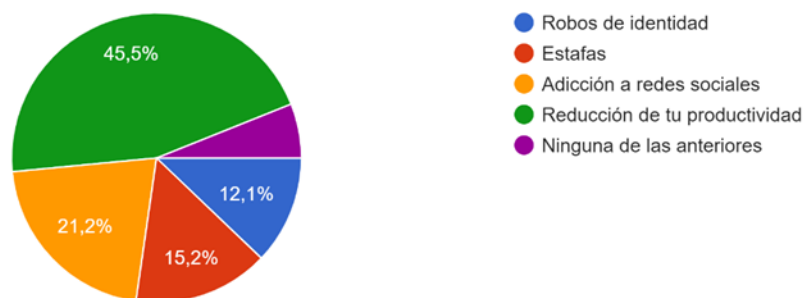
En el gráfico #23 se muestra el número de estudiantes que consideran estrategias complementarias a la formación académica las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 18 estudiantes consideran estrategia complementaria a la formación académica seguir diferentes fuentes de información relacionadas a tu campo académico te permite intercambiar ideas, preguntas y recursos con otros estudiantes, equivalente en porcentaje al 54,5%, 10 estudiantes consideran estrategia complementaria a la formación académica utilizar redes sociales para obtener retroalimentación sobre proyectos académicos y buscar consejos de profesionales, equivalente en porcentaje al 30,3%, 5 estudiantes seguir a líderes de la industria a través de las redes sociales te ayuda a exponer sus conocimientos y experiencias, equivalente en porcentaje al 15,2%.

Gráfico #24 Estudiantes creen que las redes sociales aportan algo positivo en su vida.



En el gráfico #24 se muestra el número de estudiantes que creen que las redes sociales aportan algo positivo en su vida, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 18 estudiantes consideran que siempre las redes sociales aportan algo positivo en su vida, equivalente en porcentaje al 54.5%, 9 estudiantes afirman que rara vez las redes sociales aportan algo positivo en su vida, equivalente en porcentaje al 27.3%, 6 estudiantes creen que a veces las redes sociales aportan algo positivo en su vida, equivalente en porcentaje al 18.2%. Finalizando con la opción de Nunca, hubo cero respuestas, equivalente en porcentaje al 0%.

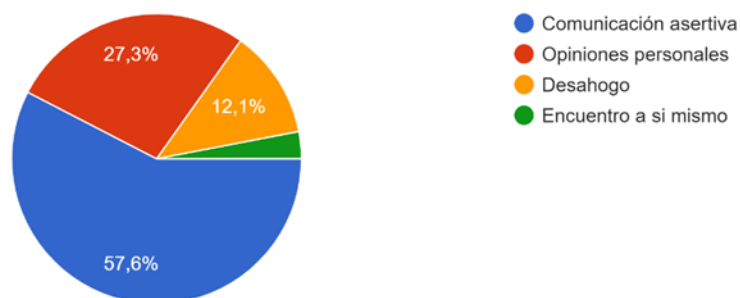
Gráfico #25 Desventajas de las redes sociales que han vivido a nivel personal a distintos estudiantes.



En el gráfico #25 se muestra el número de estudiantes que responden a cuales de las desventajas causadas por el uso de las redes sociales has vivido a nivel personal, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 15 estudiantes han vivido a nivel personal la desventaja de reducción de productividad, equivalente en porcentaje al 45.5%, 7 estudiantes afirman que han vivido la desventaja de adicción a redes sociales, equivalente en

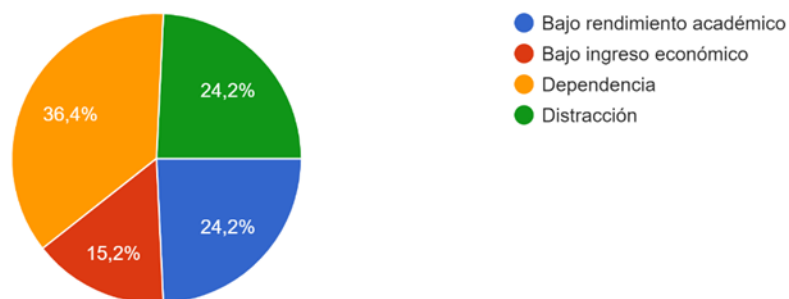
porcentaje al 21.2%, 5 estudiantes han sufrido a nivel personal las estafas, equivalente en porcentaje al 15.2%. En cambio, 4 estudiantes que afirman que han vivido robos de identidad, equivalente en porcentaje al 12.1%. Finalizando con la alternativa de ninguna de las anteriores, hubo cero respuestas, equivalente en porcentaje al 0%.

Gráfico #26 Estudiantes confirman que el acceso a redes sociales lo ven de manera positiva en una forma de expresión.



En el gráfico #26 se muestra el número de estudiantes que responden a las opciones que el acceso a redes sociales lo ven de manera positiva en una forma de expresión, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 19 estudiantes ven el acceso a las redes sociales de manera positiva en una forma de expresión de comunicación asertiva, equivalente en porcentaje al 57.6%, 9 estudiantes afirman que el acceso a las redes sociales de manera positiva es una forma de expresión de opiniones personales, equivalente en porcentaje al 27.3%, 4 estudiantes ven el acceso a las redes sociales de manera positiva en una forma de expresión de desahogo, equivalente en porcentaje al 12.1%, 1 estudiante afirma que el acceso a redes sociales lo ven de manera positiva en una forma de expresión de encuentro a si mismo, equivalente en porcentaje al 3%.

Gráfico #27 Estudiantes confirman como influye de manera negativa el uso de las redes sociales.



En el gráfico #27 se muestra el número de estudiantes que responden como influye de manera negativa el uso de las redes sociales, sus resultados muestran que 33 fueron los encuestados, 12 estudiantes consideran que el uso de las redes sociales influye de manera negativa por la dependencia, equivalente en porcentaje al 36,4%, 8 estudiantes afirman que influye de manera negativa en la distracción, equivalente en porcentaje al 24,2%, 8 estudiantes consideran el uso de las redes sociales de manera negativa por influencia a bajo rendimiento académico, equivalente en porcentaje al 24,2%, obteniendo, 5 estudiante consideran que el uso de las redes sociales influye de manera negativa por el bajo ingreso económico , equivalente en porcentaje al 15,2%.

Capítulo VII – Conclusión y Recomendaciones

Conclusión

Para concluir nuestra investigación acerca del uso de las redes sociales en los jóvenes de la carrera de administración de empresas del II - III cuatrimestre 2023 y dado por finalizado nuestro análisis podemos concluir que:

Las redes sociales son más que un fenómeno social donde desempeñan un papel significativo en la integración social de los jóvenes. Las redes sociales tienen numerosas ventajas que son fácilmente visibles donde en ocasiones esas ventajas se convierten en desventajas para otros y es aquí donde comienzan a ocurrir diferentes problemáticas dentro del ámbito social.

Cada usuario es libre de usar las redes sociales como mejor les convenga, aunque sería más apropiado reconocer cómo nos benefician y afectan y encontrar un equilibrio que permita que tengan una influencia más positiva y reducir lo negativo que pueden causarnos dentro del ámbito que frecuentamos.

Nuestros propósitos se cumplieron en base a los objetivos establecidos puesto que logramos reconocer la conectividad global mediante conexiones instantáneas con personas de todo el mundo, la diversidad de opiniones, y la manera que influyen en las relaciones de las personales, facilitando la comunicación, pero también planteando desafíos en cuanto a la calidad de interacción.

Las redes sociales han ejercido una profunda influencia en la sociedad, impactando desde la forma en que se construye la opinión pública hasta la manera en que las personas se relacionan entre sí y toman decisiones. Esta influencia abarca múltiples aspectos de la vida contemporánea y sigue evolucionando a medida que las plataformas y las prácticas sociales digitales se desarrollan

Al abordar el tema sobre el uso de las redes sociales, nos favoreció como equipo investigador para comprobar cómo somos los jóvenes con redes dentro del entorno estudiantil universitario y ver de qué manera estas intervienen en nuestra formación académica, donde influye directamente en el desarrollo psicosocial cotidiano de los estudiantes en los diferentes sistemas de relaciones (personal, familiar y social).

Recomendaciones

Al mostrar los resultados del análisis correspondiente y dar por concluido nuestro trabajo de investigación, podemos dar las siguientes recomendaciones a los jóvenes para que puedan hacer un uso más adecuado de las redes sociales:

- Establecer límites de tiempo.
- Si se suben fotos a las redes que sea con mucha responsabilidad sin poner en riesgo su integridad física y moral.
- No aceptar solicitudes de personas desconocidas.
- Fomentar interacciones positivas entre los demás usuarios.
- Respetar la cuenta de las demás personas.
- Establecer tus prioridades.
- Identificar las funciones y los efectos de cada acción.
- Si es necesario, investigar más acerca del tema tratado para un mejor conocimiento sobre el uso e influencias de las redes sociales.

Capítulo VIII – Bibliografías

Bibliografía

- Carlos, J. (2016). Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/1111fb72-4eb1-4519-a20d-ddde7bf342bd/content>
- Castells. (2005). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5535/553565464005/html/#:~:text=Para%20Castells%2C%20una%20red%20es,la%20red%20como%20una%20arquitectura%20>
- Contreras, F. (9 de Mayo de 2006). *PEPSIC*. Obtenido de PEPSIC: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982006000200011
- Freiden, B. M. (2017). *e.Libro.net*. Obtenido de e.Libro.net: <https://elibro.net/es/ereader/univallenicaragua/66350?page=59>
- Giménez, S. (Junio de 2023). *OBS Business School*. Obtenido de OBS Business School: <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informe%20OBS%20Tendencias%20Redes%20Sociales%202023.pdf>
- Herrero, M. (20 de Octubre de 2010). *Nunca comas solo*. Obtenido de Nunca comas solo: [https://nuncacomassolo.com/2010/10/20/utilidad-valor-y-precio/#:~:text=Posteriormente%20a%20principios%20del%20siglo,humana%20\(Ricardo%2C%201817\)](https://nuncacomassolo.com/2010/10/20/utilidad-valor-y-precio/#:~:text=Posteriormente%20a%20principios%20del%20siglo,humana%20(Ricardo%2C%201817)).
- Hütt Herrera, H. (9 de Febrero de 2012). *Reflexiones*. Obtenido de Reflexiones: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Medina, M. y. (2004). Obtenido de <https://www.psicologia-online.com/la-influencia-social-y-sus-tecnicas-1696.html>

Melisa, K. (2022). Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/31847/KarenMelisa_HenaoEcheverri_LeidyViviana_Rivera_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Mooney, J. (28 de Marzo de 2016). *El pensante*. Obtenido de El pensante: <https://elpensante.com/jd-mooney-concepto-de-administracion/>

Norway. (s.f.). *e.Libro.net*. Obtenido de e.Libro.net: <https://elibro.net/es/ereader/univallenicaragua/20285?page=4>

Parsons. (1964). Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/3538600>

Psicología desde el Caribe. (Diciembre de 2011). Obtenido de Psicología desde el Caribe: <https://www.redalyc.org/pdf/213/21320758007.pdf>

Psicopsi. (s.f.). Obtenido de Psicopsi: <https://www.psicopsi.com/influencia-social/>

Real Academia Español. (s.f.). Obtenido de Real Academia Español: <https://dle.rae.es/%C3%ADndice>

Rivera. (2016). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6870909.pdf>

Sampieri, R. H. (2008). *Marcoteorico.win*. Obtenido de Marcoteorico.win: <https://marcoteorico.win/marco-teorico-segun-autores/>

Terry, G. (s.f.). *studocu*. Obtenido de studocu: <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-nacional-autonoma-de-honduras/administracion-1/george-terry-explica-que-la-administracion-es-un-proceso-distintivo-que-consiste-en-planear/49381263>

| FASES | ACTIVIDADES | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | OBJETIVOS |
|---|---|---------|-----------|-----------|--|
| Planteamiento del problema, Marco de Referencia teórica. | Tema general y específico | 11/10 | | | ➤ Argumentos y opiniones propias para identificar que mostraremos en la investigación. |
| | Justificación y Antecedentes | | 02/11 | | ➤ Conocer las explicaciones que pretendemos probar en el proyecto. |
| | Introducción Planteamiento del Problema | | 02/11 | | ➤ Identificar la problemática del tema de investigación. |
| | Objetivos: General y Específicos | 25/10 | | | Determinar nuestros propósitos, que queremos lograr con el proyecto. |
| | Descripción de las Variables-marco de referencia Hipótesis | | 15/11 | | ➤ Definir variables de interés dentro de la investigación. |
| | Revisión de proyecto | | 08/11 | | ➤ Demostrar avances iniciales y visión del proyecto de investigación. |
| Diseño Metodológico | Enfoque y tipo de investigación, Población y muestra | | 17/11 | | ➤ Fijar el tipo de estudio que se utilizará para el análisis al proyecto de investigación. |
| | Método, Técnicas e Instrumentos Recursos (materiales y humanos) | | 17/11 | | ➤ Identificar las utilidades para desarrollar el método a aplicar. |
| | Diseño Metodológico Elaboración de instrumento metodológico - Encuesta Digital. | | 28/11 | | ➤ Estructurar de forma ordenada preguntas respecto a las variables a medir. |
| | Obtención de información, Esquema de desarrollo, Procesamiento de datos y proceso de frecuencia y graficas. | | 28/11 | | ➤ Recopilación de información cuantitativa. |
| | Revisión de proyecto | | 29/11 | | ➤ Demostrar avances finales adjuntando formulación de encuesta. |
| Análisis de resultados | Análisis e interpretación de los Resultados | | | 10/12 | Explicar los datos arrojados por la encuesta y dar respuesta al planteamiento del |

| | | | | | |
|--|----------------------------------|--|--|-------|--|
| | | | | | problema. |
| | Conclusiones, Recomendaciones | | | 10/12 | ➤ Sugerir acciones que den soluciones establecidas en la conclusión. |
| | Bibliografía | | | 11/12 | ➤ Sintetizar los aportes y conocimiento explorados y obtenidos durante los hallazgo y estudios realizados. |
| | Anexos | | | 11/12 | ➤ Mostrar las evidencias de estudio. |

Capítulo IX – Anexos

9.1. Cronograma de Actividades

9.2. Instrumentos de recolección de información

ENCUESTA SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la influencia del uso de las redes sociales en los jóvenes de la Carrera de Administración de Empresas, como una ventana a la interacción social en Universidad del Valle del II y III cuatrimestre 2023. Si estás de acuerdo en responder puedes continuar, en caso, muchas gracias.

Datos Generales:

Edad _____ Procedencia _____ Año que cursa _____
Sexo _____ Turno _____

Por favor rellene esta encuesta seleccionando la opción que considere conveniente.

Datos específicos:

- Primer objetivo específico: Definir el uso de las redes sociales como una interacción a la influencia sociales.

1) ¿Usas redes sociales?

- a) Si
- b) No

2) ¿Qué tipo de redes sociales utilizas como medio de interacción social?

- a) Facebook
- b) WhatsApp
- c) Twitter
- d) Instagram
- e) YouTube
- f) Snapchat

3) ¿Con que frecuencia de tiempo usas las redes sociales?

- a) Todos los días
- b) Solo el fin de semana
- c) Tres veces a la semana
- d) Una vez a la semana
- e) No hace uso de las redes sociales

4) ¿Cuál es el medio por el cuál te conectas a redes sociales?

- a) Computadora
- b) Teléfonos móviles
- c) Tablet
- d) Laptop

5) ¿Por qué consideras que las plataformas digitales se han convertido en un elemento central de la interacción social?

- a) Permite que las personas de todo el mundo puedan conectarse para compartir información.
- b) Mantenerse actualizados sobre la vida de amigos, familiares y eventos globales.
- c) Compartir experiencias e ideas
- d) Un medio para expresar sus opiniones y participar en la esfera pública.

- Segundo objetivo específico: Demostrar los factores que inciden en la interacción social sobre el uso de las redes sociales.

6) ¿Qué tipo de contenido te gusta ver en las redes sociales?

- a) Salud y belleza
- b) Moda y ropa
- c) Deportes
- d) Industria del entretenimiento
- e) Noticias de negocio
- f) Contenido de estilo de vida

7) ¿Cómo prefieres ver el contenido que te gusta en los sitios de redes sociales?

- a) Videos
- b) Imágenes
- c) Artículos
- d) Blogs
- e) Otros

8) ¿Cuáles de las siguientes opciones consideras que son unas ventanas virtuales para la interacción social en medios digitales?

- a) Trascender las limitaciones geográficas
- b) Explorar y compartir intereses, ideologías y causas comunes
- c) Establecer relaciones con personas de diversos orígenes y culturas
- d) Todas las anteriores

9) ¿Cuánta satisfacción te dan las redes sociales?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Poco satisfecho
- d) Nada satisfecho
- e) Me da igual

10) ¿Por qué crees que las redes sociales son fundamentales como medio de interacción social?

- a) Permite una Conexión global
- b) Mantener comunicación entre amigos y familiares
- c) Facilita la comunicación instantánea
- d) Establece conexiones laborales

- Tercer objetivo: Analizar el índice de utilidad académico y educativo que se le brinda al uso de las redes sociales como beneficio en la interacción social.

11) ¿Estás de acuerdo que las redes sociales ofrecen a los estudiantes plataformas de aprendizajes informal?

- a) Si
- b) No

12) ¿Motivo por el cuál usas redes sociales?

- a) Estudios
- b) Trabajos
- c) Noticias
- d) Comunicación rápida
- e) Otros motivos

13) ¿Cuáles de las opciones crees que son beneficiosas para la interacción social?

- a) La necesidad de comunicarse en los diferentes medios digitales
- b) Aprendizajes colaborativos
- c) Oportunidades académicas y profesionales
- d) Tendencias y evolución tecnológica

14) ¿Consideras útil el uso de las redes sociales en el campo académico y educativo?

- a) Si
- b) No

- Cuarto objetivo: Explicar las estrategias que complementan a la formación académica el uso de las redes sociales.

15) ¿Tienes conciencia sobre el uso adecuado de las redes sociales?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca

16) ¿Consideras que las redes sociales han influido mucho en tu formación académica?

- a) Si
- b) No

17) ¿Crees que las redes sociales pueden aportar algo positivo en tu rendimiento académico?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Nunca

18) Las estrategias que complementan la formación académica son:

- a) Seguir a líderes de la industria a través de las redes sociales te ayuda a exponer sus conocimientos y experiencias.
 - b) Seguir diferentes fuentes de información relacionadas a tu campo académico te permite intercambiar ideas, preguntas y recursos con otros estudiantes.
 - c) Utilizar redes sociales para obtener retroalimentación sobre proyectos académicos y buscar consejos de profesionales.
- Quinto Objetivo: Valorar de qué manera el uso de las redes sociales influye en los jóvenes desde perspectivas positivas y negativas.

19) ¿Consideras que las redes sociales pueden aportar algo positivo en tu vida?

- a) Siempre
- b) Raras veces
- c) A veces
- d) Nunca

20) ¿Cuál de estas desventajas causadas por el uso de las redes sociales has vivido a nivel personal?

- a) Robos de identidad
- b) Estafas
- c) Adicción a redes sociales
- d) Reducción de tu productividad
- e) Ninguna de las anteriores

21) El acceso a redes sociales lo ves de manera positiva en una forma de expresión de:

- a) Comunicación asertiva
- b) Opiniones personales
- c) Desahogo
- d) Encuentro a si mismo

22) El uso de las redes sociales influye de manera negativa en:

- a) Bajo rendimiento académico
- b) Bajo ingreso económico
- c) Dependencia
- d) Distracción

9.3. Proceso de Frecuencia de Datos

La importancia y relevancia de presentar resultados de un estudio radica en la frecuencia con la que estos se manifiestan donde ciertos hallazgos proporcionan una base para la interpretación de la información proporcionada por los individuos involucrados. Cuando los resultados son consistentes se establece una confianza en la validez de las conclusiones, también permite identificar ciertos patrones y tendencias más claras.

A continuación, presentaremos en una tabla de frecuencia la muestra en estudio dividida por sexo, con sus respectivos porcentajes

| Muestra/Sexo | fi | fr | fr % |
|--------------|----|------|------|
| Masculino | 16 | 0.48 | 48 |
| Femenino | 17 | 0.52 | 52 |
| Totales | 33 | 1 | 100 |

9.4. Imágenes

The image shows a Google Forms interface for a survey titled "USO DE LAS REDES SOCIALES". The form is displayed in a light pink theme. At the top, there is a navigation bar with tabs for "Preguntas", "Respuestas" (with a count of 33), and "Configuración". A purple "Enviar" button is visible on the right. The main content area contains the following text:

No se pueden editar las respuestas

USO DE LAS REDES SOCIALES

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la influencia del uso de las redes sociales en los jóvenes de la Carrera de Administración de Empresas, como una ventana a la interacción social en Universidad del Valle del II y III cuatrimestre 2023. Si estás de acuerdo en responder puedes continuar, en caso, muchas gracias.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Edad *

20

Sexo *

Masculino



Enviar



Edad *

19

Sexo *

Femenino

Procedencia *

Managua

Turno *

Diurno

Año que cursas *



Enviar



Primer Objetivo Especifico

Definir el uso de las Redes Sociales como una interacción a las Influencias Sociales.

1. ¿Usas Redes Sociales? *

Sí

No

2. ¿Qué tipo de redes sociales utilizas como medio de interacción social? *

Facebook

WhatsApp

Twitter

YouTube



2. ¿Qué tipo de redes sociales utilizas como medio de interacción social?

- Facebook
- WhatsApp
- Twitter
- YouTube
- Snapchat
- Añadir opción o [añadir respuesta "Otro"](#)

3. ¿Con que frecuencia de tiempo usas las redes sociales? *

