



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Implementación de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales para mejorar el comportamiento social en los estudiantes de la Generación z del colegio Maxim Gorki. San Miguel, 2023**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
**Bachiller en Comunicación Estratégica**

**PRESENTADO POR:**

Ovalle Ortiz, Jasmin Esther - Comunicación Estratégica

**ASESOR:**

Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

(ORCID - 0000-0002-6930-3718)

LIMA – PERÚ

2023

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio

### **MIEMBROS DEL JURADO**

Eduardo José Huertas Valladares

Carla Cristina Pera Fronda

Antonina Janet Tejada Caro

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Jasmin Esther Ovalle Ortiz Identificado (a) con DNI N° 75886623 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesora la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

### DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

a) Soy el autor del documento académico titulado:

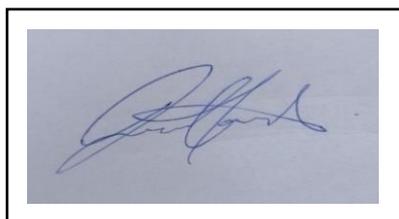
**“IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN SOBRE USO DE REDES SOCIALES PARA MEJORAR EL COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA GENERACIÓN Z DEL COLEGIO MAXIM GORKI. SAN MIGUEL, 2023“**

b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

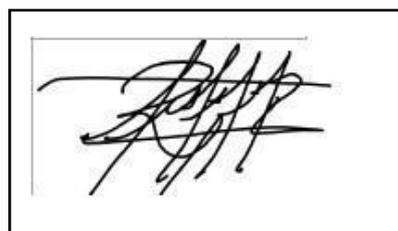
c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual no excede del 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

d) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 24 de Julio del 2023

A rectangular box containing a blue ink signature of the author, Jasmin Esther Ovalle Ortiz.

Firma del autor

A rectangular box containing a black ink signature of the advisor, Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio.

Firma del asesor

## **DEDICATORIA**

Dedico esta investigación a mi familia quienes son mi apoyo constante, y me alientan día a día. A mi pareja por su apoyo incondicional en cada etapa del proceso, y por impulsarme a seguir creciendo profesionalmente.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco al colegio Makim Gorki, por permitirme realizar mi estudio con su institución, y por el apoyo brindado. También, quiero agradecer a la profesora Roxana Albarracin por sus asesorías constantes, y por el compromiso con cada uno de sus alumnos.

## ÍNDICE

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD .....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTOS .....	5
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL .....	16
1.1 Título del Proyecto.....	16
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario .....	16
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación.....	16
1.4 Alcance de la solución.....	17
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA .....	18
2.1.2 Formulación del problema .....	19
2.1.3 Objetivos de investigación.....	20
2.1.4 Justificación de la investigación .....	21
2.1.5 Limitaciones de la investigación .....	22
2.1.6 Viabilidad de la investigación .....	22
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL .....	23
3.1 Antecedentes.....	23
3.1.1 Antecedentes nacionales .....	23
3.1.2 Antecedentes internacionales .....	24
3.2 Marco teórico .....	25
3.2.1 Comportamiento social.....	25
3.2.2 Redes sociales .....	29
3.3 Definición de términos básicos.....	34
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES.....	35
4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas .....	35
4.1.1 Hipótesis principal .....	35
4.1.2 Hipótesis derivadas .....	35
4.2 Operacionalización de variables .....	35
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	37
5.1 Diseño metodológico .....	37
5.2 Diseño muestral.....	37
5.3 Población .....	37
5.4 Muestra.....	38
5.5 Técnica de recolección de datos.....	38

5.6	Técnicas estadísticas de procesamiento de la información .....	38
5.7	Resultados.....	38
5.7.1	Análisis descriptivo.....	38
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN .....		79
6.1	Alcance esperado.....	79
6.2	Descripción de la propuesta de innovación .....	79
6.3	Diagnóstico situacional.....	79
6.4	Procedimiento para la propuesta de mejora.....	80
6.4.1	Desarrollo del proyecto de innovación.....	80
6.4.2	Presupuesto.....	88
CONCLUSIONES.....		90
RECOMENDACIONES .....		92
ANEXOS.....		96

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Acciones del primer mes de capacitación .....**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 2: Acciones del segundo mes de capacitación ..**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 3: Acciones del tercer mes de capacitación .....**¡Error! Marcador no definido.**

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Buena conducta en casa .....	39
Figura 2: Buena conducta en casa .....	39
Figura 3: Rutina del hogar.....	40
Figura 4: Rutina del hogar.....	41
Figura 5: Conducta escolar .....	42
Figura 6: Conducta escolar .....	43
Figura 7: Rutina escolar .....	44
Figura 8: Rutina escolar .....	44
Figura 9: Comunicación verbal .....	46
Figura 10: Comunicación verbal .....	47
Figura 11: Comunicación no verbal .....	48
Figura 12: Comunicación no verbal .....	48
Figura 13: Comunicación no verbal .....	50
Figura 14: Comunicación no verbal .....	50
Figura 15: Inconvenientes en el colegio .....	52
Figura 16: Inconvenientes en el colegio .....	53
Figura 17: Comportamiento social.....	54
Figura 18: Comportamiento social.....	54
Figura 19: Comportamiento social.....	56
Figura 20: Comportamiento social.....	56
Figura 21: Relación social con compañeros.....	58
Figura 22: Relación social con compañeros.....	58
Figura 23: Dispositivos electrónicos .....	60
Figura 24: Dispositivos electrónicos .....	61
Figura 25: Dispositivos con internet.....	61

Figura 26: Dispositivos con internet.....	62
Figura 27: Habilidad tecnológica.....	63
Figura 28: Habilidad tecnológica.....	64
Figura 29: Redes sociales.....	65
Figura 30: Redes sociales.....	66
Figura 31: Conectividad diaria .....	67
Figura 32: Conectividad diaria .....	67
Figura 33: Redes sociales y convivencia escolar.....	69
Figura 34: Redes sociales y convivencia escolar.....	69
Figura 35: Programa de capacitación.....	71
Figura 36: Programa de capacitación.....	71
Figura 37: Correlación entre pregunta 18 y 10.....	73
Figura 38: Correlación entre pregunta 17 y 14.....	75
Figura 39: Correlación entre pregunta 16 y 15.....	76
Figura 40: Correlación entre pregunta 9 y 16.....	78
Figura 41: Foda del colegio Makim Gorki.....	80
Figura 42: Horario de sesión por grado.....	87
Figura 43: Presupuesto del programa de capacitación.....	89

## RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación fue estudiar la influencia de las redes sociales en adolescentes de la generación Z del colegio Makim Gorki, y como estas afectan en su comportamiento social. La propuesta es una solución innovadora, en este caso es un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, que contribuye con la institución de forma muy significativa, y proporciona a los estudiantes un incentivo, para que puedan descubrir lo que son realmente las redes sociales, y como afectan en su comportamiento con la sociedad.

La presente investigación es de tipo aplicada, ya que está orientada a la realización del programa de capacitación, en donde los alumnos podrán entender mucho mejor el tema de las redes sociales. Mantuvo un enfoque cuantitativo, ya se empezó desde los resultados obtenidos de los datos, y números reales que se realizaron en la institución, con el fin de probar el funcionamiento y viabilidad del proyecto. El diseño que se empleó en la investigación fue descriptivo, debido a que se atendió una necesidad dentro del colegio Makim Gorki, y también se cuenta con la bibliografía relevante, para identificar y comparar datos necesarios, con el fin de completar todos los campos. El nivel empleado en el estudio es correlacional, ya que se busca analizar la relación significativa que existe entre las variables de comportamiento social, y redes sociales.

La población estudiada está conformada por 124 personas, y la muestra escogida en base a la población es de 40 estudiantes del colegio Makim Gorki, que comprenden los grados de segundo, tercero, cuarto y quinto de secundaria. Se les practicó una encuesta integrada por 18 preguntas, para conocer la apreciación, conocimiento y aceptación del plan de implementar un programa de capacitación, que busca instruirlos para que tengan un mejor conocimiento. Con los resultados obtenidos, se pudo afirmar que los estudiantes del colegio Makim Gorki, si están interesados en que la institución brinde un programa de capacitación en algo que ellos

usan todos los días, que son las redes sociales. La hipótesis principal arrojó un resultado de correlación del 62% y una significancia bilateral de Sig=0.000.

**Palabras clave:** Redes sociales, generación Z, comportamiento social, educación básica, desarrollo de habilidades.

## ABSTRACT

The main objective of this research was to study the influence of social networks on adolescents of generation Z from the Makim Gorki school, and how they affect their social behavior. The proposal is an innovative solution, in this case it is a training program on the use of social networks, which contributes to the institution in a very significant way, and provides students with an incentive, so that they can discover what social networks really are, and how they affect their behavior with society.

The present investigation is of an applied type, since it is oriented to the realization of the training program, where the students will be able to understand the subject of social networks much better. It maintained a quantitative approach, it already started from the results obtained from the data, and real numbers that were carried out in the institution, in order to prove the operation and feasibility of the project. The design used in the research was descriptive, because a need was met within the Makim Gorki school, and there is also the relevant bibliography, to identify and compare the necessary data, in order to complete all the fields. The level used in the study is correlational, since it seeks to analyze the significant relationship that exists between the variables of social behavior and social networks.

The population studied is made up of 124 people, and the sample chosen based on the population is 40 students from the Makim Gorki school, who comprise the second, third, fourth and fifth grades of secondary school. A survey made up of 18 questions was carried out on them, to know the appreciation, knowledge and acceptance of the plan to implement a training program, which seeks to instruct them so that they have a better knowledge. With the results obtained, it was possible to affirm that the students of the Makim Gorki school, if they are interested in the institution providing a training program in something that they use every day, which is social networks. The main hypothesis yielded a correlation result of 62% and a bilateral significance of  $\text{Sig}=0.000$ .

**Keywords:** Social networks, generation Z, social behavior, basic education, skills development.

## INTRODUCCIÓN

Los colegios privados son instituciones educativas no gubernamentales, es decir no se rigen por el estado. Su función es brindar enseñanzas y conocimientos a los estudiantes, y aportar en su formación integral. Suelen brindar diversos tipos de talleres y capacitaciones para sus alumnos, sobre todo en temas de habilidades blandas, de esta manera se puede mejorar su comportamiento y compromiso con las clases. Por ello, decidí investigar y promover nuevas estrategias que aporten de manera significativa a los estudiantes del colegio Makim Gorki.

El presente estudio está estructurado de la siguiente manera:

El capítulo I consiste en la información general del proyecto como el título, el área estratégica de desarrollo prioritario, y también la actividad económica en la que se aplicara la investigación. Finaliza con el alcance de la solución.

El capítulo II consiste en la descripción de la investigación aplicada, donde se verá la realidad problemática. En base a ello se verá el problema, para luego obtener los objetivos, justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

El capítulo III consiste en el marco referencial donde se verán los antecedentes nacionales e internacionales, el marco teórico y la definición de términos básicos.

El capítulo IV consiste en la hipótesis principal y las hipótesis derivadas, el cual también cuenta con la operacionalización de variables.

En capítulo V consiste en el diseño metodológico aplicado, en el cual se presentan las características de la investigación, la técnica aplicada, la selección de la muestra, las herramientas con las cuales se recopiló la información, y los resultados obtenidos, en donde se pueden encontrar aquellos hallazgos más relevantes.

Finalmente, en el capítulo VI se verá el desarrollo de la propuesta de innovación, se presenta el alcance esperando, la descripción de la propuesta de innovación, también se verá el diagnóstico de la situación actual del colegio, para que a través de ello se realice la propuesta de mejora.

## **CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL**

### **1.1 Título del Proyecto**

IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN SOBRE USO DE REDES SOCIALES PARA MEJORAR EL COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA GENERACIÓN Z DEL COLEGIO MAXIM GORKI. SAN MIGUEL, 2023

### **1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario**

Para la presente investigación se eligió la línea de investigación de mejora de procesos y operaciones, debido a que, se busca optimizar de manera adecuada el uso de redes sociales, para mejorar el comportamiento social de los estudiantes. Ante lo expuesto se requiere la implementación de un programa de capacitación, que ayudará a que los alumnos se puedan relacionar de manera óptima sobre el tema tratado.

### **1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación**

La actividad en la cual se desarrollará la investigación es de tipo social, debido a que buscará que los estudiantes de la institución educativa, puedan hacer un mejor uso de las redes sociales, y que esto no afecte su comportamiento. A través de la implementación de metodologías, la investigación aportará conocimientos y herramientas necesarias para la gestión del programa de capacitación.

Como sabemos la Generación Z está muy unida a las redes sociales, según un estudio elaborado por el INEI en el año 2013, del total de lo que es la población adolescente

que están entre los 12 y 17 años de edad, el 61,2% son usuarios de internet. Este porcentaje demuestra que la generación Z pertenece a los nativos digitales que nacieron de la mano con la tecnología, por lo que deben tener un manejo inteligente de la misma.

#### **1.4 Alcance de la solución**

El presente estudio tiene como objetivo general la implementación de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, y de esta manera mejorar el comportamiento social de los alumnos de la generación Z del colegio Makim Gorki del distrito de San Miguel. Para la realización del objetivo trazado, se trabajará con el uso de nuevas tecnologías para la correcta realización de la capacitación a los estudiantes.

## CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

### 2.1 Descripción de la realidad problemática

Millones de personas en todo el mundo, en particular adolescentes y jóvenes, se han dejado cautivar por las nuevas tecnologías y redes, incorporándolas a su vida cotidiana, a sus comunicaciones y relaciones. Sin embargo, la aparición de diversas aplicaciones se ha relacionado con el desarrollo de conductas sociales adictivas en algunos individuos con características específicas, dando lugar a la idea de mal comportamiento social. (Arab et al., 2015)

Es muy común que el comportamiento de los adolescentes sea volátil, y quieran experimentar diferentes cosas en el mismo tiempo, pero se debe tener mucho cuidado, ya que sus decisiones definirán como llevarán sus vidas en el futuro.

En América Latina el desarrollo del comportamiento social también se impulsará desde la adolescencia, en donde se forja la actitud propia de una persona. Esto se debe mayormente al uso que los adolescentes tienen con las redes sociales, actualmente suele ser desmedido y perjudicial pues es en Latinoamérica, en donde se encuentra el mayor número de usuarios en redes sociales, ya que la media del tiempo diario en pantalla, asciende a los 212 minutos. (Duarte, 2019)

Es indispensable que esta generación aprenda a sacarle el provecho adecuado a las redes sociales, que sea para su propio bien, y no para su propia decadencia.

En Lima, Perú el problema abarca a la conexión que los adolescentes tienen con las redes sociales, ya que en su mayoría afectan en el comportamiento social, de manera que están expuestos a estereotipos y estándares. “La constante exposición a las redes puede afectar su autoestima, y por ende su comportamiento”. (Abanto, 2020)

Debemos saber que la generación Z hoy en día está totalmente vulnerable ante la imagen ideal de como uno debe ser, y mucho de ello lo encuentran en las redes sociales que usan a diario, esto va causar inseguridades y ansiedad por querer formar parte de esa imagen que ven proyectada.

En el colegio Makim Gorki los estudiantes, específicamente de la generación Z, están teniendo cambios de comportamiento por el mal uso de redes sociales. Esta problemática tiene diversas causas que van desde el seno familiar, hasta el entorno amical. Para este estudio se ha identificado que el motivo principal es el mal manejo de redes sociales que tienen los estudiantes.

Si la generación Z hace un mal uso de la tecnología, en un futuro pueden tener problemas más graves, como mal temperamento o baja autoestima, ya que esto tendrá una mala influencia en su comportamiento. Este problema abarca a toda la sociedad en general, ya que es un problema mundial.

Se sugiere realizar un programa de capacitación sobre el uso de la tecnología enfocada a las redes sociales, en el colegio Makim Gorki, para que de esta manera tengan una guía, y sepan usarla de la mejor manera.

## **2.1.2 Formulación del problema**

### **2.1.2.1 Problema general**

¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki?

### **2.1.2.2 Problemas específicos**

1. ¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki?
2. ¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki?
3. ¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial de uso de redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki?

### **2.1.3 Objetivos de investigación**

#### **2.1.3.1 Objetivo general**

Determinar de qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

#### **2.1.3.2 Objetivos específicos**

1. Determinar de qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

2. Determinar de qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.
  
3. Determinar de qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial de uso de redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

## **2.1.4 Justificación de la investigación**

### **2.1.4.1 Justificación teórica**

Este estudio cuenta con una justificación teórica, ya que cuenta con diversas fuentes de información relevante que se analizarán y verificarán todos los aspectos teóricos a abarcar, acorde a las variables propuestas, con lo cual se busca incrementar el conocimiento existente en el campo de estudio.

### **2.1.4.2 Justificación metodológica**

Se cuenta con justificación metodológica, ya que la investigación tendrá un enfoque cuantitativo que consiste en la elaboración de cuestionarios, que nos permitirá resolver y prevenir el problema actual aplicando el método científico de forma correcta y promoviendo el conocimiento obtenido.

#### **2.1.4.3 Justificación práctica**

La investigación cuenta con justificación práctica ya que se busca que los resultados obtenidos ayuden a que los estudiantes tengan una guía sólida, y esto pueda elevar y potenciar su comportamiento social. La propuesta brindada da solución al problema encontrado, logrando el beneficio esperado para los alumnos del colegio Makim Gorki.

#### **2.1.5 Limitaciones de la investigación**

Una de las principales limitaciones es que, por tratarse de estudiantes menores de edad, se necesita que los padres otorguen el consentimiento, para que sus hijos puedan formar parte de la investigación.

Otra limitación es no contar con antecedentes que integren dos variables de la investigación; sin embargo, esta limitación se logra superar debido a que se realiza a la búsqueda de ellos de forma independiente con lo cual se logra superar dicha dificultad, convirtiendo al presente trabajo en una investigación innovadora en su campo de estudio.

#### **2.1.6 Viabilidad de la investigación**

La investigación es viable ya que se cuenta con el tiempo necesario para realizar la investigación, también se cuenta con los recursos materiales y tecnológicos. Con respecto al lugar de investigación que en este caso es el colegio Makim Gorki, también se tiene el permiso y acceso.

## CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

### 3.1 Antecedentes

#### 3.1.1 Antecedentes nacionales

Padin (2022) en su tesis titulada: "Influencia de la adicción a las redes sociales en el bienestar psicológico de los estudiantes de la Universidad Metropolitana de Lima". Aborda como objetivo determinar la influencia significativa de la adicción a las redes sociales en el bienestar psicológico de los estudiantes universitarios. Se utilizó el diseño transversal de investigación de predicción, con un enfoque cuantitativo, se trabajó con un grupo de 323 estudiantes, se utilizó la técnica de recolección de datos, así como dos cuestionarios como instrumento, esta tesis concluyó que existe una influencia de baja magnitud ( $R^2 = .059$ ) con base en los resultados obtenidos, y que solo la dimensión de obsesión por las redes sociales tiene una influencia inversa y significativa en el control situacional y social, y que la falta de control tiene una influencia inversa y significativa en el control situacional y social.

Franco (2018) en su tesis titulada: "Influencia de las redes sociales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Mayor de San Agustín, 2017" - Arequipa. Aborda como meta determinar la influencia de las redes sociales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Los investigadores utilizaron una investigación no experimental de corte transversal con enfoque cuantitativo y trabajaron con un grupo de 190 estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Agustín, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue una pregunta estructurada, este estudio concluyó que los estudiantes usan las redes sociales con frecuencia, con un enfoque particular en los estudiantes de segundo año. Con un nivel de significancia de 0.05 se corrobora que las redes influyen en el proceso de aprendizaje. También se concluye en que el proceso de aprendizaje se cumple mediante el uso frecuente de diferentes redes.

Acuña (2021) en su tesis titulada: "Adicción a las redes sociales y ciberacoso en adolescentes del distrito Callao 2021. El objetivo de este estudio es determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y los adolescentes de la generación Z en el distrito Callao. La investigación no experimental de corte transversal y descriptivo correlacional, con un enfoque cuantitativo, trabajando con una muestra de 383 adolescentes, se utilizó la técnica de la encuesta, y el instrumento fue un test, esta tesis concluye que existe una relación estadísticamente significativa entre la adicción a las redes sociales y el ciberacoso ( $p=,014$ ), lo que implica que existe una relación entre las variables.

### **3.1.2 Antecedentes internacionales**

Jácome (2017) en su tesis titulada: "Las redes sociales y su influencia en los adolescentes" - Latacunga Ecuador. Tiene como objetivo determinar el impacto de las prácticas de las redes sociales en la privacidad y seguridad de los adolescentes. Se utilizó el método de investigación descriptivo con enfoque cuantitativo. Se trabajó con una muestra de 100 estudiantes de la Unidad Educativa Victoria Vasconez Cuví, se utilizó la técnica de la encuesta, y el instrumento fue un test. Debido a que nuestra información personal ha sido expuesta, esta tesis concluye que debemos saber administrar las redes sociales de manera inteligente. Se recomienda que se realice una nueva investigación sobre las redes sociales porque es un tema tan amplio.

Fuertes y Armas (2017) en su estudio titulado: "Adolescentes adictos a las redes sociales y la tecnología" - Tulcán Ecuador. Permite identificar la adicción a las redes sociales, la adicción tecnológica y los cambios psicológicos que se están presentando. Se utilizó un estudio descriptivo con enfoque cuantitativo. El método se utilizó con una muestra de 251 estudiantes de la Unidad Educativa de Tulcán, se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta fue el

cuestionario, Este estudio concluyó que el 40% de los estudiantes sufren de nomofobia severa, que se define como un sentimiento de pavor o ansiedad cuando pierden su teléfono o no tienen batería suficiente para usarlo. Esta adicción puede resultar en otro tipo de complicación, que es un síntoma preocupante.

Critikián y Nuñez (2021) en su estudio titulado: “Redes sociales y la adicción al like de la generación Z” – España. Aborda como objetivo principal analizar la importancia y el impacto que tienen los likes en la Gen Z. Se empleó una investigación de tipo documental con enfoque cuantitativo. Se trabajó con una muestra de 500 participantes, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Este estudio concluyó que el 73% de los encuestados afirma que nos les afecta el hecho de no recibir o recibir likes en sus publicaciones, también concluyen en que la red social a la que le dedican más tiempo es Instagram.

## **3.2 Marco teórico**

### **3.2.1 Comportamiento social**

#### **Comportamiento social**

El comportamiento social se concibe como la forma de conectar con otras personas y es la habilidad para entablar cualquier tipo de relación. Para Carrillo (2018) el comportamiento social es:

Los seres humanos somos entidades bio-psico-sociales, lo que quiere decir que en cada uno de nosotros coexisten componentes de índole biológico, psicológico y social. En lo que respecta al comportamiento social, este será el resultado de la fusión entre las características genéticas (ADN) y los factores del medio ambiente que rodean a los individuos. (párr.1).

Este conjunto que forma el comportamiento, va ser lo que defina la manera que tienen las personas de comunicarse con otras. Por otro lado, el comportamiento social puede ser visto como la habilidad de socializar bastante compleja, como indica Betina y Contini (2011):

Delimitar el concepto de habilidad social resulta complejo por su naturaleza multidimensional y su relación con otros conceptos afines. Es frecuente encontrar en la literatura especializada una proximidad del término con la denominada competencia social e interpersonal, la inteligencia social y las habilidades adaptativas, entre otros.  
(p.162)

Según lo explicado por el autor, la habilidad social será la iniciación del comportamiento que se tendrá en la vida cotidiana, ya que es algo natural del ser humano, al ser de índole interpersonal. En conclusión, se puede comprender que el comportamiento social evolucionara desde que nacemos, ya que cuenta con diferentes características genéticas que están desde antes de nacer. Todo lo que rodea al ser humano influirá en su comportamiento social, como el medio ambiente u otras personas, y a partir de ello tendrán la habilidad social para relacionarse con otras personas.

## **Comportamiento**

El comportamiento es la recopilación de todas las actitudes que tiene un ser humano en su vida diaria, este se forma desde la infancia. Para Sarmiento (2020) ello es:

Desde la perspectiva más sociológica, los teóricos al respecto sostendrán que el comportamiento humano está estrechamente relacionado con su relación social. Esto no dista de ser verdad, ya que las vivencias sociales marcan nuestro comportamiento, porque el ser humano responde ante estímulos que parten desde la sociedad, no puede escaparse de ella y en caso de poder hacerlo, su comportamiento estaría basado en otro tipo de interrelaciones, que pudieran ser en este caso extremo, con la propia naturaleza, pero sin dejar de relacionarse (p.19).

Según lo expuesto por el autor, el comportamiento humano va estar predestinado a algún estímulo que se presente, de ese dependerá la actitud y el comportamiento que se tenga con el mundo. Por otro lado, el comportamiento tiene algunas características, Guest (2020) dice lo siguiente:

Una de las características de la conducta operante es que no está sujeta a un estímulo elicitor (como lo sería una conducta respondiente, que sigue el esquema Estimulo-Respuesta), es decir, es espontánea. Ante esto, se remarca que las personas no actúan con una intención específica de ser reforzadas, sino que actúan porque en el pasado fueron reforzadas, lo que aumenta la *probabilidad* de ocurrencia de una conducta en el futuro. (párr.10).

Según el autor el comportamiento ocurre cuando hay un estímulo previo, el cual se encargará de desarrollar cualquier tipo de actitud en respuesta a este. En conclusión, el comportamiento humano se verá afectado por las relaciones que haya en la vida diaria. Todas las vivencias que se desarrollen desde niños, forjarán el comportamiento que se tenga de adultos, la vida social que rodea será parte importante a la hora de desarrollarlo. Los estímulos lograrán que haya respuesta y que se exponga el comportamiento ante la sociedad, o uno mismo.

## **Comunicación**

La comunicación es la manera que tienen los seres humanos de transmitir información unos a otros. Según (Cestero, 2019) la comunicación humana ocurre a través del uso del lenguaje; sin embargo, es una actividad sociocultural compleja que requiere el uso de signos de varios sistemas, tanto lingüísticos como no lingüísticos, de los cuales existe una fuerte dependencia. De hecho, es imposible comunicar algo verbalmente sin emitir simultánea o secuencialmente signos paralingüísticos y quinésicos no verbales que tengan un significado semántico o agreguen información al contenido o significado de la palabra hablada (p.206).

Según lo dicho, la comunicación resulta ser un elemento importante en la vida cotidiana, al ser tan relevante requiere mucha practica para que se pueda realizar de la mejor manera, pero ello requiere aprendizaje diario. Por otro lado, no siempre debe ser el lenguaje el protagonista a la hora de comunicar tal como nos dice Pons (2017):

La primera impresión que nos causa una persona se produce en siete segundos y el 93% de la información que comunicamos depende del lenguaje corporal, no tiene nada que ver con lo que decimos. Entender la comunicación no verbal es una ventaja para cualquiera (...) Cada conversación tiene dos partes, la verbal consciente y racional y la no verbal inconsciente y emocional. La verbal, lo que expresamos conscientemente mediante palabras, es la conversación que conocemos y estamos habituados a preparar, estudiar y analizar. Por el contrario, la conversación no verbal se produce a nivel no consciente, de forma simultánea, y en general no sabemos que estamos comunicando con nuestros gestos, con la mirada o la entonación de voz (p.5).

Según lo indicado por el autor, se puede entender que hay otras maneras de comunicar, que no necesariamente tienen que ver con el habla, ya que también se puede comunicar mediante el lenguaje corporal. En conclusión, se puede comprender que la comunicación en todas sus formas, ya sea verbal o no verbal, servirá para poder intercambiar información con otras personas de manera que se puedan entender unas a otras.

### **Comunicación interpersonal**

La comunicación interpersonal es el proceso mediante el cual se enviará diferentes tipos de información entre dos personas o más. Brito et al. (2021) indica que la comunicación interpersonal es:

Es, de doble dirección, próxima, y en ella los emisores y receptores intercambian alternativamente sus roles: es el diálogo, la interacción directa en tiempo real. Sin embargo, también la comunicación interpersonal posee otra dimensión, siempre

igualmente bidireccional, interactiva, pero ahora caracterizada por la distancia física entre comunicantes (p.7).

Según los autores, este acto se lleva a cabo siempre en un mismo lugar, por ende, se puede entender que necesariamente tienen que estar físicamente cercanos, para que se produzca la relación interpersonal. Este tipo de comunicación puede abarcar profundamente al sentir de las personas. Anzorena (2016) comenta que:

A través de nuestras conversaciones explicitamos nuestras opiniones y la forma de observar el mundo que nos rodea. Elaboramos interpretaciones, generamos nuevas explicaciones e influimos en las decisiones y comportamientos de los demás. Muchas veces después de alguna conversación nuestra vida cambia, nos transformamos aunque sea imperceptiblemente (p.15).

Según indica el autor, la comunicación interpersonal se centra en las formas de conversación de las personas, ya que estas generaran un cambio en ellas, que puede ser muy significativo, o también poco relevante, pero impactará de una forma u otra en ellas.

En conclusión, la comunicación interpersonal se puede comprender en que las personas tienen que estar frente a frente para que se pueda lograr, luego de este suceso, se procederá a la conversación, lo que hará que se desarrolle la comunicación interpersonal mediante información y sentimientos intercambiados por los protagonistas.

### **3.2.2 Redes sociales**

#### **Redes sociales**

Las redes sociales son la manera más práctica que se tiene hoy en día para comunicarse, son sistemas que están en internet, al alcance de cualquier persona que acceda a este servicio. Para Fresno (2018) significa lo siguiente:

El origen de las redes sociales se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o

mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto o universidad.  
(p.12).

Se puede interpretar que las redes comenzaron como una manera de conservar las amistades que una persona tenía previamente. Para el siguiente autor las redes significan lo siguiente (Pettenati & Ranieri, 2006 citado por Alvarado et al. 2019, p.885)

Las redes sociales son aplicaciones que permiten la participación en un espacio común centrado en intereses, necesidades y objetivos compartidos de colaboración, intercambio de conocimiento, interacción y comunicación.

La necesidad de comunicarse hace que se opte por la utilización de las redes sociales, ya que en la búsqueda de otras personas con los mismos intereses, se encuentran con este intercambio que permite que se puedan brindar información mutuamente. Según lo explicado se puede decir que las redes sociales son un lugar no físico, en donde personas de cualquier parte del mundo pueden compartir anécdotas, y todo tipo de información que ellos consideren conveniente.

### **Tipos de redes sociales**

Las redes sociales se han vuelto parte fundamental de la vida cotidiana, se utilizan por la mayoría de personas para poder comunicarse y demostrar algo.

Nos hemos acostumbrado a recibir información y desinformación a través de algoritmos ocultos, a tener hábitos en mundos virtuales y a comunicarnos con abreviaturas y emoticonos. Estamos viviendo en un enjambre masivo de me gusta y compartir. Conocer las reglas del juego de gigantes como Google y Facebook es fundamental, especialmente para las generaciones criadas en Internet, si queremos tomar decisiones libres e informadas. (Meira, 2021)

Esto se puede interpretar como una manera de buscar algún tipo de atención mediante las redes, esto es lo que se hace en el día a día. La costumbre por estar conectado y demostrar algo a los demás, hace que quieran mostrar todo de uno mismo. Hoy en día hay diversos tipos de redes sociales, como por ejemplo Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp, Tiktok, Twitter, LinkedIn, etc... Dependerá del usuario elegir cual se adapta mejor a sus necesidades. A continuación, veremos tres de las redes sociales más usadas en la actualidad:

- **Facebook**

Es la red social con más usuarios en el mundo, está pensando específicamente para conectar a las personas. Dentro de la aplicación se puede compartir cualquier tipo de información que este dentro de las normas de Facebook, como por ejemplo: mensajería directa, pensamientos, fotos, videos, y una gran variedad de contenido. Facebook actualmente le paga a los usuarios que tengan muchas vistas en sus videos, o en los en vivos que realicen, para que esto suceda la página debe tener por lo menos mil seguidores, de esta manera de convierte en un recurso económico.

- **Instagram**

Esta red está dentro de las más usadas por los usuarios, sobretodo adolescentes y jóvenes de la Generación Z. Rodríguez (2018) "Instagram es una red social que sirve para compartir fotografías o videos de no más de un minuto, donde cada usuario puede aplicar los filtros, efectos especiales o marcos que desee" (p.18).

A diferencia de Facebook, Instagram se caracteriza por ser mucho más visual, ya que si están en la página principal, se verá fotos o videos. Los usuarios también pueden monetizar sus creaciones en la red, dependiendo de sus seguidores, y de las vistas en los videos que publiquen.

- **TikTok**

TikTok es una red social que se ha convertido en la favorita de los jóvenes, ya que la gran variedad de contenido que se puede observar es humorístico. (Becerra-Chauca et al. 2020) comenta que TikTok permite crear y compartir videos fácil y rápidamente con una amplia gama de efectos y sonidos desde su galería (que es alimentada por sus usuarios).

Una de las características de esta aplicación es el uso de tecnología de inteligencia artificial (IA), que permite que el algoritmo aprenda rápidamente las preferencias de un individuo al capturar "me gusta", comentarios y el tiempo dedicado a ver videos. Sin embargo, no es necesario subir videos a la aplicación o "seguir" (solicitar información continuamente) a un usuario específico para mantener una interacción activa, ya que la aplicación comenzará a mostrar videos de otros usuarios que puedes compartir, incluso en otras redes sociales, tan pronto como inicie sesión (p.249).

Estas tres redes sociales, son solo algunas de las más populares que hay. Las usan personas de todas las edades, pero son más los adolescentes y jóvenes quienes se han sabido apartar mejor a estas nuevas plataformas de contenido.

### **Importancia de las redes sociales**

Las redes sociales se han vuelto indispensables hoy en día, tanto personalmente como profesionalmente, ya que permiten la conectividad entre personas de todo el mundo.

Según (Candale, 2017) los jóvenes sienten la necesidad de afirmar su identidad de manera consistente, su grupo es el que está experimentando un impulso más intenso, llevándolos a utilizar todas las herramientas tecnológicas a su alcance para lograr su objetivo. Facebook, Twitter e Instagram son tres de las redes sociales que brindan más oportunidades para que los jóvenes se expresen de manera libre y creativa a través de la creación de grupos de conversación, la difusión de información y noticias relevantes para sus intereses y la publicación de fotos y videos (p.203)

La manera que tienen las personas hoy en día de demostrar quienes son tanto personalmente, como profesionalmente, tiene como ingrediente principal el uso de las redes sociales, esa es la manera en que los demás sepan quienes son y puedan expresarse libremente.

Por otro lado Cipagauta (2018) comenta que:

La importancia o necesidad de las redes sociales en el mundo actual es innegable; a medida que aparecen más redes sociales en Internet, se vuelven más específicas y únicas, como cuando las personas y las empresas publican fotos o videos en Instagram, cuando publican videos en YouTube y cuando quieren conectarse profesionalmente en LinkedIn. (párr.7)

Cada red social es diferente y única, y esto permite que las personas puedan subir sus videos, pensamientos, fotos o curriculum vitae, a diferentes plataformas que se adapten mejor al contenido que están por subir a la red.

En conclusión, las redes sociales son importantes hoy en día que ya el mundo se ha modernizado de tal manera, que no se puede concebir un espacio sin tecnología. Quizá algunas personas estén apartadas por decisión de las redes sociales, pero eso no significa que dejen de tener importancia. Se puede aprender a usar las redes de manera en que aporten un significado real, y no dañino a la vida cotidiana.

### **Los nativos digitales**

Las personas de este nuevo siglo han sido envueltas por la tecnología, es por ello que les resulta mucho más sencillo familiarizarse con los nuevos avances tecnológicos. Para Prensky (2001) significa:

Los estudiantes de hoy desde la guardería a la universidad representan las primeras generaciones que han crecido con esta nueva tecnología. Han pasado toda su vida rodeados de, y usando, ordenadores, videojuegos, reproductores digitales de música,

videocámaras, móviles, y todos los demás juguetes y herramientas de la era digital. (...) ¿Cómo deberíamos llamar a estos “nuevos” estudiantes de hoy? Algunos se refieren a ellos como la Generación-N [por Net] o Generación-D [por Digital]. Pero la designación más útil que he encontrado para ellos es Nativos Digitales Nuestros estudiantes de hoy son todos “hablantes nativos” del lenguaje digital de los ordenadores, los videojuegos e internet. (p.2).

La generación Z es conocida por ser nativa digital, ellos nacieron en el auge de la tecnología, es por eso que las redes sociales son su principal herramienta para relacionarse hoy en día. Si retrocedemos unas décadas antes, nos encontramos con formas de comunicación muy diferentes a las de hoy en día, es por eso que la era digital influye de manera significativa en las personas.

Como se puede analizar los nativos digitales absorben toda la información mucho más rápido, su capacidad de almacenamiento es indescriptible. Se pueden adaptar fácilmente a las nuevas tecnologías, y siempre estarán conectados en la red.

### **3.3 Definición de términos básicos**

Generación Z: Se le denomina generación Z a las personas nacidas entre finales de los años 90 e inicios de los 2000.

Nativos digitales: Son las personas nacidas en la era tecnológica, y por ende suelen tener más familiaridad con el internet.

Redes sociales: Se denominan redes sociales a las plataformas de conexión social, como por ejemplo Facebook, Instagram, etc...

Comportamiento social: Es la habilidad para poder entablar cualquier tipo de relación con otras personas, es decir poder comunicarse entre ellas.

Comunicación interpersonal: Es la forma de enviar información entre uno o más individuos.

## **CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES**

### **4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas**

#### **4.1.1 Hipótesis principal**

La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

#### **4.1.2 Hipótesis derivadas**

La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial del uso de redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

### **4.2 Operacionalización de variables**

Variable 1: Comportamiento social

Definición conceptual: El comportamiento social se concibe como la forma de conectar con otras personas, y es la habilidad para entablar cualquier tipo de relación.

Definición operacional: Esta variable está compuesta por 3 dimensiones:

Desarrollo conductual, comunicación interpersonal y análisis de la conducta.

Variable 2: Redes sociales

Definición conceptual: Las redes sociales son plataformas que se encuentran en internet, y sirven para comunicarse con otras personas, y también para publicar diversos tipos de contenido.

Definición operacional: Esta variable está compuesta por 3 dimensiones:

Hábitos tecnológicos, relación con las redes y crecimiento potencial del uso de redes.

## CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Diseño metodológico

**Tipo:** El tipo de investigación que se utiliza en la presente investigación es la aplicada, pues luego de la revisión teórica realizada, se diseña una propuesta de mejora al problema encontrado que sea tangible y aplicable.

**Enfoque:** Para la presente investigación se utilizará un enfoque cuantitativo, ya que se realizarán encuestas para recolectar datos específicos y permita obtener resultados numéricos. Esto servirá para la recopilación de información necesaria, que ayudará a brindar las conclusiones del estudio.

**Diseño:** El estudio corresponde a una investigación no experimental ya que ningún factor puede ser manipulado, controlado o alterado durante el proceso; de corte transversal pues la recolección de datos se realizará en un solo momento. Además es de diseño descriptivo pues se tiene literatura suficiente, acceso a la muestra de estudio y antecedentes que la respaldan.

**Nivel:** El nivel empleado es el correlacional ya que se busca analizar la relación significativa que existe entre las variables de comportamiento social, y redes sociales.

### 5.2 Diseño muestral

La muestra se diseñará a través de la participación de los estudiantes del colegio Makim Gorki, en el distrito de San Miguel.

### 5.3 Población

La población que se escogerá para la investigación es de 124 personas.

## **5.4 Muestra**

La muestra escogida en base a la población es de 40 estudiantes del colegio Makim Gorki, que comprenden los grados de segundo, tercero, cuarto y quinto de secundaria.

## **5.5 Técnica de recolección de datos**

El proceso de recolección de datos fue durante la realización del curso Taller de investigación aplicada e innovación, el cual se realizó a lo largo del ciclo 2023-1. Para el presente estudio, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, conformado por 19 preguntas, siendo el cuestionario el instrumento utilizado. Se busca determinar el comportamiento social de los alumnos y el uso de redes sociales.

## **5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información**

Se realizó la recolección de datos como primera actividad, a través de un cuestionario preparado previamente, para identificar el uso de redes sociales y como afecta en el comportamiento social. Luego de la recolección, se tabularon los datos obtenidos del cuestionario para analizarlos. Finalmente, se procedió con el análisis estadístico.

## **5.7 Resultados**

### **5.7.1 Análisis descriptivo**

#### **Figura 1**

*Buena conducta en casa*

## 1. ¿Sueles tener buena conducta en casa?

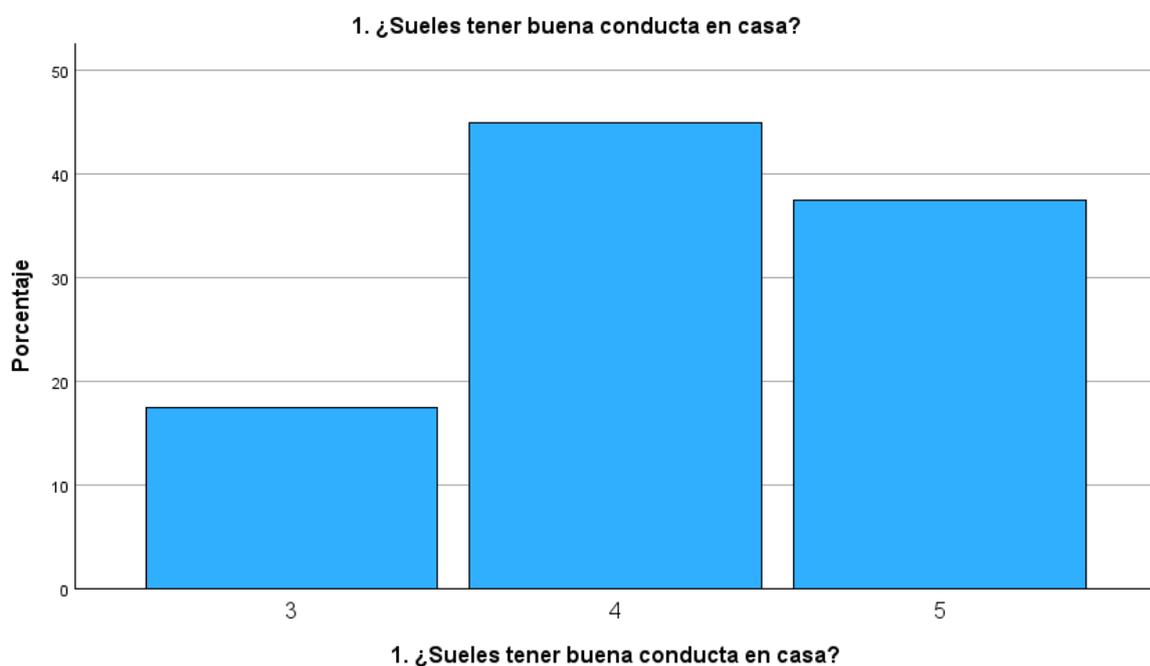
	N	%
3	7	17.5%
4	18	45.0%
5	15	37.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 1: Buena conducta en casa*

### Figura 2

*Buena conducta en casa*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 2: Buena conducta en casa*

Según se muestra en el gráfico, el 45% de los encuestados considera que casi siempre mantiene buena conducta en casa, lo que significa que suelen tener una buena relación con los integrantes del hogar, lo que hace que su convivencia sea más llevadera, sin embargo en algunas oportunidades suelen tener inconvenientes.

El 37.5% de los estudiantes encuestados consideran que siempre tienen una buena conducta en casa, lo que significa que su comportamiento social es adecuado en ese ambiente.

El 17.5% considera que solo a veces suele tener buena conducta en el hogar, lo que estaría afectando su desempeño a nivel comunicativo y social, por lo que se debe trabajar en ello.

**Figura 3**

*Rutina del hogar*

**2. ¿Suele agradarte la rutina de tu hogar?**

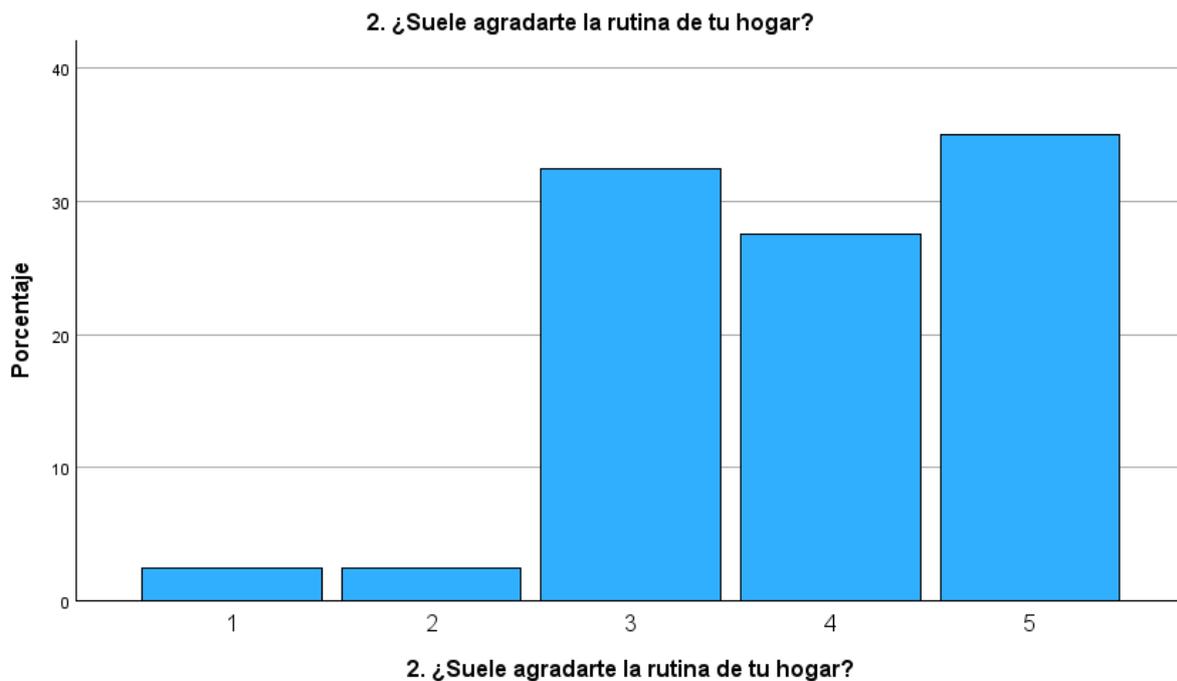
	N	%
1	1	2.5%
2	1	2.5%
3	13	32.5%
4	11	27.5%
5	14	35.0%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 3: Rutina del hogar*

**Figura 4**

*Rutina del hogar*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 4: Rutina del hogar*

Según se muestra en el gráfico 2, el 35% de los estudiantes encuestados consideran que siempre les agrada la rutina de su hogar, por lo que se puede inferir que llevan un estilo de vida de su total agrado, lo que hará que su comportamiento sea amable y pacífico, ya que se encuentran en un ambiente que les gusta.

El 32.5% considera que solo a veces les suele agradar la rutina de su hogar, lo que significa que suelen haber actividades que no les gusta, o que no están dispuestos a realizar.

El 27.5% respondió que casi siempre les agrada la rutina de su hogar, por lo que se puede decir que la rutina que realizan en el día a día, se complementa con lo que les gusta, como pasatiempos u otras actividades, pero ciertas cosas de su rutina no son de su total agrado.

El 2.5% respondió que casi nunca les gusta su rutina diaria en casa, por lo que se puede decir que no tienen buena relación con los miembros del hogar, y las actividades que realizan no son suficientes para que formen parte de una rutina agradable para ellos.

El 2.5% respondió que nunca les gusta la rutina que llevan en el hogar, por lo cual la relación con los miembros del hogar es nula, ya que no hay buena comunicación, ni comprensión por parte de ambos. Por lo cual se debe mejorar la relación que existe dentro del seno familiar.

### Figura 5

*Conducta escolar*

#### 3. ¿Sueles tener buena conducta en el colegio?

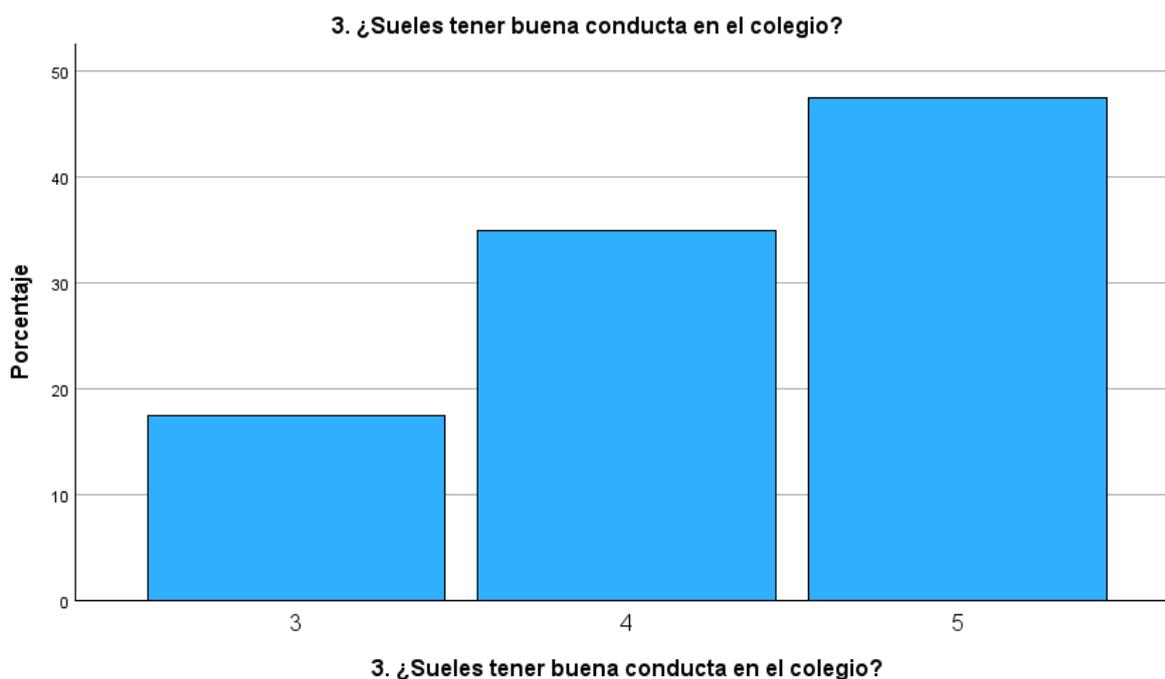
	N	%
3	7	17.5%
4	14	35.0%
5	19	47.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 5: Conducta escolar*

### Figura 6

*Conducta escolar*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 6: Conducta escolar*

Según el gráfico número 3, el 47.5% de los estudiantes encuestados, contestó que siempre tienen buena conducta en el colegio, lo que refleja su buena crianza, y la buena relación que existe entre docentes y alumnos. Ellos pueden sentirse en confianza, y de esta manera desarrollar su conducta de la mejor manera posible.

El 35% respondió que casi siempre tienen buena conducta en el colegio, lo que significa que en algunas oportunidades, muy reducidas, suelen tener algún tipo de conflicto, pero nada que pueda afectar su comportamiento social.

El 17.5% contestó que solo a veces tienen buena conducta en el colegio, por lo cual se puede inferir que la mayor cantidad del tiempo tienen un mal comportamiento en sus horas estudiantiles, ya sea con los docentes, o sus compañeros de clase. Se necesita atención a esos casos, ya que puede afectar seriamente a su desempeño y por ende a su comportamiento con la sociedad en general.

**Figura 7**

*Rutina escolar*

**4. ¿Suele agradarte la rutina de tu colegio?**

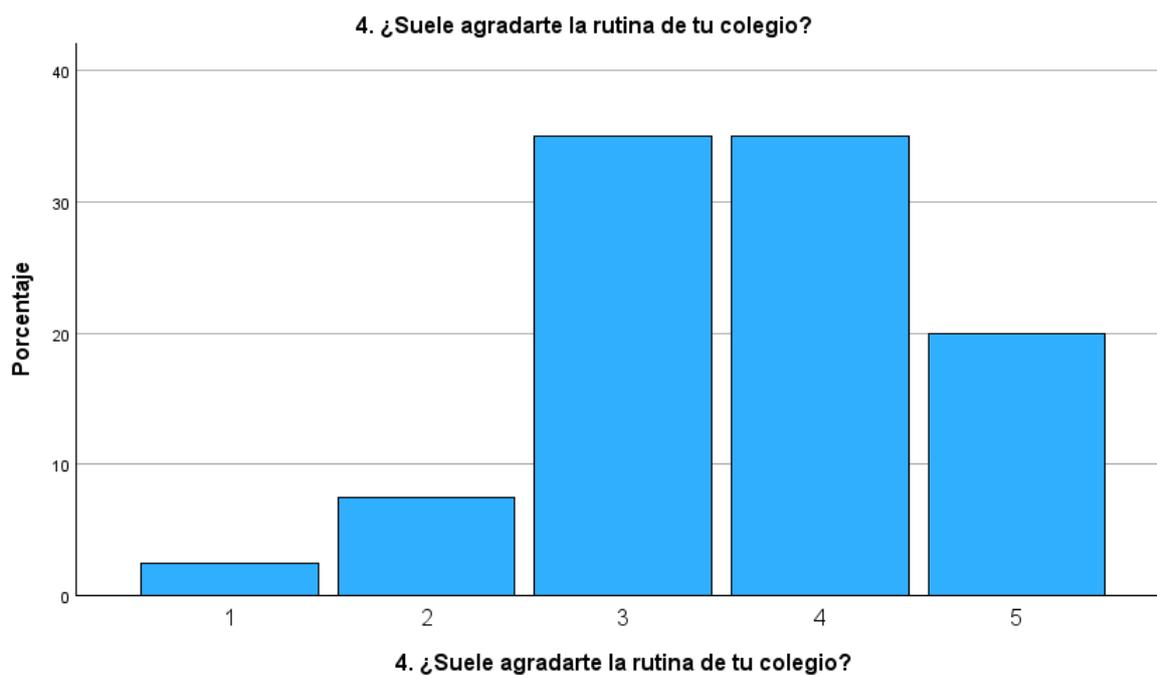
	N	%
1	1	2.5%
2	3	7.5%
3	14	35.0%
4	14	35.0%
5	8	20.0%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 7: Rutina escolar*

**Figura 8**

*Rutina escolar*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 8: Rutina escolar*

Según el gráfico número 4, el 35% de los estudiantes contestó que casi siempre les agrada la rutina de su colegio, lo que significa que están a gusto con las materias que llevan, y con la relación con sus docentes y compañeros, sin embargo, en algunas oportunidades hay ciertas cosas que no les gusta de la rutina, quizá exámenes, o alguna tarea que se les pueda complicar.

Por otro lado, el 35% contestó que solo a veces les agrada la rutina del colegio, lo que implica que solo en ciertas ocasiones se sienten a gusto con su rutina, tal vez les agrada algunos cursos y en otros no, o la relación con sus docentes y compañeros suele tener altibajos, por lo que se debe profundizar para analizar la causa.

El 20% de los encuestados respondió que siempre les agrada la rutina escolar, por lo cual podemos interpretar que la relación de comunicación que tienen con todos los miembros que forman parte de la institución educativa, es completamente buena y productiva, ya que ellos pueden sentirse cómodos y felices con las personas que forman parte del colegio.

El 7.5% respondió que casi nunca les gusta la rutina escolar, lo que puede significar que la gran mayoría de veces, no tienen buena relación con sus docentes y compañeros. También pueden tener problemas con sus materias, y eso logra que la rutina se les haga muy complicada, y lleguen a pasarla mal dentro de sus horas de clase, por lo cual se debe prestar mucha atención ya que podrían reprobado materias o tener inconvenientes con sus compañeros de clase.

El 2.5% respondió que nunca les agrada la rutina del colegio, esto se puede interpretar de dos formas. Hay estudiantes que suelen detestar el colegio, sin embargo por exigencia deben sacar buenas calificaciones y lo logran. Por otro lado, están los estudiantes que aparte de no gustarles la rutina que ofrece el colegio, eso también afecta la convivencia con sus demás

compañeros y docentes, por ende sus calificaciones caen en descenso. Se debe analizar el comportamiento de ambos tipos de estudiantes, para brindarles el apoyo necesario.

**Figura 9**

*Comunicación verbal*

**5. ¿Cuándo algo te incomoda, sueles expresarlo verbalmente?**

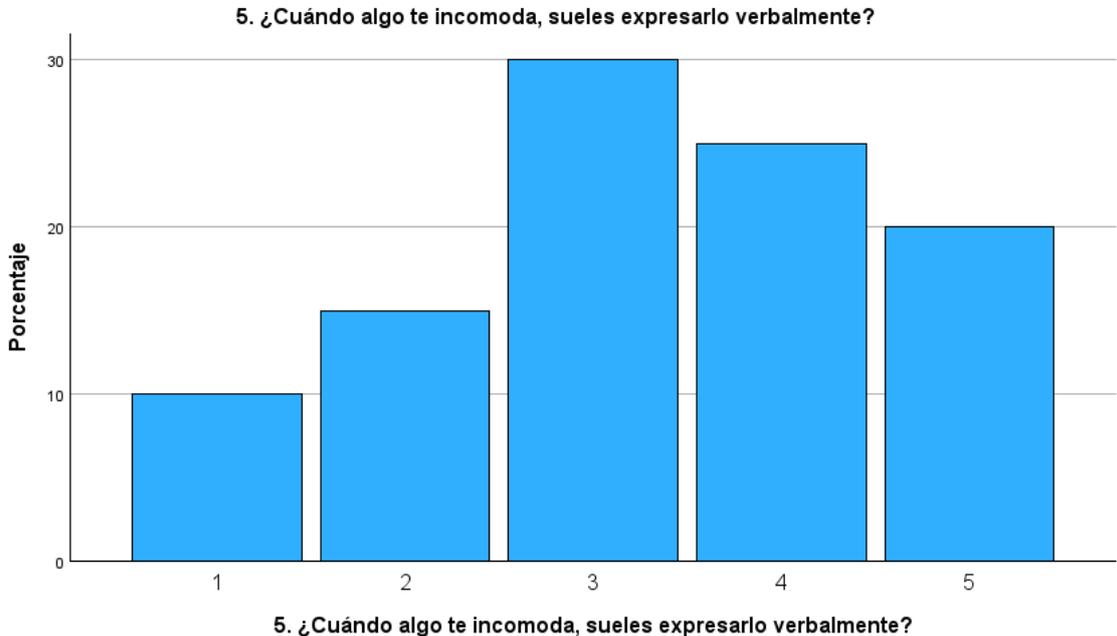
	N	%
1	4	10.0%
2	6	15.0%
3	12	30.0%
4	10	25.0%
5	8	20.0%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 9: Comunicación verbal*

**Figura 10**

*Comunicación verbal*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 10: Comunicación verbal*

Según el gráfico número 5, el 30% de los estudiantes respondió que a veces suelen expresar sus incomodidades de manera verbal, lo cual puede significar que solo lo dicen cuando lo consideran importante o necesario, o se lo pueden contar a alguien de su confianza, pero si ese no es el caso, prefieren no decirlo.

El 25% de los estudiantes respondió que casi siempre expresan sus incomodidades de manera verbal, por lo cual podemos inferir que ellos suelen ser mucho más abiertos a la hora de comunicarse, y más si se trata de algo que no les parece. Prefieren hablarlo la gran mayoría de veces, sin embargo, en algunas oportunidades no lo expresan.

El 20% respondió que siempre expresan sus incomodidades de manera verbal, estos estudiantes son completamente comunicativos, y no tienen reparos en entablar una conversación con otras personas, y más aún, si hay algo que les incomoda.

El 15% respondió que casi nunca expresan sus incomodidades de manera verbal, podemos interpretar que no encuentran la manera correcta de poder expresar su incomodidad, sin embargo muy pocas veces logran hacerlo. Se puede decir que su nivel de comunicación con las demás personas es relativamente bajo.

El 10% respondió que nunca expresan sus incomodidades de manera verbal. En este caso se tiene un serio problema de represión, que puede ser causada por diversos factores. Su nivel comunicativo es nulo cuando se trata de algo que les incomoda, de esta manera no se puede aliviar la carga que quizá tengan debido al problema.

**Figura 11**

Comunicación no verbal

**6. ¿Cuándo algo te entristece, sueles demostrárselo a los demás?**

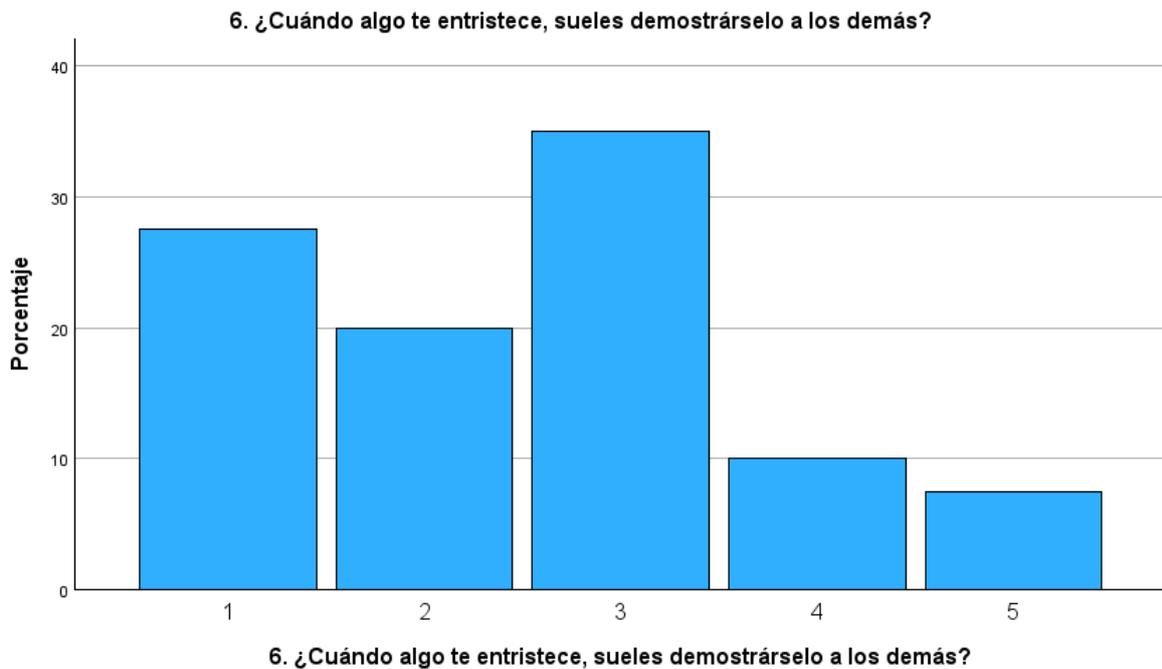
	N	%
1	11	27.5%
2	8	20.0%
3	14	35.0%
4	4	10.0%
5	3	7.5%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

Figura 11: Comunicación no verbal

**Figura 12**

Comunicación no verbal



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

Figura 12: Comunicación no verbal

Según el gráfico número 6, el 35% de los estudiantes respondió que solo a veces suelen demostrar su tristeza a otras personas, lo que quiere decir que lo hacen solo cuando lo consideran necesario, o cuando se sienten en confianza con alguien. Pero no es algo que suelen hacer siempre.

El 27.5% respondió que nunca suelen demostrar su tristeza a otras personas. Hay algunos estudiantes que son muy reservados, por ende no consideran necesario demostrar sus sentimientos ya sean de tristeza o alegría. También hay otro tipo de estudiantes que desea hacerlo, pero no tienen la capacidad de poder sacar a flote sus emociones, es decir, no pueden comunicarse de una manera que funcione para ellos.

El 20% respondió que casi nunca suelen demostrar su tristeza a otras personas, lo que quiere decir que en oportunidades muy mínimas suelen hacerlo, quizá porque encontraron a una persona que pueda comprender su emoción, pero es un caso muy aislado.

El 10% respondió que casi siempre suelen demostrar su tristeza a otras personas, por lo cual ellos suelen ser mucho más expresivos y comunicativos a la hora de demostrar sus emociones, y tienen la necesidad de ser vistos o escuchados, solo cuando se trata de situaciones de tristeza. Sin embargo, hay oportunidades donde no consideran necesario expresarlo.

El 7.5% respondió que siempre suelen demostrar su tristeza a otras personas, por lo cual estas personas son comunicativas por naturaleza, se sienten cómodos y libres expresando sus momentos tristes.

### **Figura 13**

Comunicación no verbal

**7. ¿Cuándo algo te pone alegre, sueles demostrárselo a los demás?**

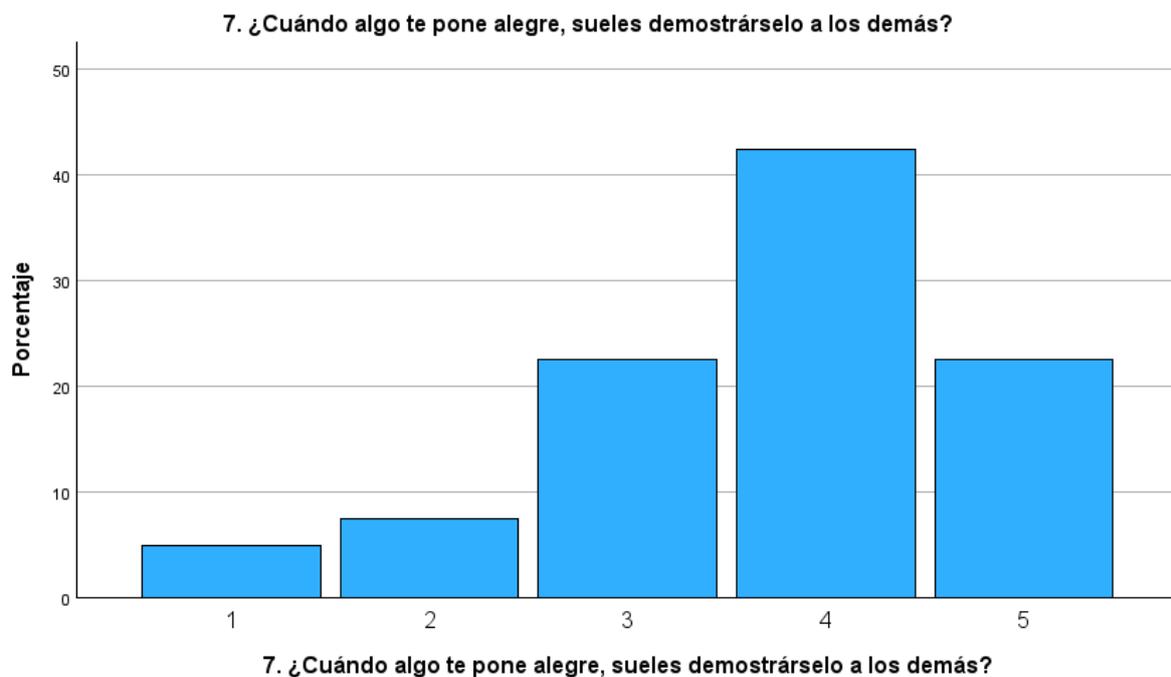
	N	%
1	2	5.0%
2	3	7.5%
3	9	22.5%
4	17	42.5%
5	9	22.5%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

Figura 13: Comunicación no verbal

**Figura 14**

Comunicación no verbal



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

Figura 14: Comunicación no verbal

Según el gráfico número 7, el 42.5% de los estudiantes encuestados respondió que casi siempre demuestra su alegría con los demás, por lo cual ellos suelen ser mucho más expresivos y comunicativos a la hora de demostrar sus emociones, y tienen la necesidad de ser vistos o escuchados, solo cuando se trata de situaciones de alegría. Sin embargo, hay oportunidades donde no consideran necesario expresarla.

El 22.5% respondió que siempre demuestran su alegría con los demás, estas personas son comunicativas por naturaleza, se sienten cómodos y libres expresando sus momentos alegres. Lo cual refleja que tienen un nivel de comunicación muy avanzado.

El 22.5% respondió que solo a veces demuestran su alegría con los demás, lo cual quiere decir que son reservados a la hora de comunicar sus momentos alegres, no lo hacen si no se sienten en confianza, o seguros de que su emoción no será degradada.

El 7.5% respondió que casi nunca demuestran su alegría con los demás, es decir que si en algún momento lo hacen es porque lo han considerado de suma importancia, y sienten la necesidad de compartir su alegría, sin embargo esto solo sucede muy pocas veces, y prefieren reservarse.

El 5% contestó que nunca demuestran su alegría con los demás, lo cual quiere decir que su nivel de comunicación es sumamente bajo, ya que no pueden o no quieren expresarse con otras personas.

**Figura 15**

*Inconvenientes en el colegio*

**8. ¿Alguna vez has tenido algún inconveniente con algunos de tus compañeros del colegio?**

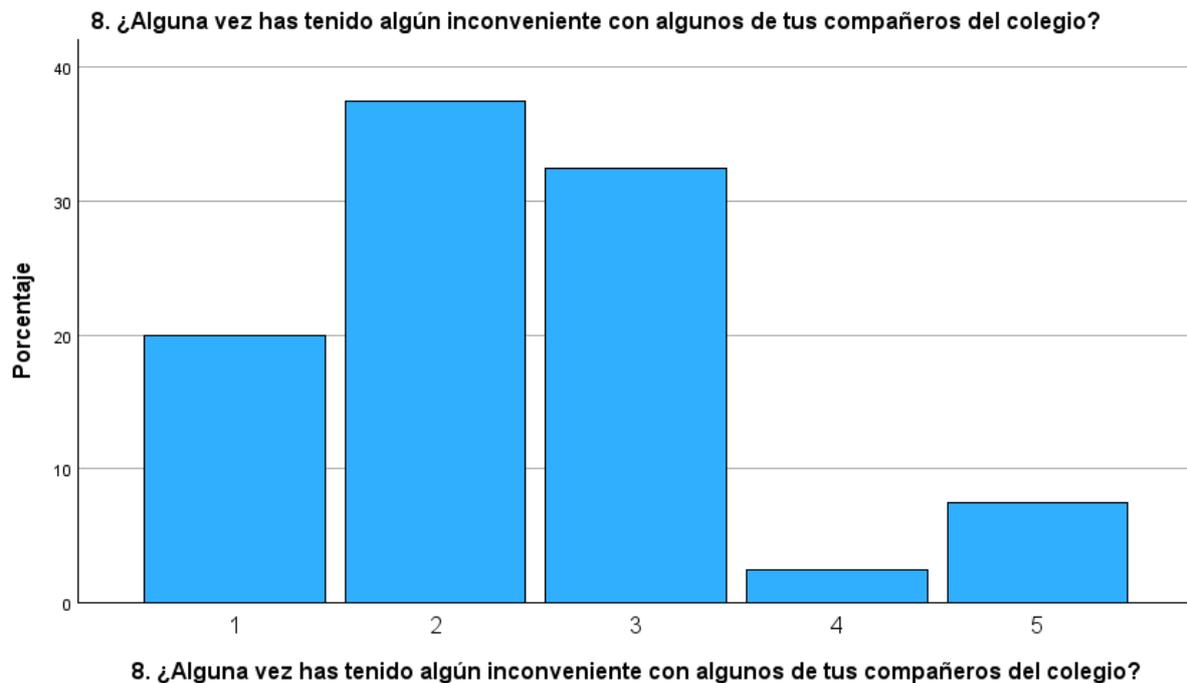
	N	%
1	8	20.0%
2	15	37.5%
3	13	32.5%
4	1	2.5%
5	3	7.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 15: Inconvenientes en el colegio*

**Figura 16**

*Inconvenientes en el colegio*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 16: Inconvenientes en el colegio*

Según el gráfico número 8, el 37.5% de los estudiantes encuestados respondió que casi nunca han tenido algún inconveniente con algunos de sus compañeros del colegio, lo cual quiere decir que la relación con ellos la mayoría del tiempo es enriquecedora y llevadera, ya que su nivel de comunicación es muy bueno. Sin embargo, en algunas oportunidades se refleja que si pueden haber tenido algún problema, pero nada que no hayan podido resolver comunicándose.

El 32.5% respondió que a veces han tenido inconvenientes con algunos de sus compañeros del colegio, lo que significa que estos sucesos han pasado por algún motivo que ellos hayan considerado inoportuno, para su convivencia diaria.

El 20% respondió que nunca han tenido inconvenientes con algunos de sus compañeros del colegio, por lo cual se puede entender que estos estudiantes son conciliadores, no se meten en problemas, y prefieren llevar un ambiente sano, por su bienestar propio.

El 7.5% respondió que siempre han tenido inconvenientes con algunos de sus compañeros del colegio, lo que significa que suelen tener problemas de comunicación con sus pares, lo que desencadena problemas entre ellos, y esto hace que su convivencia sea bastante tóxica.

El 2.5% respondió que casi siempre han tenido inconvenientes con algunos de sus compañeros del colegio, lo cual significa que en algunas oportunidades si han podido mantener un buen ambiente entre ellos, pero la gran mayoría de veces suelen tener problemas de comunicación.

**Figura 17**

*Comportamiento social*

**9. ¿Crees que necesitas un incentivo para mejorar tu comportamiento en el colegio?**

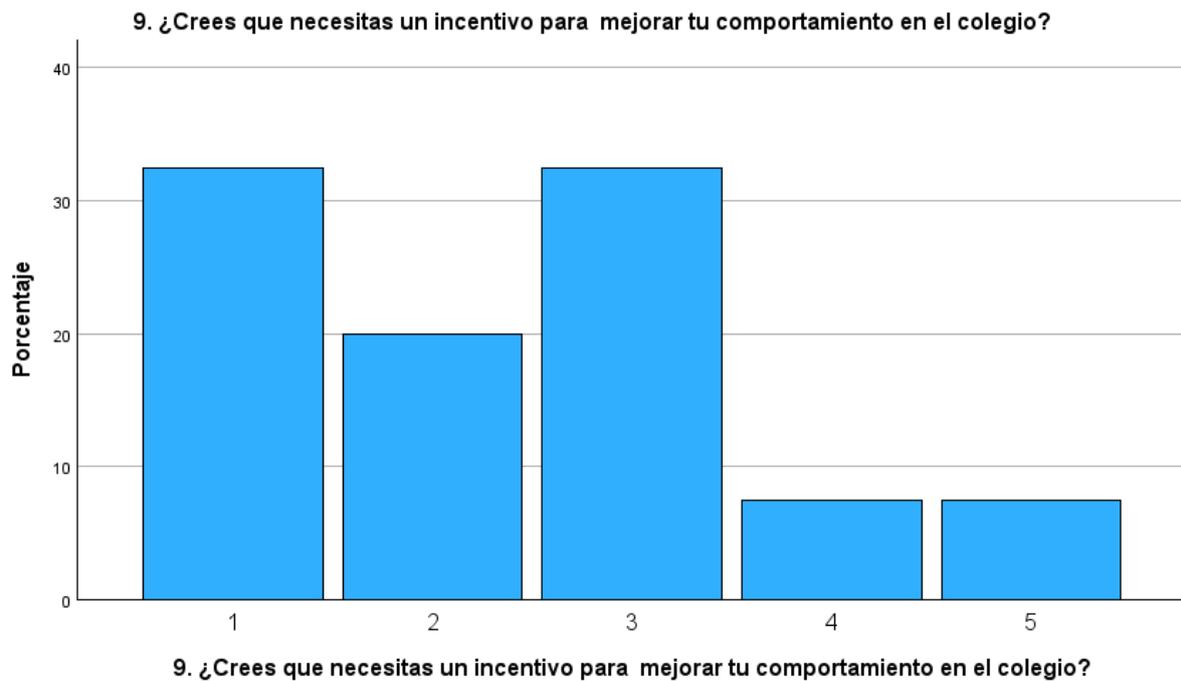
	N	%
1	13	32.5%
2	8	20.0%
3	13	32.5%
4	3	7.5%
5	3	7.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 17: Comportamiento social*

**Figura 18**

*Comportamiento social*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 18: Comportamiento social*

Según el gráfico número 9, el 32.5% considera que a veces necesitan un incentivo para mejorar su comportamiento en el colegio, esto significa que en ocasiones desean que se les premie por algún trabajo bien realizado, o simplemente por el esfuerzo realizado en alguna actividad, para que de esta manera su motivación aumente.

El 32.5% respondió que nunca necesitan un incentivo para mejorar su comportamiento en el colegio. Los alumnos que marcaron esta alternativa consideran que ellos mismos pueden manejar su nivel de comportamiento, sin necesidad de algún incentivo que los motive, se sienten tranquilos con su rutina.

El 20% respondió que casi nunca necesitan un incentivo para mejorar su comportamiento en el colegio, significa que en algunas oportunidades muy mínimas, sienten la necesidad de algún tipo de recompensa por su labor estudiantil, para que de esta manera pueda incentivarlos a mejorar su comportamiento.

El 7.5% respondió que siempre necesitan un incentivo para mejorar su comportamiento en el colegio, por lo cual se puede comprender que no se sienten a gusto estando en el colegio, lo que hace que siempre necesiten algo extra para portarse adecuadamente. Esto se puede ver desde el seno familiar, y también desde el colegio.

El 7.5% contestó que casi siempre necesitan un incentivo para mejorar su comportamiento en el colegio, lo cual se puede interpretar como una manera que tienen los estudiantes de dar algo por algo, es decir, a cambio de mejorar su comportamiento necesitan un extra, que se lo pueden dar los padres, o hasta los mismos docentes. En este caso se debe trabajar su nivel de comportamiento social centrado en el colegio.

**Figura 19**

*Comportamiento social*

**10. ¿Consideras que eres una persona sociable?**

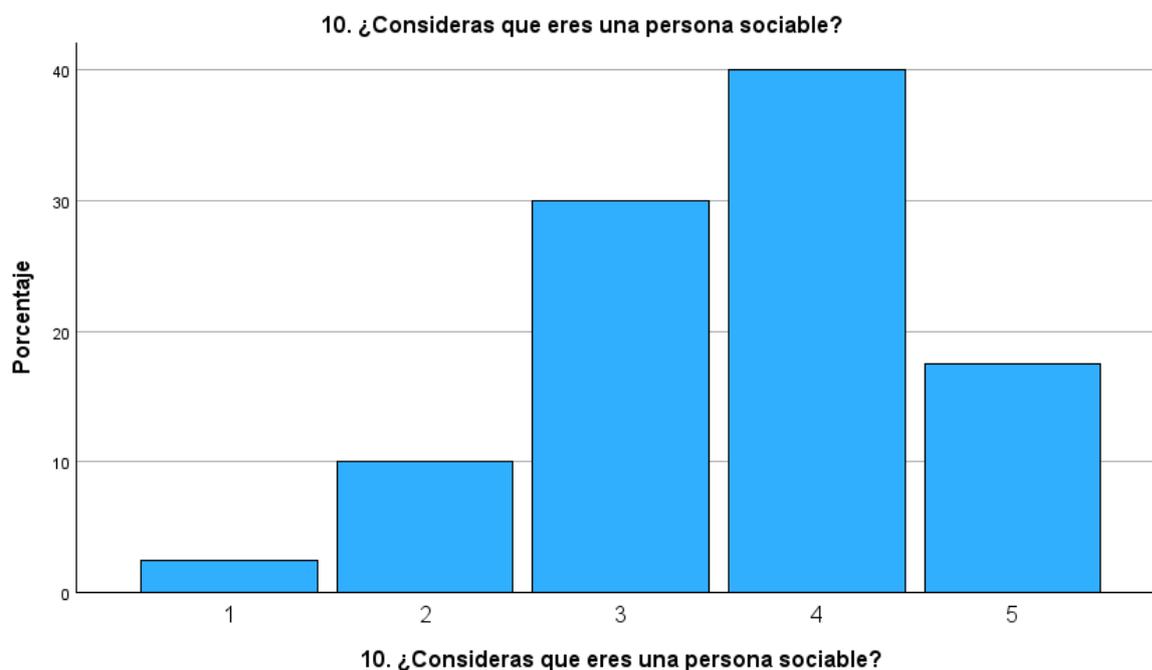
	N	%
1	1	2.5%
2	4	10.0%
3	12	30.0%
4	16	40.0%
5	7	17.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 19: Comportamiento social*

**Figura 20**

*Comportamiento social*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 20: Comportamiento social*

Según el grafico número 10, el 40% de los estudiantes casi siempre se consideran personas sociables, lo cual indica que la mayor parte del tiempo tienen una buena comunicación con las demás personas, tiene facilidad para expresarse y portarse de manera amena con los demás. Sin embargo, en algunas oportunidades muy reducidas, no les apetece ser sociables con otras personas.

El 30% de los estudiantes respondió que a veces se consideran personas sociables, es decir en algunas oportunidades dependiendo de su estado de ánimo, pueden llegar a socializar con otras personas, pero sin necesidad de explayarse demasiado.

El 17.5% respondió que siempre se consideran personas sociables. Este tipo de estudiantes son bastante extrovertidos y amenos, pueden entablar una conversación de manera rápida y bastante comunicativa, ya que se sienten bastante cómodos a la hora de hablar.

El 10% respondió que casi nunca se consideran personas sociables, es decir que la mayor parte del tiempo prefieren no entablar ningún tipo de conversación con otras personas, ya que no se sienten cómodas. Sin embargo, en algunas oportunidades pueden llegar a intentar ser sociables, si lo consideran muy necesario.

El 2.5% respondió que nunca se consideran personas sociables, lo que significa que no tienen habilidades comunicativas, y les cuesta mucho entablar conversaciones, ya que no se sienten a gusto en ese tipo de escenarios, donde se tiene que hablar y expresar ideas.

**Figura 21**

*Relación social con compañeros*

**11. ¿Consideras que te llevas bien con tus compañeros de clase?**

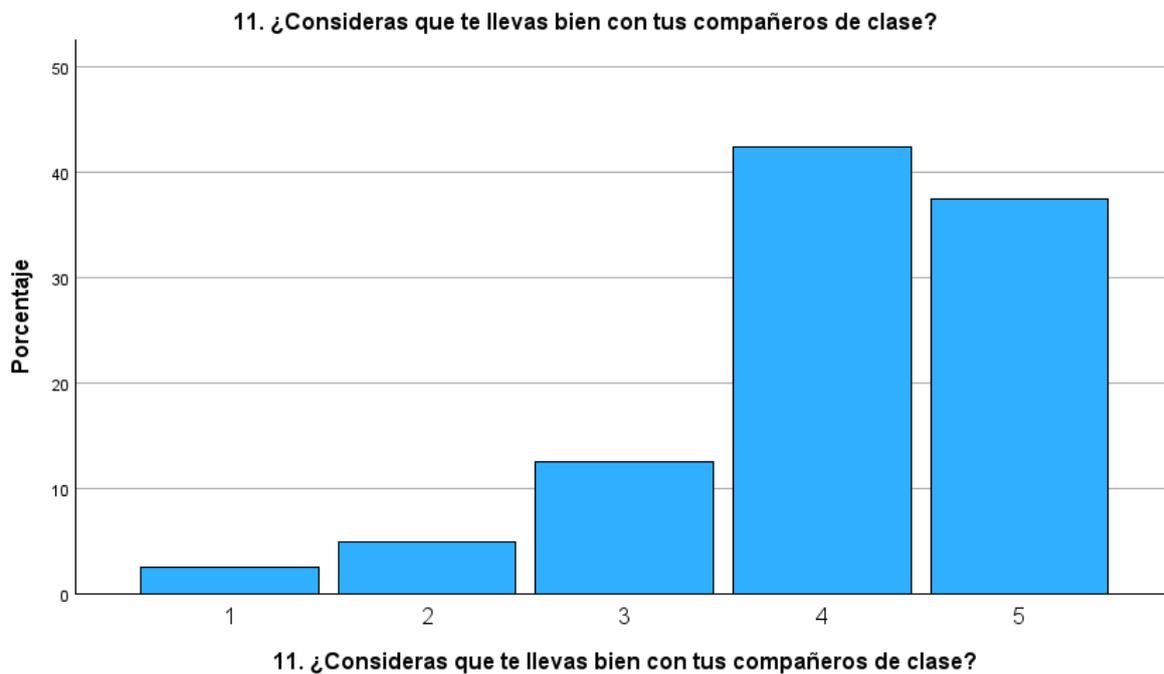
	N	%
1	1	2.5%
2	2	5.0%
3	5	12.5%
4	17	42.5%
5	15	37.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 21: Relación social con compañeros*

**Figura 22**

*Relación social con compañeros*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 22: Relación social con compañeros*

Según el grafico número 11, el 42.5% de los estudiantes encuestados respondió que casi siempre se llevan bien con sus compañeros de clase, es decir que la mayoría del tiempo tienen una relación bastante llevadera y amable, lo que indica que les gusta llevar un ambiente armonioso, sin pleitos, basados en una buena comunicación. Sin embargo, en algunas oportunidades puede que hayan tenido problemas que hicieron que no se lleven bien, pero nada relevante.

El 37.5% respondió que siempre se llevan bien con sus compañeros de clase, lo que quiere decir que son personas con un alto nivel comunicativo, que suelen ser bastante amables con los demás, no les gusta meterse en problemas, y siempre mantienen un ambiente sano.

El 12.5% respondió que a veces se llevan bien con sus compañeros de clase, lo cual refleja que solo en ciertas ocasiones consideran llevarse bien con ellos, y el resto de veces no. Esto puede afectar su comportamiento social, ya que al no tener buena relación con sus compañeros de clase, no la podrían tener con otras personas.

El 5% respondió que casi nunca se llevan bien con sus compañeros de clase, lo que significa que si en algún momento logran llevarse bien, no lo pueden mantener en el tiempo, quizá por temas de actitud personal.

El 2.5% respondió que nunca se llevan bien con sus compañeros de clase. En este caso suele haber bastante desorden del comportamiento social, ya que los alumnos no pueden entablar relaciones de tipo amical con sus compañeros de clase, lo que impide que se puedan llevar bien, se debe analizar el motivo central.

**Figura 23**

*Dispositivos electrónicos*

**12. ¿Cuentas con dispositivos electrónicos como celular Smartphone. Tablet, laptop o computador?**

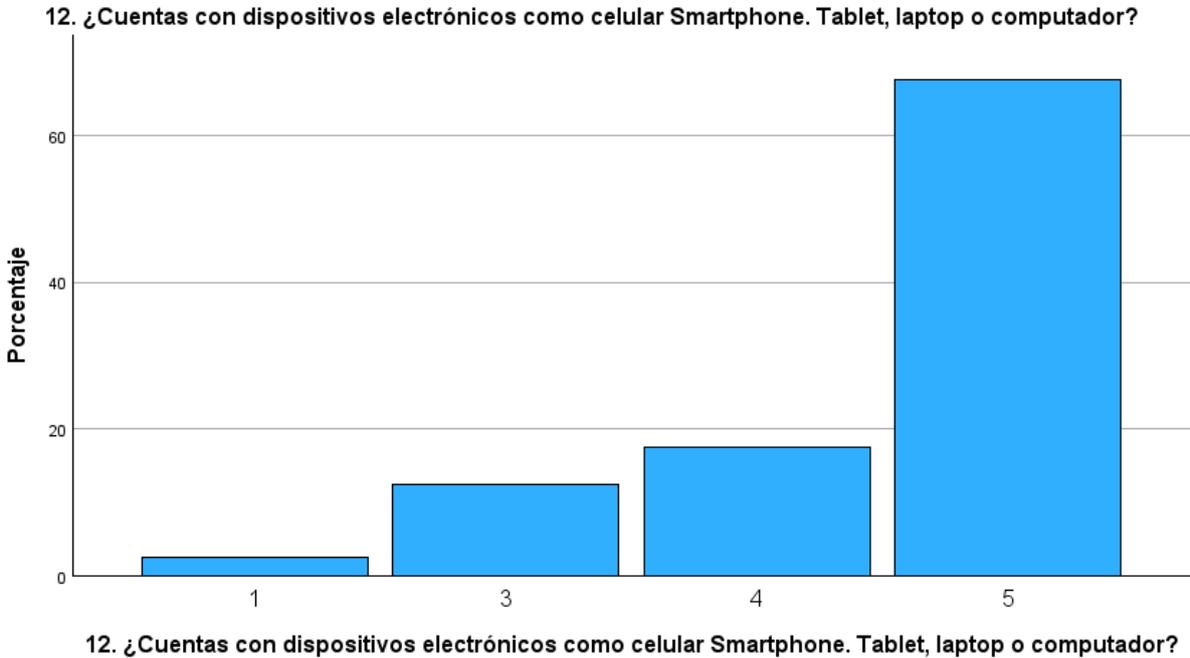
	N	%
1	1	2.5%
3	5	12.5%
4	7	17.5%
5	27	67.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 23: Dispositivos electrónicos*

**Figura 24**

*Dispositivos electrónicos*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

Figura 24: Dispositivos electrónicos

Según el gráfico número 12, el 67.5% de los estudiantes siempre cuenta con algún tipo de dispositivo electrónico. Esto significa que tienen el permiso de sus padres o apoderados para poder hacer uso de la tecnología.

El 17.5% respondió que casi siempre cuenta con algún tipo de dispositivo electrónico. Significa que sus padres o apoderados les permiten el uso de los dispositivos, pero con ciertas restricciones.

El 12.5 % respondió que a veces cuentan con algún dispositivo electrónico, lo que quiere decir que el uso que pueden hacer de estos aparatos es limitado por sus apoderados.

El 2.5% respondió que nunca suelen contar con algún dispositivo electrónicos, lo que significa que quizá sus apoderados no les permiten usar dispositivos por su edad.

## Figura 25

*Dispositivos con internet*

### 13. ¿Cuentas con internet en los dispositivos electrónicos que usas?

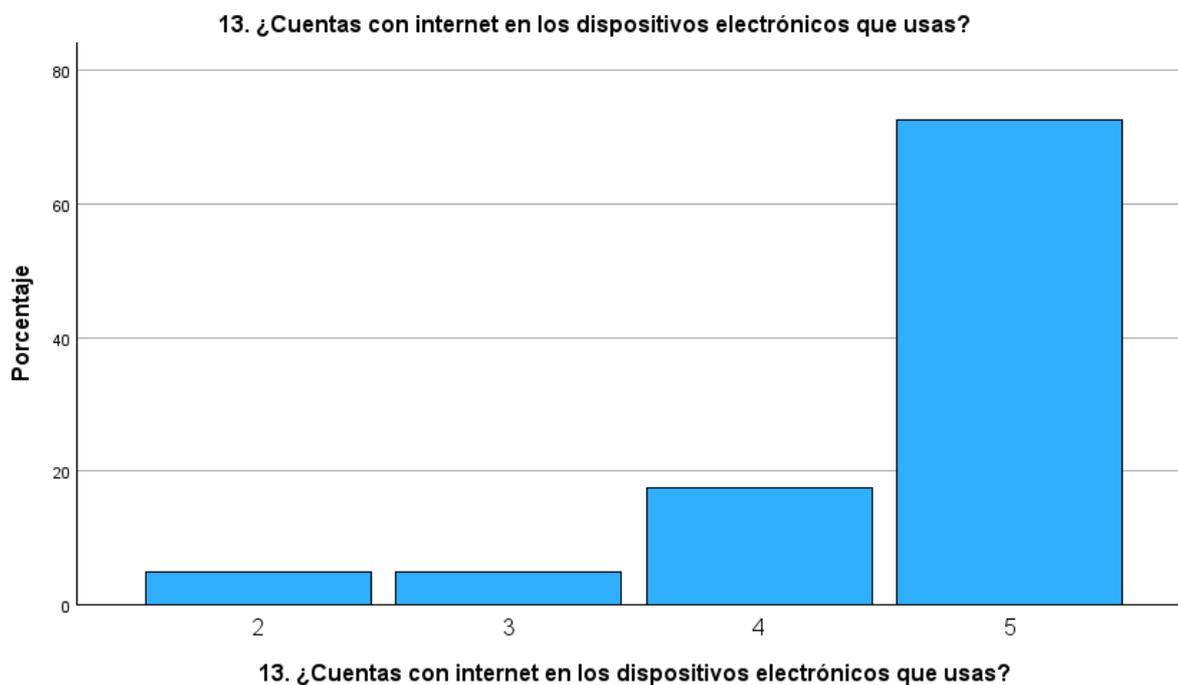
	N	%
2	2	5.0%
3	2	5.0%
4	7	17.5%
5	29	72.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

Figura 25: Dispositivos con internet

**Figura 26**

*Dispositivos con internet*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 26: Dispositivos con internet*

Según el gráfico número 13, el 72.5% de los alumnos siempre cuentan con internet en los dispositivos electrónicos que usan. Lo cual quiere decir que siempre pueden mantenerse conectados a la red y explorar los diversos contenidos que ofrece.

El 17.5% respondió que casi siempre cuentan con internet en los dispositivos electrónicos que usan, lo cual quiere decir que en algunos momentos, no pueden tener acceso a la red por diversos motivos.

El 5% respondió que a veces cuentan con internet en los dispositivos electrónicos que usan, esto se debe a que quizá sus apoderados les ponen un límite con respecto al uso de internet, para que lo puedan usar solo en sus momentos libres.

El 5% respondió que casi nunca cuentan con internet en los dispositivos electrónicos que usan, esto significa que quizá no les gusta el uso de internet, o que sus apoderados solo los dejen usarlo en ocasiones relevantes. También está la posibilidad de que no cuenten con una red de wifi.

## Figura 27

*Habilidad tecnológica*

### 14. ¿Consideras que eres hábil cuando se trata de temas tecnológicos?

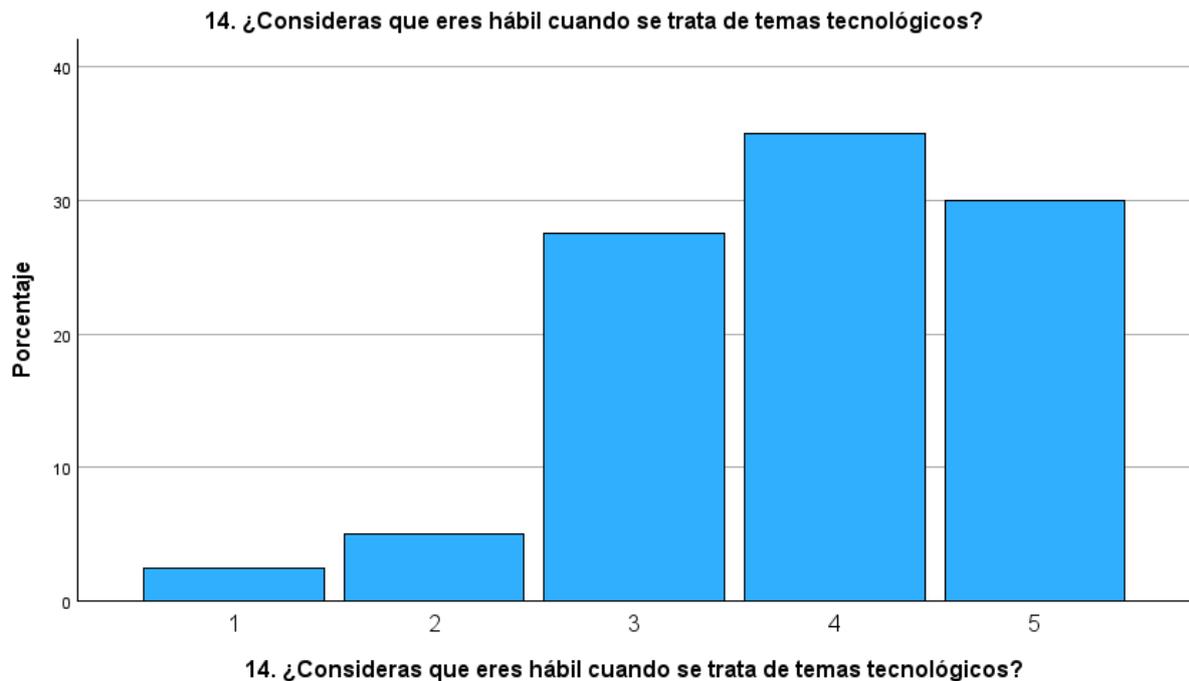
	N	%
1	1	2.5%
2	2	5.0%
3	11	27.5%
4	14	35.0%
5	12	30.0%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 27: Habilidad tecnológica*

## Figura 28

*Habilidad tecnológica*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 28: Habilidad tecnológica*

Según el gráfico número 14, el 35% de los estudiantes considera que casi siempre son muy hábiles cuando se trata de temas tecnológicos. Esto significa que dominan la mayoría de aplicaciones que suelen usar en sus dispositivos, lo cual les permite navegar mejor por la red. Sin embargo, estos conocimientos son ligeramente limitados, ya que suelen hacer algunas cosas que no comprenden en cuanto a la tecnología.

El 30% respondió que considera que siempre son muy hábiles cuando se trata de temas tecnológicos. Esto significa que dentro de sus conocimientos en cuanto a tecnología, consideran que no tienen ninguna barrera, ya que pueden desplazarse por la red sin ningún problema.

El 27.5% contestó que a veces son hábiles cuando se trata de temas tecnológicos, lo que quiere decir que algunas veces suelen tener barreras que hacen que se les dificulte su paso por la red. Sin embargo, en algunas oportunidades suelen superarlas y ampliar su habilidad.

El 5% contestó que casi nunca son hábiles cuando se trata de temas tecnológicos. Esto quiere decir que tienen un conocimiento bastante limitado en cuanto a tecnología, ya que no suelen explorarla para ampliar su habilidad. Sin embargo, puede que no tengan intereses en ese ámbito.

El 2.5% contestó que nunca son hábiles cuando se trata de temas tecnológicos, esto significa que quizá no cuenten con dispositivos electrónicos para poder explorarlos.

**Figura 29**

*Redes sociales*

**15. ¿Sueles usar redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram o Tiktok?**

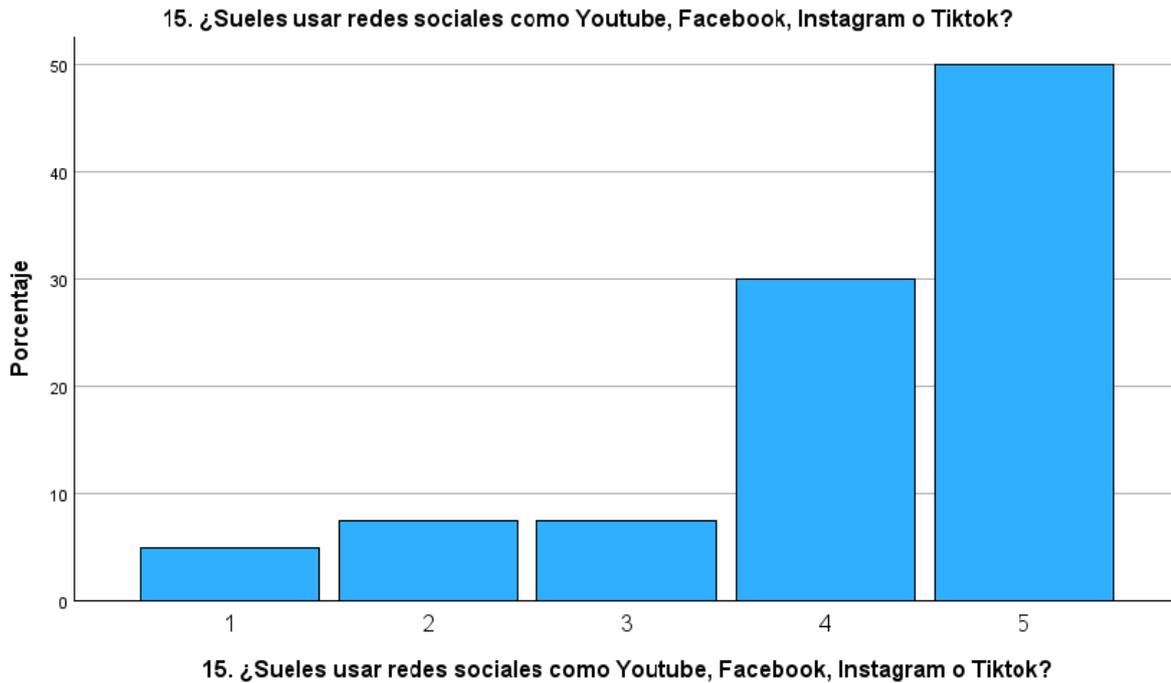
	N	%
1	2	5.0%
2	3	7.5%
3	3	7.5%
4	12	30.0%
5	20	50.0%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 29: Redes sociales*

**Figura 30**

*Redes sociales*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 30: Redes sociales*

Según el gráfico número 15, el 50% de los estudiantes encuestados siempre usan redes sociales, lo que quiere decir que están conectados a las diversas aplicaciones que hay hoy en día. Es parte de su día a día permanecer conectados.

El 30% respondió que casi siempre usan redes sociales, lo que significa que la gran mayoría del tiempo están conectados a la red, pero no las 24 horas del día. Suelen tener unas pocas limitaciones en cuanto a su conectividad.

El 7.5% respondió que a veces usan redes sociales, esto quiere decir que no tienen mucho interés en estar todo el tiempo conectados, solo lo hacen cuando lo consideran necesario.

El 7.5% respondió que casi nunca usan redes sociales. Esto puede significar que sus apoderados les limitan el uso de redes sociales, a una cierta cantidad de horas por mes. Sin embargo, puede que no tengan interés en el mundo de las redes sociales.

El 5% respondió que nunca usan redes sociales, se puede decir que quizá no cuenten con dispositivos electrónicos o con alguna red wifi. Sin embargo, puede que no tengan permitido el uso de redes sociales.

**Figura 31**

*Conectividad diaria*

**16. ¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?**

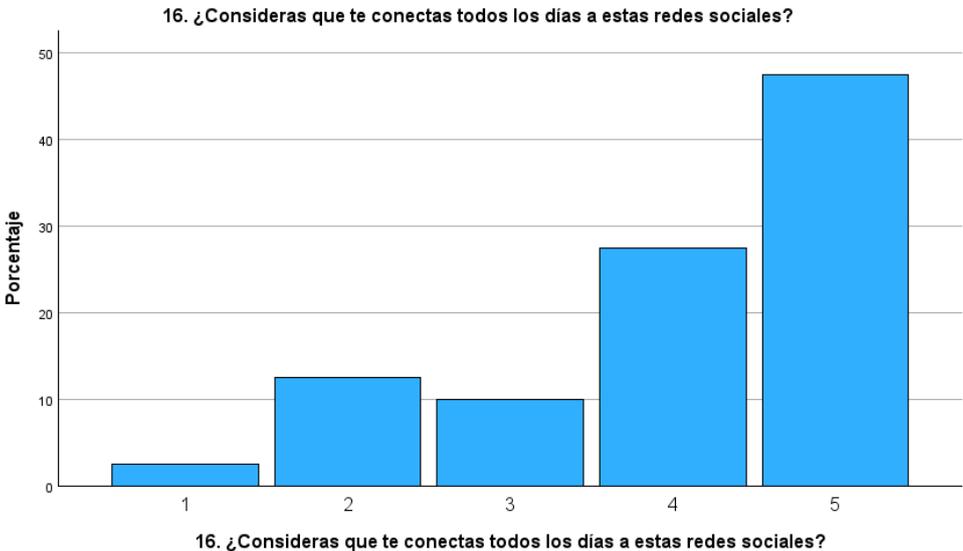
	N	%
1	1	2.5%
2	5	12.5%
3	4	10.0%
4	11	27.5%
5	19	47.5%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 31: Conectividad diaria*

**Figura 32**

*Conectividad diaria*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 32: Conectividad diaria*

Según el gráfico número 16, el 47.5% considera que siempre se conecta todos los días a las redes sociales. Esto significa que tienen un gran apego por estar conectados, y sería muy difícil para ellos poder desligarse de las redes sociales, porque ya son parte de su día a día.

El 27.5% contestó que casi siempre se conectan todos los días a las redes sociales. En este caso tienen un apego de igual manera a las redes, pero aún suelen tener un poco de control para dejar a un lado los dispositivos cuando es necesario.

El 12.5% respondió que casi nunca se conectan todos los días a las redes sociales. En este caso los alumnos no cuentan con mucho interés por conectarse a las redes, su mundo no gira en torno a ello. Lo usan si lo consideran necesario.

El 10% contestó que a veces se conectan todos los días a las redes sociales, esto demuestra que no es su prioridad el estar conectados, pero si les apetece lo hacen sin ningún inconveniente.

El 2.5% contestó que nunca se conectan todos los días a las redes sociales. En este caso se puede entender que no cuentan con redes sociales o con algún dispositivo móvil. Sin embargo, puede que no tengan permitido conectarse a las redes.

### **Figura 33**

*Redes sociales y convivencia escolar*

**17. ¿Consideras que el uso de las redes sociales hace más llevadera la convivencia con tus compañeros de clase?**

	N	%
1	5	12.5%
2	3	7.5%
3	12	30.0%
4	14	35.0%
5	6	15.0%

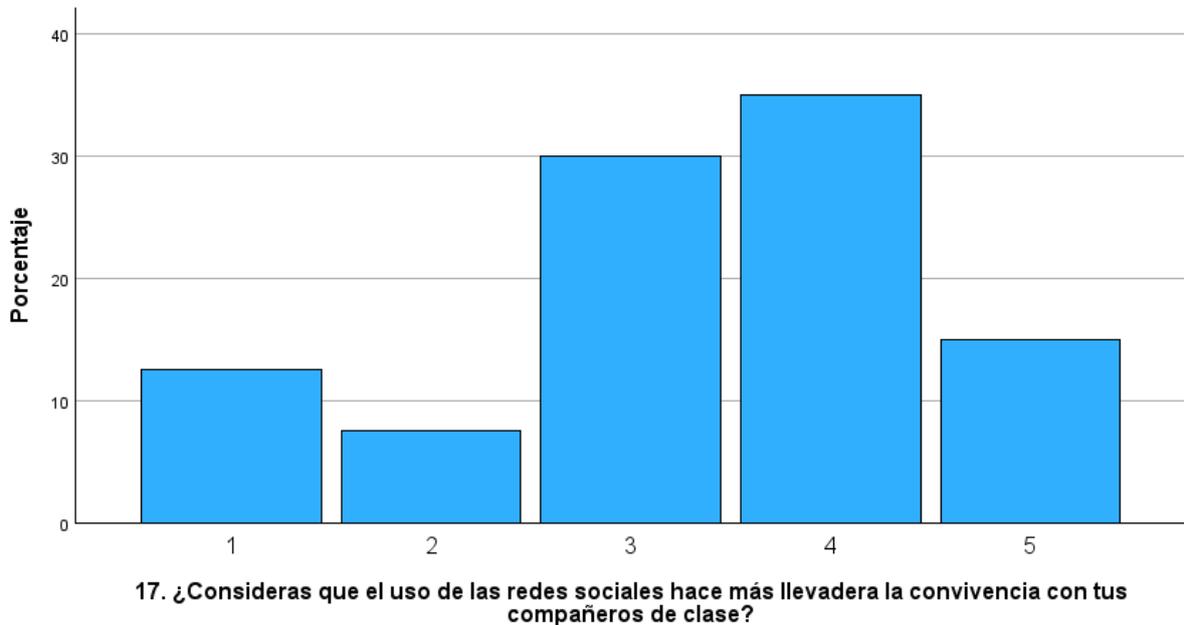
*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 33: Redes sociales y convivencia escolar*

**Figura 34**

*Redes sociales y convivencia escolar*

**17. ¿Consideras que el uso de las redes sociales hace más llevadera la convivencia con tus compañeros de clase?**



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 34: Redes sociales y convivencia escolar*

Según el gráfico número 17, el 35% de los estudiantes encuestados, consideran que el uso de las redes sociales casi siempre hace más llevadera la convivencia con sus compañeros de

clase. Esto indica que gracias a la comunicación que ellos mantienen por redes sociales, logran comunicarse mejor a la hora de verse en clases, de esta manera puede entablar una mejor amistad.

El 30% respondió que el uso de las redes sociales a veces hace más llevadera la convivencia con sus compañeros de clase, lo que quiere decir que esto no afecta significativamente a la relación que puedan tener fuera del uso de redes.

El 15% respondió que el uso de las redes sociales siempre hace más llevadera la convivencia con sus compañeros de clase, lo que significa que la relación que mantienen mediante redes es constante, lo que hace que tengan una muy buena relación, por el tiempo que se dedican intercambiando información cuando no están dentro de clases.

El 12.5% respondió que el uso de las redes sociales nunca hace más llevadera la convivencia con sus compañeros, lo que quiere decir que no suelen estar al pendiente del uso de redes. Sin embargo, puede que hayan tenido malas experiencias por las redes, por lo cual consideran que su uso no aporta en su vida escolar.

El 7.5% respondió que el uso de las redes sociales casi nunca hace más llevadera la convivencia con sus compañeros, lo que quiere decir que en alguna oportunidad si han sentido que su uso puede llevar a una mejoría en cuanto a convivencia, sin embargo, prefieren evitar su utilización para ese fin.

### **Figura 35**

*Programa de capacitación*

**18. ¿Te gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales que sueles usar?**

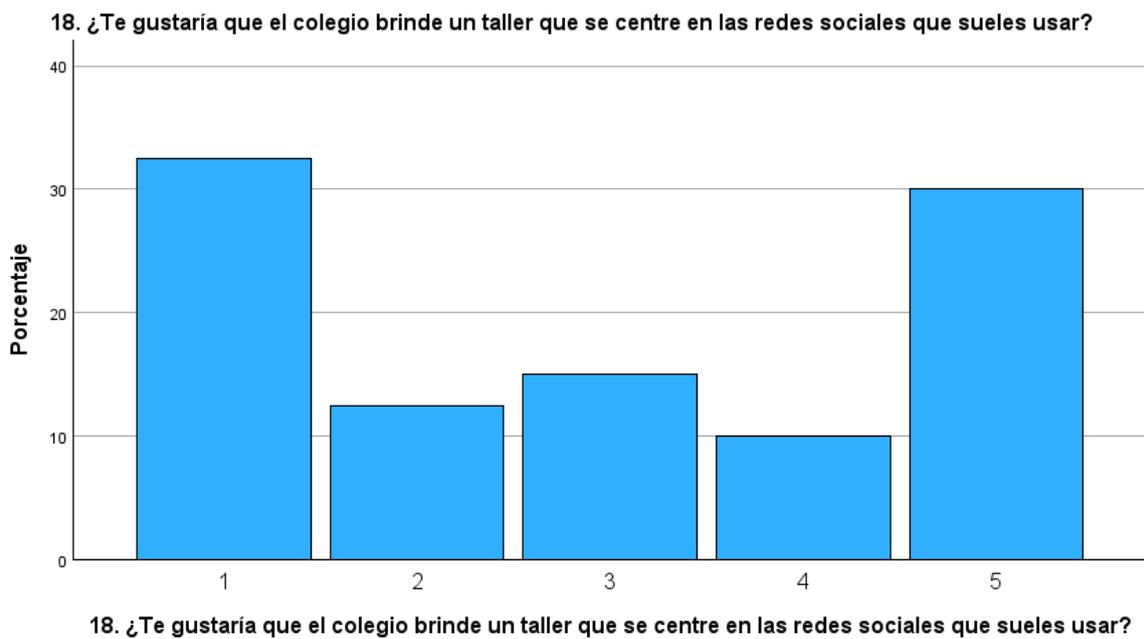
	N	%
1	13	32.5%
2	5	12.5%
3	6	15.0%
4	4	10.0%
5	12	30.0%

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 35: Programa de capacitación*

**Figura 36**

*Programa de capacitación*



*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 36: Programa de capacitación*

Según el gráfico número 18, el 32.5% de los estudiantes encuestados, considera que no desean que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales, esto se debe a que no se sienten cómodos mezclando sus asuntos personales basados en las redes sociales, con los deberes del colegio.

El 30% respondió que siempre desean que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales. En este caso se puede interpretar que hay estudiantes que quisieran saber más sobre las redes sociales, que riesgos y que beneficios puede traer. El hecho de que su colegio pueda brindar un taller les parece muy productivo.

El 15% respondió que a veces les gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales. En este caso el interés que tienen sobre el tema no está muy bien definido, ya que lo toman como un taller más que puede brindar el colegio. Sin embargo, estarían dispuestos a participar.

El 10% respondió que casi siempre les gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales, por lo cual podemos decir que están bastante interesados en el tema, pero si no se logra concretar no habría problema por ellos.

El 12.5% respondió que casi nunca les gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales, en este caso puede que lo hayan pensado en algún momento, pero no es un tema que sea de su total intereses, como para desear que el colegio les brinde un taller de redes sociales.

#### **5.7.1.1 Análisis ligados a las hipótesis**

##### **Hipótesis principal**

H1: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

H0: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales no influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

### Determinar la correlación

#### Figura 37

Correlación entre pregunta 18 y 10

		<b>Correlaciones</b>		
			18. ¿Te gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales que sueles usar?	10. ¿Consideras que eres una persona sociable?
Rho de Spearman	18. ¿Te gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales que sueles usar?	Coefficiente de correlación	1.000	.622
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	40	40
	10. ¿Consideras que eres una persona sociable?	Coefficiente de correlación	.622	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	40	40

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 37:* Correlación entre pregunta 18 y 10

Para el caso de la hipótesis principal planteada en la investigación arrojó un resultado de 0.622, es decir 62% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación significativa entre la conducta sociable que suelen tener los estudiantes del colegio Makim Gorki, y la implementación de un taller de redes sociales. Por lo cual, se acepta la hipótesis principal del estudio. Esta relación muestra que el comportamiento social de los alumnos, se conecta con la necesidad de recibir capacitaciones sobre algo que los motiva, como en este caso son las redes sociales.

### **Hipótesis específica 1**

H1: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

H0: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales no influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

### **Determinar la correlación**

### **Figura 38**

*Correlación entre pregunta 17 y 14*

### Correlaciones

			17. ¿Consideras que el uso de las redes sociales hace más llevadera la convivencia con tus compañeros de clase?	14. ¿Consideras que eres hábil cuando se trata de temas tecnológicos?
Rho de Spearman	17. ¿Consideras que el uso de las redes sociales hace más llevadera la convivencia con tus compañeros de clase?	Coeficiente de correlación	1.000	.241
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	40	40
	14. ¿Consideras que eres hábil cuando se trata de temas tecnológicos?	Coeficiente de correlación	.241	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	40	40

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 38:* Correlación entre pregunta 17 y 14

Para el caso de la hipótesis específica 1 planteada en la investigación arrojó un resultado de 0.241, es decir 24% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

**0.21 – 0.40 Relación baja**

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación baja entre los hábitos tecnológicos de los estudiantes, y la mejora de la convivencia con los demás compañeros gracias a las redes sociales. Por lo cual, no se acepta la hipótesis específica 1 del estudio. Esta relación baja muestra que la implementación de un programa de capacitación no influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes del colegio Makim Gorki.

## Hipótesis específica 2

H2: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

H0: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales no influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

### Determinar la correlación

#### Figura 39

Correlación entre pregunta 16 y 15

<b>Correlaciones</b>				
			16. ¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?	15. ¿Sueles usar redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram o Tiktok?
Rho de Spearman	16. ¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?	Coefficiente de correlación	1.000	.499**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	40	40
	15. ¿Sueles usar redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram o Tiktok?	Coefficiente de correlación	.499**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	40	40

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 39:* Correlación entre pregunta 16 y 15

Para el caso de la hipótesis específica 2 planteada en la investigación arrojó un resultado de 0.499, es decir 49% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación moderada entre la conectividad de los estudiantes a las redes sociales, y las diferentes plataformas que utilizan para conectarse. Por lo cual, se acepta la hipótesis específica 2 del estudio. Esta relación moderada, muestra que la implementación de un programa de capacitación si influye en el uso de redes de los estudiantes del colegio Makim Gorki.

### **Hipótesis específica 3**

H3: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial del uso de redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

H0: La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales no influye en el crecimiento potencial del uso de redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.

### **Determinar la correlación**

#### **Figura 40**

*Correlación entre pregunta 9 y 16*

### Correlaciones

			9. ¿Crees que necesitas un incentivo para mejorar tu comportamiento o en el colegio?	16. ¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?
Rho de Spearman	9. ¿Crees que necesitas un incentivo para mejorar tu comportamiento en el colegio?	Coeficiente de correlación	1.000	.651
		Sig. (bilateral)	.	.00
		N	40	40
	16. ¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?	Coeficiente de correlación	.651	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	40	40

*Nota:* Procesamiento de datos a partir del cuestionario.

*Figura 40:* Correlación entre pregunta 9 y 16

Para el caso de la hipótesis específica 3 planteada en la investigación arrojó un resultado de 0.651, es decir 65% y una significancia bilateral de Sig=0.000. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

**0.61 – 0.80 Relación significativa**

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Se demostró que existe una relación significativa entre la necesidad de que los estudiantes tengan un incentivo para mejorar el comportamiento social, y el tiempo que le dedican a la conectividad en las redes sociales. Por lo cual, se acepta la hipótesis específica 3 del estudio. Esta relación significativa, muestra que la implementación de un programa de capacitación sí influye en el crecimiento potencial del uso de redes de los estudiantes del colegio Makim Gorki.

## **CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN**

### **6.1 Alcance esperado**

El siguiente proyecto tiene como propósito desarrollar un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, que se propone mejorar el comportamiento social de los estudiantes de la generación Z del colegio Makim Gorki. Por medio de este programa, se brindará una mejora en cuanto a la manera que tienen los alumnos de usar, y analizar las redes sociales que los rodean, y así, puedan observar de forma más cercana las ventajas y desventajas. De esta manera, tanto la institución como los alumnos se verán beneficiados, ya que al ser algo que afectará directamente a su comportamiento social, la institución podrá brindarles una mejor asesoría.

### **6.2 Descripción de la propuesta de innovación**

Es un proyecto integrador y el problema que se busca solucionar es mejorar el comportamiento social de los estudiantes de la generación Z del colegio Makim Gorki. La propuesta de innovación se basa en el desarrollo de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, dentro del programa se desarrollaran temas de sobre cómo manejar las redes de manera adecuada, y será dirigida por profesionales capacitados.

### **6.3 Diagnóstico situacional**

El colegio Makim Gorki brinda un servicio de educación personalizado y exigente, se centran en el aprendizaje de cada alumno para poder llevarles la mejor educación posible. Cuenta con un valioso equipo de trabajo, desde el personal de servicio, hasta los profesores y área administrativa, que en conjunto trabajan para brindarles todos los conocimientos necesarios. Tiene más de 36 años de experiencia en el rubro educativo, y siempre buscan la perfección para poder seguir mejorando día a día.

**Figura 41**

*Foda del colegio Makim Gorki*



*Nota:* En la figura se muestran todos los ítems de la matriz FODA.

*Figura 41: Foda del colegio Makim Gorki*

## **6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora**

### **6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación**

#### **Fase1: Aprobación del proyecto**

##### **Reunión con los involucrados**

En esta etapa inicial se convocará una reunión con el director, el área administrativa y los profesores del colegio, para presentar la idea del programa de capacitación en redes sociales para los alumnos, de manera que se pueda ver la viabilidad del proyecto.

## Presentación del programa de capacitación

Se presentarán los objetivos que tendrá el programa de capacitación, de la misma manera se verá que profesionales estarán a cargo del proyecto.

**Tabla 1**

*Acciones del primer mes de capacitación*

Objetivo 1: Incrementar el conocimiento que los estudiantes del colegio Makim Gorki tienen sobre las redes sociales.			
Plan de acción	Actividad del plan de acción	Cronograma	Medio de verificación
Brindar la teoría para la introducción a las redes sociales.	Sesión de introducción a las redes sociales.	1 semana	Registro de asistencia y fotografía de la sesión.
Brindar estrategias tecnológicas, para el manejo de redes sociales.	Sesión de estrategias tecnológicas.	2 semanas	Registro de asistencia y fotografía de la sesión.
Potenciar las capacitaciones para el correcto trabajo en equipo.	Actividades dinámicas en equipos, dentro de las capacitaciones.	1 semana	Registro de asistencia y fotos de las dinámicas.

*Nota:* Esta tabla muestra las actividades a realizar durante el primer mes de capacitación, donde se enfocaran en redes sociales y trabajo en equipo.

*Tabla 1: Acciones del primer mes de capacitación*

**Tabla 2**

*Acciones del segundo mes de capacitación*

Objetivo 2: Dotar de conocimiento en herramientas tecnológicas a los estudiantes.			
Plan de acción	Actividad del plan de acción	Cronograma	Medio de verificación
Brindar los conocimientos en Tiktok, para su correcto uso.	Sesión de herramientas tecnológicas.	1 semana	Registro de asistencia y fotografía de la sesión.
Brindar los conocimientos de Facebook e Instagram, para su correcto uso.	Sesión de herramientas tecnológicas.	2 semanas	Registro de asistencia y fotografía de la sesión.
Brindar los conocimientos de Youtube, para su correcto uso.	Sesión de herramientas tecnológicas.	1 semana	Registro de asistencia y fotografía de la sesión.

*Nota:* Esta tabla muestra las acciones a realizar en el segundo mes de capacitaciones, en donde se enfocaran en redes sociales específicas.

*Tabla 2: Acciones del segundo mes de capacitación*

**Tabla 3***Acciones del tercer mes de capacitación*

Objetivo 3: Reconocer las redes sociales como una herramienta de comunicación, con la capacidad de relacionarse con su entorno.			
Plan de acción	Actividad del plan de acción	Cronograma	Medio de verificación
Brindar estrategias de comunicación para fortalecer su comportamiento.	Sesión de estrategias de comunicación para adolescentes.	1 semana	Registro de asistencia y fotografía de la sesión.
Brindar información sobre el impacto de las redes sociales en el comportamiento.	Sesión de psicología para comprender el impacto de las redes sociales en el comportamiento.	2 semanas	Registro de asistencia y fotografía de la sesión.
Poner en práctica los conocimientos adquiridos sobre comunicación y redes sociales.	Exposición de los alumnos para mostrar el conocimiento adquirido.	1 semana	Registro de asistencia y fotos de la exposición.

*Nota:* Esta tabla mostrará las actividades a realizar en el último mes de capacitación, donde se centraran en temas de comportamiento social.

*Tabla 3: Acciones del tercer mes de capacitación*

## **Mejora en el sistema escolar**

Se presentarán los beneficios y oportunidades que traerá el programa de capacitación en redes sociales, en comparación a la situación actual del colegio.

### **Fase 2: Financiación**

#### **Solicitud de crédito**

Luego de que el proyecto fue aprobado, se solicitará a los financiadores del colegio el crédito necesario para proceder con la implementación del programa de capacitación.

#### **Financiamiento externo**

En caso el crédito aprobado por el colegio no sea suficiente, se solicitará un financiamiento por parte de alguna entidad bancaria, para la realización del programa de capacitación.

### **Fase 3: Aprobación del diseño del programa de capacitación**

#### **Simulación de presentación en un aula**

En un aula del colegio se llevará a cabo la simulación del programa de capacitación, para que los involucrados puedan observar de qué manera se llevará a cabo, y puedan brindar sugerencias de ser necesario.

#### **Presentación con las observaciones**

Después de recibir las observaciones necesarias, se modificará el programa y se presentará nuevamente a las partes interesadas para la continuación de las demás fases.

#### **Fase 4: Capacitación**

##### **Preparar al personal educativo**

Se les brindará una capacitación externa a todo el personal del colegio sobre la nueva propuesta a realizar, de manera que sepan exactamente de qué trata, y en caso algún alumno tenga alguna duda o consulta, ellos puedan responderlas sin ningún problema.

##### **Preparar a los estudiantes**

Luego de que todo el personal educativo este informado sobre el proyecto, un asesor se encargará de pasar aula por aula, para explicarles a los alumnos sobre la nueva propuesta, con el fin de que se familiaricen con ella.

#### **Fase 5: Pruebas**

##### **Prueba 1**

Se realizará un primer programa de capacitación como muestra, con todos los alumnos involucrados, para que sepan que temas se tocarán específicamente con cada sección. Esto servirá para que puedan conocer mejor la propuesta, y puedan saber que temas se deberán tratar.

##### **Prueba 2**

Se realizará un segundo programa de capacitación como muestra, para que los padres de familia puedan asistir y puedan entender de qué tratará el proyecto.

#### **Fase 6: Corrección de errores**

##### **Diseño del programa de capacitación**

Luego de que se hayan tenido las pruebas de muestra, se modificaran los temas a tratar, y también la forma en cómo será la comunicación con los alumnos.

#### **Fase 7: Aprobación final**

En esta última fase se presentan los resultados finales, luego de haber corregido los errores y habiendo realizado las pruebas correspondientes, se muestra el resultado final que será proyectado a los estudiantes.

#### **Primer paso**

El programa de capacitación en uso de redes sociales se dividirá por secciones, y tendrá una duración de 3 meses. Cada sección tendrá un día y horario asignado para que puedan asistir al taller.

Figura 42

Horario de sesión por grado



Nota: La figura muestra todos los horarios que tendrán las secciones semanalmente, con grado, día, y hora.

Figura 42: Horario de sesión por grado

### **Segundo paso**

El programa de capacitación tendrá una duración de 45 minutos, y se dará una vez a la semana por sección como se puede ver en la imagen anterior. Los alumnos podrán hacer preguntas y opinar, ya que será interactivo.

### **Tercer paso**

Los días viernes habrá un encuentro entre las cuatro secciones en donde podrán opinar sobre que les pareció y que han podido aprender sobre el programa de capacitación en redes sociales, esto durará media hora.

### **Cuarto paso**

Los temas a tratar serán diferentes para cada sección, pero todos serán centrados en las redes sociales.

### **6.4.2 Presupuesto**

Se presenta el siguiente planteamiento para el presupuesto referencial de la implementación del programa de capacitación, sobre uso de redes sociales. La duración del programa de capacitación será de 3 meses.

**Figura 43**

*Presupuesto del programa de capacitación*



The image shows a budget table for 'Colegio Maxim Gorki'. At the top, the word 'Presupuesto' is written in a large, stylized, cursive font. Below it, the school name 'Colegio Maxim Gorki' is written in a bold, sans-serif font. The table has four columns: 'CANTIDAD', 'ITEM', 'PRECIO UNITARIO', and 'IMPORTE'. It lists seven items, each with a quantity of 1. At the bottom right, there are two summary rows: 'SUB TOTAL' and 'TOTAL', both showing a value of S/. 5396.00.

CANTIDAD	ITEM	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
1	PANTALLA DE PROYECCIÓN	S/. 641.00	S/. 641.00
1	COACH EN REDES SOCIALES	S/. 2000.00	S/. 2000.00
1	PSICÓLOGO ESPECIALIZADO EN ADOLESCENTES	S/. 900.00	S/. 900.00
1	MOTOR DE LUZ PARA PROYECCIÓN	S/. 1135.00	S/. 1135.00
1	GASTOS OPERATIVOS	S/. 500.00	S/. 500.00
1	MANTENIMIENTO	S/. 220.00	S/. 220.00
SUB TOTAL			S/. 5396.00
TOTAL			S/. 5396.00

*Nota:* La figura muestra el presupuesto por los tres meses de duración del programa.

*Figura 43: Presupuesto del programa de capacitación*

## CONCLUSIONES

Se concluyó que la hipótesis general “La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki”, indica que hay una correlación muy significativa entre el uso de las redes sociales y como estos pueden llegar a influir en el comportamiento social de los estudiantes. Se demostró a través de la prueba correlación de Spearman, un resultado de 62% y un valor de Sig de 0.000. Pudiendo afirmar que la implementación de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, tendrá mucho éxito en el colegio Makim Gorki, ya que mejorará la calidad de comportamiento de los estudiantes, y por ende también el interés que le ponen a sus cursos.

Se concluyó que la hipótesis específica 1 “La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki”, indica que hay una relación baja entre el uso de las redes sociales y los hábitos tecnológicos que suelen tener los estudiantes. Se demostró a través de la prueba correlación de Spearman, un resultado de 24% y un valor de Sig de 0.000. Se puede afirmar a pesar de tener una relación baja, la implementación de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, podrá tener éxito en el colegio Makim Gorki, ya que se podrán analizar el tipo de hábitos que tienen los estudiantes en cuanto a redes sociales, y de esta manera poder entender su comportamiento.

Se concluyó que la hipótesis específica 2 “La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki”, indica que hay una relación moderada entre el uso de las redes sociales, y como pueden llegar a influir en la relación que los estudiantes tienen con ellas. Se demostró a través de la prueba correlación de Spearman, un resultado de 49% y un

valor de Sig de 0.000. Pudiendo afirmar que la implementación de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, tendrá mucho éxito en el colegio Makim Gorki, ya que se podrá analizar la influencia que pueden llegar a tener sobre los alumnos, y de esta manera cambiar la perspectiva actual sobre el tema.

Se concluyó que la hipótesis específica 3 “La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial del uso de redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki”, indica que hay una relación significativa entre el uso de las redes sociales, y como pueden influir en el crecimiento potencial que ellos tienen con las redes. Se demostró a través de la prueba correlación de Spearman, un resultado de 65% y un valor de Sig de 0.000. Pudiendo afirmar que la implementación de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales, será lo más adecuado para que los estudiantes puedan explorar mejor el mundo tecnológico que los rodea, y de esta manera los demás puedan entender su comportamiento con la sociedad.

Como conclusión final, se considera viable la implementación de un programa de capacitación sobre uso de redes sociales para mejorar el comportamiento social de los estudiantes, ya que ellos viven actualmente en una era tecnológica, y necesitan saber manejarlas adecuadamente para que no representen ningún peligro para ellos.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que el centro educativo tenga una mayor comunicación con los estudiantes, para que de esta manera se puedan entender las necesidades de cada uno, ya sea en cuestión de preguntas académicas, o de algún tema personal.

También se sugiere implementar más áreas tecnológicas dentro de la institución, para que de esta manera se pueda sacar el máximo provecho al programa de capacitación, ya que este necesitará de las herramientas necesarias como, laptops y computadoras.

Se recomienda además, charlas mensuales sobre el uso de la tecnología centrado en redes sociales, para todos los estudiantes de la institución. Esta es una forma de brindar la información necesaria a los alumnos, para que puedan tener en cuenta como deben usarse, pero sobretodo como no deben usarse.

Se sugiere charlas mensuales sobre cómo mejorar el comportamiento cuando las redes han abarcado su día a día. Esto servirá para que los estudiantes se den cuenta de que si no las usan de manera inteligente, esto podría consumir su día a día, y por ende afectara su comportamiento con la sociedad.

## Referencias

- Abanto, A. (2020, 6 de setiembre). *Redes sociales: ¿cómo influyen en el desarrollo emocional de los jóvenes?* La República.
- Acuña, R., & Palma, R. (2021). *Adicción a las redes sociales y cyberbullying en adolescentes de la generación Z del distrito del Callao 2021* [Tesis para licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/72009>
- Alvarado, E., Ochoa, M., Ronquillo, G. V., & Sánchez, M. (2019). Importancia y uso de las redes sociales en la educación. *RECIMUNDO*, 3(2), 882-893.  
<https://recimundo.com/index.php/es/article/view/481>
- Anzorena, O., (2016). *El arte de comunicarnos conceptos y técnicas para una comunicación interpersonal efectiva*. EDICIONES LEA S.A.
- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>
- Becerra-Chauca, N., & Taype-Rondan, A. (2020, 22 de Junio). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19?. *Acta Médica Peruana*, 37(2), 249-251. <https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Betina, A., & Contini de González, N. (2011). Las habilidades sociales en niños y adolescentes. Su importancia en la prevención de trastornos psicopatológicos. *Fundamentos en Humanidades*, XII (23), 159-182.
- Brito, D., González, V., Preciado, M., & Abreus, J. (2021). Influencia de la utilización de las redes sociales en el proceso de comunicación interpersonal. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 6(3), 6-13  
<https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/307/331>

- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias-Revista de La Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-220. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=742155>
- Carrillo, A. (2018, 20 de Diciembre). Comportamiento social: definición y teorías explicativas. *Psicología y mente*. <https://psicologiaymente.com/social/comportamiento-social>
- Cestero, A. (2019). Comunicación no verbal. María. P, Xose. P (Eds.), *Guía práctica de pragmática del español* (pp. 206-215). Routledge.
- Cipagauta, C. (2018, 27 febrero). La importancia de las Redes Sociales en la sociedad actual. Universidad Manuela Beltrán. <https://umbvirtual.edu.co/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual/>
- Critikián, D., & Núñez, M. (2021, 19 de abril). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55–76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Duarte, F. (2019, 9 de setiembre). *Los países en los que la gente pasa más tiempo en las redes sociales (y los líderes en América Latina)*. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49634612>
- Franco, D. (2018). *Influencia de las redes sociales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín* [Tesis para licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7296>
- Fresno, C. (2018). *¿Son eficientes las redes sociales?* El Cid Editor.
- Fuertes, J., & Armas, L. (2017). Adolescentes adictos a redes sociales y tecnología. *Horizontes de enfermería*, (7), 130-140.

Guest, E. (2020, 13 de Noviembre). Sobre las causas del comportamiento humano: ¿somos dueños de nuestro propio destino?. *Students for Liberty*.

<https://larepublica.pe/sociedad/2020/09/06/las-redes-sociales-y-su-influencia-en-el-desarrollo-emocional-de-los-adolescentes-atmp>

<https://studentsforliberty.org/es/blog/sobre-las-causas-del-comportamiento-humano-somos-duenos-de-nuestro-propio-destino/>

Jácome, P. (2017). *Las redes sociales y su influencia en los adolescentes* [Tesis para licenciatura, Universidad Técnica de Cotopaxi]

<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/4364>

Meira, I. (2021) *Likeo luego existo. Redes sociales, periodismo y un extraño virus llamado fake news*. TAKATUKA.

Padin, F. (2022). Influencia de la adicción a redes sociales sobre el bienestar psicológico en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana [Tesis para licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/12203>

Pons, C. (2017). *Comunicación no verbal*. Editorial Kairós.

Prensky, M. (2001), Digital Natives, Digital Immigrants, *On the Horizon*, 9(5), 1-7. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

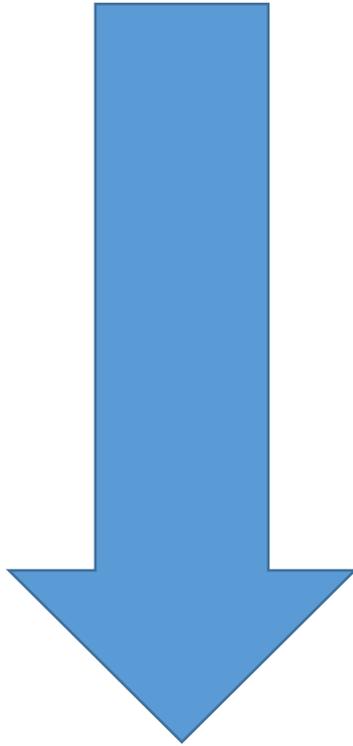
Rodríguez, M. (2018) *Los influencers como soporte publicitario en la red social Instagram*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Valladolid]

<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/31090>

Sarmiento, E. (2020). Influencia de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión].

<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4089>

## ANEXOS



## Anexo N° 1 Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
TÍTULO: IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN SOBRE USO DE REDES SOCIALES PARA MEJORAR EL COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA GENERACIÓN Z DEL COLEGIO MAKIM GORKI. SAN MIGUEL, 2023								
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE 1: Comportamiento Social					
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario			
¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki?	Determinar de qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.	La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el comportamiento social en los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.	Desarrollo conductual	Conducta en casa	¿Suele tener buena conducta en casa? ¿Suele agradarte la rutina de tu hogar?			
				Comunicación interpersonal	Lenguaje verbal	¿Cuándo algo te incomoda, sueles expresarlo verbalmente?		
					Lenguaje no verbal	¿Cuándo algo te entristece, sueles demostrárselo a los demás?		
			Análisis de la conducta	Emociones	¿Cuándo algo te pone alegre, sueles demostrarlo a los demás?			
				Comportamiento	¿Alguna vez has tenido algún inconveniente con algunos de tus compañeros del colegio?			
					¿Crees que necesitas un incentivo para mejorar tu comportamiento en el colegio?			
				Cultura conductual	¿Consideras que eres una persona sociable? ¿Consideras que te llevas bien con tus compañeros de clase?			
			Problemas específicos	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:	VARIABLE 2: Redes Sociales		
			¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki?	Determinar de que manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.	La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en los hábitos tecnológicos de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.	Hábitos tecnológicos	Recursos y equipos	¿Cuentas con dispositivos electrónicos como celular smartphone, Tablet, laptop o computador? ¿Cuentas con internet en los dispositivos electrónicos que usas?
Uso de la tecnología	¿Consideras que eres hábil cuando se trata de temas tecnológicos?							
¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki?	Determinar de que manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.	La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en la relación con las redes de los estudiantes de la generación z del colegio Makim Gorki.	Relación con las redes	Uso de redes	¿Sueles usar redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram o TikTok?			
				Nivel de conectividad	¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?			
¿De que manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial de uso de redes de los estudiantes de la generación Z del colegio Makim Gorki?	Determinar de que manera la implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial de uso de redes de los estudiantes de la generación Z del colegio Makim Gorki.	La implementación de un programa de capacitación de uso de redes sociales influye en el crecimiento potencial de uso de redes de los estudiantes de la generación Z del colegio Makim Gorki.	Crecimiento potencial de uso de redes	Desarrollo de redes sociales	¿Consideras que el uso de las redes sociales hace más llevadera la convivencia con tus compañeros de clase? ¿Te gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales que sueles usar?			

## Anexo N°2 Matriz Operacional

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
<b>VI: Comportamiento Social</b>	El comportamiento social se concibe como la forma de conectar con otras personas, y es la habilidad para entablar cualquier tipo de relación.	Operacionalmente se entiende que el comportamiento social se orienta a tres dimensiones, que son desarrollo conductual, comunicación interpersonal y comunicación interpersonal y análisis de la conducta.	Desarrollo conductual	¿Sueles tener buena conducta en casa?	ORDINAL	1	CUESTIONARIO	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
				¿Suele agradarte la rutina de tu hogar?		2						
				¿Sueles tener buena conducta en el colegio?		3						
				¿Suele agradarte la rutina de tu colegio?		4						
			Comunicación interpersonal	¿Cuándo algo te incomoda, sueles expresarlo verbalmente?		5						
				¿Cuándo algo te entristece, sueles demostrárselo a los demás?		6						
				¿Cuándo algo te pone alegre, sueles demostrárselo a los demás?		7						
			Análisis de la conducta	¿Alguna vez has tenido algún inconveniente con algunos de tus compañeros del colegio?		8						
				¿Crees que necesitas un incentivo para mejorar tu comportamiento en el colegio?		9						
				¿Consideras que eres una persona sociable?		10						
				¿Consideras que te llevas bien con tus compañeros de clase?		11						
<b>VD: Redes Sociales</b>	Las redes sociales son plataformas que se encuentran en internet, y sirven para comunicarse con otras personas, y también para publicar diversos tipos de contenido.	Operacionalmente se entiende que las redes sociales se orientan a tres dimensiones que son, hábitos tecnológicos, relación con las redes y crecimiento potencial del uso de redes.	Hábitos tecnológicos	¿Cuentas con dispositivos electrónicos como celular smarphone. Tablet, laptop o computador?	ORDINAL	12	CUESTIONARIO	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
				¿Cuentas con internet en los dispositivos electrónicos que usas?		13						
				¿Consideras que eres hábil cuando se trata de temas tecnológicos?		14						
			Relación con las redes	¿Sueles usar redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram o Tiktok?		15						
				¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?		16						
			Crecimiento potencial del uso de redes	¿Consideras que el uso de las redes sociales hace más llevadera la convivencia con tus compañeros de clase?		17						
				¿Te gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales que sueles usar?		18						

### Anexo N°3 Modelo de encuesta realizada

#### CUESTIONARIO SOBRE COMPORTAMIENTO SOCIAL Y REDES SOCIALES

La información que presente es totalmente anónima y se mantendrá una absoluta confidencialidad sobre la misma. Este cuestionario forma parte de un trabajo de investigación.

Marque con una X aquella respuesta que considere conveniente de acuerdo a la siguiente escala:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

	Cuestionario	1	2	3	4	5
1	¿Sueles tener buena conducta en casa?					
2	¿Suele agradarte la rutina de tu hogar?					
3	¿Sueles tener buena conducta en el colegio?					
4	¿Suele agradarte la rutina de tu colegio?					
5	¿Cuándo algo te incomoda, sueles expresarlo verbalmente?					
6	¿Cuándo algo te entristece, sueles demostrárselo a los demás?					
7	¿Cuándo algo te pone alegre, sueles demostrárselo a los demás?					
8	¿Alguna vez has tenido algún inconveniente con algunos de tus compañeros del colegio?					
9	¿Crees que necesitas un incentivo para mejorar tu comportamiento en el colegio?					
10	¿Consideras que eres una persona sociable?					
11	¿Consideras que te llevas bien con tus compañeros de clase?					
12	¿Cuentas con dispositivos electrónicos como celular Smartphone, Tablet, laptop o computador?					
13	¿Cuentas con internet en los dispositivos electrónicos que usas?					
14	¿Consideras que eres hábil cuando se trata de temas tecnológicos?					
15	¿Sueles usar redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram o Tiktok?					
16	¿Consideras que te conectas todos los días a estas redes sociales?					
17	¿Consideras que el uso de las redes sociales hace más llevadera la convivencia con tus compañeros de clase?					
18	¿Te gustaría que el colegio brinde un taller que se centre en las redes sociales que sueles usar?					

# INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

Cargo e institución del experto: Docente – ISIL - UNMSM

1.3. Nombre del instrumento: Cuestionario

1.4. Autor del instrumento: Jasmin Ovalle Ortiz

1.5. Título de la investigación  
IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN SOBRE USO DE REDES SOCIALES PARA MEJORAR EL COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA GENERACIÓN Z DEL COLEGIO MAKIM GORKI. SAN MIGUEL, 2023

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x

7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos						x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.						x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.						x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.						x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN							x

### PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		

### III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. 85%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

( x ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Lugar y fecha: Lima, 24/07/2023

Firma del experto

DNI N° 41981490

REPORTE DE SIMILITUD - TURNITIN

Similarity Report

PAPER NAME	AUTHOR
<b>TESIS FINAL.docx</b>	<b>JASMIN ESTHER OVALLE ORTIZ</b>
<hr/>	
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
<b>16242 Words</b>	<b>86596 Characters</b>
PAGE COUNT	FILE SIZE
<b>103 Pages</b>	<b>1.2MB</b>
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
<b>Jul 20, 2023 11:10 AM GMT-5</b>	<b>Jul 20, 2023 11:11 AM GMT-5</b>
<hr/>	

● **25% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 22% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 19% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material



Roxana Albarracin Aparicio



Jasmin Ovalle Ortiz