



Impacto y causas del uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios del programa de  
Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Soacha.

Fransue Laura Camila Amézquita Kekhan

María José Vargas Peña

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Administración de Empresas

mayo de 2024

Impacto y causas del uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Soacha.

Fransue Laura Camila Amézquita Kekhan

María José Vargas Peña

Monografía presentada como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesores:

Yuly Paola Ramírez González

Luis German Torres Ospina

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Administración de Empresas

mayo de 2024

### **Dedicatoria y agradecimientos**

Inicialmente agradecemos a Dios por permitirnos llegar hasta este momento, cumplir con nuestros sueños, y hacer posible el haber finalizado con éxito nuestro proyecto de grado. Dedicamos y agradecemos a nuestras familias, especialmente a nuestros padres, quienes nos apoyaron en todo el proceso formativo y en el desarrollo del presente proyecto con sus consejos e inspiración diaria para ser mejores personas y profesionales. A nuestros queridos docentes del programa de administración de empresas, especialmente a la docente Yuly Paola Ramírez, por su ayuda, disposición y colaboración, y a todas las personas, amigos y compañeros quienes le dieron fuerza al proyecto presentado, sobre todo por su disposición y entrega.

## Tabla de contenido

Lista de tablas .....	6
Lista de figuras .....	7
Lista de anexos.....	9
Resumen .....	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
CAPÍTULO I .....	14
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1 Descripción y formulación del problema .....	14
1.1.1 Descripción .....	14
1.1.2 Formulación del problema .....	16
1.2 Objetivos.....	17
1.2.1 Objetivo General.....	17
1.2.2 Objetivos Específicos .....	17
1.3 Justificación.....	18
1.4 Sub-línea del programa al que le apunta el trabajo .....	21
CAPÍTULO II .....	21
2 MARCO TEÓRICO .....	21
2.1 Antecedentes.....	21
2.2 Bases teóricas .....	25
2.2.1 Red social .....	25
2.2.2 Phubbing.....	26
2.2.3 Teoría de usos y gratificaciones.....	27
2.2.4 FoMO .....	27
2.3 Bases legales.....	28
2.3.1 Ley 1273 de 2009.....	28
2.3.2 Ley 23 de 1982 .....	29
2.3.3 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).....	30
2.3.4 Ley 1266 de 2008.....	31
2.3.5 Ciberacoso y Ley 1620 de 2013 .....	31
2.3.6 Ley 1341 de 2009.....	31

2.4	Sistema de Variables.....	32
2.5	Operacionalización de variables.....	33
2.6	Sistema de Categorías .....	34
CAPÍTULO III .....		34
3	MARCO METODOLÓGICO .....	34
3.1	Diseño de investigación.....	34
3.2	Hipótesis .....	35
3.3	Población y muestra .....	35
3.4	Unidades de análisis y muestra .....	37
3.5	Instrumentos para recolección de datos.....	37
3.5.1	Encuesta.....	37
3.6	Análisis e interpretación de datos.....	41
3.6.1	Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los estudiantes.....	41
3.6.2	Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los docentes.....	58
3.7	Procedimiento .....	67
CAPÍTULO IV.....		68
4	RESULTADOS.....	68
4.1	Resultados estadísticos.....	68
4.1.1	Resultados estadísticos de la población estudiantil.....	68
4.1.2	Resultados estadísticos de la población docente.....	69
4.2	Resultados categoriales .....	70
4.2.1	Resultados categoriales de la población estudiantil .....	70
4.2.2	Resultados categoriales de la población docente .....	70
CAPÍTULO V.....		70
5	DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	70
5.1	Discusión.....	70
5.2	Conclusiones.....	73
6	RECOMENDACIONES.....	74
REFERENCIAS .....		76

**Lista de tablas**

Tabla 1.....	32
Tabla 2 <i>Operacionalización de las variables de estudio</i> .....	33
Tabla 3 <i>Descripción de categorías</i> .....	34
Tabla 4 <i>Valores de cada incógnita de la fórmula</i> .....	35
Tabla 5 <i>Valores usados comúnmente de la distribución normal para Z</i> .....	36
Tabla 6.....	36
Tabla 7 <i>Encuesta a los estudiantes del programa de Administración de Empresa de la Corporación Universitaria Minuto de Dios</i> .....	37
Tabla 8 <i>Encuesta a los docentes del programa de Administración de Empresa de la Corporación Universitaria Minuto de Dios</i> .....	39

**Lista de figuras**

Figura 1 .....	41
Figura 2 .....	42
Figura 3 .....	43
Figura 4 .....	44
Figura 5 .....	45
Figura 6 .....	46
Figura 7 .....	47
Figura 8 .....	48
Figura 9 .....	49
Figura 10 .....	50
Figura 11 .....	51
Figura 12 .....	52
Figura 13 .....	53
Figura 14 .....	54
Figura 15 .....	55
Figura 16 .....	56
Figura 17 .....	57
Figura 18 .....	58
Figura 19 .....	59
Figura 20 .....	60
Figura 21 .....	61
Figura 22 .....	62
Figura 23 .....	63

Figura 24 .....	64
Figura 25 .....	65
Figura 26 .....	66
Figura 27 .....	72

**Lista de anexos**

Anexo 1: <i>Rejilla de investigación sobre el uso de redes sociales</i> .....	84
Anexo 2: <i>Resultados encuesta aplicada a los estudiantes</i> .....	94
Anexo 3: <i>Resultados encuesta aplicada a los docentes</i> .....	107
Anexo 4: <i>Tabulación encuesta aplicada a los estudiantes</i> .....	108
Anexo 5: <i>Tabulación encuesta aplicada a los docentes</i> .....	131

## Resumen

Las redes sociales son plataformas virtuales que facilitan la comunicación y el intercambio de información a nivel global. Aunque presentan ventajas evidentes, su uso excesivo puede tener impactos negativos al absorber gran parte del tiempo de los usuarios. Este estudio tiene como objetivo indagar el impacto y las causas del uso de las redes sociales en estudiantes universitarios del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Soacha.

Se realizó una revisión literaria, donde se identificaron estudios pertinentes a la investigación sobre las redes sociales, centrándose en el impacto en los universitarios y temas afines. Para este estudio, se optó por un enfoque mixto, que combina elementos cualitativos y cuantitativos, caracterizado por ser de tipo descriptivo y analítico. La muestra se compuso de 198 estudiantes de la modalidad presencial y 8 docentes del programa. Se empleó una encuesta como instrumento de recolección de datos, que proporcionó información pertinente para analizar el uso de redes sociales en el contexto universitario.

Los resultados señalan que la mayoría de los estudiantes usa las redes sociales con fines de entretenimiento, siendo perfectas para la comunicación y la búsqueda de información. En el contexto académico, consideran que contribuyen positivamente en el proceso aprendizaje y en el desarrollo cognitivo. Cabe resaltar que hay que proponer acciones del uso adecuado de las redes sociales, para prevenir posibles efectos negativos en áreas como el ámbito profesional, familiar y, sobre todo, en el personal.

**Palabras clave:** *Redes sociales, universitarios, aprendizaje, salud, enfermedades, adicciones*

### **Abstract**

Social networks are virtual platforms that facilitate communication and the exchange of information at a global level. Although they have obvious advantages, their excessive use can have negative impacts by absorbing much of the time of the users. The objective of this study is to investigate the impact and causes of the use of social networks in university students of the Business Administration program of the Corporación Universitaria Minuto de Dios, Soacha campus.

A literature review was conducted, where studies relevant to research on social networks were identified, focusing on the impact on university students and related topics. For this study, a mixed approach was chosen, combining qualitative and quantitative elements, characterized by being descriptive and analytical. The sample consisted of 198 students of the on-site modality and 8 teachers of the program. A survey was used as a data collection instrument, which provided relevant information to analyze the use of social networks in the university context.

The results indicate that most students use social networks for entertainment purposes, being perfect for communication and information search. In the academic context, they consider that they contribute positively to the learning process and cognitive development. It should be emphasized that it is necessary to propose actions for the appropriate use of social networks to prevent possible negative effects in areas such as the professional, family and, above all, personal spheres.

***Keywords:*** *Social networks, university students, learning, health, diseases, addictions*

## Introducción

En la era digital del siglo XXI, los avances tecnológicos han transformado de manera significativa la manera en que nos relacionamos y comunicamos, otorgando a las redes sociales un papel fundamental en la interacción humana. Estas plataformas se han adoptado, siendo esencial en la vida cotidiana de millones de usuarios en todo el mundo. Roldán (2015) indica que, desde la irrupción de internet, especialmente con la aparición de redes como Facebook, la forma de la conexión en línea ha cambiado considerablemente.

Facebook se introdujo en el mundo digital en 2004 como una plataforma social que inicialmente estaba dirigida a estudiantes universitarios, ha pasado a convertirse en una red social masiva para incluir a personas de todas las edades y ámbitos de la vida con miles de millones de usuarios en todo el mundo (*Breve historia de Facebook: 20 años entre la innovación y la polémica*, 2024). A lo largo de los años, Facebook ha incorporado numerosas características y ha diversificado su oferta de servicios, en especial con el aumento del uso de dispositivos móviles, ha realizado importantes cambios para optimizar su plataforma para su uso en teléfonos inteligentes y tabletas (Shiels, 2010). Lo que incluye el desarrollo de aplicaciones móviles nativas y la optimización de la experiencia del usuario en dispositivos móviles.

Los jóvenes pueden mantenerse actualizados mediante las redes sociales sobre las actividades cercanas, compartir ideas, opiniones y establecer lazos de amistad. Permiten expandir su red de contactos no solo a nivel local, sino también a nivel global, lo que fomenta la diversidad y el intercambio cultural. Hurtado (2022) indica que estas interacciones sociales en línea contribuyen al desarrollo personal y social de los jóvenes universitarios. La accesibilidad a la información y los recursos educativos se ha mejorado notablemente gracias a la proliferación de las redes sociales, los estudiantes pueden encontrar fácilmente material relevante para sus estudios, participar en discusiones académicas y acceder a recursos educativos en línea que complementan su aprendizaje.

Sin embargo, como expresa Rodríguez (2021) junto con los beneficios, también surgen desafíos y riesgos. El mal uso de las redes sociales conlleva riesgos para la salud mental, la seguridad personal y la privacidad. Entre estos peligros se encuentran los perfiles falsos, que representan una amenaza latente para los usuarios, que suelen ser utilizados con propósitos perjudiciales como el ciberacoso o la suplantación de identidad. De igual manera, Tarullo (2020) señala que los patrones psicosociales influyen en cómo los jóvenes universitarios utilizan y se relacionan en línea, en los desafíos que enfrentan al interactuar en plataformas digitales.

La adicción y la pérdida de tiempo son preocupaciones notables, porque al pasar mucho tiempo en las redes sociales se pueden ver afectadas las responsabilidades académicas y el tiempo dedicado a otras actividades de su vida cotidiana. Muchos estudiantes admiten pasar horas en las redes sociales, a menudo a expensas de sus responsabilidades académicas y actividades extracurriculares (Galván Orozco et al., 2022). Hay estudios que han demostrado que un uso excesivo de estas plataformas está asociado con niveles elevados de estrés, ansiedad y depresión entre los estudiantes universitarios. Según Cuadros y Rueda (2018) la comparación constante con los demás, la presión por mantener una imagen perfecta en línea y la exposición a contenido potencialmente perjudicial llegan a tener un impacto negativo en la salud mental de los jóvenes.

En este contexto, surge la necesidad de comprender el impacto y las causas del uso de redes sociales en jóvenes universitarios, particularmente en el programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Soacha. El presente trabajo se justifica por la importancia de abordar este fenómeno de manera integral, considerando tanto sus implicaciones positivas como negativas. Por medio de este estudio, se busca contribuir al conocimiento existente sobre este tema y proporcionar información que permita indagar sobre la formulación de políticas y prácticas educativas en el ámbito universitario.

## CAPÍTULO I

### 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Descripción y formulación del problema

##### 1.1.1 Descripción

El uso de las redes sociales entre jóvenes universitarios cada día va aumentando de forma exponencial, estas herramientas digitales al ser utilizadas de manera correcta, equilibrada y consiente proporcionan beneficios valiosos que enriquecen su experiencia educativa y personal, como la conectividad social y el acceso a recursos educativos en línea, “convirtiéndose en un escenario indispensable en la vida de los estudiantes, de manera que permite la comunicación abierta desde cualquier parte del mundo” (Flores Lagla et al., 2017, p. 57).

Cuando su uso se vuelve excesivo y poco regulado genera efectos perjudiciales como en la salud física y mental, disminución del rendimiento académico, dificultades de concentración y atención, aislamiento social, problemas de autoestima e imagen corporal, incluso emocional. Las redes sociales son una fuente constante de distracción y llegan a ser extremadamente adictivas al consumir mucho tiempo del individuo que está inmerso en ellas, los universitarios pueden verse atrapados en desplazarse sin fin por estas plataformas digitales, lo que reduce su tiempo disponible para dedicarlo a otras actividades.

Según datos del DataReportal “Colombia albergaba **38,45 millones** de usuarios de redes sociales en enero de 2023, lo que equivale al **74,0 por ciento** de la población total”, es importante aclarar la posibilidad de que algunos de estos usuarios en redes sociales no representen en su totalidad individuos únicos, esto quiere decir que por ejemplo una sola persona puede tener más de una cuenta en las plataformas de redes sociales y que algunas de estas cuentas también pueden ser de empresas, grupos y organizaciones, intereses y causas e incluso mascotas y animales, estas cifras son representativas, para comprender cómo van evolucionando las tendencias y comportamientos digitales en el país (Kemp, 2023).

Una de las principales afectaciones de pasar mucho tiempo navegando en redes sociales es sufrir de déficit de atención, este trastorno afecta principalmente a niños y adolescentes, aunque también se presenta en adultos. Según un estudio realizado por un equipo de investigadores de la **Universidad del Sur de California**, liderado por el profesor Adam Leventhal, los adolescentes que permanecen más tiempo usando dispositivos digitales son más propensos a desarrollar un Trastorno de Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH), al hacer la selección de los participantes para su estudio, encontraron que gran parte de los adolescentes “ya presentaban síntomas preexistentes de TDAH”. Los investigadores buscaban saber la frecuencia con la que los adolescentes utilizaban 14 plataformas de medios digitales, señalando que hay una relación significativa entre el uso constante de plataformas digitales y la aparición de síntomas de TDAH. Además, hacen hincapié en hallar y reconocer cualquier factor de riesgo que pueda llegar a afectar o provocar este tipo de desórdenes (*Vinculan el móvil con el TDAH en adolescentes*, 2018).

Los efectos del uso de redes sociales no se limitan exclusivamente a los jóvenes; otros grupos también experimentan estas afectaciones. Entre ellos destaca la adicción en niños a las redes sociales, que se manifiesta en un patrón de comportamiento compulsivo y descontrolado, mostrando una dependencia excesiva de plataformas. Esto puede interferir significativamente en sus actividades diarias, relaciones interpersonales y bienestar general. Los niños muestran problemas compulsivos al sentir una necesidad imperiosa y constante de usar las redes sociales, a menudo sin poder detenerse o limitar su tiempo en línea, incluso cuando intentan hacerlo. Además, están constantemente anticipando el próximo momento en que podrán conectarse.

En el programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios se evidencia que el uso de las redes sociales es una práctica frecuente entre los estudiantes. En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo realizar un análisis del impacto que estas plataformas ejercen en diversos ámbitos, considerando aspectos de índole social, personal y académico.

### **1.1.2 Formulación del problema**

Los avances tecnológicos del siglo XXI crecen exponencialmente, creando nuevos espacios de interacción y facilitando la comunicación entre las personas. En este sentido, a las redes sociales han sido ampliamente acogidas, desempeñando un papel fundamental entre sus usuarios. Desde la aparición de internet hubo una explosión de nuevas empresas y negocios en línea, siendo Facebook una de las más destacadas. Desde su creación, esta red social ha marcado una notable evolución en la comunicación, revolucionando la forma en que las personas se conectan en línea, que se ha ido caracterizando por una creciente diversidad de plataformas y una expansión de opciones para compartir información (Roldán, 2015, p. 13)

No se puede dejar de lado de que el mal uso de las redes sociales conlleva riesgos para la salud mental, la seguridad personal y la privacidad. Existen cuentas que son creadas con información engañosa o inexacta con el propósito de ocultar la verdadera identidad del titular (Astorga y Schmidt, 2019). Esto genera incertidumbre sobre el tipo de personas con las que se está interactuando en línea. Estos perfiles pueden ser utilizados para una variedad de propósitos, algunos de los cuales son perjudiciales o malintencionados, como el ciberacoso, fraude y estafas, suplantación de identidad, difamación, desinformación e incluso violación de la privacidad. Para prevenir el riesgo asociado con perfiles falsos, es importante que los usuarios sean cautelosos al aceptar solicitudes de amistad o seguidores de cuentas desconocidas. Si se sospecha que se está interactuando con un perfil falso, es recomendable informar a la plataforma y, si es necesario, denunciar el perfil. También es crucial no compartir información personal o confidencial con perfiles desconocidos en línea.

De acuerdo con Martín y Medina (2021), los usuarios de redes sociales están influenciados por patrones psicosociales que moldean su interacción y relaciones en línea, impactando cómo las utilizan y se benefician, o puede enfrentar desafíos, en plataformas digitales de comunicación y socialización. Entre estos patrones se encuentra la búsqueda de validación y aprobación en la que el usuario experimenta la

necesidad de obtener esa aceptación de otros en forma de likes, comentarios o interacciones positivas, incidiendo en el tipo de contenido que eligen compartir y en la forma en que interactúan con sus amigos y seguidores. Otro aspecto relevante es el de la comparación, los usuarios a menudo se comparan con otros en línea, lo que puede afectar su autoestima y percepción de sí mismos especialmente si sienten que están en competencia con otros en términos de logros, apariencia o estilo de vida.

Este trabajo se lleva a cabo porque se ha podido observar que en el contexto académico muchos de los estudiantes hacen uso frecuente de las redes sociales, por ende, la pregunta fundamental es ¿cuál es el impacto y causas del uso de las redes sociales en los jóvenes universitarios de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Soacha?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Indagar el impacto y causas del uso de las redes sociales por medio de encuestas en los estudiantes del programa de administración de empresas del semestre 2024-I de la UNIMINUTO sede Soacha.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Consultar fuentes primarias y secundarias de información sobre el uso de redes sociales en jóvenes universitarios.
- Diseñar y aplicar un instrumento de recolección de datos de los estudiantes de Administración de Empresas.
- Analizar la tendencia de los datos sobre la frecuencia.
- Indicar el impacto de redes sociales en la formación universitaria de los estudiantes UNIMINUTO.
- Identificar y enlistar las causas que llevan a los estudiantes a usar las redes sociales.

- Socializar los datos más significativos de los resultados obtenidos del instrumento de recolección.

### **1.3 Justificación**

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno prominente entre los jóvenes universitarios, inmersos en un entorno digital desde pequeños. Estas plataformas plantean una serie de interrogantes fundamentales sobre sus efectos y determinantes, siendo esencial abordar este fenómeno para comprender plenamente su alcance y sus implicaciones.

El uso adecuado de redes sociales en el entorno educativo puede ofrecer diversas ventajas y oportunidades de aprendizaje, que permiten una comunicación más fluida y rápida entre estudiantes y profesores, lo que facilita la interacción en tiempo real y la colaboración en proyectos educativos. Los estudiantes se ven incentivados a participar y compartir sus ideas en un entorno en el que se sienten familiarizados, al crear espacios de aprendizaje más interactivos, los estudiantes llegan a realizar preguntas, responder a desafíos y debatir sobre temas relevantes. Además, el uso de estas plataformas en el aula al ser supervisado y orientado por los profesores ayuda a garantizar un entorno educativo más seguro y productivo, en donde es crucial enseñar a los estudiantes sobre de su uso responsable.

Cuando se mencionan las redes sociales, es común pensar en espacios virtuales donde se comparten ideas, experiencias y se establecen vínculos que fomentan la interacción y el intercambio social. Sin embargo, existe una problemática latente: “hay casos en los que los jóvenes se obsesionaron con esto, lo que produce conductas desadaptativas que pueden poner en peligro sus relaciones con los demás y su desempeño académico”, por ello, la relevancia de este proyecto radica en la necesidad de comprender cómo el uso de las redes sociales impacta la vida y el desarrollo académico de estos jóvenes. Como señala Rodríguez (2021, p. 5), los estudiantes que experimentan baja autoestima, estrés, ansiedad, trastornos del sueño o fatiga emocional, a menudo son influenciado por personas, noticias o textos que

encuentran en las redes sociales, empeorando su estado de ánimo. Este impacto se manifiesta en diversos aspectos de sus vidas, como la salud, el rendimiento académico y las relaciones con familiares y amigos

Una faceta importante de este proyecto es la investigación de los factores subyacentes que motivan a los jóvenes universitarios a utilizar las redes sociales de manera intensiva. Esto implica analizar variables como la frecuencia de uso, las redes sociales que más visitan, la construcción de una identidad digital y otros aspectos relevantes, que permitan tener un panorama más cercano a su comportamiento. Comprender cómo las redes sociales influyen en el éxito académico permitirá a las instituciones educativas adaptar sus enfoques pedagógicos para maximizar el aprendizaje y proporcionar orientación y apoyo adecuados en una era digital que se encuentra en constante evolución.

Es importante considerar que “la red social condiciona su uso: no todas las redes sociales ofrecen las mismas herramientas de interacción ni tienen una arquitectura semejante”, cada red social tiene sus propias características, enfoque y dinámicas de interacción que pueden influir de manera diferente en los usuarios (Tarullo, 2020, p. 225). Algunas redes se centran en compartir imágenes como Instagram y Pinterest, otras en mensajes de interés público como Twitter, y algunas en la interacción a través de videos como TikTok o YouTube. Hay redes que se utilizan principalmente para la comunicación profesional como LinkedIn o para conectar con amigos y familiares como Facebook. Esta diversidad de plataformas significa que los efectos y las formas de interacción varían significativamente de un usuario a otro y dependerá del grado de uso, la capacidad de autorregulación y otros factores individuales. Es esencial que los estudiantes encuentren un equilibrio saludable entre su vida digital y sus responsabilidades académicas para optimizar su rendimiento.

Al investigar el impacto de las redes sociales en los jóvenes universitarios, sería valioso tener en cuenta estas diferencias y analizar cómo cada plataforma específica puede influir en el comportamiento, la atención y el bienestar de los usuarios. No obstante, es importante señalar que algunos estudiantes emplean la tecnología como herramienta informativa, contribuyendo así a hacer las clases más dinámicas

y menos monótonas. Esto se evidencia especialmente en el uso de redes sociales y aplicaciones enfocadas en el ámbito académico, orientadas a brindar orientación sobre temas relevantes para la carrera que están cursando.

La investigación es viable puesto que el uso de redes sociales es un fenómeno generalizado en la sociedad actual, y los jóvenes universitarios son una población especialmente activa en estas plataformas. En la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Soacha, los universitarios suelen estar conectados digitalmente y tienen fácil acceso a las redes sociales, esto facilita la recolección de datos y la participación en estudios de investigación. Además, tenemos la disponibilidad de usar herramientas y aplicaciones disponibles para recopilar y analizar datos relacionados con el uso de redes sociales, lo que facilita la realización de investigaciones en este campo. Aunque hay muchas investigaciones sobre el uso de redes sociales, constantemente hay nuevas tendencias, plataformas emergentes y cambios en el comportamiento de los usuarios que pueden ser objeto de estudio y contribuir al conocimiento que hay sobre estas. Queremos aportar información segura y óptima, que sirva de herramienta a los estudiantes para que comprendan el impacto de las redes sociales y mejoren su rendimiento académico.

A través de la investigación, es posible identificar patrones de comportamiento en el uso de redes sociales por parte de los universitarios. Esto puede ayudar a comprender mejor las preferencias y hábitos digitales de esta población, y pueden influir en la formulación de políticas y prácticas educativas en entornos universitarios. Esto puede incluir pautas para el uso responsable de plataformas digitales dentro las aulas de clase, ayudar a crear conciencia sobre la importancia de un uso responsable de estas plataformas. uso de estas plataformas en un contexto académico.

La investigación resultante no solo enriquecerá el cuerpo de conocimientos disponible, sino que también proporcionará una profundización del uso desmedido de las redes sociales. Se explorarán variables como el horario de uso, y el tipo de contenido consumido, proporcionando así una perspectiva clara sobre la magnitud del problema. Asimismo, ayudará a crear conciencia sobre los riesgos del uso

excesivo de estas plataformas, especialmente en lo que respecta a los problemas de atención en los universitarios. Destacará la importancia de promover prácticas digitales responsables que fomenten un uso consciente y beneficioso de estas herramientas, asegurando así el bienestar y el rendimiento académico de esta población clave en la sociedad actual.

#### **1.4 Sub-línea del programa al que le apunta el trabajo**

Tecnología, educación y cultura.

Tema: Metodología innovadora centrada en el estudiante.

## **CAPÍTULO II**

### **2 MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes**

##### **Uso**

Según Tarullo (2020) la red social preferida entre los jóvenes universitarios es WhatsApp, con un 63,45% de representación, quienes se sienten muy cómodos por el fácil acceso, espacios de comunicación y un contacto más cercano con la persona al otro lado del celular, motivados principalmente por la curiosidad, entretenimiento o solo para pasar el tiempo. Por un lado, puede facilitar la conexión con amigos y familiares, así como la creación de nuevas relaciones sociales. Además, resulta significativo que en los últimos años la comunicación en WhatsApp permite mantener un intercambio de información y de contenidos formativos que se traduce en divulgación, movilización y protagonismo de los jóvenes para promover ideas creativas, establecer retos y metas de trabajo colectivo (Misas Hernández, 2022, p. 382)

Los jóvenes de la actualidad en sus redes sociales intentan mostrar un perfil lo más perfecto posible, haciendo el intento de exponer una vida perfecta, esta tendencia, impulsada por diversos factores, puede tener consecuencias negativas para su salud mental y desarrollo personal, impulsado por la búsqueda de aprobación y reconocimiento en sus redes sociales, lo que puede llevarlos a mostrar una imagen idealizada de sí mismos y con la constante comparación con otros usuarios, puede generar

sentimientos de inferioridad e inseguridad principalmente reflejado en problemas de autoestima y autoaceptación (Pinto Arenas, 2023).

### **Adicción**

El 70.9% de los universitarios usa a menudo y siempre las redes sociales durante el horario universitario, además el 77.5% afirma usar las redes sociales diariamente 15 minutos antes de acostarse y el 55.6% dice usarlas 15 minutos después de despertarse, siendo las mujeres quienes presentan una mayor frecuencia de uso y son más propensas a experimentar síntomas de adicción relacionados al uso de res sociales (Varchetta et al., 2020). Adicional el uso nocturno de las redes sociales puede alterar el ciclo del sueño, lo que reduce la capacidad de concentración para el procesamiento de información compleja, la toma de decisiones y el aprendizaje. El 77,05% de los estudiantes muestran un nivel severo de dependencia hacia el uso de redes sociales, esto tiene una relación directa y significativa con la procrastinación de sus actividades. Entre mayor sea la cantidad de horas que pasen navegando en redes sociales, mayor será la postergación de sus actividades no solo académicas sino también de su vida diaria (Rodríguez Calle, 2021, p. 11).

Martín y Medina (2021) indican que el número de *likes* sirve como indicador del interés o la popularidad de un contenido, ayudando a los usuarios a comprender las preferencias de la comunidad y conocer las tendencias del momento. Sin embargo, las redes sociales exponen a los jóvenes a una constante comparación social, llevándolos a la búsqueda de likes, llegando a generar una adicción y dependencia emocional, alimentando una cultura del consumismo y la superficialidad.

Según Varchetta et al. (2020, p. 9) “El aumento de los niveles de Adicción a redes sociales también aumenta el miedo a ser excluido y a que otros estén viviendo experiencias gratificantes en propia ausencia”, esto relacionado con el término FoMO, que es la abreviatura de **Fear of Missing Out**, que en español significa **miedo a perderse algo**. Se define como un sentimiento de ansiedad que surge de la creencia de que el individuo se está perdiendo de algo importante o emocionante que está sucediendo

en la vida de las demás personas, esto es una experiencia común, especialmente en la era de las redes sociales, llevando a un comportamiento compulsivo, como revisar las redes sociales constantemente o buscar la aprobación de los demás.

### **Entorno académico**

Hay diferencias entre los estudiantes que estudian presencial y los que estudian en línea, el primer grupo presenta mayor grado de adicción a las redes sociales que los que estudian virtualmente (Valencia Ortiz et al., 2020, p. 6). Los estudiantes presenciales pueden tener más tiempo libre para navegar por las redes sociales, lo que aumenta la probabilidad de desarrollar una adicción en comparación con los estudiantes virtuales, quienes pueden usar las redes sociales como herramienta para conectarse con compañeros, profesores y recursos educativos, lo que reduce el tiempo dedicado a la navegación ociosa.

Las redes sociales han comenzado a influir en el liderazgo juvenil, creando espacios de participación que ayudan a entrever “las potencialidades de las redes sociales para integrar a más personas a objetivos y metas comunes” que fomentan el desarrollo de habilidades digitales, comunicativas y de trabajo en equipo, esenciales para el liderazgo (Misas Hernández, 2022, p. 381). Igualmente existen desafíos a los que los jóvenes se deben enfrentar, entre estos se encuentra la desinformación, principalmente por la difusión de noticias falsas y contenido engañoso que puede dificultar la capacidad de los jóvenes para reconocer información veraz.

Como expresa Martínez et al. (2023, p. 9) los docentes no son ajenos a la realidad sobre el uso de las redes sociales, ellos se ven motivados a usar estas plataformas, considerándolas “un espacio para encontrar recursos digitales, materiales, videotutoriales elaborados por otros docentes y que pueden considerar de interés” que permita abrir un mundo de posibilidades para la innovación educativa, la comunicación efectiva con los estudiantes y la construcción de una comunidad de aprendizaje más allá del aula tradicional, teniendo en cuenta su uso responsable. Crear espacios de aprendizaje colaborativo donde docentes y estudiantes puedan interactuar entre sí, es una alternativa para hacer más dinámica y

productiva una sesión de clase, acorde a la tecnología que facilita la conexión con personas de un mismo lugar y de otra parte del mundo, enriqueciendo el proceso de aprendizaje.

### **Prácticas peligrosas**

Existe un grupo de personas que presenta un mayor riesgo y peligro debido a la exposición de redes sociales, y son los niños, quienes desde temprana edad se sumergen en este mundo, pero que en su mayoría esta actividad no es supervisada de la mejor manera por parte de los padres. Hay una gran posibilidad que los niños lleguen a generar dependencia a las redes sociales, siendo más vulnerables los niños que presenten:

Inestabilidad emocional, son impulsivos y la falta de control por ende cuando ingresan al mundo digital y permanecen conectados en las redes sociales ya no se sienten solitarios lo cual es perjudicial porque no está aprendiendo a relacionarse con los demás y en casos extremos no saben ni como relacionarse con sus propios familiares (Rigchac, 2022, p. 15).

Porter (2022) explica que la calidad de sueño también puede verse afectada por el uso de redes sociales, la luz azul emitida por las pantallas de los dispositivos móviles interfiere con la producción de melatonina, una hormona que regula el ciclo del sueño. Lo que llega a generar dificultades para conciliar el sueño, o despertarse varias veces en la noche. La falta de sueño afecta a sus actividades cotidianas, principalmente la capacidad de prestar atención y concentrarse en tareas específicas como académicas o laborales, llegando a tener problemas de memoria a corto y largo plazo.

Compartir demasiada información personal en las redes sociales puede ser un riesgo para la privacidad, normalmente los usuarios publican datos sensibles como su dirección, número de teléfono, información financiera o fotos, corriendo el riesgo de ser víctimas de suplantación de identidad en el que personas toman indebidamente la información personal de un usuario en las redes sociales para suplantar y cometer fraudes.

### **Enfermedades**

Hay enfermedades relacionadas con el uso excesivo de las redes sociales, que afectan especialmente la salud mental de los jóvenes. Aquellos que pasan demasiado tiempo en plataformas digitales son más susceptibles a experimentar síntomas de depresión, manifestados cambios de humor y una disminución de autoestima. Además, suelen tener pensamientos negativos recurrentes sobre sí mismos, el futuro o el mundo que los rodea. Esta tendencia se acompaña de una preocupación excesiva y una sensación constante de estar conectados en las redes sociales. Muchos jóvenes no buscan ayuda profesional se ven abrumados por estas emociones negativas, ya sea debido al estigma social o a la falta de conocimiento sobre cómo obtener apoyo adecuado (Bulla, 2023).

Se presentan estereotipos que pueden que ejercen una presión significativa en los jóvenes para alcanzar un **ideal de belleza** poco realista, especialmente en lo que respecta a la apariencia física, aumentando el riesgo de desarrollar trastornos de alimentación. Los trastornos de la conducta alimentaria “se encuentra entre las 3 enfermedades crónicas más frecuentes en los adolescentes y 9 de cada 10 casos se dan en mujeres jóvenes”, dejando en evidencia que las mujeres son más propensas a sufrir de problemas de alimentación donde predominan la anorexia y bulimia (Pastrano et al., 2023, p. 135).

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Red social**

El desarrollo de las redes sociales tiene origen en la evolución de las comunidades virtuales, que tuvieron lugar en los años 80 y 90, espacios caracterizados por la interacción en línea y la creación de conexiones por medio de la tecnología, lo que permitió la difusión y el acceso a información de forma más fácil. Promovió la interacción entre personas de todo el mundo y el desarrollo de internet, la web y las tecnologías móviles, impulsando la creación de plataformas más interactivas y de multimedia. Las redes sociales

son escenarios que nos permiten una interacción social, que las podemos definir desde un intercambio dinámico entre personas en la web, hasta temas actuales como la big data que se

caracterizan por ser grupos de personas que se identifican por las mismas necesidades, problemáticas y opiniones. (Parra, 2010, como se citó en Cáceres y Sarmiento, 2023, p. 9)

Entre las principales plataformas que ayudaron a popularizar el término de redes sociales se encuentra el sitio web *SixDegrees*, considerada como la primera red social en el mundo, fue un gran éxito en su momento siendo un servicio de red social que se lanzó en 1997, con millones de usuarios registrados, pero que cerró en el año 2000 debido a la falta de financiación y a la competencia de otras redes sociales (Martos Carrión, 2010).

*Friendster* fue otra red social fundada en 2002 convirtiéndose en una de las plataformas más populares a principio del siglo XXI, los usuarios creaban perfiles y podían conectarse con amigos, familiares y conocidos. Su impacto fue significativo en la cultura popular y tuvo un papel fundamental en el uso de la conexión social online y la creación de comunidades virtuales (Caldevilla, 2010). Friendster empezó a descender en su popularidad a partir de 2008, por la competencia de otras plataformas como Facebook y MySpace. Siendo adquirida en 2015 por MOL Global, una empresa de Malasia, la cual cambió su enfoque a los juegos sociales, con un número de usuarios reducido significativamente en comparación a sus inicios (Lee, 2010).

### **2.2.2 Phubbing**

En el contexto actual, el uso generalizado de dispositivos móviles ha ido marcando una huella, principalmente entre los jóvenes, por la manera en la que están disponiendo de su atención hacia estos, ya que, empiezan a ignorar lo que sucede a su alrededor para prestar atención solamente al teléfono móvil, creando una dependencia notoria en el individuo. Álvarez y Moral (2020) expresan que este fenómeno que digitalmente se conoce como *phubbing*, es un término conformado por una amalgama de las palabras en inglés (phone) "teléfono" y (snubbing)"ignorar", que implica prestar más atención al teléfono que a las personas con las que compartimos un espacio o a algún suceso que este pasando en el momento.

El *phubbing* puede tener implicaciones negativas en las relaciones interpersonales, creando una barrera de comunicación entre las personas, principalmente que termina afectando a la persona ignorada, quien lo considera como una falta de respeto, y que puede generar conflictos y deteriorar las relaciones. Este comportamiento deja entrever una señal de adicción al teléfono móvil, haciendo al individuo consumir una gran cantidad de tiempo que podría ser utilizado para otro tipo de actividades.

### **2.2.3 Teoría de usos y gratificaciones**

Los orígenes de la teoría de usos y gratificaciones se remontan a los inicios de la investigación empírica sobre la comunicación de masas, a mediados del siglo XX. En ese momento, la mayoría de las investigaciones se concentraba en cómo los medios de comunicación afectaban a las personas, con un enfoque en los efectos negativos y principalmente en las razones por las que las personas eligen usar los medios. Usada para explicar una amplia variedad de comportamientos, desde el consumo de noticias hasta el uso de las redes sociales.

Entre los principales pioneros que sentaron las bases de esta teoría en la década de 1970 se encuentran **Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch**, quienes exponen lo siguiente:

La teoría de los usos y gratificaciones busca responder a la pregunta sobre los motivos por los cuales las personas se exponen a los distintos medios de comunicación, y entiende que estas tienen un rol activo en la selección de aquellos medios que mejor sirven para satisfacer distintas necesidades (Katz et al., 1973 como se citó en Tarullo, 2020, p. 224).

### **2.2.4 FoMO**

El **miedo a perderse algo**, también conocido como FoMO por sus siglas en inglés (Fear of Missing Out), es considerada una patología mental, que se caracteriza por la ansiedad y el temor a estar ausente de eventos, experiencias o información que otras personas están disfrutando. Este miedo puede ser generalizado o específico a ciertas áreas de la vida, causado principalmente por el uso excesivo de las redes relaciones sociales. Adicionalmente se ha propuesto “que las personas con niveles más altos de

FOMO pueden entrar en un ciclo de comportamientos que van a la búsqueda de una reafirmación de su propia identidad y autoestima pasando una mayor cantidad de tiempo en línea” (Varchetta et al., 2020, p. 3).

Este término se entiende que surgió a principios de la década del 2000 en el contexto de la comunicación en línea y el creciente énfasis en las experiencias. “Según un artículo publicado en 2021 en la revista científica *World Journal of Clinical Cases*, el término *fomo* apareció en 2004 para describir un fenómeno observado en las redes sociales” describiendo este fenómeno como “sentimiento de ansiedad por no estar presente en situaciones sociales” (*Qué es el síndrome Fomo*, 2023).

## 2.3 Bases legales

### 2.3.1 Ley 1273 de 2009

También conocida como la **Ley contra el Delito Informático**, es una legislación que busca combatir los delitos informáticos y proteger la seguridad de la información en el país. Esta ley establece disposiciones relacionadas con la protección de datos, la privacidad en línea y la prevención de actividades delictivas que involucran el uso indebido de tecnologías de la información y la comunicación (*Normatividad sobre delitos informáticos Ley 1273 de 2009, s.f.*).

Entre los aspectos más importantes de la Ley 1273 se encuentran:

**Tipificación de delitos informáticos:** La ley define y penaliza una serie de conductas delictivas relacionadas con el uso indebido de sistemas informáticos y la manipulación ilegal de datos, incluyendo la interceptación de comunicaciones electrónicas, el acceso no autorizado a sistemas informáticos, la difusión de virus y el fraude informáticos, entre otros.

**Medidas de seguridad informática:** La legislación establece la obligación de implementar medidas de seguridad y protección de la información para prevenir la comisión de delitos informáticos. Esto incluye la adopción de políticas de seguridad de la información, la protección de datos personales y la implementación de controles de acceso a sistemas informáticos.

**Cooperación internacional:** Promueve la cooperación internacional en la lucha contra los delitos informáticos, facilitando la colaboración entre autoridades nacionales e internacionales para investigar y perseguir este tipo de actividades delictivas.

### **2.3.2 Ley 23 de 1982**

Conocida como la **Ley de Derechos de Autor**, es una legislación fundamental que establece los principios y disposiciones legales relacionadas con la protección de las obras literarias y artísticas en el país. Esta ley busca garantizar los derechos de los creadores y promover el desarrollo cultural y científico al proteger y fomentar la creación intelectual (*Ley 23 de 1982, s.f.*).

Aspectos relevantes de la ley 23 de 1982:

**Obras protegidas:** Protege una amplia variedad de obras literarias y artísticas, incluyendo libros, artículos, pinturas, música, películas, programas de computadora y otras creaciones intelectuales. Para ser protegidas, estas obras deben ser originales y estar expresadas en una forma tangible.

**Derechos del autor:** La ley otorga al autor de una obra una serie de derechos exclusivos sobre su creación, incluyendo el derecho a reproducir, distribuir, comunicar públicamente y transformar la obra. Estos derechos permiten al autor controlar el uso y la explotación de su obra, así como obtener beneficios económicos por su utilización.

**Duración de la protección:** La protección de los derechos de autor tiene una duración determinada en el tiempo, que suele extenderse hasta varios años después de la muerte del autor. Después de este período, la obra pasa al dominio público y puede ser utilizada libremente por cualquier persona.

**Infracciones y sanciones:** Establece las acciones que constituyen infracciones a los derechos de autor, como la reproducción no autorizada de una obra, la distribución ilegal de copias y el plagio. Se contemplan sanciones para quienes cometan estas infracciones, que pueden incluir multas y penas de cárcel, dependiendo de la gravedad del delito.

**Registro de obras:** Aunque el registro de una obra no es necesario para que esta esté protegida por derechos de autor, la ley prevé la posibilidad de registrar obras en el Registro Nacional de Derechos de Autor, lo que puede facilitar la defensa de los derechos del autor en caso de disputas legales.

### **2.3.3 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)**

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) define la propiedad intelectual como los derechos que surgen de la creación de personas. Estos derechos son reconocidos y protegidos por la ley para fomentar la creatividad y la innovación, y pueden aplicarse a una amplia gama de obras y actividades humanas, incluyendo invenciones, obras literarias y artísticas, diseños industriales, marcas y secretos comerciales (*Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), s.f.*). Como organismo especializado de las Naciones Unidas, tiene como objetivo promover la protección y el uso adecuado de la propiedad intelectual en todo el mundo, facilitando la cooperación internacional en esta área y proporcionando servicios de registro y arbitraje para resolver disputas relacionadas con la propiedad intelectual (*¿Qué es la propiedad intelectual?, s.f.*).

La propiedad intelectual está dividida principalmente en dos categorías principales:

**Derechos de autor:** Protegen las creaciones literarias y artísticas, como libros, música, películas, pinturas, esculturas y programas de computadora. Los derechos de autor otorgan al autor el derecho exclusivo de reproducir, distribuir, comunicar públicamente y transformar su obra, y suelen tener una duración determinada en el tiempo.

**Propiedad industrial:** Incluye derechos relacionados con las invenciones, marcas comerciales, diseños industriales y secretos comerciales. Por ejemplo, las patentes protegen las invenciones técnicas, las marcas comerciales protegen los signos distintivos de productos y servicios, y los diseños industriales protegen la apariencia estética de productos industriales.

### **2.3.4 Ley 1266 de 2008**

También conocida como la **Ley de Habeas Data**, es una legislación clave que regula el manejo de la información personal y la protección de datos en el país. Esta ley establece los principios y procedimientos para garantizar el derecho fundamental a la intimidad y la autodeterminación informativa de los ciudadanos, así como para regular el tratamiento de datos personales por parte de entidades públicas y privadas, estableciendo derechos y obligaciones tanto para quienes tratan datos como para los titulares de estos, con el fin de promover un uso responsable y ético de la información personal (*Ley 1266 de 2008, s.f.*).

### **2.3.5 Ciberacoso y Ley 1620 de 2013**

El ciberacoso es una forma de agresión psicológica que se da usando las nuevas tecnologías: teléfonos celulares e Internet. Por medio de correos, mensajes o imágenes que se envían se busca herir o intimidar a otra persona. Este tipo de acoso no se hace de frente, por ello la víctima desconoce la identidad de su agresor (*Ciberacoso (cyberbullying), s.f.*)

La Ley 1620 de 2013 más conocida como **Ley Antibullying**, en Colombia aborda diversas formas de violencia escolar, incluyendo el ciberacoso o acoso escolar a través de medios electrónicos, su enfoque en la promoción de la convivencia escolar y la prevención integral de la violencia incluye la atención a este tipo de situaciones. Esta ley establece la obligación de las instituciones educativas de implementar medidas de prevención y atención integral de la violencia escolar, lo que incluye el ciberacoso. Esto puede incluir la elaboración de protocolos de actuación para abordar casos de ciberacoso, la sensibilización de la comunidad educativa sobre los riesgos y consecuencias de esta forma de violencia, y la promoción de un uso responsable y ético de las tecnologías de la información y la comunicación (*Ley 1620 de 2013, s.f.*).

### **2.3.6 Ley 1341 de 2009**

También conocida como la **Ley de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC)**, es una legislación clave que establece el marco normativo para el desarrollo, regulación y promoción del

sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el país. Esta ley tiene como objetivo principal fomentar la inclusión digital, promover la competencia en el mercado de las TIC y garantizar el acceso equitativo a los servicios de telecomunicaciones (*Ley 1341 de 2009, s.f.*).

Aspectos relevantes de esta Ley:

**Desarrollo de infraestructura:** Promueve la expansión y modernización de la infraestructura de telecomunicaciones en Colombia, incluyendo la instalación de redes de banda ancha, la mejora de la cobertura de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales y remotas, y la promoción de la inversión en tecnologías de última generación.

**Promoción de la competencia:** Busca fomentar la competencia en el mercado de las TIC, promoviendo la entrada de nuevos operadores y la diversificación de servicios. Esto incluye medidas para prevenir prácticas anticompetitivas y garantizar condiciones equitativas para todos los actores del sector.

**Regulación del sector:** Establece el marco regulatorio para el sector de las TIC en Colombia, incluyendo la creación de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) como entidad encargada de regular y supervisar el mercado de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información.

**Acceso universal:** Promueve el acceso equitativo a los servicios de telecomunicaciones y las tecnologías de la información, especialmente para poblaciones vulnerables y comunidades rurales. Esto incluye programas de acceso universal y medidas para reducir la brecha digital en el país.

## 2.4 Sistema de Variables

**Tabla 1**

*Descripción de variables*

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Sexo	Características biológicas y fisiológicas que definen a hombres y mujeres.	Sexo	Masculino Femenino
Edad	Tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento de referencia.	Edad	Rango de edad en el que se encuentra.

Semestre	Nivel de formación de pregrado actual.	Semestre	Desde primer a noveno semestre.
Uso de redes sociales	Acción y efecto de usar plataformas digitales que permiten la interacción social a través de internet.	Tiempo de conexión	Horario en el que se conecta a redes sociales.
		Inicios del uso	Edad desde la que usa redes sociales.
		Sitios con cuenta	Número de redes sociales en el que tiene cuenta.
Rendimiento académico	Evolución del conocimiento adquirido en el ámbito de aprendizaje académico.	Redes sociales ámbito académico	Si/No

*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes consultadas

## 2.5 Operacionalización de variables

**Tabla 2**

*Operacionalización de las variables de estudio*

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Complejidad / Escala de medición</b>
Sexo	Características biológicas y fisiológicas que definen a hombres y mujeres.	Característica biológica y fisiológica del encuestado.	Sexo	Masculino Femenino	Simple/ Nominal
Edad	Tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento de referencia.	Edad en años dado por el encuestado.	Edad	Rango de edad en el que se encuentra.	Simple/ De razón
Semestre	Nivel de formación de pregrado actual.	Semestre en el que se encuentra el encuestado	Semestre	Desde primer a noveno semestre.	Simple/ Ordinal
Uso de redes sociales	Acción y efecto de usar plataformas digitales que permiten la	Información sobre el uso de redes sociales	Tiempo de conexión	Horario en el que se conecta a redes sociales.	Compleja/Intervalo y Razón

	interacción social a través de internet.	que indica el encuestado.	Inicios del uso	Edad desde la que usa redes sociales.	
			Sitios con cuenta	Número de redes sociales en el que tiene cuenta.	
Rendimiento académico	Evolución del conocimiento adquirido en el ámbito de aprendizaje académico.	Opinión sobre el uso de redes sociales en el ámbito académico.	Redes sociales en el ámbito académico.	Si/No	Simple/Nominal

*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes consultadas.

## 2.6 Sistema de Categorías

**Tabla 3**

*Descripción de categorías*

	<b>Categoría</b>	<b>Definición conceptual</b>
<b>Categoría 1</b>	Motivaciones	Se refiere al acto o la acción de emplear, aplicar o utilizar algo para un propósito específico.
<b>Categoría 2</b>	Síntomas	Señal o indicio revelador de una enfermedad o afección.

*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes consultadas.

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Diseño de investigación

Según Hernández (2014) esta investigación se realizó con un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), ya que permite sistematizar los resultados para obtener una visión y comprensión más cercana al uso de redes sociales en los universitarios. Así mismo esta investigación es de tipo descriptiva y analítica, porque se realiza un análisis estadístico de los datos e identificación de las causas e impacto

del uso de redes sociales en jóvenes universitarios, con interpretaciones contextualizadas y flexibles, y se describen características referentes al grupo de estudio.

### 3.2 Hipótesis

**H1:** El uso de redes sociales impacta negativamente la percepción y el rendimiento académico de los universitarios del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO sede Soacha.

**H2:** No existe relación significativa entre el uso excesivo de redes sociales y el rendimiento académico de los universitarios del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO sede Soacha.

**H3:** Las redes sociales son herramientas efectivas que ayudan al mejorar el rendimiento académico de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO sede Soacha.

### 3.3 Población y muestra

La población objeto del estudio fue de 385 estudiantes de pregrado de Administración de Empresas, modalidad presencial inscritos en el semestre 2024-I, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Soacha. Adicional, se tuvo en cuenta a los docentes del programa para complementar la investigación. Se seleccionó una muestra aleatoria de 193 estudiantes y esta cifra se distribuyó entre los nueve semestres del programa de Administración de Empresas. Para calcular el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

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

**Tabla 4**

*Valores de cada incógnita de la fórmula*

<b>N</b>	Población	385
<b>e</b>	Margen de error	5%
<b>NC</b>	Nivel de confianza	95%
<b>Z alfa</b>	Parámetro estadístico	1,96
<b>P</b>	Probabilidad de éxito	50%
<b>q = (1-p)</b>	Probabilidad de fracaso	50%
<b>n</b>	Muestra	?

*Nota. Fuente: Elaboración propia*

La variable **Z** es un parámetro estadístico que depende del Nivel de Confianza (**CN**), y para conocer su valor esta variable está relacionada a una distribución normal, en este caso como el Nivel de Confianza es del 95%, el valor de **Z** corresponde a 1,96.

**Tabla 5**

*Valores usados comúnmente de la distribución normal para Z.*

<b>Nivel de Confianza (NC)</b>	<b>Z alfa</b>
99%	2,58
98%	2,33
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28

*Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes consultadas.*

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

$$n = \frac{385 * (1,96^2) * 0,5 * 0,5}{((0,05^2) * (385 - 1)) + ((1,96^2) * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{385 * 3,8416 * 0,5 * 0,5}{(0,0025 * 384) + (3,8416 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{369,75}{0,96 + 0,9604}$$

$$n = \frac{369,75}{1,9204}$$

$$n = 192,54 \cong 193$$

**Tabla 6**

*Distribución de la muestra según los semestres del programa*

<b>Semestre</b>	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	<b>Total</b>
<b>N° Estudiantes</b>	21	22	21	22	21	22	21	22	21	<b>193</b>

*Nota. Fuente: Elaboración propia*

### 3.4 Unidades de análisis y muestra

**Unidad de análisis:** Estudiantes de Administración de Empresas de UNIMINUTO.

**Descripción:** Se analizará las características sociodemográficas y relacionadas al uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Soacha.

**Justificación:** Se ha identificado que los estudiantes utilizan frecuentemente las redes sociales, lo que hace necesario para comprender este comportamiento.

### 3.5 Instrumentos para recolección de datos

#### 3.5.1 Encuesta

Para recolectar la información, se aplicó una encuesta, técnica para recopilar datos de un grupo de personas sobre un tema específico, mediante preguntas diseñadas para obtener datos específicos sobre opiniones, actitudes, creencias o comportamientos de los encuestados. La encuesta tiene 15 preguntas, las primeras 3 preguntas sobre datos generales (sexo, edad, y semestre), mientras que las demás preguntas consideran aspectos como la frecuencia de uso, las motivaciones para usarlas, así como las opiniones y percepciones de los encuestados sobre estas plataformas digitales, para comprender mejor su comportamiento en estos espacios digitales.

#### Tabla 7

*Encuesta a los estudiantes del programa de Administración de Empresa de la Corporación Universitaria Minuto de Dios*

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuál es su sexo?	A. Masculino B. Femenino
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?	A. 15 a 20 años B. 21 a 25 años C. 26 a 30 años D. 31 a 35 años E. Más de 35 años

- 
3. ¿Qué semestre cursa actualmente?
- A. 1
  - B. 2
  - C. 3
  - D. 4
  - E. 5
  - F. 6
  - G. 7
  - H. 8
  - I. 9
4. ¿Cuál es la red social que más utiliza en su vida diaria?
- A. WhatsApp
  - B. Telegram
  - C. Facebook
  - D. LinkedIn
  - E. TikTok
  - F. Snapchat
  - G. YouTube
  - H. Instagram
  - I. X
5. ¿Cuál es la red social que más usa para fines académicos?
- A. Yammer
  - B. YouTube
  - C. Academia.edu
  - D. Google Académico
  - E. ResearchGate
6. ¿En qué horario está más activo en las redes sociales?
- A. Madrugada (Entre 12:00 am y 04:59 am)
  - B. Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)
  - C. Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)
  - D. Noche (Entre 07:00 y 11:59 pm)
7. ¿Desde qué edad empezó a usar redes sociales?
- A. Desde los 10 años o menos
  - B. 11 a 14 años
  - C. 15 a 18 años
  - D. Más 18 años
8. ¿Qué lo motiva a utilizar redes sociales?
- A. Comunicación
  - B. Entretenimiento
  - C. Trabajo
  - D. Estudio
  - E. Noticias
9. ¿Qué síntomas cree que puede tener una persona para considerarse adicta a las redes sociales?
- A. Soledad
  - B. Baja autoestima
  - C. Obsesión
  - D. Dependencia
  - E. Aislamiento social
-

---

10. ¿Alguna vez ha sido insultado, agredido, difamado o humillado por medio de redes sociales?	A. Siempre B. Muchas veces C. Algunas veces D. Pocas veces E. Nunca
11. ¿En cuantos sitios de redes sociales tiene una cuenta?	A. 1 B. 2 C. 3 D. 4 E. Más de 4
12. ¿Considera que implementar el uso de redes sociales para el aprendizaje en aulas de clase puede contribuir para mejorar el rendimiento académico?	A. Si B. No
13. ¿Considera que su perfil en las redes sociales refleja quién es en realidad?	A. Si B. No
14. ¿Considera que las redes sociales ayudan al desarrollo cognitivo (conocimiento, aprendizaje y experiencia) del ser humano?	A. Si B. No
15. ¿Si pudiera crear una red social sobre que tema la haría?	Descripción _____

---

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### **Tabla 8**

*Encuesta a los docentes del programa de Administración de Empresa de la Corporación Universitaria*

*Minuto de Dios*

---

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. ¿Cuál es su sexo?	A. Masculino B. Femenino
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?	A. Entre 25 a 34 años B. Entre 35 a 44 años C. Entre 45 a 54 años D. Mas de 54 años

---

---

3. ¿En sus clases tiene permitido el uso del celular?	A. Si B. No
4. ¿De acuerdo con sus clases, en qué jornada cree los estudiantes utilizan más el celular?	A. Jornada diurna B. Jornada nocturna
5. ¿Para qué cree usted que los estudiantes utilizan el celular en el aula de clase?	A. Mirar redes sociales B. Investigar sobre el tema de clase C. No les gusta la clase
6. ¿Considera qué se puede implementar las redes sociales al aula de clase como herramienta de aprendizaje?	A. Si B. No
7. ¿Utiliza alguna red social en su vida profesional?	A. Si B. No
8. En caso de responder si, ¿cuál?	Descripción: _____
9. ¿Si tuviera que recomendar una red social para ayudar con el rendimiento académico de los estudiantes cuál sería?	Descripción: _____

---

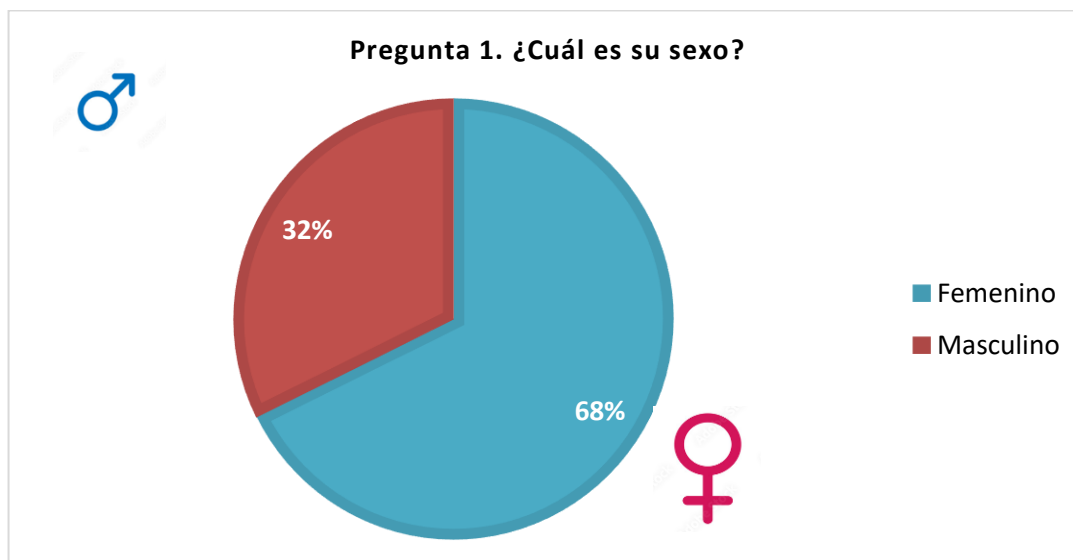
*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### 3.6 Análisis e interpretación de datos

#### 3.6.1 Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los estudiantes

**Figura 1**

*Distribución de la población estudiantil por sexo*

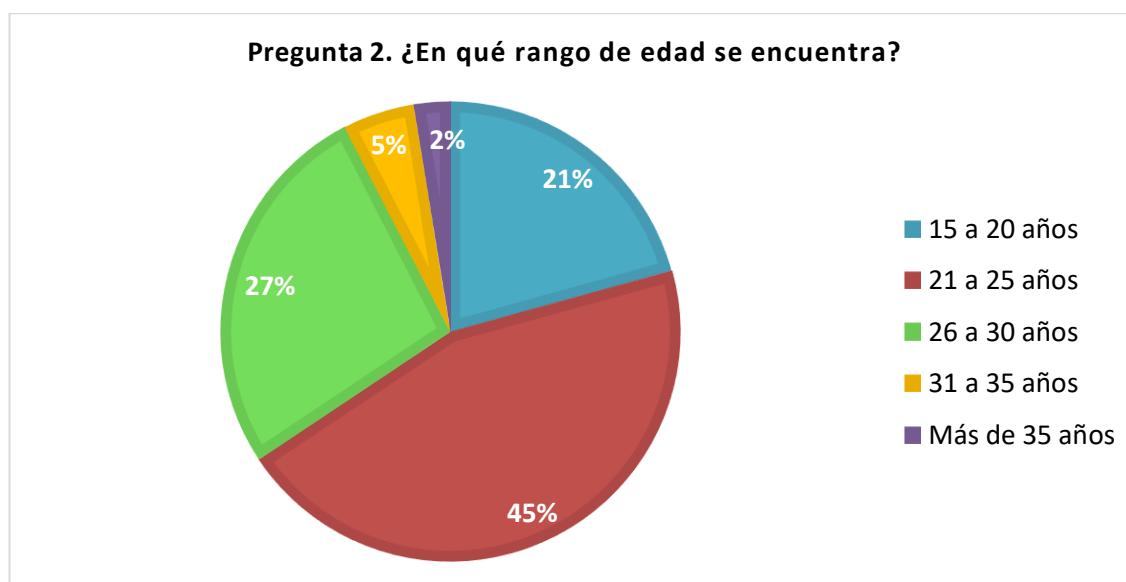


*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

La primera pregunta era conocer el sexo de los estudiantes de UNIMINUTO dando como resultado que el 68% de las respuestas indicaron que los estudiantes son mujeres, mientras que el 32% indicaron que son hombres. Se evidencia que hay una prevalencia de mujeres entre la población estudiantil encuestada, con una proporción significativamente mayor en comparación con los hombres.

**Figura 2**

*Distribución de la población estudiantil por rangos de edad*



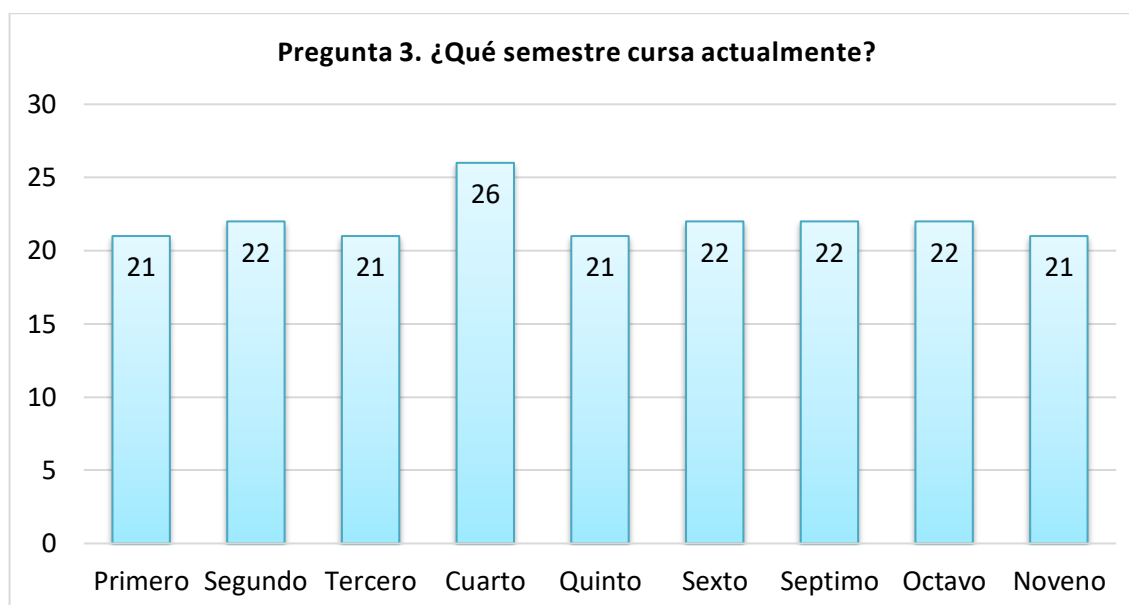
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

En la selección de edad se identificó en los estudiantes que el rango de edad de entre 21 a 25 años supone el 45% de las respuestas; en segundo lugar, están los estudiantes de entre 26 a 30 años, que representan el 27%, luego están entre 15 a 20 años con el 21%, entre 31 a 35 años con el 5% y finalmente los que tienen más de 35 años con el 2%.

La mayoría de los estudiantes encuestados se encuentran entre los 21 y 25 años. Además, se observa una proporción considerable de estudiantes de 26 a 30 años, lo que podría sugerir la presencia de quienes ingresaron a la universidad en un período de trabajo o compromisos personales. Por otra parte, hay un número de estudiantes más jóvenes entre los 15 a 20 años, y se registra una menor presencia participación en los grupos de edad más avanzada, entre 31 a 35 años y más de 35 años, lo que indica una tendencia a una población estudiantil más joven. Es importante señalar que la frecuencia de personas disminuye conforme aumenta la edad.

**Figura 3**

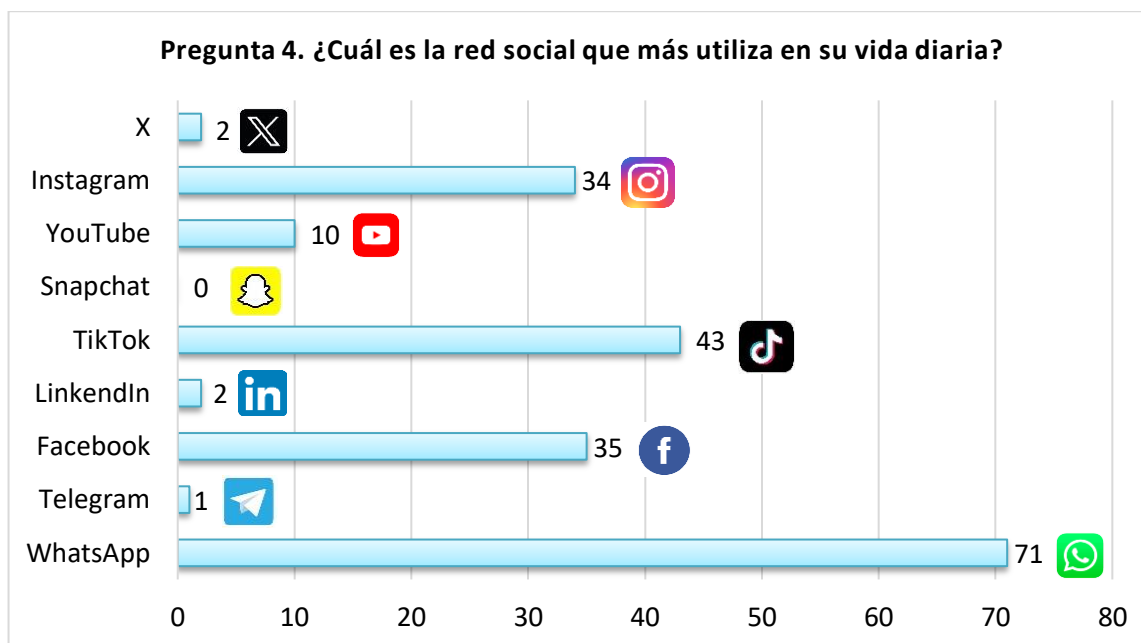
*Distribución de la población estudiantil por semestre*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Se encuestaron estudiantes pertenecientes a los nueve semestres del programa, los resultados fueron los siguientes; de cuarto semestre respondieron 26 estudiantes, segundo semestre 22 estudiantes, sexto semestre 22 estudiantes, séptimo semestre 22 estudiantes, octavo semestre 22 estudiantes, primer semestre, 21 estudiantes, tercer semestre 21 estudiantes, quinto semestre 21 estudiantes y noveno semestre 21 estudiantes.

Los resultados muestran que hay una variación en el número de estudiantes que respondieron según el semestre al que pertenecen, como se observa hay más estudiantes de cuarto semestre que de cualquier otro semestre individual. Sin embargo, los semestres segundo, sexto, séptimo y octavo tienen la misma cantidad de respuestas, y lo mismo sucede con los semestres primero, tercero, quinto y noveno.

**Figura 4***Red social más utilizada diariamente*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

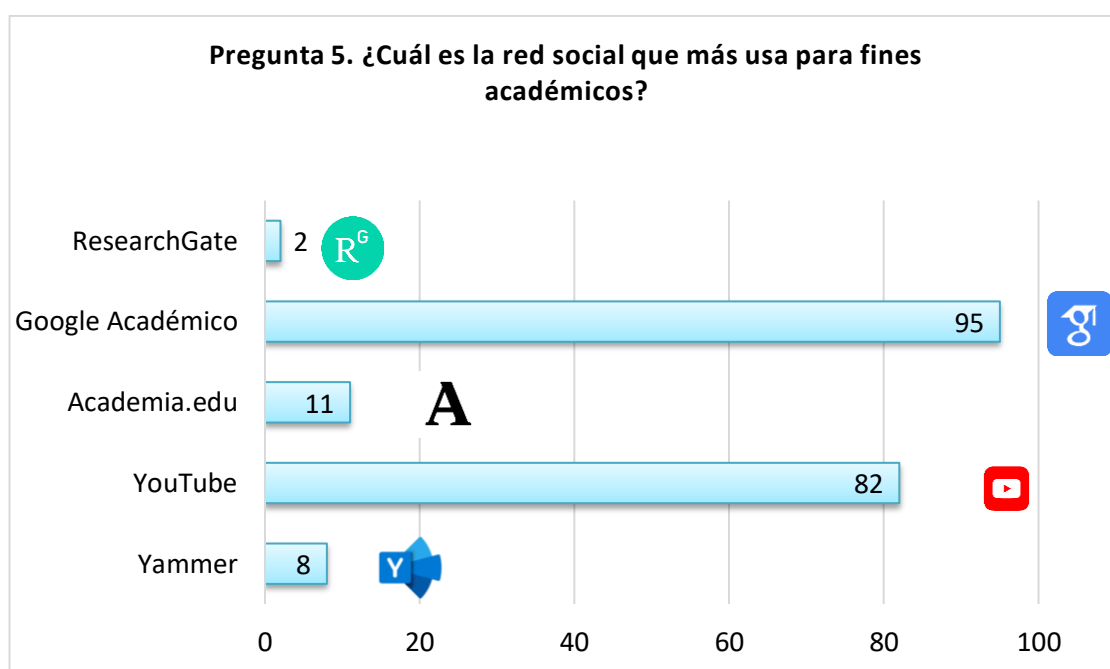
Para conocer cuál era la red social que los estudiantes más utilizaban en su vida diaria, se seleccionaron nueve redes sociales populares y conocidas, solo podían elegir una opción de respuesta. WhatsApp obtuvo 71 respuestas de 198, en segundo lugar, se encuentra TikTok con 43 respuestas, le sigue Facebook con 35 respuestas, Instagram con 34 respuestas, YouTube con 10 respuestas, LinkedIn con 2 respuestas, X con 2 respuestas, Telegram con 1 respuesta y por último Snapchat sin ninguna respuesta.

Dentro del comportamiento de la figura 4, se observa que WhatsApp es la red social más popular entre los estudiantes encuestados, esto coincide con los resultados obtenidos del estudio de Tarullo (2020, p. 228) revelando que “WhatsApp es la aplicación que los y las estudiantes universitarios/as dicen usar para estar comunicados y en contacto”, esta aplicación ha evolucionado significativamente desde sus inicios de mensajería básica, entre sus últimas actualizaciones se encuentran buscar mensajes por fechas, la incorporación de nuevos formatos al texto, (Díaz, 2024), incluso la creación de comunidades que están

conformadas por uno o más grupos (*De qué se trata “Comunidades”, la función que prepara WhatsApp para mejorar los grupos*, 2021). Seguida por TikTok, Facebook e Instagram que también se encuentran entre las redes sociales más utilizadas por los universitarios. Entre las que se ubican con menor frecuencia de uso son YouTube, X, LinkedIn y Telegram respectivamente. Por último, la falta de respuestas para Snapchat sugiere que esta plataforma puede no ser tan relevante para esta población estudiantil en particular.

**Figura 5**

*Red social más usada académicamente*



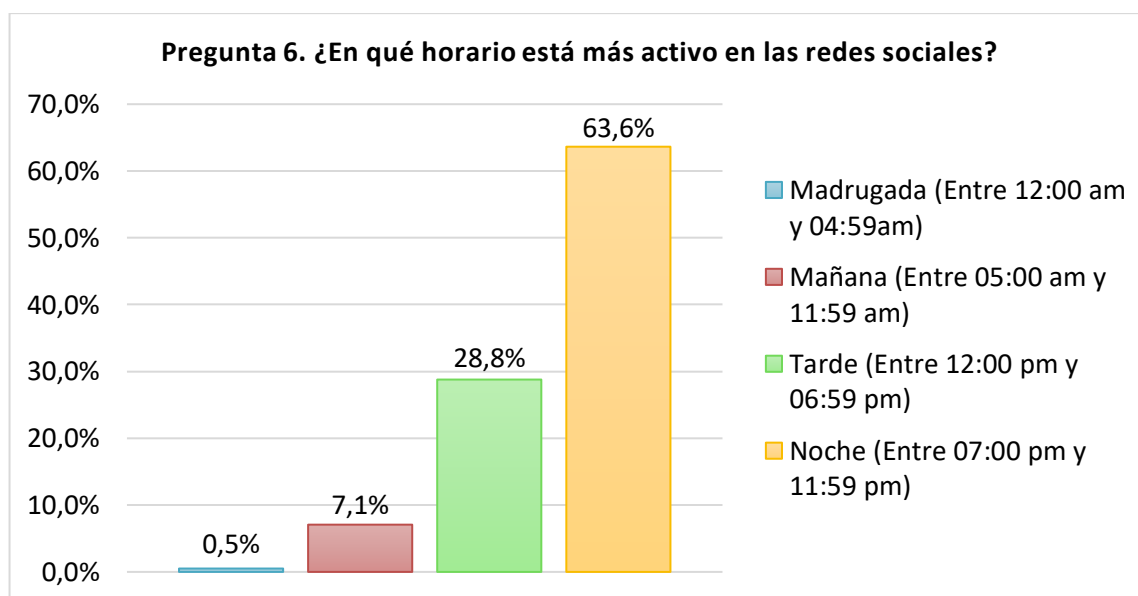
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Se observa que Google Académico obtuvo con 95 respuestas de un total de 198 encuestados, le sigue YouTube con 82 respuestas, Academia.edu con 11 respuestas, Yammer con 8 respuestas y finalmente ResearchGate con 2 respuestas.

La gráfica muestra las preferencias de los estudiantes en cuanto a las plataformas académicas que utilizan. Se muestra que Google Académico es una herramienta valiosa para la educación de los universitarios, siendo la más utilizada para fines académicos. En segundo lugar, se encuentra YouTube, con 82 respuestas, aunque no es específicamente una plataforma académica, muchos estudiantes pueden utilizarla para acceder a tutoriales, conferencias y otros recursos educativos. Academia.edu y Yammer respectivamente, las pueden utilizar los estudiantes para acceder a artículos académicos, conectar con otros investigadores o colaborar en proyectos académicos. Por último, se ubica ResearchGate tiene una menor presencia entre los estudiantes en comparación con las otras plataformas.

**Figura 6**

*Horario de actividad en redes sociales*



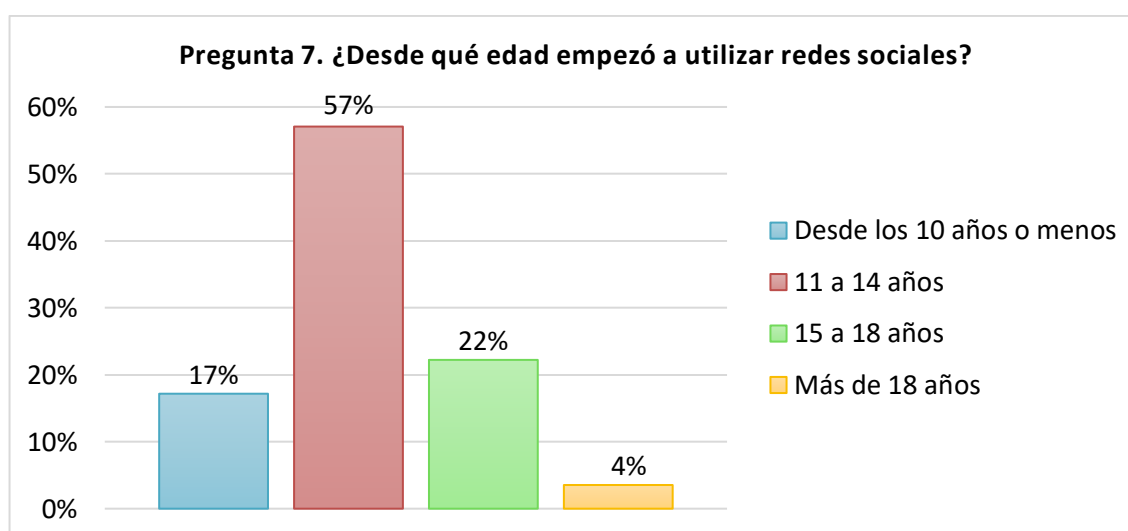
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Como se aprecia en la figura 6, los estudiantes que se conectan en la noche equivalen al 63,6%, seguido de la tarde con el 28,8%, en la mañana 7,1% y en la madrugada solo el 0,5%.

La mayoría de los estudiantes encuestados se conecta durante la noche, lo que indica que eligen este momento para realizar actividades en línea. En segundo lugar, están los estudiantes que se conectan durante la tarde. Aunque su número es considerable, es superado por la preferencia por el horario nocturno. Después están los estudiantes que se conectan en la mañana, lo que sugiere que la actividad en línea es menos común durante este período, por último, la madrugada es el horario en el menos popular para conectarse a redes sociales.

**Figura 7**

*Inicio de uso de redes sociales*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

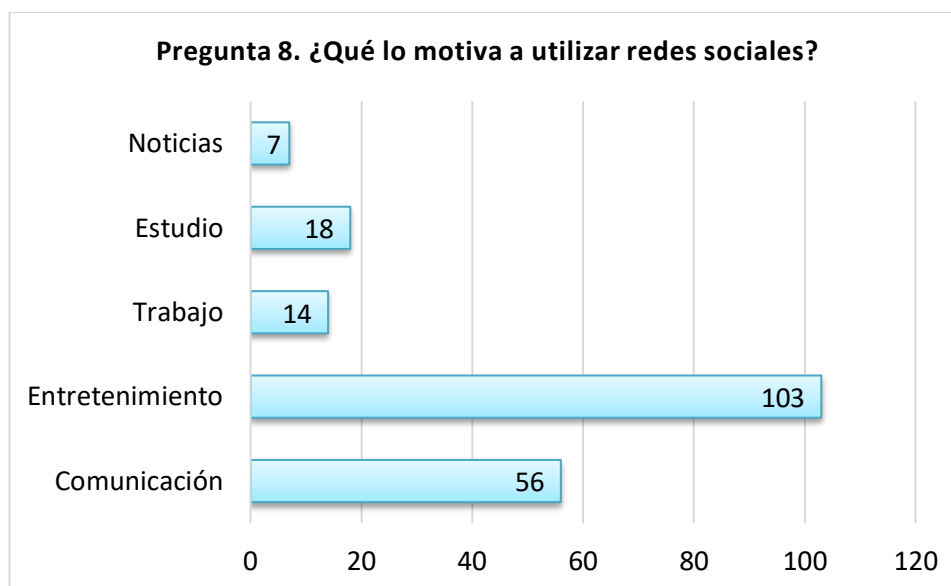
La gráfica muestra la edad a la que los estudiantes encuestados comenzaron a utilizar las redes sociales, el rango desde los 11 a 14 años está representado con un 57%, seguido del rango desde 15 a 18 años con el 22%, desde los 10 años o menos está con el 17% y por último el rango más de 18 años con 4%.

La edad más común para empezar a usar las redes sociales es de 11 a 14 años, lo que sugiere que la mayoría de los estudiantes inician su interacción en estas plataformas durante la adolescencia temprana. En segundo lugar, el grupo de edad de 15 a 18 años también muestra un gran porcentaje de

inicio de uso. En contraste, un porcentaje menor corresponde a estudiantes de 10 años o menos, lo que indica que se familiarizan con las redes sociales a una edad muy temprana. Finalmente, un mínimo de estudiantes indicó comenzar a utilizar las redes sociales tras los 18 años.

**Figura 8**

*Motivos para utilizar redes sociales*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

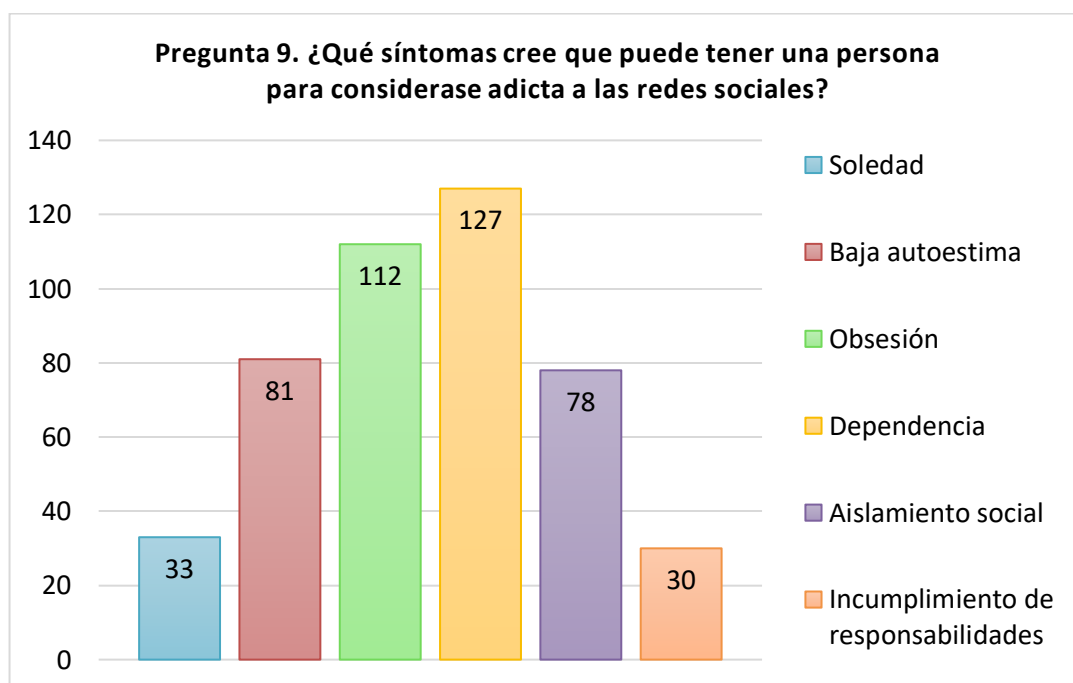
Esta pregunta era de opción múltiple, como se observa en la gráfica, 103 estudiantes indicaron que usan las redes sociales por entretenimiento, seguido de 56 estudiantes que indican que usan las redes sociales como método de comunicación, 18 estudiantes por temas relacionados al estudio, 14 estudiantes por temas de trabajo y 7 estudiantes por saber de noticias.

La razón más común por la que los estudiantes utilizan las redes sociales es el entretenimiento: compartir mensajes, fotos, videos y disfrutar de contenido en línea. En este contexto, aplicaciones como WhatsApp son fundamentales. En segundo lugar, indicaron que utilizan las redes sociales como un método de comunicación, donde WhatsApp se destaca como una de las plataformas principales para la

mensajería instantánea (Ramos, 2021). Un número menor de estudiantes, por motivos relacionados con el estudio, lo que puede incluir la búsqueda de recursos educativos, la participación en grupos de estudio en línea o la colaboración en proyectos académicos. Seguido por motivos relacionados con el trabajo, y finalmente solo una menor cantidad de estudiantes indicaron utilizar las redes sociales para mantenerse informados sobre noticias. En este contexto, WhatsApp puede ser utilizado no solo para entretenimiento y comunicación personal, sino también para coordinar actividades académicas y laborales entre los estudiantes.

**Figura 9**

*Síntomas de adicción a las redes sociales*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

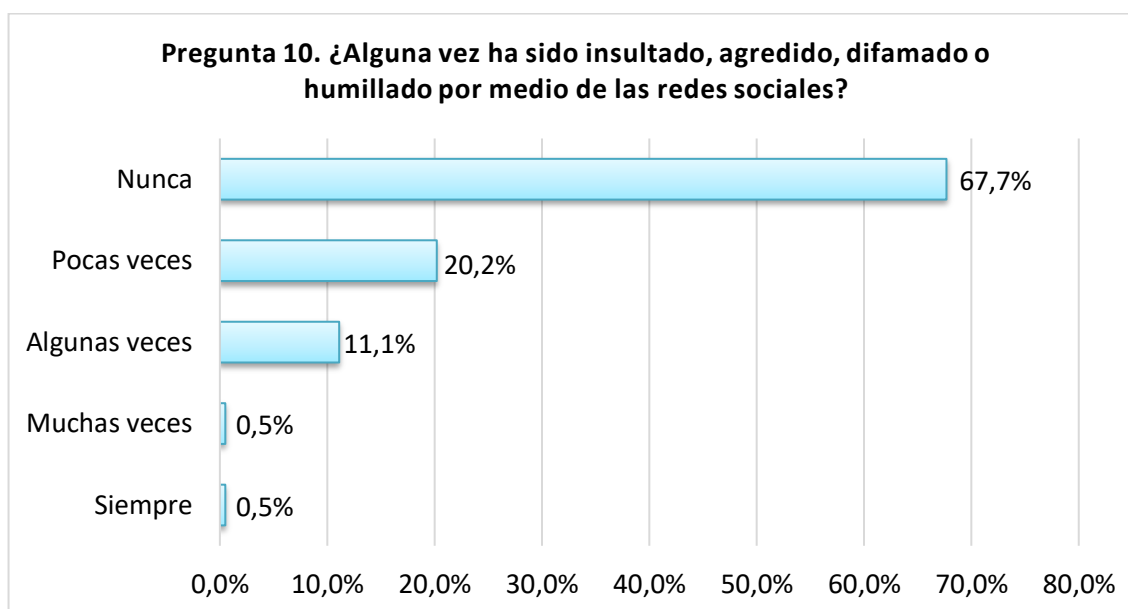
Ahora bien, la pregunta 9 era conocer que síntomas creían los estudiantes para que una persona se considerara adicta a las redes sociales, esta pregunta era de opción múltiple, a lo que 127 estudiantes de un total de 198 respondieron que era por dependencia, seguido de 112 que respondió por obsesión,

81 por baja autoestima, 78 aislamiento social, 33 por soledad y 30 por incumplimiento de responsabilidades.

Las percepciones más comunes asociadas con la adicción a las redes sociales son la dependencia y la obsesión, lo cual refleja una preocupación generalizada por su impacto negativo en la salud mental y el bienestar de los universitarios. Además, se destacan otros signos significativos, como la baja autoestima y el aislamiento social. En menor medida, también se mencionan la soledad y el incumplimiento de responsabilidades como posibles indicadores de esta adicción.

**Figura 10**

*Malas experiencias en redes sociales*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

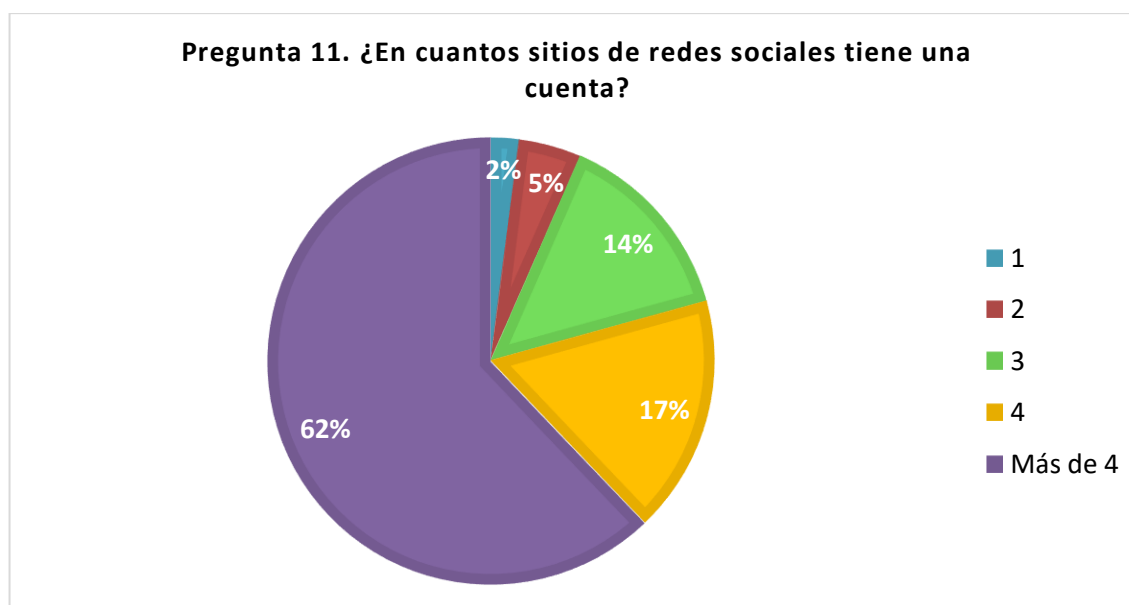
La gráfica muestra que el 67,7% de los estudiantes afirmaron que nunca han sido insultados, agredidos, difamados o humillados a través de las redes sociales. Un 20,2% indicó que han experimentado estas situaciones pocas veces, mientras que el 11,1% dijo haberlas experimentado algunas veces. Solo un

pequeño porcentaje, el 0,5%, considera que muchas veces y 0,5% % que considera siempre y 0,5% siempre.

Gran parte de los estudiantes afirma que nunca han experimentado este tipo de comportamiento en las redes sociales, no han sido víctimas de insultos, agresiones, difamaciones o humillaciones en línea. En menor medida han señalado que les ha pasado pocas veces. Sin embargo, existe una minoría que ha enfrentado estas conductas en diferentes niveles de frecuencia (algunas veces, muchas veces, siempre), aunque la cifra es baja hay un pequeño grupo de estudiantes que enfrenta este tipo de problemas con frecuencia.

**Figura 11**

*Cuentas en redes sociales*



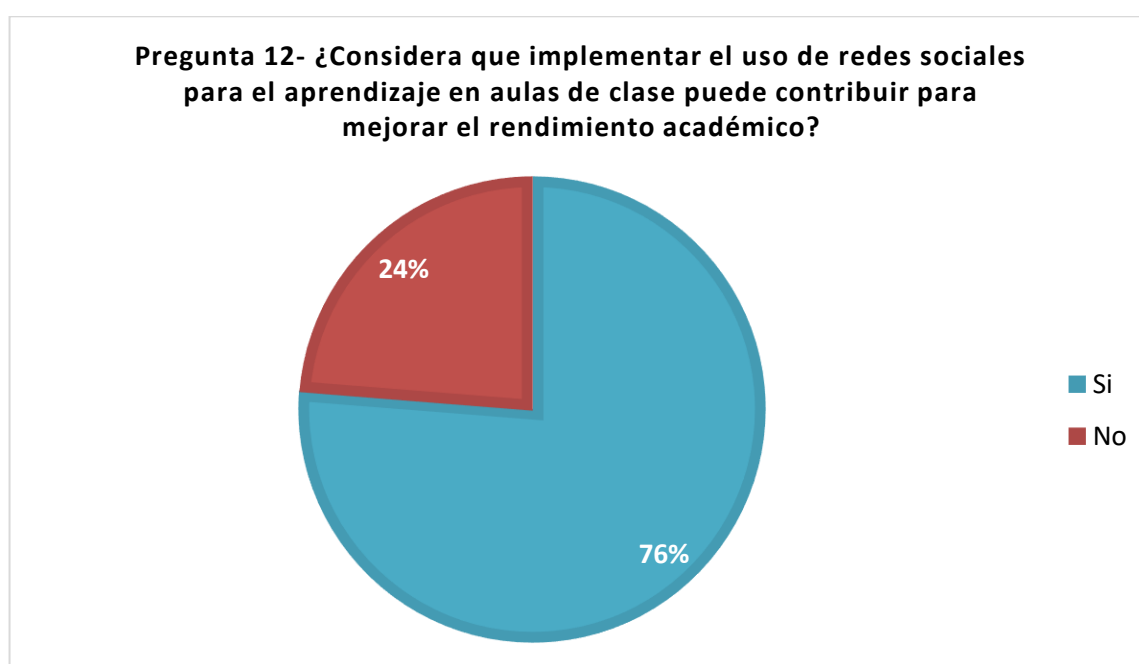
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Según la gráfica un 62% de estudiantes cuenta con más de 4 cuentas registradas de redes sociales, un 17% con 4 cuentas, un 14% con 3 cuentas, un 5% con 2 cuentas y un 2% que solo tiene 1 cuenta registrada.

La mayoría de los estudiantes encuestados tienen una presencia activa en múltiples plataformas de redes sociales, con un porcentaje significativo que indicaron tener más de 4 cuentas registradas. También hay un porcentaje considerable entre los estudiantes que señalaron tener 4 y 3 cuentas registradas. Sin embargo, hay una menor cantidad de estudiantes que prefiere tener una presencia más limitada con menos cuentas registradas.

**Figura 12**

*Uso de redes sociales en las aulas de clase*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

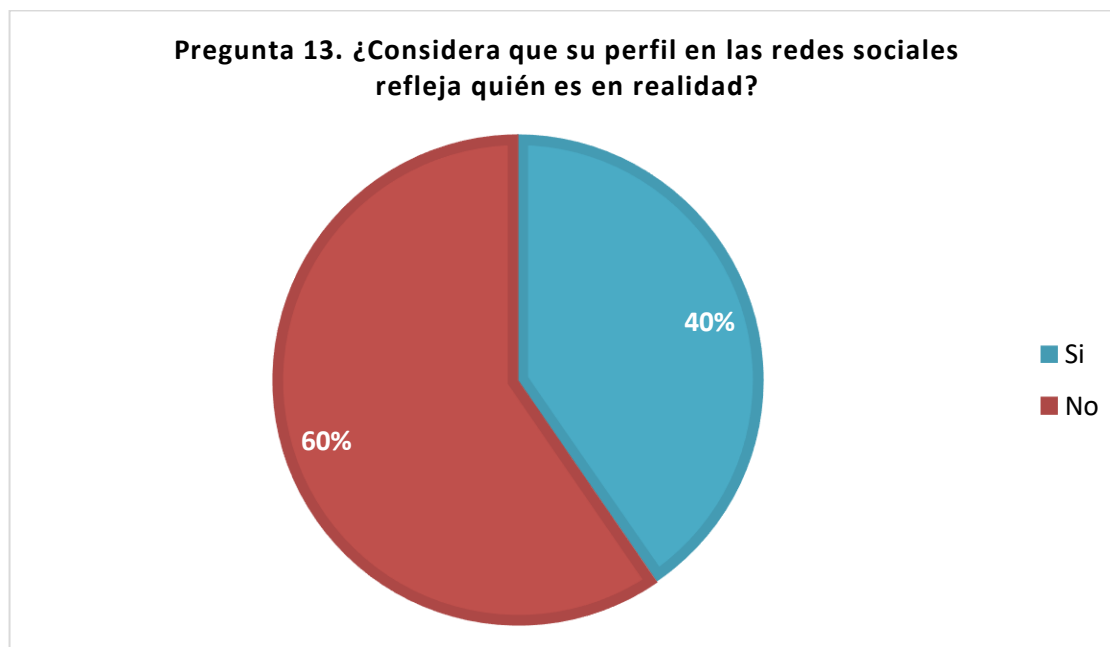
Según la gráfica anterior un 76% de los estudiantes indican implementar el uso de redes sociales en clase contribuye al mejoramiento del rendimiento académico, frente a un 24% que no está de acuerdo.

La mayoría de los estudiantes perciben las redes sociales como una herramienta útil para apoyar su aprendizaje y mejorar sus resultados académicos, lo que resalta la importancia de considerar las diversas perspectivas y necesidades de los estudiantes al integrar tecnologías como las redes sociales en

entornos educativos. En cambio, el resto de los estudiantes no comparte esta opinión, y no consideran que las redes sean beneficiosas en espacios de clases.

**Figura 13**

*Autopercepción del perfil en redes sociales*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

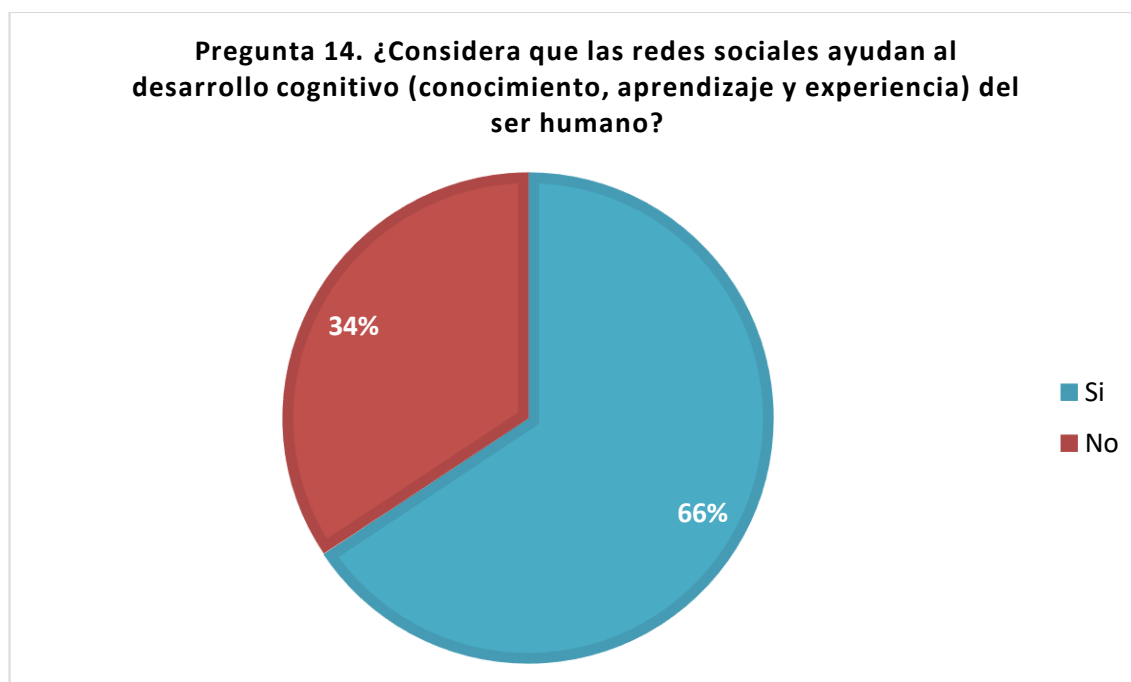
Según un 60% de los estudiantes de la universidad consideran que su perfil en redes sociales no refleja quienes son en realidad, frente a un 40% que indican que el perfil que muestran en sus redes sociales refleja su vida real.

La mayoría de los estudiantes universitarios encuestados sienten que sus perfiles en redes sociales no reflejan fielmente su verdadera identidad. Además, existe una creciente preocupación sobre la suplantación de identidad conocido también como *phishing*, es una técnica de ciberdelincuencia que implica enviar mensajes falsos que simulan ser de entidades confiables para engañar a las personas y obtener información personal confidencial, una vez obtenida, esta información se utiliza para cometer fraudes financieros u otras actividades ilegales (Rigchah, 2022). Por otro lado, hay quienes hacen el

intento de mostrar una vida perfecta en redes sociales, lo que puede distorsionar la percepción sobre si lo que se comparte en redes sociales es real (Arenas, 2023). En contraste, el 40% restante considera que sus perfiles en redes sociales representan genuinamente quiénes son.

**Figura 14**

*Redes sociales en el desarrollo cognitivo*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

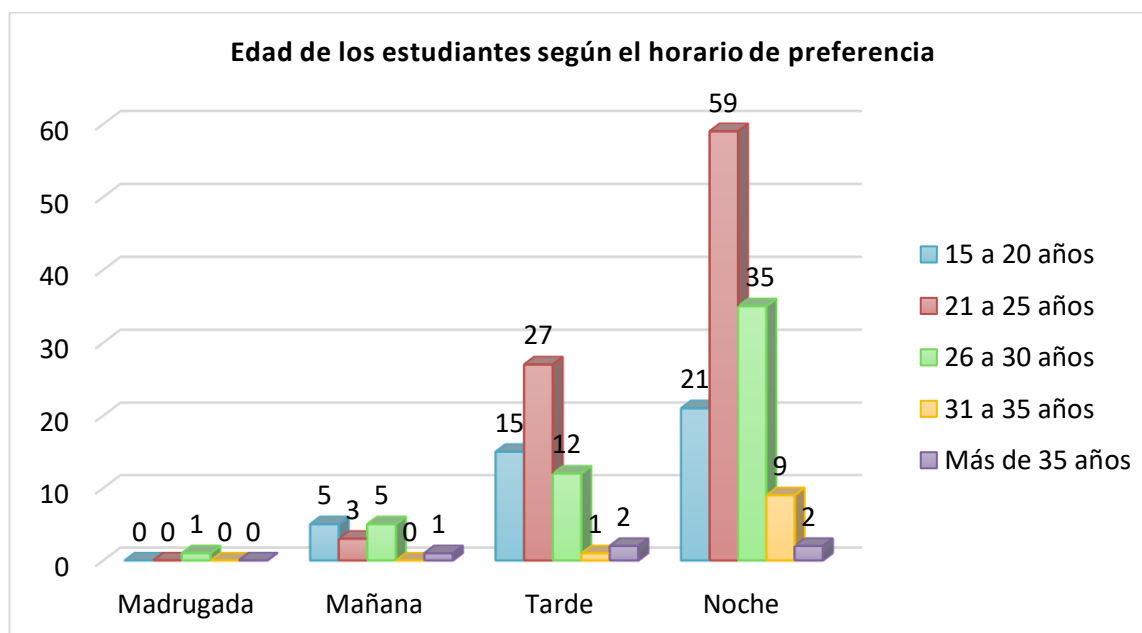
Según como se muestra en la gráfica, el 66% de los estudiantes afirmaron que las redes sociales pueden ayudar al desarrollo cognitivo del ser humano, y el restante 34% que dijo que no. La mayoría de los estudiantes creen que las redes sociales tienen un impacto positivo en el desarrollo cognitivo humano, mientras que el restante no está de acuerdo con esto.



tienen intereses diversos y que valorarían una red social que abarque muchos temas o que esté diseñada para satisfacer necesidades específicas.

**Figura 16**

*Relación entre la edad y el horario de conexión a redes sociales*

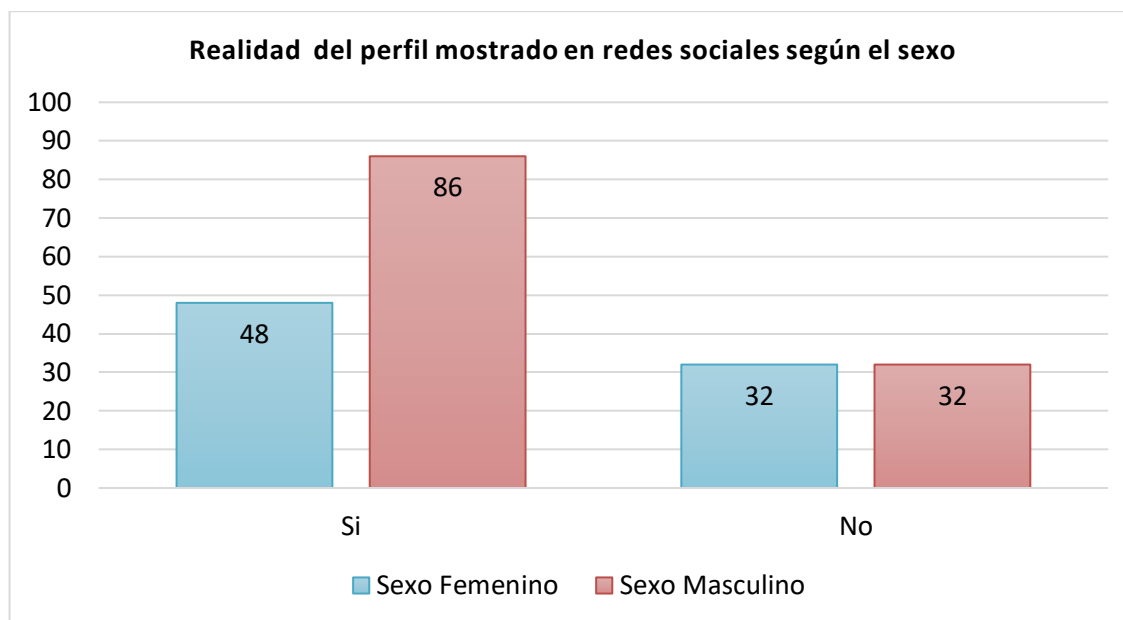


*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

El gráfico representa la distribución de los estudiantes según su edad y el horario de conexión preferido para conectarse a las redes sociales. El horario de la noche registra la mayor cantidad de estudiantes, principalmente de 21 a 25 años, seguido por el grupo de 26 a 30 años. La tarde es el segundo horario preferido, con mayor presencia de estudiantes de 21 a 25 años, seguidos por aquellos de 15 a 20 años. En contraste, tanto la mañana como la madrugada muestran la menor participación de estudiantes.

**Figura 17**

*Relación entre el sexo y la realidad de su perfil en redes sociales*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Los datos revelan la percepción de la autenticidad de los perfiles en redes sociales por parte de los estudiantes, segmentados por sexo. Aquellos que afirmaron que sus perfiles reflejan su realidad en su mayoría son mujeres, con 86 respuestas, y 48 son hombres. Por otro lado, entre los estudiantes que indicaron que sus perfiles no reflejan su realidad, presentan una cantidad equitativa de respuestas tanto de mujeres como de hombres, con 32 respuestas por cada sexo.

### 3.6.2 Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los docentes

**Figura 18**

*Distribución de la población docente por sexo*

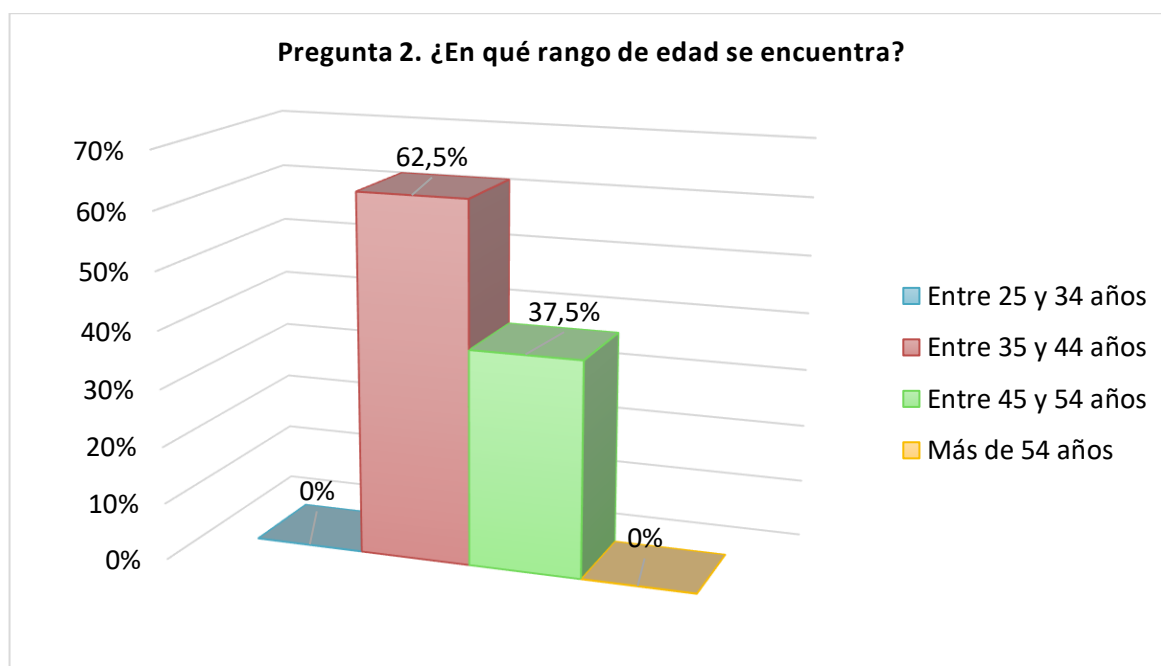


*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

La primera pregunta era conocer el sexo de los docentes de UNIMINUTO dando como resultado que el 62,5% de las respuestas indicaron que los docentes son mujeres, mientras que el 37,5% indicaron que son hombres. Se evidencia que hay una mayor cantidad de docentes mujeres en UNIMINUTO en comparación con los docentes hombres.

**Figura 19**

*Distribución de la población docente por rangos de edad*



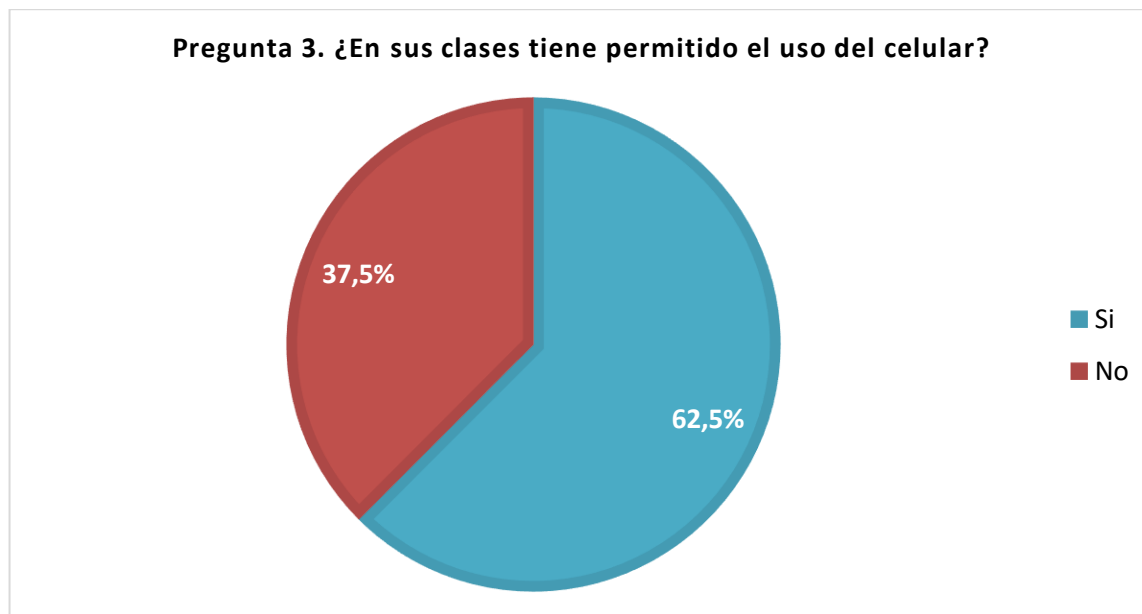
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

En la selección de la edad, en los docentes encuestados se identificó que el rango de edad comprendido entre 35 y 44 años, constituyen el 62,5% de las respuestas, en segundo lugar, están los docentes con edades entre 45 y 54 años, que representan el 37,5%, en cuanto a los rangos de edad entre 25 y 34 años y más de 54 años no hubo respuestas.

La mayoría de los docentes encuestados están entre 35 y 44 años, en segundo lugar, los de entre 45 y 54 años, este grupo es menor que el anterior, aun así, constituye una proporción significativa de los docentes encuestados. No hubo respuestas para los rangos de edad entre 25 y 34 años, ni para aquellos de más de 54 años, lo que indica una falta de representación de estos grupos en la muestra.

**Figura 20**

*Permiso del uso de celular en clase*

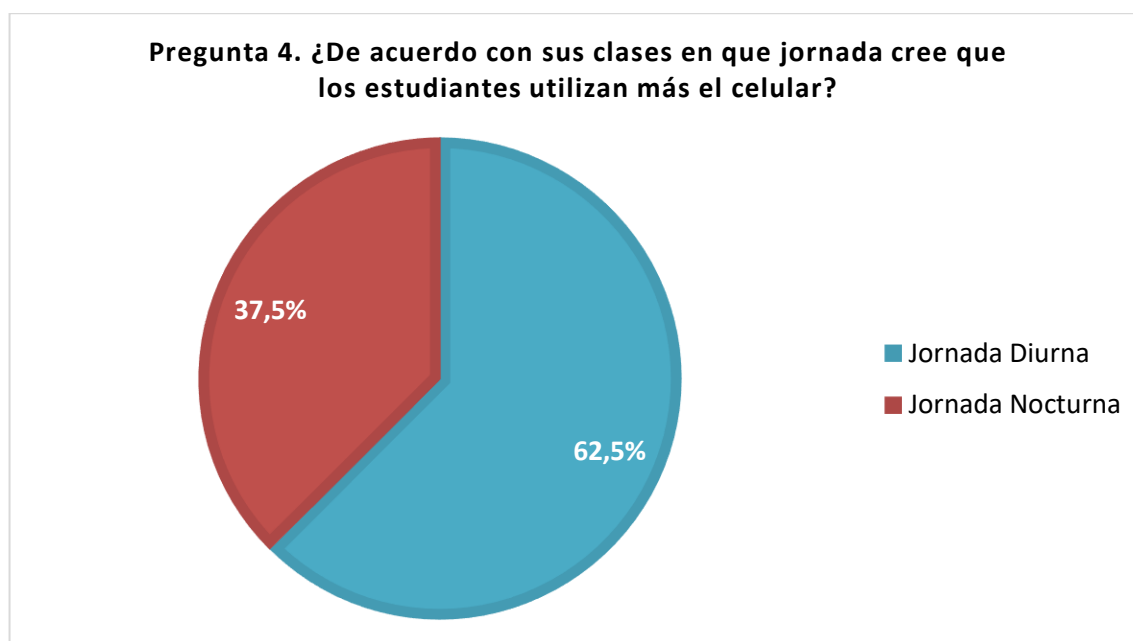


*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Según la gráfica, el 62,5% de los docentes encuestados tienen autorizado el uso del celular en el aula, y el 37,5 % indican lo contrario. Estos datos evidencian que la mayoría de los docentes permiten el uso de celulares en sus aulas.

**Figura 21**

*Jornada de uso de redes sociales*



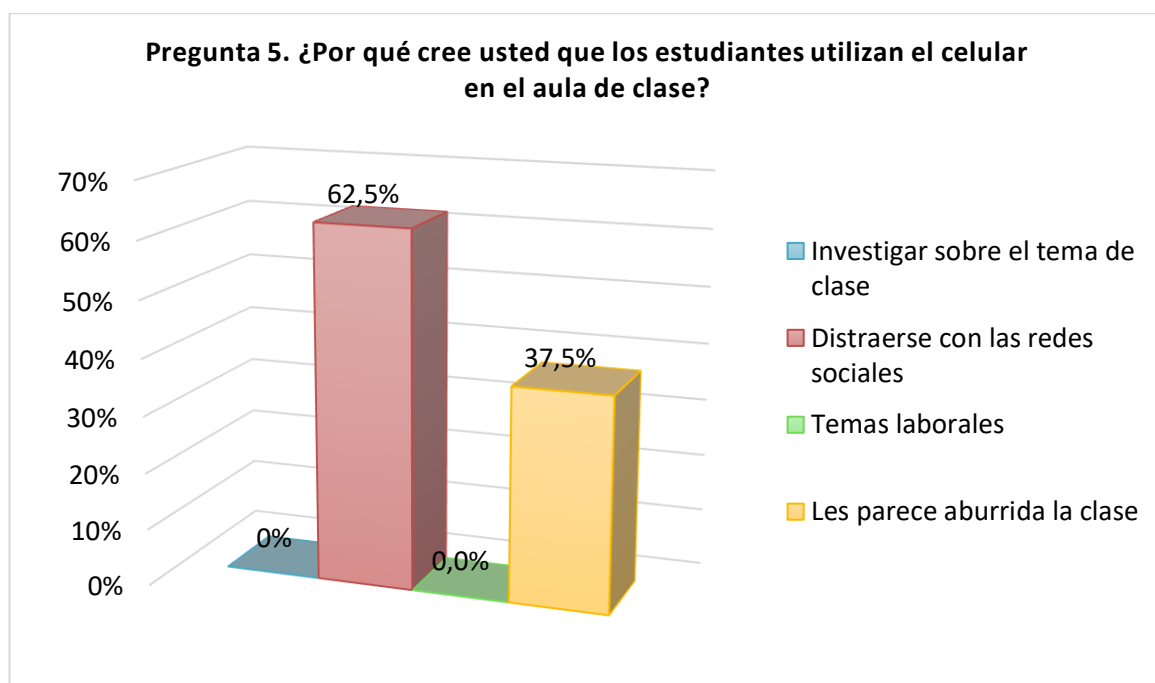
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

El 62,5% de los docentes afirmaron que los estudiantes utilizan más las redes sociales en la jornada diurna de clases de la universidad, mientras que el restante 37,5% dice que en la jornada nocturna.

La información de la gráfica revela que la mayoría de los docentes perciben que los estudiantes utilizan más las redes sociales durante la jornada diurna de clases universitarias, en comparación con la jornada nocturna. Esto podría indicar una tendencia donde los estudiantes están más activos en las redes sociales durante el día, posiblemente debido a las pausas entre clases o durante momentos de descanso. Por otro lado, durante la jornada nocturna, es posible que los estudiantes estén más enfocados en sus estudios o menos en actividades sociales en línea.

**Figura 22**

*Razones para usar el celular en clase*



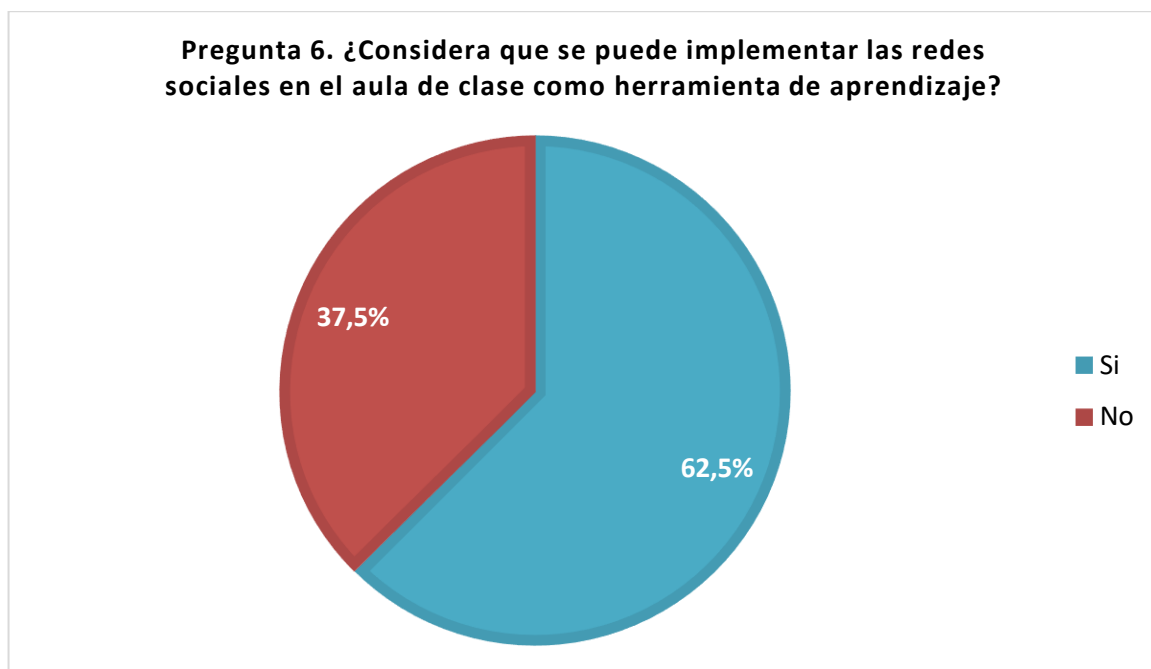
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

La gráfica muestra la opinión de los docentes respecto a los motivos por los cuales creen que los estudiantes utilizan el celular en clase. Según los datos, el 62,5% de los docentes señaló que los estudiantes podrían estar utilizando el celular para distraerse con las redes sociales, mientras que un 37,5% mencionó que podría ser porque encuentran la clase aburrida. Por otro lado, las otras opciones de respuesta, como utilizar el celular para investigar sobre el tema de la clase o por motivos laborales, no recibieron ninguna respuesta significativa por parte de los docentes encuestados.

Según la percepción de los docentes, el uso del celular en clase por parte de los estudiantes está más relacionado con la distracción y el aburrimiento que con fines académicos o laborales.

**Figura 23**

*Opinión sobre la implementación de redes sociales en el aula*



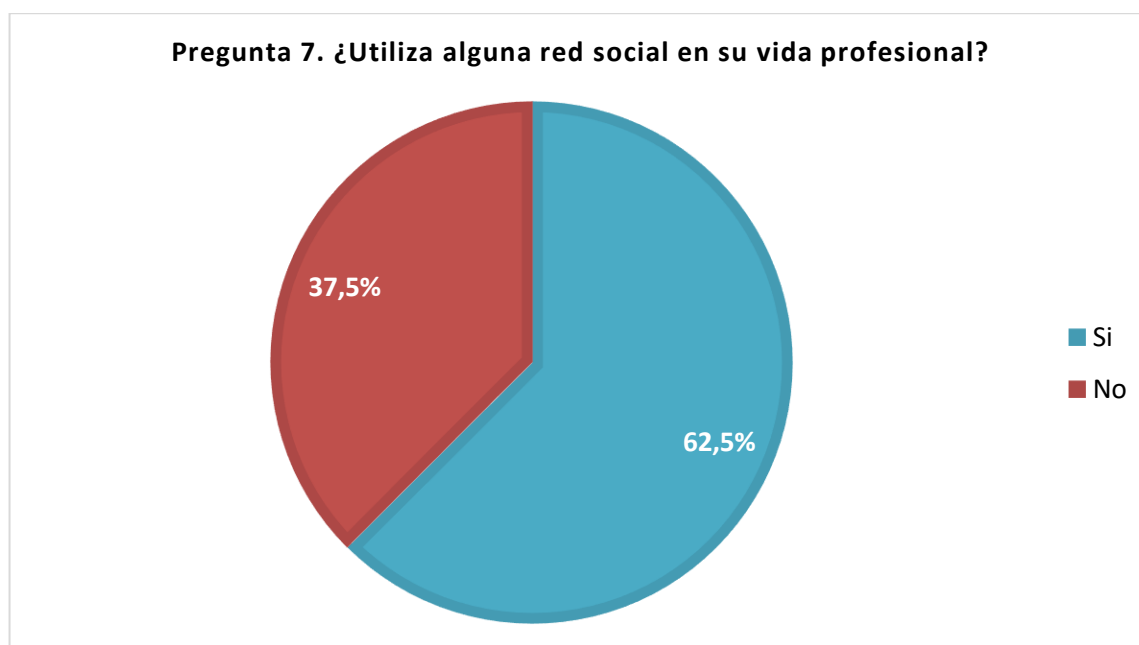
*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

El 62,5% de los docentes están a favor de la idea de implementar redes sociales en los espacios de clases como herramienta para el aprendizaje. Por otro lado, un 37,5% de los docentes se muestra en desacuerdo con esta idea.

Se observa que existe una división entre los docentes respecto a la implementación de redes sociales en el entorno educativo. La mayoría, está a favor, considerándolas como una herramienta valiosa para el proceso de aprendizaje en el aula. Esto sugiere que estos docentes ven el potencial de las redes sociales para enriquecer la experiencia educativa, fomentar la participación de los estudiantes y facilitar la interacción entre ellos. Por otro lado, algunos docentes expresan su desacuerdo con la integración de las redes sociales en el aula.

**Figura 24**

*Uso de redes sociales por parte de los docentes*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Como se observa en la gráfica el 62,5% de los docentes afirmo hacer uso de alguna red social en su vida profesional, mientras que un 37,5 % dijeron que no lo hacían.

En gran medida, los docentes que integran la tecnología y los hábitos digitales sugieren que las redes sociales son una herramienta comúnmente empleada en su trabajo. Estas plataformas les permiten comunicarse con colegas, interactuar con estudiantes y buscar recursos educativos de manera eficaz. Sin embargo, el resto de los docentes indicó que no utilizan redes sociales en su vida profesional. Esta postura puede ser debido a una preferencia por otros medios de comunicación o una precaución frente al uso de plataformas en línea en el ámbito laboral.

Figura 25

*Redes sociales que utilizan los docentes*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

En cuanto a las redes sociales utilizadas por los docentes, destacan cuatro plataformas específicas: WhatsApp, ampliamente empleada para la comunicación directa entre colegas y estudiantes, facilitando la coordinación de actividades académicas y la comunicación rápida. LinkedIn, que permite acceder a información y mantenerse al día sobre tendencias laborales y establecer contactos profesionales. Además, Schoology y Edmodo, redes sociales diseñadas para el ámbito educativo, utilizadas para interactuar con los estudiantes fuera del entorno tradicional de clase.

Figura 26

*Redes sociales recomendadas por los docentes*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los docentes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha.

Los docentes recomiendan diversas redes sociales para potenciar el rendimiento académico de los estudiantes, entre las cuales se destacan: Kahoot, TikTok, Google Académico, Academia.edu y YouTube. Estas recomendaciones abren la puerta a la implementación del uso de redes sociales en las aulas académicas. Se ha observado que estas plataformas pueden ser herramientas efectivas para mejorar la comprensión de los temas de estudio, romper con la monotonía del aprendizaje tradicional y aplicar la tecnología de manera innovadora como método de enseñanza y aprendizaje.

### 3.7 Procedimiento

El diseño y elaboración de la investigación se fundamentó en dos encuestas para recolectar la información que permita responder al objetivo general. La primera encuesta dirigida a la población central de esta investigación, que son los estudiantes del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, sede Soacha, se compone de 13 preguntas con selección única, 1 pregunta con selección múltiple, y 1 pregunta abierta, para un total de 15 preguntas. La segunda encuesta se dirigió a los docentes del programa, como un componente adicional con información relevante para el trabajo, compuesta por 7 preguntas con selección única y 2 abiertas, para un total de 9 preguntas.

Después, las encuestas se aprobaron y aplicaron mediante Formularios de Google, difundidas a los participantes y respondidas. Una vez obtenida la información, se organizó los datos y realizó la respectiva tabulación de los datos.

Para la tabulación de los datos se utilizaron los métodos que se presentan a continuación:

**Procedimiento de tabulación sencilla:** Desde la pregunta 1 hasta la 12 de la encuesta aplicada a los estudiantes, y desde la pregunta 1 hasta la 7 de la encuesta de los docentes, están bajo un procedimiento de tabulación sencilla. Este método implica trabajar con una variable a la vez y repetir el proceso para cada variable en el estudio, sin tener en cuenta las otras variables. Es utilizada para organizar y resumir datos de manera clara, proporcionar una visión general rápida de las distribuciones y patrones en los datos (Pérez Castillo, 2020).

**Procedimiento por tabulación cruzada:** Una tabulación cruzada implica analizar la relación entre dos o más variables al mismo tiempo. En lugar de simplemente examinar una variable a la vez, como en la tabulación simple, en la tabulación cruzada se compara cómo se distribuyen los datos de una variable en función de otra variable. Esto permite explorar las asociaciones o relaciones entre las variables y entender mejor cómo se relacionan entre sí (Tello, 2012).

**Procedimiento por nube de palabras:** La pregunta 15 de la encuesta aplicada a los estudiantes la representó una nube de palabras, esta herramienta permitió resumir textos rápida y eficazmente, para extraer información cualitativa con palabras clave atractiva. Se creó una visualización gráfica de las palabras más frecuentes en las respuestas de los estudiantes, donde el tamaño de cada palabra representa la frecuencia con la que aparecen, permitiendo mostrar los temas o conceptos más prominentes (Peña, 2012).

**Procedimiento por lluvia de ideas:** Las preguntas 8 y 9 de la encuesta aplicada a los docentes se representaron con una lluvia de ideas, se analizaron las respuestas abiertas, con palabras clave las respuestas de los participantes, para finalizar queda una imagen de los resultados (Acuña Aguilar et al., 2019).

## CAPÍTULO IV

### 4 RESULTADOS

#### 4.1 Resultados estadísticos

##### 4.1.1 *Resultados estadísticos de la población estudiantil*

(Véase anexo 1), la distribución sociodemográfica de la muestra de los jóvenes encuestados está compuesta por 198 estudiantes en total, de los cuales el 68% pertenecen al sexo femenino y el 32% al sexo masculino. Respecto al rango de edad, la mayoría se sitúa entre los 21 a 25 años, representando el 45% de la muestra. La distribución por semestre muestra una mínima variación en el número de estudiantes entre cada semestre, destacándose el cuarto semestre como el período con la mayor cantidad de estudiantes.

En lo relacionado al uso de redes sociales, WhatsApp emerge como la plataforma más utilizada por los estudiantes en su rutina diaria., también otras redes sociales que se destacaron por su alta frecuencia de uso fueron TikTok, Facebook e Instagram. En el ámbito académico, la plataforma predominante fue Google Académico, y YouTube también destacó, aunque no fue específicamente una

red académica. En cuanto al horario de uso, el 63,6% de los estudiantes muestran una mayor actividad en las redes sociales durante la noche; siendo el entretenimiento la principal razón para usarlas con un 52%. Además, el 57% afirmó comenzado a utilizarlas entre los 11 y los 14 años, y el 62% indicó tener cuentas en más de 4 redes sociales.

La dependencia fue identificada como el síntoma primario por los estudiantes para clasificar a una persona adicta a las redes sociales, seguida muy de cerca por la obsesión. Estos dos síntomas están estrechamente relacionados cuando se trata de adicción a las redes sociales. Por un lado, la dependencia se refiere a la necesidad compulsiva de estar conectado y de utilizar constantemente las redes sociales, mientras que la obsesión se manifiesta en pensamientos recurrentes (Gutiérrez y Vásquez, 2019).

Según el análisis del conjunto de estudiantes encuestados, el 67,7% nunca ha experimentado situaciones de insulto, agresión, difamación o humillación a través de las redes sociales. No obstante, un segmento menor de estudiantes indicó experimentar este tipo de situaciones pocas veces, con un porcentaje del 20,2%, y algunas veces, con un porcentaje del 11,1%. Asimismo, se investigó sobre la autenticidad de la representación en sus perfiles de redes sociales, donde la mayoría (60%) indicó que reflejaban una imagen genuina o real, mientras que el 40% restante afirmó lo contrario.

En relación con la implementación, del uso de redes sociales en aulas de clase el 76% de los estudiantes consideró que esta práctica contribuye positivamente al proceso de aprendizaje, mientras que el 24% expresó no estar de acuerdo con esta afirmación. Respecto a la pregunta acerca de si las redes sociales favorecen el desarrollo cognitivo, el 66% de los encuestados respondió afirmativamente, mientras que el 34% indicó lo contrario.

#### **4.1.2 Resultados estadísticos de la población docente**

(Véase anexo 2), la distribución sociodemográfica muestra se compone un total de 8 docentes, de los cuales el 62,5% pertenecen al sexo masculino y el 37,5% al sexo femenino, la mayoría se encuentra en el rango de edad entre los 35 y 44 años, el restante 37,5% se encuentra entre 45 y 54 años.

Un 62,5% de los docentes indicó que tienen permitido el uso del celular en el aula de clase y que la jornada en la que los estudiantes hacen mayor uso de él es en la diurna. La razón principal por la que los docentes creen que los estudiantes utilizan el celular en clase es para distraerse en clase (62,5%) y el 37,5% dice porque les parece aburrida la clase. En gran parte los docentes (62,5%), afirmaron que implementar el uso de redes sociales en el aula de clase puede servir como una herramienta de aprendizaje. El 62,5% de los docentes dijo usar alguna red social en su vida profesional.

## **4.2 Resultados categoriales**

### **4.2.1 Resultados categoriales de la población estudiantil**

(Véase anexo 1), respecto a los temas que los estudiantes manifestaron para crear una red social, las respuestas se clasificaron con palabras clave y representadas visualmente mediante una nube de palabras. La temática predominante fue la **música**, seguida de la **comunicación**, los **conocimientos**, los **animales** y el **emprendimiento**.

### **4.2.2 Resultados categoriales de la población docente**

(Véase anexo 2), los docentes expresaron las redes sociales que usan en su ámbito profesional, las cuales fueron WhatsApp, LinkedIn, Schoology y Edmodo. Lo anterior revela que hay una diversidad de redes sociales que utilizan los docentes que van desde la comunicación interna hasta la búsqueda de información laboral y la interacción con los estudiantes en entornos virtuales en el ámbito académico. Las redes sociales que los docentes recomendaron para contribuir con el rendimiento académico de los universitarios fueron Kahoot, TikTok, Google Académico, Academia.edu y YouTube.

## **CAPÍTULO V**

### **5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

#### **5.1 Discusión**

A lo largo de nuestra investigación, hemos identificado tanto las repercusiones positivas como negativas del uso de las redes sociales en el ámbito académico. Por un lado, cuando se utilizan de manera

responsable y adecuada, las redes sociales pueden contribuir al bienestar mental de los jóvenes y adolescentes. Facilitan la conexión entre individuos y la creación de relaciones sociales que promueven una comunicación activa y la oportunidad de compartir experiencias con otros. Por otra parte, es importante señalar que el uso inadecuado y excesivo de las redes sociales puede tener repercusiones negativas en la salud mental de los jóvenes y adolescentes. Esto incluye el impacto en la imagen corporal de las personas y su bienestar general (Anchundia García et al., 2023).

La mayoría de los estudiantes hacen un uso constante del celular y, por ende, de las redes sociales, integrándolas en las actividades cotidianas. Para muchos, revisar sus dispositivos es lo primero que hacen al despertarse y lo último antes de dormir, esto conlleva a que se centren en sus dispositivos incluso en momentos inapropiados, como durante las comidas o en horarios académicos y de aprendizaje, estos comportamientos pueden atribuirse al fenómeno del *phubbing* (Varchetta et al., 2020). En este sentido, podemos afirmar que la mayoría de los estudiantes utilizan las redes sociales principalmente durante la noche, entre las 7:00 p.m. y las 11:59 p.m. Al relacionar este horario con los estudiantes de jornada nocturna, podemos inferir que también emplean las redes sociales durante los tiempos de clases y antes de acostarse a descansar.

En cuanto a las principales causas que se encontraron para que los estudiantes hagan uso de las redes sociales se encuentran:

Figura 27

Listado de principales causas para usar redes sociales



*Nota.* Fuente: Elaboración propia

El desarrollo cognitivo y la implementación de redes sociales en el ámbito académico, particularmente en aulas de clase, se ha identificado como un factor que puede potenciar el aprendizaje y, por ende, mejorar el rendimiento académico de los estudiantes. Este enfoque se alinea con las percepciones de los docentes del programa universitario. Como afirman Galván Orozco et al. (2022, p. 99) quienes señalan que las redes sociales, en especial Facebook como entorno virtual de aprendizaje, ofrecen

oportunidades para innovar en la educación transformando el contexto y la forma de interacción en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Para integrar efectivamente el uso de las redes sociales en la educación, es fundamental contar con una planificación y organización interna sólidas. Esto requiere la disposición de los docentes para aprender a utilizar la plataforma y colaborar en la reevaluación de sus prácticas, diseñando recursos de apoyo e incorporando estas herramientas como complemento educativo. Además, el diseño de materiales para su uso como dispositivos pedagógicos se amplía para ofrecer una variedad de formatos, que incluyen imágenes, videos, audio, sitios web y texto. Esta diversificación permite que los estudiantes accedan a una gama más amplia de información y participen de forma asincrónica, lo que a su vez fomenta su motivación para el aprendizaje.

## **5.2 Conclusiones**

Las redes sociales tienen un impacto positivo en los estudiantes del programa de Administración de Empresas, convirtiéndose en una actividad esencial en su vida cotidiana, porque les permiten una fácil comunicación con familiares, amigos y compañeros, la creación de nuevos espacios de trabajo laboral y compartir información importante sobre la formación profesional; el ocio siendo fundamental en momentos de descanso o distracción, donde puedan interactuar en entornos para establecer conexiones, visualizar contenidos, compartir y promocionar las ventas y emprendimientos, estar enterados de los contenidos musicales y exploración de diferentes intereses y gustos.

Los estudiantes del programa identifican que las redes sociales les ofrecen oportunidades de aprendizaje, afirmando que contribuyen al desarrollo cognitivo y mejoran el rendimiento académico. Estas plataformas se pueden implementar en las aulas de clase; dejando a un lado en cierta medida las clases tradicionales y otorgando un enfoque más moderno a los espacios académicos. Esto se apoya en el reconocimiento de que la tecnología ha adquirido un gran potencial, accediendo a recursos educativos que fortalezcan la formación de sus carreras universitarias.

En conclusión, los estudiantes recurren a las redes sociales principalmente para obtener información relevante para sus estudios, mantenerse en contacto con familiares, amigos y compañeros, así como para entretenerse con contenidos virales. Estas razones destacadas reflejan la diversidad de usos y beneficios que las redes sociales ofrecen a la comunidad estudiantil, abarcando desde necesidades académicas hasta sociales y de ocio.

Después de revisar diversas fuentes de información, incluyendo tesis y artículos, se ha determinado que el mal uso de las redes sociales puede desencadenar situaciones peligrosas, como el robo de información, el daño psicológico, las enfermedades derivadas de la adicción, la exposición a virus a través de enlaces y el ciberacoso. Estos problemas son solo una manifestación del cambio negativo que está experimentando la sociedad en su conjunto. Ante cualquier incidente de este tipo, es fundamental presentar una denuncia adecuada. Por lo tanto, es esencial fomentar una cultura de respeto y promover un uso responsable de las redes sociales.

Por otro lado, es fundamental considerar elementos como establecer límites de tiempo, evitar compartir información personal sensible, interactuar en línea con empatía y aprovechar los espacios de aprendizaje que ofrecen estas plataformas. Estos consejos no solo buscan guiar a los usuarios hacia una experiencia en línea más segura y enriquecedora, sino también promover una cultura digital consciente y responsable entre los estudiantes.

## **6 RECOMENDACIONES**

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación y de la revisión de documentos e investigaciones, se proponen las siguientes recomendaciones que permitan un uso adecuado de las redes sociales:

Como se observó que los estudiantes usan más las redes sociales durante la noche, es prudente establecer un límite diario para estas plataformas, además se puede configurar el dispositivo móvil para desactivar las notificaciones de redes sociales durante la noche, también se pueden aprovechar las

funciones de control parental y modos de no molestar que ofrecen muchos teléfonos inteligentes. Estas herramientas permiten programar automáticamente periodos de tiempo durante los cuales las notificaciones se silencian por completo, lo que ayuda a mantener un ambiente tranquilo y evitar un uso excesivo que podría interferir con un descanso adecuado y un sueño reparador.

Una forma efectiva de enriquecer la experiencia universitaria es adentrarse en redes sociales académicas que proporcionen acceso a una diversidad de recursos educativos. Estas plataformas ofrecen una extensa colección de artículos académicos, libros, conferencias y tutoriales que complementan los contenidos del aula, potenciando así el aprendizaje. Al sumergirse en estas redes, los estudiantes pueden aprovechar al máximo su formación académica al acceder a información relevante y actualizada, fortaleciendo su comprensión y aplicando conocimientos prácticos en su campo de estudio.

Cuando se trata de compartir información en redes sociales, es importante tener en cuenta ciertas recomendaciones para proteger la privacidad y tener una buena experiencia en estas plataformas. Utilizar contraseñas seguras y activar la autenticación de dos factores en las cuentas de redes sociales para proteger la información. También evitar hacer clic en publicaciones o páginas específicas, o compartir detalles precisos sobre planes diarios, como horarios o ubicaciones exactas. Esto ayuda a prevenir riesgos de seguridad, como el seguimiento no deseado o la exposición a personas no autorizadas. En su lugar, considerar limitar la información que comparten sobre su vida cotidiana y ser selectivo al revelar detalles personales en línea.

Realizar talleres de sensibilización, por medio de podcast, dirigidos a toda la comunidad estudiantil y docente, invitando a hacer un buen uso de las redes sociales, destacando temas importantes como lo son las enfermedades de adicción, manejo de tiempo en línea, recomendaciones para tener un buen manejo de seguridad protección de datos y privacidad.

## REFERENCIAS

¿Qué debo hacer si sufro o conozco a alguna víctima de ciberbullying?. (2018). Ministerio de Justicia. <https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/LegalApp/Paginas/Que-debo-hacer-si-sufro-o-conozco-a-alguna-victima-de-ciberbullying.aspx#:~:text=2.,de%20las%20Comisarias%20de%20Familia>

¿Qué es la propiedad intelectual?. (s.f.). OMPI. <https://www.wipo.int/about-ip/es/>

Acuña Aguilar, I. N., Blas Ortiz, E. M. y Quintanilla Navarrete, N. M. (2019). *La Lluvia de Ideas o Brainstorming como Estrategia Innovadora para la Integración Social de los niños y niñas estudiantes del III Nivel del Centro Educación Inicial las Ovejitas del Municipio de Diriamba-Carazo, en el segundo semestre del año 2018* [Tesis de Grado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio Institucional RIUMA. <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/16536>

Adell Segura, J., Castañeda Quintero, L. y Esteve Mon, F. (2018). ¿Hacia la Ubersidad? Conflictos y contradicciones de la universidad digital. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 21(2), 51-68. <https://doi.org/10.5944/ried.21.2.20669>

Álvarez de Sotomayor, I. D. y Muñoz Carril, P. C. (2021). Internet y redes sociales: un desafío a la convivencia familiar. *Educatio Siglo XXI*, 39(2), 123-142. <https://doi.org/10.6018/educatio.463221>

Álvarez Menéndez, M. y Moral Jiménez, M. de la V. (2020). Phubbing, uso problemático de teléfonos móviles y de redes sociales en adolescentes y déficits en autocontrol. *Health and Addictions/Salud Y Drogas*, 20(1), 113-125. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i1.487>

Anchundia García, M., Choez Lucas, S. y Erazo Quinde, A. (2023). Las Redes Sociales y su influencia en la Salud Mental de los estudiantes universitarios: Una Revisión Sistemática. *Revista de investigación científica para todas las ciencias. REVISTA REVICC*, 3(4), 60-68. <https://doi.org/10.59764/revicc.v3i4.34>

Astorga Aguilar, C. y Schmidt Fonseca, I. (2019). Peligros de las redes sociales: Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad. *Revista Electrónica Educare*, 23(3), 1-24. <https://doi.org/10.15359/ree.23-3.17>

Bello Sánchez, E. D. (2019). *La retórica visual en Instagram y su impacto en el estereotipo de belleza femenina entre las jóvenes limeñas* [Trabajo de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652368>

*Breve historia de Facebook: 20 años entre la innovación y la polémica.* (2024). National Geographic España. [https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/breve-historia-facebook-20-anos-entre-innovacion-polemica\\_21537](https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/breve-historia-facebook-20-anos-entre-innovacion-polemica_21537)

Bulla Sánchez, L. A., Cardenal Cuchivague, A. Y. y Niño Gamboa, D. F. (2023). Afectación por el uso de las redes sociales en la dimensión emocional. *Revista CIES Centro de Investigación Escolme*, (14)1, 27-46. <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/441>

Cáceres Nieto, R. A. y Sarmiento Sarmiento, R. M. (2023). *Identificación del comportamiento de los usuarios con respecto a uso de las redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)* [Trabajo de grado, Universidad del Azuay]. Dspace de la Universidad del Azuay <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12661>

Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68. <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A>

Cárdenas Astudillo, D., Cárdenas, D. A. y Coello, M. E. (2022). *Efectos psicológicos causados por el uso de redes sociales en personas de 15 a 45 años* [Trabajo de grado, Universidad del Azuay]. Dspace de la Universidad del Azuay. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11571>

*Ciberacoso (cyberbullying)*. (s.f.). Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/C/5500:Ciberacoso-cyberbullying>

Collantes Hernández, K. D. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/38032>

Cuadros Acero, M. P. y Rueda Sánchez, E. S. (2018). *Revisión documental sobre la Salud Mental en los estudiantes universitarios* [Trabajo de Grado, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. Repositorio Universidad Autónoma de Bucaramanga. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/378>

*De qué se trata “Comunidades”, la función que prepara WhatsApp para mejorar los grupos.* (2021). Clarín. [https://www.clarin.com/tecnologia/trata-comunidades-funcion-prepara-whatsapp-mejorar-grupos\\_0\\_YjHHlkpiV.html](https://www.clarin.com/tecnologia/trata-comunidades-funcion-prepara-whatsapp-mejorar-grupos_0_YjHHlkpiV.html)

Delgado, D. (2018). Pasar mucho tiempo en Internet puede incrementar el riesgo de TDAH en adolescentes. *Muy interesante*. <https://www.muyinteresante.es/salud/26076.html#:~:text=Pasar%20mucho%20tiempo%20en%20Internet,sufrir%20los%20s%C3%ADntomas%20del%20TDAH>

Díaz, E. (2024). Las 3 nuevas funciones que tendrá WhatsApp en marzo 2024 y no puede dejar pasar. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/las-3-nuevas-funciones-que-tendra-whatsapp-en-marzo-2024-y-no-puede-dejar-pasar-860433>

Escribens Medrano, I. N. y Yrigoyen Alarco, C. (2023). *Percepción de los adolescentes sobre la imagen corporal expuesta en redes sociales* [Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/667337>

Flores Lagla, G. A. Chancusig Chisag, J. C., Cadena Moreano, J. A., Guaypatín Pico, O. A. y Montaluisa Pulloquina, R. H. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Revista redipe*, 6(4), 56-65. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/224>

Galván Orozco, A., López Pérez, O., Chávez López, J.K. y Contreras López, E.X. (2022). Entornos virtuales de aprendizaje: Redes sociales para el aprendizaje en la universidad. *Innoeduca. Revista Internacional de Tecnología e Innovación Educativa*, 8(1), 91-101. <https://doi.org/10.24310/innoeduca.2022.v8i1.12340>

Gómez Castillo, J. C. (2014). *Uso de redes sociales virtuales en jóvenes universitarios* [Trabajo de grado, Universidad Veracruzana]. Repositorio Institucional Universidad Veracruzana. [https://www.uv.mx/mev/files/2014/10/Proyecto\\_castillos\\_sep2014.pdf](https://www.uv.mx/mev/files/2014/10/Proyecto_castillos_sep2014.pdf)

Gutiérrez Escudero, Y. N. y Vásquez Castrillón, M. C. (2019). *Dependencia de las redes sociales a través del internet: revisión documental* [Trabajo de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio Institucional UNIMINUTO. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/10923>

Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. *McGraw Hill México*. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5A2QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodolog%C3%A9+de+la+investigacion+sampieri&ots=TkTh0V1kK5&sig=DFWBas3Rq5GXe4sE-FdAzRUE01U#v=onepage&q&f=false>

Hurtado Mosquera, E. (2022). Redes Sociales Digitales y Red social Humana una mirada de la Fundación Por ti, Por mí, Por todas (Red Social). *Repositorio Institucional UNAD*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/44915>

Iguarán Torrenegra, M. J. (2023). *Autoestima corporal uso de las redes sociales y prácticas de sexting en jóvenes universitarios de pregrado de 18 a 24 años de la ciudad de Barranquilla* [Trabajo de grado, Universidad de la Costa]. Repositorio CUC. <https://hdl.handle.net/11323/10167>

Kemp, S. (2023, 12 de febrero). Digital 2023: Colombia. *DataReportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-colombia?rq=colombia>

Lee, D. (2010) Friendster quiere regresar al éxito. *BBC News Mundo*. [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/11/101116\\_1011\\_friendster\\_redes\\_sociales\\_facebook\\_dc](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/11/101116_1011_friendster_redes_sociales_facebook_dc)

Ley 1266 de 2008. (s.f.). *Función Pública*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34488#:~:text=por%20la%20cu al%20se%20dictan,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones>

Ley 1341 de 2009. (s.f.). *Función Pública*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913>

Ley 1620 de 2013. (s.f.). *Sistema Único de Información Normativa*. [https://www.suin-](https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1685356)

[juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1685356](https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1685356)

Ley 23 de 1982. (s.f.). *Función Pública*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3431>

López Iglesias, M., Tapia Frade, A. y Ruiz Velazco, C. M. (2023). Patologías y dependencias que provocan las Redes Sociales en los jóvenes nativos digitales. *Revista de Comunicación y Salud*, 13, 1-21.

<http://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e301>

Lozano Blasco, R., Mira Aladrén, M. y Gil Lamata, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. *Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación*, 74, 125-137. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>

Marcelo Martínez, P., Yot Domínguez, C. y Marcelo, C. (2023). Los docentes y las redes sociales: Usos y motivaciones. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 23(72).

<http://dx.doi.org/10.6018/red.523561>

Martín Barrado, A. D. (2023). Influencia del lenguaje abreviado de redes sociales en el procesamiento de información. *Análisis y modificación de conducta*, 49(180), 117-137.

<https://doi.org/10.33776/amc.v49i180.7659>

Martín Critikián, D. y Medina Núñez, M. (2021). 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>

Martos Carrión, E. (2010). *Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales*. [Trabajo de grado, Universidad Politécnica de Valencia]. RiuNet.

<http://hdl.handle.net/10251/9100>

Medina Díaz, C. (2016). *Impacto del uso de las redes sociales en los estudiantes de la institución educativa comercial de envigado en el periodo académico 2015* [Trabajo de grado, Institución Universitaria de Envigado]. Repositorio Institucional IUE <https://bibliotecadigital.iue.edu.co/jspui/handle/20.500.12717/867>

Misas Hernández, J., López Rodríguez del Rey, M. M. y Marichal Guevara, O. C. (2022). Las redes sociales como espacio de formación de líderes juveniles. *Revista Conrado*, 18(88), 375-383. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2614>

*Normatividad sobre delitos informáticos Ley 1273 de 2009*. (s.f.). Policía Nacional de Colombia. <https://www.policia.gov.co/denuncia-virtual/normatividad-delitos-informaticos>

Ochoa Escobar, L. M., Hernández Alvarado, V. J. y Maldonado Manzano, R. L. (2022). Impacto en el desarrollo infantil; influencia del ciberacoso en las redes sociales. *Revista Dilemas Contemporáneos, Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v10i1.3287>

*Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)*. (s.f.). Cancillería. <https://www.cancilleria.gov.co/internacional/multilateral/united-nations/wipo>

Orozco, D. C., Salinas Villamil, J. A., Duque Ramírez, J., Marín Suarez, J. H. y Bejarano Urrego, L. M. (2021). *Impacto en el rendimiento académico de estudiantes universitarios por el uso excesivo de redes sociales* [Trabajo de Grado, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano]. Repositorio Politécnico Grancolombiano. <http://hdl.handle.net/10823/3013>

Ortega Martínez, A., Simarra Anez, P., Arévalo Sánchez, J., Moreno Cruz, J. y Mercado Caruso, N. (2022). *Análisis de los modelos de evaluación para determinar de los niveles de adicción a las redes sociales y su efecto en el rendimiento académico en jóvenes universitarios*. Corporación Universidad de la Costa. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/9771>

Pastrano Rosero, H. P., Miranda Bajaña, J. F., Yaulema Zavala, T. C. y Ñauñay Ilbay, G. E. (2023). Redes sociales y trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes. *Maestro y Sociedad*, 132-139. <https://maestrosociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/6044>

Peña Pascual, I. (2012). Posibilidades de las “nubes de palabras” (word clouds) para la elaboración de actividades de contenido cultural en el aula de AICLE. Deposito académico digital Universidad de Navarra. <https://hdl.handle.net/10171/27590>

Pérez Castillo, J. N. (2020). *Introducción a la ciencia de datos en R. Un enfoque práctico*. Repositorio Institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. <http://hdl.handle.net/11349/32324>

Pinto Arenas, L. P. (2023). *Mediación digital y redes sociales: el joven digital* [Tesis de grado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano]. Repositorio Institucional Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/31179>

Porter, D. Los dispositivos electrónicos y la vista. *American Academy of Ophthalmology*. <https://www.aao.org/salud-ocular/consejos/los-dispositivos-electr%C3%B3nicos-y-la-vista#:~:text=Sin%20embargo%2C%20demasiada%20exposici%C3%B3n%20a,del%20sue%C3%B1o%2C%20en%20el%20organismo>

*Qué es el síndrome Fomo.* (2023). National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com/ciencia/2023/02/que-es-el-sindrome-fomo>

Ramos, A. (2021). WhatsApp, Messenger, Telegram, Snapchat: quiénes y dónde usan estas aplicaciones. *CNN Español*. <https://cnnespanol.cnn.com/2021/10/06/whatsapp-telegram-snapchat-quien-y-en-donde-se-estan-usando-orix/>

Rigchac Mero, A. P. (2022). *Determinación de los peligros en las redes sociales en entorno a niños y adolescentes para uso y prevención* [Tesis, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22843>

Rodríguez Calle, M. E. (2021). *Dependencia a las redes sociales y procrastinación académica en estudiantes universitarios del I y II ciclo de una universidad de Juliaca - 2021* [Tesis de grado Universidad Peruana Unión]. Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5343>

Roldán, M. (2015). *Antecedentes sobre el uso de Facebook en adolescentes* [Trabajo de grado, Universidad de la República]. Conocimiento Libre Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12008/7529>

Shiels, M. (2010). Facebook va por los móviles. *BBC News Mundo*. [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/11/101103\\_facebook\\_movil\\_compras\\_zuckerberg\\_jrg](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/11/101103_facebook_movil_compras_zuckerberg_jrg)

Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, (29), 222-239. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3558>

Tello, M. (2012). Manual de auditoría de la comunicación interna. *Maxtello*. <https://maxtello.com/clase3tcomorg.pdf>

Ureña, G. V. y Serna Valdivi, R. (2018). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(3), 19-28. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>

Valencia Ortiz, R., Cabero Almenara, J. y Garay, U. (2020). Modalidad de estudio, presencial o en línea, y la adicción a las redes sociales virtuales. *EduTec Revista Electrónica De Tecnología Educativa*, (72), 1-16. <https://doi.org/10.21556/edutec.2020.72.1649>

Varchetta, M., Frascchetti, A., Mari, E. y Giannini, A. M. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FoMO) y vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14(1), 1-13. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>

*Vinculan el móvil con el TDAH en adolescentes.* (2018). *Psiquiatría*. <http://psiqu.com/2-56679>

Anexo 1: *Rejilla de investigación sobre el uso de redes sociales*

No.	Año	Referencia	Datos generales	Método de investigación	Resultados
1	2019	Bello Sánchez, E. D. (2019). <i>La retórica visual en Instagram y su impacto en el estereotipo de belleza femenina entre las jóvenes limeñas</i> [Trabajo de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652368">https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652368</a>	<b>Título:</b> La retórica visual en Instagram y su impacto en el estereotipo de belleza femenina entre las jóvenes limeñas <b>Autor:</b> Elleen Desiree Bello Sánchez <b>Tipo:</b> Trabajo de grado <b>Objetivo:</b> Demostrar cómo impacta la retórica visual utilizada en la red social Instagram en la consolidación del estereotipo femenino, entre las mujeres de 18 a 24 años.	Cualitativo y Cuantitativo	Instagram tiene una influencia significativa entre las jóvenes, seguidoras de perfiles de moda belleza y estilo de vida.  Los perfiles de las creadoras de contenido con muchos seguidores o también llamadas “influencers”, comúnmente son seguidos por las jóvenes que ha convertido de estos perfiles en modelos a seguir y poder asemejarse a ellos.
2	2020	Valencia Ortiz, R., Cabero Almenara, J. y Garay, U. (2020). Modalidad de estudio, presencial o en línea, y la adicción a las redes sociales virtuales. <i>EduTec Revista Electrónica De Tecnología Educativa</i> , (72), 1-16. <a href="https://doi.org/10.21556/edutec.2020.72.1649">https://doi.org/10.21556/edutec.2020.72.1649</a>	<b>Título:</b> Modalidad de estudio, presencial o en línea, y la adicción a las redes sociales virtuales. <b>Autores:</b> Rubicelia Valencia Ortiz, Julio Cabero Almenara y Urtza Garay. <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivos:</b> Analizar las percepciones que los estudiantes y sus profesores tienen sobre los grados de adicción a las redes sociales que presentan.	Cualitativo y cuantitativo	El resultado más significativo indica que los estudiantes que estudian de manera presencial tienen un mayor grado de adicción a las redes sociales que los estudiantes que estudian de forma virtual. Para aplicar el instrumento de estudio se agruparon los ítems en 4 factores ( <b>problemas, satisfacción, obsesión de estar informado y necesidad/obsesión de estar conectado</b> ). Siendo el factor de “problemas” el de mayor incidencia entre los estudiantes para conectarse a las redes sociales, este factor hace referencia a “consecuencias que se producen en el mundo social, laboral, académica, familiar y personal del sujeto, como consecuencia del excesivo tiempo que la persona invierte en estar conectado a Internet.” (Valencia Ortiz et al., 2020, p. 4)
3	2020	Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones	<b>Título:</b> ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones <b>Autor:</b> Raquel Tarullo <b>Tipo:</b> Artículo	Cuantitativo y cualitativo	Los datos cuantitativos obtenidos indican que la red social WhatsApp es la más preferida entre los jóvenes universitarios en sus prácticas digitales cotidianas con un 64,45%. En cuanto a los datos cualitativos, que hacen referencia a las distintas prácticas que protagonizan en estos espacios

		partir de la teoría de usos y gratificaciones. <i>Revista Prisma Social</i> , (29), 222–239. <a href="https://revistasocial.es/article/view/3558">https://revistasocial.es/article/view/3558</a>	<b>Objetivos:</b> Conocer qué hacen los y las estudiantes universitarias/ os del centro de Argentina en sus redes sociales favoritas.		como, la creación de grupos de afinidad entre sus contactos o el hecho que comentan que es una aplicación fácil de usar, convirtiendo esta comunicación en un contacto más cercano con la persona al otro lado del celular. Y en cuanto a las motivaciones que influyen en la utilización de una u otra red social, para querer saber qué han subido otras personas o las publicaciones que han realizado, se da principalmente por <b>curiosidad, entretenimiento</b> o solo para <b>pasar el tiempo</b> .
4	2020	Varchetta, M., Fraschetti, A., Mari, E., y Giannini, A. M. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FoMO) y vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. <i>Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria</i> , 14(1), 1-13. <a href="https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2020.1187">https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2020.1187</a>	<b>Título:</b> Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FoMO) y vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. <b>Autor:</b> Manuel Varchetta, Angelo Fraschetti, Emanuela Mari y Anna Maria Giannini. <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Proporcionar un marco de las actitudes y comportamientos relacionados con el uso de las redes sociales en jóvenes universitarios.	Cuantitativo y cualitativo	Uno de los datos que más resalta en este artículo, es que el 70% de los estudiantes encuestados dice usar a <b>menudo y siempre</b> las redes sociales mientras se encuentran en el horario universitario. Siendo WhatsApp, Instagram y Facebook respectivamente las redes sociales más utilizadas.
5	2021	Martín Critikián, D. y Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. <i>Revista De Comunicación Y Salud</i> , 11, 55-76. <a href="https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281">https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281</a>	<b>Título:</b> Redes sociales y la adicción al like de la generación Z. <b>Autor:</b> Davinia Martín Critikián, Marta Medina Núñez. <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Analizar la importancia e impacto que supone el <i>like</i> en la generación Z, así como estudiar el contexto social de las redes sociales e investigar si el <i>like</i> afecta a esta generación y de qué manera.	Cuantitativo y documental.	El 42% de los encuestados afirmaron que dedicaban más de tres horas diarias consumiendo redes sociales, una cifra que destaca por sí misma. Además, se muestra que, aunque Facebook es la red social más conocida, Instagram es la plataforma que la mayoría de los encuestados le dedica mayor tiempo. En cuanto a la frecuencia de conexión a las redes sociales relacionada a los likes recibidos por una publicación, menos de la mitad de los encuestados, afirmó hacerlo de manera esporádica. La cifra no es relevante para determinar si hay una adicción al like.
6	2021	Rodríguez Calle, M. E. (2021). <i>Dependencia a</i>	<b>Título:</b> Dependencia a las redes sociales y procrastinación	Cuantitativo.	El 77,05% de los estudiantes encuestados muestran un nivel severo de dependencia hacia el uso de redes sociales, y esto tiene

		<p>las redes sociales y procrastinación académica en estudiantes universitarios del I y II ciclo de una universidad de</p> <p><b>Autor:</b> Martha Elizabet Rodríguez Calle</p> <p><b>Tipo:</b> Tesis</p> <p><b>Objetivo:</b> Determinar la relación significativa entre dependencia a las redes sociales y procrastinación académica en estudiantes universitarios del I y II ciclo de una universidad de Juliaca</p>		<p>una relación directa y significativa con la procrastinación de sus actividades académicas.</p> <p>Además, evidencia que, si los jóvenes disminuyen el tiempo dedicado a las redes sociales, es probable que surjan emociones de disgusto y mortificación, debido a la interrupción sin su consentimiento. Este malestar puede aumentar el deseo de regresar al uso frecuente de las redes sociales, incrementando así las probabilidades de procrastinación.</p>	
7	2021	<p>Álvarez de Sotomayor, I. D. y Muñoz Carril, P. C. (2021). Internet y redes sociales: un desafío a la convivencia familiar. <i>Educación Siglo XXI</i>, 39(2), 123-142.</p> <p><a href="https://doi.org/10.6018/educatio.463221">https://doi.org/10.6018/educatio.463221</a></p>	<p><b>Título:</b> Internet y redes sociales: un desafío a la convivencia familiar.</p> <p><b>Autor:</b> Isabel Dans Álvarez de Sotomayor, Pablo César Muñoz Carril</p> <p><b>Tipo:</b> Artículo</p> <p><b>Objetivo:</b> Explorar cómo internet y las redes sociales pueden convertirse en el origen de conflictos en la esfera familiar</p>	Cuantitativo	<p>Los resultados evidencian que los padres tienen cierta incidencia sobre el uso de redes sociales en sus hijos, sobre lo que pueden o no hacer en estas plataformas. Una característica relevante es el género, pues las mujeres presentaron que discuten 7,2 veces más con sus padres en comparación con los hombres, lo que supone que los padres presentan un mayor control sobre las chicas con respecto a los chicos.</p> <p>El 49% de los adolescentes entrevistados afirma tener discusiones con sus padres por el uso de internet, siendo el tiempo que pasan conectados el principal motivo del conflicto.</p>
8	2022	<p>Cárdenas Astudillo, D., Cárdenas, D. A. y Coello, M. E. (2022). <i>Efectos psicológicos causados por el uso de redes sociales en personas de 15 a 45 años</i> [Trabajo de grado, Universidad del Azuay]. Dspace de la Universidad del Azuay.</p> <p><a href="http://dspace.azuay.edu.ec/h">http://dspace.azuay.edu.ec/h</a></p>	<p><b>Título:</b> Efectos psicológicos causados por el uso de redes sociales en personas de 15 a 45 años.</p> <p><b>Autor:</b> David Cárdenas Astudillo, Emilia Coello Moscoso.</p> <p><b>Tipo:</b> Trabajo de grado</p> <p><b>Objetivo:</b> Identificar los efectos psicológicos positivos y negativos del uso de redes sociales en personas de 15 a 45 años de edad.</p>	Cualitativo.	<p>Dentro de los aspectos positivos se encuentra la <b>comunicación inclusiva</b>, que puede servir para desarrollar herramientas que estén diseñadas para personas con discapacidad y así reducir las brechas de comunicación.</p> <p>Entre las afectaciones negativas, se encuentra la <b>depresión</b>, presentada generalmente en usuarios que no reciben gratificaciones de los "likes" a una publicación que realicen. Además, se evidencia un alto nivel de síntomas depresivos relacionados a una adicción hacia las redes sociales, presentado mayormente en mujeres, mostrando una autoestima baja, escasos recursos de interacción y el aislamiento social.</p>

---

9	2022	<p>Misas Hernández, J., López Rodríguez del Rey, M. M. y Marichal Guevara, O. C. (2022). Las redes sociales como espacio de formación de líderes juveniles. <i>Revista Conrado</i>, 18(88), 375-383. <a href="https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2614">https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2614</a></p>	<p><b>Título:</b> Las redes sociales como espacio de formación de líderes juveniles.  <b>Autor:</b> Jorge Misas Hernández, María Magdalena Rodríguez del Rey, Oruam Cadex Marichal Guevara  <b>Tipo:</b> Artículo  <b>Objetivo:</b> sentar las pautas para estimular iniciativas de formación de líderes en y desde las redes sociales.</p>	Cualitativo	<p>Se evidencia un auge de participación entre los jóvenes en la formación del liderazgo en espacios virtuales. Las redes sociales juegan un papel importante en el liderazgo juvenil, demostrando “las potencialidades de las redes sociales para integrar a más personas a objetivos y metas comunes, y se abogó por el diseño y consolidación de los ecosistemas virtuales de manera que se puede contar con canales de comunicación simultáneos aprovechando las posibilidades que ofrece cada uno: Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, YouTube, block, las páginas institucionales” (Misas Hernández et al., 2022, p. 381)</p>
10	2022	<p>Ochoa Escobar, L. M., Hernández Alvarado, V. J., y Maldonado Manzano, R. L. (2022). Impacto en el desarrollo infantil; influencia del ciberacoso en las redes sociales. <i>Revista Dilemas Contemporáneos, Educación, Política y Valores</i>. <a href="https://doi.org/10.46377/dilemas.v10i1.3287">https://doi.org/10.46377/dilemas.v10i1.3287</a></p>	<p><b>Título:</b> Impacto en el desarrollo infantil; influencia del ciberacoso en las redes sociales.  <b>Autor:</b> Laura Marlene Ochoa Escobar, Vanessa Josefa Hernández Álvarez y Rosa Leonor Maldonado Manzano.  <b>Tipo:</b> Artículo  <b>Objetivo:</b> Realizar un plan estratégico que ayude a la prevención de casos de ciberacoso en los niños, niñas y adolescentes de 11 a 17 años del cantón de Babahoyo en el año 2020.</p>	Cualitativa y Cuantitativa	<p>El ciberacoso es una expresión negativa, principalmente entre niños y jóvenes. Este artículo resalta la importancia de motivar y fomentar la cultura del respeto a las personas, y el uso correcto de las nuevas tecnologías, para aprovechar los beneficios que nos ofrecen.</p> <p>“El ranking de las redes sociales más utilizadas por los adolescentes son Instagram, y esta posee características muy similares a las de Facebook. La mayoría de los niños, niñas y adolescentes le dedican gran parte de su día a las redes sociales, la mayoría entre 3 horas mientras, que otras 4 horas y más” (Ochoa Escobar et al., 2022, p. 15)</p>
11	2022	<p>Ortega Martínez, A., Simarra Anez, P., Arévalo Sánchez, J., Moreno Cruz, J. y Mercado Caruso, N. (2022). <i>Análisis de los modelos de evaluación para determinar</i></p>	<p><b>Título:</b> Análisis de los modelos de evaluación para determinar de los niveles de adicción a las redes sociales y su efecto en el rendimiento académico en jóvenes universitarios.  <b>Autor:</b> Audreys Ortega Martínez,</p>	Cualitativo.	<p>La adicción a las redes sociales en los jóvenes universitarios afecta negativamente en su salud mental, relaciones interpersonales, su manejo del tiempo, su desempeño y rendimiento académico.</p>

---

---

		<p>de los niveles de adicción a las redes sociales y su efecto en el rendimiento académico en jóvenes universitarios. Corporación Universidad de la Costa.</p> <p><a href="https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/9771">https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/9771</a></p>	<p>Paula Simarra Anez, Jefferson Arévalo Sánchez, Jeffrey Moreno Cruz, Nohora Mercado Caruso,</p> <p><b>Tipo:</b> Artículo</p> <p><b>Objetivo:</b> Analizar de los modelos de evaluación de los niveles de adicción en los jóvenes universitarios.</p>	
12	2022	<p>Rigchac Mero, A. P. (2022). <i>Determinación de los peligros en las redes sociales en entorno a niños y adolescentes para uso y prevención</i> [Tesis, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana.</p> <p><a href="http://dspace.upe.edu.ec/handle/123456789/22843">http://dspace.upe.edu.ec/handle/123456789/22843</a></p>	<p><b>Título:</b> Determinación de los peligros en las redes sociales en entorno a niños y adolescentes para uso y prevención.</p> <p><b>Autor:</b> Andrea Paulina Rigchac Mero</p> <p><b>Tipo:</b> Tesis</p> <p><b>Objetivo:</b> Determinar de los peligros en las redes sociales en entorno a niños y adolescentes para uso y prevención.</p>	<p>Cuantitativo.</p> <p>Se evidencia que hay peligros para los niños y adolescentes, principalmente por el mal uso que les dan a las redes sociales, los cuales comienzan a mantener contacto con personas extrañas, quienes no tienen buenas intenciones, como queriéndoles <b>hacer daño</b>, satisfacer sus <b>placeres perversos</b> o casos de <b>tráfico de órganos</b>.</p> <p>Además, se muestra una cifra significativa, ya que el 70% de los encuestados afirmó que el tiempo que le dedican a estar conectados a estas plataformas digitales es superior a 4 horas, y el 47% dijo hacerlo en el horario de la noche, lo que puede provocar insomnio y trastornos de sueño.</p>
13	2022	<p>Galván Orozco, A., López Pérez, O., Chávez López, J.K. y Contreras López, E.X. (2022). Entornos virtuales de aprendizaje: Redes sociales para el aprendizaje en la universidad. <i>Innoeduca. Revista Internacional de Tecnología e Innovación</i></p>	<p><b>Título:</b> Entornos virtuales de aprendizaje: Redes sociales para el aprendizaje en la universidad.</p> <p><b>Autor:</b> Ariadna Galván Orozco, Olga López Pérez, Joanna Koral Chávez López y Elsa Xanat Contreras López</p> <p><b>Tipo:</b> Artículo</p> <p><b>Objetivo:</b> Implementar un Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) a través del uso de redes sociales para utilizarse como herramienta complementaria a la</p>	<p>Cualitativo</p> <p>Los estudiantes encuentran útil la información y el diseño de la red social Facebook para su proceso de aprendizaje, mostrando que el 67% pudo encontrar información de manera fácil en esta plataforma y que el 72,40% se encontraba satisfecho con el contenido de los materiales y actividades.</p>

---

		<i>Educativa</i> , 8 (1), 91-101. <a href="https://doi.org/10.24310/innoeduca.2022.v8i1.12340">https://doi.org/10.24310/innoeduca.2022.v8i1.12340</a>	enseñanza presencial en la educación superior.		
14	2023	López Iglesias, M., Tapia Frade, A. y Ruiz Velazco, C. M. (2023). Patologías y dependencias que provocan las Redes Sociales en los jóvenes nativos digitales. <i>Revista de Comunicación y Salud</i> , 13, 1-21. <a href="http://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e301">http://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e301</a>	<b>Título:</b> Patologías y dependencias que provocan las redes sociales en los jóvenes nativos digitales. <b>Autor:</b> Mateo López Iglesias, Alejandro Tapia Frade y Claudia María Ruiz Velasco <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Analizar la percepción que tiene la población juvenil sobre las enfermedades mentales asociadas al uso de las redes sociales.	Cuantitativa	Según los jóvenes encuestados, las nuevas tecnologías se consideran como puertas de acceso a las redes sociales, en su mayoría con un 82,7% dice utilizar estas plataformas por <b>placer y disfrute</b> . En cuanto a las patologías provocadas por las redes sociales, lo jóvenes respondieron con 88% que a su percepción no han sufrido alguna patología mental, y sobre las recomendaciones que hacen acerca del uso de estas plataformas se encuentran “el control parental, la limitación de horas delante de dispositivos móviles, la disminución o la reducción de tiempo” (López Iglesias et al., 2023, p. 10).
15	2023	Anchundia García, M., Choez Lucas, S. y Erazo Quinde, A. (2023). Las Redes Sociales y su influencia en la Salud Mental de los estudiantes universitarios: Una Revisión Sistemática. <i>Revista de investigación científica para todas las ciencias</i> . REVISTA REVICC, 3(4), 60-68. <a href="https://doi.org/10.59764/revicc.v3i4.34">https://doi.org/10.59764/revicc.v3i4.34</a>	<b>Título:</b> Las Redes Sociales y su influencia en la Salud Mental de los estudiantes universitarios: Una Revisión Sistemática. <b>Autor:</b> María Achundia García, Shirley Choez Lucas y Aytor Erazo Quinde. <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Determinar la influencia de las redes sociales en la salud mental de los estudiantes universitarios y establecer factores de riesgos y posibles impactos.	Cualitativo y Cuantitativo	Un 57,10% de los encuestados afirma sentir <b>cansancio o estrés</b> después de usar redes sociales.  El 50% dice usar estar conectado a redes sociales de 5 a 7 horas al día.
16	2023	Bulla Sánchez, L. A., Cardenal Cuchivague, A. Y. y Niño Gamboa, D. F. (2023). Afectación por	<b>Título:</b> Afectación por el uso de las redes sociales en la dimensión emocional. <b>Autor:</b> Laura Angelica Bulla Sánchez, Angelica Yuritza Cardenal	Cuantitativo	El 69% de los estudiantes afirmaron que el uso de redes mejora su estado de ánimo, sin embargo, al estar distraídos en estas plataformas ven esto como una ventana de escape y no prestan atención a emociones negativas como la angustia, el

		el uso de las redes sociales en la dimensión emocional. <i>Revista CIES Centro de Investigación Escolme, (14)1, 27-46.</i> <a href="http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/441">http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/441</a>	Cuchivague, Diego Felipe Niño Gamboa. <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Analizar de qué manera se ha afectado la dimensión emocional de los estudiantes de 9° y 10° por el uso de redes sociales durante la pandemia por COVID-19.		estrés, la ansiedad, la irritación y el enfado.  Gran parte de los encuestados, un 81% dice haber sentido angustia, ansiedad o estrés, además, un 57% dice que nunca ha hablado o tenido apoyo de un experto (psicólogo o psico orientador) acerca del tema.  El 75% de los estudiantes afirma que duermen entre 6 a 8 horas, dejando en evidencia el bajo porcentaje de horas de sueño.
17	2023	Pinto Arenas, L. P. (2023). <i>Mediación digital y redes sociales: el joven digital</i> [Tesis de grado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano]. Repositorio Institucional Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. <a href="http://hdl.handle.net/20.500.12010/31179">http://hdl.handle.net/20.500.12010/31179</a>	<b>Título:</b> Mediación digital y redes sociales: el joven digital. <b>Autor:</b> Laura Patricia Pinto Arenas <b>Tipo:</b> Tesis de grado de posgrado. <b>Objetivo:</b> Buscar adentrarse en la relación de los centennials con lo digital y ver cómo ha modificado sus estructuras de poder, para ellos lo ejerce quien logra entretener, conectar, ser escuchado en mayor medida, teniendo como contexto específico el año 2020/2021 inicio y desarrollo de la pandemia COVID-19	Cuantitativo y cualitativo.	Se evidencia que los jóvenes de la actualidad en sus redes sociales intentan mostrar un perfil lo más perfecto posible, haciendo el intento de exponer una “vida perfecta” pero que el trasfondo de esta situación se pueden generar inseguridades a nivel <b>físico y de apariencias</b> al querer cumplir con las expectativas de las redes sociales.  La mayoría de los encuestados, el 31% dice permanecer entre 6 a 10 horas conectados a internet todos los días.
18	2023	Iguarán Torrenegra, M. J. (2023). <i>Autoestima corporal uso de las redes sociales y prácticas de sexting en jóvenes universitarios de pregrado de 18 a 24 años de la ciudad de Barranquilla</i> [Trabajo de grado, Universidad de la Costa]. Repositorio	<b>Título:</b> Autoestima corporal uso de las redes sociales y prácticas de sexting en jóvenes universitarios de pregrado de 18 a 24 años de la ciudad de Barranquilla. <b>Autor:</b> Miguel Junior Iguarán Torrenegra. <b>Tipo:</b> Trabajo de grado. <b>Objetivo:</b> Describir el uso de las redes sociales, las prácticas de sexting y la autoestima corporal de estudiantes universitarios de la ciudad de Barranquilla.	Cuantitativo	De los estudiantes encuestados se encontró que tanto hombres y mujeres, tienen autoestima corporal favorable, evidenciando una autopercepción positiva y sentirse satisfechos con su cuerpo.

---

		CUC. <a href="https://hdl.handle.net/11323/10167">https://hdl.handle.net/11323/10167</a>			
19	2023	Lozano Blasco, R., Mira Aladrén, M., y Gil Lamata, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. <i>Revista Científica de Comunicación y Educación</i> , 74, 125-137. <a href="https://doi.org/10.3916/C74-2023-10">https://doi.org/10.3916/C74-2023-10</a>	<b>Título:</b> Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. <b>Autor:</b> Raquel Lozano Blasco, Marta Mira Aladrén y Mercedes Gil Lamata <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Conocer el comportamiento de los «influencers» más importantes para la población joven en las tres principales redes sociales.	Cuantitativo y cualitativo.	Las tres redes presentan diferencias en sus contenidos “siendo Instagram un espacio de autorrepresentación, Twitter de concienciación de movimientos sociales y ecología y YouTube de entretenimiento y hedonismo.” (Lozano et al., 2023, p. 131)  Instagram se muestra como la plataforma que genera un mayor impacto en cuanto a interacción, ya que las publicaciones que cuentan con mayor número de “likes” son aquellas publicaciones en la que los “influencers” se contactan de una manera directa con sus seguidores.  Las redes sociales YouTube e Instagram se encuentran como los sitios más activos entre las generaciones más jóvenes, en comparación a Twitter.
20	2023	Marcelo Martínez, P., Yot Domínguez, C., Marcelo, C. (2023). Los docentes y las redes sociales: Usos y motivaciones. <i>Revista de Educación a Distancia (RED)</i> , 23(72). <a href="http://dx.doi.org/10.6018/red.523561">http://dx.doi.org/10.6018/red.523561</a>	<b>Título:</b> Los docentes y las redes sociales: Usos y motivaciones. <b>Autor:</b> Paula Marcelo Martínez, Carmen Yot Domínguez y Carlos Marcelo <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Aportar información acerca de qué redes sociales digitales utilizan los docentes y cuáles son los motivos para su uso.	Cuantitativo	Entre las redes sociales que más usan los docentes, se indica que un 33,4% usa Continuamente la red social Instagram.  Lo docentes se motivan a usar redes sociales principalmente “para encontrar recursos digitales, materiales, videotutoriales elaborados por otros docentes y que pueden considerar de interés” (Marcelo et al., 2023, p. 9)
21	2023	Martín Barrado, A. D. (2023). Influencia del lenguaje abreviado de redes sociales en el procesamiento de información. <i>Análisis y modificación de conducta</i> , 49(180), 117-137. <a href="https://doi.org/">https://doi.org/</a>	<b>Título:</b> Influencia del lenguaje abreviado de redes sociales en el procesamiento de información. <b>Autor:</b> Antonio David Martín Barrado <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Determinar el grado de recuerdo en los mensajes abreviados de WhatsApp en una muestra de 32 participantes, divididos en	Cuantitativo	Un 75% afirmó escribir generalmente respetando las normas de la Real Academia Española, sobre todo a favor de las mujeres jóvenes y adultas, donde en los hombres hay más discordancia.

---

		<a href="https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/38032">10.33776/amc.v49i180.7659</a>	jóvenes (20-25 años) y adultos (45-55 años).		
22	2023	Collantes Hernández, K. D. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. <i>Repositorio Universidad Técnica de Ambato</i> . <a href="https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/38032">https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/38032</a>	<b>Título:</b> Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. <b>Autor:</b> Karla Doménica Collares Hernández. <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Establecer la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en los estudiantes universitarios	Cuantitativo	Un 37% de los encuestados muestra un nivel de <b>adicción moderada</b> , y un 82,5% presenta una autoestima <b>ligeramente baja</b> , estas cifras son relevantes para mirar el grado de afectación que pueden tener las redes sociales.
23	2023	Escribens Medrano, I. N. y Yrigoyen Alarco, C. (2023). <i>Percepción de los adolescentes sobre la imagen corporal expuesta en redes sociales</i> [Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <a href="https://repositorioacademicu.edu.pe/handle/10757/667337">https://repositorioacademicu.edu.pe/handle/10757/667337</a>	<b>Título:</b> Percepción de los adolescentes sobre la imagen corporal expuesta en redes sociales. <b>Autor:</b> Isabella Nicole Escribens Medrano y Camila Yrigoyen Alarco. <b>Tipo:</b> Tesis <b>Objetivo:</b> Describir la percepción sobre la imagen corporal expuesta en las redes sociales de un grupo de adolescentes mujeres.	Cualitativo	“Las participantes destacan que las redes sociales generan una percepción falsa de la vida imponiendo una idea de cuerpo perfecto en las adolescentes, lo que las lleva a cuestionar el propio” (Escribens y Yrigoyen, 2023, p. 14)  Se evidencian un alto grado de influencia en los estereotipos de belleza en las jóvenes por las “ <i>influencers</i> ” que siguen.  Los “ <i>influencers</i> ” se han convertido en un modelo a seguir, mostrando un estilo de vida que las adolescentes quieren seguir.
24	2023	Pastrano Rosero, H. P., Miranda Bajaña, J. F., Yaulema Zavala, T. C. y Ñauñay Ilbay, G. E. (2023). Redes sociales y trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes. <i>Maestro y Sociedad</i> , 132-139.	<b>Título:</b> Redes sociales y trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes. <b>Autor:</b> Hillary Paulina Pastrano Roser, José Francisco Miranda Bajaña, Tania Cecibel Yaulema Zavala, Geoconda Elizabeth Ñauñay Ibalay <b>Tipo:</b> Artículo <b>Objetivo:</b> Determinar el impacto de las redes sociales en la génesis de	Cualitativo y cuantitativo.	Se evidenció que los TAC (Trastornos de la Conducta Alimentaria) se encuentran entre las 3 enfermedades crónicas más frecuentes en los adolescentes.  Se muestra que 9 de cada 10 casos se dan en mujeres jóvenes; la anorexia y bulimia son los trastornos con mayor presentación entre los jóvenes, relacionado al uso de redes sociales en la cual se busca la aceptación social y en la que predomina las conductas alimentarias negativas y la satisfacción corporal.

---

		<a href="https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/6044">https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/6044</a>	los TCA en adolescentes en Ecuador.		Hay un 47,5 % de casos con riesgos de Trastornos de la Conducta Alimentaria, con una prevalencia del 15% predominante en mujeres.
25	2023	Cáceres Nieto, R. A. y Sarmiento, R. M. (2023). <i>Identificación del comportamiento de los usuarios con respecto a uso de las redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)</i> . [Trabajo de grado, Universidad del Azuay]. Dspace de la Universidad del Azuay <a href="http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12661">http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12661</a>	<b>Título:</b> Identificación del comportamiento de los usuarios con respecto a uso de las redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok). <b>Autor:</b> Roberto Andrés Cáceres Nieto.; Rafael Marcos Sarmiento. <b>Tipo:</b> Trabajo de grado <b>Objetivo:</b> Recolectar información e identificar la red social más utilizada, el comportamiento de compra de los usuarios, el horario más frecuente, las principales variables de segmentación y el tipo de contenido que prefiere ver la audiencia de interés para todas aquellas personas que utilizan las redes sociales para su negocio	Cualitativo y cuantitativo	La red social que más utilizan es Instagram, seguido de Facebook, seguido de TikTok y finalmente la red social que menos utilizan es LinkedIn, que sigue creciendo en el mercado laboral y probablemente en otros sectores.  El horario en el que los usuarios se encuentran más activos en redes sociales es desde las 8:00 p.m. hasta las 11:00 p.m. con un 52,4%.

---

*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes consultadas

## Anexo 2: Resultados encuesta aplicada a los estudiantes

No.	¿Cuál es su sexo?	¿En qué rango de edad se encuentra?	¿Qué semestre cursa actualmente?	¿Cuál es la red social que mas utiliza en su vida diaria?	¿Cuál es la red social que más usa para fines académicos?	¿En qué horario está más activo en las redes sociales?	¿Desde qué edad empezó a utilizar redes sociales?	¿Qué lo motiva a utilizar redes sociales?	¿Qué síntomas cree que puede tener una persona para considerarse adicta a las redes sociales?
1	Masculino	Más de 35 años	Noveno	WhatsApp	<a href="#">Academia.edu</a>	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Mas de 18 años	Comunicación	Dependencia
2	Masculino	31 a 35 años	Noveno	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Trabajo	Dependencia
3	Femenino	21 a 25 años	Noveno	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Obsesión
4	Femenino	21 a 25 años	Noveno	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
5	Femenino	21 a 25 años	Cuarto	Tik Tok	<a href="#">Academia.edu</a>	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia
6	Femenino	21 a 25 años	Sexto	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Soledad, Dependencia, Aislamiento
7	Femenino	15 a 20 años	Primero	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Noticias	Obsesión
8	Femenino	21 a 25 años	Tercero	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia
9	Femenino	15 a 20 años	Primero	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Soledad, Baja autoestima, Obsesión
10	Femenino	15 a 20 años	Primero	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Dependencia
11	Femenino	15 a 20 años	Segundo	Instagram	Google Academico	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia
12	Femenino	21 a 25 años	Quinto	X	YouTube	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	15 a 18 años	Estudio	Dependencia
13	Femenino	26 a 30 años	Quinto	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Soledad, Baja autoestima, Dependencia
14	Femenino	26 a 30 años	Cuarto	Tik Tok	<a href="#">Academia.edu</a>	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Baja autoestima
15	Femenino	21 a 25 años	Cuarto	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Obsesión
16	Masculino	15 a 20 años	Cuarto	X	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
17	Masculino	21 a 25 años	Octavo	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
18	Femenino	21 a 25 años	Primero	WhatsApp	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Baja autoestima
19	Masculino	26 a 30 años	Noveno	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Trabajo	Soledad
20	Femenino	15 a 20 años	Tercero	WhatsApp	Yammer	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	15 a 18 años	Entretenimiento	Soledad, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
21	Femenino	21 a 25 años	Noveno	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia

22	Masculino	21 a 25 años	Octavo	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Aislamiento
23	Masculino	15 a 20 años	Cuarto	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Dependencia
24	Femenino	15 a 20 años	Segundo	Tik Tok	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima
25	Femenino	15 a 20 años	Tercero	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
26	Masculino	26 a 30 años	Cuarto	WhatsApp	Google Academico	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	15 a 18 años	Trabajo	Obsesión, Dependencia
27	Femenino	21 a 25 años	Cuarto	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
28	Femenino	15 a 20 años	Cuarto	Instagram	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Trabajo	Dependencia
29	Masculino	21 a 25 años	Octavo	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Dependencia
30	Femenino	26 a 30 años	Septimo	Instagram	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
31	Femenino	15 a 20 años	Segundo	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Soledad, Obsesión, Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
32	Masculino	21 a 25 años	Quinto	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Soledad, Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
33	Masculino	21 a 25 años	Cuarto	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Aislamiento
34	Femenino	15 a 20 años	Cuarto	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia
35	Femenino	15 a 20 años	Cuarto	Tik Tok	Yammer	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Incumplimiento de responsabilidades
36	Masculino	21 a 25 años	Cuarto	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Soledad, Obsesión, Dependencia, Aislamiento
37	Femenino	15 a 20 años	Cuarto	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
38	Femenino	21 a 25 años	Cuarto	Tik Tok	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Trabajo	Dependencia
39	Femenino	15 a 20 años	Cuarto	Tik Tok	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
40	Masculino	15 a 20 años	Cuarto	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia
41	Masculino	21 a 25 años	Cuarto	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia
42	Femenino	26 a 30 años	Cuarto	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
43	Femenino	21 a 25 años	Quinto	Facebook	Yammer	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento

44	Femenino	26 a 30 años	Noveno	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
45	Femenino	15 a 20 años	Septimo	WhatsApp	Yammer	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Trabajo	Soledad, Baja autoestima, Dependencia
46	Masculino	31 a 35 años	Septimo	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Obsesión, Incumplimiento de responsabilidades
47	Masculino	15 a 20 años	Sexto	Tik Tok	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
48	Femenino	Más de 35 años	Sexto	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Mas de 18 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima
49	Femenino	15 a 20 años	Primero	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Incumplimiento de responsabilidades
50	Masculino	26 a 30 años	Noveno	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Trabajo	Dependencia, Aislamiento
51	Femenino	15 a 20 años	Primero	WhatsApp	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Incumplimiento de responsabilidades
52	Femenino	26 a 30 años	Noveno	WhatsApp	<a href="#">Academia.edu</a>	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Aislamiento
53	Femenino	21 a 25 años	Primero	Instagram	<a href="#">Academia.edu</a>	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión
54	Femenino	21 a 25 años	Septimo	WhatsApp	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
55	Masculino	15 a 20 años	Primero	WhatsApp	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia
56	Femenino	15 a 20 años	Primero	Facebook	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
57	Masculino	21 a 25 años	Segundo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia, Aislamiento
58	Femenino	21 a 25 años	Cuarto	WhatsApp	<a href="#">Academia.edu</a>	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
59	Femenino	26 a 30 años	Cuarto	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión
60	Femenino	21 a 25 años	Cuarto	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
61	Masculino	21 a 25 años	Cuarto	YouTube	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
62	Femenino	21 a 25 años	Cuarto	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
63	Femenino	15 a 20 años	Primero	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Obsesión, Dependencia
64	Femenino	15 a 20 años	Primero	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
65	Femenino	15 a 20 años	Primero	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
66	Masculino	21 a 25 años	Primero	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
67	Femenino	15 a 20 años	Primero	YouTube	YouTube	Mañana (Entre 05:00	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento

						am y 11:59 am)			
68	Femenino	15 a 20 años	Primero	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Trabajo	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento
69	Femenino	26 a 30 años	Primero	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
70	Femenino	15 a 20 años	Primero	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Dependencia
71	Femenino	15 a 20 años	Primero	Facebook	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Soledad
72	Masculino	21 a 25 años	Primero	Facebook	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
73	Femenino	21 a 25 años	Primero	YouTube	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
74	Femenino	26 a 30 años	Primero	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
75	Masculino	15 a 20 años	Cuarto	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Aislamiento
76	Femenino	21 a 25 años	Septimo	Instagram	Google Academico	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
77	Femenino	26 a 30 años	Octavo	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
78	Masculino	21 a 25 años	Noveno	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Soledad, Obsesión, Dependencia
79	Masculino	31 a 35 años	Octavo	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Aislamiento
80	Femenino	21 a 25 años	Octavo	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Soledad, Obsesión, Aislamiento
81	Femenino	26 a 30 años	Octavo	Facebook	Yammer	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
82	Femenino	21 a 25 años	Octavo	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima
83	Femenino	Más de 35 años	Septimo	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Mas de 18 años	Comunicación	Dependencia
84	Masculino	21 a 25 años	Cuarto	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Aislamiento
85	Femenino	31 a 35 años	Sexto	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Dependencia
86	Femenino	21 a 25 años	Septimo	WhatsApp	YouTube	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	15 a 18 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Aislamiento
87	Femenino	26 a 30 años	Cuarto	Tik Tok	Yammer	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Baja autoestima
88	Femenino	26 a 30 años	Octavo	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima
89	Masculino	15 a 20 años	Segundo	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Aislamiento
90	Masculino	21 a 25 años	Quinto	Facebook	<a href="https://www.academia.edu/">Academia.edu</a>	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Soledad, Aislamiento

91	Femenino	Más de 35 años	Segundo	WhatsApp	Google Academico	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	Mas de 18 años	Trabajo	Obsesión, Dependencia
92	Masculino	26 a 30 años	Sexto	WhatsApp	<a href="http://Academia.edu">Academia.edu</a>	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
93	Femenino	31 a 35 años	Septimo	Instagram	ResearchGate	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
94	Masculino	Más de 35 años	Segundo	WhatsApp	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Obsesión
95	Masculino	21 a 25 años	Noveno	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Incumplimiento de responsabilidades
96	Masculino	15 a 20 años	Tercero	Facebook	YouTube	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	11 a 14 años	Comunicación	Soledad, Obsesión, Aislamiento
97	Femenino	26 a 30 años	Segundo	Instagram	<a href="http://Academia.edu">Academia.edu</a>	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Noticias	Soledad, Aislamiento
98	Femenino	21 a 25 años	Noveno	Instagram	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
99	Masculino	21 a 25 años	Noveno	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
100	Masculino	15 a 20 años	Segundo	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
101	Masculino	21 a 25 años	Segundo	Facebook	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
102	Masculino	15 a 20 años	Segundo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Soledad, Baja autoestima
103	Masculino	21 a 25 años	Septimo	WhatsApp	ResearchGate	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Obsesión, Dependencia
104	Masculino	26 a 30 años	Sexto	Tik Tok	YouTube	Madrugada (Entre 12:00 am y 04:59 am)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Aislamiento
105	Masculino	26 a 30 años	Segundo	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
106	Masculino	21 a 25 años	Tercero	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Aislamiento
107	Femenino	21 a 25 años	Segundo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Soledad, Baja autoestima
108	Masculino	26 a 30 años	Segundo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Trabajo	Dependencia, Aislamiento
109	Femenino	26 a 30 años	Segundo	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
110	Masculino	21 a 25 años	Segundo	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
111	Femenino	21 a 25 años	Segundo	YouTube	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
112	Masculino	26 a 30 años	Segundo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento
113	Femenino	26 a 30 años	Segundo	Tik Tok	YouTube	Mañana (Entre 05:00	11 a 14 años	Entretenimiento	Soledad

						am y 11:59 am)			
114	Masculino	15 a 20 años	Segundo	WhatsApp	Yammer	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Soledad
115	Masculino	26 a 30 años	Segundo	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Noticias	Obsesión, Dependencia
116	Masculino	21 a 25 años	Segundo	Tik Tok	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia
117	Masculino	26 a 30 años	Tercero	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Obsesión, Dependencia
118	Femenino	26 a 30 años	Tercero	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión
119	Femenino	15 a 20 años	Tercero	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
120	Masculino	21 a 25 años	Tercero	YouTube	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
121	Masculino	26 a 30 años	Tercero	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Dependencia
122	Femenino	21 a 25 años	Tercero	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
123	Femenino	21 a 25 años	Tercero	Instagram	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Soledad, Incumplimiento de responsabilidades
124	Femenino	26 a 30 años	Tercero	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Dependencia, Aislamiento
125	Femenino	21 a 25 años	Tercero	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia
126	Femenino	26 a 30 años	Tercero	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
127	Femenino	15 a 20 años	Tercero	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
128	Masculino	15 a 20 años	Tercero	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia
129	Femenino	15 a 20 años	Tercero	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Noticias	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
130	Femenino	21 a 25 años	Tercero	Facebook	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Obsesión, Dependencia
131	Femenino	15 a 20 años	Tercero	WhatsApp	Yammer	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Trabajo	Baja autoestima, Dependencia
132	Femenino	15 a 20 años	Tercero	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
133	Femenino	21 a 25 años	Quinto	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
134	Masculino	21 a 25 años	Quinto	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
135	Femenino	21 a 25 años	Quinto	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Trabajo	Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
136	Masculino	21 a 25 años	Quinto	YouTube	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Estudio	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
137	Femenino	26 a 30 años	Quinto	Tik Tok	YouTube	Mañana (Entre 05:00	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento

						am y 11:59 am)			
138	Masculino	21 a 25 años	Quinto	YouTube	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
139	Femenino	26 a 30 años	Quinto	Linkendln	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Trabajo	Dependencia, Aislamiento
140	Femenino	21 a 25 años	Quinto	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Noticias	Obsesión, Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
141	Masculino	21 a 25 años	Quinto	Facebook	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima
142	Femenino	21 a 25 años	Quinto	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
143	Femenino	21 a 25 años	Quinto	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
144	Femenino	21 a 25 años	Quinto	Facebook	<a href="http://Academia.edu">Academia.edu</a>	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
145	Femenino	21 a 25 años	Quinto	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia
146	Femenino	21 a 25 años	Quinto	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia
147	Masculino	21 a 25 años	Quinto	Tik Tok	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
148	Femenino	26 a 30 años	Quinto	Facebook	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Noticias	Baja autoestima, Dependencia
149	Femenino	26 a 30 años	Noveno	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia
150	Femenino	21 a 25 años	Sexto	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
151	Masculino	21 a 25 años	Sexto	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
152	Masculino	21 a 25 años	Sexto	Facebook	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia
153	Femenino	21 a 25 años	Sexto	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia
154	Femenino	26 a 30 años	Sexto	Tik Tok	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión
155	Femenino	21 a 25 años	Sexto	YouTube	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia
156	Femenino	21 a 25 años	Sexto	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Aislamiento
157	Masculino	31 a 35 años	Sexto	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
158	Femenino	21 a 25 años	Sexto	Tik Tok	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia
159	Femenino	21 a 25 años	Sexto	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
160	Masculino	21 a 25 años	Sexto	Facebook	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
161	Femenino	21 a 25 años	Sexto	Tik Tok	<a href="http://Academia.edu">Academia.edu</a>	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento

162	Femenino	26 a 30 años	Sexto	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
163	Femenino	21 a 25 años	Sexto	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Estudio	Obsesión, Dependencia
164	Femenino	26 a 30 años	Sexto	Telegram	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
165	Femenino	21 a 25 años	Sexto	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
166	Femenino	21 a 25 años	Septimo	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
167	Masculino	26 a 30 años	Septimo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Mas de 18 años	Entretenimiento	Soledad, Obsesión, Aislamiento
168	Femenino	31 a 35 años	Septimo	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento
169	Masculino	26 a 30 años	Septimo	Facebook	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
170	Femenino	26 a 30 años	Septimo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
171	Femenino	26 a 30 años	Septimo	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Dependencia
172	Femenino	21 a 25 años	Septimo	YouTube	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
173	Femenino	26 a 30 años	Septimo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
174	Femenino	26 a 30 años	Septimo	Instagram	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
175	Femenino	26 a 30 años	Septimo	LinkendIn	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Trabajo	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
176	Femenino	21 a 25 años	Septimo	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
177	Femenino	26 a 30 años	Septimo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
178	Femenino	26 a 30 años	Octavo	Tik Tok	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Incumplimiento de responsabilidades
179	Femenino	31 a 35 años	Septimo	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
180	Femenino	26 a 30 años	Octavo	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
181	Femenino	26 a 30 años	Octavo	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
182	Femenino	26 a 30 años	Octavo	Facebook	YouTube	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	11 a 14 años	Estudio	Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
183	Femenino	31 a 35 años	Octavo	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Mas de 18 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
184	Femenino	26 a 30 años	Octavo	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
185	Femenino	26 a 30 años	Octavo	Facebook	Google Academico	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia

186	Masculino	21 a 25 años	Octavo	YouTube	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Mas de 18 años	Entretenimiento	Dependencia
187	Femenino	21 a 25 años	Octavo	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
188	Femenino	21 a 25 años	Octavo	WhatsApp	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Obsesión
189	Femenino	21 a 25 años	Octavo	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	Entretenimiento	Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
190	Femenino	21 a 25 años	Octavo	Instagram	Google Academico	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Incumplimiento de responsabilidades
191	Masculino	31 a 35 años	Octavo	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Noticias	Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
192	Masculino	21 a 25 años	Noveno	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
193	Femenino	21 a 25 años	Noveno	Instagram	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Comunicación	Obsesión, Dependencia, Aislamiento
194	Femenino	26 a 30 años	Noveno	WhatsApp	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Baja autoestima, Dependencia, Aislamiento
195	Femenino	21 a 25 años	Noveno	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	15 a 18 años	Entretenimiento	Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
196	Femenino	26 a 30 años	Noveno	WhatsApp	YouTube	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Aislamiento
197	Femenino	21 a 25 años	Noveno	Tik Tok	Google Academico	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	11 a 14 años	Entretenimiento	Baja autoestima, Obsesión, Dependencia
198	Femenino	21 a 25 años	Noveno	WhatsApp	YouTube	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	11 a 14 años	Comunicación	Soledad, Baja autoestima, Obsesión, Dependencia, Aislamiento, Incumplimiento de responsabilidades
No.	¿Alguna vez ha sido insultado, agredido, difamado o humillado por medio de las redes sociales?	¿En cuantos sitios de redes sociales tiene una cuenta?	¿Considera que implementar el uso de redes sociales para el aprendizaje en aulas de clase puede contribuir para mejorar el rendimiento académico?	¿Considera que su perfil en las redes sociales refleja quién es en realidad?	¿Considera que las redes sociales ayudan al desarrollo cognitivo (conocimiento, aprendizaje y experiencia) del ser humano?	¿Si pudiera crear una red social, sobre qué tema la haría?	¿Autoriza el Tratamiento de Datos Personales?		
1	Pocas veces	3	No	No	Sí	Buen	Si		
2	Nunca	4	Si	No	Sí	Negocios	Si		
3	Nunca	2	No	Si	Sí	Finanzas, diseño	Si		
4	Nunca	Más de 4	Si	No	No	administrativa, desde el hogar, niños, amas de casa	Si		
5	Nunca	3	No	No	No	En cierta parte se podría considerar que no ya que el contenido que maneja las redes sociales ahora no es de gran enseñanza	Si		
6	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Cultura general	Si		
7	Algunas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Animales 100%	No		
8	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	N/A	Si		
9	Pocas veces	1	Si	No	Sí	Sobre entornos académicos a nivel global	Si		
10	Nunca	3	Si	No	Sí	Lecturas	Si		
11	Nunca	Más de 4	No	Si	Sí	Entretenimiento,sobre la vida de uno etc	Si		
12	Siempre	2	Si	Si	Sí	Sobre la hipocresia	No		
13	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Ayuda perdonal	Si		
14	Pocas veces	Más de 4	Si	No	No	Finanzas	Si		
15	Nunca	1	Si	Si	Sí	Sobre cocina	Si		

16	Pocas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre deportes	Si
17	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Una red social que el fin de promover noticias científicas o descubrimientos	Si
18	Nunca	2	Si	Si	Sí	Ventas online	Si
19	Algunas veces	3	Si	No	No	Salud	Si
20	Nunca	Más de 4	No	Si	Sí	Para personas con discapacidad visual	Si
21	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Simulaciones de la vida real	Si
22	Muchas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Cultura general	Si
23	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Mecanica de motos	Si
24	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Seguridad	Si
25	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Crecimiento personal	Si
26	Algunas veces	Más de 4	No	No	No	Le Tura crítica	Si
27	Nunca	4	No	No	No	Documentales	Si
28	Algunas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Emprendimientos	Si
29	Nunca	4	Si	No	Sí	Concientización psicológica de cómo personas vulnerables se ven afectadas por cosas triviales de la sociedad	Si
30	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Noticias globales	Si
31	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Una red social para artistas, diseñadores, escritores y otros creativos, donde puedan compartir sus obras, recibir retroalimentación constructiva, colaborar en proyectos conjuntos y encontrar oportunidades de exposición y venta.	Si
32	Algunas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Emprendimiento en el siglo XXI	Si
33	Nunca	3	Si	Si	Sí	Deporte	Si
34	Nunca	4	Si	No	Sí	Libros	Si
35	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre libros y flores	Si
36	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Información fácil y rápida sobre temas de literatura para la gente que nos gusta la lectura.	Si
37	Nunca	4	Si	No	Sí	Gustos	Si
38	Nunca	4	Si	Si	Sí	Sobre matemáticas	Si
39	Nunca	4	Si	Si	Sí	algo sobre entretenimiento	Si
40	Pocas veces	4	Si	No	Sí	Deportivo	Si
41	Nunca	3	Si	Si	Sí	Socialización De Cinéfilos	Si
42	Nunca	4	Si	Si	Sí	Recreacion	Si
43	Pocas veces	3	Si	No	No	La depresión	Si
44	Nunca	2	Si	No	Sí	Información importante como las noticias	Si
45	Pocas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre apoyo inmigrante	Si
46	Nunca	2	Si	Si	Sí	Entretenimiento	Si
47	Nunca	1	Si	No	Sí	Sobre dónde podemos aprender y entretenernos	No
48	Pocas veces	3	Si	No	No	Acompañamiento psicológico para personas con enfermedades terminales	Si
49	Algunas veces	1	No	Si	No	Bienestar mental	No
50	Algunas veces	2	No	Si	Sí	Educación financiera	Si
51	Algunas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	No se	Si
52	Nunca	2	No	Si	No	Musica	Si
53	Pocas veces	3	Si	Si	Sí	Animales	Si
54	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Red social de idiomas.	Si
55	Algunas veces	4	Si	Si	Sí	Sismos y terremotos	Si
56	Pocas veces	4	Si	No	Sí	Entretenimiento	Si
57	Nunca	3	Si	Si	No	Juegos	Si
58	Pocas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Negocios	Si
59	Nunca	4	No	Si	No	Buena educacion	Si
60	Nunca	Más de 4	No	No	No	Emprendimiento	Si
61	Algunas veces	Más de 4	No	No	No	Viajes	Si
62	Nunca	3	No	Si	No	Tecnologia	Si
63	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Animales	Si
64	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Ventas	Si
65	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Musica	Si
66	Algunas veces	Más de 4	No	Si	Sí	Ayuda psicologica	Si

67	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Rescate de animales	Si
68	Nunca	Más de 4	No	Si	No	Idiomas	Si
69	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Conocer personas de otro país	Si
70	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Academica	Si
71	Nunca	Más de 4	No	No	No	Acompañamiento académico	Si
72	Nunca	3	Si	Si	Sí	Ventas	Si
73	Nunca	3	Si	Si	Sí	Emprendimiento	Si
74	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Para conseguir trabajo	Si
75	Nunca	3	Si	Si	Sí	Una red social donde los usuarios puedan evaluar los recursos educativos que se encuentran en internet.	Si
76	Algunas veces	4	Si	Si	No	Un foro o grupos donde las personas pueden publicar preguntas y respuestas	Si
77	Pocas veces	4	Si	No	Sí	Una biblioteca digital, que tenga recursos educativos, como artículos, videos y cursos, que faciliten el aprendizaje en línea	Si
78	Algunas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	.	Si
79	Nunca	4	Si	Si	Sí	Animales	Si
80	Pocas veces	3	Si	No	No	Temas ambientales y ecológicos, aprovechamiento de residuos	Si
81	Nunca	Más de 4	No	No	No	No sé	Si
82	Algunas veces	Más de 4	Si	No	Sí	La importancia de no prestar atención a todo lo que se dice abarcar y hablar de los estereotipos que se crean y afectan algunas veces.	Si
83	Pocas veces	4	Si	No	Sí	Temas educativos y de interés	Si
84	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Donde podamos preguntar e impartir conocimientos sobre diversas áreas	No
85	Nunca	4	Si	No	No	Ninguno	Si
86	Algunas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Sobre videos tutoriales para enseñar de cualquier tema, que sea interactivo	Si
87	Pocas veces	Más de 4	No	No	No	Financiero	Si
88	Nunca	4	No	Si	No	Redes sociales que sean útiles para aprender, que no le quiten el tiempo innecesariamente a las personas, que aporten a s desarrollo educativo	Si
89	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Sobre el cuidado de las mascotas	Si
90	Nunca	3	No	Si	No	Sobre una interacción segura en internet, en el que se puedan establecer límites de edad para el uso de ciertas redes sociales o de funciones que cada una de ellas	Si
91	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Empresarios, estudiantes, proyectos	Si
92	Nunca	2	No	Si	No	Cultural	Si
93	Nunca	3	Si	No	Sí	Gastronomía	Si
94	Nunca	3	No	Si	No	Gastronomía	Si
95	Pocas veces	3	No	Si	No	Una red social en la que se puedan compartir experiencias laborales de profesionales al rededor del mundo	Si
96	Algunas veces	3	Si	Si	Sí	Sobre el medio ambiente	Si
97	Nunca	4	No	Si	No	Marketing digital, diseño de páginas, cómo llegar a un público específico, todo sobre ventas en línea	Si
98	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Problemas sociales que no se hablan	Si
99	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Entretención	Si
100	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Sobre tecnología	Si
101	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	Negocios	Si
102	Nunca	Más de 4	Si	Si	No	Emprendimiento	Si
103	Algunas veces	Más de 4	Si	Si	No	Recomendaciones de restaurantes, comidas	Si
104	Pocas veces	Más de 4	No	No	No	Recomendaciones de videojuegos	Si

105	Pocas veces	Más de 4	Si	Si	Sí	Entretención	Si
106	Nunca	3	Si	Si	Sí	.	Si
107	Nunca	4	Si	Si	Sí	Salud mental	Si
108	Nunca	4	Si	Si	Sí	Conseguir trabajo	Si
109	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Animales y sus cuidados	Si
110	Nunca	3	Si	No	No	Deportes	Si
111	Nunca	4	Si	No	Sí	Videos	Si
112	Nunca	3	Si	No	No	Música	Si
113	Nunca	3	No	No	No	Sobre conocer personas	Si
114	Pocas veces	3	Si	Si	Sí	.	Si
115	Pocas veces	4	No	No	Sí	Académica y didáctica	Si
116	Nunca	Más de 4	No	No	Sí	Sobre reducir el estrés laboral	Si
117	Nunca	Más de 4	Si	No	No	.	Si
118	Nunca	2	No	No	Sí	Cuidado de bebés	Si
119	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Gustos musicales	Si
120	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Acceso directo a archivos informativos y didácticos	Si
121	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	.	Si
122	Pocas veces	4	No	No	No	Emprendimiento	Si
123	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Ayudar a las personas que lo necesitan	Si
124	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Negocios	Si
125	Nunca	Más de 4	No	No	No	Gustos musicales	Si
126	Nunca	Más de 4	Si	Si	No	Compartir cultura y conocimientos en otros países	Si
127	Nunca	Más de 4	Si	Si	No	Ayudar a los perritos de la calle	Si
128	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Idiomas	Si
129	Nunca	3	Si	No	Sí	Clima	Si
130	Pocas veces	Más de 4	Si	No	No	Experiencias de vida	Si
131	Nunca	4	Si	No	Sí	Encontrar empleo de una manera más eficiente	Si
132	Nunca	Más de 4	No	Si	Sí	Comunicación	Si
133	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Intercambiar conocimientos de profesiones	Si
134	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Entrevistas	Si
135	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Conocimientos y tips para aplicar en ofertas laborales	Si
136	Nunca	3	No	No	No	Conocimientos prácticos de varias carreras de pregrado	Si
137	Algunas veces	Más de 4	Si	No	No	No me gustaría	Si
138	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Tecnología	Si
139	Nunca	4	No	No	No	Plataforma de empleo	Si
140	Nunca	4	Si	No	Sí	Tips para los padres principiantes	Si
141	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Ayuda psicológica	Si
142	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Religión	Si
143	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Conocimiento financiero	Si
144	Nunca	3	Si	No	Sí	.	Si
145	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Música	Si
146	Pocas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Libros gratis	Si
147	Pocas veces	4	Si	No	Sí	Academia	Si
148	Algunas veces	Más de 4	No	Si	No	Estudios específicos	Si
149	Pocas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Fotos	Si
150	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre tecnología innovación, publicidad	Si
151	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Conocimientos extraordinarios	Si
152	Algunas veces	4	No	Si	No	Negocios y ventas	Si
153	Nunca	Más de 4	No	Si	Sí	Moda	Si
154	Nunca	Más de 4	Si	Si	Sí	El cuidado del agua	Si
155	Pocas veces	4	Si	No	Sí	Emprendimiento	Si
156	Pocas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre planes para proyectos de vivienda	Si
157	Pocas veces	Más de 4	No	Si	No	Educación continua	Si
158	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Conocimientos acerca de la carrera que actualmente se está estudiando	Si
159	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Comunicación con otros países	Si
160	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	.	Si
161	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	.	
162	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre experiencia laboral	Si

163	Nunca	4	Si	No	Sí	Experiencias personales	Si
164	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Comunicación	Si
165	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Musica	Si
166	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Videos de aventuras	Si
167	Nunca	Más de 4	No	Si	No	Recetas de cocina	Si
168	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Musica	Si
169	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Redes académicas	Si
170	Nunca	Más de 4	No	Si	Sí	Conocimientos extras de la carrera quenuno	Si
171	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	.	Si
172	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Estudios	Si
173	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Actividades ludicas	Si
174	Nunca	Más de 4	Si	Si	No	Mantener dietas y ejercicios	Si
175	Nunca	Más de 4	No	Si	No	Ayudar a conseguir trabajo	Si
176	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	.	Si
177	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	.	Si
178	Pocas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Empresas	Si
179	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre tecnología	Si
180	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Sobre campañas de ayudas psicológicas	Si
181	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Comunicación	Si
182	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Estudios	Si
183	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Comunicación	Si
184	Nunca	Más de 4	Si	No	No	.	Si
185	Algunas veces	Más de 4	Si	No	Sí	Una app donde los jóvenes sean guiados para saber en realidad que quieren estudiar y cuales son sus habilidades	Si
186	Nunca	Más de 4	Si	No	No	Ventas	Si
187	Nunca	4	No	No	No	Un Block de notas con recordatorios para las tareas del día a día	Si
188	Pocas veces	Más de 4	No	No	No	Artículos de aprendizaje	Si
189	Pocas veces	Más de 4	Si	No	No	.	Si
190	Algunas veces	4	Si	No	No	Musica clasica	Si
191	Nunca	Más de 4	No	No	No	Entregas	Si
192	Nunca	Más de 4	No	No	No	Sobre fotos exóticas	Si
193	Nunca	Más de 4	Si	Si	No	Apoyo psicológico	Si
194	Nunca	Más de 4	Si	No	Sí	Comunicación	Si
195	Pocas veces	4	Si	No	No	Relaciones internacionales	Si
196	Nunca	Más de 4	Si	Si	No	.	Si
197	Nunca	Más de 4	No	Si	Sí	Dibujo y pintura	Si
198	Pocas veces	Más de 4	Si	No	No	Donde se pueda reunir ayudas económicas y alimenticias para las personas que lo necesitan	Si

**Anexo 3: Resultados encuesta aplicada a los docentes**

No.	¿Cuál es su sexo?	¿En qué rango de edad se encuentra?	¿En sus clases tiene permitido o el uso del celular?	¿De acuerdo con sus clases en que jornada cree que los estudiantes utilizan más el celular?	¿Por qué cree usted que los estudiantes utilizan el celular en el aula de clase?	¿Considera que se puede implementar las redes sociales en el aula de clase como herramienta de aprendizaje?	¿Utiliza alguna red social en su vida profesional?	En caso de responder si, ¿cuál?	¿Si tuviera que recomendar una red social para ayudar al rendimiento académico de los estudiantes, cuál sería?	¿Autoriza el Tratamiento de Datos Personales?
1	Masculino	Entre 45 y 54 años	No	Jornada Diurna	Distraerse con las redes sociales	No	Si	WhatssApp	Algo como kahoot	
2	Femenino	Entre 35 y 44 años	Si	Jornada Diurna	Les parece aburrida la clase	Si	Si	Si, LinkedIn	Tik tok en ejercicios matematicos, trucos de aprendizaje	
3	Masculino	Entre 35 y 44 años	No	Jornada Diurna	Distraerse con las redes sociales	Si	Si	Edmodo, Schoology	Academia.edu	Si
4	Masculino	Entre 45 y 54 años	Si	Jornada Nocturna	Distraerse con las redes sociales	Si	Si	LinkedIn, facilita la búsqueda de trabajo	Recomendaría Google académico para recursos educativos	Si
5	Femenino	Entre 35 y 44 años	No	Jornada Diurna	Distraerse con las redes sociales	No	No	No	Google academico	Si
6	Masculino	Entre 45 y 54 años	Si	Jornada Nocturna	Les parece aburrida la clase	Si	No	Na	No	Si
7	Femenino	Entre 35 y 44 años	Si	Jornada Diurna	Les parece aburrida la clase	No	Si	LinkedIn	Academia.edu	Si
8	Masculino	Entre 35 y 44 años	Si	Jornada Nocturna	Distraerse con las redes sociales	Si	No	No	Youtube, tutoriales	Si

## Anexo 4: Tabulación encuesta aplicada a los estudiantes

No. de Encuestas	1. ¿Cuál es su sexo?		2. ¿En qué rango de edad se encuentra?					3. ¿Qué semestre cursa actualmente?								
	Femenino	Masculino	15 a 20 años	21 a 25 años	26 a 30 años	31 a 35 años	Más de 35 años	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	Sexto	Septimo	Octavo	Noveno
Encuesta #1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #4	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #5	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #6	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #7	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #8	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #9	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #10	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #11	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #12	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #13	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #14	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #15	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #16	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #17	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #18	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #19	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #20	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #21	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #22	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #23	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #24	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #25	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #26	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #27	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #28	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #29	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #30	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #31	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #32	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #33	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0

Encuesta #34	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #35	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #36	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #37	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #38	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #39	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #40	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #41	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #42	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #43	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #44	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #45	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #46	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #47	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #48	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #49	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #50	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #51	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #52	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #53	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #54	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #55	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #56	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #57	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #58	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #59	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #60	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #61	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #62	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #63	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #64	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #65	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #66	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #67	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #68	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #69	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

Encuesta #70	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #71	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #72	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #73	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #74	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #75	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #76	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #77	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #78	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #79	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #80	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #81	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #82	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #83	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #84	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #85	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #86	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #87	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #88	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #89	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #90	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #91	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #92	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #93	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #94	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #95	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #96	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #97	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #98	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #99	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #100	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #101	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #102	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Encuesta #103	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #104	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #105	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

Encuesta #106	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #107	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #108	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #109	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #110	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #111	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #112	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #113	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #114	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #115	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #116	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Encuesta #117	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #118	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #119	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #120	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #121	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #122	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #123	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #124	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #125	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #126	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #127	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #128	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #129	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #130	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #131	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #132	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Encuesta #133	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #134	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #135	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #136	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #137	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #138	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #139	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #140	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #141	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0



Encuesta #178	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #179	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #180	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #181	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #182	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #183	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #184	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #185	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #186	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #187	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #188	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #189	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #190	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #191	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #192	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #193	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #194	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #195	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #196	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #197	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #198	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>64</b>	<b>41</b>	<b>89</b>	<b>53</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>21</b>
<b>Porcentajes</b>	68%	32%	21%	45%	27%	5%	3%	11%	11%	11%	13%	11%	11%	11%	11%

No. de Encuestas	4. ¿Cuál es la red social que más utiliza en su vida diaria?									5. ¿Cuál es la red social que más usa para fines académicos?				
	WhatsApp	Telegram	Facebook	LinkedIn	TikTok	Snapchat	YouTube	Instagram	X	Yammer	YouTube	Academia.edu	Google Académico	ResearchGate
Encuesta #1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #4	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #6	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #7	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #10	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0

Encuesta #11	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #12	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #13	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #14	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #15	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #16	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #17	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #18	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #19	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #20	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #21	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #22	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #23	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #24	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #25	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #26	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #27	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #28	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #29	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #30	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #31	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #32	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #33	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #34	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #35	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #36	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #37	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #38	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #39	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #40	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #41	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #42	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #43	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #44	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #45	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #46	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

Encuesta #47	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #48	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #49	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #50	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #51	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #52	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #53	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #54	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #55	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #56	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #57	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #58	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #59	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #60	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #61	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #62	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #63	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #64	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #65	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #66	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #67	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #68	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #69	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #70	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #71	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #72	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #73	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #74	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #75	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #76	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #77	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #78	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #79	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #80	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #81	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #82	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0

Encuesta #83	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #84	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #85	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #86	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #87	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #88	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #89	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #90	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #91	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #92	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #93	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #94	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #95	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #96	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #97	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #98	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #99	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #100	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #101	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #102	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #103	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #104	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #105	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #106	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #107	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #108	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #109	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #110	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #111	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #112	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #113	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #114	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #115	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #116	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #117	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #118	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0



Encuesta #155	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #156	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #157	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #158	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #159	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #160	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #161	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #162	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #163	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #164	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #165	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #166	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #167	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #168	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #169	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #170	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #171	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #172	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #173	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #174	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #175	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #176	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #177	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #178	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #179	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #180	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #181	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #182	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #183	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #184	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #185	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #186	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #187	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #188	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #189	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #190	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0

Encuesta #191	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #192	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #193	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #194	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #195	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #196	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #197	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #198	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>1</b>	<b>35</b>	<b>2</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>82</b>	<b>11</b>	<b>95</b>	<b>2</b>
<b>Porcentajes</b>	35,9%	0,5%	17,7%	1,0%	21,7%	0,0%	5,1%	17,2%	1,0%	4%	41%	6%	48%	1%

No. de Encuestas	6. ¿En qué horario está más activo en las redes sociales?				7. ¿Desde qué edad empezó a utilizar redes sociales?				8. ¿Qué lo motiva a utilizar redes sociales?				
	Madrugada (Entre 12:00 am y 04:59am)	Mañana (Entre 05:00 am y 11:59 am)	Tarde (Entre 12:00 pm y 06:59 pm)	Noche (Entre 07:00 pm y 11:59 pm)	Desde los 10 años o menos	11 a 14 años	15 a 18 años	Más de 18 años	Comunicación	Entretención	Trabajo	Estudio	Noticias
Encuesta #1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Encuesta #2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #3	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #4	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #5	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #6	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #7	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #8	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #9	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #10	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #11	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #12	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #13	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #14	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #15	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #16	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #17	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #18	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #19	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #20	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #21	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #22	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0

Encuesta #23	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #24	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #25	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #26	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #27	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #28	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #29	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #30	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #31	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #32	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #33	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #34	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #35	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #36	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #37	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #38	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #39	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #40	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #41	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #42	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #43	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #44	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #45	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #46	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #47	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #48	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #49	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #50	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #51	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #52	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #53	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #54	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #55	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #56	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #57	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #58	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0

Encuesta #59	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #60	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #61	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #62	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #63	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #64	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #65	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #66	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #67	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #68	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #69	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #70	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #71	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #72	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #73	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #74	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #75	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #76	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #77	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #78	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #79	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #80	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #81	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #82	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #83	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Encuesta #84	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #85	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #86	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #87	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #88	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #89	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #90	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #91	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #92	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #93	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #94	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0

Encuesta #95	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #96	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #97	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #98	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #99	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #100	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #101	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #102	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #103	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #104	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #105	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #106	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #107	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #108	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #109	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #110	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #111	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #112	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #113	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #114	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #115	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #116	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #117	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #118	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #119	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #120	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #121	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #122	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #123	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #124	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #125	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #126	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #127	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #128	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #129	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #130	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0

Encuesta #131	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #132	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #133	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #134	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #135	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #136	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #137	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #138	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #139	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #140	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #141	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #142	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #143	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #144	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #145	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #146	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #147	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #148	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #149	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #150	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #151	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #152	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #153	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #154	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #155	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #156	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #157	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #158	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #159	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #160	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #161	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #162	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #163	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #164	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #165	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #166	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0

Encuesta #167	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #168	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #169	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #170	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #171	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #172	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #173	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #174	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #175	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #176	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #177	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #178	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #179	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #180	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #181	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #182	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #183	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #184	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #185	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #186	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #187	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #188	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #189	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #190	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #191	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #192	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #193	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #194	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuesta #195	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Encuesta #196	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #197	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #198	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>57</b>	<b>126</b>	<b>34</b>	<b>113</b>	<b>44</b>	<b>7</b>	<b>56</b>	<b>103</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>7</b>
<b>Porcentajes</b>	0,5%	7,1%	28,8%	63,6%	17%	57 %	22 %	4%	28,8%	52,02%	7,07%	9,09 %	3,54%

No. de Encuestas	9. ¿Qué síntomas cree que puede tener una persona para considerarse adicta a las redes sociales?						10. ¿Alguna vez ha sido insultado, agredido, difamado o humillado por medio de las redes sociales?					11. ¿En cuantos sitios de redes sociales tiene una cuenta?				
	Soledad	Baja autoestima	Obsesión	Dependencia	Aislamiento social	Incumplimiento de responsabilidades	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Pocas veces	Nunca	1	2	3	4	Más de 4
Encuesta #1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #4	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #5	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #6	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #7	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #8	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #9	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Encuesta #10	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #11	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #12	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Encuesta #13	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #14	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #15	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Encuesta #16	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #17	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #18	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #19	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Encuesta #20	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #21	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #22	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #23	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #24	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #25	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #26	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #27	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #28	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #29	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #30	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #31	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #32	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #33	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0

Encuest a #34	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #35	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #36	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #37	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #38	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #39	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #40	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuest a #41	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #42	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #43	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuest a #44	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuest a #45	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #46	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuest a #47	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Encuest a #48	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuest a #49	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Encuest a #50	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Encuest a #51	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuest a #52	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuest a #53	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuest a #54	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #55	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuest a #56	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuest a #57	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #58	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #59	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #60	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #61	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuest a #62	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #63	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #64	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #65	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #66	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuest a #67	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #68	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #69	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1

Encuest a #70	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #71	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #72	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #73	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #74	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #75	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #76	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuest a #77	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuest a #78	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuest a #79	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #80	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuest a #81	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #82	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuest a #83	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuest a #84	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #85	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #86	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuest a #87	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #88	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #89	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #90	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #91	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #92	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuest a #93	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #94	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuest a #95	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #96	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Encuest a #97	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuest a #98	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #99	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #100	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #101	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #102	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuest a #103	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuest a #104	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuest a #105	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1

Encuesta #106	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #107	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #108	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #109	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #110	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #111	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #112	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #113	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #114	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Encuesta #115	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #116	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #117	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #118	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Encuesta #119	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #120	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #121	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #122	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #123	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #124	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #125	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #126	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #127	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #128	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #129	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #130	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #131	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #132	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #133	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #134	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #135	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #136	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #137	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #138	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #139	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #140	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #141	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1

Encuesta #142	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #143	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #144	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Encuesta #145	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #146	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #147	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #148	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #149	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #150	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #151	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #152	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #153	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #154	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #155	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #156	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #157	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #158	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #159	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #160	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #161	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #162	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #163	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #164	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #165	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #166	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #167	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #168	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #169	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #170	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #171	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #172	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #173	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #174	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #175	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #176	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #177	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1

Encuesta #178	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #179	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #180	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #181	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #182	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #183	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #184	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #185	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Encuesta #186	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #187	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Encuesta #188	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #189	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Encuesta #190	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Encuesta #191	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #192	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #193	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #194	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #195	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Encuesta #196	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #197	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Encuesta #198	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>81</b>	<b>112</b>	<b>127</b>	<b>78</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>40</b>	<b>134</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>28</b>	<b>34</b>	<b>123</b>
<b>Porcentajes</b>							0,5%	0,5%	11,1%	20,2%	67,7%	2,02%	4,55%	14,14%	17,17%	62,12%

## Anexo 5: Tabulación encuesta aplicada a los docentes

No. de Encuestas	12. ¿Considera que implementar el uso de redes sociales para el aprendizaje en aulas de clase puede contribuir para mejorar el rendimiento académico?		13. ¿Considera que su perfil en las redes sociales refleja quién es en realidad?		14. ¿Considera que las redes sociales ayudan al desarrollo cognitivo (conocimiento, aprendizaje y experiencia) del ser humano?		15. ¿Si pudiera crear una red social sobre qué tema la haría?	¿Autoriza el Tratamiento de Datos Personales?
	Si	No	Si	No	Si	No		
Encuesta #1	0	1	0	1	1	0		Si
Encuesta #2	1	0	0	1	1	0	Negocios	Si
Encuesta #3	0	1	1	0	1	0	Finanzas	Si
Encuesta #4	1	0	0	1	0	1	Hogar	Si
Encuesta #5	0	1	0	1	0	1	Ninguno	Si
Encuesta #6	1	0	0	1	0	1	Cultura	Si
Encuesta #7	1	0	1	0	1	0	Animales	No
Encuesta #8	1	0	1	0	1	0		Si
Encuesta #9	1	0	0	1	1	0	Académico	Si
Encuesta #10	1	0	0	1	1	0	Lecturas	Si
Encuesta #11	0	1	1	0	1	0	Vida	Si
Encuesta #12	1	0	1	0	1	0	Hipocresía	No
Encuesta #13	1	0	0	1	1	0	Ayuda	Si
Encuesta #14	1	0	0	1	0	1	Finanzas	Si
Encuesta #15	1	0	1	0	1	0	Cocina	Si
Encuesta #16	1	0	0	1	1	0	Deportes	Si
Encuesta #17	1	0	0	1	1	0	Noticias	Si
Encuesta #18	1	0	1	0	1	0	Ventas	Si
Encuesta #19	1	0	0	1	0	1	Salud	Si
Encuesta #20	0	1	1	0	1	0	Discapacidad	Si
Encuesta #21	1	0	1	0	1	0	Simulaciones	Si
Encuesta #22	1	0	1	0	1	0	Cultura	Si
Encuesta #23	1	0	1	0	1	0	Mecánica	Si
Encuesta #24	1	0	0	1	1	0	Seguridad	Si
Encuesta #25	1	0	1	0	1	0	Crecimiento	Si
Encuesta #26	0	1	0	1	0	1	Lectura	Si
Encuesta #27	0	1	0	1	0	1	Documentales	Si
Encuesta #28	1	0	0	1	1	0	Emprendimiento	Si
Encuesta #29	1	0	0	1	1	0	Psicología	Si
Encuesta #30	1	0	1	0	1	0	Noticias	Si
Encuesta #31	1	0	0	1	1	0	Arte	Si
Encuesta #32	1	0	0	1	1	0	Deportes	Si
Encuesta #33	1	0	1	0	1	0	Deporte	Si
Encuesta #34	1	0	0	1	1	0	Libros	Si

Encuesta #35	1	0	0	1	1	0	Libros	Si
Encuesta #36	1	0	1	0	1	0	Literatura	Si
Encuesta #37	1	0	0	1	1	0	Gustos	Si
Encuesta #38	1	0	1	0	1	0	Matemáticas	Si
Encuesta #39	1	0	1	0	1	0	Entretenimiento	Si
Encuesta #40	1	0	0	1	1	0	Deportivo	Si
Encuesta #41	1	0	1	0	1	0	Cinéfilos	Si
Encuesta #42	1	0	1	0	1	0	Recreación	Si
Encuesta #43	1	0	0	1	0	1	Depresión	Si
Encuesta #44	1	0	0	1	1	0	Noticias	Si
Encuesta #45	1	0	0	1	1	0	Inmigración	Si
Encuesta #46	1	0	1	0	1	0	Entretenimiento	Si
Encuesta #47	1	0	0	1	1	0	Aprendizaje	No
Encuesta #48	1	0	0	1	0	1	Psicología	Si
Encuesta #49	0	1	1	0	0	1	Bienestar	No
Encuesta #50	0	1	1	0	1	0	Educación	Si
Encuesta #51	1	0	1	0	1	0		Si
Encuesta #52	0	1	1	0	0	1	Música	Si
Encuesta #53	1	0	1	0	1	0	Animales	Si
Encuesta #54	1	0	0	1	1	0	Idiomas	Si
Encuesta #55	1	0	1	0	1	0	Terremotos	Si
Encuesta #56	1	0	0	1	1	0	Entretenimiento	Si
Encuesta #57	1	0	1	0	0	1	Juegos	Si
Encuesta #58	1	0	0	1	1	0	Negocios	Si
Encuesta #59	0	1	1	0	0	1	Educación	Si
Encuesta #60	0	1	0	1	0	1	Emprendimiento	Si
Encuesta #61	0	1	0	1	0	1	Viajes	Si
Encuesta #62	0	1	1	0	0	1	Tecnología	Si
Encuesta #63	1	0	1	0	1	0	Animales	Si
Encuesta #64	1	0	1	0	1	0	Ventas	Si
Encuesta #65	1	0	1	0	1	0	Música	Si
Encuesta #66	0	1	1	0	1	0	Ayuda	Si
Encuesta #67	1	0	1	0	1	0	Animales	Si
Encuesta #68	0	1	1	0	0	1	Idiomas	Si
Encuesta #69	1	0	1	0	1	0	Comunicación	Si
Encuesta #70	1	0	1	0	1	0	Académica	Si

Encuesta #71	0	1	0	1	0	1	Acompañamiento	Si
Encuesta #72	1	0	1	0	1	0	Ventas	Si
Encuesta #73	1	0	1	0	1	0	Emprendimiento	Si
Encuesta #74	1	0	1	0	1	0	Trabajo	Si
Encuesta #75	1	0	1	0	1	0	Evaluar	Si
Encuesta #76	1	0	1	0	0	1	Foros	Si
Encuesta #77	1	0	0	1	1	0	Aprendizaje	Si
Encuesta #78	1	0	1	0	1	0		Si
Encuesta #79	1	0	1	0	1	0	Animales	Si
Encuesta #80	1	0	0	1	0	1	Medioambiente	Si
Encuesta #81	0	1	0	1	0	1		Si
Encuesta #82	1	0	0	1	1	0	Estereotipos	Si
Encuesta #83	1	0	0	1	1	0	Educativo	Si
Encuesta #84	1	0	0	1	1	0	Conocimientos	No
Encuesta #85	1	0	0	1	0	1		Si
Encuesta #86	1	0	1	0	1	0	Enseñar	Si
Encuesta #87	0	1	0	1	0	1	Financiero	Si
Encuesta #88	0	1	1	0	0	1	Aprendizaje	Si
Encuesta #89	1	0	1	0	1	0	Mascotas	Si
Encuesta #90	0	1	1	0	0	1	Seguridad	Si
Encuesta #91	1	0	1	0	1	0	Proyectos	Si
Encuesta #92	0	1	1	0	0	1	Cultura	Si
Encuesta #93	1	0	0	1	1	0	Gastronomía	Si
Encuesta #94	0	1	1	0	0	1	Gastronomía	Si
Encuesta #95	0	1	1	0	0	1	Laboral	Si
Encuesta #96	1	0	1	0	1	0	Medioambiente	Si
Encuesta #97	0	1	1	0	0	1	Marketing	Si
Encuesta #98	1	0	1	0	1	0	Problemas	Si
Encuesta #99	1	0	1	0	1	0	Entretenimiento	Si
Encuesta #100	1	0	1	0	1	0	Tecnología	Si
Encuesta #101	1	0	1	0	1	0	Negocios	Si
Encuesta #102	1	0	1	0	0	1	Emprendimiento	Si
Encuesta #103	1	0	1	0	0	1	Recomendaciones	Si
Encuesta #104	0	1	0	1	0	1	Videojuegos	Si
Encuesta #105	1	0	1	0	1	0	Entretenimiento	Si
Encuesta #106	1	0	1	0	1	0		Si

Encuesta #107	1	0	1	0	1	0	Salud	Si
Encuesta #108	1	0	1	0	1	0	Trabajo	Si
Encuesta #109	1	0	0	1	1	0	Animales	Si
Encuesta #110	1	0	0	1	0	1	Deportes	Si
Encuesta #111	1	0	0	1	1	0	Videos	Si
Encuesta #112	1	0	0	1	0	1	Música	Si
Encuesta #113	0	1	0	1	0	1	Comunicación	Si
Encuesta #114	1	0	1	0	1	0		Si
Encuesta #115	0	1	0	1	1	0	Academia	Si
Encuesta #116	0	1	0	1	1	0	Estrés	Si
Encuesta #117	1	0	0	1	0	1		Si
Encuesta #118	0	1	0	1	1	0	Bebés	Si
Encuesta #119	1	0	0	1	1	0	Música	Si
Encuesta #120	1	0	0	1	1	0	Informativo	Si
Encuesta #121	1	0	0	1	1	0		Si
Encuesta #122	0	1	0	1	0	1	Emprendimiento	Si
Encuesta #123	1	0	0	1	1	0	Ayudar	Si
Encuesta #124	1	0	0	1	1	0	Negocios	Si
Encuesta #125	0	1	0	1	0	1	Música	Si
Encuesta #126	1	0	1	0	0	1	Cultura	Si
Encuesta #127	1	0	1	0	0	1	Mascotas	Si
Encuesta #128	1	0	0	1	1	0	Idioma	Si
Encuesta #129	1	0	0	1	1	0	Clima	Si
Encuesta #130	1	0	0	1	0	1	Vida	Si
Encuesta #131	1	0	0	1	1	0	Empleo	Si
Encuesta #132	0	1	1	0	1	0	Comunicación	Si
Encuesta #133	1	0	0	1	1	0	Conocimientos	Si
Encuesta #134	1	0	0	1	0	1	Entrevistas	Si
Encuesta #135	1	0	0	1	0	1	Conocimientos	Si
Encuesta #136	0	1	0	1	0	1	Conocimientos	Si
Encuesta #137	1	0	0	1	0	1		Si
Encuesta #138	1	0	0	1	1	0	Tecnología	Si
Encuesta #139	0	1	0	1	0	1	Empleo	Si
Encuesta #140	1	0	0	1	1	0	Paternidad	Si
Encuesta #141	1	0	0	1	1	0	Psicología	Si
Encuesta #142	1	0	0	1	1	0	Religión	Si

Encuesta #143	1	0	0	1	1	0	Finanzas	Si
Encuesta #144	1	0	0	1	1	0		Si
Encuesta #145	1	0	0	1	1	0	Música	Si
Encuesta #146	1	0	0	1	1	0	Libros	Si
Encuesta #147	1	0	0	1	1	0	Academia	Si
Encuesta #148	0	1	1	0	0	1	Estudios	Si
Encuesta #149	1	0	0	1	1	0	Fotos	Si
Encuesta #150	1	0	0	1	1	0	Tecnología	Si
Encuesta #151	1	0	0	1	1	0	Conocimientos	Si
Encuesta #152	0	1	1	0	0	1	Negocios	Si
Encuesta #153	0	1	1	0	1	0	Moda	Si
Encuesta #154	1	0	1	0	1	0	Medioambiente	Si
Encuesta #155	1	0	0	1	1	0	Emprendimiento	Si
Encuesta #156	1	0	0	1	1	0	Vivienda	Si
Encuesta #157	0	1	1	0	0	1	Educación	Si
Encuesta #158	1	0	0	1	0	1	Conocimientos	Si
Encuesta #159	1	0	0	1	1	0	Comunicación	Si
Encuesta #160	1	0	0	1	1	0		Si
Encuesta #161	1	0	0	1	1	0		
Encuesta #162	1	0	0	1	1	0	Laboral	Si
Encuesta #163	1	0	0	1	1	0	Experiencias	Si
Encuesta #164	1	0	0	1	1	0	Comunicación	Si
Encuesta #165	1	0	0	1	1	0	Música	Si
Encuesta #166	1	0	0	1	1	0	Aventura	Si
Encuesta #167	0	1	1	0	0	1	Cocina	Si
Encuesta #168	1	0	0	1	0	1	Música	Si
Encuesta #169	1	0	0	1	1	0	Académica	Si
Encuesta #170	0	1	1	0	1	0	Conocimientos	Si
Encuesta #171	1	0	0	1	1	0		Si
Encuesta #172	1	0	0	1	0	1	Estudios	Si
Encuesta #173	1	0	0	1	1	0	Actividades	Si
Encuesta #174	1	0	1	0	0	1	Ejercicio	Si
Encuesta #175	0	1	1	0	0	1	Trabajo	Si
Encuesta #176	1	0	0	1	1	0		Si
Encuesta #177	1	0	0	1	1	0		Si
Encuesta #178	1	0	0	1	1	0	Empresas	Si

Encuesta #179	1	0	0	1	1	0	Tecnología	Si
Encuesta #180	1	0	0	1	1	0	Psicología	Si
Encuesta #181	1	0	0	1	1	0	Comunicación	Si
Encuesta #182	1	0	0	1	1	0	Estudios	Si
Encuesta #183	1	0	0	1	0	1	Comunicación	Si
Encuesta #184	1	0	0	1	0	1		Si
Encuesta #185	1	0	0	1	1	0	Apoyo	Si
Encuesta #186	1	0	0	1	0	1	Ventas	Si
Encuesta #187	0	1	0	1	0	1	Recordatorios	Si
Encuesta #188	0	1	0	1	0	1	Aprendizaje	Si
Encuesta #189	1	0	0	1	0	1		Si
Encuesta #190	1	0	0	1	0	1	Música	Si
Encuesta #191	0	1	0	1	0	1	Entregas	Si
Encuesta #192	0	1	0	1	0	1	Fotos	Si
Encuesta #193	1	0	1	0	0	1	Psicología	Si
Encuesta #194	1	0	0	1	1	0	Comunicación	Si
Encuesta #195	1	0	0	1	0	1	Relaciones	Si
Encuesta #196	1	0	1	0	0	1		Si
Encuesta #197	0	1	1	0	1	0	Arte	Si
Encuesta #198	1	0	0	1	0	1	Ayuda	Si
<b>Total</b>	<b>151</b>	<b>47</b>	<b>80</b>	<b>118</b>	<b>130</b>	<b>68</b>		
<b>Porcentajes</b>	76,26%	23,74%	40,40%	59,60%	65,66%	34,34%		

No. de Encuestas	1. ¿Cuál es su sexo?		2. ¿En qué rango de edad se encuentra?				3. ¿En sus clases tiene permitido el uso del celular?		4. ¿De acuerdo con sus clases en que jornada cree que los estudiantes utilizan más el celular?	
	Femenino	Masculino	Entre 25 y 34 años	Entre 35 y 44 años	Entre 45 y 54 años	Más de 54 años	Si	No	Jornada Diurna	Jornada Nocturna
Encuesta #1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0
Encuesta #2	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
Encuesta #3	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0
Encuesta #4	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1
Encuesta #5	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0
Encuesta #6	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1
Encuesta #7	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
Encuesta #8	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
<b>Porcentajes</b>	37,5%	62,5%	0%	62,5%	37,5%	0%	62,5%	37,5%	62,5%	37,5%

No. de Encuestas	5. ¿Por qué cree usted que los estudiantes utilizan el celular en el aula de clase?				6. ¿Considera que se puede implementar las redes sociales en el aula de clase como herramienta de aprendizaje?		7. ¿Utiliza alguna red social en su vida profesional?		8. En caso de responder si, ¿cuál?	9. ¿Si tuviera que recomendar una red social para ayudar al rendimiento académico de los estudiantes, cuál sería?	¿Autoriza el Tratamiento de Datos Personales?
	Investigar sobre el tema de clase	Distraerse con las redes sociales	Temas laborales	Les parece aburrida la clase	Si	No	Si	No			
Encuesta #1	0	1	0	0	0	1	1	0	WhatsApp	Algo como kahoot	
Encuesta #2	0	0	0	1	1	0	1	0	Si, LinkedIn	Tik tok en ejercicios matematicos, trucos de aprendizaje	
Encuesta #3	0	1	0	0	1	0	1	0	Edmodo, Schoology	Academia.edu	Si
Encuesta #4	0	1	0	0	1	0	1	0	LinkedIn, facilita la búsqueda de trabajo	Recomendaría Google académico para recursos educativos	Si
Encuesta #5	0	1	0	0	0	1	0	1	No	Google academico	Si
Encuesta #6	0	0	0	1	1	0	0	1	Na	No	Si
Encuesta #7	0	0	0	1	0	1	1	0	LinkedIn	Academia.edu	Si
Encuesta #8	0	1	0	0	1	0	0	1	No	Youtube, tutoriales	Si
<b>Total</b>	0	5	0	3	5	3	5	3			
<b>Porcentajes</b>	0%	62,5%	0,0%	37,5%	62,5%	37,5%	62,5%	37,5%			