



Universidad Nacional  
**SAN LUIS GONZAGA**



## [Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

## **INFORME DE ORIGINALIDAD N° 030 - OPIEO-UI- FCCTyA-UNICA-2023**

**Para** : DR. MARINA KELIBE ORE CHOQUE  
Directora (e) de la Unidad de Investigación

**De** : OSCAR HUAMAN HUALLANCA  
Operador del programa informático de originalidad

**Asunto** : Informe de resultados del sistema antiplagio de la FCCTYA

**Fecha** : 18 de abril del 2023

Por intermedio del presente informe y en aplicación de lo establecido en la R.R. N° 1668-R-UNICA-2020, de fecha 14 de diciembre de 2020 que aprueba el Reglamento para la Evaluación de la Originalidad de los Documentos de Investigación, conforme establece el artículo 4° 4.3 Los directores de las Unidades de Investigación de cada facultad son responsables del informe de evaluación de originalidad de los documentos de investigación; el art. 13. 13.5 que oficializa al operador del programa informático evaluador de originalidad. Se ha dado cumplimiento al artículo 14° habiendo el operador remitido el resultado de la evaluación de originalidad a través del INFORME N° 030 – OPIEO-UI-FCCTyA-UNICA-2023.

Estando al informe de la referencia y en aplicación del artículo 14° del Reglamento para la Evaluación de la Originalidad de los Documentos de Investigación, cumpliendo con los requisitos normados por la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, se procede a:

**PRIMERO:** Emitir los resultados del Sistema de Antiplagio de la Bachiller ESCOBAR MAMANI YESENIA MELIZA, Egresada del Programa de CIENCIA DE LA COMUNICACION , trabajo de investigación titulado: “**RELACION ENTRE EL CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES Y EFICACIA EDUCATIVA: UN ESTUDIO DE LOS MORADORES DEL CENTRO POBLADO “SOL DE LA FLORIDA” DEL DISTRITO DE SUBTANJALLA DEL DEPARTAMENTO Y PROVINCIA DE ICA**”

**SEGUNDO:** Se proceda a emitir la Constancia de Originalidad y ordenar al operador del programa informático evaluador de originalidad que registre la calificación correspondiente.

Recibo de pago N° 461311 de fecha 22/12/2022.

Se emite el Presente Informe para los fines de la R.R. N° 1668-R-UNICA-2020, notificándose al Director de la Unidad de Investigación.

Atentamente,

OSCAR HUAMAN HUALLANCA

Operador de programa informático  
evaluador de originalidad

Se adjunta:

se adjunto al presente reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad constancia



UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y  
ARQUEOLOGIA



ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TRABAJO DE INVESTIGACION

TITULO

RELACION ENTRE EL CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES Y EFICACIA EDUCATIVA: UN ESTUDIO DE  
LOS MORADORES DEL CENTRO POBLADO **“SOL DE LA FLORIDA”** DEL DISTRITO DE  
SUBTANJALLA DEL DEPARTAMENTO Y PROVINCIA DE ICA

AUTOR

BACHILLER ESCOBAR MAMANI YESENIA MELIZA

ICA-PERU

2022

AREA DE CONOCIMIENTO:

CIENCIAS SOCIALES

LINEA DE INVESTIGACION:

SOCIEDAD DESARROLLO SOSTENIBLE, POLITICAS PUBLICAS Y AMBIENTALES

DEDICATORIA:

A mi madre quien me amo mientras pudo compartir la vida a mi lado, a mi padre Bernardino Escobar Quispe quien se dedicó íntegramente a mi desde el fallecimiento de mi madre y a mis hermanos quienes son mi mejor ejemplo de superación.

RECONOCIMIENTO:

“A mi alma mater por hacerme profesional”

## INDICE

CARATULA

DEDICATORIA

RECONOCIMIENTO

INDICE

INTRODUCCION

## CAPITULO I

### FUNDAMENTO DEL PROBLEMA

- 1.1 Formulación del problema
- 1.2 Delimitación del problema
- 1.3 Objetivos
  - 1.3.1 Objetivo General
  - 1.3.2 Objetivos Específicos
- 1.4 Importancia
  - 1.4.1 Importancia
  - 1.4.2 Justificación

## CAPITULO II MARCO TEORICO

- 2.1 antecedentes de la investigación
  - 2.1.1 Bases teóricas
- 2.2 Marco Conceptual

## CAPITULO II HIPOTESIS Y VARIABLES

- 3.1 Hipótesis
  - 3.1.1 Hipótesis General
  - 3.1.2 Hipótesis Especifica
- 3.2 Variables
- 3.3 indicadores

## CAPITULO IV METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

- .1 Diseño de la Investigación

- .2 Tipo de Investigación.
- .3 Ámbito de la Investigación.

Cronograma

Presupuesto

## CAPITULO V RESULTADO DE LA INVESTIGACION

### 5.1 Resultado de la Investigación

Conclusiones

Sugerencias

Bibliografía

Anexos.

## INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación trata de exponer y presentar los aspectos más relevantes del tipo de consumo de medios digitales que hacen lo pobladores del centro poblado “Sol de la Florida” del distrito de Subtanjalla la provincia y departamento Ica, teniendo en cuenta la investigación esta centrada en los jóvenes que están entre las edades de 15-17 años de edad, 18-20 años de edad y de 21-24 años de edad, segmentados de tal forma que ellos representaron ciertas características de los segmentos mas importantes para realizar las encuestas.

Como todos sabemos en la actualidad, el ritmo de crecimiento de la población en nuestro país, ha hecho que mucha gente se desplace a la formación de centros poblados, lo mismo que evaluamos de los medios digitales, tienen incidencias que los van involucrando en formación y de que manera estos procesos influyen sobre todo para recibir informaciones relevantes y de qué manera tienen relación con su formación para posteriormente tomar decisiones importantes.

La construcción de las fichas elaboradas está constituida por tres partes:

- Que medios consultan en primer lugar sobre temas de interés
- Cuales de estos medios consultan para informarse de temas que les interesa.
- Y cuando navegan en internet quienes los acompañan.

Los que finalmente da como objetivo de investigación que tipo de consumo digitales hacen los pobladores del centro poblado “Sol de la Florida” del distrito de Subtanjalla y evaluar posteriormente los resultados obtenidos.

# CAPITULO I

## FUNDAMENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Formulación del problema

En el centro poblado “Sol de la Florida” del distrito de Subtanjalla, existen muchos hogares que de una y otra manera usan diversos medios para comunicarse y mantenerse informado, de tal forma que estos medios de información están concentrados en el tipo de información que se realiza a través de los medios tradicionales (radio, televisión periódicos impresos), pero también existen los medios digitales, las que usan a través de celulares, tablets, laptop y computadoras personales, haciendo uso de un medio de conexión con internet, dentro de este contexto se pudo encontrar el gran interés de los jóvenes que hacen uso de los medios digitales para informarse y para los trabajos escolares que se presentaron. Sobre el consumo y posesión de las redes sociales.

Hay que señalar que por medios digitales son los espacios por la que nosotros los ciudadanos de cualquier parte del mundo estamos generando comunicación, esto se da generalmente entre los usuarios que son los consumidores y los productores de contenidos de los medios digitales.

Además, si los padres de familias al igual que los profesores tienen o no presencia cuando están conectados en internet para sacar información que más les interesa para su formación académica.

En este proceso se realiza el intercambio de información. Nuestro enfoque de estudio está señalado en el centro poblado “Sol de la Florida”, ubicado en el distrito de Subtanjalla, provincia y departamento de Ica-Perú., la misma que se hizo una encuesta del tipo de consumo de que tipo de medios digitales más consumen, para tratar de

analizar el porcentaje de programas que van estrechamente relaciones con su formación educativa como proceso de enseñanza aprendizaje.

Otro elemento fundamental que se tuvo en cuenta en el trabajo de investigación que, dentro de las redes sociales favorita, se encontró gran cantidad de interés por estos medios para conseguir información que mas les interesa e ir formando sus consultas para buscar estar informados en todo momento sobre temas de mayor interés para ellos.

El centro poblado este situado al sur-oeste de la capital del distrito de Subtanjalla con una población aproximada de quince mil habitantes según los últimos registros del INEI.ICA, es por ello que nos planteamos la siguiente interrogante de investigación, que guía nuestro trabajo que trata del consumo de medios digitales:

*¿Cuál es el efecto que tiene el consumo de medios digitales y la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022?*

## **1.2 Delimitación del problema**

### **Delimitación espacial:**

El ámbito de estudio del presente trabajo de investigación esta ubicado en el centro poblado “Sol de la Florida” del distrito de Subtanjalla, del departamento y provincia de Ica.

**Delimitación temporal:**

El presente trabajo de investigación se desarrollo entre los meses de mayo-agosto del año 2022 en la ciudad de Ica.

**Delimitación social:**

El presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental tomar a los pobladores del centro poblado Sol de la Florida, saber qué tipo de medios digitales mas consumen para saber si esto influye o no en la formación de su educación, para tomar decisiones que contribuyan mucho más en su formación como ciudadanos mas comprometidos con su futuro.

**Delimitación conceptual:**

- Consumo de medios digitales
- Eficacia educativa

**1.3 Objetivos****1.3.1 Objetivo General**

*Determinar el tipo de uso de mayor consumo de medios digitales en la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022.*

**1.3.2 Objetivos Específicos****PE1:**

*Identificar el tipo de uso de mayor consumo de medios digitales con mayor frecuencia y la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022*

**PE2:**

Identificar las redes sociales de mayor consumo de medios digitales con más frecuencia y la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Las Flores del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022.

**1.4 Importancia**

**1.4.1 Importancia**

La presente investigación es muy importante porque trata de saber el tipo de consumo de medios digitales que están presente en los pobladores del centro poblado de Sol de la Florida, así mismo es un importante precedente para nuevas investigaciones que se pudiera realizar en otros lugares, ya que esto representa una de las características más importantes desde que se evidenciaron el desarrollo de los medios digitales, que ahora están mucho mas presente en la sociedad y en los pobladores de nuestra región.

**1.4.2 Justificación**

El presente trabajo de investigación expone los aspectos más relevantes del tipo de mayor consumo de medios digitales que hacen lo pobladores del centro poblado “Sol de la Florida” del distrito de Subtanjalla, provincia y departamento Ica, teniendo en cuenta la investigación el trabajo se centró en los jóvenes para saber la cantidad de consumo de medios digitales que realizan y que medios usan con mayor frecuencia, lo mismo que están entre las edades de 15-17 años de edad, 18-20 años de edad y de 21-24 años de edad.

Esto debido a que, en la actualidad, la población en nuestro país, se comunica mucho más a través de medios digitales, para sus procesos de enseñanza

aprendizaje y sus tareas cotidianas lo mismo que incidieron en la formación que más buscaban en las redes sociales.

Como corolario, se puede argumentar que nuestro trabajo de investigación es de suma importancia para la sociedad en estos momentos porque definitivamente contribuye a la investigación en este rubro sobre todo en el ámbito de encontrar la relación de consumo de medios digitales en la población, si esto es muy bueno para su desarrollo intelectual permanente. Aquí pueden generarse futuras líneas de investigación.

**CAPITULO II**  
**MARCO TEORICO**

**2.1 antecedentes de la investigación**

**2.1.1 Bases teóricas**

**Antecedentes**

El presente trabajo de investigación, tiene mucha relación con los avances de la tecnología especialmente en el campo de los medios digitales, es por eso que queremos abocarnos en el estudio del consumo de medios digitales en la sociedad actual, pero relacionada a los procesos educativos.

**Antecedentes a nivel Internacional:**

**Tesis Doctoral: La influencia de los medios sociales digitales en el consumo.** La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. Autor: Javier Barrios Carrasco-España:

Concluye: La opinión de los usuarios de los medios sociales digitales acerca de las marcas de bebidas refrescantes, tienen un mayor nivel de influencia en la decisión de compra de un consumidor que los mensajes de comunicación comercial de cualquier otro medio y por lo tanto influyen de manera más directa que el resto de los factores de comunicación en el consumo de las mismas especialmente en el segmento de población nacidos entre 1982 y 2000.

**Documento: Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes-** Barbara Yuste-Periodista y profesor en la universidad Carlos III de Madrid y en la Universidad Camilo José Cele. En este artículo se analiza como han cambiado los hábitos de consumo de información de los jóvenes gracias a la adopción de

la tecnología y a la utilización cada vez mayor de las redes sociales que se han convertido en los últimos años en una herramienta esencial no solo para comunicarse sino también para mantener el contacto con amigos y familiares y consumir noticias.

**Informados y confiados: efecto del consumo de medios de comunicación tradicional y digital sobre la confianza de los chilenos. Revista chilena de derecho y ciencias políticas -dic-mayo 2018.** Llega a la siguiente conclusión en su resumen que la confianza de las personas, interpersonal o institucional, ayuda a explicar interacciones entre individuos y otros fenómenos sociales, resulta clave entender porque la gente confía. El consumo de medios de comunicación ha sido considerado como un factor importante para entender en el comportamiento de los individuos.

**Tesis: consumo de medios de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la ciudad de Villa María (Argentina). Diferencial significativo entre nativos e inmigrantes digitales. - Adrian Jesus Romero-Universidad de la Laguna (España) 2014.** En su resumen presenta una descripción, análisis e interpretación de las practicas de consumo de medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías de la información y comunicación por parte de agentes sociales Marcados en su diferencia generacional.

**Revista Chilena de derecho y ciencias políticas. Informados y confiados: el efecto de consumo de medios de comunicación tradicional y el digital sobre la confianza de los chilenos en 2015. Diciembre-mayo 2018-** en su resumen señala

la confianza de las personas, interpersonal o institucional, ayuda a explicar interacciones entre individuos y otros fenómenos sociales, donde se señala que el consumo de medios de comunicación ha sido considerado como un factor muy importante para entender el comportamiento de los individuos, donde el consumo de medios de comunicación es considerado por algunos como positivos y otros como negativo.

#### **Consumo de medios de comunicaciones digitales en millennials ecuatorianos-**

**Andrés V. Velásquez, Fanny Y. Paladines, Carlos V. García-Universidad Técnica**

**Particular de Loja-2017-Memoria de la decima Sexta Conferencia**

**Iberoamericana en sistemas-cibernética e informática (CISCI-2017)-concluye**

que los jóvenes ecuatorianos se adaptan al uso creciente de la comunicación digital, cada vez más usan teléfonos inteligentes con conexión a internet, el consumo de medios masivos a través de sus plataformas web o app, se ve incrementada considerablemente en 2015. El uso de redes sociales de carácter personal cumple su función, la de comunicar al momento de entablar contacto con familia o amigos, el entretenimiento es la premisa principal de los jóvenes que acceden diariamente a la red social Facebook, Instagram y Twitter, en los canales personales a aumentado considerablemente la presencia de los llamados youtuberos, la evolución de los medios digitales va vinculado a la evolución de los negocios, donde se trabajó consigo la fragmentación.

#### **Antecedentes a nivel Nacional:**

**Consumo y confianza de los ciber medios en Perú. Un estudio sobre los estudiantes universitarios-Ibañez D.B, Freund-Thurne. Ursula ; Montemayor,**

D.J.G; Garzon, K.T.P: en su discusión y conclusiones a que llegan los autores menciona que uno de los resultados mas interesante que se ha encontrado en su trabajo ha sido la detección de un mayor acceso y consulta de los medios en línea, en detrimento de los medios fuera de línea. Este resultado difiere de lo expuesto-ipsos por un estudio anterior (Cano, Quiroz & Najar, 2017), según el cual el consumo entre jóvenes peruanos de los medios tradicionales (televisión) prevalecía sobre el consumo de medios en línea.

**Ipsos 2020:** señala que las personas no serán los mismos cuando la crisis pase, la TV y los medios digitales serán mucha más relevantes.

Mucho más serán conectados con las personas que les importa. Mas que nunca serán multiplataforma y buscadores de contenidos. Reconfiguraran su relación con la televisión, la radio y/o los diarios, descubriendo nuevas redes sociales, nuevos apps y nuevas fuentes de información.

**Los escolares en la era digital: el consumo de medios en los alumnos del 5º de secundaria de los colegios públicos en la región de Piura**-Universidad de Piura-Fernando human Flores; Henry Palomino Moreno; Tomas Atarama Rojas; Lucia Castañeda Purizaga. En su resumen señala que actualmente se puede ver un gran impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y como estos han revolucionado el consumo de los medios en la vida cotidiana de las personas, sobre todo en un publico joven, como son los escolares. La investigación se oriento a comprender el comportamiento frente a la navegación de conexión de internet, el tipo de contenidos más comunes y las redes sociales que mas empelan los alumnos del 5º año de secundaria de los colegios públicos de la región de Piura en el año 2015.

Tesis: Medios digitales y su influencia en las ventas de productos de los emprendedores indígenas (Shawis) del distrito de Balsapuerto, provincia de alto amazonas, Loreto-2020-Valle Muñoz Amalia-Universidad Peruana de las Americas-2020. En sus conclusiones señala, que los medios digitales si afluyen directamente en las ventas de los productos de los emprendedores indígenas. Además, afirma que las redes sociales si influyen directamente en las ventas de productos de los emprendedores y finaliza que las imágenes digitales sin influyen en la venta de los productos de los emprendedores de los indígenas.

Tesis: Uso y consumo de medios digitales online en estudiantes de la Universidad La Salle, Arequipa 2019.- Renato Fernando Beretta Contreras-2019.

Conclusiones: los estudiantes son consumidores de medios sociales por exceder constantemente a internet para satisfacer sus intereses por medio de actividades digitales online. La mayoría de estudiantes tienen gran capacidad tecnológica para conectarse a internet. Que aun existe una brecha tecnológica en base a la capacidad económica del estudiante. La gran cantidad de actividades que realizan los estudiantes están referido a las actividades sociales y académicas, las actividades sociales generados por las mujeres en las redes sociales como el Facebook e Instagram y los envíos de mensajes instantáneos.

**Antecedentes a nivel Local:**

En el repositorio de la universidad no se han encontrado trabajos de este tipo, por lo que el autor no consigna trabajo alguno sobre el tema tratado.

## 2.2 Marco Conceptual

- **Medios de comunicación:**

Es un instrumento o medios de contenidos tecnológicos en la actualidad que están diseñados para un proceso de comunicación de largo alcance.

- **Redes sociales:**

Las redes sociales son las diversas estructuras que se han formado en internet organizadas por personas, los mismos que se conectan a partir de interés o valores comunes entre ellos, llegándose formar entre ellos una relación de forma muy rápida, sin jerarquías o límites físicos.

- **Consumo:**

Es una cantidad de bienes que pueden ser consumidos por personas, especialmente que exigen el funcionamiento de algo.

- **Consumo de medios:**

Es la suma de todos los medios de información y entretenimiento que existen, que por lo general lo recibe una persona o un individuo o grupo de personas, donde incluyen muchas actividades en común para interactuar con los nuevos medios, para realizar ciertas actividades como leer libros, revistas o mirar televisión y películas, o escuchar radio.

- **Consumidor de medios digitales:**

Los consumidores de medios digitales generalmente son llamados a las personas o individuos que compran a través de internet, donde esta definición generalmente

es muy genérica, donde el mercado esta evolucionando de manera muy acelerada para tener definiciones muy exactas sobre los avances de la tecnología.

- **Eficacia:**

Es la capacidad de producir el efecto deseado o de ir muy bien para realizar determinada cosa o acción.

- **Educación:**

Es la transmisión de conocimiento que se hace a una persona en cualquiera de sus procesos formativos. Es una formación destinada eminentemente a desarrollar la capacidad intelectual, moral y afectiva de todas las personas en su conjunto de acuerdo a su cultura y las formas de su convivencia de la sociedad a la que pertenecen.

- **Eficacia educativa:**

Es la acción que se logra para todos los alumnos, teniendo como resultados significativamente acciones muy superiores en la función de sus características socioculturales la misma que se mantienen a lo largo de su vivencia o vida.

- **Internet:**

Es la red global de redes, llamada también red de redes, generando una autopista de la información a muy alta velocidad de procesamiento de la información, es de orden global o mundial, la misma que se puede transmitir a través de las ondas hercianas o de Hertz, esto se hace a través de ordenadores o supercomputadoras, donde su única finalidad es la de permitir en todo el proceso el intercambio libre de información entre todos los usuarios conectas desde su computadora personal.

- **Información:**

La información se puede definir como un conjunto de datos acerca de un determinado suceso, hecho o fenómeno, organizados en un contexto determinado que tienen un determinado significado para las personas que lo reciben, generalmente tiene un propósito donde se reduce la incertidumbre o se incrementa el conocimiento de algo.

- **Procesos:**

Es el conjunto de fases sucesivas de un fenómeno o hecho muy complejo.

**CAPITULO III**  
**HIPOTESIS Y VARIABLES**

**3.1 Hipótesis**

**3.1.1 Hipótesis General**

*El consumo de medios digitales influye positivamente en la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022.*

**3.1.2 Hipótesis Especifica**

**HE1:**

*El tipo de uso de mayor consumo de medios digitales con mayor frecuencia influye positivamente en la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022*

**HE2:**

*Las redes sociales consultados de mayor consumo de medios digitales con más frecuencia influyen positivamente en la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022.*

### 3.2 Variables

#### Identificación de variables

#### Variable independiente

- Consumo de medios digitales

#### Variable dependiente

- Eficacia educativa

### 3.3 indicadores

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Consumo de medios digitales	Tipo Forma Función	Tv, internet, radio, diarios, revistas,
Eficacia educativa	Pobladores Femenino Masculino	Moradores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla

## CAPITULO IV

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

#### **4.1 Tipo de Investigación:**

Es una investigación aplicada.

Para Murillo (2008), la investigación aplicada recibe este nombre de investigación practica o empírica, porque este tipo de investigación se caracteriza mucho porque busca la aplican o el uso de los conocimientos adquiridos, y a la vez que se adquieren otros, después de implementar, sistematizar la practica basado en la investigación.

Para Tamayo y Tamayo (2006), la forma de investigación aplicada se le denomina también a la activa o dinámica, es el estudio o aplicación de la investigación a problemas concretos.

#### **4.2 Nivel de investigación:**

Es de orden correlacional.

La investigación correlacional, es un tipo de estudio que tiene el propósito de evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables, donde se mide el grado de relación entre dos variables que se cuantifican.

Según Sampieri, este tipo de estudio tiene dos propósitos fundamentales medir el grado de relación que existen entre dos variables y después los vincula y cuantifican y analizan la vinculación.

#### **4.3 Ámbito de la Investigación.**

El presente trabajo de investigación se desarrollo en centro poblado de Sol de la Florida, del distrito de Subtanjalla, ubicada en el departamento y provincia de Ica.

Por ámbito de la investigación nos referimos a la población en la cual se va a realizar la investigación, lo mismo donde vamos a generar los resultados.

#### **4.4 Diseño de la investigación**

##### **4.4.1 Diseño analítico**

###### **Primera etapa:**

La primera etapa del trabajo de investigación, esta relacionada con la confección de las fichas para la recolección de la información, la misma que esta compuesta de las siguientes características:

###### **Segunda etapa:**

Se seleccionaron a los pobladores que fueron objeto de estudios para la aplicación de las fichas de información, la misma que fueron recogidas, en el lugar donde se encuentra ubicado el centro poblado de Las Flores, las fichas fueron conformadas por veintitrés preguntas de diversos tipos para analizar el tipo de consumo de medios digitales que más usan o utilizan.

###### **Tercera Etapa:**

Con los datos recogidos en las fichas construida para tal propósito, se llegaron a realizar el vaciado de la información a las tablas de Excel, para su procesamiento.

###### **Cuarta Etapa:**

Se analizar los datos y se procesaron en el Excel para obtener los resultados finales.

###### **Quinta Etapa:**

Se llegaron a las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación

#### **4.4.2 Población**

La población del centro poblado de Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla esta conformado por quince mil personas.

#### **4.4.3 Muestra**

La muestra seleccionada fue seleccionada de forma intencional, la misma que fue seleccionada y recogida de forma aleatoria para el llenado de las fichas, que eran las encuestas realizada compuestas por 23 preguntas. La muestra de trabajo de investigación esta formada por 60 encuestas a los pobladores seleccionados.

#### **4.4.4 Técnicas de recolección de datos.**

Se hicieron las fichas para la recolección de datos, formadas por veintitrés preguntas, agrupadas en tres bloques, donde el encargado de recoger la información de los usuarios, les hacia las preguntas de forma directa y sus respuestas del usuario eran llenadas por el encargado de recoger la información.

Hay que señalar que la información que se recoge es la información de consumo de medios digitales en la población señalada entre las grupos de edades entre el primer grupo conformado por personas de edad entre 13 y 14 años, y el segundo grupo de edades esta entre los 15 años de edad y 17 años, sobre esos bloques se harán los procesos de análisis respecto para saber que medios digitales mas consumen y con quien los realizan, si es bajo la supervisión de personas mayores o lo hacen de forma individual o personal.

#### 4.4.5 Instrumentos de recolección de datos

Es la siguiente ficha que se utilizaron en el proceso:

pag.1 **ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES**  
**URB. SOL DE LA FLORIDA**  
**DISTRITO DE SUBTANJALLA-ICA-PERU**

Nota: marque con una X

1.- Cuál de estos medios consultas en primer lugar para informarte sobre los temas que te interesan?

TV  Internet  Radio  Diarios  Revistas  Todos por igual  Ninguno  Ns/Nc

2.- Cuál de estos medios consultas para informarte sobre los temas que te interesan?

2.1 **Generalmente: ¿miras TV.?**

<p>Durante los días de una semana normal-no fines de semana o feriados-, cuanto tiempo miras TV</p> <p>Menos de media hora <input type="checkbox"/></p> <p>entre una o dos hora <input type="checkbox"/></p> <p>Entre dos a cuatro horas <input type="checkbox"/></p> <p>Cinco o mas de cinco horas <input type="checkbox"/></p> <p>Ns-Nc <input type="checkbox"/></p>	<p>y durante los fines de semana fines de semana o feriados cuanto tiempo miras TV</p> <p>Menos de media hora <input type="checkbox"/></p> <p>entre una o dos hora <input type="checkbox"/></p> <p>Entre dos a cuatro horas <input type="checkbox"/></p> <p>Cinco o mas de cinco horas <input type="checkbox"/></p> <p>Ns-Nc <input type="checkbox"/></p>
--	---

2.2 **Generalmente ¿Escuchas Radio?**

<p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Ns-Nc <input type="checkbox"/></p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><th colspan="2">Genero</th></tr> <tr><td>masculino</td><td>femenino</td></tr> </table>	Genero		masculino	femenino	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><th colspan="2">Edad</th></tr> <tr><td>13-14</td><td>15-17</td></tr> </table>	Edad		13-14	15-17
Genero										
masculino	femenino									
Edad										
13-14	15-17									

2.3 **¿Generalmente, lee diarios en papel?**

<p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Ns-Nc <input type="checkbox"/></p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><th colspan="2">Genero</th></tr> <tr><td>masculino</td><td>femenino</td></tr> </table>	Genero		masculino	femenino	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><th colspan="2">Edad</th></tr> <tr><td>13-14</td><td>15-17</td></tr> </table>	Edad		13-14	15-17
Genero										
masculino	femenino									
Edad										
13-14	15-17									

2.4 **¿Tienes coputadora?**

<p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Ns-Nc <input type="checkbox"/></p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><th colspan="2">Genero</th></tr> <tr><td>masculino</td><td>femenino</td></tr> </table>	Genero		masculino	femenino	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><th colspan="2">Edad</th></tr> <tr><td>13-14</td><td>15-17</td></tr> </table>	Edad		13-14	15-17
Genero										
masculino	femenino									
Edad										
13-14	15-17									

2.5 **La computadora en tu casa ¿es con conexión a Internet?**

<p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Ns-Nc <input type="checkbox"/></p>
---

**ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES**

**URB. SOL DE LA FLORIDA**

**DISTRITO DE SUBTANJALLA-ICA-PERU**

2.0 Generalmente ¿usas internet?

- Desde mi casa
- Desde un locutorio
- desde casa de un amigo
- Desde la Escuela
- Desde casa de familiares
- Ns-Nc

2.7 ¿Cada cuanto usas internet?

- Todos los días
- Algunos días a la semana
- Una vez por semana
- Dos otros días por mes
- Ns-Nc

2.8 ¿Para que usas internet?

- Chatera con amigos
- Bajar musica, peliculas, libros
- Estudiar-hacer trabajos para la escuela
- Participar en redes sociales
- Jugar on-line
- Ver videos o peliculas
- Recibir-mandar correos electronicos
- Subir fotos
- Conocer gente nueva
- Buscar informacion de actualidad
- Escribir en algun blog
- Leer diarios revistas on-line
- Escuchar radio
- Escuchar msuica
- Ns-Nc

2.9 Y cuales de los siguientes contenidos o temas acostumbrar a consultar?

- Musica
- Juegos
- Temas escolares
- Deportes
- Humor
- Noticias
- Programas de Tv humor
- Culturales
- Software e Informatica
- Redes sociales -facebook-MSN
- concursos
- peliculas
- otros

**ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES  
URB. SOL DE LA FLORIDA  
DISTRITO DE SUBTANJALLA-ICA-PERU**

3.1 Habitualmente cuando navegas en Internet ¿hay algún adulto presente?

Si, siempre	<input type="checkbox"/>
No, a veces	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

3.2 Y que suelen hacer tus padres, profesores, etc, mientras estas conectado?

Estan en la misma habitacion	<input type="checkbox"/>
Me preguntan que hago	<input type="checkbox"/>
Miran que estoy haciendo	<input type="checkbox"/>
Me ayudan si necesito	<input type="checkbox"/>
Hacemos algo juntos: compras, escribir a la familia	<input type="checkbox"/>
Se sientan a mi lado	<input type="checkbox"/>
No hacen nada	<input type="checkbox"/>
Ns-Nc	<input type="checkbox"/>

3.3 Posesion de Redes sociales

Facebook

Si	Genero				Edad				
No	masculino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13-14	<input type="checkbox"/>	15-17

Ns-Nc

Fotolog o blog propio

Si	Genero				Edad				
No	masculino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13-14	<input type="checkbox"/>	15-17

Ns-Nc

Twitter

Si	Genero				Edad				
No	masculino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13-14	<input type="checkbox"/>	15-17

Ns-Nc

Instragram

Si	Genero				Edad				
No	masculino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13-14	<input type="checkbox"/>	15-17

Ns-Nc

otros

Si	Genero				Edad				
No	masculino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13-14	<input type="checkbox"/>	15-17

Ns-Nc

3.4 Cual es tu red social favorita

Facebook

Hotmail

Youtube

Taringa

Twitter

Instagram

Fotolog

MSN

**ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES**  
**URB. SOL DE LA FLORIDA**  
**DISTRITO DE SUBTANJALLA-ICA-PERU**

MySpace  
 Otros  
 Ninguna  
 Ns-Nc

**FRECUENCIA DE UTILIZACION DE REDES SOCIALES**

4.1 **Durante los días de una semana normal-no fines de semana o feriados-, cuanto tiempo miras TV**      **y durante los fines de semana fines de semana o feriados cuanto tiempo miras TV**

Menos de una hora	<input type="checkbox"/>	Menos de una hora	<input type="checkbox"/>
entre una o dos hora	<input type="checkbox"/>	entre una o dos hora	<input type="checkbox"/>
Entre dos a cuatro horas	<input type="checkbox"/>	Entre dos a cuatro horas	<input type="checkbox"/>
Cinco o mas de cinco horas	<input type="checkbox"/>	Cinco o mas de cinco horas	<input type="checkbox"/>
Ns-Nc	<input type="checkbox"/>	Ns-Nc	<input type="checkbox"/>

4.2 **Para que usas las redes sociales?**  
 Conectarse mejor con los amigos  
 Divertirse  
 Hacer nuevos amigos  
 Compartir las cosas que nos pasan  
 Buscar-encontrar informacion que nos interesa  
 Informar a otros/las cosas que nos pasan  
 otros  
 Ns.Nc

4.3 **Tienes amigos que conocistes a traves de internet, por el chat o redes sociales**

Si	<table border="1"><tr><th colspan="4">Genero</th></tr><tr><td>masculino</td><td></td><td></td><td>femenino</td></tr></table>				Genero				masculino			femenino	<table border="1"><tr><th colspan="4">Edad</th></tr><tr><td>13-14</td><td></td><td></td><td>15-17</td></tr></table>				Edad				13-14			15-17
Genero																								
masculino			femenino																					
Edad																								
13-14			15-17																					
No																								
Ns-Nc																								

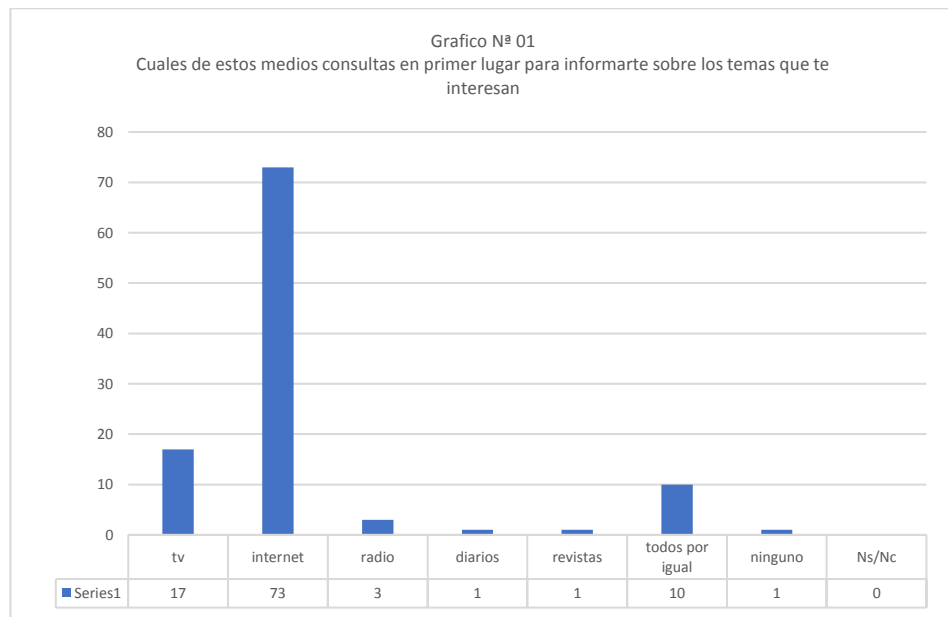
4.4 **Conocistes en persona a algunos de tus amigos virtuales**

Si	<table border="1"><tr><th colspan="4">Genero</th></tr><tr><td>masculino</td><td></td><td></td><td>femenino</td></tr></table>				Genero				masculino			femenino	<table border="1"><tr><th colspan="4">Edad</th></tr><tr><td>13-14</td><td></td><td></td><td>15-17</td></tr></table>				Edad				13-14			15-17
Genero																								
masculino			femenino																					
Edad																								
13-14			15-17																					
No																								
Ns-Nc																								

4.5 **Usos negativos de internet**

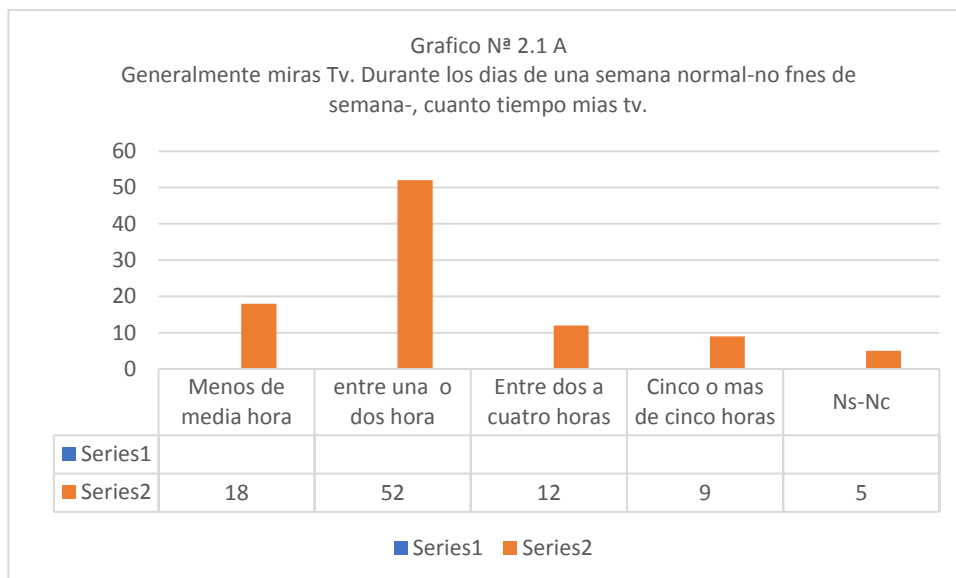
<b>Utilizar internet para perjudicar a alguna persona-por ejemplo chateando o escribiendo algo en facebook?</b>		<b>Y alguien te perjudico a traves de internet</b>	
Muchas veces	<input type="checkbox"/>	Muchas veces	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>
Pocas veces	<input type="checkbox"/>	Pocas veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>
Ns-Nc	<input type="checkbox"/>	Ns-Nc	<input type="checkbox"/>

#### 4.4.6 Técnicas de procesamientos



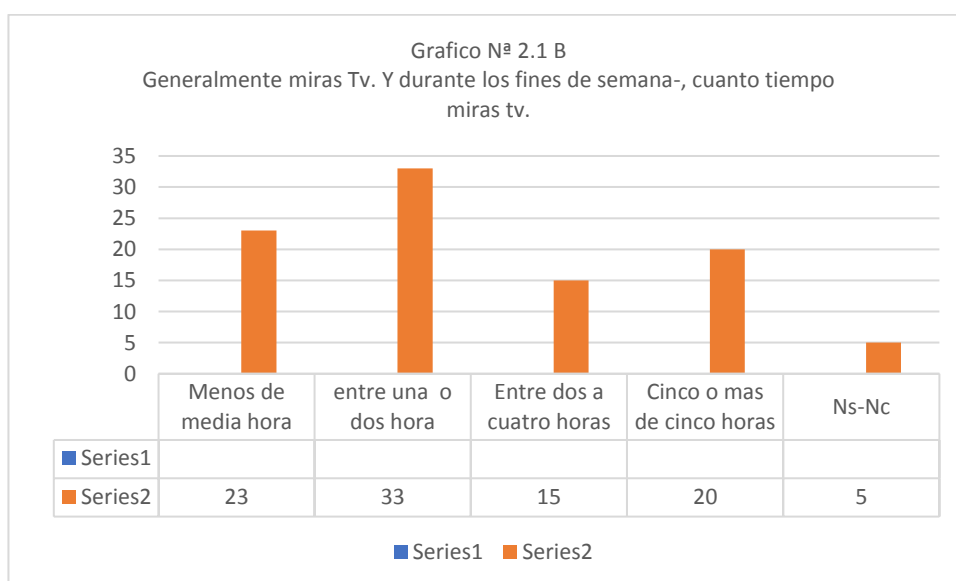
		%
tv	17	16
internet	73	69
radio	3	3
diarios	1	1
revistas	1	1
todos por igual	10	9
ninguno	1	1
Ns/Nc	0	0
	106	100

Se puede observar que el 69% de pobladores de la zona consumen internet con un 69%, seguido de mirar televisión con un 16%.



Menos de media hora	18	%
entre una o dos horas	52	19
Entre dos a cuatro horas	12	54
Cinco o más de cinco horas	9	13
Ns-Nc	5	9
	96	5
		100

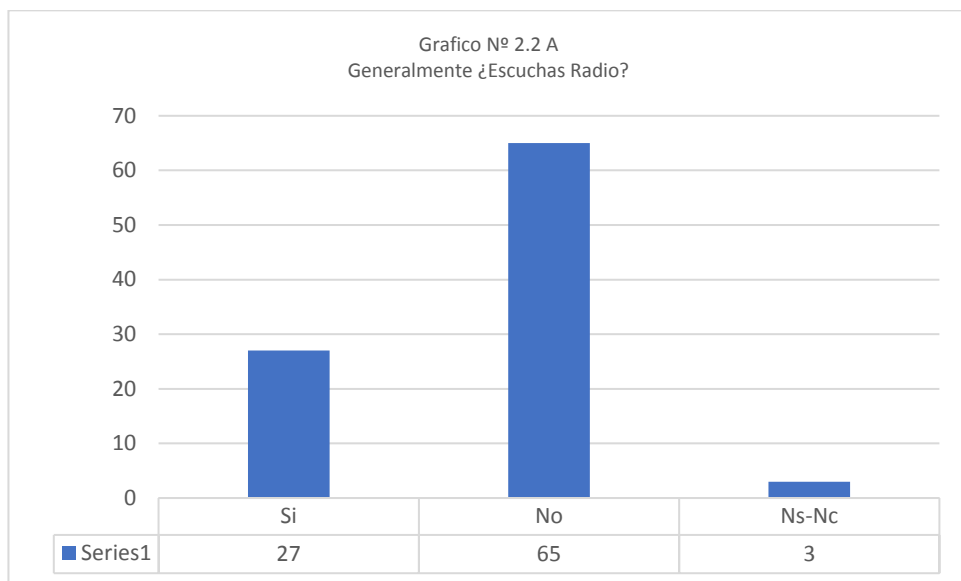
El porcentaje de la gente esta en que miran televisión al menos entre una o dos horas de lunes a viernes.



		%
Menos de media hora	23	24
entre una o dos horas	33	34
Entre dos a cuatro horas	15	16
Cinco o más de cinco horas	20	21
Ns-Nc	5	5
	96	100

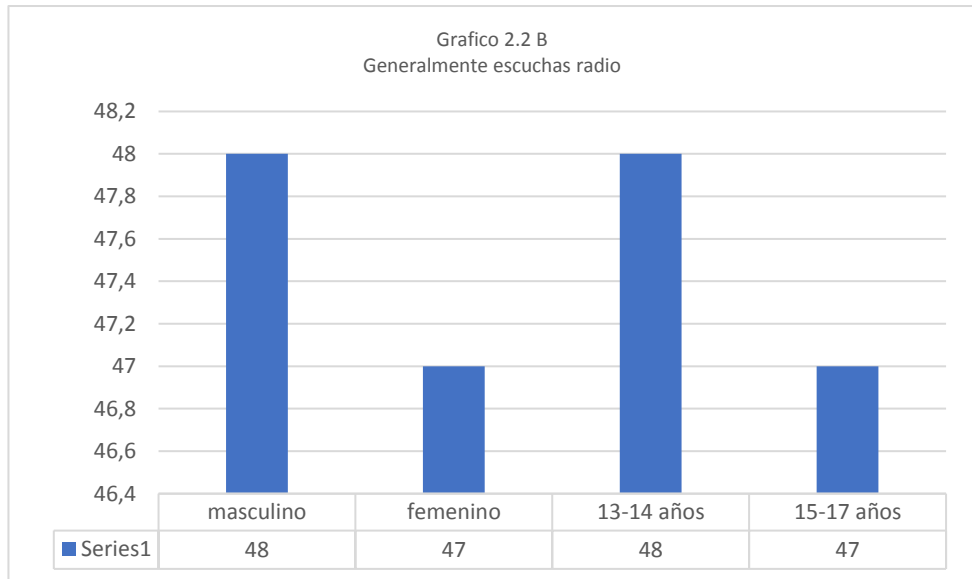
A

qui se puede observar que los fines de semana las personas pueden ver televisión entre una o dos horas como promedio un fin de semana

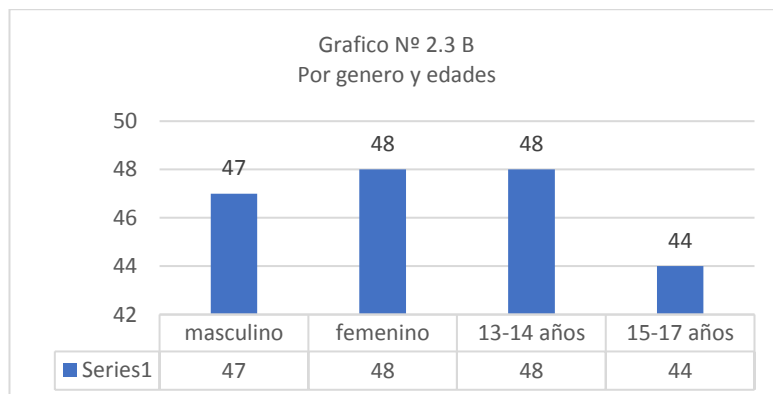
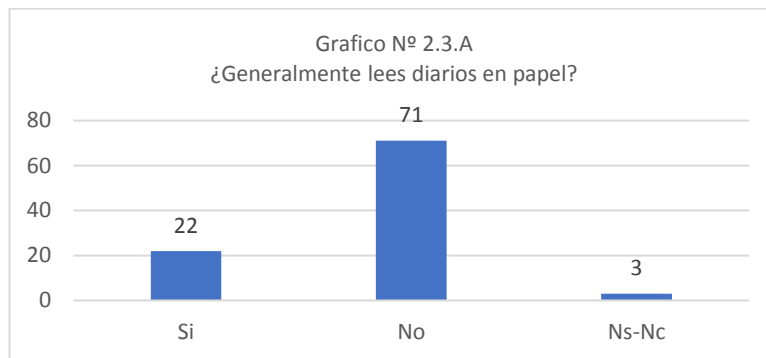


		%
Si	27	28
No	65	68
Ns-Nc	3	3
	95	100

La gente escucha radio en muy bajo porcentaje como lo demuestra la grafica de arriba, lo hace con un 28%.

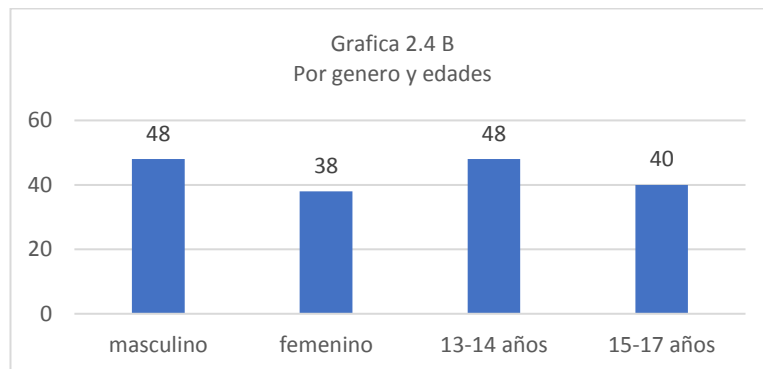
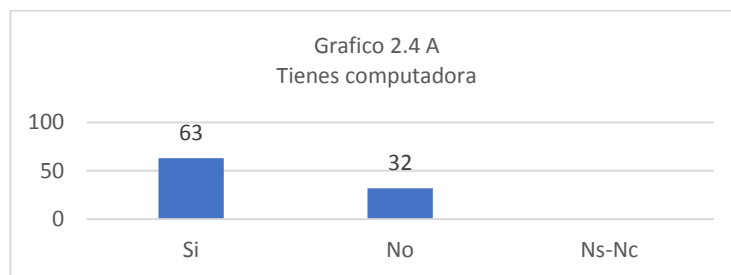


Se puede observar en el grafico que dentro de la gente que escucha radio los porcentajes en bloque de edades se dividen los porcentajes casi en un 50%



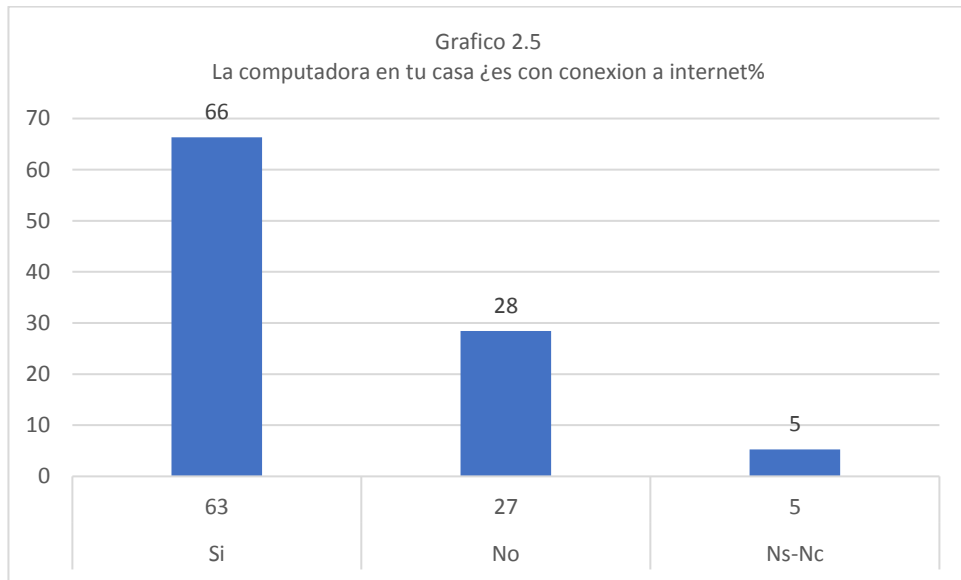
		%
Si	22	23
No	71	74
Ns- Nc	3	3
	96	100

Los pobladores de la zona en un alto porcentaje (74%) no leen diarios en papel. Lo que significa que no compran en la actualidad periódicos para leerlos. Así mismo los porcentajes entre hombres y mujeres en esta lectura llegan a dividir en casi un 50% para cada grupo de edad señaladas.



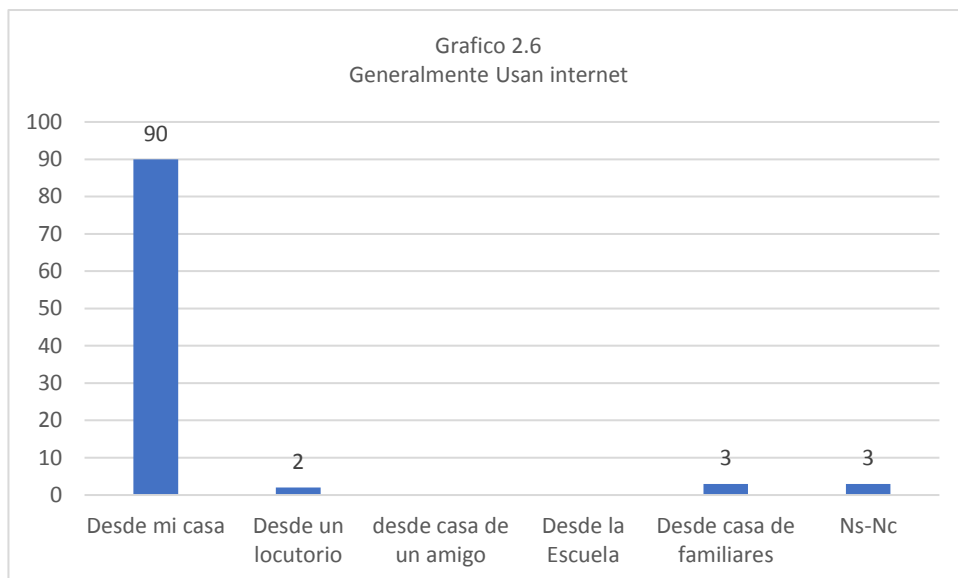
		%
Si	63	66
No	32	34
Ns- Nc		0
	95	100

Las personas entrevistadas de la zona, un 66% tienen computadora y un 34% no tienen computadora en su casa.



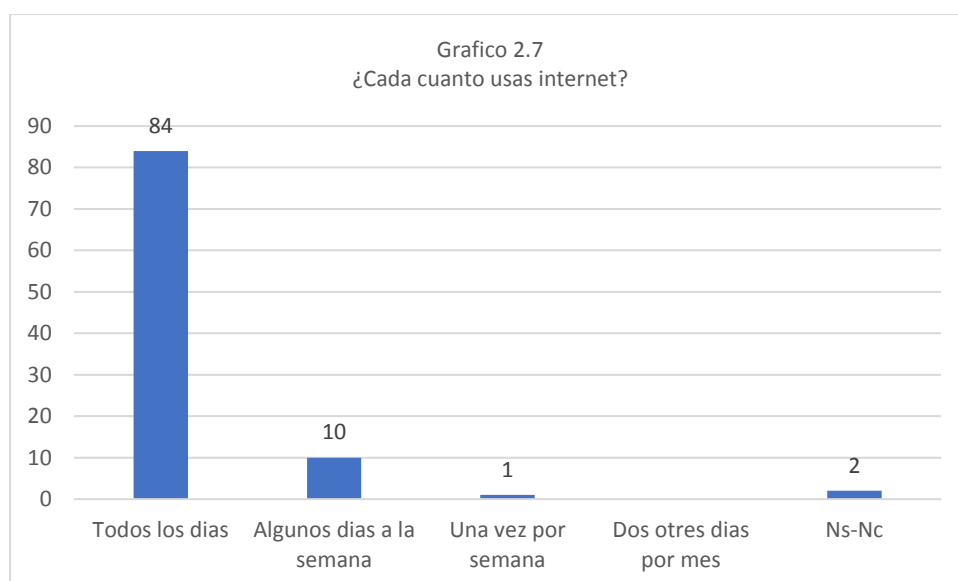
		%
Si	63	66
No	27	28
Ns-Nc	5	5
	95	100

Se observa en este grafico que un 66% de personas tienen internet en sus casas, la misma que la usan para su conexión en sus computadoras.

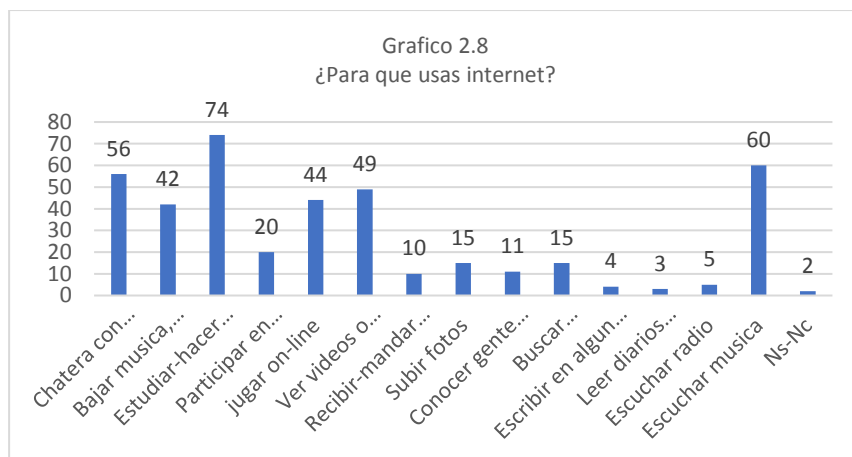


Generalmente ¿usas internet?	%
Desde mi casa	90
Desde un locutorio	2
desde casa de un amigo	0
Desde la Escuela	0
Desde casa de familiares	3
Ns-Nc	3
	98
	100

En el siguiente grafico podemos observar que mas del 90% de los entrevistados usan internet desde sus casas.

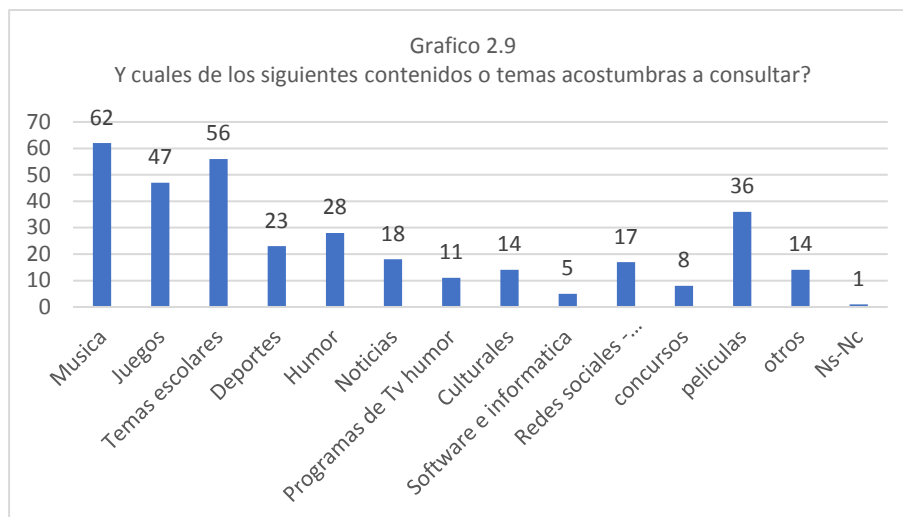


¿Cada cuanto usas internet?		%
Todos los días	84	87
Algunos días a la semana	10	10
Una vez por semana	1	1
Dos o tres días por mes		0
Ns-Nc	2	2
	97	100



¿Para qué usas internet?		%
Chatear con amigos	56	14
Bajar música, películas, libros	42	10
Estudiar-hacer trabajos para la escuela	74	18
Participar en redes sociales	20	5
jugar on-line	44	11
Ver videos o películas	49	12
Recibir-mandar correos electrónicos	10	2
Subir fotos	15	4
Conocer gente nueva	11	3
Buscar información de actualidad	15	4
Escribir en algún blog	4	1
Leer diarios revistas on-line	3	1
Escuchar radio	5	1
Escuchar música	60	15
Ns-Nc	2	0
	410	100

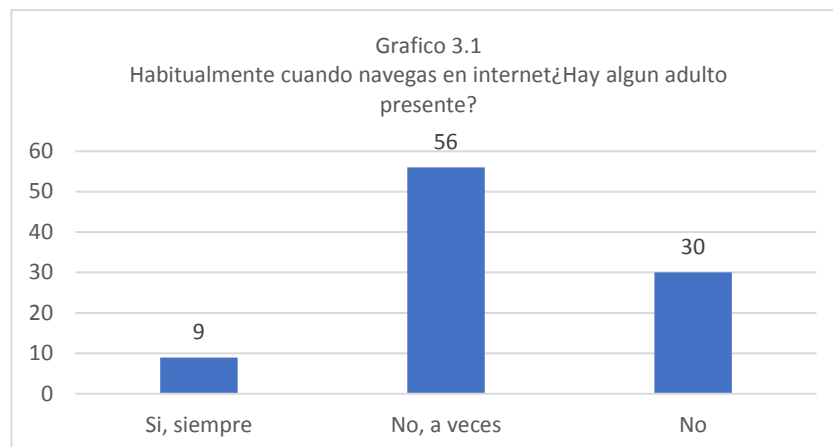
En la pregunta a los usuarios, para que usa internet, un 18% señala que lo hace para estudiar y hacer trabajo para la escuela, dejando un porcentaje del 14%, para chatear con amigos



**¿Y cuáles de los siguientes contenidos o temas acostumbrar a consultar?**

		%
Música	62	18
Juegos	47	14
Temas escolares	56	16
Deportes	23	7
Humor	28	8
Noticias	18	5
Programas de Tv humor	11	3
Culturales	14	4
Software e informática	5	1
Redes sociales -Facebook- MSN	17	5
concursos	8	2
películas	36	11
otros	14	4
Ns-Nc	1	0
	340	100

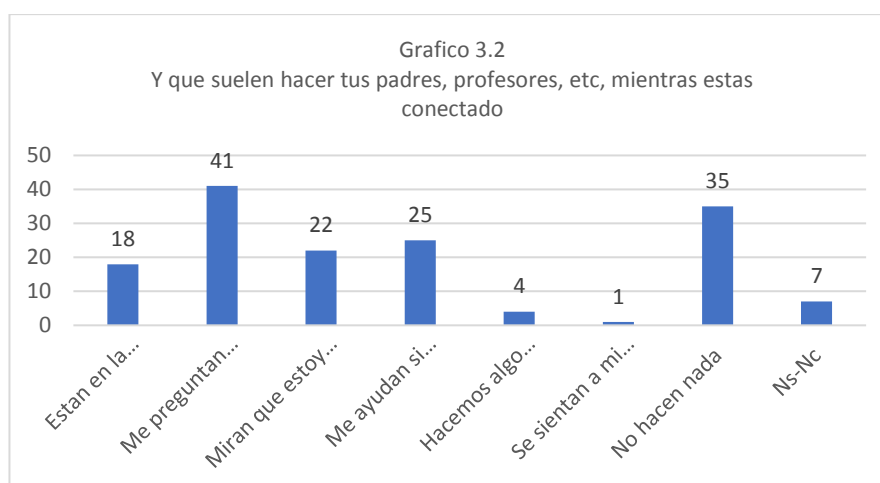
En esta grafica se acentúa en un 18% el uso de internet en bajar música, un 16% para temas escolares.



**Habitualmente cuando navegas en internet ¿hay algún adulto presente?**

		%
Si, siempre	9	9.47
No, a veces	56	58.9
No	30	31.6
	95	100

Aquí sorprende que cuando los menores están en internet un 31.6% lo hacen sin la presencia de un adulto y un 58.9%, en forma temporal. Lo que significa que hay poco interés de los padres de familia en controlar el consumo de medios digitales de los menores de edad.

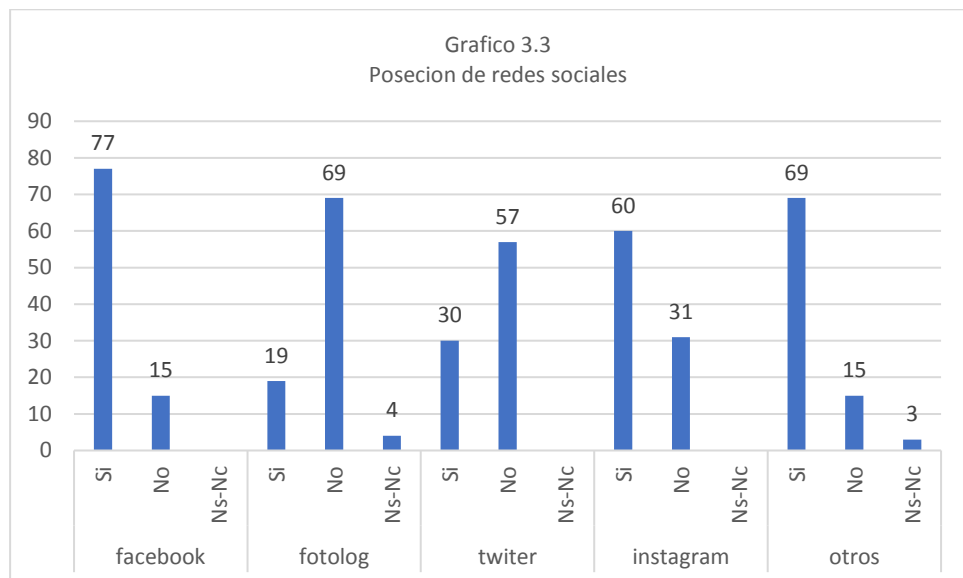


**Y que suelen hacer tus padres, profesores, etc. ¿mientras estas conectado?**

%

Están en la misma habitación	18	12
Me preguntan qué hago	41	27
Miran que estoy haciendo	22	14
Me ayudan si necesito	25	16
Hacemos algo juntos: compras, escribir a la familia	4	3
Se sientan a mi lado	1	1
No hacen nada	35	23
Ns-Nc	7	5
	153	100

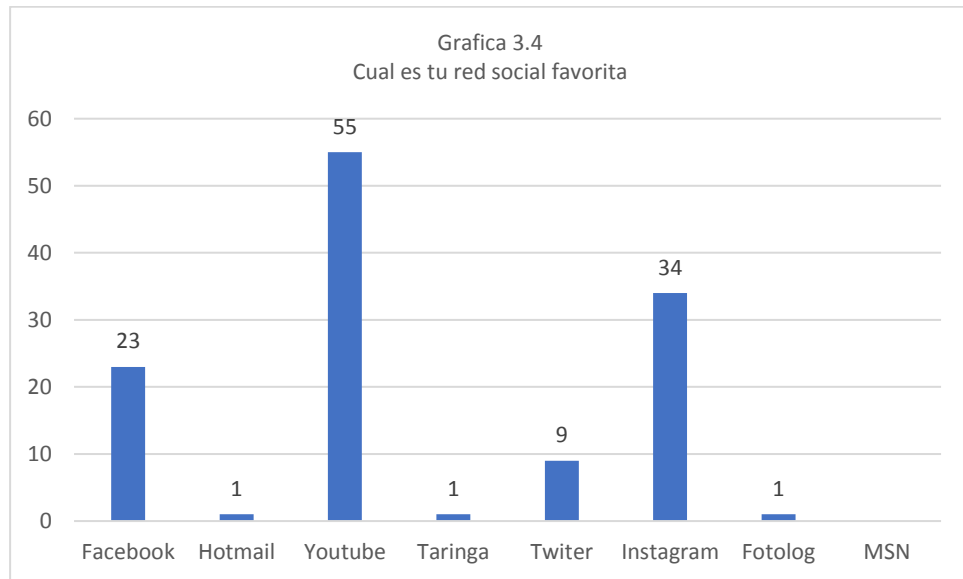
Es importante señalar que a la pregunta señalada de los conectados hay un 27% que se interesan en que es lo están haciendo en internet.



Posición de redes sociales

Red Social	Posición	Porcentaje
facebook	Si	77
	No	15
	Ns-Nc	0
fotolog	Si	19
	No	69
	Ns-Nc	4
twiter	Si	30
	No	57
	Ns-Nc	0
instagram	Si	60

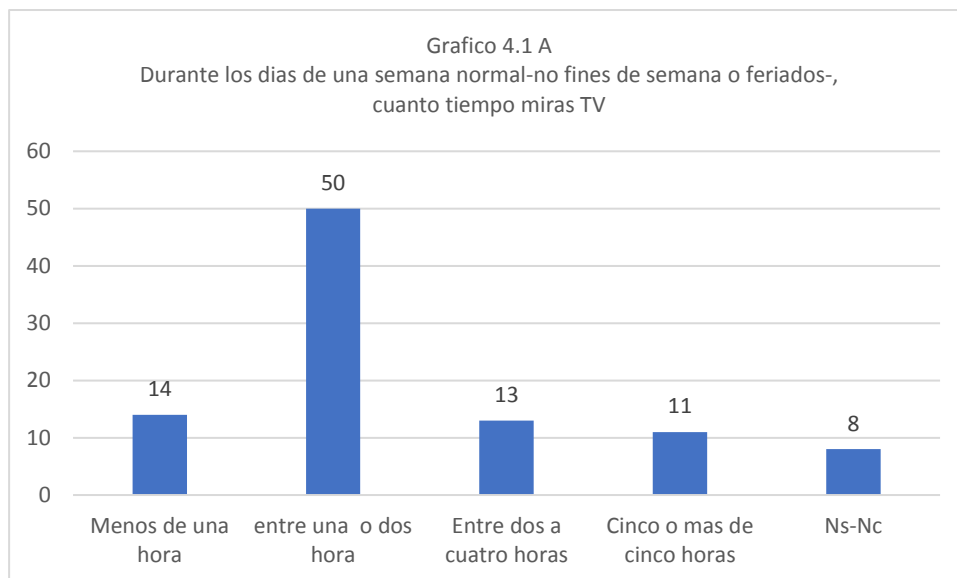
otros	No	31	7
	Ns-Nc		0
	Si	69	15
	No	15	3
	Ns-Nc	3	1
		449	100



**Cuál es tu red social favorita**

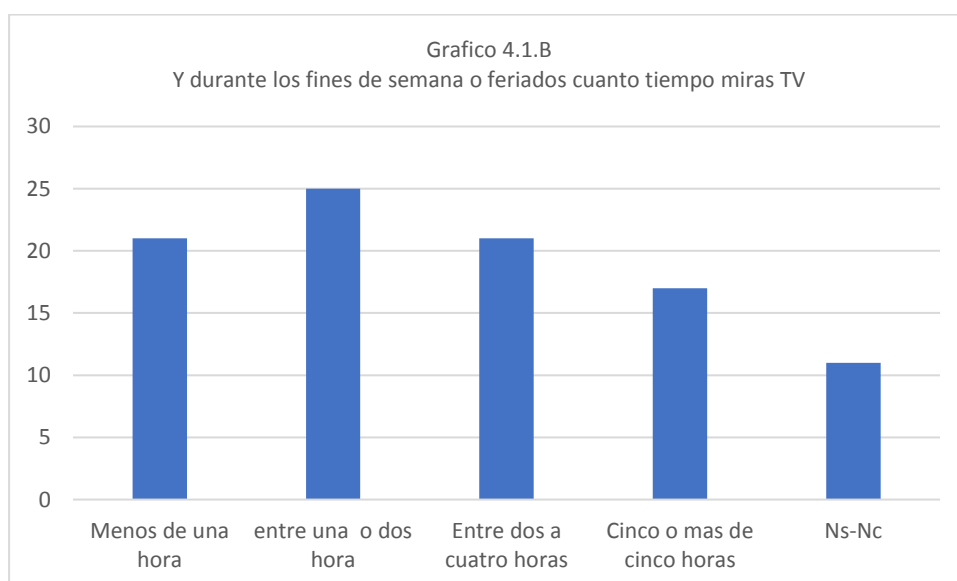
		%
Facebook	23	19
Hotmail	1	1
YouTube	55	44
Taringa	1	1
Twitter	9	7
Instagram	34	27
Fotolog	1	1
MSN		0
	124	100

En este grafico aparece como la red social favorita YouTube con 44% e Instagram en segundo lugar con 27%.



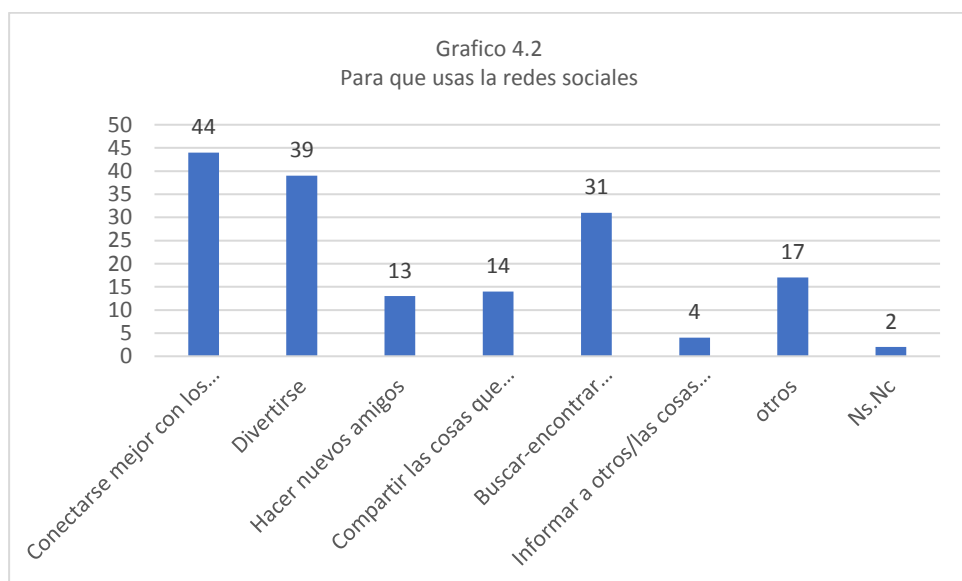
**4.1 Durante los días de una semana normal-no fines de semana o feriados-, cuanto tiempo miras TV**

		%
Menos de una hora	14	14.6
entre una o dos hora	50	52.1
Entre dos a cuatro horas	13	13.5
Cinco o mas de cinco horas	11	11.5
Ns-Nc	8	8.33
	96	100



**y durante los fines de semana o feriados cuanto tiempo miras TV**

		%
Menos de una hora	21	22
entre una o dos horas	25	26
Entre dos a cuatro horas	21	22
Cinco o más de cinco horas	17	18
Ns-Nc	11	12
	95	100



**¿Para qué usas las redes sociales?**

		%
Conectarse mejor con los amigos	44	26.8
Divertirse	39	23.8
Hacer nuevos amigos	13	7.93
Compartir las cosas que nos pasan	14	8.54
Buscar-encontrar información que nos interesa	31	18.9
Informar a otros/las cosas que nos pasan	4	2.44
otros	17	10.4
Ns.Nc	2	1.22
	164	100

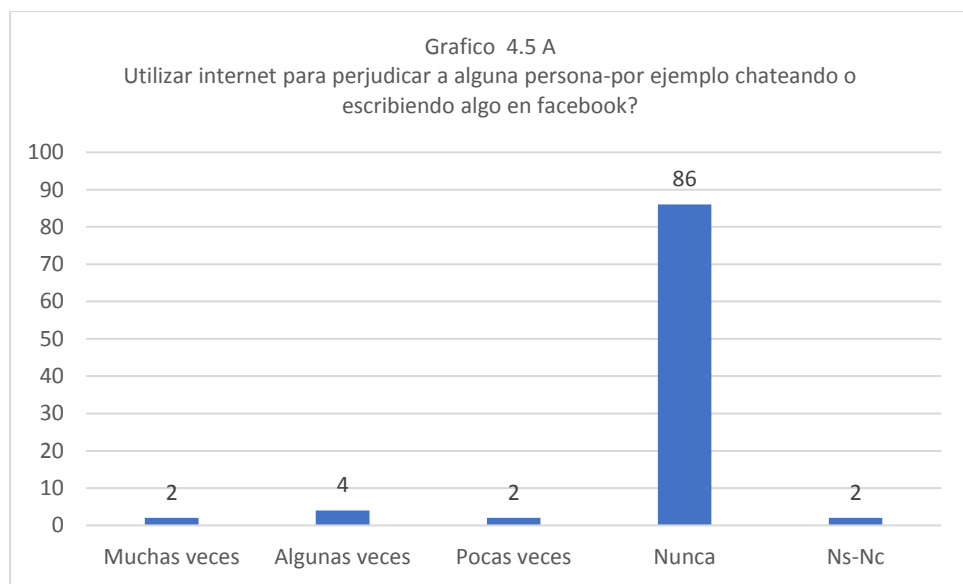
La mayor cantidad de encuestados usan las redes sociales para conectarse con amigos y divertirse, como lo muestra el grafico anterior

4.3 Tienes amigos que conocistes a través de internet, por el chat o redes sociales											
Si	57	Genero				Edad					
No	36	masculino	47		femenino	47	13-14	51		15-17	45
Ns-Nc	2										

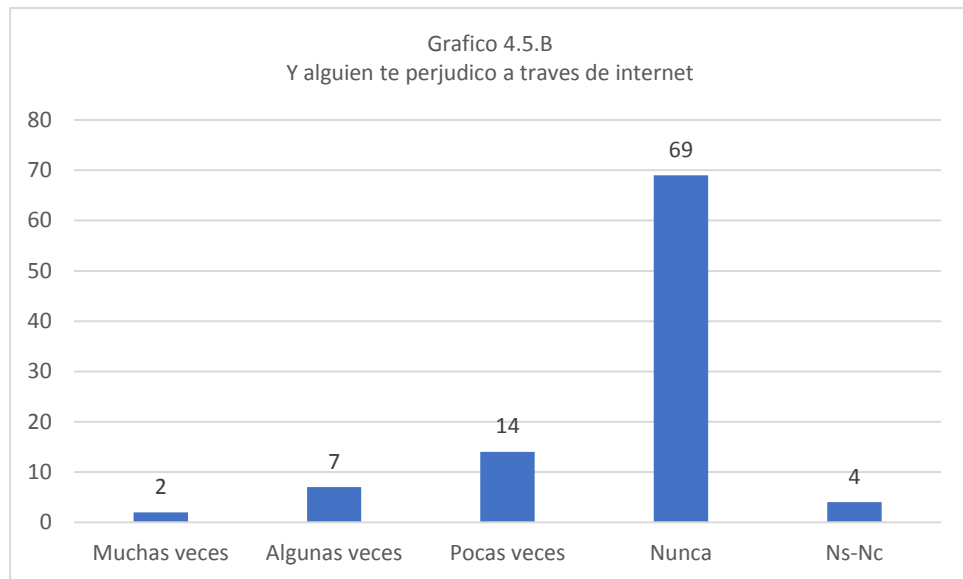
4.4 Conocistes en persona a algunos de tus amigos virtuales											
Si	36	Genero				Edad					
No	58	masculino	46		femenino	48	13-14	49		15-17	46
Ns-Nc	2										

Obsérvese que conocieron amigos a través de internet (amigos virtuales, en ambos géneros predomina casi un porcentaje igual o muy poco diferenciado



		%
Muchas veces	2	2
Algunas veces	4	4
Pocas veces	2	2
Nunca	86	90
Ns-Nc	2	2
	96	100

El 90% de los encuestados adolescentes mencionan que no han utilizado el internet para perjudicar a personas.



**Y alguien te perjudico a través de internet**

		%
Muchas veces	2	2
Algunas veces	7	7
Pocas veces	14	15
Nunca	69	72
Ns-Nc	4	4
	96	100

Sin embargo, hay encuetados que mencionan que han sido perjudicados a través de internet en un porcentaje de 2%, muchas veces, 7% algunas veces y 15 % pocas veces, lo que hace un total de 23% de entrevistas que han recibido un tipo de maltrato a través de las redes sociales.

**4.4.7 Análisis e interpretación de datos**

		%
tv	17	16
internet	73	69
radio	3	3

diarios	1	1
revistas	1	1
todos por igual	10	9
ninguno	1	1
Ns/Nc	0	0
	106	100

- Se puede observar que el 69% de pobladores de la zona consumen internet con un 69%, seguido de mirar televisión con un 16%.

		%
Menos de media hora	18	19
entre una o dos horas	52	54
Entre dos a cuatro horas	12	13
Cinco o más de cinco horas	9	9
Ns-Nc	5	5
	96	100

- El porcentaje de la gente está en que miran televisión al menos entre una o dos horas de lunes a viernes.

		%
Menos de media hora	23	24
entre una o dos horas	33	34
Entre dos a cuatro horas	15	16
Cinco o más de cinco horas	20	21
Ns-Nc	5	5
	96	100

Aquí se puede observar que los fines de semana las personas pueden ver televisión entre una o dos horas como promedio un fin de semana

		%
Si	27	28
No	65	68
Ns-Nc	3	3
	95	100

La gente escucha radio en muy bajo porcentaje como lo demuestra la gráfica de arriba, lo hace con un 28%.

Se puede observar en el grafico que dentro de la gente que escucha radio los porcentajes en bloque de edades se dividen los porcentajes casi en un 50%

		%
Si	22	23
No	71	74
Ns- Nc	3	3
	96	100

Los pobladores de la zona en un alto porcentaje (74%) no leen diarios en papel. Lo que significa que no compran en la actualidad periódicos para leerlos. Así mismo los porcentajes entre hombres y mujeres en esta lectura llegan a dividir en casi un 50% para cada grupo de edad señaladas.

		%
Si	63	66
No	32	34
Ns- Nc		0
	95	100

Las personas entrevistadas de la zona, un 66% tienen computadora y un 34% no tienen computadora en su casa.

		%
Si	63	66
No	27	28
Ns-Nc	5	5
	95	100

Se observa en este grafico que un 66% de personas tienen internet en sus casas, la misma que la usan para su conexión en su computadora.

Generalmente ¿usas internet?		%
Desde mi casa	90	92
Desde un locutorio	2	2
desde casa de un amigo		0
Desde la Escuela		0
Desde casa de familiares	3	3
Ns-Nc	3	3
	98	100

En el siguiente grafico podemos observar que mas del 90% de los entrevistados usan internet desde sus casas.

¿Cada cuanto usas internet?		%
Todos los días	84	87
Algunos días a la semana	10	10
Una vez por semana	1	1
Dos o tres días por mes		0
Ns-Nc	2	2
	97	100

¿Para qué usas internet?		%
Chatear con amigos	56	14
Bajar música, películas, libros	42	10
Estudiar-hacer trabajos para la escuela	74	18
Participar en redes sociales	20	5
jugar on-line	44	11
Ver videos o películas	49	12
Recibir-mandar correos electrónicos	10	2
Subir fotos	15	4
Conocer gente nueva	11	3
Buscar información de actualidad	15	4
Escribir en algún blog	4	1
Leer diarios revistas on-line	3	1
Escuchar radio	5	1
Escuchar música	60	15
Ns-Nc	2	0
	410	100

En la pregunta a los usuarios, para que usa internet, un 18% señala que lo hace para estudiar y hacer trabajo para la escuela, dejando un porcentaje del 14%, para chatera con amigos

**¿Y cuáles de los siguientes contenidos o temas acostumbrar a consultar?**

		%
Música	62	18
Juegos	47	14
Temas escolares	56	16
Deportes	23	7
Humor	28	8
Noticias	18	5
Programas de Tv humor	11	3
Culturales	14	4
Software e informática	5	1
Redes sociales -Facebook- MSN	17	5
concursos	8	2
películas	36	11
otros	14	4
Ns-Nc	1	0
	340	100

En esta grafica se acentúa en un 18% el uso de internet en bajar música, un 16% para temas escolares.

**Habitualmente cuando navegas en internet ¿hay algún adulto presente?**

		%
Si, siempre	9	9.47
No, a veces	56	58.9
No	30	31.6
	95	100

Aquí sorprende que cuando los menores están en internet un 31.6% lo hacen sin la presencia de un adulto y un 58.9%, en forma temporal. Lo que significa que hay poco interés de los padres de familia en controlar el consumo de medios digitales de los menores de edad.

**Y que suelen hacer tus padres, profesores, etc., ¿mientras estas conectado?**

		%
Están en la misma habitación	18	12
Me preguntan qué hago	41	27
Miran que estoy haciendo	22	14
Me ayudan si necesito	25	16
Hacemos algo juntos: compras, escribir a la familia	4	3
Se sientan a mi lado	1	1
No hacen nada	35	23
Ns-Nc	7	5
	153	100

Es importante señalar que a la pregunta señalada de los conectados hay un 27% que se interesan en que es lo están haciendo en internet.

**Posesión de redes sociales**

			%
Facebook	Si	77	17
	No	15	3
	Ns-Nc		0
fotolog	Si	19	4
	No	69	15
	Ns-Nc	4	1
Twitter	Si	30	7
	No	57	13
	Ns-Nc		0
Instagram	Si	60	13
	No	31	7
	Ns-Nc		0
otros	Si	69	15
	No	15	3
	Ns-Nc	3	1
		449	100

**Cuál es tu red social favorita**

		%
Facebook	23	19
Hotmail	1	1
YouTube	55	44
Taringa	1	1

Twitter	9	7
Instagram	34	27
Fotolog	1	1
MSN		0
	124	100

En este grafico aparece como la red social favorita YouTube con 44% e Instagram en segundo lugar con 27%.

4.1 **Durante los días de una semana normal-no fines de semana o feriados-, cuanto tiempo miras TV**

		%
Menos de una hora	14	14.6
entre una o dos hora	50	52.1
Entre dos a cuatro horas	13	13.5
Cinco o mas de cinco horas	11	11.5
Ns-Nc	8	8.33
	96	100

**y durante los fines de semana fines de semana o feriados cuanto tiempo miras TV**

		%
Menos de una hora	21	22
entre una o dos horas	25	26
Entre dos a cuatro horas	21	22
Cinco o más de cinco horas	17	18
Ns-Nc	11	12
	95	100

**¿Para qué usas las redes sociales?**

		%
Conectarse mejor con los amigos	44	26.8
Divertirse	39	23.8
Hacer nuevos amigos	13	7.93
Compartir las cosas que nos pasan	14	8.54
Buscar-encontrar información que nos interesa	31	18.9
Informar a otros/las cosas que nos pasan otros	4	2.44
Ns.Nc	17	10.4
	2	1.22
	164	100

La mayor cantidad de encuestados usan las redes sociales para conectarse con amigos y divertirse, como lo muestra el grafico anterior

4.3 Tienes amigos que conocistes a traves de internet, por el chat o resdes sociales						
Si	57	Genero			Edad	
No	36	masculino	47	femenino	47	13-14
Ns-Nc	2					51
						15-17
						45
4.4 Conocistes en persona a algunos de tus amigos virtuales						
Si	36	Genero			Edad	
No	58	masculino	46	femenino	48	13-14
Ns-Nc	2					49
						15-17
						46

Obsérvese que conocieron amigos a través de internet (amigos virtuales, en ambos géneros predomina casi un porcentaje igual o muy poco diferenciado

		%
Muchas veces	2	2
Algunas veces	4	4
Pocas veces	2	2
Nunca	86	90
Ns-Nc	2	2
	96	100

El 90% de los encuestados adolescentes mencionan que no han utilizado el internet para perjudicar a personas.

#### Y alguien te perjudico a través de internet

		%
Muchas veces	2	2
Algunas veces	7	7
Pocas veces	14	15
Nunca	69	72
Ns-Nc	4	4
	96	100

Sin embargo, hay encuestados que mencionan que han sido perjudicados a través de internet en un porcentaje de 2%, muchas veces, 7% algunas veces y 15

% pocas veces, lo que hace un total de 23% de entrevistas que han recibido un tipo de maltrato a través de las redes sociales.

### CRONOGRAMA

N°	ACTIVIDADES	2022			
		Mayo	Junio	Julio	Agosto
1	Selección del tema	x			
2	Información sobre el marco teórico	x			
3	Construcción y elaboración del cuestionario	x			
4	Aplicación del cuestionario		x	x	
5	Tabulación del cuestionario en el formato Excel			x	
6	Interpretación de los resultados obtenidos en campo			x	
7	Construcción del informe final				x

### PRESUPUESTO

Cantidad	Descripción	Importe en soles
Recursos Humanos		
	Movilidad	500
	Alimentación	800
	Otros	1200
Subtotal 1		<b>2500</b>
Material de campo utilizado		
	Material de escritorio	800
Subtotal 2		<b>800</b>
Material de gabinete para los informes finales		
	Equipo de computo	750
	Útiles de escritorio	500
	Uso de un personal para procesar los datos	750
	Otros gastos	500
Subtotal 3		<b>2500</b>
Total, de gastos aproximados en soles		<b>3800.00</b>

## CAPITULO V

### RESULTADO DE LA INVESTIGACION

#### 5.1 Resultado de la Investigación

- 1 Se puede observar que el 69% de pobladores de la zona consumen internet, seguido de mirar televisión con un 16%. Es decir, de cada 100 personas 73 usan internet.
- 2 En segunda opción en uso de medios digitales, podemos observar que la gente ve televisión al menos entre una a dos horas durante la semana.
- 3 Otro análisis que se obtiene es que la gente escucha muy poca radio de cada 100 al menos 3 escuchan radio. La mayor cantidad de gente que escucha radio se encuentra entre las edades de los rangos seleccionados entre 13-14 y 15-16. Los bloques seleccionados.
- 4 Los pobladores de la zona en un alto porcentaje (74%) no leen diarios en papel. Lo que significa que no compran en la actualidad periódicos para leerlos. Así mismo los porcentajes entre hombres y mujeres en esta lectura llegan a dividir en casi un 50% para cada grupo de edad señaladas.
- 5 Las personas entrevistadas de la zona, un 66% tienen computadora y un 34% no tienen computadora en su casa.
- 6 Se observa en este grafico que un 66% de personas tienen internet en sus casas, la misma que la usan para su conexión en su computadora.
- 7 En el siguiente grafico podemos observar que más del 90% de los entrevistados usan internet desde sus casas.
- 8 En la pregunta a los usuarios, para que usa internet, un 18% señala que lo hace para estudiar y hacer trabajo para la escuela, dejando un porcentaje del 14%, para chatear con amigos.

- 9 En esta grafica se acentúa en un 18% el uso de internet en bajar música, un 16% para temas escolares.
- 10 Aquí sorprende que cuando los menores están en internet un 31.6% lo hacen sin la presencia de un adulto y un 58.9%, en forma temporal. Lo que significa que hay poco interés de los padres de familia en controlar el consumo de medios digitales de los menores de edad.
- 11 Es importante señalar que a la pregunta señalada de los conectados hay un 27% que se interesan en que es lo están haciendo en internet sus hijos, esto corresponde a la responsabilidad de los padres de familia.
- 12 En este grafico aparece como la red social favorita YouTube con 44% e Instagram en segundo lugar con 27%.
- 13 La mayor cantidad de encuestados usan las redes sociales para conectarse con amigos y divertirse, como lo muestra el grafico anterior
- 14 Obsérvese que conocieron amigos a través de internet (amigos virtuales, en ambos géneros predomina casi un porcentaje igual o muy poco diferenciado.
- 15 El 90% de los encuestados adolescentes mencionan que no han utilizado el internet para perjudicar a personas.
- 16 Sin embargo, hay encuestados que mencionan que han sido perjudicados a través de internet en un porcentaje de 2%, muchas veces, 7% algunas veces y 15 % pocas veces, lo que hace un total de 23% de entrevistas que han recibido un tipo de maltrato a través de las redes sociales.

En consecuencia, estamos llegando a los siguientes resultados después de evaluar los procesos de la información obtenida:

Se ha podido determinar el tipo de uso de mayor consumo de medios digitales que tienen relación significativa dentro de la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla en el periodo mayo agosto 2022, lo significa que los medios digitales y su consume intervienen como medios importantes para poder informarse.

Así mismo se ha podido Identificar el tipo de uso de mayor consumo de medios digitales con mayor frecuencia, se ha observado en las redes sociales y con ello se ha podido determinar el tiempo de horas que los adolescentes tienen en el consumo de medios digitales y por lo tanto la eficacia educativa se ha demostrado que si tiene incidencia en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla.

Se ha podido Identificar que las redes sociales son usadas con mayor frecuencia en los procesos de búsqueda de información incluido para hacer sus tareas escolares en especialmente cuando hacen uso las redes sociales de mayor consumo de medios digitales con más frecuencia produciéndose la incidencia de mucha importancia en la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla.

## CONCLUSIONES

1.- *Si hay consumo de medios digitales especialmente en las redes sociales entre los jóvenes y esto contribuyen grandemente en la eficacia educativa, porque los usan para sacar informaciones más importantes en sus tareas educativas en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida distrito de Subtanjalla, toda vez que hacen en su vida diaria la grande cantidad de los medios informáticos o equipos digitales.*

2.- Así mismo se ha podido Identificar el tipo de uso de mayor consumo de medios digitales con mayor frecuencia, se ha observado en las redes sociales y con ello se ha podido determinar el tiempo de horas que los adolescentes tienen en el consumo de medios digitales y por lo tanto la eficacia educativa se ha demostrado que si tiene incidencia en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla.

Lo que concluimos es que se identificó a las redes sociales como el principal motor del consumo de medios digitales especialmente en el tipo de mayor consumo y su eficacia en la educación de los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla.

3.- Se ha podido Identificar que las redes sociales son usadas con mayor frecuencia en los procesos de búsqueda de información incluido para hacer sus tareas escolares especialmente cuando hacen uso de las redes sociales de mayor consumo de medios digitales con más frecuencia produciéndose la incidencia de mucha importancia en la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla.

Así mismo se puede explicar que el consumo de medios digitales incide frecuentemente en la eficacia educativa en los pobladores del centro poblado Sol de la Florida del distrito de Subtanjalla está centrada de como los padres de familia pueden controlar de manera efectiva el consumo de estos medios, ya que los equipos electrónicos en su gran mayoría están en sus manos, aún muy aparte de su condición económica.

## SUGERENCIAS

- 1.- Seguir con los estudios de consumo de medios digitales en toda la región y en los diversos estratos de la sociedad, teniendo en cuenta sus niveles educativos y económicos.
- 2.- Hacer un trabajo más minucioso sobre el comportamiento de la gente en el departamento sobre el principal motor del consumo de medios digitales y su eficacia en la educación de los pobladores de la región, toda vez que se ha podido identificar el tipo de uso de mayor consumo de medios digitales con mayor frecuencia, esto se puede ampliar en el uso de las redes sociales para estudiar el consumo de tiempo de horas que los adolescentes tienen en el consumo de medios digitales.

Se debe seguir haciendo investigación sobre las redes sociales como el principal motor del consumo de medios digitales.

- 3.- Proponer a los estudiantes de la facultad un compromiso de estudio permanente sobre las redes sociales y su impacto con mayor frecuencia en los procesos de búsqueda de información incluido para hacer sus tareas escolares y su incidencia cuando hacen uso de las redes sociales de mayor consumo de medios digitales.

Seguir haciendo investigación por parte de la facultad sobre consumo de medios digitales que tienen mayor eficacia educativa en los pobladores del centro poblado de nuestra región.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1 Andrés V. Velásquez. (2017). Consumo de medios de comunicación digital en Millennials ecuatorianos. Memoria de la decima sexta conferencia iberoamericana en sistemas, cibernética e informática.
- 2 Renato Fernando Berreta Contreras. (2029). Uso y consumo de contenido digital online-La Salle Universidad.
- 3 Barrios Rubio, A. (2009). Los jóvenes y la red: uso y consumo de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. Signo y pensamiento.
- 4 Bermúdez Pablo (2018). Superinteresantes cifras de la penetración de internet y Facebook en el Perú y el mundo. Diario Gestión.
- 5 Javier Barrios Carrasco-España (2018). Tesis Doctoral: La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España.
- 6 Camilo José Cele. (2019). Documento: Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes-Barbara Yuste. Universidad Carlos III de Madrid.
- 7 Revista chilena de derecho y ciencias políticas -dic-mayo 2018. Informados y confiados: efecto del consumo de medios de comunicación tradicional y digital sobre la confianza de los chilenos.
- 8 Ibañez D.B, Freund-Thurne. Ursula ; Montemayor, D.J.G; Garzon, K.T.P. Consumo y confianza de los ciber medios en Perú. Un estudio sobre los estudiantes universitarios.

- 9 Ibañez D.B, Freund-Thurne. Ursula ; Montemayor, D.J.G; Garzon, K.T.P.  
Consumo y confianza de los ciber medios en Perú. Un estudio sobre los  
estudiantes universitarios.
- 10 Ipsos 2020: señala que las personas no serán los mismos cuando la crisis pase,  
la TV y los medios digitales serán mucha más relevantes.
- 11 Fernando human Flores; Henry Palomino Moreno; Tomas Atarama Rojas; Lucia  
Castañeda Purizaga (2017). Los escolares en la era digital: el consumo de medios  
en los alumnos del 5º de secundaria de los colegios públicos en la región de  
Piura. Universidad de Piura.



**ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES**  
 URB. SOL DE LA FLORIDA  
 DISTRITO DE SUBTANJALLA-ICA-PERU

**3.1 Habitualmente cuando navegas en internet ¿hay algún adulto presente?**

Si, siempre	<input type="checkbox"/>
No, a veces	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

**3.2 Y que suelen hacer tus padres, profesores, etc, mientras estas conectado?**

Estan en la misma habitacion	<input type="checkbox"/>
Me preguntan que hago	<input type="checkbox"/>
Miran que estoy haciendo	<input type="checkbox"/>
Me ayudan si necesito	<input type="checkbox"/>
Hacemos algo juntos: compras, escribir a la familia	<input type="checkbox"/>
Se sientan a mi lado	<input type="checkbox"/>
No hacen nada	<input type="checkbox"/>
No-Nc	<input type="checkbox"/>

**3.3 Posesion de Redes sociales**

**Facebook**

Si	<input type="checkbox"/>	Genero		Edad	
No	<input type="checkbox"/>	masculino	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>
No-Nc	<input type="checkbox"/>			13-14	15-17

**Fotolog o blog propio**

Si	<input type="checkbox"/>	Genero		Edad	
No	<input type="checkbox"/>	masculino	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>
No-Nc	<input type="checkbox"/>			13-14	15-17

**Twitter**

Si	<input type="checkbox"/>	Genero		Edad	
No	<input type="checkbox"/>	masculino	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>
No-Nc	<input type="checkbox"/>			13-14	15-17

**Instragram**

Si	<input type="checkbox"/>	Genero		Edad	
No	<input type="checkbox"/>	masculino	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>
No-Nc	<input type="checkbox"/>			13-14	15-17

**otros**

Si	<input type="checkbox"/>	Genero		Edad	
No	<input type="checkbox"/>	masculino	<input type="checkbox"/>	femenino	<input type="checkbox"/>
No-Nc	<input type="checkbox"/>			13-14	15-17

**3.4 Cual es tu red social favorita**

Facebook	<input type="checkbox"/>
Hotmail	<input type="checkbox"/>
Youtube	<input type="checkbox"/>
Taringa	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>

Instagram   
 Fotolog   
 MSN

pag.4 ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES  
 URB. SOL DE LA FLORIDA  
 DISTRITO DE SUBTANJALLA-ICA-PERU

MySpace   
 Otros   
 Ninguna   
 Ns.Nc

FRECUENCIA DE UTILIZACION DE REDES SOCIALES

4.1 Durante los días de una semana normal-no fines de semana o feriados-, cuanto tiempo miras TV y durante los fines de semana fines de semana o feriados cuanto tiempo miras TV

Menos de una hora entre una o dos hora	<input type="checkbox"/>	Menos de una hora entre una o dos hora	<input type="checkbox"/>
Entre dos a cuatro horas	<input type="checkbox"/>	Entre dos a cuatro horas	<input type="checkbox"/>
Cinco o mas de cinco horas	<input type="checkbox"/>	Cinco o mas de cinco horas	<input type="checkbox"/>
Ns.Nc	<input type="checkbox"/>	Ns.Nc	<input type="checkbox"/>

4.2 Para que usas las redes sociales?

Conectarse mejor con los amigos   
 Divertirse   
 Hacer nuevos amigos   
 Compartir las cosas que nos pasan   
 Buscar-encontrar informacion que nos interesa   
 Informar a otros/las cosas que nos pasan   
 otros   
 Ns.Nc

4.3 Tienes amigos que conocistes a traves de internet, por el chat o resdes sociales

Si	Genero		Edad	
No	masculino	femenino	13-14	15-17
Ns.Nc				

4.4 Conocistes en persona a algunos de tus amigos virtuales

Si	Genero		Edad	
No	masculino	femenino	13-14	15-17
Ns.Nc				

4.5 Usos negativos de internet

Utilizar internet para perjudicar a alguna persona-por ejemplo chateando o escribiendo algo en facebook?		Y alguien te perjudico a traves de internet	
Muchas veces	<input type="checkbox"/>	Muchas veces	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>
Pocas veces	<input type="checkbox"/>	Pocas veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>

Ns.Nc  Ns.Nc

# LLENADO DE DATOS DE LAS FICHAS CONTRUIDAS

pag.1 ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES  
URB. SOL DE LA FLORIDA  
DISTRITO DE SUBTANIAJALLA-ICA-PERU

Nota: marque con una X

1.- Cuali de estos medios consultas en primer lugar para informarte sobre los temas que te interesan?

TV  17  Internet  71  Radio  3  Sitios  1  Redes  1  Fotos por igual  11  Ninguno  1  No/Nc

2.- Cuali de estos medios consultas para informarte sobre los temas que te interesan?

2.1 Generalmente ¿miras TV.?

Durante los días de una semana normal-no fines de semana o feriados, cuanto tiempo miras TV		y durante los fines de semana fines de semana o feriados cuanto tiempo miras TV	
Menos de media hora	18	Menos de media hora	23
entre una o dos hora	52	entre una o dos hora	33
Entre dos a cuatro horas	12	Entre dos a cuatro horas	15
Cinco o mas de cinco horas	9	Cinco o mas de cinco horas	20
No-Nc	3	No-Nc	3

2.2 Generalmente ¿Escuchas Radio?

Si	27	Genero		Edad	
No	65	masculino	48	femenino	47
No-Nc	3	13-14	48	15-17	47

2.3 ¿Generalmente, lee diarios en papel?

Si	22	Genero		Edad	
No	71	masculino	47	femenino	45
No-Nc	3	13-14	48	15-17	44

2.4 ¿Tienes computadora?

Si	63	Genero		Edad	
No	32	masculino	48	femenino	38
No-Nc		13-14	48	15-17	40

2.5 La computadora en tu casa ¿es con conexión a internet?

Si	63
No	27
No-Nc	3

pag.2 ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES  
URB. SOL DE LA FLORIDA  
DISTRITO DE SUBTANIAJALLA-ICA-PERU

2.6 Generalmente ¿usas internet?

Desde mi casa	90
Desde un locutorio	2
desde casa de un amigo	
Desde la Escuela	
Desde casa de familiares	3
No-Nc	3

2.7 ¿Cada cuanto usas internet?

Todos los dias	84
Algunos dias a la semana	10
Una vez por semana	1
Dos otros dias por mes	
No-Nc	2

2.8 ¿Para que usas internet?

Chatarra con amigos	36
Bajar musica, peliculas, libros	42
Estudiar-hacer trabajos para la escuela	74
Participar en redes sociales	20
Jugar on-line	44
Ver videos o peliculas	49
Recibir-mandar correos electronicos	10
Subir fotos	19
Conocer gente nueva	11
Buscar informacion de actualidad	19
Escribir en algun blog	4
Leer diarios revistas on-line	3
Escuchar radio	3
Escuchar musica	60
No-Nc	2

2.9 Y cuales de los siguientes contenidos o temas acostumbrar a consultar?

Musica	62
Juegos	47
Temas escolares	56
Deportes	23
Humor	28
Noticias	18
Programas de Tv humor	11
Culturales	14
Software e Informatica	3
Redes sociales -facebook-MSN	17
concursos	8
peliculas	36
otros	14
No-Nc	1

**ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES**  
**URB. SOL DE LA FLORIDA**  
**DISTRITO DE SUBTANJALLA-ICA-PERU**

**3.1 Habitualmente cuando navegas en internet ¿hay algún adulto presente?**

Si, siempre	3
No, a veces	56
No	30

**3.2 Y que suelen hacer tus padres, profesores, etc, mientras estas conectado?**

Estan en la misma habitacion	18
Me preguntan que hago	41
Miran que estoy haciendo	22
Me ayudan si necesito	25
Hacemos algo juntos: compras, escribir a la familia	4
Se sientan a mi lado	1
No hacen nada	35
Ns-Nc	7

**3.3 Posesion de Redes sociales**

**Facebook**

Si	77	Genero		Edad					
No	15	masculino	46	femenino	44	13-14	47	15-17	44
No-Nc									

**Fotolog o blog propio**

Si	19	Genero		Edad					
No	69	masculino	43	femenino	46	13-14	48	15-17	44
No-Nc	4								

**Twitter**

Si	30	Genero		Edad					
No	57	masculino	43	femenino	43	13-14	46	15-17	41
No-Nc									

**Instagram**

Si	00	Genero		Edad					
No	31	masculino	44	femenino	45	13-14	47	15-17	43
No-Nc									

**otros**

Si	09	Genero		Edad					
No	15	masculino	43	femenino	44	13-14	46	15-17	41
No-Nc	3								

**3.4 Cual es tu red social favorita**

Facebook	23
Hotmail	1
Youtube	55
Taringa	1
Twitter	9

Instagram	34
Fotolog	1
MSN	

pag.4 ENCUESTA A POBLADORES SOBRE CONSUMO DE MEDIOS DIGITALES  
URB. SOL DE LA FLORIDA  
DISTRITO DE SUBTANIAJALLA-ICA-PERU

MySpace	
Otros	17
Ninguna	
Ns-Nc	1

FRECUENCIA DE UTILIZACION DE REDES SOCIALES

4.1 Durante los días de una semana normal-no fines de semana o feriados, cuanto tiempo miras TV y durante los fines de semana fines de semana o feriados cuanto tiempo miras TV

Menos de una hora entre una o dos horas	14	Menos de una hora entre una o dos horas	21
Entre dos a cuatro horas	30	Entre dos a cuatro horas	25
Cinco o mas de cinco horas	13	Cinco o mas de cinco horas	21
Ns-Nc	11	Ns-Nc	17
	8		11

4.2 Para que usas las redes sociales?

Conectarse mejor con los amigos	44
Divertirse	39
Hacer nuevos amigos	13
Compartir las cosas que nos pasan	14
Buscar-encontrar informacion que nos interesa	31
Informar a otros/las cosas que nos pasan	4
otros	17
Ns-Nc	2

4.3 Tienes amigos que conocistes a traves de internet, por el chat o redes sociales

Si	57	Genero		Edad	
No	36	masculino	47	femenino	47
Ns-Nc	2	13-14	51	15-17	45

4.4 Conocistes en persona a algunos de tus amigos virtuales

Si	36	Genero		Edad	
No	58	masculino	40	femenino	48
Ns-Nc	2	13-14	49	15-17	40

4.5 Usos negativos de internet

Utilizar internet para perjudicar a alguna persona-por ejemplo chateando o escribiendo algo en facebook? Y alguien te perjudico a traves de internet

Muchas veces	2	Muchas veces	2
Algunas veces	4	Algunas veces	7
Pocas veces	2	Pocas veces	14
Nunca	85	Nunca	89

Ns-Nc	2	Ns-Nc	4
-------	---	-------	---

## ALGUNOS GRAFICOS

