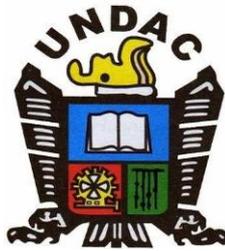


UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE EDUCACIÓN PRIMARIA



T E S I S

**Uso de las redes sociales y conciencia ambiental en los alumnos del
quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de
Montecarlo Oxapampa - 2023**

**Para Optar el Título Profesional de:
Licenciada en Educación Primaria**

Autores:

Bach. Abigail Sarai SAMILLAN SANDOVAL

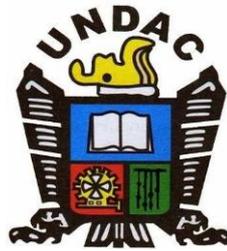
Bach. Keila Sarai SAMILLAN SANDOVAL

Asesor:

Dr. Raúl GRANADOS VILLEGAS

Cerro de Pasco - Perú - 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE EDUCACIÓN PRIMARIA



T E S I S

Uso de las redes sociales y conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Werner Isaac SURICHAQUI HIDALGO
PRESIDENTE

Mg. Josué CHACON LEANDRO
MIEMBRO

Mg. David Wilson OSORIO ESPINOZA
MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias de la Educación
Unidad de Investigación

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 233 – 2024

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:

SAMILLAN SANDOVAL, Abigail Sarai y SAMILLAN SANDOVAL, Keila Sarai

Escuela de Formación Profesional:

Educación Primaria

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo:

Uso de las redes sociales y conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023

Asesor:

GRANADOS VILLEGAS, Raúl

Índice de Similitud:

6%

Calificativo:

Aprobado

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software Turnitin Similarity.

Cerro de Pasco, 07 de noviembre del 2024.



DEDICATORIA

A Dios, quien nos brinda fortaleza diaria. A nuestra madre, que nos impulsa a seguir avanzando.

A nuestras hermanas Katerin, Steffany, mujeres perseverantes.

A la persona que siempre nos enseña algo, nuestra sobrina Valentina.

A nuestra abuela, por guiarnos y brindarnos sus cuidados.

AGRADECIMIENTO

Nuestra gratitud:

A Dios, por la oportunidad que nos da de seguir avanzando en el logro de nuestras metas.

A la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, pieza fundamental en nuestra formación tanto profesional y personal, por permitirnos realizar esta investigación.

A nuestro asesor, quien orientó y acompañó la elaboración del proyecto de tesis. A nuestra familia, compañeros y de manera especial a nuestros amigos cercanos.

RESUMEN

Este estudio tiene como principal prioridad determinar aquella relación o vínculo que existe entre el Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa - 2023.

Es necesario mencionar que el uso de las redes sociales ha crecido significativamente en estos últimos años, pero al mismo tiempo existe preocupación por el creciente interés de las personas por la protección del medio ambiente. Si bien existen un sinnúmero de estrategias para seguir aumentando la conciencia ambiental, debemos adaptarnos a los intereses de nuestros estudiantes.

El método utilizado en este trabajo es básico descriptivo, este tipo de investigación es una base teórica que puede guiar a otros tipos de estudios, el nivel es correlacional, ya que busca asociar o correlacionar las variables, antes de eso se debe dar una descripción de las variables, porque nos permiten obtener datos y gestionar el proceso de recopilación de datos. Seleccionamos 15 estudiantes como muestra. Utilizamos encuestas como herramienta. En los resultados, observamos un valor de $p = 0,007$, que nos arrojó una correlación de 0,030 mediante la prueba Rho de Spearman. Esto nos permite saber que la variable red social tiene una relación moderadamente significativa con la variable conciencia ambiental. Esto significa que es una parte importante de las herramientas que podemos utilizar para aumentar la conciencia de las personas o individuos que se sienten preocupados por el medio ambiente y fomentar la interacción y el interés en este tema.

Palabras clave: redes sociales y cuidado del medio ambiente.

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine the relationship between the use of social networks and environmental awareness in the students of the fifth cycle of the Educational Institution No. 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa - 2023.

It is necessary to mention that, in recent years, the use of social networks has grown memorably, but at the same time there is a concern to promote interest in caring for the environment. Although there are countless strategies to continue promoting environmental awareness, it is necessary to align ourselves with the interest of students.

The methodology applied was basic descriptive, this type of research serves as a theoretical basis for other types of research, the level is correlational because it seeks the association or correlation of the variables, prior to this, the variables had to be described, a questionnaire was applied for the two variables that allowed obtaining data and guiding the way of data collection. A sample of 10 students was taken. A survey was used as an instrument.

Concerning the results, we observed through the $p\text{-value} = 0.007$ with Spearman's Rho test, which gave us a 0.030 correlation. This gives us to understand that the variable SOCIAL NETWORKS has a moderately significant relationship with the variable ENVIRONMENTAL AWARENESS. This means that it is a key piece that we can use to raise awareness of environmental care and are tools that contribute through interaction, interest in this topic.

Keywords: social networks and environmental care.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Grados y Títulos Profesionales de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, sometemos a consideración nuestro trabajo titulado: Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental de los Estudiantes del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023, buscamos obtener el título profesional de Licenciada en Educación Primaria.

Se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023?

Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.

La hipótesis de la investigación fue: Existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.

El tipo de investigación utiliza básicamente un enfoque descriptivo y un diseño correlacional. La población fue de 48 niños mediante muestreo intencional no probabilístico. Utilice métodos de encuestas y cuestionarios como herramientas.

El objetivo principal del trabajo que ofrecemos es crear un espacio de información, investigación y discusión que tenga como objetivo el conocimiento crítico y reflexivo sobre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental. Por lo tanto, se

intenta determinar la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental entre alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa - 2023. Nace a partir de que últimamente los estudiantes se han interesado mucho por las redes sociales, lo que a su vez nos permite ver cómo este interés se relaciona con la conciencia ambiental. El estudio proporciona a profesores y padres recomendaciones sobre cómo evaluar y mantener la relevancia y eficacia de las redes sociales para aumentar la conciencia ambiental. El trabajo está organizado de la siguiente manera: En el CAPÍTULO 1 se analiza el problema de investigación, comenzando con el análisis teórico, que describe el problema, planteamiento del problema, objetivo, la justificación de la investigación y las limitaciones. En el CAPÍTULO 2 examina el marco teórico, que muestra la definición con autores de cada variable y la importancia de las redes sociales en el ámbito ambiental, la base científica y la definición de conceptos básicos.

El CAPÍTULO 3 describe el proceso metodológico adicional, incluyendo tipo, nivel, método, diseño de investigación, la población y muestra, mientras que el CAPÍTULO 4 resume el trabajo de campo y el procesamiento estadístico de los resultados obtenidos en el campo con respecto a la selección y validación del instrumento de investigación en tablas y gráficos. representación. El CAPÍTULO 5 trata de la discusión de resultados, prueba de hipótesis y contribución del trabajo. El propósito de este estudio es reflexionar sobre la relación entre el uso de redes sociales y la conciencia ambiental con el fin de promover y mejorar el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes para promover el cuidado del medio ambiente.

ÍNDICE

Página.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	3
1.3.	Formulación del problema	3
1.3.1.	Problema general	3
1.3.2.	Problemas específicos.....	4
1.4.	Formulación de objetivos.....	4
1.4.1.	Objetivo general	4
1.4.2.	Objetivos específicos.....	4
1.5.	Justificación de la investigación	5
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio.....	7
2.2.	Bases teóricas – científicas	9
2.3.	Definición de términos básicos.....	21
2.4.	Formulación de hipótesis	22
2.4.1.	Hipótesis general	22
2.4.2.	Hipótesis específicas.....	22
2.5.	Identificación de variables	22
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores	22

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación	26
3.2.	Nivel de investigación	26
3.3.	Métodos de investigación	27
3.4.	Diseño de investigación.....	27
3.5.	Población y muestra.....	28
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
3.7.	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	30
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	45
3.9.	Tratamiento estadístico	46
3.10.	Orientación ética filosófica y epistémica.....	46

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Descripción del trabajo de campo	47
4.2.	Presentación, análisis e interpretación de resultados	47
4.3.	Prueba de hipótesis	48
4.4.	Discusión de resultados	49

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

	Página.
Tabla 1. ¿Puedes acceder de manera fácil a las redes sociales?.....	31
Tabla 2. ¿Es adecuado la cantidad de horas que haces uso de las redes sociales?.....	32
Tabla 3. ¿Usas la red social Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente?	33
Tabla 4. ¿Usas el celular para conectarte a las redes sociales?.....	34
Tabla 5. ¿Promueves el cuidado del medio ambiente en las redes sociales?	35
Tabla 6. ¿Observas publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente?.....	36
Tabla 7. ¿Le darías un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente?.....	37
Tabla 8. ¿Has comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente?.....	38
Tabla 9. ¿Has usado las redes sociales para visitar páginas ambientales?	39
Tabla 10. ¿Usas tus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?.....	40
Tabla 11. ¿Usas tus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?.....	41
Tabla 12. ¿Buscas información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero?	42
Tabla 13. ¿Te sientes bien con la situación del medio ambiente en el que vives?.....	43
Tabla 14. ¿Realizas actividades para cuidar el medio ambiente?	44
Tabla 15. ¿Clasificas la basura según los colores de los tachos?	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página.
Gráfico 1. ¿Puedes acceder de manera fácil a las redes sociales?.....	31
Gráfico 2. ¿Es adecuado la cantidad de horas que haces uso de las redes sociales?.....	32
Gráfico 3. ¿Usas la red social Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente?	33
Gráfico 4. ¿Usas el celular para conectarte a las redes sociales?	34
Gráfico 5. ¿Promueves el cuidado del medio ambiente en las redes sociales?	35
Gráfico 6. ¿Observas publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente?.....	36
Gráfico 7. ¿Le darías un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente?	37
Gráfico 8. ¿Has comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente?.....	38
Gráfico 9. ¿Has usado las redes sociales para visitar páginas ambientales?	39
Gráfico 10. ¿Usas tus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?.....	40
Gráfico 11. ¿Usas tus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?.....	41
Gráfico 12. ¿Buscas información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero?.....	42
Gráfico 13. ¿Te sientes bien con la situación del medio ambiente en el que vives?.....	43
Gráfico 14. ¿Realizas actividades para cuidar el medio ambiente?	44
Gráfico 15. ¿Clasificas la basura según los colores de los tachos?	45

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

Han pasado casi 100 años desde que se desarrollaron diversas tecnologías y herramientas para hacer más efectiva nuestra comunicación. Con el tiempo, las primeras formas de comunicación cara a cara, como cartas, telegramas y llamadas telefónicas, fueron reemplazadas por el correo electrónico, los teléfonos móviles, los mensajes de texto, las videollamadas, los mensajes de voz y otras aplicaciones de redes sociales. Si bien estos cambios tecnológicos han traído muchos beneficios (por ejemplo, hacer que sea más fácil conectarse con otras personas al instante), también han generado preocupaciones sobre el vínculo entre las redes sociales y la conciencia ambiental.

Las redes sociales, son parte de la era digital, por tal motivo, los estudiantes del quinto ciclo no son ajeno a esta tendencia y están involucrados. Muchos

estudiantes, no están interesados en los temas ambientales, por lo que hacen uso de las redes sociales para entretenerse. Eso repercute negativamente en la conciencia ambiental.

¿Por qué no se genera conciencia ambiental si las redes sociales es una herramienta de divulgación de información e interacción? ¿Por qué algunos no prestan atención a las señales que nos dan las redes sociales sobre el medio ambiente?

Estas preguntas, tiene que ser respondidas al determinar la relación que existe entre las redes sociales y la conciencia ambiental.

El medio ambiente es mucho más complejo porque incluye la organización social y la compleja red de relaciones que las personas tejen entre sí y con el medio ambiente.

Según Febles (2004), la conciencia ambiental se define como un conjunto de experiencias, conocimientos y experiencias relacionadas con el entorno que una persona utiliza activamente. Comprender y experimentar lo que sucede en el mundo para poder reconocer y desarrollar su propio comportamiento. Ambas partes están conectadas a través de las redes sociales.

La conciencia ambiental se define como un conjunto de experiencias, conocimientos y experiencias relacionadas con el medio ambiente que una persona utiliza activamente. Comprender y experimentar lo que sucede en el mundo para poder reconocer y desarrollar su propio comportamiento. Ambos bandos tienen más influencia a través de las redes sociales. El uso de Internet y las redes sociales "rompe las barreras de tiempo y espacio entre estudiantes y profesores en el aula y en el resto del mundo", nos menciona Ramos (2010). Lo que es de interés de los estudiantes, es necesario adecuar o involucrar en la

fomentar la conciencia ambiental.

El objetivo de crear conciencia es lograr que las personas se comprometan a marcar la diferencia y marcar una diferencia en sus vidas. Cambiar estructuras deshumanizantes.” Unigarro (1986) (pág.64).

De esta manera, la conciencia ambiental se convierte en una oportunidad para actuar sobre el medio ambiente, explorar caminos y desarrollar la inclusión de comportamientos amigables con el medio ambiente. Este sistema también incluye las redes sociales.

1.2. Delimitación de la investigación

Las redes sociales son cruciales para promover la conciencia ambiental entre los estudiantes con conocimientos tecnológicos. Por lo que es vital involucrar en este estudio a estudiantes, educadores y padres de familia de la institución educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa - 2023.

Delimitación Espacial

Se llevó a cabo en la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo que pertenece al distrito de Huancabamba y de nuestra provincia de Oxapampa.

Delimitación Temporal

Se realizó en el presente año 2023.

Delimitación Social

Se desarrolló con la participación de los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la

conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación que existe entre la interacción y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la conexión y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023?
- ¿Cuál es la relación que existe entre compartir contenidos y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación que existe entre la interacción y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.
- Identificar la relación que existe entre la conexión y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.

- Identificar la relación que existe entre compartir contenidos y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.

1.5. Justificación de la investigación

Las redes sociales, se han convertido en herramientas muy utilizadas por los estudiantes. Con la aparición de nuevas plataformas y aplicaciones, los estudiantes están en constante descubrimiento de las funciones que ofrecen las redes sociales, para diversión y pasatiempo de sí mismos.

El propósito de estudiar este tema, es para conocer no solo la relación que existe entre redes sociales y la conciencia ambiental de los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa, sino también, para que sirva como base a los próximos estudios de investigación y así se permita o se logre ampliar el potencial de las redes sociales en diversos ámbitos.

El presente estudio de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa - 2023, se justifica por las siguientes razones:

Justificación teórica.

Es significativa. Las redes sociales, son medios facilitadores y divulgadores de información sobre los problemas ambientales que día a día aumentan. Y a su vez nos permite conocer como fortalecer la conciencia ambiental. Asimismo, pretendemos que se utilicen por los docentes, estudiantes y padres de familia de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa para realizar otros trabajos de investigación

relacionados que demuestren las bases teóricas del uso de redes sociales y la conciencia ambiental.

Justificación metodológica.

De igual manera la encuesta (con el fin de conocer si a través de las redes sociales se fomenta la conciencia ambiental), es importante por los resultados obtenidos en el trabajo. Son útiles en el proceso de investigación, básicamente, porque nos permitió conocer la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental.

Justificación práctica.

Los resultados de esta investigación son de vital importancia, porque nos permitió determinar si la relación que existe entre las redes sociales y la conciencia ambiental es significativa o no. Consideramos que los resultados de esta investigación son viables para conocer como los alumnos pueden hacer uso de las redes sociales para informarse y tomar una postura hacia la conciencia ambiental.

1.6. Limitaciones de la investigación

Estas son las limitaciones de este estudio;

- Dinero para comprar libros y crear una bibliografía sólida.
- Desafíos con la administración en la institución educativa.
- Tiempo para cumplir con las obligaciones de trabajo, así como de ese estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Investigación Internacional

Mejía, O. (2012). En su tesis *Uso de las redes sociales como medio comercial*. El objetivo fue identificar las preferencias más importantes de los usuarios de Facebook cuando el sitio de interacción social con amigos virtuales se convierte en un medio de publicidad y venta de productos y servicios. Se aplicaron métodos inductivos y descriptivos a una muestra de 66 individuos, 43 hombres y 23 mujeres. Se han extraído las siguientes conclusiones:

1. Interacción social con amigos virtuales Se concluye que las actitudes importantes que tienen los usuarios de Facebook cuando el sitio se convierte en un vehículo para promocionar y vender productos incluyen aceptación, agrado, conveniencia y aprobación.
2. Los sujetos que manifestaron no estar de acuerdo con el uso de esta herramienta como medio comercial deberán alentar a sus amigos que utilizan

Facebook como cortina para actividades comerciales a crear perfiles comerciales o páginas de fans para este fin. Dijeron que, si trabajas y mantienes tu perfil personal solo para tus amigos, Fan page tiene beneficios adicionales para este fin.

3. Entre los principales beneficios percibidos por los participantes de la investigación al utilizar una cuenta personal de Facebook como medio comercial, se destacan los siguientes: A través de las redes sociales puedes llegar a más personas, es una plataforma social efectiva y creativa, es gratuita e interactiva. Ampliar el comercio.
4. Otra ventaja es duplicar las ventas. Ni siquiera necesitas tener un sitio web porque Facebook vende una variedad de artículos clasificados por categoría. Tiene su propia tienda virtual. detalle once Crear un perfil comercial puede llevar hasta unas horas, pero no es complicado y no requiere conocimientos técnicos avanzados. Cualquiera que sepa utilizar una computadora sencilla y navegar por Internet puede hacerlo sin mucha dificultad. El idioma tampoco es un problema, ya que esta red social cuenta con varios idiomas, incluido el español.
5. Los encuestados identificaron las principales desventajas de una cuenta de perfil de Facebook y la transición de esta cuenta a una cuenta comercial. Es una falta de respeto, de mal gusto y perder amigos. De las respuestas podemos deducir que hubo algunas incompatibilidades con este contacto, ya que la cuenta se creó originalmente como una amistad y luego se convirtió en una herramienta de marketing público. Esto puede obligar a los usuarios a eliminar sus contactos. Contactos para actividades comerciales a través de cuentas personales de Facebook.

Investigación Nacional

Samillan, L. (2022). En su tesis Propuesta de una campaña de comunicación en la red social Instagram para la concientización del uso del plástico para la preservación del medio ambiente. El objetivo era lanzar una campaña en Instagram para concienciar sobre el uso del plástico en la protección del medio ambiente. Utilizando un método de diseño fenomenológico cualitativo, se aplicaron métodos de entrevista a siete personas de Chiclayo, usuarios de Instagram y expertos en la materia. Se concluye de la siguiente manera:

1. Los participantes de los grupos focales reconocieron los efectos de los plásticos en los ecosistemas, particularmente cuando los plásticos no se reciclan y terminan en vertederos, contaminando plantas, animales, océanos y ecosistemas. También entendieron la actual crisis de contaminación y los esfuerzos gubernamentales para abordarla.
2. Para elaborar el perfil de la campaña en Instagram para concientizar sobre el uso del plástico se tuvieron en cuenta algunos puntos como las principales preguntas que llevaron a la idea de iniciar la campaña y la importancia que le dieron las personas. genera el objetivo, el grupo objetivo, una descripción detallada, los valores que busca desarrollar, y más.
3. El diseño de una campaña en la red social Instagram para concienciar sobre el uso del plástico es el resultado visual de un brief creativo. Todos mantienen la coherencia en color, mensajes, estructura y contenido para permanecer conectados durante toda la campaña de comunicación.

2.2. Bases teóricas – científicas

Uso de las Redes Sociales.

Lorenzo, Carlota; Gómez, Miguel; Alarcón, María. (2011) citan a Boyd y

Ellison (2007), quien afirma que:

Una red social es un servicio que permite a los individuos crear perfiles públicos o semipúblicos en un sistema cerrado, crear listas de otros usuarios con quienes quieran compartir conexiones y, así ver y desplazarse por una lista de conexiones. Esto lo hizo otra persona en el sistema. (pág. 3)

Permitiendo que usemos las redes sociales mediante las conexiones que podamos ir creando y que nuestros contactos nos conecten con otros individuos.

Las redes sociales hicieron su aparición con su primer sitio en 1997, denominado SixDegrees, pero años después (2006), se dio apertura al Facebook (que fue el impulsador para las demás de su tipo). El día de su lanzamiento (SixDegrees), Andrew Weinreich el creador explicó: "El desafío es construir una comunidad, el desafío es encender un fuego. Servicios que hacen tu vida más productiva". Pero al igual que al comprar una libreta de direcciones, es necesario agregar nombres. Es una obviedad: una aplicación similar a una carpeta con una lista de amigos con los que puedes contactar y conectarte.

Lo llama "SixDegrees", y se basa en la premisa de que cada persona en el planeta tiene un máximo de seis relaciones con otra persona.

Quiere decir que yo puedo encontrar una conexión entre Messi y yo, los amigos de mis amigos, etc. Andrew Wienreich dio un ejemplo parecido cuando lanzó su producto.

Alcántara Ruth; Vega, Alejandra. (2017) citan a Bartolomé (2008), quien menciona que:

Las redes sociales presentan lo que antes se evidenciaba mediante sociogramas: que viene a ser una serie de puntos que representan personas conectadas por líneas que representan relaciones. (pág. 3)

Nosotros como un punto, que se relaciona con otros mediante conexiones similares.

Pineda, Isaura; Renero, Leslie; Silva, Yamel; Casas, Emma; Bautista, Eliseo; Bezanilla, José. (2009), citan a Morenos (1954), que a su vez nos afirma que:

Un sociograma es un diagrama que nos muestra gráficamente la posición de cada persona en un grupo, así como todas las interrelaciones que se establecen entre los diversos individuos. (pág. 2)

Rigo, Marisa. (2015) cita a Marcelo Urresti (2008), quien nos dice que:

Las redes sociales están impulsando la creciente tendencia de creación de contenidos y desarrollo de aplicaciones centrados en el usuario, lo que da lugar a nuevos sistemas de producción, consumo y distribución de contenidos. (pág. 78)

Rigo, Marisa. (2015), nos dice que:

Las redes sociales presentan significados, de acuerdo al uso que uno le da. Algunos usuarios consideran que es un lugar para conectarse con otros, como un campo para compartir ciertos contenidos o simplemente para conocer gente. (pág. 80)

De acuerdo a esas demandas, las personas comparten contenidos para captar la atención de los demás.

Merodio, Juan. (2011), afirma que:

Es una plataforma que nos permite compartir contenido con nuestros empleados, clientes y otras personas en nuestra red para agregar valor al contenido que publicamos.

El contenido visual es cada día más valioso que el contenido textual, lo que hace que la fotografía sea una excelente manera de promocionar su marca.

El vídeo marketing ha ido adquiriendo cada vez más importancia con el tiempo, y de hecho es uno de los medios multimedia de mayor crecimiento en el consumo en estos últimos años. Si nos dicen que una imagen vale más que unas mil palabras, un vídeo vale aún más. (pág. 10, 13)

Nass de Ledo, Ingrid. (2011) nos dice que como es el caso de Facebook, Twitter y otros, Las redes sociales sirven como lugares de encuentro para información instantánea, intercambio de impresiones y acceso a documentos y recursos. (pág. 1)

Echeburúa, Enrique; Requesens, Ana. (2012) nos dicen, Para cualquier adolescente, conseguir su primer teléfono móvil es un paso importante en el proceso de crecimiento, un rito de paso a la pubertad, que significa un cierto nivel de autonomía, libertad e intimidad. Para los niños pequeños, los dispositivos tecnológicos como ordenadores, videojuegos o consolas de juegos proporcionan entretenimiento y entretenimiento básico. (pág. 23)

Aguilar, Daniel; Said, Elías. (2010) nos dicen que, durante la última década, el uso de Internet como herramienta de trabajo y comunicación ha crecido rápidamente y alcanza ámbitos cada vez más amplios de la sociedad. Pero especialmente en los últimos cuatro años, las llamadas comunidades virtuales han ganado cada vez más fuerza, han mejorado su funcionamiento y ofrecen servicios y aplicaciones que atraen cada vez más adeptos, como lo demuestran los miles de personas que se unen en todo el mundo cada año. (pág. 6)

Caldevilla, David (2010) nos menciona algunas ventajas que tienen las redes sociales: Están cambiando las prácticas de marketing. Están cambiando las fórmulas de la escritura y el periodismo para que los mensajes puedan difundirse rápidamente. Puede conocer, colaborar y compartir información con personas que

comparten sus intereses. Te permite aprender y mejorar idiomas de forma gratuita. Capacidad de integrar todo tipo de contenidos. Gracias a las redes sociales, la tecnología ha evolucionado. Han surgido grupos colaborativos y manifestaciones en todo el mundo. Permiten que las personas desarrollen intereses y formen parte de diferentes comunidades. Le permiten asistir a eventos y participar en eventos y conferencias. Permite recibir comentarios de mensajes casi instantáneos. (pág. 21)

Las redes sociales son un gran avance para distintos mercados. E incluso en la divulgación de iniciativas medioambientales.

Requena, Félix (2008) dice que cualquier situación que requiera relaciones es apta en construir relaciones sociales: como el trabajo, la escuela, vecinos, familia, etc. (pág. 139)

Las redes sociales son hoy parte integral de nuestras vidas y, sin duda, las nuevas tecnologías de la información han alterado la comunicación.

Aced, Cristina. (2013) menciona que:

Hay diferentes redes sociales disponibles para debatir sobre diferentes temas, ya que son numerosas y están creciendo. (pág.84)

Flores, Juan. (2022) cita a O'Reilly, (2005) quien menciona que:

Un elemento crítico en la construcción de una red exitosa y el diseño de una arquitectura participativa es establecer automáticamente las preferencias de los usuarios para compartir contenido, de modo que los usuarios contribuyan al valor de la red. (pág. 4)

En otras palabras, nos dice que debemos conocer las DEMANDAS de nuestro público (seguidores).

Las redes sociales son máquinas que crean situaciones, relaciones y

conflictos sociales. Hoy en día, permite una amplia colaboración entre miles de personas.

Fernández, Pablo. (2009) nos presenta redes sociales según el objetivo y público, pero usaremos la siguiente calificación en esta investigación:

Las redes sociales horizontales son redes sociales para todo tipo de usuarios y no tienen una temática clara debido a sus diferentes grupos objetivo y temáticas. Los ejemplos más famosos son Facebook, Twitter, WhatsApp, etc. Existen redes sociales verticales que se dirigen a un público específico. Por ejemplo: LinkedIn, que es una red para relaciones profesionales, como crear o encontrar oportunidades laborales, y tienes una lista de amigos con los que puedes intercambiar experiencias laborales. (pág. 1)

Principales Redes Sociales en esta Investigación:

Facebook

Rigo, Marisa. (2015) cita Piscitelli (2012), quien menciona que:

Este es actualmente el lugar más popular del mundo para establecer redes sociales. Podemos subir fotos, vídeos, crear grupos, utilizar aplicaciones y otras funciones que contribuyen al éxito de esta plataforma. Inicialmente exclusivo para estudiantes universitarios, su accesibilidad se amplió en septiembre de 2006, permitiendo su uso a personas con una dirección de correo electrónico. Se ha expandido rápidamente y actualmente cuenta con más de 200 millones de usuarios.

Sono, Manuel. (2020) cita a Fresno (2018), quien nos habla de que:

Facebook es un sitio web gratuito diseñado para ayudar a los usuarios a conectarse con amigos que ya tienen o nuevos amigos que podrían conocer en línea; además de subir y compartir tu contenido. (pág. 18)

RD Station, menciona que:

Versátil y versátil, Facebook puede usarse para generar negocios, mantenerse informado e incluso reírse. Además, mencionó que las marcas no pueden vivir sin él, ya que ayuda a generar compras, atraer usuarios a los servicios offline y fomenta su relación con ellos. (pág. 13)

Se podría decir que, Facebook responde a las demandas de las personas y, es la aplicación más competa para muchos.

"Una cosa que está clara acerca de nuestros productos como Messenger, Grupos e Instagram es que nuestra visión para Facebook es construir una familia de productos que te ayuden a compartir cualquier tipo de contenido con tu audiencia", dijo Zuckerberg en una entrevista. Qué deseas. La gente no quiere compartir con todos sus amigos a la vez. Quieren compartir contenido diferente con diferentes audiencias.

Twitter

Meunier, Fátima. (2013), afirma que:

Tal como está escrito, es una gran red social, los medios de televisión y radio tienen cuentas en esta aplicación y utilizan noticias sobre política, deportes, entretenimiento y otros contenidos publicados por los medios de comunicación.

Actualmente, es una de las redes sociales más populares entre los internautas porque les permite mantenerse informados sobre lo que sucede en todo el mundo. (pág. 1)

Como se mencionó anteriormente, en Twitter también podemos interactuar, compartir contenido, pero lo más importante: comprender las tendencias en nuestro país e internacionalmente. Esto nos permite estar más cerca de los intereses de las personas. Envía un tweet que puede contener imágenes,

videos, enlaces y texto. Todo está escrito en 140 caracteres, lo que hace que las redes sociales sean sencillas y cómodas.

Arriagada, Eduardo. (2013) en su libro “#Tsunami digital” nos dice que:

Considera a Twitter una herramienta eficaz para mantenerse al día de lo que ocurre en el mundo.

La ventaja de Twitter es que puedes encontrar a detalle las noticias más virales a nivel mundial. Y ser partícipe de eso.

Zorrilla, D. (2013) nos menciona que:

Actualmente, somos 8 millones de usuarios peruanos. (pág. 1)

Los estudiantes están abriéndose a conocer esta red social, que es factible para dar a conocer ideas u opiniones.

WhatsApp

RD Station (2022), nos menciona que:

Es la red social de mensajería instantánea más popular. Pueden enviar imágenes, videos, chatear mediante llamadas telefónicas o mensajes, y más. Todo esto se logra a través de una conexión a internet. Hoy es una red que crece con sus usuarios. (pág. 1)

Vicuña, Víctor. (2017), nos menciona que:

Muchos estudios han encontrado los beneficios de usar WhatsApp en el aula, ya que la mayoría de los estudiantes tienen la aplicación y la usan para colaborar. Además, promueve la comunicación constante y directa entre pares. (pág. 1)

RPP Noticias (2022) nos menciona que:

Se cuenta con más de 8 millones de cuentas en Perú.

En muchos países es la red social favorita, porque permite mantenerse en

contacto con amigos y familiares.

Hoy se trata de la necesidad de compartirlo todo. Entonces, la importancia de las redes sociales hoy en día es que hay muchísimas personas que poseen tantos datos y crean información. Nos permiten conectarnos con personas de todo el mundo, nos permiten comunicarnos, crear contenido, compartir y distribuir contenido. Los estudiantes no los desconocen, pero conocen bien sus funciones.

Características: Características: Una plataforma para socializar, establecer contactos y recrearse. Dependen del acceso a Internet y permiten la creación de nuevos conceptos de espacio público. Sirven como lugar de reunión para innumerables usuarios en todo el mundo.

Conexión: con el uso y soporte de las redes sociales, personas de diferentes países pueden mantenerse en estrecho contacto. Crea conexiones entre personas que pueden conocerse o no planean hacerlo y grupos de personas que comparten un interés común. La conexión entre ellos no está limitada, pero se puede agregar y seguir cualquier conexión específica.

Interacción o Participación: Esta es una de las características más importantes de las redes sociales. Las publicaciones permiten a los usuarios expresarse y participar en la conversación. Como resultado, las empresas pueden comprender las opiniones de sus audiencias y comunicarse directamente con sus grupos objetivo para mejorar las relaciones.

Personalización: Personalización: Cada red social permite configuraciones individuales que se pueden personalizar según las preferencias del usuario. Los datos personales pueden variar desde muy públicos hasta extremadamente privados.

Instantáneo: Una red social viene a ser un sistema de mensajería

instantánea que proporciona mensajería instantánea. Esto asegura una interacción constante entre las personas que han habilitado estas notificaciones especiales.

Viralidad: Esto significa que cierto tipo de contenido se difunde rápidamente en las redes sociales. El formato de visualización del catálogo de publicaciones es muy atractivo para las empresas.

Compartir contenido: los creadores de contenido comprenden los intereses

de los seguidores y comparten contenido rico e interesante con ellos. Este aspecto se ha vuelto muy común hoy en día e incluso la pirámide de Maslow es perfecta para entender las necesidades o requerimientos que se están cubriendo.

Conciencia Ambiental

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales GM (2020) afirma que:

La conciencia ambiental es un movimiento social destinado a proteger y mejorar el medio ambiente, una forma de pensar que pretende incidir en la protección de los recursos naturales y los ecosistemas a través del activismo y la educación. En definitiva, cuidar la naturaleza. Fomenta el cambio a través de políticas o el comportamiento personal de las personas e inspira a las personas a creer en los valores ecológicos. Se resume en la conciencia y comprensión de las personas sobre su impacto en el medio ambiente y los recursos naturales. Por eso, antes de destruir el medio ambiente, es razonable concienciar a la gente. En este sentido, la conciencia ambiental es importante porque las personas dependen de ella para realizar actividades o prácticas amigables con el medio ambiente y comenzar a construir una vida sustentable.

Muñoz, Ana. cita Ranniko (1996) quién menciona que:

La conciencia ambiental siempre contiene componentes intelectuales y emocionales, es decir, conciencia de los problemas ambientales y actitudes resultantes de esta conciencia. (pág. 106)

López, Scheherezada; Santiago José. (2011), afirman que:

La conciencia ambiental nos invita a ser agentes de cambio y ser reflexivo y crítico con los sucesos ambientales. Para desarrollar la conciencia ambiental se requiere de usar un nuevo paradigma educativo basado en el modelo constructivista, que enfatice la conciencia ambiental para prevenir los procesos que causan los problemas ambientales actuales.

Muñoz, Ana. cita Jones y Dunlap (1992) quienes nos afirman que:

La conciencia ambiental incluye tanto la preocupación de las personas por la calidad del medio ambiente como el examen y comprensión de las cuestiones ambientales. (pág. 106)

Corraliza, J. A.; Berenguer, J.; Moreno, M.; Martín, R. (2004) nos señalan que:

El término conciencia ambiental fue acuñado para "definir un conjunto de imágenes y representaciones que se centran en el medio ambiente". (pág. 106)

Corraliza, J. (2004), nos menciona que:

Cuando somos conscientes de los problemas ambientales que enfrentamos, expresamos las emociones que creemos y sentimos en relación con los problemas ambientales. (pág. 32)

Teniendo esto en cuenta, debemos comprender y comprender las cuestiones ambientales, así como a las organizaciones responsables de las cuestiones ambientales y sus acciones.

A través de la conciencia ambiental, surgen actitudes ambientales que

moldean las evaluaciones, los sentimientos y los patrones de comportamiento favorables o desfavorables del sujeto hacia un hábitat o entorno particular, y limitan su comportamiento para proteger o degradar el medio ambiente. (Baldi & García, 2005). 14).

Cerón, A; Delgado, G; Benavides, E. (2015) nos mencionan que:

La falta de conciencia ambiental conduce a actitudes ambientalmente nocivas, por lo que es necesario crear prácticas amigables con el medio ambiente que promuevan el desarrollo de la conciencia ambiental. (pág. 44)

Los individuos deben demostrar una variedad de comportamientos ambientales privados (como el ahorro de energía, el consumo ecológico, el reciclaje de diversos desechos domésticos), que son acciones que todos pueden esforzarse por realizar.

Características: La conciencia ambiental se basa en reconocer los problemas ambientales que enfrentamos, valorar la importancia de cuidar el medio ambiente y establecer o generar acciones para su conservación o cuidado.

El reconocimiento, Valoración y uso Adecuado de los Recursos Naturales: Hoy en día los recursos naturales están siendo sobreexplotados, lo que conlleva a que sea un problema que poco a poco afectará nuestro medio ambiente. El deber del ser humanos es reconocer el daño que estamos causando y empezar a valorar los recursos, haciendo uso correcto, como esa frase que dice: SI TALAS UN ÁRBOL, PLANTA DOS EN SU LUGAR. Eso buscar generar más de lo que consumimos por el bien de nuestra tierra. De esa manera estamos tomando conciencia y actuando.

Comportamientos Positivos de Conducta: Acciones que de forma consciente (intencional) intentan proteger, preservar y/o reducir el impacto

negativo sobre el medio ambiente. Toma medidas en casa o en la escuela para promover el uso responsable del agua, la cultura del reciclaje, la separación de residuos sólidos y más. Enfoca tus acciones en “**TODOS PODEMOS MARCAR LA DIFERENCIA**”.

Generación y Aplicación de la Educación Ambiental: Como proyecto social, la educación ambiental es un proceso continuo que contribuye al desarrollo sostenible. Es decir, es de largo plazo y tiene como objetivo promover la protección del medio ambiente, la protección y conservación de la naturaleza, la igualdad, la protección de la salud, la democracia participativa y el respeto a la diversidad cultural. Es una aplicación o actividad que trabaja en conjunto para promover un cambio

positivo en el medio ambiente.

2.3. Definición de términos básicos

Redes sociales: una plataforma para que los usuarios creen perfiles, se conecten con otros y vean conexiones formadas por otros. Boyd y Ellison (2007).

Medio Ambiente: El conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales que pueden afectar directa o indirectamente a todos seres vivos y las actividades del ser humano en el corto o largo plazo. Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente de Estocolmo (1972).

Vínculo: Es un vínculo que une a unos y otros. Los mensajes son una conexión entre un remitente y un receptor. **Interacción:** Se refiere al comportamiento mutuo de los individuos cuando interactúan, dado el contexto en el que lo hacen. Galindo (2009).

Influencia: es la capacidad de conseguir que alguien piense o actúe como usted quiere. Esta habilidad es una parte importante del liderazgo.

El resultado: un producto visible, perceptible y medible. Comprensión: la capacidad de una persona para pensar y actuar con flexibilidad utilizando lo que sabe. Es la capacidad de adquirir conocimientos y utilizarlos de diferentes maneras. Perkins (2006).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre la interacción y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.
- Existe relación significativa entre la conexión y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.
- Existe relación significativa entre compartir contenidos y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.

2.5. Identificación de variables

Variable 1

Uso de Redes Sociales.

Variable 2

Conciencia Ambiental.

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

TEMA	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CARACTERÍSTICAS (DIMENSIÓN)	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
	V1	Gallego, (2010 -pág. 176) Define una red social como un conjunto de individuos que están conectados entre sí. Las relaciones con los usuarios pueden ser muy diversas, desde negocios hasta amistad.	Encuesta de 12 ítems.	1. Conexión	Cantidad de horas.	¿Puedes acceder de manera fácil a las redes sociales?	¿Sobre el cuidado del medio ambiente?
	Uso de las Redes sociales.				Red social.	¿Es adecuado la cantidad de horas que haces uso de las redes sociales? ¿Usas la red social Facebook, Twitter y WhatsApp para conocer	CUESTIONARIO Escala de Likert Nunca A veces Casi siempre Siempre
Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons, Montecarlo Oxapampa -				2. Interacción	Dispositivo.	¿Usas el celular para conectarte a las redes sociales?	
					Acceso.	¿Promueves el cuidado del medio ambiente en las redes sociales? ¿Observas publicaciones en las redes sociales sobre el	

2023					Interactuar.	¿Le darías un “like” a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente? ¿Has comentado o respondido comentarios que hablen sobre el Cuidado del medio ambiente?
					Publicaciones.	¿Has usado las redes sociales para visitar páginas ambientales?
					Demandas.	¿Usas tus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?
					Aprendizaje situado.	¿Usas tus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?
				3. Compartir contenido.	Informativo.	¿Buscas información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero?

V2 Conciencia ambiental.	Febles (2004 pág. 5) La conciencia ambiental se define como un sistema de vivencias, conocimientos y vivencias que un individuo utiliza activamente en las relaciones con el medio ambiente, lo cual es consecuencia de la existencia de subjetividad en las relaciones mutuas con el medio ambiente.	Encuesta de 3 ítems.	4. Afectiva	Sentimiento ambiental.	¿Te sientes bien con la situación del medio ambiente en el que vives?
				Agrado ambiental.	
				Interacción ambiental.	
			5. Responsabilidad	Proponer diversas acciones ambientales.	¿Realizas actividades para cuidar el medio ambiente?
				Sensibilización para cambiar actitudes en los demás.	
				Reducción de problemas ambientales.	
6. Cognitiva	Conocimiento ambiental.	¿Clasificas la basura según los colores de los tachos?			
	Creación y aplicación de soluciones ambientales en el hogar.				
	Interés y trabajo para la sensibilización ambiental.				

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Este estudio es básico. Los autores Fernández, Hernández y Baptista (2001), el propósito de estos estudios es comprender cómo se manifiesta un fenómeno particular. Porque el tema que vamos a estudiar está enfocado en determinar si existe relación entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental, para poder adaptarlo oportunamente a los intereses de los estudiantes.

3.2. Nivel de investigación

Es correlacional. Según Hernández (1997), las investigaciones correlacionales miden entre dos o más variables para ver si están relacionadas con el mismo tema y luego analizan la relación. Esto significa que las correlaciones de datos se utilizan para probar hipótesis basadas en mediciones numéricas y análisis estadísticos. El propósito de este método es estudiar la relación entre las

variables previamente identificadas en la hipótesis y con ayuda de estas relaciones se intenta formular una explicación para descubrir la

relación que existe entre las variables. Sánchez (1989) nos dice que el diseño correlacional tiene como objetivo determinar el grado de asociación entre dos o más variables de interés en una misma muestra de sujetos. No experimental.

3.3. Métodos de investigación

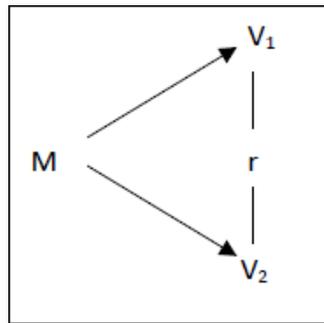
Según Tamayo y Tamayo (2006), los tipos de investigación descriptiva o no experimental incluyen describir, registrar, analizar y explicar la naturaleza y composición de fenómenos o procesos existentes; se centra en hallazgos clave o en cómo funcionan actualmente los individuos, grupos o cosas; la investigación descriptiva se dedica a la realidad actual, cuya característica básica es proporcionarnos explicaciones correctas.

Propósito: en muchos casos, los investigadores pueden estar interesados en describir fenómenos, situaciones y acontecimientos y señalar sus rasgos más singulares o característicos. Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostuvieron que el propósito de la investigación descriptiva es identificar los atributos, características y perfiles de una persona, grupo, comunidad, proceso, objeto o cualquier otro fenómeno que sea objeto de análisis.

3.4. Diseño de investigación

Esta investigación responde a un diseño correlacional (no experimental) o descriptivo en el que las variables de este estudio no se ven influenciadas por ningún estímulo o condición experimental. Según los autores Quiróz, Manterola, Salazar y García (2019), una de las principales características de este estudio es que se realizó en un solo caso y por lo tanto sin seguimiento adicional.

Esquema de muestra:



M: Muestra de estudio.

V1: Uso de las Redes sociales.

V2: Conciencia ambiental.

r: Relación de variables.

3.5. Población y muestra

Población

Capuñay (2001), una población es un conjunto de observaciones y análisis con características comunes que son objeto de investigación. De acuerdo a eso, la población considerada para esta investigación está constituido por los alumnos de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa.

PERSONAS	III	IV	V
	CICLO	CICLO	CICLO
ESTUDIANTES	13	20	15
TOTAL: 48			

Muestra

Según Salcedo (1998), una muestra es una parte de una población que se obtiene mediante un método de muestreo predeterminado y se utiliza para estudiar determinadas características de la población.

En concordancia al referido concepto, la muestra del estudio estuvo conformado por los siguientes sujetos de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa.

Se seleccionará a los 15 alumnos del quinto ciclo de primaria de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa.

PERSONAS	GRADO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Estudiantes	V ciclo	15	31,25%

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de Recolección de datos

Las técnicas son las herramientas y procedimientos disponibles para los investigadores para obtener datos y guiar el proceso de recolección de datos. Las herramientas brindan apoyo a los objetivos de la investigación. Nuestro estudio utilizó la encuesta.

Esta herramienta se utiliza para determinar la relación entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental.

Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento es el cuestionario, que como herramienta proporciona escalas ordinales. Consta de 15 ítems. El instrumento evalúa las siguientes dimensiones:

- Conexión
- Interacción
- Compartir contenido
- Afectiva
- Responsabilidad
- Cognitiva

Las alternativas de escala valorativa son nunca, a veces, casi siempre y siempre.

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

El instrumento fue evaluado por los siguientes expertos:

- Mg. Josué Chacón Leandro.
- Mg. Alex Peña Cotrina.
- Lic. Marco Antonio Rivera Torres.

Se recibió la aprobación en conjunto del instrumento.

A su vez se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

K: El número de ítems.

Si₂: Sumatoria de Varianzas de los Ítems.

St₂: Varianza de la suma de los Ítems. α: Coeficiente Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.825	15

Tablas de Frecuencias

Gráficos de Barras.

Resumen de las encuestas realizadas

Interpretación

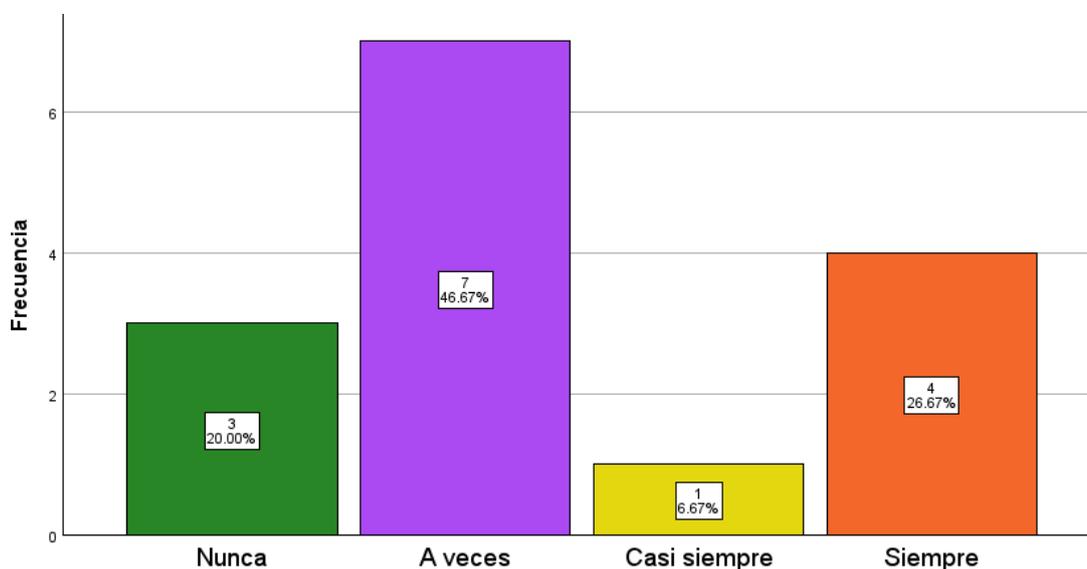
Luego de observar los resultados, 3 alumnos, que representa el 20.0%, nunca pueden acceder de manera fácil a las redes sociales; 7 alumnos con el 46.7%,

a veces pueden acceder de manera fácil a las redes sociales; 1 alumno con el 6.1%, casi siempre puede acceder de manera fácil a las redes sociales; frente a 4 alumnos, que representan el 26.7%, siempre pueden acceder de manera fácil a las redes sociales. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 1. ¿Puedes acceder de manera fácil a las redes sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	7	46.7	46.7	66.7
	Casi siempre	1	6.7	6.7	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 1. ¿Puedes acceder de manera fácil a las redes sociales?



Interpretación

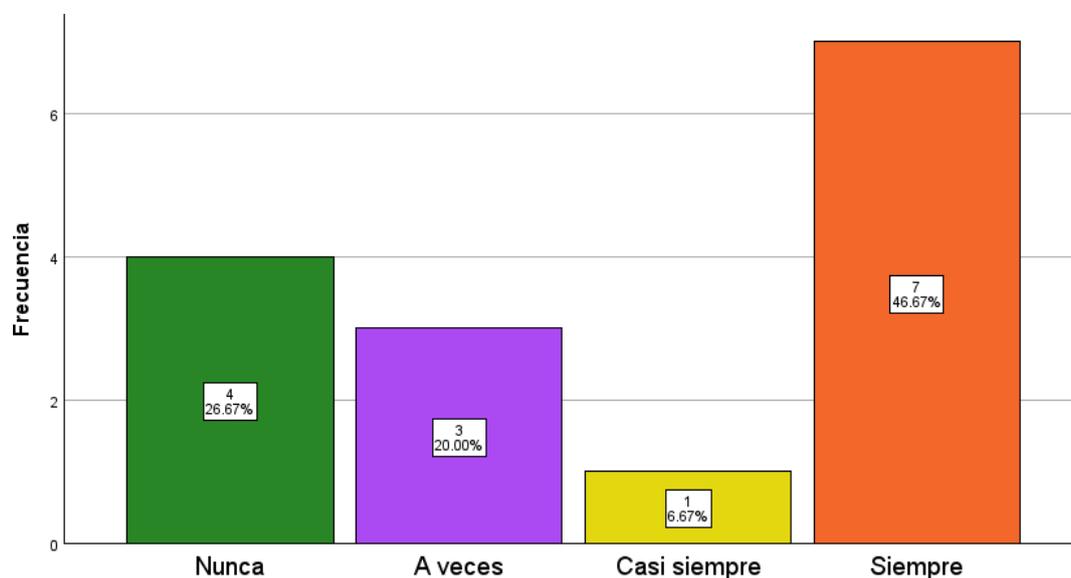
Luego de observar los resultados, 4 alumnos, que representa el 26.7%, nunca es adecuado la cantidad de horas que hacen uso de las redes sociales; 3 alumnos con el 20.0%, a veces es adecuado la cantidad de horas que hacen uso de

las redes sociales; 1 alumnos con el 6.1%, casi siempre es adecuado la cantidad de horas que hacen uso de las redes sociales; frente a 7 alumnos, que representan el 46.7%, siempre es adecuado la cantidad de horas que hacen uso de las redes sociales. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 2. *¿Es adecuado la cantidad de horas que haces uso de las redes sociales?*

		Frecuen	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		cia			
Válido	Nunca	4	26.7	26.7	26.7
	A veces	3	20.0	20.0	46.7
	Casi siempre	1	6.7	6.7	53.3
	Siempre	7	46.7	46.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 2. *¿Es adecuado la cantidad de horas que haces uso de las redes sociales?*



Interpretación

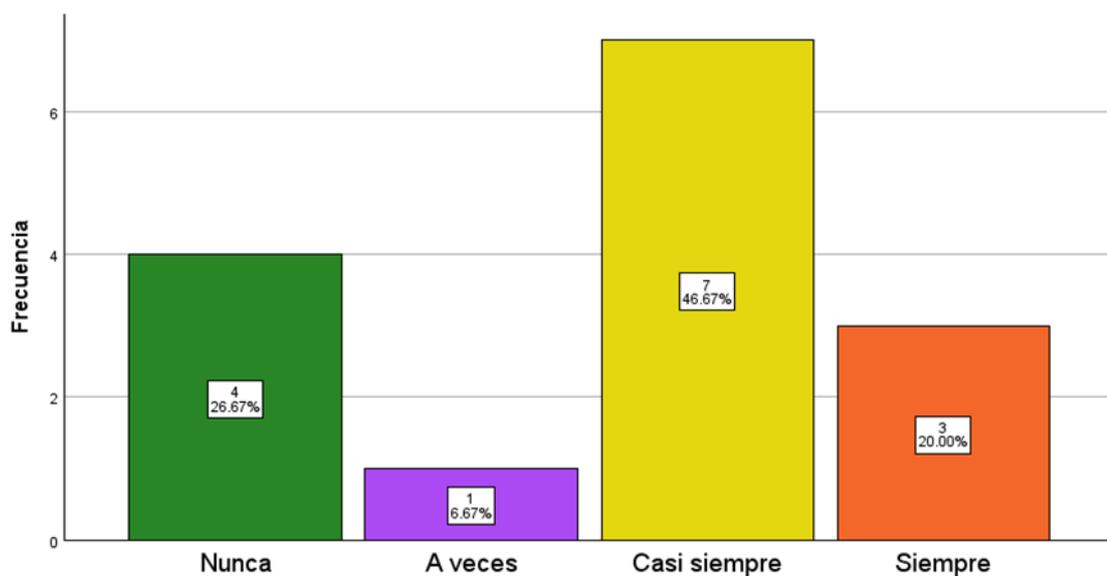
Luego de observar los resultados, 4 alumnos, que representa el 26.7%, nunca usan las red social Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente; 1 alumno con el 6.7%, a veces usa las red social

Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente; 7 alumnos con el 46.7%, casi siempre usan las red social Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente; frente a 3 alumnos, que representan el 20.0%, siempre usan las red social Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 3. *¿Usas la red social Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	26.7	26.7	26.7
	A veces	1	6.7	6.7	33.3
	Casi siempre	7	46.7	46.7	80.0
	Siempre	3	20.0	20.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 3. *¿Usas la red social Facebook, Twitter, WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente?*



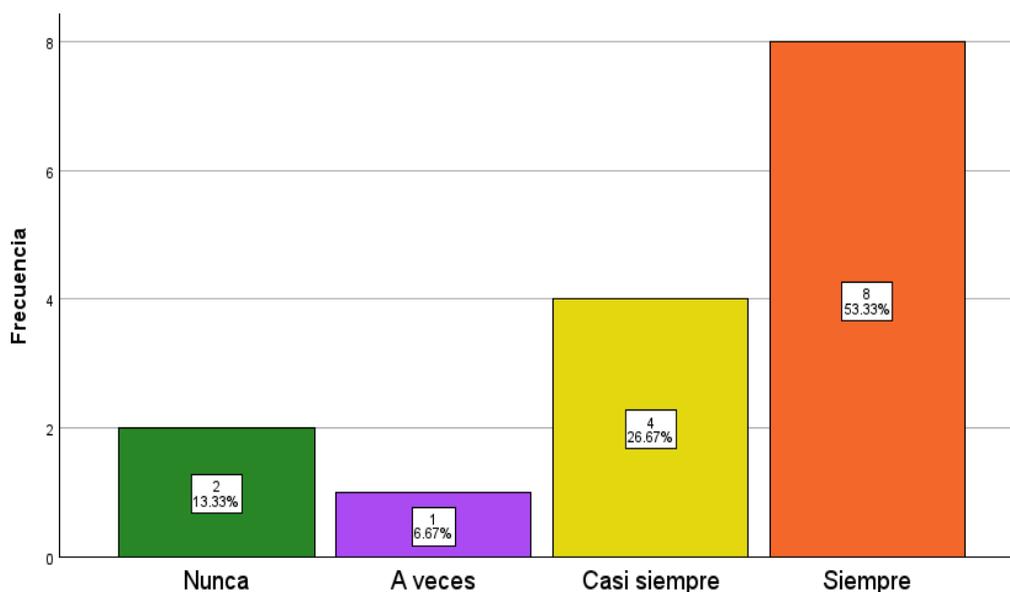
Interpretación

Luego de observar los resultados, 2 alumnos, que representa el 13.3%, nunca usan el celular para conectarse a las redes sociales; 1 alumno con el 6.7%, a veces usa el celular para conectarse a las redes sociales; 4 alumnos con el 26.7%, casi siempre usan el celular para conectarte a las redes sociales; frente a 8 alumnos, que representan el 53.3%, siempre usan el celular para conectarte a las redes sociales. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 4. ¿Usas el celular para conectarte a las redes sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	13.3	13.3	13.3
	A veces	1	6.7	6.7	20.0
	Casi siempre	4	26.7	26.7	46.7
	Siempre	8	53.3	53.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 4. ¿Usas el celular para conectarte a las redes sociales?



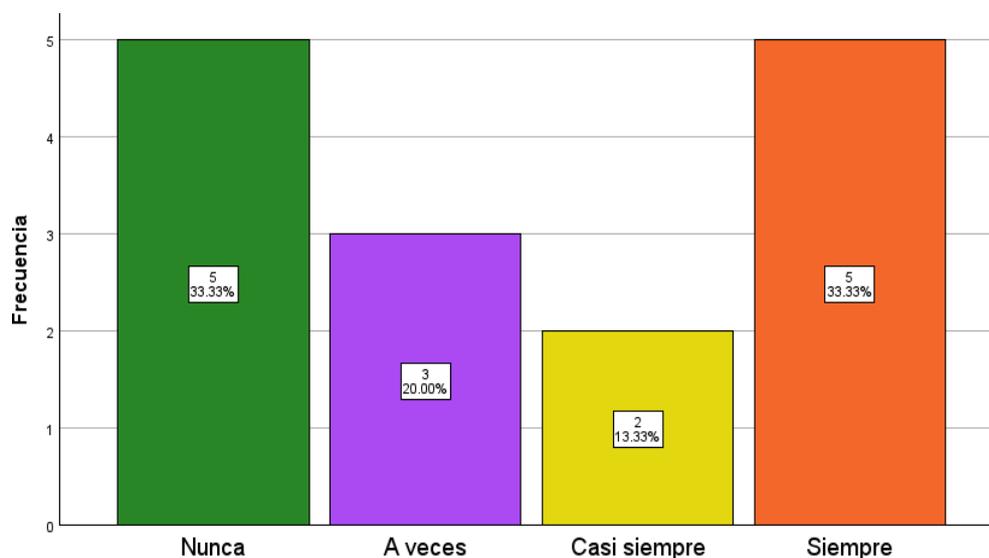
Interpretación

Luego de observar los resultados, 5 alumnos, que representa el 33.3%, nunca promueven el cuidado del medio ambiente en las redes sociales; 3 alumnos con el 20.0%, a veces promueven el cuidado del medio ambiente en las redes sociales; 2 alumnos con el 13.3%, casi siempre promueven el cuidado del medio ambiente en las redes sociales; frente a 5 alumnos, que representan el 33.3%, siempre promueven el cuidado del medio ambiente en las redes sociales. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 5. *¿Promueves el cuidado del medio ambiente en las redes sociales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	33.3	33.3	33.3
	A veces	3	20.0	20.0	53.3
	Casi siempre	2	13.3	13.3	66.7
	Siempre	5	33.3	33.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 5. *¿Promueves el cuidado del medio ambiente en las redes sociales?*



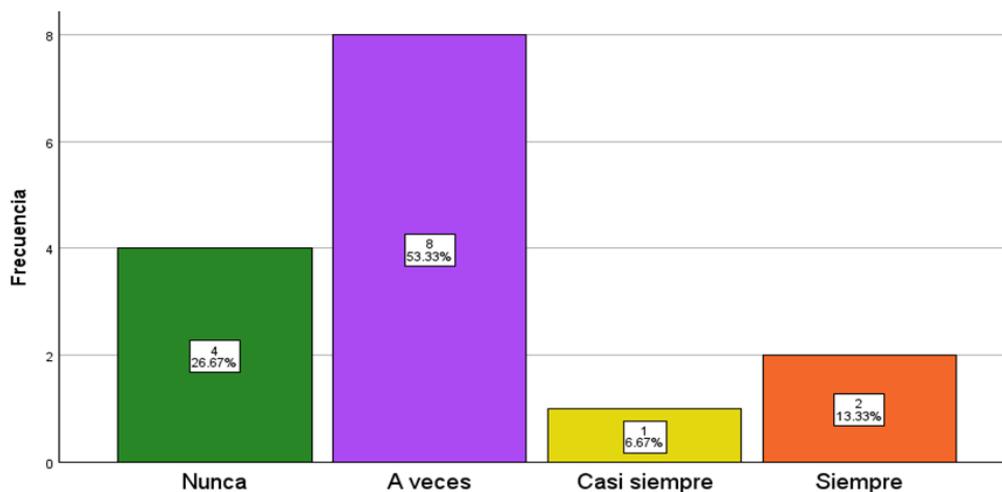
Interpretación

Luego de observar los resultados, 4 alumnos, que representa el 26.7%, nunca observan publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente; 8 alumnos con el 53.3%, a veces observan publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente; 1 alumnos con el 6.7%, casi siempre observan publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente; frente a 2 alumnos, que representan el 13.3%, siempre observan publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 6. *¿Observas publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	26.7	26.7	26.7
	A veces	8	53.3	53.3	80.0
	Casi siempre	1	6.7	6.7	86.7
	Siempre	2	13.3	13.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 6. *¿Observas publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente?*



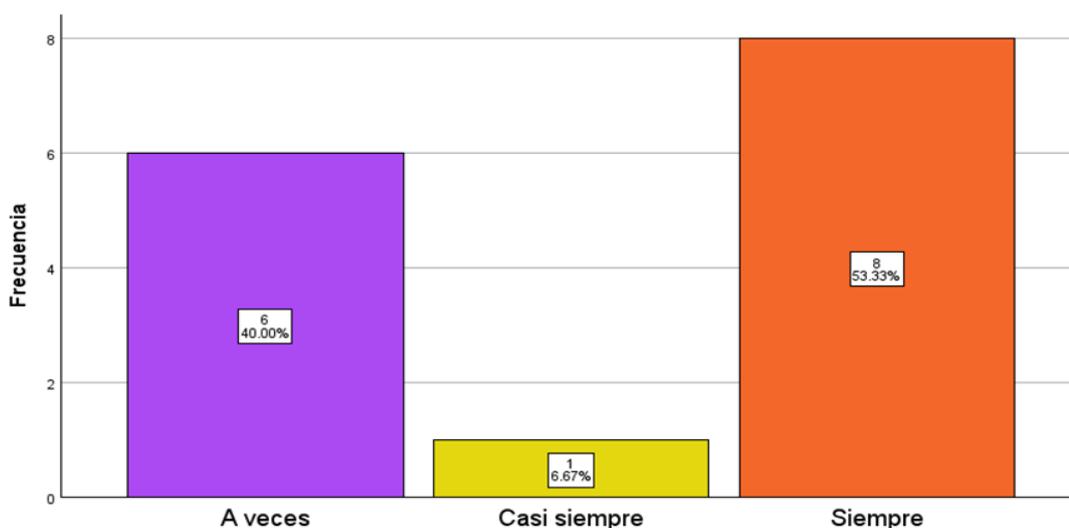
Interpretación

Luego de observar los resultados, 6 alumnos con el 40.0%, a veces le darían un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente; 1 alumno con el 6.7%, casi siempre le daría un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente; frente a 8 alumnos, que representan el 53.3%, siempre le darían un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 7. *¿Le darías un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	6	40.0	40.0	40.0
	Casi siempre	1	6.7	6.7	46.7
	Siempre	8	53.3	53.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 7. *¿Le darías un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente?*



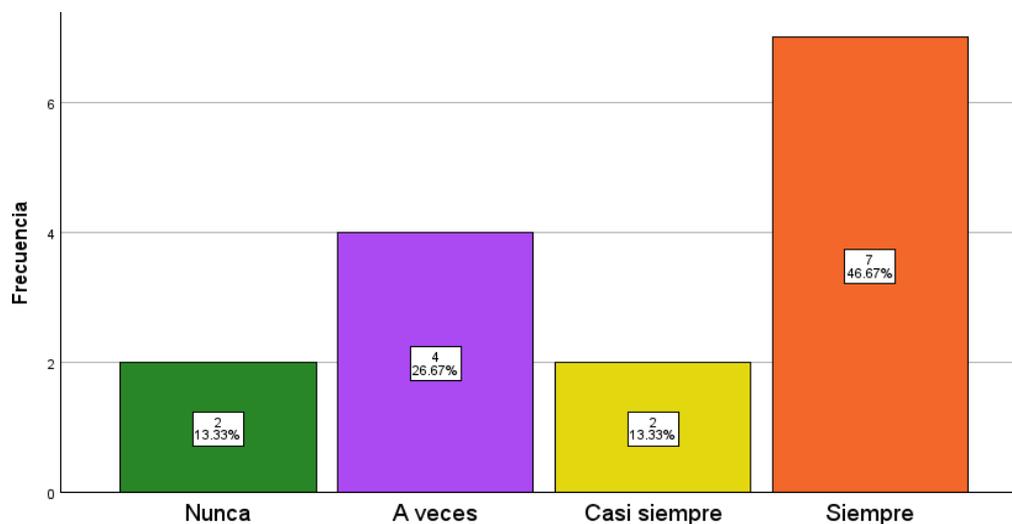
Interpretación

Luego de observar los resultados, 2 alumnos, que representa el 13.3%, nunca han comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente; 4 alumnos con el 26.7%, a veces han comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente; 2 alumnos con el 13.3%, casi siempre han comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente; frente a 7 alumnos, que representan el 46.7%, siempre han comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 8. ¿Has comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	13.3	13.3	13.3
	A veces	4	26.7	26.7	40.0
	Casi siempre	2	13.3	13.3	53.3
	Siempre	7	46.7	46.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 8. ¿Has comentado o respondido comentario que hablen sobre el cuidado del medio ambiente?



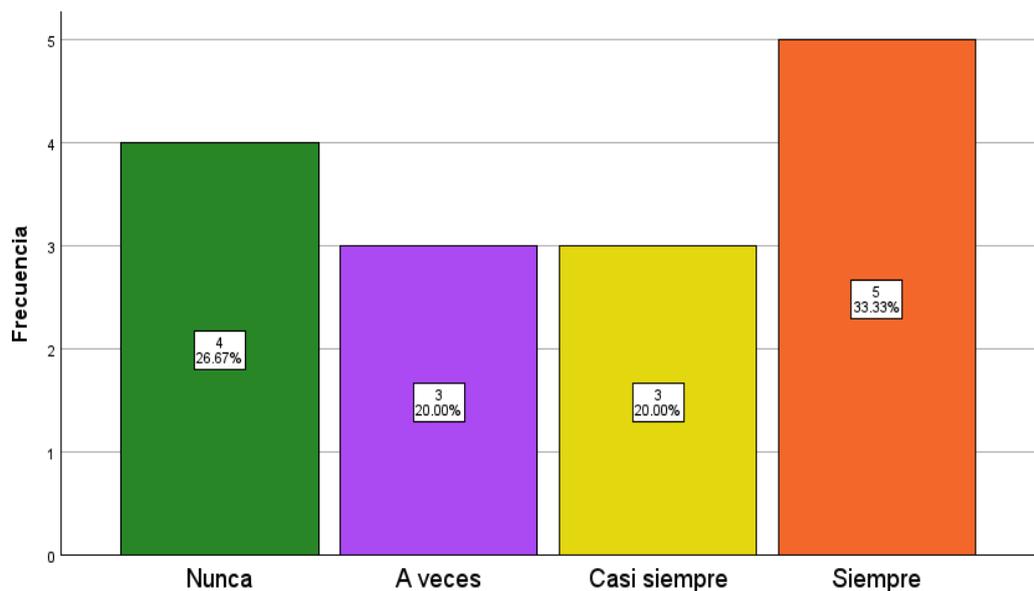
Interpretación

Luego de observar los resultados, 4 alumnos, que representa el 26.7%, nunca han usado las redes sociales para visitar páginas ambientales; 3 alumnos con el 20.0%, a veces han usado las redes sociales para visitar páginas ambientales; 3 alumnos con el 20.0%, casi siempre han usado las redes sociales para visitar páginas ambientales; frente a 5 alumnos, que representan el 33.3%, siempre han usado las redes sociales para visitar páginas ambientales. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 9. ¿Has usado las redes sociales para visitar páginas ambientales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	26.7	26.7	26.7
	A veces	3	20.0	20.0	46.7
	Casi siempre	3	20.0	20.0	66.7
	Siempre	5	33.3	33.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 9. ¿Has usado las redes sociales para visitar páginas ambientales?



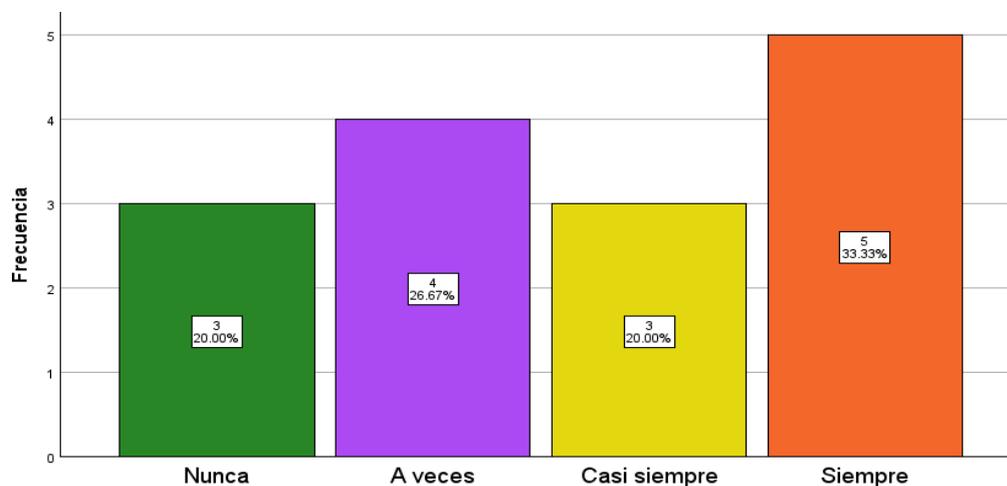
Interpretación

Luego de observar los resultados, 3 alumnos, que representa el 20.0%, nunca usan sus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente; 4 alumnos con el 26.7%, a veces usan sus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente; 3 alumnos con el 20.0%, casi siempre usan sus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente; frente a 5 alumnos, que representan el 33.3%, siempre usan sus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 10. *¿Usas tus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	4	26.7	26.7	46.7
	Casi siempre	3	20.0	20.0	66.7
	Siempre	5	33.3	33.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 10. *¿Usas tus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?*



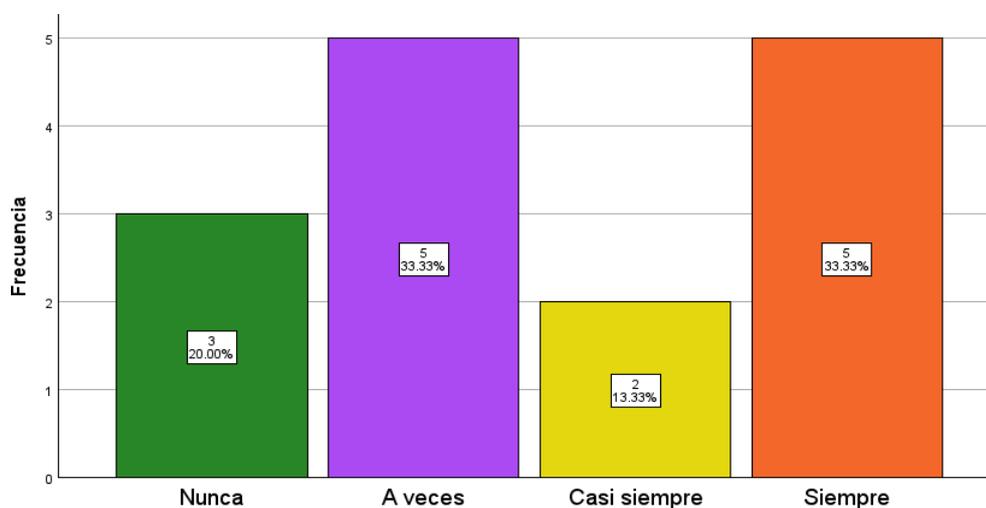
Interpretación

Luego de observar los resultados, 3 alumnos, que representa el 20.0%, nunca usan sus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente; 5 alumnos con el 33.3%, a veces usan sus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente; 2 alumnos con el 13.3%, casi siempre usan sus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente; frente a 5 alumnos, que representan el 33.3%, siempre usan sus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 11. ¿Usas tus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	5	33.3	33.3	53.3
	Casi siempre	2	13.3	13.3	66.7
	Siempre	5	33.3	33.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 11. ¿Usas tus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?



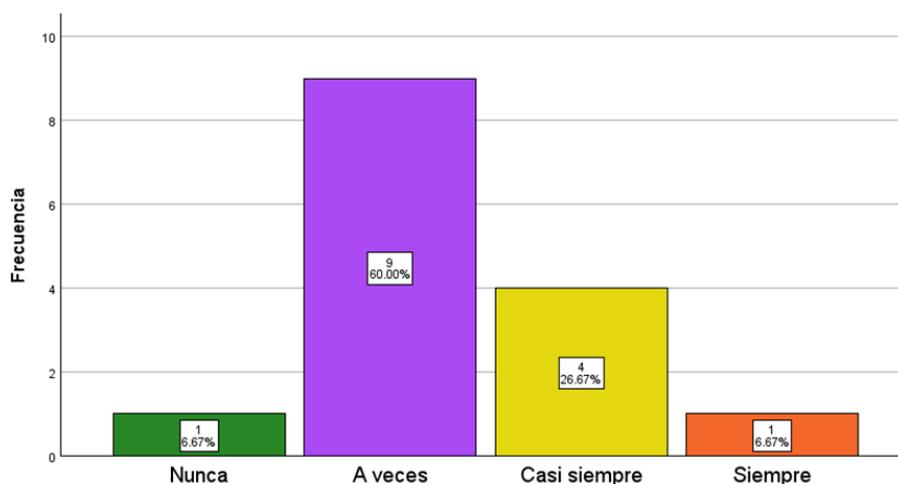
Interpretación

Luego de observar los resultados, 1 alumnos, que representa el 6.7%, nunca buscan información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero; 9 alumnos con el 60.0%, a veces buscan información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero; 4 alumnos con el 26.7%, casi siempre buscan información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero; frente a 1 alumnos, que representan el 6.7%, siempre buscan información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 12. *¿Buscas información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	6.7	6.7	6.7
	A veces	9	60.0	60.0	66.7
	Casi siempre	4	26.7	26.7	93.3
	Siempre	1	6.7	6.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 12. *¿Buscas información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero?*



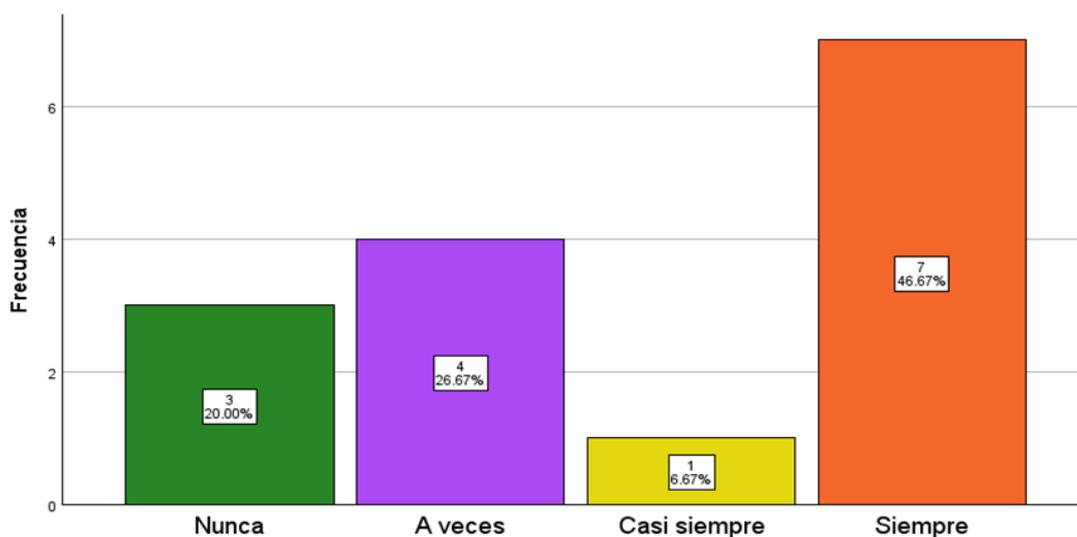
Interpretación

Luego de observar los resultados, 3 alumnos, que representa el 20.0%, nunca se sienten bien con la situación del medio ambiente en el que vives; 4 alumnos con el 26.7%, a veces se sienten bien con la situación del medio ambiente en el que vives; 1 alumno con el 6.7%, casi siempre se sienten bien con la situación del medio ambiente en el que vives; frente a 7 alumnos, que representan el 46.7%, siempre se sienten bien con la situación del medio ambiente en el que vives. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 13. *¿Te sientes bien con la situación del medio ambiente en el que vives?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	4	26.7	26.7	46.7
	Casi siempre	1	6.7	6.7	53.3
	Siempre	7	46.7	46.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 13. *¿Te sientes bien con la situación del medio ambiente en el que vives?*



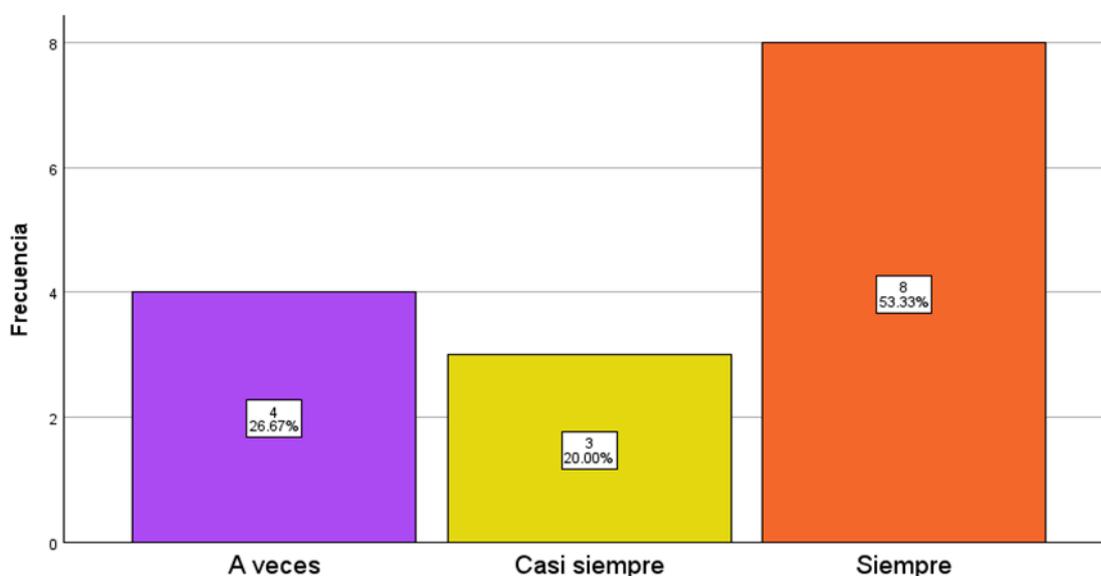
Interpretación

Luego de observar los resultados, 4 alumnos con el 26.7%, a veces realizan actividades para cuidar el medio ambiente; 3 alumnos con el 20.0%, casi siempre realizan actividades para cuidar el medio ambiente; frente a 8 alumnos, que representan el 53.3%, siempre realizan actividades para cuidar el medio ambiente. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 14. ¿Realizas actividades para cuidar el medio ambiente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	26.7	26.7	26.7
	Casi siempre	3	20.0	20.0	46.7
	Siempre	8	53.3	53.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 14. ¿Realizas actividades para cuidar el medio ambiente?



Interpretación

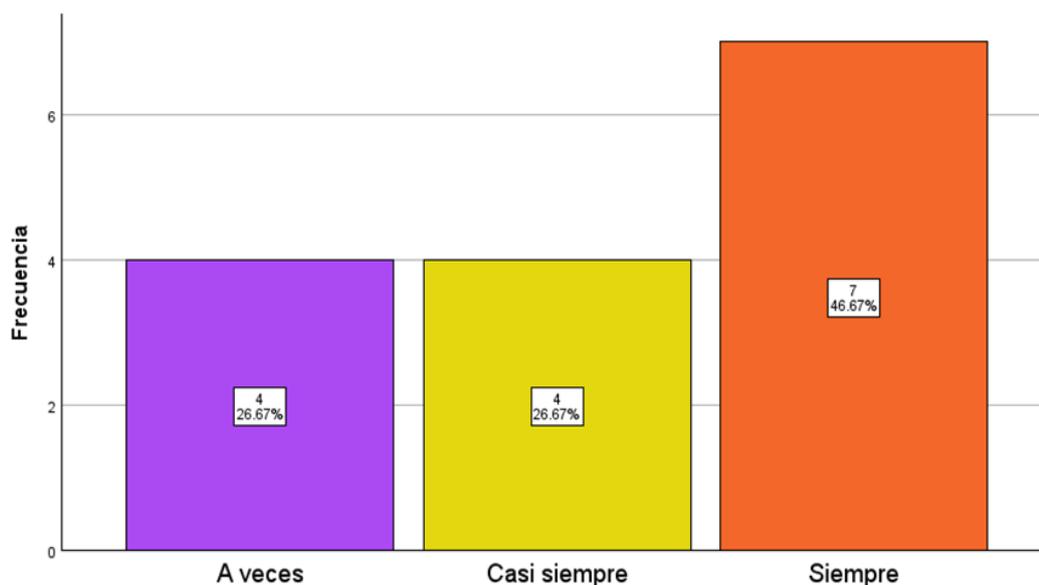
Luego de observar los resultados, 4 alumnos con el 26.7%, a veces clasifica la basura según los colores de los tachos; 4 alumnos con el 26.7%, casi siempre clasifica la basura según los colores de los tachos; frente a 7 alumnos,

que representan el 46.7%, siempre clasifics la basura según los colores de los tachos. Se recopiló un conjunto de información, que permitió identificar y caracterizar al grupo alumnos, para así medir la relación de las dos variables.

Tabla 15. *¿Clasificas la basura según los colores de los tachos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	26.7	26.7	26.7
	Casi siempre	4	26.7	26.7	53.3
	Siempre	7	46.7	46.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Gráfico 15. *¿Clasificas la basura según los colores de los tachos?*



3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos recolectados en el trabajo de investigación se ordenarán en tablas y gráficos, luego se procesará la frecuencia absoluta y la frecuencia relativa de las dos variables en estudio y se realizarán análisis estadísticos utilizando medidas de tendencia central y variación; Se realizarán inferencias estadísticas utilizando el fin de probar las hipótesis planteadas en el estudio.

Para procesar los datos se utilizarán los programas estadísticos: SPSS V.

27.

$$r_R = 1 - \frac{6\sum_i d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

3.9. Tratamiento estadístico

Los datos fueron procesados estadísticamente y se realizaron estadísticas descriptivas de media, desviación estándar y variación; se elaboran tablas y gráficos para mostrar los resultados obtenidos; Para probar la validez de la herramienta e investigar la confiabilidad de la misma, la muestra resultante se aplicó a un grupo de estudiantes y se realizaron estadísticas descriptivas sobre los datos recopilados. Para probar la hipótesis, primero utilizamos estadística inferencial para analizar la normalidad de los datos; luego, dado que los datos no se distinguían de una distribución normal y el tamaño de la muestra fue de 10 estudiantes, utilizamos pruebas estadísticas no paramétricas.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

La investigación se realizó teniendo en cuenta todos los aspectos observados en el apartado de ética de la investigación, como autenticidad de los datos, confidencialidad de los participantes, responsabilidad por el marco teórico, citación de todos los autores y originalidad.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

Una vez definidos los objetivos y seleccionada la muestra de investigación, se procedió a recolectar información mediante encuestas a los alumnos del quinto ciclo de la I.E. N.º 34253 Hilah Simmons – Montecarlo. Lo correcto, justo y razonable es hacer que los resultados se muestren en la tabla estadística. La función que realiza es probar las hipótesis y responder las preguntas de investigación para lograr los objetivos de la investigación. Los componentes o problemas descubiertos en el estudio se derivan directamente de los resultados de las operaciones variables.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

Los hallazgos que llevaron a este estudio están alineados y organizados. Esta sección proporciona una descripción general de los hallazgos de cada dimensión en respuesta a los objetivos de la investigación. Luego los datos

obtenidos fueron interpretados y analizados. En este sentido, el estudio es más que una simple descripción de los resultados, comparándolos con la información obtenida, teniendo en cuenta los objetivos planteados del estudio. De esta forma, el análisis interpretativo sintetiza los resultados.

4.3. Prueba de hipótesis

Evalúa las posibilidades de rechazar o aceptar la hipótesis nula. Si se rechaza, aceptamos la hipótesis alternativa. Se utiliza la prueba estadística Rho de Spearman aplicada a muestras independientes al nivel de confianza del 95%. Durante la prueba, si el valor significativo bilateral es menor que 0,07, se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis General

H1: Existe relación significativa entre Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023.

H0: No existe relación significativa entre el Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023.

Correlación

		Redes Sociales	Conciencia Ambiental
Rho de Spearman	Redes Sociales	1.000	.560*
	Coeficiente de correlación	.	.030
	Sig. (bilateral)		
	N	15	15
	Conciencia Ambiental	.560*	1.000
	Coeficiente de correlación	.030	.
	Sig. (bilateral)		
	N	15	15

Existe moderada relación significativa entre el Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa, el grado de correlación entre las variables Rho de Spearman = 0,030.

4.4. Discusión de resultados

En esta investigación al determinar la relación que existe entre las redes sociales y la conciencia ambiental, concuerda con el valor de p-valor = 0.007 a través de la prueba Rho de Spearman. Lo que nos da a entender que la variable Redes Sociales tiene relación significativa moderada con la variable Conciencia Ambiental. Esto quiere decir que las Redes Sociales son una herramienta de divulgación muy importante cuando queremos dar a conocer ideas, opinión, propuestas. Y así llevar el interés a promover o fomentar la conciencia ambiental en los estudiantes. Frente a lo expresado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación dónde se refiere que el Uso de las Redes Sociales se relaciona con la conciencia ambiental. Estos resultados son corroborados por el especialista en Marketing, David Mendoza, quién nos menciona que:

La clave para que estos programas (redes sociales) sean efectivos es impulsar la amplificación a través de los usuarios en línea. Las redes sociales juegan un papel muy importante en la comunicación a la hora de crear conciencia medioambiental, que permea también a otros ámbitos. Las ONG y las asociaciones ambientales globales o regionales también pueden beneficiarse de la oportunidad social. Ahora tienen una plataforma para crear una comunidad exclusiva de usuarios que quieren escuchar lo que están haciendo. Una clave importante para abordar estos temas es hacer que los usuarios formen parte del tema. Los usuarios

deben sentir que sus **ME GUSTA** contribuyen. Se deben fomentar las interacciones para resaltar cuestiones que hoy no aparecen en las noticias. En primer lugar, es importante comprender el propósito del uso de las redes sociales. Ya sea que quieras arrojar luz sobre un tema del que no sabes mucho, ser voluntario o simplemente aceptar donaciones.

Alex Fernández Muerza (2012) nos menciona en su artículo que:

Existen diversas maneras de poder mejorar el medio ambiente mediante las redes sociales.

- Crea hashtags para promover tendencias ecológicas como: #Recicla, #Cambiemoselplaneta, etc.
- Centrarse en artistas que trabajan para influir en muchas personas para que hagan recomendaciones que apoyen la promoción de la protección ambiental.
- Publicar contenidos ecológicos, contenidos que se centren en la protección del medio ambiente.

CONCLUSIONES

- En esta tesis se determinó la relación que existe entre el Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa.
- Existe moderada relación significativa entre el Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa, el grado de correlación entre las variables Rho de Spearman = 0,030.
- Mediante las redes sociales los alumnos pueden ser partícipes de iniciativas que buscan cuidar el medio ambiente.
- Ellos saben cómo funcionan las Redes Sociales, el estudiade mostrando interés por conocer e informarse más de lo que pasa en nuestro país y el mundo.
- Las redes sociales juegan un papel mediador muy importante a la hora de crear una conciencia ambiental que impregna otros campos.

RECOMENDACIONES

- A los directivos de la institución educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo, deben realizar talleres o charlas para promover la difusión de la preocupación por el medio ambiente a través de las redes sociales. Tal vez hacer videos o fotos, actividades ambientales que realicen en casa o en la escuela, etc. y publicarlos en las redes sociales de I.E.
- A los directivos de la institución educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo, promover el uso de las redes sociales orientado a la **CONCIENCIA AMBIENTAL**.
- Todos los docentes participan en capacitaciones virtuales (videos grabados, reuniones, transmisiones en vivo, etc.) que están disponibles públicamente en Facebook, WhatsApp y Twitter para fortalecer la capacidad de utilizar las redes sociales para generar conciencia ambiental en los estudiantes. Aplica y adapta estrategias ambientales en función de la red social que utilizan tus alumnos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Fabiola Ordóñez Sánchez (2013) La Educación Ambiental Ante la Crisis del Medio Ambiente del Planeta: Avances y Retos en el Marco de los Acuerdos Internacionales. *Tesis de Licenciada en Pedagogía de la Universidad Nacional Autónoma de México.*
- Peralta, E. O. (2013). 10 motivos para Compartir Contenido en Redes Sociales. Recuperado el 23 de diciembre del 2022 de: <https://www.genwords.com/blog/compartir-contenido-en-redes-sociales/>
- Medio Ambiente y Recursos Naturales, S. (2020). Día de la Conciencia Ambiental. Recuperado el 23 de diciembre del 2022 de: <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/dia-de-la-conciencia-ambiental-253396>
- Manuel Francisco Sono Jara (2020) Análisis de la Red Social Facebook como Herramienta de Comunicación Digital de la Marca BBVA en Tiempos de Pandemia. *Trabajo de Investigación para Optar el Grado de Bachiller en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Martín de Porres.*
- ¿Qué es la educación ambiental? (2021). Recuperado el 23 de diciembre del 2022 en: <https://www.argentina.gob.ar/ambiente/educacion-ambiental/que-es-educacion-ambiental>
- Daniela Rodríguez Valerio (2020) Más allá de la mensajería instantánea: WhatsApp como una herramienta de mediación y apoyo en la enseñanza de la Bibliotecología. *Revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, núm. 42, pp. 107-126, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Zorrilla, D. (2013). 5 datos para comprender el impacto de Twitter en las comunicaciones digitales. Recuperado el 23 de diciembre del 2022 de: <https://www.quanticotrends.com/estudios/estudio-de-uso-de-twitter-en-el-peru/>
- Enrique Echeburúa, Ana Requesens (2012) Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes.
- Luis Gómez Encinas (2016) El Tiempo Todo en Facebook. *Revista de Ciencias Sociales*, núm. 69, pp. 217-238, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Jocelyn Díaz Encinas, Fabio Fuentes Navarro (2017) Desarrollo de la conciencia ambiental en niños de sexto grado de educación primaria. Significados y percepciones. *Revista de Investigación Educativa* 26, Universidad Veracruzana.

- Cómo usar las redes sociales para mejorar el medio ambiente. (2012). Recuperado el 23 de diciembre de: <https://www.consumer.es/medio-ambiente/como-usar-las-redes-sociales-para-mejorar-el-medio-ambiente.html>
- Martin, D. D. (2019). Las redes sociales como vehículo de conciencia ambiental. Recuperado el 23 de diciembre del 2022 de: <https://vitalis.net/blog/las-redes-sociales-como-vehiculo-de-conciencia-ambiental/>
- Cueto, F., José, J., Corzo, M., Joseph, J., & Vila, R. *Las Redes Sociales*. (2009) Recuperado el 23 de diciembre del 2022 de: https://cdn.goconqr.com/uploads/media/pdf_media/15566608/5861ecda-54e6-41d1-9844-bcf2ca6a3662.pdf
- Gisselle, F., & Rosas, M. El Uso de la Red Social Twitter como Herramienta para la Difusión de Información Pública. Recuperado el 23 de diciembre del 2022 de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/27_Meunier_V81.pdf
- Nelva Palomino. D, Susam Requis. B (2022) Red Social Google Plus y el aprendizaje del área de educación para el trabajo en estudiantes del tercer grado de la Institución Educativa Jorge Chavez Dartnell de Villo Tambochaca – Yanahuanca. *Tesis de Licenciado en Educación con mención: Tecnología Informática y Telecomunicaciones en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión*.
- Burgueño, P. F. (2009). Clasificación de Redes Sociales. Recuperado el 23 de diciembre del 2002 de: <https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- Rost, A. (2001). Pero ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad? Center for Civic Journalism, 2.
- BBC News Mundo. (2019). Six Degrees: cómo fue y quién creó la primera red social de internet, inspirada por la teoría de los “seis grados.” BBC. Recuperado el 23 de diciembre del 2022 de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48558989>
- Lizeth Abigail Gallo Orbe (2012) La Influencia de Facebook en las Interacciones Comunicativas de los Adolescentes de 15-16 Años de Primer Año de Bachillerato. *Tesis Previa a la Obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social en Universidad Central del Ecuador*.
- Juan Merodio (2020). Marketing en Redes Sociales: Una Guía Esencial para Construir una Marca Usando Facebook, YouTube, Instagram, Snapchat y Twitter, Incluyendo Consejos sobre Marca Personal, Publicidad, e Influencers. Independently Published.

Constine, J. (2014). Facebook's plot to conquer mobile: Shatter itself into pieces.
TRecuperado el 23 de diciembre del 2022 de:
<https://techcrunch.com/2014/01/29/one-app-at-a-time/>

Martínez Ortega, R. M., Tuya Pendás, L. C., Martínez Ortega, M., Pérez Abreu, A., & Cánovas, A. M. (2009). El Coeficiente de Correlación de los Rangos de Spearman Caracterización. Revista Habanera de Ciencias Médicas, 8(2).Recuperado el 23 de diciembre del 2022:http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2009000200017

Johnson, Amanda. (2014). Su éxito en las redes sociales.

ANEXOS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa - 2023.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	FORMULACIÓN DEL OBJETIVO	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es la relación que existe entre la interacción y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023? - ¿Cuál es la relación que existe entre la conexión y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023? - ¿Cuál es la relación que existe entre compartir contenidos y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023? 	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la relación que existe entre la interacción y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023. - Identificar la relación que existe entre la conexión y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023. - Identificar la relación que existe entre compartir contenidos y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL Existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe relación significativa entre la interacción y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023. - Existe relación significativa entre la conexión y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023. - Existe relación significativa entre compartir contenidos y la conciencia ambiental en los alumnos del quinto ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo en Oxapampa el año 2023. 	<p>VARIABLE 1: Uso de Redes sociales.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conexión - Interacción - Compartir contenido <p>VARIABLE 2: Conciencia ambiental.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Afectiva - Responsabilidad - Cognitiva 	<p>TIPO: Básica.</p> <p>MÉTODO: Descriptivo.</p> <p>DISEÑO: Corresponde a un diseño no experimental o descriptivo correlacional.</p>

Cuestionario

Buenos días, estamos realizando una encuesta para evaluar la relación de las redes sociales y la conciencia ambiental; por favor, contesten las preguntas con la verdad, eso nos ayudará a lograr los objetivos de la investigación.

Instrucciones:

- No hay respuestas buenas o malas. Estas simplemente reflejan su opinión personal.
- Marque con claridad la opción elegida con un aspa (x).
- Recuerde: no se deben marcar dos opciones o más.
- Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales.
- Si no se entiende alguna pregunta, hágalo saber al encuestador, él le explicará el sentido de la pregunta.

¡Muchas gracias por tu colaboración!

Nº	PREGUNTAS	Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
01	¿Puedes acceder de manera fácil a las redes sociales?				
02	¿Es adecuado la cantidad de horas que haces uso de las redes sociales?				
03	¿Usas la red social Facebook, Twitter y WhatsApp para conocer sobre el cuidado del medio ambiente?				
04	¿Usas el celular para conectarte a las redes sociales?				
05	¿Promueves el cuidado del medio ambiente en las redes sociales?				
06	¿Observas publicaciones en las redes sociales sobre el cuidado del medio ambiente?				
07	¿Le darías un "like" a una publicación que hable sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente?				
08	¿Has comentado o respondido comentarios que hablen sobre el cuidado del medio ambiente?				
09	¿Has usado las redes sociales para visitar páginas ambientales?				
10	¿Usas tus redes sociales para compartir publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?				
11	¿Usas tus redes sociales para crear publicaciones sobre el cuidado del medio ambiente?				
12	¿Buscas información en las redes sociales sobre los problemas ambientales que sufre nuestra ciudad, nuestro país o el mundo entero?				
13	¿Te sientes bien con la situación del medio ambiente en el que vives?				
14	¿Realizas actividades para cuidar el medio ambiente?				
15	¿Clasificas la basura según los colores de los tachos?				

Validación de Instrumentos

Diseño de opinión de expertos del instrumento de investigación

Apellidos y nombres: CHACON LEANDRO, Josué

Título profesional: Licenciado en Educación Primaria

Grado académico: Magister en Docencia y Gestión Educativa

Institución en la que labora: UNDAC

Cargo: Docente Ordinario a dedicación completa

Teléfono móvil: 969244465

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento de recolección de datos para investigación. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa (X) en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

TESIS

Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023

N° de Ítem	Validez del contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
5	x		x		x		

6	x		x		x	
7	x		x		x	
8	x		x		x	
9	x		x		x	
10	x		x		x	
11	x		x		x	
12	x		x		x	
13	x		x		x	
14	x		x		x	
15	x		x		x	

Dictamen:

Autorizo aplicación del instrumento (X) No autorizo aplicación del instrumento ()



Universidad Nacional General José Martí
 Facultad de Ciencias de la Educación
 PROGRAMA DE ESTUDIOS DE EDUCACIÓN PRIMARIA

Mg. Jesús CHACÓN LEANDRO

SEGUNDO EVALUADOR

Apellidos y nombres: MARCO ANTONIO RIVERA TORRES

Título profesional: LENGUA Y LITERATURA

Grado académico: TÍTULO DE PROFESOR

Institución en la que labora: UGEL OXAPAMPA

Cargo: ESPECIALISTA EN EDUCACIÓN

Teléfono móvil: 94335270

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento de recolección de datos para investigación. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa (X) en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

TESIS

Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023.

N° de Ítem	Validez del contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1	si		si		si		
2	si		si		si		
3	si		si		si		
4	si		si		si		
5	si		si		si		
6	si		si		si		

7	si		si		si	
8	si		si		si	
9	si		si		si	
10	si		si		si	
11	si		si		si	
12	si		si		si	
13	si		si		si	
14	si		si		si	
15	si		si		si	

Dictamen:

Autorizo aplicación del instrumento (SÍ) No autorizo aplicación del instrumento ()



Firma

TERCER EVALUADOR

Apellidos y nombres: Peña Cotrina Alex

Título profesional: Pedagogía y Humanidades

Grado académico: Magister

Institución en la que labora: 0086 José María Arguedas

Cargo: subdirector

Teléfono móvil: 997242499

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento de recolección de datos para investigación. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa (X) en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

TESIS

Uso de las Redes Sociales y Conciencia Ambiental en los Alumnos del Quinto Ciclo de la Institución Educativa N.º 34253 Hilah Simmons de Montecarlo Oxapampa – 2023

N° de Ítem	Validez del contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		Equipo electrónico incluye al celular, laptop, etc.
5	x		x		x		
6	x		x		x		

7	x		x		x		
8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		
11	x		x		x		
12	x		x		x		
13	x		x		x		
14	x		x		x		
15	x		x		x		

Observaciones adicionales:

En la pregunta 12 se utiliza el termino ambientales y en la 13 y 14 se usa medio ambiente, sugiero uniformizar el empleo conceptual, bien ambiente y sus derivados o medio ambiente y derivados.

La interacción digital o interacción virtual

Dictamen:

Autorizo aplicación del

instrumento

(x) No autorizo aplicación del instrumento ()

The image shows the official seal of the University of the Pacific (UNIPAC) on the left, which is circular and contains the text 'UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO' and 'FUNDADA EN 1955'. To the right of the seal is a handwritten signature in blue ink, written over a horizontal line.