

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



T E S I S

**Red Social Facebook y Emprendimiento Económico en Estudiantes
del Sexto Ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha,
2024**

Para optar el título profesional de:
Licenciada en Educación
Con Mención: Computación e Informática

Autor:

Bach. Linda JURADO MELGAREJO

Asesor:

Dr. José Rovino ALVAREZ LOPEZ

Cerro de Pasco – Perú - 2025

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



T E S I S

**Red Social Facebook y Emprendimiento Económico en Estudiantes
del Sexto Ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha,
2024**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Juan Antonio CARBAJAL MAYHUA
PRESIDENTE

Mg Abel ROBLES CARBAJAL
MIEMBRO

Mg. Shuffer GAMARRA ROJAS
MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión

Facultad de Ciencias de la Educación

Unidad de Investigación

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 093 – 2025

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:

Linda JURADO MELGAREJO

Escuela de Formación Profesional:

Educación a Distancia

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo:

Red Social Facebook y Emprendimiento Económico en Estudiantes del Sexto Ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024

Asesor:

José Rovino ALVAREZ LOPEZ

Índice de Similitud:

23%

Calificativo:

Aprobado

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

Cerro de Pasco, 20 de junio del 2025.



Firmado digitalmente por VALENTIN
MELGAREJO Teofilo Felix FAU
20154605046 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 20.06.2025 11:46:07 -05:00

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, por haberme dado la vida, que día a día me das un nuevo amanecer para seguir luchando, para salir adelante con mi carrera profesional, por ayudarme a alcanzar mi objetivo, darme las fuerzas cuando las necesitaba, tu presencia estuvo siempre conmigo.

A mi familia por el apoyo incondicional, quienes fueron unas de mis mayores inspiraciones para alcanzar este objetivo, me formaron con reglas y valores.

Este trabajo se lo dedico a Dios a mis padres a mis hijos quienes me brindaron el apoyo incondicional para poder lograr mi objetivo que día a día me esforcé para hacerlo realidad. A mi asesor el Dr. José Rovino ÁLVAREZ LÓPEZ, que a pesar de las dificultades siempre me guio el paso para no rendirme.

AGRADECIMIENTO

Gracias querido Dios por darnos la vida, la salud, el amor, el cariño, por toda la bendición que día a día nos das, sin tu ayuda nada sería posible, nos iluminaste el camino para hacer realidad este trabajo de investigación.

A la universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, nuestra alma mater donde nos formamos como profesionales, gracias por abrirnos las puertas para poder estudiar nuestra carrera profesional que tanto lo aspirábamos, a mis maestros por guiarnos el camino, brindarnos los conocimientos, formarnos buenos profesionales, que sus enseñanzas nos serán valiosas para toda la vida.

A nuestro asesor el Dr. José Rovino ÁLVAREZ LÓPEZ, por ser uno de los mejores docentes que tuvimos a lo largo de nuestra formación profesional, asimismo, que gracias a sus conocimientos brindados pudimos elaborar nuestra Tesis, fue como un segundo padre para nosotros, sus exigencias y motivaciones brindadas nos fueron muy útiles para el desarrollo de nuestro trabajo.

A nuestra familia por habernos brindado su amor, cariño, el apoyo económico que fueron muy necesarios para lograr culminar nuestra carrera profesional, fueron nuestro motivo e inspiración para salir adelante.

A nuestros colegas y amigos quienes también compartieron sus conocimientos en nuestra formación académica, crecimos como hermanos, compartimos momentos de alegría y felicidad que todo ello perdurara para siempre en nuestros corazones.

RESUMEN

La investigación permitió determinar la relación entre la red social Facebook y el emprendimiento económico con sus respectivas dimensiones, indicadores e ítems propuestos en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha. La metodología utilizada corresponde a un estudio cuantitativo, descriptivo, básico donde se relacionan las variables de estudio, su diseño fue correlacional transversal, tomando como muestra a 23 estudiantes, quienes participaron directamente para responder los ítems propuestos en los instrumentos de investigación en el área Educación para el Trabajo. Los resultados obtenidos han permitido demostrar que existe correlación positiva moderada y débil entre las variables de estudio por el valor obtenido de 0,480; 0,216; -0,080; 0,375 y 0,2026; en la correlacional Rho de Spearman; asimismo el valor de significancia fue de 0,021; 0,216; 0,718; 0,078 y 0,345 entre las variables aceptando la hipótesis nula y rechazando la de investigación en todas las hipótesis contrastadas.

Palabras Clave:

Red social / emprendimiento económico / finalidad / funcionamiento / Apertura / Integración / Crea propuestas de valor / Habilidades técnicas

ABSTRACT

The research allowed us to determine the relationship between the social network Facebook and economic entrepreneurship with their respective dimensions, indicators and items proposed in students of the sixth cycle of the San Juan de Yanacocha Educational Institution. The methodology used corresponds to a quantitative, descriptive, basic study where the study variables are related, its design was transversal correlational, taking as a sample 23 students, who participated directly to answer the items proposed in the research instruments in the Education area. for Work. The results obtained have allowed us to demonstrate that there is a moderate and weak positive correlation between the study variables due to the value obtained of 0.480; 0.216; -0.080; 0.375 and 0.2026; in Spearman's correlational Rho; Likewise, the significance value was 0.021; 0.216; 0.718; 0.078 and 0.345 between the variables, accepting the null hypothesis and rejecting the research hypothesis in all the tested hypotheses.

Keywords:

Social network / economic entrepreneurship / purpose / operation / Openness / Integration / Create value propositions / Technical skills

INTRODUCCIÓN

El fortalecimiento de la competencia de emprendimiento económico o social en el área Educación para el Trabajo establece actividades ligadas a la venta de productos o prestación de servicios que el estudiante va desarrollando a lo largo de los cinco años de estudios de educación básica, las capacidades ligadas a esta competencia crea propuesta de valor, desarrolla habilidades de generación de prototipos, esquemas o estructuras para que se puedan ir mejorando las existentes, asimismo, aplica habilidades técnicas, establecen los procesos para el uso de herramientas tecnológicas para implementar procesos diversos e ir difundiendo los proyectos de emprendimiento que se desean realizar; el trabajo cooperativo, posibilita en los estudiantes ir dejando paulatinamente el individualismo y trabajar siempre en equipos, teniendo en cuenta los aportes de cada integrante, la evaluación del emprendimiento, sirve fundamentalmente para partir de ciertos errores cometidos durante la producción o venta de manera que se pueda ir superando los obstáculos de manera que la siguiente oportunidad se alcance con mayor precisión lo objetivos o metas propuestas.

Las redes sociales se han constituido en espacios de interacción permanente, donde los participantes protegen sus cuentas con contraseñas y forman equipos o grupos para buscar e interactuar acerca de una tarea u otro propósito establecido por los integrantes, tanto Facebook como WhatsApp se han constituido redes de gran aceptabilidad, asimismo, tik tok, Instagram y Telegram se vienen incorporando para estos menesteres con gran velocidad; su uso depende de orientaciones claras para que se utilice de manera responsable con fines y propósitos.

Los alumnos de la Institución Educativa materia de investigación han desarrollado contenidos diversos que se relacionan por su grado de dificultad de grado a grado, de manera que los aprendizajes alcanzados se vayan aplicando en cada grado en

la que participan, específicamente en el área de Educación para el Trabajo, cuyos resultados han demostrado que la relación entre las variables propuestas en el presente estudio es moderada o débil en la correlacional Rho de Spearman. El estudio está dividido en cuatro capítulos:

CAPÍTULO I: Está conformado por la identificación y determinación del problema, la delimitación de la investigación, la formulación del problema, los objetivos generales y específicos, la importancia y alcances de la investigación, donde se localiza información concreta relacionado con el propósito, las metas y la trascendencia de la investigación en estricta relación con las variables de investigación: redes sociales y emprendimiento económico o social.

CAPÍTULO II: Contiene información relacionada con otros estudios e investigaciones que tienen concordancia con las variables de la presente investigación a nivel local, nacional e internacional, los sustentos y constructos teóricos científicos en estricta relación con las variables de investigación, que demuestran la validez del estudio en estricta relación con las variables de investigación, finalmente, la delimitación de términos utilizados en la presente investigación.

CAPÍTULO III: Contiene la metodología del estudio conformado por el tipo de investigación, diseño de la investigación, población y muestra, métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validación de los instrumentos, técnicas de procesamiento de datos y la selección y validación de instrumentos, el planteamiento de la hipótesis general, específica y nula, el sistema de variables y su correspondiente operacionalización que contiene la definición conceptual y operacional de las variables que muestra las dimensiones, indicadores e ítems que han permitido elaborar los instrumentos para el recojo de la información.

CAPÍTULO IV: Conformado por toda la información concerniente al trabajo de

campo, presentando los resultados, tablas, gráficos, etc., su interpretación correspondiente y la prueba de hipótesis con la aplicación estadística correspondiente, así como la discusión de los resultados considerando una comparación directa con las investigaciones realizadas con anterioridad.

La Autora

INDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

INDICE

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema.....	1
1.2. Delimitación de la investigación.....	5
1.2.1. Delimitación espacial	5
1.2.2. Delimitación Social: (Unidad de análisis).....	5
1.2.3. Delimitación temporal:.....	5
1.2.4. Delimitación conceptual:	5
1.3. Formulación de objetivos.....	5
1.3.1. Problema general.....	5
1.3.2. Problemas específicos	5
1.4. Formulación de objetivos.....	6
1.4.1. Problema general.....	6
1.4.2. Objetivos específicos:	6
1.5. Justificación de la investigación	7
1.6. Limitaciones de la investigación.....	8

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio	9
2.2.	Bases teóricas – científicas	12
2.2.1.	Redes sociales	12
2.2.2.	Finalidad.....	13
2.2.3.	Funcionamiento.....	14
2.2.4.	Apertura.....	14
2.2.5.	Integración.....	14
2.2.6.	Emprendimiento económico o social	15
2.2.7.	Crea propuestas de valor	17
2.2.8.	Aplica habilidades técnicas	17
2.2.9.	Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas.....	18
2.2.10.	Evalúa resultados de emprendimiento	18
2.3.	Definición de términos básicos	19
2.4.	Formulación de hipótesis	20
2.4.1.	Hipótesis general	20
2.4.2.	Hipótesis específicas	20
2.5.	Identificación de variables	21
2.5.1.	Variable 1	21
2.5.2.	Variable 2	21
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores	21
2.6.1.	Definición conceptual	21
2.6.2.	Definición operacional	21

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación	23
3.2. Nivel de investigación.....	23
3.3. Métodos de investigación.....	23
3.3.1. Método general.....	23
3.3.2. Método específico	23
3.4. Diseño de la investigación	23
3.5. Población y muestra	24
3.5.1. Universo	24
3.5.2. Población.....	24
3.5.3. Muestra.....	25
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.6.1. Técnicas.....	25
3.6.2. Instrumentos	25
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	25
3.8.1. Selección de instrumentos.....	25
3.8.2. Validación de instrumentos.....	25
3.8.3. Confiabilidad de instrumentos	26
3.8. Técnica de procesamiento y análisis de datos.....	27
3.9. Tratamiento estadístico	28
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica	28

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo	29
---	----

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados.	29
4.3. Prueba de hipótesis.....	45
4.4. Discusión de resultados.....	58

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables, las dimensiones, los indicadores, instrumentos e ítems correspondientes a la primera variable: Red Social Facebook.....	22
Tabla 2. Variables, las dimensiones, los indicadores, instrumentos e ítems correspondientes a la segunda variable: emprendimiento económico	22
Tabla 3. Población escolar 2024.....	24
Tabla 4. Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la primera variable: Uso de la red social Facebook	26
Tabla 5. Resultados de la variable uso de redes sociales.....	26
Tabla 6. Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la segunda variable: Emprendimiento económico.....	27
Tabla 7. Estadísticos de fiabilidad.....	27
Tabla 8. Utilizo la red social Facebook como distractor en mis tiempos libres	30
Tabla 9. Realizo actividades de comunicación con otras personas utilizando la red social Facebook	31
Tabla 10. Promociono un producto utilizando la red social Facebook	32
Tabla 11. Difundo mis perfiles reales y opcionales con uso de la red social Facebook	33
Tabla 12. Accedo a la diversidad de contenidos difundidos por mis contactos en la red social Facebook.	34
Tabla 13. Los grupos a los que pertenezco en Facebook son funcionales para mis proyectos de emprendimiento.....	35
Tabla 14. Doy a conocer mis propuestas individuales de emprendimiento acerca de un producto o servicio	36
Tabla 15. Mi perfil compartido en la red social Facebook permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas.....	37

Tabla 16. Manejo con facilidad las herramientas para acceder a la red social Facebook e interactuar con mis contactos.....	38
Tabla 17. Genero ideas innovadoras para un producto o servicio a implementar.....	39
Tabla 18. Represento con prototipos o esquemas el bien o servicio a desarrollar	40
Tabla 19. Establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados	41
Tabla 20. Utilizo la tecnología informática para añadir procesos adecuados en la presentación de un bien o servicio a implementar.....	42
Tabla 21. Acompaño y ayudo a mejorar los desempeños de los integrantes del equipo de trabajo	43
Tabla 22. Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio implementado	44
Tabla 23. Evalúo los procesos y resultados del proyecto implementado	45
Tabla 24. Baremo Rho de Spearman	46
Tabla 25. Correlaciones entre la red social Facebook y el emprendimiento económico	47
Tabla 26. Correlación entre la finalidad y la capacidad crea propuestas de valor	49
Tabla 27. Correlaciones entre el funcionamiento y aplica habilidades técnicas	52
Tabla 28. Correlaciones entre la dimensión apertura y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas.....	54
Tabla 29. Correlaciones entre la dimensión integración y evalúa resultados de emprendimiento	56

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Uso de la red social Facebook como distractor	30
Figura 2. Realizo actividades de comunicación utilizando la red social Facebook	31
Figura 3. Promociono un producto utilizando la red social Facebook.....	32
Figura 4. Difundo mis perfiles reales y opcionales con Facebook.....	33
Figura 5. Accedo a la diversidad de contenidos difundidos por mis contactos en la red social Facebook	34
Figura 6. Los grupos a los que pertenezco en Facebook son funcionales.....	35
Figura 7. Propuestas individuales de emprendimiento de un producto o servicio	36
Figura 8. El perfil de Facebook permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas	37
Figura 9. Manejo de las herramientas de la red social Facebook e interactuar	38
Figura 10. Propuesta de ideas innovadoras	39
Figura 11. Represento con prototipos o esquemas	40
Figura 12. Establecimiento de procesos con alternativas novedosas	41
Figura 13. Utilizo la tecnología informática para añadir procesos.....	42
Figura 14. Acompaño y ayudo a mejorar los desempeños.....	43
Figura 15. Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio...	44
Figura 16. Evalúo los procesos y resultados del proyecto	45
Figura 17. Diagrama de dispersión de las redes sociales y el emprendimiento económico o social	48
Figura 18. Diagrama de dispersión entre finalidad y crea propuestas de valor.....	50
Figura 19. Diagrama de dispersión entre la dimensión funcionamiento y aplica habilidades técnicas	53

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

Actualmente nuestra sociedad en general está viviendo en una era digitalizada donde cada uno de los procesos establecidos en la diversidad de relaciones humanas está íntegramente digitalizado con la diversidad de herramientas informáticas; el proceso educativo no puede estar exento de ello toda vez que en cada proceso educativo siempre están presente los recursos tecnológicos para interactuar permanentemente con los aprendices; el empleo no puede quedarse fuera de estos procedimientos, todos los negocios en la actualidad no solamente son presenciales, actualmente es posible vender y comprar en línea utilizando la tecnología, es por ello que en el actualidad se menciona plataformas, sitios web, espacios digitales, redes sociales, etc. Por ello se considera importante que se establezca con pertinencia el valor de estos medios digitales en la vida del hombre y sus respectivas relaciones (Leticia Aurora Becilla García, 2020)

Las redes sociales son consideradas como (Llana, 2014) aplicaciones comunicativas que desarrollan una diversidad de procesos con usuarios de distintas partes del mundo para interconectarlos de forma rápida y sencilla a través del internet, generando procesos de intercambio y comunicación permanente, cuyo sistema de comunicación puede ser a través de mensajes, chats, audios y videos cortos para establecer contactos entre diversidad de personas.

Las redes sociales son consideradas como un excelente recurso estratégico que conforma una dimensión corporativa innovadora, por lo que es fundamental que se debe tener claridad sobre los beneficios que aporta en relación a los negocios, desempeño de una labor de emprendimiento para mejorar la productividad entre la diversidad de agentes internos y clientes (Silvia Morales Morejon, 2020) al respecto (Amezcuca, 2012) argumenta que los espacios sociales en red posibilitan un escenario diferente pero atractiva para que las entidades que acceden a ella pueda argumentar de manera masiva sus ideas y conocer su entorno social digital sin problemas de estructuras ni roles. (p. 135)

Las redes sociales son espacios digitales consideradas como estructuras compuestas por una diversidad de personas u organizaciones que acceden a ella, estableciendo sus intereses y conveniencias, los mismos que se encuentran interconectados por un vínculo respectivamente (Silvia Morales Morejon, 2020). La diversidad de propuestas sobre los tipos de redes según la función que desempeñan; para Casson y Giusta (2007) son de dos tipos y fundamentalmente dependen del fin para lo cual fueron desarrolladas, las que son de corto plazo cumplen un objetivo y generan contactos aprovechando oportunidades,

generando alianzas temporales; las de largo plazo, generan espacios y relaciones más estrechas renovando los contactos en función de la interacción entre los integrantes. Por otro lado, Hung (2006) sostiene la existencia de redes interpersonales e interorganizacionales, donde la primera está constituida por contactos familiares, amistades, colegas de estudio y trabajo, cuya finalidad es buscar la relación entre ellos; mientras que la segunda está conformada por clientes, contactos de negocios, etc., por lo que es considerado como una herramienta estratégica para minimizar costos de transacción relacionados con actividades financieras. (p.365).

Los negocios empresariales en estos tiempos han implementado ventas en línea, por mensajería y con visitas establecidas, el avance vertiginoso de la tecnología ha logrado acercar más a las personas, de manera que los procesos que realizan es a nivel general, las ventas y compras no se encuentran exentos de estas actividades, considerando que la mayoría de personas cuenta con un móvil, en nuestro país al 2018 se ha masificado, 4 de cada 10 personas utilizan un móvil, al mismo tiempo las personas utilizan las redes sociales para comprar y vender.

Por otro lado, el emprendimiento, es considerado uno de los procesos económicos más importantes que dinamiza e impulsa la producción o un servicio, por lo que en los países donde se han implementado o desarrollado han constituido el polo de desarrollo de la región porque constituye una propuesta al momento de comenzar un negocio, por lo cual existe mucho entusiasmo y un alto grado de propuestas con fantasías y ansiedades respecto al éxito o fracaso del mismo (Valle, 2021)

El emprendimiento en la educación básica constituye un área que debe ser desarrollada con altos índices de calidad en nuestro país, el enfoque del área de

Educación para el Trabajo considera el emprendimiento económico o social incorporado en el CNEB (2016) con el propósito de contribuir a una formación basada en actividades para pertenecer al mercado laboral en el cumplimiento de actividades de trabajo básico, sin embargo, también, puede brindarle los conocimientos fundamentales para realizar una actividad económica basada en el emprendimiento económico.

Los estudiantes que acceden a la institución educativa San Juan en un 90% se dedican a actividades basadas en la agricultura o ganadería, solo un 10% tienen fuentes de ingreso como son el negocio, transporte u otras actividades económicas propias de su entorno familiar, cuyos ingresos no alcanzan para cubrir su canasta básica familiar, las mínimas experiencias comerciales no los preparan para emprender algo, siguen pensando en lo negativo antes de enfrentarlo; es por ello pertinente que, en la formación básica se enfatice la competencia del emprendimiento para resolver los problemas de empleabilidad de los estudiantes para que puedan emprender una tarea y resolver su situación de necesidad económica a través del uso de la tecnología informática.

La presente investigación permitirá relacionar el emprendimiento económico con la red social Facebook, es decir, si existe un vínculo entre los procesos del emprendimiento y este espacio social de Internet, la venta de diversos productos en línea con la entrega a domicilio constituirá una opción importante para desarrollar actividades financieras.

1.2. Delimitación de la investigación.

1.2.1. Delimitación espacial

La investigación se ha desarrollado en la Institución Educativa San Juan del Centro Poblado de Yanacocha, distrito de Yanahuanca, Provincia Daniel Alcides Carrión y Región Pasco.

1.2.2. Delimitación Social: (Unidad de análisis)

La investigación se realizó con los estudiantes del primero y segundo grado de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha.

1.2.3. Delimitación temporal:

El periodo de ejecución de la presente investigación fue desde el mes de abril hasta agosto de 2024.

1.2.4. Delimitación conceptual:

El trabajo teórico será de exclusividad con Facebook por tener espacios gratuitos de emprendimiento y ser la red más utilizados por estudiantes de la entidad educativa además del enfoque de emprendimiento económico del área Educación para el Trabajo.

1.3. Formulación de objetivos

1.3.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?

1.3.2. Problemas específicos

- a) ¿Qué relación existe entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?

- b) ¿Qué relación existe entre la red social Facebook y la capacidad aplica habilidades técnicas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?
- c) ¿Cuál es la relación entre la red social Facebook y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?
- d) ¿Cuál es la relación entre la red social Facebook y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Problema general

Determinar la relación entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

1.4.2. Objetivos específicos:

- a. Determinar la relación existente entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024
- b. Establecer la relación existe entre la red social Facebook y la capacidad aplica habilidades técnicas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.
- c. Determinar la relación entre la red social Facebook y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en los

estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

- d. Establecer la relación entre la red social Facebook y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

1.5. Justificación de la investigación

El proceso de la investigación es importante porque pretende demostrar que el emprendimiento es un constructo teórico que va permitir resolver situaciones de empleo en un corto plazo dependiendo de la forma como se ha ido desarrollando, al respecto, (Palacio, 2010) menciona que el emprendimiento es una actividad fundamental para activar la economía personal y la productividad a nivel individual y del entorno donde se realiza por lo que cada idea de negocio se encuentra en estricta concordancia con un beneficio económico y social de quien lo inicia. (p. 96)

Nivel teórico: La investigación permitirá analizar cada uno de los constructos del emprendimiento asimismo también las propuestas teóricas de la red social Facebook.

Nivel práctico: Se dará a conocer si lo desarrollado en las diversas actividades educativas en Educación para el Trabajo ligado al emprendimiento servirán de soporte teórico para realizar actividades económicas en línea para vender un producto o brindar un servicio.

Nivel metodológico: Se procederá a aplicar un instrumento de recojo de datos para validarlo posteriormente y sirva para realizar futuras investigaciones, la misma que permitirá manejar los constructos vinculados a las dos variables.

1.6. Limitaciones de la investigación

En el proyecto de investigación realizado, se ha tenido algunas limitaciones como:

Limitación de tipo bibliográfico: No existen libros actualizados sobre las variables de estudio de la presente investigación, se realiza búsquedas de información en la diversidad de páginas web que en un buen porcentaje no son del todo confiables.

Limitación de tipo económico: La parte económica es fundamental en toda investigación para la aplicación de instrumentos, traslados, impresiones, compra de textos y otros.

Limitación de tiempo: Considerando el trabajo personal que desarrollamos es pertinente que sea una limitación por no estar en la localidad, realizando un desplazamiento hacia la entidad para realizar las tareas de investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

A nivel local

(Jacqueline Deysi Agüero Robles, 2022) **“Las redes sociales como medio comercial de las CMAC – Huancayo - 2019”**. Cuyas conclusiones son:

El impacto de las actitudes previstas por los usuarios a través de las redes sociales genera un resultado de correlación equivalente a 97.4% que se interpreta como correlación positiva alta, su probabilidad es 7,874, asimismo el grado de significancia es $0,00 < 0,05$ por lo que es significativa. Asimismo, se ha determinado la relación entre las redes sociales como medio comercial siendo los resultados obtenidos de probabilidad al 9,49 y el grado de significancia es $0,00 < 0,05$ de manera que las personas que cuentan con un perfil establecido las aprovechan de manera eficiente como medio comercial.

(Navarro, 2019) Redes sociales virtuales en el ámbito académico y social de los estudiantes de Instituciones Educativas de nivel secundario del distrito de Yanacancha – Cerro de Pasco. Cuyas conclusiones son:

El presente estudio presenta correlación negativa muy baja entre las redes sociales virtuales y el ámbito académico y social con un valor equivalente a - 0.073, que se interpreta que a mayor uso de redes sociales virtuales es menor el rendimiento en el ámbito académico de los estudiantes de la muestra.

Se demostró una asociación lineal estadísticamente débil e inversamente proporcional entre la Frecuencia de uso y el ámbito académico, demostrando una correlación positiva muy baja, determinado que la asiduidad en las redes sociales incide muy poco en el ámbito social de los estudiantes de la muestra, del mismo modo, se obtuvo una correlación negativa baja con la dimensión contenidos e información compartida, lo cual indica que al incrementar contenido e información compartida también aumenta las habilidades sociales.

A nivel nacional

(Andrea Jhordanna Cárdenas Hernández, 2019) **Emprendimiento para la creación de negocios con innovación empresarial en los alumnos de la escuela profesional de ciencias administrativas – UNHEVAL – 2018.** Cuyas conclusiones son:

Los escasos recursos, le concreción de ideas e inexperiencia en el negocio son las principales causas que impiden el emprendimiento, considerando que más del 90% de los estudiantes de la muestra desean formar su propio negocio. En relación otro objetivo se podría inculcar la virtud de emprendimiento, los resultados muestran que los estudios y la preparación son fundamentales para emprender, así también la independencia de acciones para no depender de nadie. En referencia al tercer objetivo específico, relacionado con las características y actitudes que deben adoptar, se concluye que los pensamientos creativos y su respectiva predisposición son necesarias para la vida académica

teniendo en cuenta que más de la mitad de los participantes trabaja y van adquiriendo experiencia en negocios, innovación y nuevas tecnologías, estos procesos son importantes para emprender.

(Mercado, 2022) **Emprendimiento y redes sociales en tiempos del COVID - 19 en la ciudad de Arequipa, 2022.** Las conclusiones son:

Se concluye que existe correlación positiva entre las variables emprendimiento y redes sociales, con un valor en Rho de Spearman = 0,688 con una Sig. Bilateral de $0,000 < 0,05$ por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Asimismo, en referencia al objetivo específico 01, se ha obtenido $r = 0,665$ en Rho de Spearman con una sig. Bilateral de $0,000 < 0,05$ aceptando la hipótesis alterna y rechazando la nula.

En relación al objetivo específico 2, existe relación positiva considerable entre la variable emprendimiento y la dimensión Estrategias para persuadir, con un valor en Rho de Spearman $r = 0,667$, con una Sig. Bilateral de $0,000 < 0,05$.

A nivel internacional

(Rangel Santos Johana Estefania, 2021). ***Las redes sociales como medio de emprendimiento.*** Cuyas conclusiones son: la era digital trae consigo una multiplicidad de beneficios a nivel mundial debido al desarrollo de modelos diversos para establecer servicios en línea a través de redes sociales y otros espacios donde las personas emprenden continuamente para expender productos o servicios. El uso de medios digitales son oportunidades que las personas vienen utilizando con mayor incidencia, el aumento considerable de ingresos diversos mediante las redes sociales considera un espacio fundamental para emprender, donde el empleo de estos espacios tiene una marca especial que permite vender y comprar en línea.

(Karla Zapata Ramirez, 2021) *Las redes sociales como estrategias de fortalecimiento Microempresarial en el cantón Zapotillo*. Cuyas conclusiones argumentan que los jóvenes aprovechan la oportunidad de promover su autonomías y superación en la vida a través del desarrollo de ventajas competitivas por las redes sociales, llegando a la mente del cliente o consumidor. Se ha comprobado que utilizan técnicas de cooperación individual y grupal a través de las ventas extendiendo sus dominios y aportando significativamente a través de publicidad y otros medios recibiendo la acogida de otros clientes. El uso de plataformas sociales llevadas en el marketing digital trae consigo grandes beneficios para los negocios y contribuye al desarrollo económico y social.

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Redes sociales

Vivimos en la web social, donde se llevan a cabo una diversidad de procesos y variedad de relaciones de toda índole. El concepto de sociedad aumentada (Reig: 2012a) se profundiza en este aspecto, significa básicamente que venimos recuperando con el uso de las redes sociales virtuales los espacios a través de las interacciones con nuestros pares que en concreto definen la realidad.

Somos ya en el mundo mil millones de usuarios que utilizamos la red social Facebook. A mediados de 2011, el 74% utilizaban los teléfonos para enviar imágenes o vídeos a otros ubicados en entornos distintos, para ingresar u estar conectado a las redes sociales (48%), para Twitter (20%) o incluso para realizar obras de caridad.

Individualismo conectado: La era del individualismo conectado es algo nuevo, es una síntesis entre lo comunitario y lo individual con la capacidad de satisfacer en mayor medida las necesidades humanas. Shirky (2009) denomina el

poder de la organización sin organizaciones; porque conjuraría definitivamente la soledad; y, porque la conexión supone mucho menor grado de implicación en referencia a la antigua “comunidad”.

El animal social y sus redes “sociables”: A la vez que cambian las formas de estar juntos, con avances cada vez más precisos, lo que permiten corroborar las antiguas hipótesis sobre la sociabilidad de los seres humanos. Los hallazgos neurobiológicos de la conocida “hipótesis del cerebro social” indica que la relación observada entre el tamaño relativo del neo córtex y el tamaño de los grupos sociales se debe a la necesidad de mantener la compleja estructura de relaciones que posibilita la coexistencia estable de los grupos sociales.

En consecuencia, las redes sociales virtuales, son estructuras naturales a la forma de ser humano, entornos que posibilitan desarrollar nuestra necesidad básica y social. Y es que se busca en las redes sociales construir credibilidad estableciendo un círculo social.

2.2.2. Finalidad

Se considera el objetivo que tiene el usuario cuando emplea la red social, por lo que se establece las siguientes categorías: **redes sociales del ocio**, donde el usuario solamente busca entretenimiento y mejorar sus relaciones personales a través de la interacción con otros internautas a través de procesos de comunicación, intercambio de información u otra actividad que surge como respuesta a este pasatiempo en línea; **redes sociales de uso profesional**, donde el usuario busca promocionarse de acuerdo a su formación profesional, estar sumamente actualizado en su área e incrementar su agenda de contactos en línea.

2.2.3. Funcionamiento

Se tiene en cuenta la diversidad de procesos que estructuran las redes sociales y las orientan a la realización de actividades concretas donde el usuario conoce con antelación que actividad va a cumplir, establece las siguientes subcategorías: **redes sociales de contenidos**, el usuario crea contenidos de diversa índole y los comparte en sus grupos para recibir sugerencias para validarlos o modificarlos posteriormente, **redes basados en perfiles tanto personales como profesionales**, los perfiles son fichas donde los participantes aportan una diversidad de información individual, en este tipo de redes es indispensable crear un perfil para interactuar y aprovechar todas las oportunidades que pueda presentarse.

2.2.4. Apertura

Se denomina de esta manera al nivel de capacidad de acceso que posee el usuario para ingresar a un determinado grupo con los cuales puede realizar una diversidad de actividades que establecen de acuerdo a los intereses que establecen, se clasifica en **redes sociales públicas**, cuya característica fundamental es que están a disponibilidad de cualquier tipo de usuario que solamente debe contar con un dispositivo y acceso a internet para ingresar en cualquier momento sin necesidad de pertenecer a un grupo u organización concreta, **redes sociales privadas**, son espacios cerrados donde solamente se accede con autorización del responsable de manejo, por lo que, se debe tener una autorización preliminarmente aprobado por el grupo para ingresar a ella.

2.2.5. Integración

Es el nivel de afinidad que tiene un usuario en materias o actividades que desarrollan para acceder a esta red, de preferencia son redes integradas por

profesionales de una disciplina específica, **redes de integración vertical**, su empleo es acotado a su uso que establecen el grupo que pertenecen a esta red, donde para acceder se debe contar con un perfil solicitado, asimismo, esta publicación de perfil debe ser comprobada para ingresar, en algunos casos existen estos grupos que acceder a usuarios previo pago, **redes de integración horizontal**, su empleo no se encuentra sujeto a un grupo de usuarios con intereses determinados. Las redes sociales directas son: Facebook, Wikipedia, hi5, Meetic, Linkdln, Xing, Myspace, Fotolog, Meneame, etc.

2.2.6. Emprendimiento económico o social

Proviene de la palabra emprender, que tiene su origen en palabras del latín in = en, y prendere = coger o tomar. Se establece como hacer y ejecutar con empeño y decisión, alguna operación, considerando su realización. Está relacionado con el vocablo francés entrepreneur. Ortogorin (2020) menciona manifiesta que es la manera de iniciar, promover, alterar, desarrollar o empezar alguna actividad, de cualquier tipo, y en cualquier área sin, necesariamente, sin la generación de dinero o con una intención de convertirse en empresario, pero si generando valor a quien utilice el servicio y/o producto. (p. 25).

El emprendimiento es una práctica que permite generar crecimiento económico y social dependiendo de la actividad en desarrollo. (Flores, Landerretche y Sánchez, 2001).

El emprendimiento tiene variadas formas y diversos resultados, los que no siempre están relacionados a la generación de riqueza financiera. Puede adoptar distintas características dependiendo del objetivo por el cual se crea, generar mayor empleo para las personas, disminuir problemas ecológicos o ambientales ocasionados en el medio social, entre otros.

(Secretary General of the OECD, 2011). Al respecto del emprendimiento, algunos autores argumentan que el emprendimiento es un fenómeno complejo que está extendido a una variedad de contextos, está compuesto de tres elementos clave: actitudes, actividades y aspiraciones, las primeras están relacionadas con el pensamiento positivo para realizar actividades diversas para dar inicio a una actividad de emprendimiento, la segunda vinculada a la diversidad de tareas que se establecen en un entorno determinado, y la tercera con las visiones que se poseen y las aspiraciones que se tienen en un contexto establecido. (Amorós, J. E., & Cazenave, C. P.; 2011).

Diez (2013), argumenta que el mundo está en permanente cambio, con la presencia de diversidad de procesos que brindan un crecimiento exponencial de conocimiento, la ciencia y la globalización de la tecnología, lo que favorece la construcción de una cultura emprendedora, entendida como la actitud de apertura a través de la innovación. (p.180)

A estos tres conceptos se suma Prieto (2014), quien refiere que el emprender tiene sus raíces en palabras latinas con palabras in y prendere que significa “en” “sostener”.

Según el diccionario de la Real Academia Española: emprender significa iniciar una actividad o negocio bajo riesgos o incertidumbre. Se conoce como emprendimiento al descubrimiento y explotación de oportunidades lo que vincula al termino con la innovación.” (p. 58)

Según Prieto (2014), afirma que el emprendimiento es la capacidad de implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades. (p.185).

En ese sentido, el emprendimiento viene a ser algo innovador para realizar un proyecto que permita tener una mejor calidad de vida, que solo se hará realidad

con dedicación, esfuerzo y perseverancia, es considerado de gran importancia tanto para el desarrollo de cada individuo de su medio social y la mejora del país en conjunto.

2.2.7. Crea propuestas de valor

La capacidad implica que el estudiante genere ideas innovadoras a partir de la observación detallada de su medio social, para ello deberá investigar sobre necesidades diversas presentes en su medio social, al respecto, en el CNEB, MINEDU (2016) se precisa: Genera alternativas de solución creativas e innovadoras a través de un bien o servicio que resuelva una necesidad no satisfecha o un problema social que investiga en su entorno; evalúa la pertinencia de sus alternativas de solución validando sus ideas con las personas que busca beneficiar o impactar, y la viabilidad de las alternativas de solución en base a criterios para seleccionar una de ellas y diseña una estrategia que le permita poner en marcha su idea definiendo objetivos y metas y dimensionando los recursos y tareas. (p. 194).

2.2.8. Aplica habilidades técnicas

El establecimiento y preparación para el manejo de una diversidad de herramientas, máquinas o programas relacionados con la informática implican que los procesos de formación se vinculen a ella, de manera que el estudiante alcance habilidades necesarias para operar con equipos, al respecto, en el CNEB, MINEDU (2016) precisa: Es operar herramientas, máquinas o programas de software, y desarrollar métodos y estrategias para ejecutar los procesos de producción de un bien o la prestación de un servicio aplicando principios técnicos; implica seleccionar o combinar aquellas herramientas, métodos o técnicas en

función de requerimientos específicos aplicando criterios de calidad y eficiencia. (p. 194).

2.2.9. Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas

La individualización se ha venido fortaleciendo en la sociedad por la misma naturaleza del medio digital donde se enfatiza con alta inclusión los procesos para trabajar de manera conjunta frente a una situación determinada, asumiendo con responsabilidad roles y tareas establecidas, al respecto en el CNEB, MINEDU (2016) se plantea: Es integrar esfuerzos individuales para el logro de un objetivo en común, organizar el trabajo en equipo en función de las habilidades diferentes que puede aportar cada miembro, asumir con responsabilidad su rol y las tareas que implica desempeñándose con eficacia y eficiencia. Es también reflexionar sobre su experiencia de trabajo y la de los miembros del equipo para generar un clima favorable, mostrando tolerancia a la frustración, aceptando distintos puntos de vista y consensuando ideas. (p. 194)

2.2.10. Evalúa resultados de emprendimiento

Al finalizar una actividad empresarial es pertinente pasar al proceso de evaluación para conocer las fortalezas y debilidades que se han venido presentando al realizarlo, al respecto en el CNEB, MINEDU (2016) se establece: Es determinar en qué medida los resultados parciales o finales generaron los cambios esperados en la atención del problema o necesidad identificada; emplea la información para tomar decisiones e incorporar mejoras al diseño del proyecto. Es además analizar los posibles impactos en el ambiente y la sociedad, y formular estrategias que permitan la sostenibilidad del proyecto en el tiempo. (p. 194)

2.3. Definición de términos básicos

Emprendimiento

Se refiere a un conjunto diverso de aplicaciones informáticas alojadas en servidores, diseñadas primordialmente para asistir al personal docente en la concepción, administración y distribución de contenidos educativos a través de plataformas en línea (Sánchez, 2009).

Idear

Esta etapa, perteneciente al proceso de "Design Thinking", permite al educador generar múltiples alternativas de solución ante desafíos pedagógicos que surgen durante la interacción educativa con los estudiantes.

Creatividad

Se conceptualiza como una modalidad de razonamiento que se activa en un individuo a partir de la identificación de un desafío o problema. Se compone de varios elementos, entre ellos: sensibilidad, fluidez, adaptabilidad, desarrollo, innovación y reinterpretación. En este estudio, se destacan particularmente las dimensiones de fluidez, adaptabilidad, innovación y desarrollo como pilares fundamentales de la creatividad (Guilford, 1995).

Capacidad:

Se refiere a los recursos intrínsecos que un estudiante moviliza para responder de manera eficaz a situaciones específicas. Estos recursos engloban conocimientos, destrezas y actitudes que se emplean en contextos determinados. Las capacidades son operaciones subyacentes en las competencias, que representan acciones de mayor complejidad (R.V.M.N° 033-2020-MINEDU).

Competencia:

Se conceptualiza como la habilidad inherente de un individuo para integrar y movilizar un conjunto de capacidades con el objetivo de alcanzar un fin específico en un contexto dado, actuando con pertinencia y responsabilidad ética (R.M.N N° 281-2018-MINEDU).

EPT

Es el acrónimo que representa el área de "Educación para el Trabajo".

Habilidades:

Las destrezas aluden a la capacidad innata, experiencia o competencia que un individuo posee para llevar a cabo tareas con eficacia y precisión. Estas pueden manifestarse en ámbitos sociales, cognitivos o motrices (Currículo Nacional 2016).

2.4. Formulación de hipótesis**2.4.1. Hipótesis general**

La relación es significativa entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. La relación es significativa entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.
- b. La relación que existe entre la red social Facebook y la capacidad aplica habilidades técnicas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.
- c. La relación es significativa entre la red social Facebook y la

capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

- d. La relación es significativa entre la red social Facebook y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024

2.5. Identificación de variables

2.5.1. Variable 1

Red social Facebook

2.5.2. Variable 2

Emprendimiento económico

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

2.6.1. Definición conceptual

V1: Red social Facebook:

V2: Emprendimiento económico:

2.6.2. Definición Operacional

Tabla 1. Variables, las dimensiones, los indicadores, instrumentos e ítems correspondientes a la primera variable: Red Social Facebook

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Red Social Facebook	Finalidad	✓ De ocio	2	Cuestionario
		✓ Profesional	2	
	Funcionamiento	✓ De contenidos	2	
		✓ Perfiles profesionales	2	
	Apertura	✓ Publicas	2	
		✓ Privadas	2	
	Integración	✓ Vertical	2	
		✓ Horizontal	2	

Tabla 2. Variables, las dimensiones, los indicadores, instrumentos e ítems correspondientes a la segunda variable: emprendimiento económico

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Emprendimiento económico o social	Crea propuestas de valor	• Alternativas de solución creativas e innovadoras	02	Cuestionario
		• Diseño de estrategias	02	
	Aplica habilidades técnicas	• Manejo de aplicaciones informáticas	02	
		• Desarrollo de estrategias para desarrollar procesos	02	
	Trabaja cooperativamente	• Integración de esfuerzos	02	
		• Organización de trabajos	02	
	Evalúa resultados de emprendimiento	• Evaluación de resultados	02	
		• Toma de decisiones y aplicación de mejoras	02	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El presente estudio es básico, cuantitativo, transversal (Hernández et al, 2014)

3.2. Nivel de investigación

Básico

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método general

- Método científico:

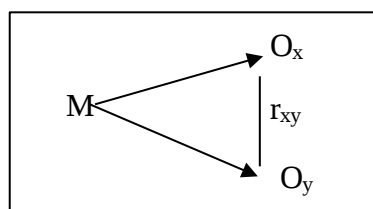
3.3.2. Método específico

- Método hipotético deductivo
- Método estadístico

3.4. Diseño de la investigación

Correlacional. Es una investigación que pretende establecer la relación entre dos variables, si estas son consideradas en mayor o menor interrelación buscando una relación de causa y efecto entre las componentes

para conocer su interdependencia. El diseño es Descriptivo - Correlacional, cuyo esquema es:



Donde:

M: Representa los estudiantes que conforman la muestra de estudio.

O_x : V₁ Red social Facebook

O_y : V₂ Emprendimiento económico

r_{xy}: Relación entre la red Facebook y el emprendimiento económico

3.5. Población y muestra

3.5.1. Universo

Conformado por la totalidad de estudiantes de la provincia Daniel Alcides Carrión

3.5.2. Población

La población del estudio es de 60 estudiantes de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha:

Tabla 3. Población escolar 2024

N°	Descripción	Cantidad
1.	Primer grado	12
2.	Segundo grado	8
3.	Tercer grado	17
4.	Cuarto grado	13
5.	Quinto grado	10
Total		60

3.5.3. Muestra

Para el calculo de la muestra se aplica el muestreo no probabilístico, basado en el acceso y utilidad de las redes sociales para lo cual se ha determinado una muestra, la cual estará conformada por 20 estudiantes pertenecientes al primer y segundo grado

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

Encuesta: Esta técnica, ampliamente reconocida en la investigación académica, permite al investigador recolectar datos de manera sistemática. A través de un cuestionario meticulosamente estructurado, se busca obtener información pertinente sin intervenir o alterar el contexto o el fenómeno en estudio

3.6.2. Instrumentos

Cuestionario: Se trata de una herramienta esencial en la investigación que facilita la captura de datos. Mediante preguntas cuidadosamente formuladas, se asegura una correspondencia directa con las dimensiones y componentes específicos de la variable en cuestión.

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

3.8.1. Selección de instrumentos

Se ha procedido seleccionar dos cuestionarios para la recopilación de información, estrictamente con cada una de las variables de la presente investigación

3.8.2. Validación de instrumentos

Para realizar este proceso se ha aplicado juicio de expertos

3.8.3. Confiabilidad de instrumentos

Se ha procedido a dar confiabilidad a cada instrumento en relación a cada variable mediante el Alpha de Cronbach, realizando una aplicación de prueba piloto para establecer la validez de contenido, constructo y de criterio, posterior a ello se ha procedido a utilizar SPSS para realizar los procesos de fiabilidad de los instrumentos a ser aplicados, al final de los procesos se ha obtenido los siguientes resultados:

Tabla 4. Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la primera variable: *Uso de la red social Facebook*

Alum Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Σ
1	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	69
2	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	68
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	77
5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	71
6	2	4	3	3	2	4	4	5	3	3	2	3	2	4	3	4	51
7	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	64
8	5	5	5	2	5	5	2	3	4	5	3	5	3	5	3	3	63
9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	71
10	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	58
11	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	67
12	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	72
13	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	73
14	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	67

Fuente: Proceso realizado por los autores

Tabla 5. Resultados de la variable uso de redes sociales

<u>Estadísticos de fiabilidad</u>	
<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de element</u>
<u>,901</u>	<u>20</u>

Fuente: Proceso realizado por los autores

Tabla 6. Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la segunda variable: *Emprendimiento económico*

Alum Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Σ
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	3	3	5	70
2	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	70
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	3	5	4	4	5	5	4	4	3	5	2	3	4	5	4	5	65
5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
6	3	5	3	5	3	5	4	4	3	5	3	5	5	5	5	3	66
7	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	62
8	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	67
9	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	74
10	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	63
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
12	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	59
13	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	63
14	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	71

Fuente: Proceso realizado por los autores

Tabla 7. Estadísticos de fiabilidad

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
<u>.921</u>	<u>12</u>

Fuente: Proceso realizado por los autores

Los resultados muestran que el segundo instrumento relacionado con el emprendimiento económico al ser procesado con SPSS se ha obtenido 0.921 lo que indica que posee alta fiabilidad (George y Mallery, 2003), por lo que es pertinente su aplicación y permitirá obtener resultados adecuados en la presente investigación.

3.8. Técnica de procesamiento y análisis de datos

- **Procesamiento manual:** Este enfoque implementa meticolosas, entre las que se incluyen la tabulación, la categorización y el análisis estadístico de la información recopilada.
- **Procesamiento digital:** En esta fase, se emplean herramientas tecnológicas avanzadas para la gestión de datos. Específicamente, se utiliza el software SPSS para la introducción, organización y correlación de variables, garantizando así un análisis riguroso y detallado.

3.9. Tratamiento estadístico

En el contexto de este estudio, se adoptó una metodología cuantitativa rigurosa para el análisis de los datos. Se estructuraron tabulaciones avanzadas y representaciones gráficas que delinean las frecuencias correspondientes a cada variable y dimensión investigada. Los datos, meticulosamente recabados mediante instrumentos diseñados específicamente para cada variable, fueron sometidos a un proceso analítico exhaustivo. Para asegurar la robustez y confiabilidad de dichos instrumentos, se implementó una evaluación piloto, posteriormente corroborada mediante la aplicación del coeficiente alfa de Cronbach. En relación con la evaluación de las hipótesis propuestas, se recurrió a la técnica estadística de la correlacional Rho de Spearman por tratarse de datos cualitativos con escala de valoración, dada la inherente naturaleza cuantitativa de los datos recolectados.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

A continuación, se detalla los aspectos éticos que tuvo en cuenta la presente investigación.

- Respeto a la autoría de las fuentes de información, referenciando adecuadamente los artículos, libros o investigaciones utilizadas.
- Parafraseando la información obtenida para respetar los derechos de propiedad intelectual
- Cumpliendo con los aspectos de la universidad.
- Respetando la confidencialidad de la información de los participantes.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

Para el recojo y procesamiento de la información obtenida en la presente investigación en relación con las variables y dimensiones establecidas, se ha aplicado dos encuestas relacionados con las variables correspondientes, la primera variable: uso de la red social Facebook con sus dimensiones: finalidad, funcionamiento, apertura, integración; la segunda variable: enfoque del emprendimiento económico, con sus dimensiones: crea propuestas de valor, aplica habilidades técnicas, trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas, evalúa resultados de emprendimiento; lo mismos que fueron evaluados en su nivel de confiabilidad con Cronbach y aplicados a los estudiantes pertenecientes a la muestra de investigación, quienes han brindado los siguientes resultados:

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

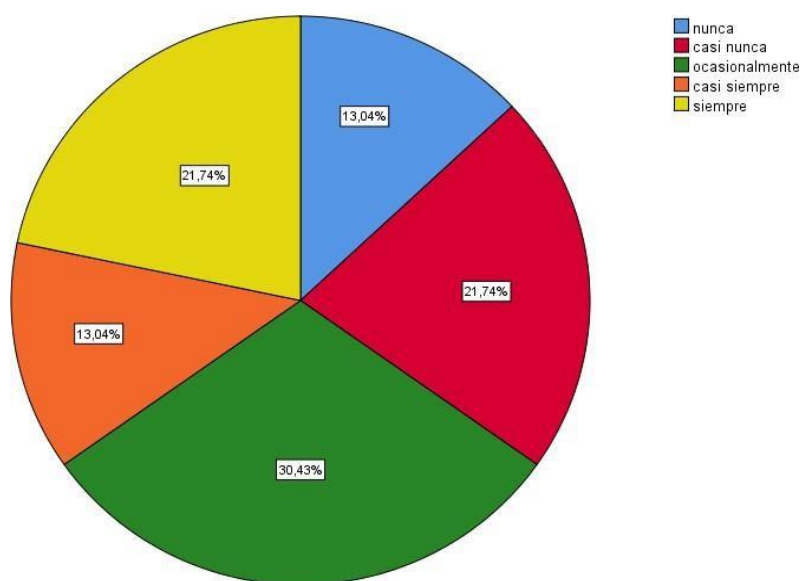
Variable 1: Uso de red social Facebook Tablas, gráficas e interpretación de datos

Tabla 8. Utilizo la red social Facebook como distractor en mis tiempos libres

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	13,0	13,0	13,0
	casi nunca	5	21,7	21,7	34,8
	ocasionalmente	7	30,4	30,4	65,2
	casi siempre	3	13,0	13,0	78,3
	Siempre	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 1. Uso de la red social Facebook como distractor



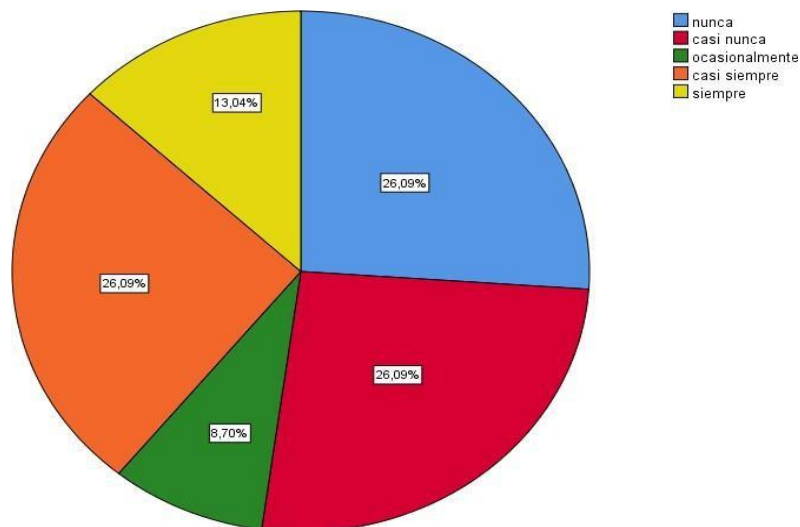
Interpretación: Al observar los resultados de la tabla precedente un 13% (3) responden nunca, un 21.7% (5) casi nunca, un 30.4% (7) ocasionalmente, un 13% (3) casi siempre y 21.7% (5) siempre; los resultados demuestran que los estudiantes utilizan la red social Facebook como un distractor en sus tiempos disponibles de manera que desarrollan algunas actividades vinculadas a esta red.

Tabla 9. Realizo actividades de comunicación con otras personas utilizando la red social Facebook

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	6	26,1	26,1	26,1
	casi nunca	6	26,1	26,1	52,2
	ocasionalmente	2	8,7	8,7	60,9
	casi siempre	6	26,1	26,1	87,0
	siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 2. Realizo actividades de comunicación utilizando la red social Facebook



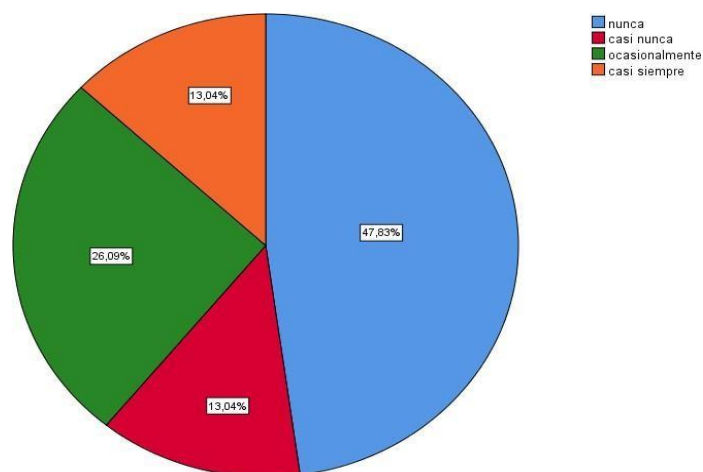
Interpretación: Los resultados obtenidos muestran que un 26.1% (6) de los estudiantes encuestados responden nunca; un 26.1% (6) casi nunca, un 8.7% (2) ocasionalmente, un 26.1% (6) casi siempre y un 13% (3) siempre; estos resultados demuestran que los estudiantes de la investigación realizan actividades de comunicación con otras personas utilizando la red social Facebook.

Tabla 10. Promociono un producto utilizando la red social Facebook

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	47,8	47,8	47,8
	casi nunca	3	13,0	13,0	60,9
	ocasionalmente	6	26,1	26,1	87,0
	casi siempre	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 3. Promociono un producto utilizando la red social Facebook



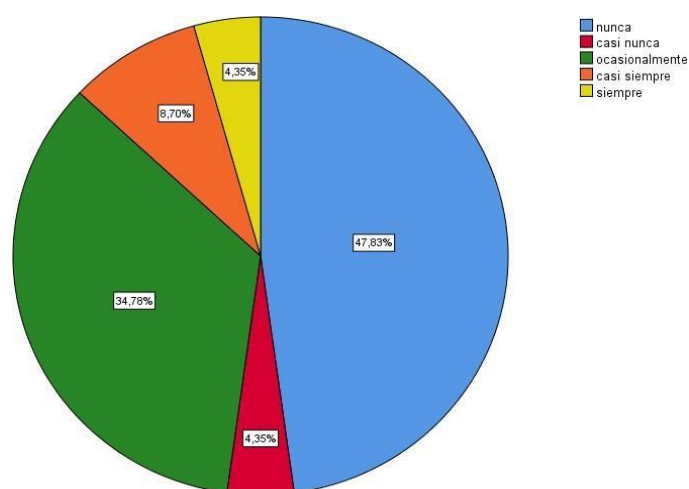
Interpretación: Los resultados obtenidos muestran que un 47.8% (11) de los estudiantes encuestados responden nunca; un 13% (3) casi nunca, un 26.1% (6) ocasionalmente, un 13% (3) casi siempre; estos resultados demuestran que los estudiantes de la investigación promocionan actividades o propuestas de negocio de manera inicial, es decir empiezan la actividad y requieren su continuidad si se comprometen hacerlo.

Tabla 11. *Difundo mis perfiles reales y opcionales con uso de la red social Facebook*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	11	47,8	47,8	47,8
	casi nunca	1	4,3	4,3	52,2
	ocasionalmente	8	34,8	34,8	87,0
	casi siempre	2	8,7	8,7	95,7
	siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 4. *Difundo mis perfiles reales y opcionales con Facebook*



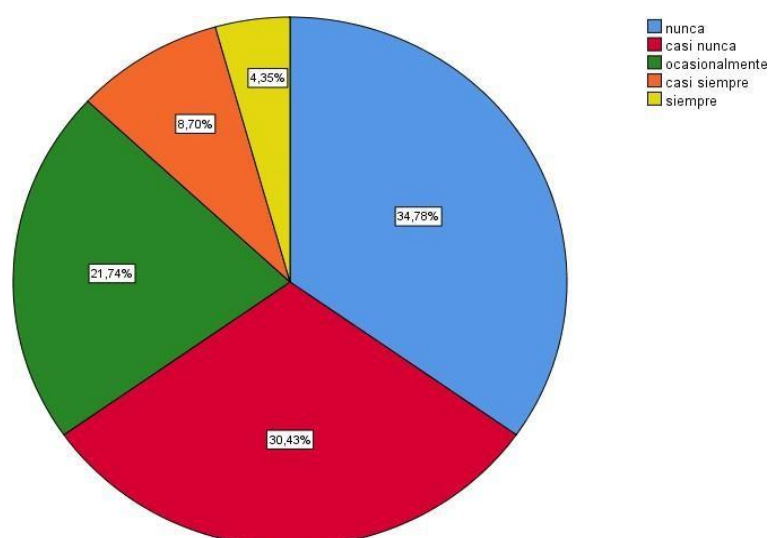
Interpretación: Los resultados en relación al ítem difundo mis perfiles reales y opcionales con uso de la red social Facebook, un 47.8% (11) responden nunca, un 4.3% (1) casi nunca, un 34.8% (8) ocasionalmente, un 8.7% (2) casi siempre y un 4.3% (1) siempre; los resultados demuestran que los estudiantes encuestados en su mayoría difunden información personal con uso de la red social de acuerdo a los grupos a los que pertenecen.

Tabla 12. *Accedo a la diversidad de contenidos difundidos por mis contactos en la red social Facebook.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	8	34,8	34,8	34,8
	casi nunca	7	30,4	30,4	65,2
	ocasionalmente	5	21,7	21,7	87,0
	casi siempre	2	8,7	8,7	95,7
	siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 5. *Accedo a la diversidad de contenidos difundidos por mis contactos en la red social Facebook*



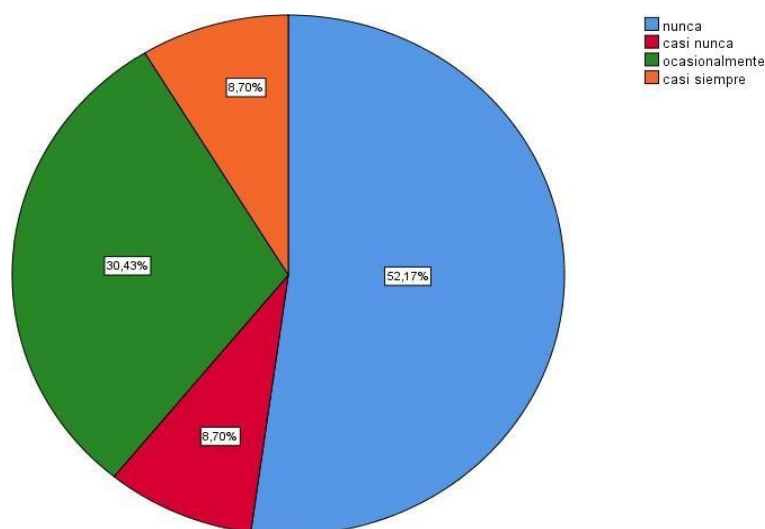
Interpretación: Los resultados en relación al ítem propuesto; muestran que un 34.8% (8) responden nunca, un 30.4% (7) casi nunca, un 21.7% (5) ocasionalmente, un 8.7% (2) casi siempre y un 4.3% (1) siempre; estos resultados muestran que la mayoría de estudiantes acceden a la diversidad de contenidos difundidos por los contactos en la red social Facebook.

Tabla 13. *Los grupos a los que pertenezco en Facebook son funcionales para mis proyectos de emprendimiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	12	52,2	52,2	52,2
	casi nunca	2	8,7	8,7	60,9
	ocasionalmente	7	30,4	30,4	91,3
	casi siempre	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 6. *Los grupos a los que pertenezco en Facebook son funcionales*



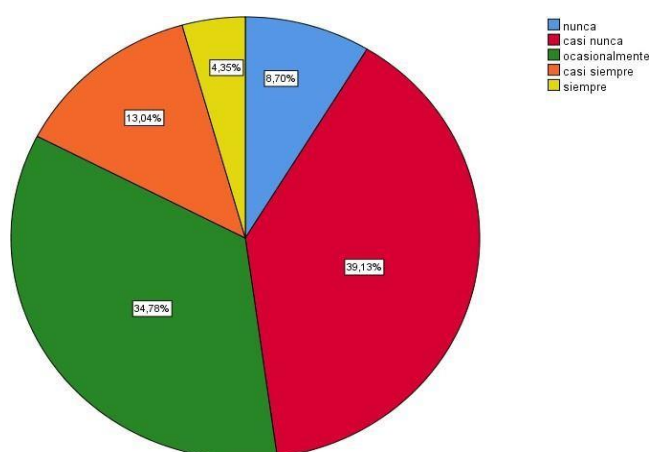
Interpretación: En relación al ítem propuesto los grupos a los que pertenezco en Facebook son funcionales para mis proyectos de emprendimiento, un 52.2% (12) responden nunca, un 8.7% (2) casi nunca, un 30.4% (7) ocasionalmente y un 8.7% (2) casi siempre; los resultados muestran que los estudiantes se aun no vienen utilizando la red social para dar funcionalidad a los grupos en la red social con el fin del emprendimiento.

Tabla 14. *Doy a conocer mis propuestas individuales de emprendimiento acerca de un producto o servicio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	8,7	8,7	8,7
	casi nunca	9	39,1	39,1	47,8
	ocasionalmente	8	34,8	34,8	82,6
	casi siempre	3	13,0	13,0	95,7
	siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 7. *Propuestas individuales de emprendimiento de un producto o servicio*



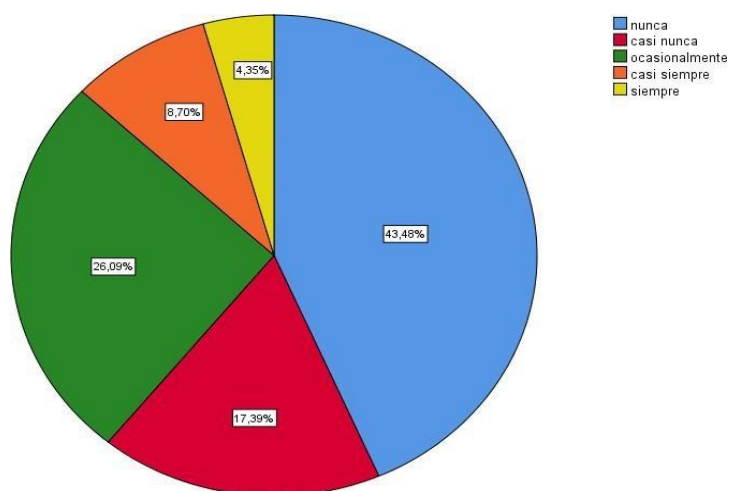
Interpretación: Las respuestas obtenidas en relación al ítem sobre el conocimiento de propuestas individuales de emprendimiento acerca de un producto o servicio, se observa que un 8.7% (2) responden nunca, un 39.1% (10) casi nunca, un 34.8% (8) ocasionalmente, un 13% (3) casi siempre y un 4.3% (1) siempre; estos resultados muestran que los estudiantes tienen respuestas divididas pero la mayoría se ubican en casi nunca u ocasionalmente, lo que indica que aun no tienen la precisión para difundir sus propuestas de emprendimiento.

Tabla 15. *Mi perfil compartido en la red social Facebook permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	10	43,5	43,5	43,5
	casi nunca	4	17,4	17,4	60,9
	ocasionalmente	6	26,1	26,1	87,0
	casi siempre	2	8,7	8,7	95,7
	siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 8. *El perfil de Facebook permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas*



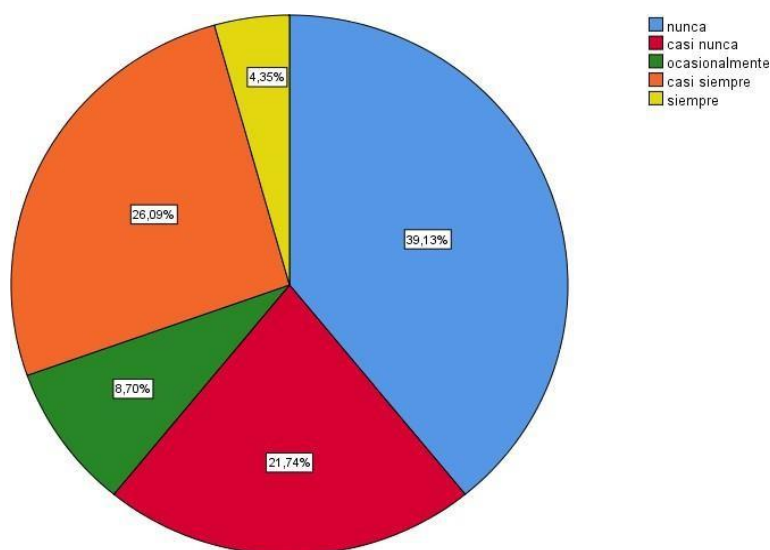
Interpretación: Las respuestas obtenidas de acuerdo al ítem el perfil compartido en la red social Facebook permite interactuar con personas vinculadas al emprendimiento y de éxito; se observa que un 43.5% (10) responden nunca, un 17.4% (4) casi nunca, un 26.1% (6) ocasionalmente, un 8.7% (2) casi siempre y un 4.3% (1) siempre; las respuestas obtenidas muestran que los estudiantes se encuentran en nivel de conocimientos básicos sobre la interacción a través de la red con personas emprendedoras y exitosas.

Tabla 16. Manejo con facilidad las herramientas para acceder a la red social Facebook e interactuar con mis contactos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	9	39,1	39,1	39,1
	casi nunca	5	21,7	21,7	60,9
	ocasionalmente	2	8,7	8,7	69,6
	casi siempre	6	26,1	26,1	95,7
	siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 9. Manejo de las herramientas de la red social Facebook e interactuar



Interpretación: En referencia al ítem manejo con facilidad las herramientas para acceder a la red social Facebook e interactuar con mis contactos, se observa que, un 30.1% (9) responden nunca, un 21.7% (5) casi nunca, un 8.7% (2) ocasionalmente, un 26.1% (6) casi siempre y un 4.1% (1) siempre; estos resultados muestran respuestas divididas considerando que los estudiantes utilizan la red Facebook para interactuar con sus compañeros u otras personas para empezar un proyecto o continuar con lo existente.

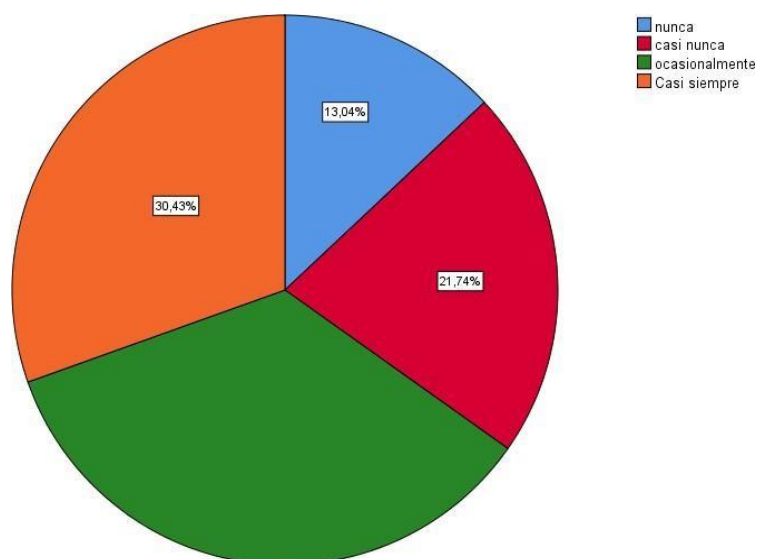
Variable 2: Emprendimiento económico Tablas, gráficas e interpretación de datos

Tabla 17. *Genero ideas innovadoras para un producto o servicio a implementar*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	3	13,0	13,0	13,0
	casi nunca	5	21,7	21,7	34,8
	ocasionalmente	8	34,8	34,8	69,6
	Casi siempre	7	30,4	30,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 10. *Propuesta de ideas innovadoras*



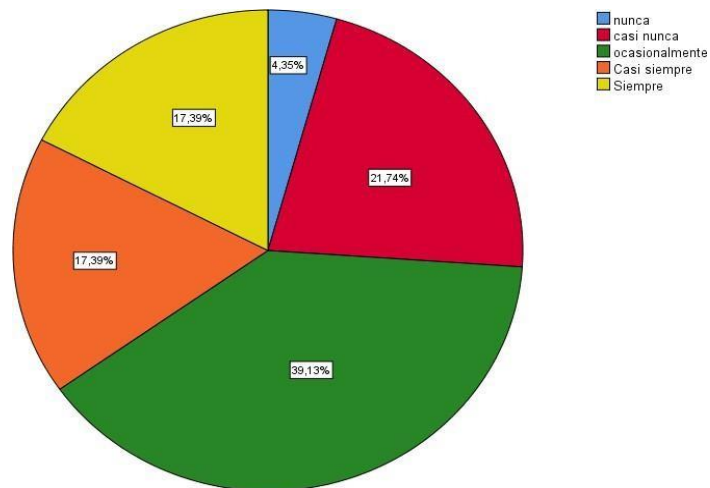
Interpretación: Los resultados en relación a la propuesta de ideas innovadoras, se observa que un 13% (3) responde nunca, un 21.7% (5) casi nunca, un 34.8% (8) ocasionalmente, y un 30.4% (7) casi siempre; los resultados muestran que los estudiantes en su poseen respuestas divididas, pero la mayoría de ellos plantean siempre ideas innovadoras en cada proceso que se realiza, lo que implica su rápida incorporación al emprendimiento a partir de ideas nuevas de un producto o servicio.

Tabla 18. *Represento con prototipos o esquemas el bien o servicio a desarrollar*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4,3	4,3	4,3
	casi nunca	5	21,7	21,7	26,1
	ocasionalmente	9	39,1	39,1	65,2
	Casi siempre	4	17,4	17,4	82,6
	Siempre	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 11. *Represento con prototipos o esquemas*



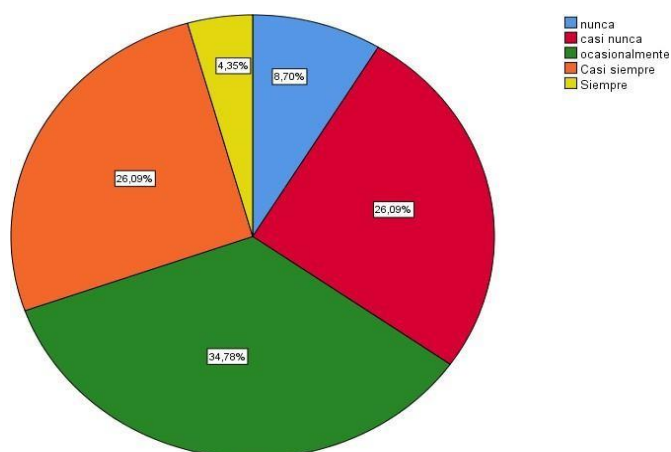
Interpretación: Al observar la tabla precedente se comprueba que un 4.3% (1) responde nunca, un 21.7% (5) casi nunca, un 39.1% (9) ocasionalmente, un 17.4% (4) casi siempre y un 17.4 (4) siempre; los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes ocasionalmente representan prototipos acerca del bien o servicio que pretenden implementar.

Tabla 19. Establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	8,7	8,7	8,7
	casi nunca	6	26,1	26,1	34,8
	ocasionalmente	8	34,8	34,8	69,6
	Casi siempre	6	26,1	26,1	95,7
	Siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 12. Establecimiento de procesos con alternativas novedosas



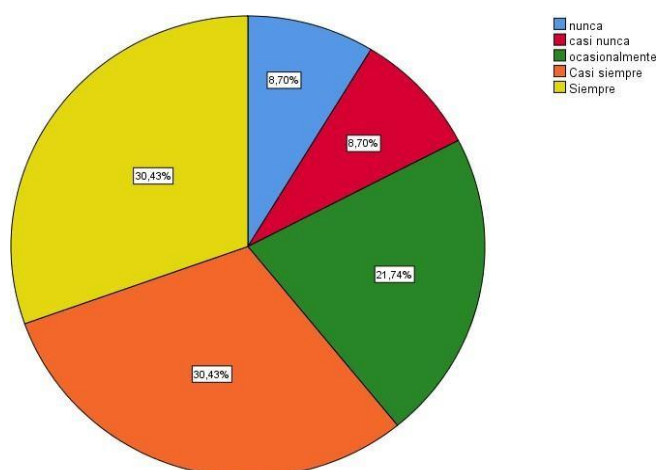
Interpretación: En relación al ítem establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados, un 8.7% (2) responden nunca, un 26.1% (6) casi nunca, un 34.8% (8) ocasionalmente, un 26.1% (6) casi siempre y un 4.3% (1) siempre; los resultados demuestran que los estudiantes encuestados aún tienen que mejorar sus conocimientos en relación a la implementación de alternativas novedosas para un bien o servicio a implementar.

Tabla 20. *Utilizo la tecnología informática para añadir procesos adecuados en la presentación de un bien o servicio a implementar*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	8,7	8,7	8,7
	casi nunca	2	8,7	8,7	17,4
	ocasionalmente	5	21,7	21,7	39,1
	Casi siempre	7	30,4	30,4	69,6
	Siempre	7	30,4	30,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 13. *Utilizo la tecnología informática para añadir procesos*



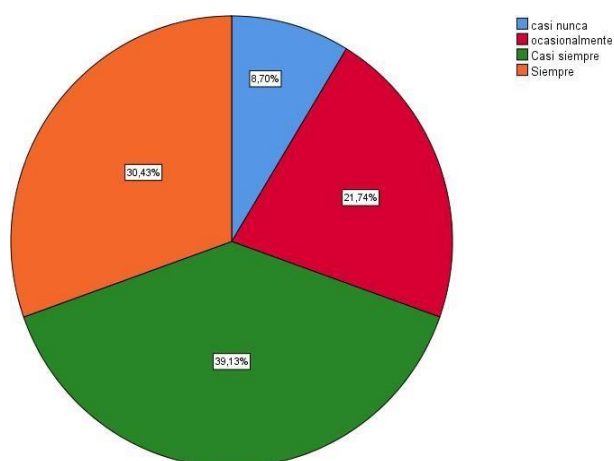
Interpretación: Los resultados de la tabla precedente muestran que un 30.4% (7) de los estudiantes responden siempre, un 30.4% (7) casi siempre, un 21.7% (5) ocasionalmente y un 8.7% (2) nunca; estos resultados indican que la mayoría de los estudiantes tienen niveles de proceso y logro en lo relacionado al uso de la tecnología informática para añadir procesos adecuados en la presentación de un bien o servicio a implementar.

Tabla 21. Acompañamiento y ayuda a mejorar los desempeños de los integrantes del equipo de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	2	8,7	8,7	8,7
	ocasionalmente	5	21,7	21,7	30,4
	Casi siempre	9	39,1	39,1	69,6
	Siempre	7	30,4	30,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 14. Acompañamiento y ayuda a mejorar los desempeños



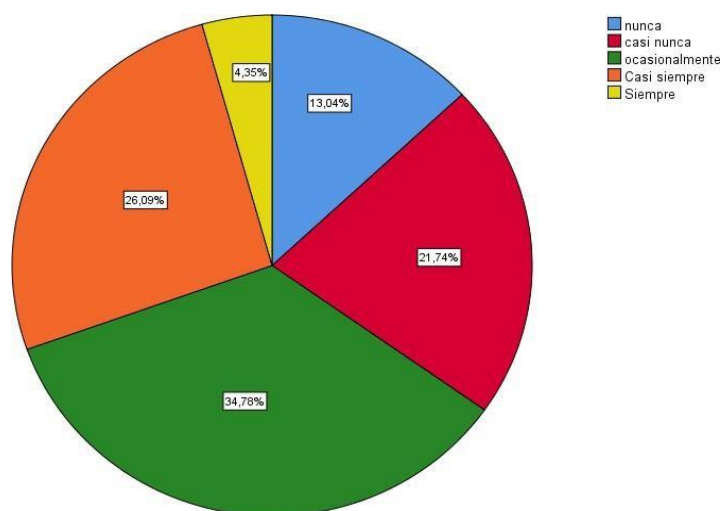
Interpretación: En referencia al ítem acompañamiento y ayuda a mejorar los desempeños de los integrantes del equipo de trabajo, se observa que un 30.4% (7) responden siempre, un 39.1% (9) casi siempre, un 21.7% (5) ocasionalmente, un 8.7% (2) casi nunca; los resultados indican que los estudiantes utilizan de manera permanente actitudes de trabajo cooperativo haciendo que todos los integrantes se sientan comprometidos al trabajo en equipo y encontrando roles adecuados para cada integrante.

Tabla 22. Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio implementado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	3	13,0	13,0	13,0
	casi nunca	5	21,7	21,7	34,8
	ocasionalmente	8	34,8	34,8	69,6
	Casi siempre	6	26,1	26,1	95,7
	Siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 15. Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio



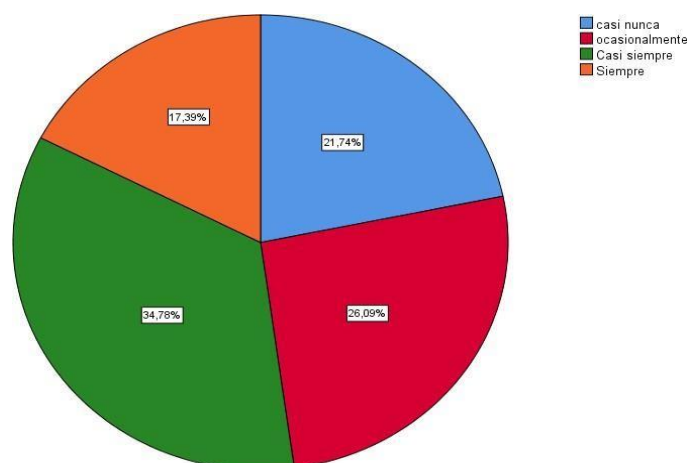
Interpretación: En referencia al ítem se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio implementado, se observa que un 13% (3) responden nunca, un 21.7% (5) casi nunca, un 34.8% (8) ocasionalmente, 26.1% (6) casi siempre y un 4.3% (1) siempre; los resultados indican que los estudiantes encuestados tienen ciertas dudas para aplicar instrumentos en referencia a la efectividad de un bien o servicio que se ha implementado.

Tabla 23. *Evalúo los procesos y resultados del proyecto implementado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	5	21,7	21,7	21,7
	ocasionalmente	6	26,1	26,1	47,8
	Casi siempre	8	34,8	34,8	82,6
	Siempre	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por la autora

Figura 16. *Evalúo los procesos y resultados del proyecto*



Interpretación: Al visualizar los resultados en relación al ítem evalúo los procesos y resultados del proyecto implementado, se puede observar que un 21.7% (5) responden casi nunca, un 26.1% (6) ocasionalmente, un 34.8% (8) casi siempre y un 17.4% (4) siempre; estos resultados indican que la mayoría de estudiantes encuestados toman como referencia los resultados que se presentan cuando implementan un proyecto.

4.3. Prueba de hipótesis.

Para la realización de este proceso se ha aplicado como instrumento dos cuestionarios: la primera relacionada con la red social Facebook y sus respectivas dimensiones finalidad, funcionamiento, apertura e integración; la segunda con el enfoque de emprendimiento económico, con sus dimensiones crea propuestas de valor, aplica habilidades técnicas, trabaja cooperativamente

para lograr objetivos y metas, evalúa resultados de emprendimiento, en estricta concordancia con los indicadores de cada una de las variables, para ello se ha tomado los resultados obtenidos por cada variable considerando una escala de valoración que debe ser correlacionado con Rho de Spearman, este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos de acuerdo a los ítems propuestos en cada uno de los instrumentos de la investigación desarrollada, al mismo tiempo el baremo de Rho de Spearman es:

Tabla 24. Baremo Rho de Spearman

Valor de coef. de correlación Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Para la hipótesis general

Paso 1. Planteamiento de hipótesis nula (h_0) y la hipótesis alterna (h_1)

Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

Hipótesis alterna (H_1)

La relación es significativa entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

Paso 2. Selección del nivel de significancia $\alpha = 0,05$

Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

Con el propósito de establecer el grado de relación entre cada una de las variables de estudio, se ha utilizado el coeficiente de correlación Rho de Spearman por tratarse de una escala de valores por cada variable.

Tabla 25. *Correlaciones entre la red social Facebook y el emprendimiento económico*

			Red social Facebook	Emprendimiento económico
Rho de Spearman	Red social Facebook	Coeficiente de correlación	1,000	,480*
		Sig. (bilateral)	.	,021
		N	23	23
	Emprendimiento económico	Coeficiente de correlación	,480*	1,000
		Sig. (bilateral)	,021	.
		N	23	23

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Correlación de las variables realizado por los autores

Regla de decisión:

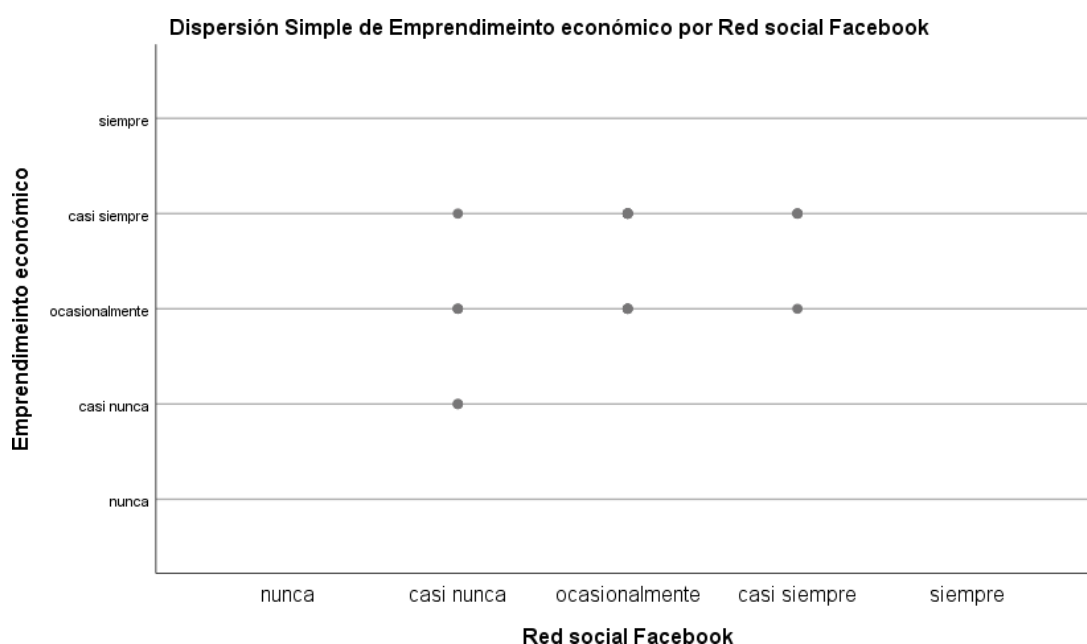
Si α (Sig) > 0,05; Se acepta la hipótesis nula Si α (Sig) < 0,05; Se rechaza la hipótesis nula

Según se observa en la tabla precedente, el valor de significancia obtenido entre la variable redes sociales y el emprendimiento económico o

social es menor a 0,05 (Sig. = 0,021 < 0,05), por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo el valor de la correlación de las dos variables con el valor Rho de Spearman es 0,480 que demuestra que existe correlación positiva moderada entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alterna (H_1); es decir, **“La relación es significativa entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024”**

Paso 4. Diagrama de dispersión

Figura 17. *Diagrama de dispersión de las redes sociales y el emprendimiento económico o social*



Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: la red social Facebook posee una relación significativa con el emprendimiento económico en el área de EPT es estudiantes de la IE San Juan de Yanacocha, 2024

Para la primera hipótesis específica

Paso 1. Planteamiento de hipótesis nula (h_0) y la hipótesis alterna (h_1)

Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

Hipótesis alterna (h_1)

La relación es significativa entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.

Paso 2. Selección del nivel de significancia $\alpha = 0,05$

Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

Con el propósito de establecer el grado de relación entre cada una de las variables de estudio, se ha utilizado el coeficiente correlación rho de Spearman por ser ambas variables con escala de valores.

Tabla 26. *Correlación entre la finalidad y la capacidad crea propuestas de valor*

			Finalidad	Crea propuestas de valor
Rho de Spearman	Finalidad	Coeficiente de correlación	1,000	,268
		Sig. (bilateral)	.	,216
		N	23	23
	Crea propuestas de valor	Coeficiente de correlación	,268	1,000
		Sig. (bilateral)	,216	.
		N	23	23

Fuente: Correlación de las variables realizado por la autora

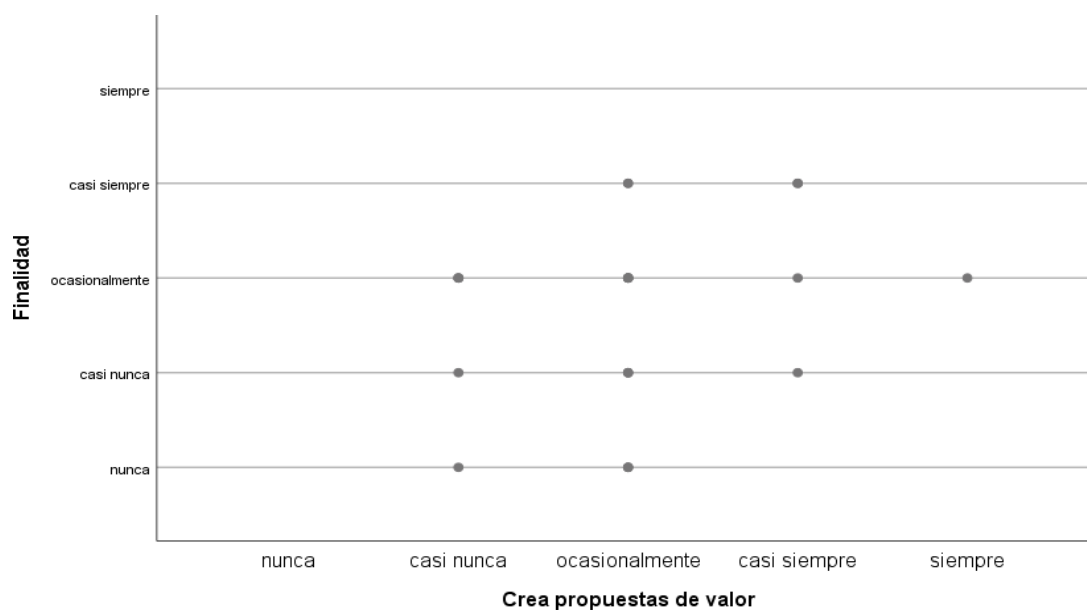
Regla de decisión:

Si α (Sig) > 0,05; Se acepta la hipótesis nula Si α (Sig) < 0,05; Se rechaza la hipótesis nula

Según se observa en la tabla 26, el valor de significancia obtenido entre la primera dimensión: finalidad de la variable red social Facebook y la primera dimensión: crea propuestas de valor de la variable emprendimiento económico o social es mayor a 0,05 (Sig. = 0,216 > 0,05), por lo que se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, al mismo tiempo el valor de la correlación de las dos dimensiones con rho de Spearman es 0,268 que demuestra que existe correlación positiva débil entre las dimensiones de las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis alterna (H_1) y aceptamos la hipótesis nula (H_0); es decir, **“La relación no es significativa entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024”**.

Paso 4. Diagrama de dispersión

Figura 18. Diagrama de dispersión entre finalidad y crea propuestas de valor



Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: la dimensión finalidad de la variable redes sociales no se relaciona con la capacidad crea propuesta de valor en estudiantes de la muestra de investigación

Para la segunda hipótesis específica

Paso 1. Planteamiento de hipótesis nula (h_0) y la hipótesis alterna (h_1)

Hipótesis nula (h_0)

La relación que existe entre el funcionamiento y la capacidad aplica habilidades técnicas no es significativa en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

Hipótesis alterna (h_1)

La relación que existe entre el funcionamiento y la capacidad aplica habilidades técnicas es significativa en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

Paso 2. Selección del nivel de significancia $\alpha = 0,05$

Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

Con el propósito de establecer el grado de relación entre cada una de las variables de estudio, se ha utilizado el coeficiente de correlación Rho de Spearman por ser ambas variables con escala de valores.

Tabla 27. *Correlaciones entre el funcionamiento y aplica habilidades técnicas*

			Funcionamiento	Aplica habilidades técnicas
Rho de Spearman	Funcionamiento	Coeficiente de correlación	1,000	-,080
		Sig. (bilateral)	.	,718
		N	23	23
	Aplica habilidades técnicas	Coeficiente de correlación	-,080	1,000
		Sig. (bilateral)	,718	.
		N	23	23

Fuente: Correlación de las variables realizado por la autora

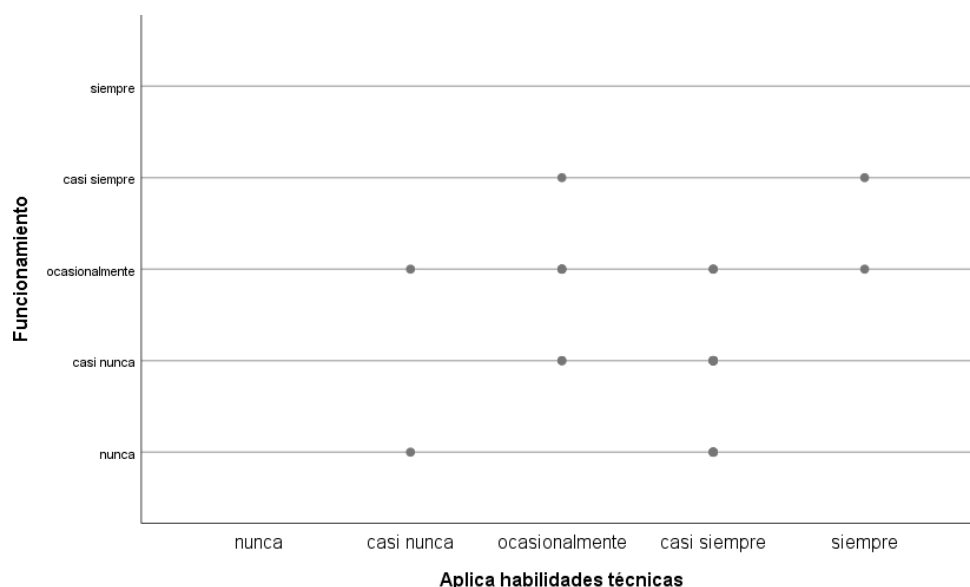
Regla de decisión:

Si α (Sig) > 0,05; Se acepta la hipótesis nula Si α (Sig) < 0,05; Se rechaza la hipótesis nula

Según se observa en la tabla 27, el valor de significancia obtenido entre la dimensión funcionamiento de la variable red social Facebook y aplica habilidades técnicas es mayor a 0,05 (Sig. = 0,718 > 0,05), por lo que se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, asimismo el valor de la correlación de las dos variables con Rho de Spearman es -0,080 que demuestra que existe correlación negativa débil entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis alterna (H_1) y aceptamos la hipótesis nula (H_0); es decir, **“La relación que existe entre el funcionamiento y la capacidad aplica habilidades técnicas es significativa en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024”**

Paso 4. Diagrama de dispersión

Figura 19. Diagrama de dispersión entre la dimensión funcionamiento y aplica habilidades técnicas



Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: la dimensión funcionamiento de la variable red social Facebook y la capacidad aplica habilidades técnicas de la segunda variable no es significativa en estudiantes del sexto ciclo de la institución educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

Para la tercera hipótesis específica

Paso 1. Planteamiento de hipótesis nula (h_0) y la hipótesis alterna (h_1)

Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

Hipótesis alterna (h1)

La relación es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

Paso 2. Selección del nivel de significancia $\alpha = 0,05$

Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

Para establecer el grado de relación entre cada una de las variables de estudio, se ha utilizado el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Tabla 28. *Correlaciones entre la dimensión apertura y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas*

			Apertura	Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas
Rho de Spearman	Apertura	Coeficiente de correlación	1,000	,375
		Sig. (bilateral)	.	,078
		N	23	23
	Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas	Coeficiente de correlación	,375	1,000
		Sig. (bilateral)	,078	.
		N	23	23

Fuente: Correlación de las dimensiones realizado por la autora

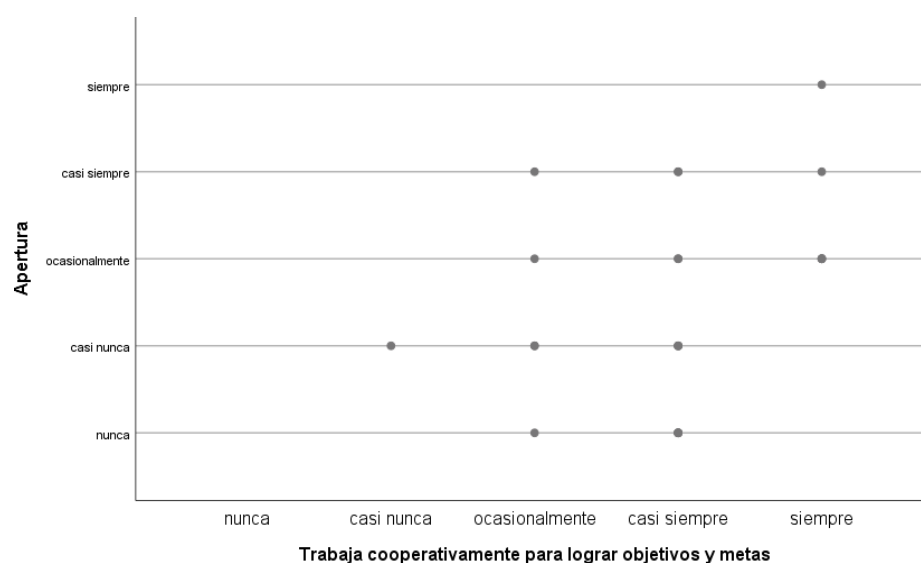
Regla de decisión:

Si α (Sig) $> 0,05$; Se acepta la hipótesis nula Si α (Sig) $< 0,05$; Se rechaza la hipótesis nula

Según se observa en la tabla 28, el valor de significancia obtenido entre la dimensión apertura de la variable redes sociales y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas es mayor a 0,05 (Sig. = 0,078 $>$ 0,05), por lo que se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula asimismo el valor de la correlación de las dos variables con el valor Rho de Spearman es 0,375 que

demuestra que existe relación positiva débil entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis alterna (H_1) y aceptamos la hipótesis nula (H_0); es decir, **“La relación no es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024”**

Paso 4. Diagrama de dispersión



Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: La relación no es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2023.

Para la cuarta hipótesis específica

Paso 1. Planteamiento de hipótesis nula (h_0) y la hipótesis alterna (h_1)

Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre la integración y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

Hipótesis alterna (h1)

La relación es significativa entre la integración y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

Paso 2. Selección del nivel de significancia $\alpha = 0,05$

Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

Para establecer el grado de relación entre cada una de las dimensiones de las variables de estudio, se ha utilizado el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Tabla 29. Correlaciones entre la dimensión integración y evalúa resultados de emprendimiento

			Integración	Evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento
Rho de Spearman	Integración	Coeficiente de correlación	1,000	,206
		Sig. (bilateral)	.	,345
		N	23	23
	Evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento	Coeficiente de correlación	,206	1,000
		Sig. (bilateral)	,345	.
		N	23	23

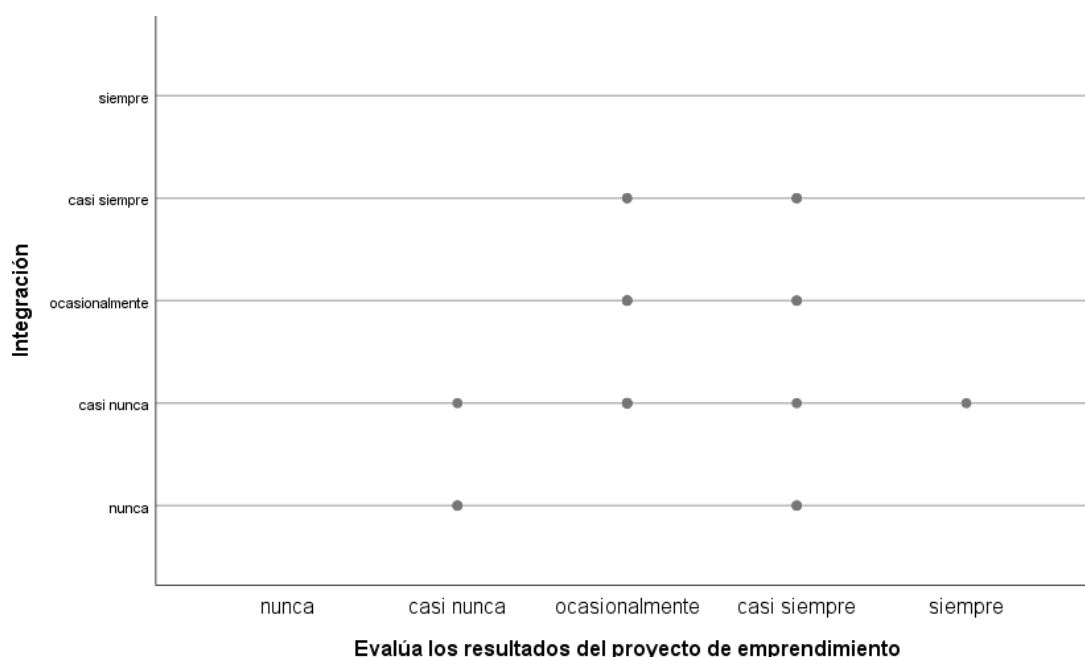
Fuente: Correlación de las dimensiones realizado por la autora

Regla de decisión:

Si alfa (Sig) > 0,05; Se acepta la hipótesis nula Si alfa (Sig) < 0,05; Se rechaza la hipótesis nula

Según se observa en la tabla 29, el valor de significancia obtenido entre la dimensión integración de la variable redes sociales y evalúa resultados del proyecto de emprendimiento es mayor a 0,05 (Sig. = 0,345 < 0,05); por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna asimismo el valor de la correlación de las dos variables con el valor Rho de Spearman es 0,206 que demuestra que existe relación positiva débil entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis alterna (H_1) y aceptamos la hipótesis nula (H_0); es decir, **“La relación no es significativa entre la integración y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024”**

Paso 4. Diagrama de dispersión



Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: La relación no es significativa entre la integración y la capacidad

evalúa los resultados de emprendimiento en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024.

4.4. Discusión de resultados

El trabajo de investigación ha permitido demostrar la relación entre la red social Facebook y el emprendimiento económico en estudiantes de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha correspondiente a la muestra de investigación, el valor de correlación obtenido es de 0.480 que demuestra que existe relación positiva moderada de acuerdo al baremo propuesto para este tipo de investigación, asimismo, el p valor es $0,021 < 0,05$ que demuestra el rechazo de la hipótesis de nula y aceptación de la hipótesis de investigación; validando de esta manera la hipótesis de investigación planteada: **“La relación es significativa entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024”**. En relación a la primera hipótesis específica, se demuestra que la primera dimensión finalidad y la dimensión crea propuestas de valor, por los resultados encontrados de 0,268 en la correlacional Rho de Spearman, que demuestra correlación positiva débil entre las variables estudiadas, asimismo, el valor de significancia $0,216 > 0,05$, que acepta la hipótesis nula y rechaza la alterna concluyendo: **La relación no es significativa entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024**; en referencia a la segunda hipótesis, se demuestra por los resultados obtenidos de -0.080, que existe una relación negativa débil entre la dimensión funcionamiento y la segunda dimensión aplica habilidades técnicas; asimismo se rechaza la hipótesis alterna y se acepta hipótesis nula por el resultado del p valor = $0,718 >$

0,05; demostrando que: **La relación que existe entre el funcionamiento y la capacidad aplica habilidades técnicas no es significativa en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024**; en relación a la tercera hipótesis: **La relación es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2023**; se demuestra que existe una relación positiva moderada equivalente a 0,375 en la correlacional Rho de Spearman, entre las dimensiones apertura y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas; asimismo se valida la hipótesis nula y se rechaza la alterna por el valor obtenido de $p = 0.078 > 0.05$. En relación a la cuarta hipótesis: **La relación es significativa entre la integración y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024**; se ha comprobado que existe relación positiva débil equivalente a 0.206 en la correlacional Rho de Spearman y el valor de significancia es $0,345 > 0,05$ validando la hipótesis nula y rechazando la alterna.

En lo referido a la investigación de (Jacqueline Deysi Agüero Robles, 2022) *“Las redes sociales como medio comercial de las CMAC – Huancayo - 2019”*; se concluye que los hallazgos empíricos confirman un marcado impacto de las actitudes asumidas por los usuarios de las redes sociales en su uso como herramienta comercial. Se ha registrado una correlación del 94.7%, que se clasifica como una correlación positiva robusta. La probabilidad vinculada es $P(t > 7,874) = 0,0 < 5\%$, lo que indica que esta correlación es estadísticamente significativa. La probabilidad relacionada es $P(t > 9,49) = 0,0 < 5\%$, lo que confirma la significancia de esta correlación. Esto sugiere que las ventajas predominantes

para aquellos individuos que utilizan su perfil personal en redes sociales y lo capitalizan como medio comercial son considerables; los mencionados resultados difieren solo en parte de los resultados obtenidos en la investigación, considerando que los resultados fluctúan entre 0.495; 0.481: 0,398; que demuestran correlación positiva débil y moderada entre las variables estudiadas en la presente investigación.

(*Navarro, 2019*) Redes sociales virtuales en el ámbito académico y social de los estudiantes de Instituciones Educativas de nivel secundario del distrito de Yanacancha **Cerro de Pasco**. Cuyas conclusiones han identificado una correlación negativa marginal entre las variables de redes sociales virtuales y el desempeño académico y social, con un valor de -0.073. Esto sugiere que un incremento en el uso de redes sociales virtuales se asocia con una disminución en el rendimiento académico y social de los estudiantes de Instituciones Educativas de Nivel Secundario en el distrito de Yanacancha Cerro de Pasco; estos resultados son completamente diferentes a los resultados encontrados en nuestra investigación.

En relación al estudio de (Mercado, 2022) ***Emprendimiento y redes sociales en tiempos del COVID - 19 en la ciudad de Arequipa, 2022***. Se concluye que, en el contexto del objetivo primordial de esta investigación, se ha discernido una correlación positiva de magnitud considerable entre las entidades de emprendimiento y redes sociales, manifestada a través de un coeficiente de Spearman de $r = 0,688$. La Significancia Bilateral, registrada en 0,000 y siendo inferior al umbral de 0,05, nos conduce a la adopción de la hipótesis alternativa y al consecuente descarte de la hipótesis nula; estos resultados tienen relación directa con lo encontrado en la presente investigación.

En referencia a la tesis de (Karla Zapata Ramirez, 2021) ***Las redes sociales como estrategias de fortalecimiento Microempresarial en el cantón Zapotillo.*** Cuyas conclusiones establecen que, en el contexto contemporáneo de la economía digital, se manifiesta una tendencia ascendente de jóvenes adentrándose en el ámbito del emprendimiento. Esta tendencia, más que un mero fenómeno, refleja una adaptación estratégica hacia la capitalización de oportunidades que buscan reforzar la autonomía y aspiraciones de superación individual. Esta dinámica, intrínsecamente ligada al ámbito empresarial, se ve amplificada por la integración de las redes sociales, que, en su calidad de mediadores, facilitan la construcción de relaciones con el consumidor en un entorno cada vez más digitalizado; estos resultados concluyen de manera directa con nuestra investigación.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Los resultados que se han obtenidos en la presente investigación establecen que existe correlación positiva moderada entre la red social Facebook y el emprendimiento económico, por el valor equivalente a 0.480 en la correlacional Rho de Spearman (tabla 25), asimismo el valor de significancia es menor a 0.05 ($\text{Sig.} = 0,021 < 0,05$) lo que valida la hipótesis de investigación y se rechaza la nula.

SEGUNDA: Se demuestra que existe relación significativa débil equivalente a 0.216 en la correlacional Rho de Spearman entre la dimensión finalidad y la capacidad crea propuestas de valor, asimismo por el valor de significancia equivalente a $0.216 > 0.05$ (Tabla 26) que acepta la hipótesis nula y rechaza la de investigación.

TERCERA: Se ha demostrado que la correlación entre la dimensión funcionamiento y aplica habilidades técnicas posee una relación negativa débil equivalente a - 0.080 (tabla 27) en la correlacional Rho de Spearman, asimismo, el resultado del p valor es $0,718 > 0,05$ que rechaza la hipótesis alterna y acepta la nula.

CUARTA: Por los resultados obtenidos en la correlacional Rho de Spearman de 0.375 (Tabla 28) se demuestra que existe relación correlación positiva débil entre la dimensión apertura y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas; asimismo el p valor = $0.078 > 0,05$ que rechaza la hipótesis alterna y acepta la nula.

QUINTA: Por los resultados obtenidos en la correlacional Rho de Spearman de 0.206 (Tabla 29) se demuestra que existe relación positiva débil entre la dimensión integración y evalúa resultados de emprendimiento;

asimismo el p valor = $0.345 > 0,05$ que rechaza la hipótesis de investigación y acepta la nula.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Fortalecer con actividades prácticas el uso de la red social Facebook en la actualidad para realizar acciones de emprendimiento a partir de la difusión inicial de productos o servicios mediante la red.

SEGUNDA: Proponer que las organizaciones educativas implementen su aula de innovación para el uso de aplicaciones y herramientas con el fin de generar actividades de emprendimiento en las personas que desean adquirir un bien o servicio que puede ser entregado de manera directa o delivery.

TERCERA: Capacitar y actualizar permanentemente a los docentes del área Educación para el Trabajo con el fin de que puedan incorporar en sus actividades pedagógicas diversidad de recursos que permitan que el estudiante por los retos presentados y se sientan motivados para utilizar las herramientas de las redes sociales en su beneficio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amezcu, M. P. (2012). Redes sociales. mecanismos generadores de reputación organizacional para las pymes. Universidad & Empresa. *Revista URosario*, 131-149.
- Andrea Jhordanna Cárdenas Hernández, K. O. (2019). Emprendimiento para la creación de negocios con innovación empresarial en los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas - UNHEVAL 2018. Huanuco: UNHEVAL.
- Jacqueline Deysi Agüero Robles, K. S. (2022). Las redes sociales como medio comercial de la CMAC - Huancayo - 2019. Pasco: UNDAC.
- Karla Zapata Ramirez, B. P. (2021). Las redes sociales como estrategia de fortalecimiento microempresarial en el canton Zapotillo. Polo del conocimiento, 2454-2466.
- Leticia Aurora Becilla García, J. S. (2020). Redes Sociales como Medio de Comunicacion Publicitaria por Emprendedores en la Ciudad de Babahoyo periodo marzo - mayo 2020. Magazine de la ciencias Revista de Investigación e Innovación , 370-388.
- Llana, M. A. (2014). Analisis del negocio de las sociales como canal de publicidad.Publicidad en la Web 2.0. Universidad Pontifica Comillas de Madrid, 1-57.
- Mercado, M. N. (2022). Emprendimiento y redes sociales en tiempos del COVID - 19 en la ciudad de Arequipa, 2022. Lima: UCV.
- Navarro, G. A. (2019). Redes sociales virtuales en el ambito académico y social de los estudiantes de instituciones educativas de nivel secundario del distrito de Yanacancha - Cerro de Pasco. Pasco: UNDAC.

Palacio. (2010). Emprendimiento social: Integrando a los excluidos en el ambito rural.

Revista de Ciencias Sociales XVI, 579-590.

Rangel Santos Johana Estefania, L. R. (2021). Las redes Sociales como Medio de

Emprendimiento. Reciamuc, 60-69.

Silvia Morales Morejon, E. R. (2020). Uso de Redes Sociales como puente entre el

Emprendedor y el consumidor en epoca de COVID 19. Revista Pertinencia

Académica, 1-9.

Valle, R. S. (2021). Pedagogía del emprendimiento y capacidades empresariales de los

estudiantes de quinto grado de la Institución Educativa José Carlos Mariátegui

de Colquijirca. Pasco: UNDAC.

ANEXOS



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Escuela de Formación Profesional de Educación a distancia
Especialidad: Computación e Informática

ONARIO SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK POR LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN

EDUCATIVA SAN JUAN DE YANACOCCHA

Esta es una encuesta anónima para conocer sobre el uso de la red social Facebook en el área Educación para el Trabajo, por favor sea sincero con sus respuestas:

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa el valor correspondiente a su respuesta.

Grado de estudios

edad

sexo

ESCALA DE VALORACIÓN

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	Siempre

I. FINALIDAD:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
1.	Utilizo la red social Facebook como distractor en mis tiempos libres	1	2	3	4	5
2.	Realizo actividades de comunicación con otras personas utilizando la red social Facebook	1	2	3	4	5
3.	Promociono un producto utilizando la red social Facebook	1	2	3	4	5
4.	Difundo mis perfiles reales y opcionales con uso de la red social Facebook	1	2	3	4	5

II. FUNCIONAMIENTO:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
5.	Accedo a la diversidad de contenidos difundidos por mis contactos en la red social Facebook	1	2	3	4	5
6.	Los grupos a los que pertenezco en Facebook son funcionales para mis proyectos de emprendimiento	1	2	3	4	5
7.	Doy a conocer mis propuestas individuales de emprendimiento acerca de un producto o servicio	1	2	3	4	5
8.	Mi perfil compartido en la red social Facebook permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas	1	2	3	4	5

III. APERTURA:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
9.	Manejo con facilidad las herramientas para acceder a la red social Facebook e interactuar con mis contactos	1	2	3	4	5
10.	Accedo a la red social Facebook demostrando respeto y publicando temas de interés general para mis contactos	1	2	3	4	5
11.	Poseo espacios independientes de acceso privado en la red social Facebook	1	2	3	4	5
12.	Los grupos conformados son utilizados para conversar sobre emprendimiento y otros temas relacionados	1	2	3	4	5

IV. INTEGRACIÓN:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
13.	Creo un grupo integrado por mis compañeros de estudio o familiares conocidos	1	2	3	4	5
14.	Poseo espacios determinados para vender productos o comprarlos en la red social Facebook	1	2	3	4	5
15.	Los grupos conformados en la red social Facebook son protegidos con usuario y contraseña para ingresar	1	2	3	4	5
16.	Se establecen acuerdos para interactuar en la red social Facebook de acuerdo las tareas de negocio emprendida en clases	1	2	3	4	5

¡Muchas gracias por tu valioso aporte, tus respuestas a las interrogantes planteadas servirán para comprobar el manejo de las redes sociales para el emprendimiento en la formación básica!



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Escuela de Formación Profesional de Educación a Distancia
Especialidad: Computación e Informática

CUESTIONARIO SOBRE EL ENFOQUE DEL EMPRENDIMIENTO PARA LOS ESTUDIANTES
DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN DE YANACOCHA

Esta es una encuesta anónima para conocer sobre el enfoque del emprendimiento económico en el área Educación para el Trabajo, por favor sea sincero con sus respuestas:

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa el valor correspondiente a su respuesta.

Grado de estudios

edad

sexo

ESCALA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	Siempre

I. CREA PROPUESTAS DE VALOR:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
1.	Genero ideas innovadoras para un producto o servicio a implementar	1	2	3	4	5
2.	Represento con prototipos o esquemas el bien o servicio a desarrollar	1	2	3	4	5
3.	Diseño alternativas de solución creativas e innovadoras utilizando otros insumos o materiales	1	2	3	4	5
4.	Establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados	1	2	3	4	5

II. APLICA HABILIDADES TÉCNICAS:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
5.	Aplica sus habilidades técnicas para utilizar las computadoras en su beneficio	1	2	3	4	5
6.	Administra adecuadamente insumos y materiales para plantear un servicio o elaborar un bien	1	2	3	4	5
7.	Aplica las normas de convivencia y seguridad en el laboratorio de informática a las que accede	1	2	3	4	5
8.	Utilizo la tecnología informática para añadir procesos adecuados en la presentación de un bien o servicio a implementar	1	2	3	4	5

III. TRABAJA COOPERATIVAMENTE PARA LOGRAR OBJETIVOS Y METAS:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
9.	Coordino actividades en equipo con acuerdos plenos de los integrantes para llevar a cabo una actividad.	1	2	3	4	5
10.	Acompaño y ayudo a mejorar los desempeños de los integrantes del equipo de trabajo	1	2	3	4	5
11.	Asumo siempre con responsabilidad los roles a los que he sido elegido	1	2	3	4	5
12.	Propongo alternativas de solución viables cuando se presente un momento de disconformidad o conflicto entre los integrantes.	1	2	3	4	5

IV. EVALUA RESULTADOS DE EMPRENDIMIENTO:

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
13.	Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio implementado	1	2	3	4	5
14.	Establezco indicadores para medir la calidad del bien o servicio prestado	1	2	3	4	5
15.	Evalúo los procesos y resultados del proyecto implementado	1	2	3	4	5
16.	Recojo y analizo la información sobre la inversión y beneficio de un bien o servicio implementado	1	2	3	4	5

¡Muchas gracias por tu valioso aporte, tus respuestas a las interrogantes planteadas servirán para comprobar el manejo del enfoque del emprendimiento en la formación básica!

FOTOGRAFÍAS CON LOS ESTUDIANTES SOBRE LA APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN





MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN: “Red social Facebook y emprendimiento económico en estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha, 2024”.

TESISTA:

○ Bach. Linda JURADO MELGAREJO

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Problema General: ¿Cuál es la relación entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?	Objetivo General: Determinar la relación entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.	Hipótesis General: La relación es significativa entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024 Hipótesis Nula: La relación no es significativa entre la red social Facebook y el emprendimiento económico de los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024	Variable 1: Red social Facebook Variable 2: Emprendimiento económico Variables intervinientes: Procedencia familiar Innovación Emprendimiento	Tipo de investigación: Básica de tipo transversal Diseño de investigación: Correlacional	Población: Está conformado por la totalidad de alumnos de la Institución Educativa San Juan Muestra: Se ha determinado tomar como muestra a 20 estudiantes del primer y segundo grado.	Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario
Problemas Específicos: ✓ ¿Qué relación existe entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?	Objetivos Específicos: ✓ Determinar la relación existente entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024	Hipótesis Específica: ✓ La relación es significativa entre la red social Facebook y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024. ✓ La relación que existe entre la red social				

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
✓ ¿Qué relación existe entre la red social Facebook y la capacidad aplica habilidades técnicas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024? ✓ ¿Cuál es la relación entre la red social Facebook y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024? ¿Cuál es la relación entre la red social Facebook y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024?	✓ Establecer la relación existe entre la red social Facebook y la capacidad aplica habilidades técnicas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024. ✓ Determinar la relación entre la red social Facebook y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024. ✓ Establecer la relación entre la red social Facebook y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.	Facebook y la capacidad aplica habilidades técnicas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024. ✓ La relación es significativa entre la red social Facebook y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024. ✓ La relación es significativa entre la red social Facebook y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en los estudiantes del sexto ciclo de la Institución Educativa San Juan de Yanacocha – 2024.				