



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE EDUCACIÓN



ESCUELA PROFESIONAL DE PERFECCIONAMIENTO DOCENTE

## TESIS

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES EN  
ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
N° 82019 – LA FLORIDA, DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, AÑO 2024

Para optar el Título Profesional de Segunda  
Especialidad en Informática Educativa

Presentada por:

Jaime Villanueva Ramos

Asesor:

Dr. Juan Edilberto Julca Novoa

Cajamarca – Perú

2025

## CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador:

Jaime Villanueva Ramos

DNI: 26707409

Escuela Profesional/Unidad UNC:

Escuela Profesional de Perfeccionamiento Docente

2. Asesor:

Dr. Juan Edilberto Julca Novoa

Facultad/Unidad UNC:

Facultad de Educación

3. Grado académico o título profesional

Bachiller       Título profesional

Segunda especialidad

Maestro       Doctor

4. Tipo de Investigación:

Tesis       Trabajo de investigación       Trabajo de suficiencia profesional

Trabajo académico

5. Título de Trabajo de Investigación:

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL  
NIVEL SECUNDARIO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 82019 -LA FLORIDA, DEL  
DISTRITO DE CAJAMARCA, AÑO 2024

6. Fecha de evaluación: 21 / 12 / 2025

7. Software antiplagio:  TURNITIN       URKUND (OURIGINAL) (\*)

8. Porcentaje de Informe de Similitud: 13%

9. Código Documento: 3117 542592451

10. Resultado de la Evaluación de Similitud:

APROBADO       PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 22 / 12 / 2025

Firma y/o Sello  
Emisor Constancia

Nombres y Apellidos

DNI: 26685531

Juan Edilberto Julca Novoa

\* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023

COPYRIGHT © 2025 by  
JAIME VILLANUEVA RAMOS  
Todos los derechos reservados



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

"NORTE DE LA UNIVERSIDAD PERUANA"

## FACULTAD DE EDUCACIÓN

### Escuela Profesional de Perfeccionamiento Docente



FORMATO N° 23

#### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS, PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN INFORMÁTICA EDUCATIVA

En la ciudad de Cajamarca, siendo las 3:30 p.m. horas del día 24 de octubre del 2025; se reunieron en el ambiente I.E.E. Antonio Guillermo Uribe, de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Cajamarca, los miembros del Jurado Evaluador del proceso de obtención del Grado Académico de Bachiller en la modalidad de Sustentación de Trabajo de Investigación, integrado por :

Presidente: Docente Lic. Oscar Jaime Marín Rosell.

Secretario: Docente Prof. Demóstenes Marín Chávez

Vocal: Docente Dra. Juana Dalila Huaccha Alvarez

Asesor: Docente Dr. Juan Edilberto Julca Novoa

Representante de la UIFE: Docente Dr. Wigberto Walder Díaz Cabrera

Con el objeto de evaluar la Sustentación del Trabajo de Investigación titulado: "Inteligencia emocional y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N° 82019 - La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024", presentado por: Jaime Villanueva Ramos con la finalidad de obtener el TÍTULO PROFESIONAL DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN INFORMÁTICA EDUCATIVA.

El Presidente del Jurado Evaluador, de conformidad al Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Perfeccionamiento Docente de la Facultad de Educación, procedió a autorizar el inicio de la sustentación.

Recibida la sustentación y recibidas las respuestas a las preguntas formuladas por los miembros del Jurado Evaluador, referentes a la exposición y contenido del Trabajo de Investigación, luego de la deliberación respectiva, el Trabajo de Investigación se considera: **APROBADO**  **DESAPROBADO** ( ), con el calificativo de: Ochenta (15)

(Letras) (Números)

Acto seguido, el Presidente del Jurado Evaluador, informó públicamente el resultado obtenido por el sustentante.

Siendo las 4:30 p.m. horas del mismo día, el señor Presidente del Jurado Evaluador, dio por concluido este acto académico y dando su conformidad firman la presente los miembros de dicho Jurado.

Cajamarca, 24 de octubre del 2025.

Presidente

Secretario

Vocal

Asesor

UIFE

## **DEDICATORIA**

A los niños palestinos en Franja de Gaza quienes sin comprender el ¿por qué los adultos se matan? representan nuestra vergüenza, pues en plena era del silicio – IA-no hemos podido rescatarlos del fuego artero del sionismo y los estamos dejando morir de hambre, sed, mutilados por las bombas o sepultados bajo escombros junto a sus padres y desangrados no sólo por las balas, sino también por nuestra indiferencia. ¡Palestina libre ya!

## **AGRADECIMIENTO**

Al Divino hacedor, que me comprende y me ayuda, aunque francamente no sé por qué, a Él, que siempre me ha acompañado pues muchas veces he sentido que los hombres ni siquiera nos entendemos a nosotros mismos y nadie me ha ayudado como Él, a mis padres y a mi hijo, quien me otorgó la gran responsabilidad de ser padre; y a los escritores de libros, que tantas veces me han alzado sobre sus hombros y me han permitido mirar por encima de las montañas cual gigante.

A mi asesor, el Dr. Juan Edilberto Julca Novoa, quien con su paciencia singular me ha acompañado en cada logro, a él, por sus consejos acertados que siempre se circunscriben dentro lo pautado por la academia.

## Índice General

	Pág
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice	vii
Lista de tablas	xiii
Lista de cuadros	xiv
Lista de figuras	xiv
Lista de abreviaturas y siglas	xv
Resumen	xvi
Introducción	xviii
CAPÍTULO I .....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1. Planteamiento del problema .....	1
2. Formulación del problema.....	5
2.1. Problema principal .....	5
2.2. Problemas derivados .....	5
3. Justificación de la investigación.....	6
3.1. Justificación Teórica.....	6
3.2. Justificación práctica .....	7
3.3. Justificación metodológica .....	8
4. Delimitación de la investigación .....	8
4.1. Epistemológica .....	8

4.2. Espacial .....	9
4.3. Temporal.....	9
5. Objetivos de la investigación.....	9
5.1. Objetivo General .....	9
5.2. Objetivos específicos.....	9
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>11</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
1. Marco legal.....	11
2. Antecedentes de la investigación.....	11
2.1. Antecedentes internacionales: .....	11
2.2. Antecedentes Nacionales: .....	13
2.3. Antecedentes Locales.....	15
3. Marco epistemológico de la investigación .....	16
4. Marco teórico científico de la investigación .....	17
4.1. Modelos de inteligencia emocional.....	17
4.2. ¿Qué son las redes sociales?: .....	23
4.3. ¿Cuáles son los tipos de redes sociales?.....	27
4.4. Otra Clasificación de redes sociales.....	30
4.5. Aproximación al uso de las redes sociales en internet desde una revisión teórica .....	32
5. Definición de términos básicos .....	41
5.1. Definiciones de Inteligencia Emocional .....	41
5.2. Definición de redes sociales.....	42
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>44</b>

MARCO METODOLÓGICO .....	44
1. Caracterización y contextualización de la investigación.....	44
1.1. Descripción del perfil de la institución educativa: .....	44
1.2. Visión: .....	44
1.3. Misión: .....	44
1.4. Breve reseña histórica de la institución educativa. ....	45
1.5. Características demográficas y socioeconómicas .....	46
1.6. Características culturales y ambientales.....	47
2. Hipótesis de investigación.....	47
2.1. Hipótesis General: .....	47
2.2. Hipótesis Específicas: .....	47
3. Variables de investigación .....	49
4. Matriz de operacionalización de variables .....	50
5. Población y muestra .....	52
5.1. Población:.....	52
5.2. Muestra:.....	52
6. Unidad de estudio .....	54
7. Métodos de investigación .....	54
8. Tipo de investigación.....	57
9. Diseño de la investigación.....	57
10. Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	58
11. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	58
12. Validez y confiabilidad .....	59
CAPÍTULO IV .....	61

RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	61
1. Matriz general de resultados.....	61
2. Resultados, análisis y discusión por dimensiones: .....	62
2.1. De la variable: Inteligencia Emocional .....	62
2.2. De la variable 2: Uso de redes sociales .....	70
3. Resultados totales de las variables de estudio .....	76
3.1. Variable 1: Inteligencia Emocional .....	76
3.2. Variable 2: Uso de Redes Sociales .....	78
4. Prueba de hipótesis .....	79
4.1. Hipótesis General: .....	80
4.1.1.    Hipótesis Estadísticas .....	80
4.1.2.    Nivel de Significancia: .....	80
4.1.3.    Valor de la probabilidad:.....	81
4.1.4.    Análisis: .....	81
4.1.5.    Discusión .....	82
4.2. Hipótesis Específicas: .....	83
4.2.1.    Hipótesis Específica 1: .....	83
4.2.1.1.    Hipótesis Estadísticas: .....	83
4.2.1.2.    Nivel de Significancia: .....	83
4.2.1.3.    Tipo de prueba: .....	84
4.2.1.4.    Valor de la probabilidad:.....	84
4.2.1.5.    Análisis: .....	84
4.2.1.6.    Discusión: .....	85
4.2.2.    Hipótesis Específica 2: .....	87

4.2.2.1.	Hipótesis Estadísticas: .....	87
4.2.2.2.	Nivel de Significancia: .....	87
4.2.2.3.	Tipo de prueba: .....	87
4.2.2.4.	Valor de la probabilidad:.....	88
4.2.2.5.	Análisis:.....	88
4.2.2.6.	Discusión: .....	89
4.2.3.	Hipótesis Específica 3: .....	89
4.2.3.1.	Hipótesis Estadísticas: .....	89
4.2.3.2.	Nivel de Significancia: .....	90
4.2.3.3.	Tipo de Prueba:.....	90
4.2.3.4.	Valor de la probabilidad:.....	91
4.2.3.5.	Análisis:.....	91
4.2.3.6.	Discusión .....	92
4.2.4.	Hipótesis Específica 4: .....	93
4.2.4.1.	Hipótesis Estadísticas: .....	93
4.2.4.2.	Nivel de Significancia: .....	93
4.2.4.3.	Tipo de Prueba.....	94
4.2.4.4.	Valor de la probabilidad:.....	94
4.2.4.5.	Análisis:.....	95
4.2.4.6.	Discusión: .....	95
4.2.5.	Hipótesis Específica 5: .....	97
4.2.5.1.	Hipótesis Estadísticas: .....	98
4.2.5.2.	Nivel de Significancia: .....	98
4.2.5.3.	Tipo de Prueba.....	98
4.2.5.4.	Valor de la probabilidad:.....	99

4.2.5.5.	Análisis: .....	99
4.2.5.6.	Discusión: .....	100
4.2.6.	Hipótesis Específica 6: .....	101
4.2.6.1.	Hipótesis Estadísticas: .....	102
4.2.6.2.	Nivel de Significancia: .....	102
4.2.6.3.	Tipo de Prueba.....	102
4.2.6.4.	Valor de la probabilidad:.....	103
4.2.6.5.	Análisis: .....	103
4.2.6.6.	Discusión: .....	104
4.2.7.	Hipótesis Específica 7: .....	105
4.2.7.1.	Hipótesis Estadísticas: .....	105
4.2.7.2.	Nivel de Significancia: .....	106
4.2.7.3.	Tipo de Prueba.....	106
4.2.7.4.	Valor de la probabilidad:.....	107
4.2.7.5.	Análisis: .....	107
4.2.7.6.	Discusión: .....	108
<b>CONCLUSIONES</b>	.....	111
<b>SUGERENCIAS</b>	.....	115
<b>LISTA DE REFERENCIAS</b>	.....	119
<b>APÉNDICES Y ANEXOS</b>	.....	122

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
<b>Tabla 1:</b> Cálculo del tamaño total de la muestra, con afijación proporcional para frecuencias .....	53
<b>Tabla 2:</b> Niveles de las dimensiones de las variables 1 y 2 .....	61
<b>Tabla 3:</b> Nivel de autoconciencia.....	62
<b>Tabla 4:</b> Nivel de autorregulación .....	63
<b>Tabla 5:</b> Nivel de motivación.....	65
<b>Tabla 6:</b> Niveles de empatía.....	67
<b>Tabla 7:</b> Nivel de habilidades sociales.....	68
<b>Tabla 8:</b> Nivel de frecuencia de uso.....	70
<b>Tabla 9:</b> Nivel de motivación de uso .....	72
<b>Tabla 10:</b> Nivel de tipo de interacción .....	74
<b>Tabla 11:</b> Nivel de Inteligencia Emocional .....	76
<b>Tabla 12:</b> Nivel de Uso de Redes Sociales .....	78
<b>Tabla 13:</b> Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la variable 1 y la variable 2 .....	81
<b>Tabla 14:</b> Prueba de hipótesis específica 1 .....	84
<b>Tabla 15:</b> Prueba de hipótesis específica 2 .....	88
<b>Tabla 16:</b> Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Autoconciencia y la variable 2 .....	91
<b>Tabla 17:</b> Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Autorregulación y la variable 2 .....	94
<b>Tabla 18:</b> Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Motivación y la Variable 2 .....	99

**Tabla 19:** Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Empatía y la variable 2 ..... 103

**Tabla 20:** Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre las Habilidades Sociales y la variable 2 ..... 107

## **LISTA DE CUADROS**

	Pág.
Cuadro 1:Matriz de operacionalización de variables .....	50

## **LISTA DE FIGURAS**

	Pág.
<b>Figura 1:</b> Nivel de autoconciencia .....	62
<b>Figura 2:</b> Nivel de autorregulación.....	64
<b>Figura 3:</b> Nivel de motivación.....	65
<b>Figura 4:</b> Nivel de empatía.....	67
<b>Figura 5:</b> Nivel de habilidades sociales.....	69
<b>Figura 6:</b> Nivel de frecuencia de uso.....	71
<b>Figura 7:</b> Nivel de motivación de uso .....	72
<b>Figura 8:</b> Nivel de tipo de interacción .....	74
<b>Figura 9:</b> Nivel de Inteligencia Emocional .....	76
<b>Figura 10:</b> Nivel de Uso de Redes Sociales .....	78

## **LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS**

TIC (Tecnologías de Información y Comunicación)

CE (Competencias Emocionales)

EC (Cociente Emocional)

REELS (La abreviatura "reels" proviene de la palabra inglesa "reel" (carrete), refiriéndose a los carretes de película de cine que se usaban para grabar y proyectar películas cortas).

WEB 2.0 (segunda generación de la web, caracterizada por su mayor interactividad y colaboración entre usuarios, permitiendo la creación de contenido y la participación activa en la red).

IA (Inteligencia Artificial).

IE (Institución Educativa).

$H_0$  (Hipótesis Nula).

$H_1$  (Hipótesis Alterna).

Sig. (Significancia).

$\eta$  (Mediana).

r (Coeficiente de Correlación).

$r^2$  (coeficiente de Determinación).

p. (página)

MINEDU (Ministerio de Educación).

CENEBC (Currículo Nacional de Educación Básica).

## RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue determinar si existe la relación entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida. La población en estudio estuvo constituida por un total de 959 estudiantes; la muestra estuvo formada por 275 estudiantes del nivel secundaria, este número de participantes en la muestra se determinó luego de aplicar la fórmula que permite obtener el tamaño de la muestra para poblaciones finitas.

El diseño que se usó fue el diseño descriptivo correlacional, se aplicó a una sola muestra aleatoria ( $M$ ), luego se realizó una primera observación ( $O_1$ ), en este caso mediante una primera encuesta para determinar el nivel de inteligencia emocional, luego mediante la aplicación de otra encuesta aplicada a la misma muestra se recabó información para medir el uso de las redes sociales, ( $O_2$ ). Se finalizó, en este diseño, evaluando estadísticamente el grado de correlación entre ambas ( $r$ ).

Los resultados obtenidos fueron: con un  $Rho = -0,236$ ,  $p < 0.01$ , y con un nivel de confianza que alcanza al 99%, se concluyó afirmando la existencia de una relación inversa y significativa entre la variable inteligencia emocional y la variable uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la I.E. N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024. Es decir, a mayor inteligencia emocional, menor uso de redes sociales, aunque dicha correlación es baja.

Además, se halló que la mayoría de los estudiantes se ubicaron en niveles medio o alto de inteligencia emocional, y tienen un nivel medio en lo referente al uso de las redes sociales.

**Palabras clave:** Inteligencia Emocional, Redes Sociales, relación significativa.

## **ABSTRACT**

The general objective of the present study was to determine whether there is a relationship between emotional intelligence and the use of social media among secondary school students at Educational Institution No. 82019 – La Florida. The study population consisted of a total of 959 students; the sample was made up of 275 secondary school students. This sample size was determined after applying the formula used to calculate sample size for finite populations.

The research design employed was descriptive–correlational. It was applied to a single random sample (M). First, an initial observation (O1) was conducted through a survey to determine the level of emotional intelligence. Subsequently, a second survey was administered to the same sample to collect information on social media use (O2). Finally, the degree of correlation between both variables was statistically evaluated ( $r$ ).

The results obtained showed that, with a Spearman's Rho of  $-0.236$ ,  $p < 0.01$ , and a confidence level of 99%, there is a significant inverse relationship between emotional intelligence and social media use among secondary school students at Educational Institution No. 82019 – La Florida, located in the district of Cajamarca, in the year 2024. In other words, higher levels of emotional intelligence are associated with lower levels of social media use, although the strength of this correlation is low.

In addition, it was found that most students were at medium or high levels of emotional intelligence and showed a medium level of social media use.

**Keywords:** Emotional Intelligence, Social Media, significant relationship.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación tuvo por principal objetivo determinar, científicamente, la relación entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en los estudiantes de nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024, una de las razones básicas que motivaron el estudio es el creciente uso de las redes sociales, que a priori se percibe estar relacionada con el grado de inteligencia emocional de los individuos. En todo el planeta es un imperativo común comprender los peligros que traen consigo el uso inadecuado de las redes sociales, en EE.UU. un estudio denominado: Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study, arribó a la conclusión que el tiempo que pasan los niños y adolescentes frente a la pantalla está relacionado con un menor bienestar psicológico, en síntesis, señala, los límites de tiempo frente a la pantalla pueden ser cruciales para la salud mental de los niños (Twenge & Campbell, 2018) .

En Perú, la génesis de interrogantes respeto al uso adecuado de las redes sociales es la proliferación de dispositivos electrónicos y el acceso a internet en la población estudiantil y en especial en adolescentes, al respecto Tarazona (2021) confirma una relación inversamente proporcional entre las variables adicción a las redes sociales y la variable inteligencia emocional en estudiantes del 4to y 5to año del nivel secundaria de Juanjuí, San Martín, 2021 – Perú-; el estudio sugiere la existencia de una relación altamente significativa e inversamente proporcional entre el factor, uso excesivo de las redes sociales y el nivel de inteligencia emocional en los alumnos que integraron la muestra en estudio.

En la región de Cajamarca, la situación es particularmente relevante. A pesar de ser una de las regiones con menor acceso a tecnología en comparación con las grandes ciudades, el uso de redes sociales ha ido en incremento, especialmente entre los estudiantes de secundaria; esto ha generado un contexto en donde la gestión de la inteligencia emocional se vuelve crucial para navegar con cierta seguridad en el basto océano de las redes sociales.

En relación a las variables estudiadas a nivel local se han desarrollado esfuerzos inusuales por entender el comportamiento de las variables, uso de redes sociales e inteligencia emocional, es el caso de Tanta (2022), que estudió la variable uso de redes sociales en relación con las habilidades de escritura y se halló la no existencia de una relación significativa entre la variable el uso de las redes sociales y las habilidades de escritura en los estudiantes de la muestra en estudio (P. 77)

Otros estudios realizados en el ámbito de la provincia de Cajamarca, como el de Briones (2020), titulado “La inteligencia emocional y el desarrollo de competencias gerenciales de las empresas ADEFOR, COSID S.R.L, empresa SOLUCIONES Y SERVICIOS S.A.C – Cajamarca 2019”, logró develar que el 60% de gerentes, del total de la muestra en estudio tenían un grado de inteligencia emocional media, este hallazgo estaba en sintonía directa con las competencias gerenciales que, sin menoscabo de algunas otras variables que hubieran podido ser implicadas como factores, fueron halladas en grado moderado; por lo que el referido estudio finalizó enfatizando la relación significativa existente entre la inteligencia emocional y el desarrollo de competencias gerenciales (p. 110).

La elección del tema responde a una preocupación pedagógica, psicológica y social; el creciente uso de redes sociales por parte de adolescentes en edad escolar y su posible impacto o relación en el desarrollo de habilidades emocionales o viceversa. Estudios recientes han evidenciado que un uso inadecuado de estas plataformas puede generar dependencia, ansiedad, baja autoestima o dificultades en la autorregulación emocional (Twenge & Campbell, 2018; Incardona et al., 2023). Por tanto, investigar la relación entre inteligencia emocional y el uso de redes sociales permite comprender mejor los problemas que enfrentan los adolescentes respecto del uso inadecuado o descontrolado de las redes sociales y también, diseñar estrategias educativas pertinentes para acompañarlos en su desarrollo integral.

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación existente entre la variable inteligencia emocional y la variable uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la I.E. N.<sup>o</sup> 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, durante el año 2024. Este propósito engendró varios objetivos específicos: identificar los niveles de inteligencia emocional y uso de redes sociales en la muestra, así como el examinar las relaciones entre sus dimensiones —autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales— y la frecuencia e intensidad del uso de redes sociales.

El propósito fundamental de este trabajo fue construir información ajustada a la realidad que sirva como insumo para generar intervenciones pedagógicas contextualizadas, dirigidas al fortalecimiento emocional de los adolescentes, así como al uso crítico y responsable de las redes sociales.

La pertinencia y relevancia del estudio está implícita en cuanto el problema abordado, hurga en las entrañas de un fenómeno real, actual y notable en el ámbito educativo; cómo la inteligencia emocional —es decir, si el individuo es capaz de identificar, comprender y regular las emociones propias y las de otras personas— que en efecto, como se evidenciará en páginas posteriores, está asociada al uso frecuente y cada vez más intenso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria. Desde una perspectiva académica el trabajo de investigación se justifica pues en el ámbito regional son insuficientes los trabajos relacionados con la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en adolescentes, por lo que es necesario cubrir este vacío local de conocimiento. En la práctica el trabajo de investigación se sustenta al abordar la relación entre el nivel de inteligencia emocional de adolescentes y el uso de las redes sociales, problema que está vigente y se propaga en distintas direcciones, a veces, a mayor velocidad, aprovechando la débil estructura emocional de los humanos. Además, la investigación a nivel teórico se cimenta sobre dos columnas bien elaboradas, como son el modelo de las competencias emocionales de Goleman (1995) y las perspectivas del ecosistema digital sugeridas por RD Station (2022).

La hipótesis general — que plantea una relación significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales— fue confirmada descriptiva e inferencialmente con un p valor igual a: 0,00 y un Rho de Spearman igual a: -0,236\*\*, lo que reveló una relación baja y negativa entre las dos variables, aunque muy significativa \*\*, además se verificaron relaciones inversas entre las dimensiones de la inteligencia emocional – autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales - y el uso de redes sociales. Los resultados hallados indican que fortalecer la

inteligencia emocional podría favorecer a un uso más consciente y saludable de estas plataformas.

Además, se halló que la mayoría de estudiantes se ubicaron en niveles medio y alto de inteligencia emocional y presentaron un uso moderado de redes sociales, lo que pone en claro, lo entre dicho, que nos encontramos en un contexto educativo potencialmente favorable al desarrollo de estrategias preventivas o formativas en los adolescentes.

La investigación siguió la ruta del enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo correlacional. La muestra estuvo conformada por 275 estudiantes seleccionados mediante muestreo aleatorio a partir de una población de 959 adolescentes del nivel secundaria. Se aplicaron dos cuestionarios validados: uno para medir la inteligencia emocional - basado en el modelo de Goleman- y otro para evaluar el uso de redes sociales basado en las categorías propuestas por RD Station.

Los datos recolectados fueron procesados mediante estadística inferencial, usando en este caso el coeficiente de correlación de Spearman. El resultado principal de la investigación mostró una correlación inversa y significativa ( $\text{Rho} = -0.236$ ,  $p < 0.01$ ), lo que indica que en la muestra y por inferencia en la población estudiantil analizada, a mayor nivel de inteligencia emocional, menor es el uso de redes sociales, aunque esta relación es débil.

Entre las principales limitaciones se encontró el acceso restringido a ciertos grupos de estudiantes por razones logísticas, pues resulta oneroso recabar información de todas las unidades muestrales, existiendo la probabilidad de un sesgo debido a esa limitación, pero también porque el instrumento aplicado es un cuestionario que tiene por finalidad

recabar respuestas de los propios estudiantes. Además, otra limitación importante está referida al nivel correlacional en el cual fue circunscrita la investigación, lo que no permite establecer relaciones causales, por lo que en la parte final de este trabajo se sugiere que en investigaciones futuras se adopten metodologías experimentales o longitudinales.

La investigación realizada se organiza en cinco capítulos a los cuales se incorporó las conclusiones y recomendaciones:

- Capítulo I: El Problema de Investigación. Expone la formulación del problema, los objetivos, la justificación, la delimitación y las hipótesis de trabajo.
- Capítulo II: Marco Teórico. Expone los compendios teóricos, antecedentes nacionales e internacionales, así como la definición de términos clave.
- Capítulo III: Marco Metodológico. Describe el enfoque, diseño, población, muestra, instrumentos y procedimientos utilizados en el estudio.
- Capítulo IV: Resultados y Discusión. Se puso a prueba el tipo de relación y fuerza que unen las variables, lo que reveló la existencia de una relación inversa y significativa, aunque débil, entre el nivel de inteligencia emocional y el uso de redes sociales, además el análisis estadístico descriptivo estuvo acompañado de tablas y gráficos que advierten la relación que, a priori, empíricamente se conjeturó existe entre las variables.

La tesis es confirmada en cuanto se concluye la existencia de una relación inversa y significativa entre inteligencia emocional y el uso de las redes sociales. Asimismo, se sugiere diseñar e implementar nuevas estrategias pedagógicas que promuevan el uso crítico, responsable y moderado de las redes sociales por parte de los estudiantes, integrándolas como herramientas educativas. En síntesis, esta investigación se suma a

los esfuerzos por comprender el comportamiento adolescente en la era de la IA y propone caminos concretos para mejorar su bienestar emocional y su desempeño escolar.

Se agrega, al final de la tesis, las referencias bibliográficas, los apéndices y anexos: Cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales tomando como teorías las propuestas por Goleman y RD Station, lo referido a la razón y validez de contenido de los instrumentos, los cálculos de los coeficientes de confiabilidad de las variables, la validación de los instrumentos por juicio de expertos, las pruebas de normalidad y en la última página se presenta la matriz de consistencia de la tesis.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### **1. Planteamiento del problema**

El uso de las redes sociales es un aspecto que en prospectiva va en una sola dirección, tanto en la intensidad y/o descontrol en su uso como en el número de individuos que las utilizan cuyas vidas dependen, a veces de modo adictivo, de ellas. Por tanto, es necesario transparentar su impacto en los diferentes aspectos de la vida humana, y seguir explorando dentro de las diferentes aristas su intrincada relación con otros factores. Investigadores sugieren entre las múltiples implicancias que trae consigo el uso inadecuado de las redes sociales, la afectación a la salud mental y el desarrollo emocional de los usuarios, en particular de los adolescentes cuyo sistema de defensa emocional, en esta etapa de desarrollo es incompleta e inestable, por lo que estudiar las variables en cuestión resulta vital.

En todo el mundo la avidez por comprender la pléthora de trastornos que trae consigo el uso inadecuado de las redes sociales ha sido puesta de manifiesto, en Estados Unidos de América un estudio denominado: *Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study*, ha llegado a la conclusión que el tiempo que pasan los niños y adolescentes frente a la pantalla está relacionado con un menor bienestar psicológico, el uso elevado de pantallas está asociado con la depresión, la ansiedad y los tratamientos de salud mental y los adolescentes se ven más afectados por el tiempo que pasan frente a la pantalla que los niños más pequeños, en síntesis, señala, los límites de tiempo frente a la pantalla pueden ser cruciales para la salud mental de los adolescentes (Twenge & Campbell, 2018) .

Hallar la asociación entre el uso de las redes sociales y el impacto que causa en los usuarios jóvenes ha sido abordada en diferentes partes del globo, tal como se muestra líneas adelante en el acápite referente a los antecedentes de la investigación. Un estudio titulado: Estrés en las redes sociales y salud mental, puso al descubierto la asociación de las variables uso de formas seleccionadas de redes sociales y la variable inteligencia emocional de alumnos universitarios de una universidad estatal en Sri Lanka. La Revista de Psiquiatría de Sri Lanka halló que las personas emocionalmente inteligentes, experimentan niveles reducidos de estrés en las redes sociales y concluyó que, la autoconfianza emocional es crucial para mantener la salud mental durante el estrés en las redes sociales.

El estudio, además, hizo hincapié en aquello que nos impele actuar, se necesita investigar y explorar con mayor énfasis el papel que juega la institución educativa en la gestión del estrés en línea (Keara y De Zoysa, 2022).

En Padua, Italia; otro estudio denominado: Emotional Intelligence and Use of Social Networks in Adolescents, cuya muestra la constituyeron adolescentes, determinó que: La relación entre el ciberacoso y las habilidades emocionales es significativa, ya que la falta de inteligencia emocional puede agravar los impactos negativos de las interacciones en las redes sociales. Además, se determinó de manera concluyente que los adolescentes con una inteligencia emocional más baja pueden tener dificultades para reconocer y gestionar sus propias emociones, lo que los lleva a tener dificultades para empatizar con los demás, lo que puede resultar en una mayor vulnerabilidad al ciberacoso y en una disminución de la sensibilidad emocional. Además, el uso excesivo de las redes sociales, subraya el estudio, puede interferir con la capacidad de los adolescentes para gestionar sus emociones e interactuar eficazmente con sus

compañeros, lo que contribuye al “analfabetismo emocional”. El “analfabetismo emocional” puede obstaculizar su capacidad para afrontar situaciones sociales, lo que los hace más susceptibles a participar en el ciberacoso o convertirse en víctimas de él. El estudio en mención corroboró que, fomentar las habilidades emocionales es crucial para mitigar los riesgos asociados con el ciberacoso entre los adolescentes (Incardona et al., 2023).

En Perú, como en casi en todas partes del mundo, la proliferación de dispositivos electrónicos y el acceso a internet han contribuido con un significativo aumento en el uso de las redes sociales entre los adolescentes, las estadísticas hasta el año 2022 son claras en señalar que más del 70% de jóvenes peruanos hacen uso de las redes sociales, lo que abre un abanico de interrogantes entre las cuales destacan la relación que tienen el uso de las redes sociales y la inteligencia emocional en adolescentes de Perú, al respecto Tarazona (2021) confirma una relación inversamente proporcional entre la variable adicción a las redes sociales y la variable inteligencia emocional en estudiantes de 4to y 5to año de secundaria de Juanjuí, San Martín, 2021; el estudio sugiere la existencia de una relación altamente significativa e inversamente proporcional entre el factor de uso excesivo de las redes sociales y la inteligencia emocional en los alumnos de la muestra en estudio.

Otros estudios realizados en Perú demuestran la relación íntima entre el uso de redes sociales y el grado de inteligencia emocional, así un estudio realizado en estudiantes universitarios de la carrera de Psicología de una universidad de Juliaca puso al descubierto, que el uso compulsivo de las redes sociales se encuentra estrechamente relacionada, entre otras anomalías, con la fatiga emocional de los estudiantes, la

obsesión, la falta de control personal, el uso excesivo de las referidas se relacionan con la fatiga emocional; el estudio concluye que el uso excesivo de las redes sociales contribuye significativamente a la fatiga emocional (Condori y Quiro, 2023).

En la región de Cajamarca, la situación es particularmente relevante. A pesar de ser una de las regiones con menor acceso a tecnología en comparación con las grandes ciudades, el uso de redes sociales ha ido en aumento, especialmente entre los estudiantes de secundaria. Esto ha generado un contexto en donde la gestión de la inteligencia emocional se vuelve crucial al momento de navegar en el basto océano de las redes sociales. Así pues proponernos a encontrar la relación entre las variables en referencia en estudiantes de la IE 82019 – La Florida, nivel secundaria fue el interés de este estudio.

En relación a las variables que se pretenden estudiar a nivel local se han desarrollado esfuerzos denodados por entender el comportamiento de ellas, uso de redes sociales e inteligencia emocional, tal es caso de Tanta (2022), que estudió la variable uso de redes sociales en relación con las habilidades de escritura y halló la inexistencia de una relación significativa entre el uso de las redes sociales y las habilidades de escritura de los estudiantes.

Otros estudios, desarrollados en Cajamarca, como el de Roncal Vargas (2024), relacionado con la inteligencia emocional y rendimiento académico determinaron que no se halla relación directa entre la inteligencia emocional y el rendimiento académico, es decir las dimensiones de la inteligencia emocional no se correlacionan con el rendimiento en matemática.

Los estudios citados, líneas antes, exigen que los investigadores hurgen en las entrañas del problema para aclarar la asociación de las variables, que de manera intuitiva parece evidenciarse, para ello deben echar mano de herramientas bien elaboradas que permitan el recojo efectivo de información y permitan a través de herramientas estadísticas, poner en claro el grado en que intiman las variables en estudio.

## **2. Formulación del problema**

La problemática medular de la presente investigación se sitúa en la necesidad de comprender cómo la inteligencia emocional se encuentra relacionada con el uso de las redes sociales en estudiantes de nivel secundaria en Cajamarca, en particular de la IE 82019 – La Florida – nivel secundaria. Por antecedentes teóricos que se desarrollarán en el acápite correspondiente, se pudo conjeturar que la falta de habilidades emocionales puede conllevar a un uso excesivo o inadecuado de las redes sociales, lo que podría tener repercusiones negativas en el bienestar emocional y social de los adolescentes. Deviene, de todo lo desarrollado hasta este punto, la siguiente pregunta de investigación:

### **2.1. Problema principal**

¿Cuál es la relación entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

### **2.2. Problemas derivados**

¿Cuál es el nivel de inteligencia emocional de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 –La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

¿Cuál es el nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

¿Cuál es la relación entre la autoconciencia y el uso de las redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

¿Cuál es la relación entre la autorregulación y el uso de las redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

¿Cuál es la relación entre la motivación y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

¿Cuál es la relación entre la empatía y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

¿Cuál es la relación entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?

### **3. Justificación de la investigación**

#### **3.1. Justificación Teórica**

Teóricamente la justificación que corresponde es que a nivel regional son escasos los trabajos relacionados con la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en adolescentes, por lo que se intenta cubrir este vacío de conocimiento. El esfuerzo

denodado del investigador por cubrir espacios vacíos de la ciencia en contextos específicos, deviene en la justificación teórica más explícita.

Las sugerencias y recomendaciones que se emitirán como parte del epílogo de la investigación constituyen también la sustentación teórica y sentarán una línea de base para futuras investigaciones que aborden las variables, aquí, examinadas.

Debido al diseño descriptivo correlacional del estudio, éste constituirá un peldaño en la escalera de los niveles de investigación, por lo que servirá de precedente a estudios de mayor alcance, tales como los estudios explicativos u otros de orden superior.

### **3.2. Justificación práctica**

En la práctica este trabajo se sustenta al abordar la relación entre el nivel de inteligencia emocional de adolescentes y el uso de las redes sociales, problema que se encuentra vigente y compromete al mundo de las emociones del ser humano, comprender esta relación ayuda, significativamente, a entender la realidad de las personas que hacen uso desenfrenado de las redes sociales y que, en teoría, está relacionado con un escaso nivel de inteligencia emocional.

En la práctica develar la relación inversa y significativa entre el uso de las redes sociales y la inteligencia emocional y determinar el impacto negativo de las redes sociales sobre la inteligencia emocional en los estudiantes, permitirá tal como afirma, Tarazona (2022); escoger estrategias de enseñanza u otros métodos que contribuyan con la mejora de los aprendizajes en estudiantes adolescentes.

### **3.3. Justificación metodológica**

La construcción de y/o adecuación de instrumentos ajustada al contexto regional, basada en la teoría de Goleman y del RD STATION (2022), constituirá un aporte valioso a futuras investigaciones que tengan la necesidad de medir las variables inteligencia emocional y uso de redes sociales en adolescentes dentro del ámbito del distrito de Cajamarca. El valor de los ítems en cuanto a su atributo de esencial, útil pero no esencial o no esencial, determinada por la validez de Lawshe, dará a los instrumentos uno de los requisitos que exige la academia, la validez de contenido, la cual, sin menoscabo de cualquier otra prueba de validez, es uno de los ingredientes básicos que exige la metodología de investigación.

## **4. Delimitación de la investigación**

### **4.1. Epistemológica**

El presente trabajo de investigación se ubica centralmente en el paradigma positivista, porque tiene como característica poner énfasis en la observación empírica, la verificación de teorías y leyes, y la búsqueda de regularidades causales.

La investigación positivista se basa en el uso de métodos cuantitativos y técnicas rigurosas para recopilar y analizar datos. Esto proporciona una base objetiva y verificable para la obtención de conocimiento científico.

Es importante reconocer que ningún paradigma es completamente objetivo o libre de sesgos. El paradigma positivista puede ser especialmente útil en la investigación científica, donde se busca explicar, predecir y controlar los fenómenos naturales (Herrera, 2024, p.3).

#### **4.2. Espacial**

El trabajo investigación tuvo como espacio de investigación a la Institución Educativa N° 82019 -La Florida, nivel secundaria del distrito, provincia y región Cajamarca, Perú.

#### **4.3. Temporal**

La investigación se desarrolló desde el mes de mayo del año 2024 hasta el mes de marzo del año 2025.

### **5. Objetivos de la investigación**

#### **5.1. Objetivo General**

Determinar la relación entre la inteligencia emocional el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **5.2. Objetivos específicos**

Determinar el nivel de inteligencia emocional de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Identificar el nivel de uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Analizar la relación entre la autoconciencia y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Determinar la relación entre la autorregulación y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Examinar la relación entre la motivación y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Evaluar la relación entre la empatía y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Determinar la relación entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1. Marco legal**

El marco legal dentro del cual se circscribe el desarrollo de competencias, dentro de ellas el desarrollo emocional de los estudiantes, está compuesto por la ley que aprueba el Currículo Nacional de Educación Básica en Perú, Resolución Ministerial N° 281-2016-MINEDU, publicada el 3 de junio de 2016; esta resolución establece el marco curricular para todos los niveles y modalidades de la Educación Básica en Perú. También constituyen parte del marco legal la Resolución Ministerial 649-2016 que aprueba los programas curriculares de inicial primaria y secundaria, y luego la Resolución Ministerial N° 159-2017-MINEDU que modificó el Currículo Nacional de Educación Básica y los programas curriculares de educación inicial, primaria y secundaria.

El currículo nacional define los aprendizajes que se espera que los estudiantes alcancen en cada nivel y modalidad de la educación básica, y establece los enfoques pedagógicos y las orientaciones para la enseñanza.

#### **2. Antecedentes de la investigación**

##### **2.1. Antecedentes internacionales:**

###### **Inteligencia Emocional**

More (2020), en su tesis denominada: “*La influencia de la inteligencia emocional en el rendimiento y el bienestar psicológico: El rol modulador de la autoestima*”, Universidad de Zaragoza; estudio realizado en una muestra de 23 estudiantes del tercer grado de educación infantil en Zaragoza, afirma que los resultados ponen de manifiesto la relevancia de la inteligencia emocional para el bienestar psicológico y la autoestima en el rendimiento académico. Aunque los resultados no fueron

significativos sugieren que la relación entre inteligencia emocional y el rendimiento fue positiva cuando la autoestima fue alta. Además, a mayor inteligencia emocional mayor ansiedad a excepción de los casos de alta autoestima que parece amortiguar el efecto. En segundo lugar, a mayores niveles de inteligencia emocional menores niveles de sintomatología de tipo depresivo y quejas somáticas con independencia de los niveles de autoestima (p. 6).

La conclusión a la que arribó More (2020) es que los niños con una autoestima más alta son aquellos con mayores niveles de inteligencia emocional. Aquellos niños con una mayor autoestima, obtienen mejores resultados académicos, aunque recalca que es poca la información en español que existe sobre la inteligencia emocional y es un tema del que todavía queda por investigar. El estudio termina haciendo hincapié en la importancia de las emociones en las personas y en los niños; por esta razón, manifiesta More (2020) que es imprescindible crear una buena base emocional desde la infancia con el objetivo que los niños crezcan en este aspecto lo que permitirá estructurar todo lo demás.

## **Redes Sociales**

El estudio realizado por Morocho y Marcel (2025), tesis titulada “*Redes sociales y su impacto en la inteligencia emocional en estudiantes de nivel bachillerato en una institución educativa fiscal de Alangasi en el período académico 2024-2025*”, se desarrolló en Quito, Ecuador, bajo un enfoque cuantitativo y correlacional. La muestra la conformaron 104 estudiantes de 16 a 17 años, de este total el 67,31% fueron mujeres y el 32,69% hombres. El objetivo principal fue identificar el

impacto del uso de redes sociales en la inteligencia emocional, empleando un cuestionario validado en Ecuador y el Inventario Emocional EQ-i:YV de Bar-On.

Entre los hallazgos más relevantes de Morocho y Marcel (2025), se encontró que: el 71,15% utiliza redes sociales a diario, principalmente TikTok (57,69%) e Instagram (19,23%), y que el 27,88% reportó impactos negativos en su bienestar emocional, como ansiedad o baja autoestima. Asimismo, se observó que el tiempo prolongado de conexión se asocia con niveles moderados en componentes intrapersonales e interpersonales de la inteligencia emocional (p. 70).

Este antecedente resulta relevante porque evidencia que el uso excesivo de redes sociales puede afectar el desarrollo socioemocional de los adolescentes, lo que refuerza la necesidad de implementar estrategias educativas orientadas a la autorregulación y al bienestar emocional. Además, constituye un aporte empírico para el contexto latinoamericano, ofreciendo datos que sustentan la relación entre tecnología y competencias emocionales. Esto lo convierte en una base sólida para nuevas investigaciones que busquen diseñar programas preventivos o comparar el impacto de las redes sociales en diferentes contextos educativos.

## **2.2. Antecedentes Nacionales:**

### **Inteligencia emocional**

Tarazona (2022), en su tesis denominada “*Inteligencia emocional y adicción a redes sociales en estudiantes de 4º y 5º de secundaria de Juanjuí, San Martín, 2021*”, refiere que su investigación tuvo como principal objetivo conocer la conexión entre el constructo de inteligencia emocional y la adicción a redes sociales, en una muestra de 203 estudiantes de 4º y 5º de secundaria cuyas edades

oscilaban entre los 14 a 18 años y la conclusión principal a la que arribó fue que existe una relación muy significativa e inversamente proporcional entre la adicción a las redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de 4to y 5to año de secundaria de Juanjuí, San Martín, 2021.

Tarazona (2022) también concluyó, respecto de las dimensiones de las variables que existe una relación altamente significativa e inversamente proporcional entre el factor de obsesión a redes sociales y la inteligencia emocional en los alumnos de 4° y 5° de secundaria de Juanjuí, que existe una relación inversamente proporcional pero no significativa entre el factor falta de control personal y la inteligencia emocional en los alumnos de 4° y 5° de secundaria de Juanjuí y por último que existe una relación altamente significativa e inversamente proporcional entre el factor de uso excesivo de las redes sociales y la inteligencia emocional en los alumnos de 4° y 5° de secundaria de Juanjuí, San Martin, 2021.

### **Redes sociales**

Alarcón (2021), en su tesis titulada “Adicción a redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de educación superior técnica”, desarrollada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, tuvo como propósito analizar la relación entre las variables: adicción a redes sociales e inteligencia emocional. El referido estudio se realizó con una muestra no probabilística conformada por 279 estudiantes de educación superior técnica, cuyas edades fluctuaron entre los 18 a 23 años. Los resultados obtenidos evidenciaron una correlación negativa entre los factores de Adicción a Redes Sociales y las dimensiones de la inteligencia emocional. Asimismo, se identificó que las mujeres suelen valorar más las

emociones de los demás y los estudiantes que pasan mayor tiempo de conexión a internet tienden a mostrar mayores niveles de adicción a las redes sociales.

En síntesis, la conclusión más importante a la que arribó el estudio de Alarcón (2021) fue que “las dimensiones de la escala Adicción a Redes Sociales se correlacionan débil y parcialmente con las dimensiones de inteligencia emocional” (p.16).

### **2.3. Antecedentes Locales**

#### **Inteligencia Emocional**

Briones (2020), en su trabajo de tesis titulado “La inteligencia emocional y el desarrollo de competencias gerenciales de las empresas ADEFOR, COSID S.R.L, empresa SOLUCIONES Y SERVICIOS S.A.C – Cajamarca 2019”, se propuso hallar la relación entre la inteligencia emocional y el desarrollo de las Competencias Gerenciales de las empresas ADEFOR, COSID S.R.L, empresa soluciones y servicios S.A.C – Cajamarca – 2019; en una muestra constituida por 20 gerentes de las referidas empresas que operan en la ciudad de Cajamarca; halló que el 60% de los gerentes, que tienen inteligencia emocional media desarrollan Competencias Gerenciales moderadas en las empresas, por otro lado, el 15% de los gerentes, que ostentan inteligencia emocional alta desarrollan Competencias Gerenciales eficientes en las empresas, asimismo, el 5% de los gerentes, que se calificaron con inteligencia emocional baja desarrollan Competencias Gerenciales deficientes en las empresas ADEFOR, COSID S.R.L, empresa SOLUCIONES y SERVICIOS S.A.C – Cajamarca.

El estudio concluyó que existe relación significativa entre la inteligencia emocional y el desarrollo de las competencias gerenciales” (p. 110).

## **Redes sociales**

Tanta (2022); en su investigación titulada “Relación entre el uso de las redes sociales y la ortografía en los estudiantes de tercer grado de la Institución Educativa Manuel Prado”, realizada en Santa Bárbara, Los Baños del Inca – Cajamarca durante el año 2021, tuvo como objetivo general determinar el nivel de relación existente entre el uso de las redes sociales y la ortografía en los estudiantes de tercer grado de la referida institución. El estudio se realizó con una muestra no probabilística conformada por 37 estudiantes. Los hallazgos permitieron concluir que existe una relación moderada entre el uso de redes sociales, específicamente WhatsApp y Facebook, y los problemas de ortografía, siempre que estas plataformas sean empleadas bajo criterios orientados al aprendizaje y al desarrollo de competencias. También se evidenció que no existe una relación significativa entre el uso de las redes sociales y la escritura de letras en los estudiantes del tercer grado de la institución educativa, encontrando evidencias estadísticas que ambas variables se comportan de manera independiente (p. 77).

### **3. Marco epistemológico de la investigación**

Debido a la naturaleza de la tesis y en el nivel en el que se sitúa, nivel correlacional, el marco epistemológico que lo envuelve está basado en paradigmas que permiten explorar las relaciones entre variables sin necesariamente establecer causalidades. Los paradigmas dentro de este marco son:

*Positivismo:* Este enfoque se centra en la observación y medición de datos. En investigaciones correlacionales, se utilizan métodos estadísticos para analizar la relación entre variables, buscando patrones que puedan ser generalizables a través de muestras representativas (Herrera 2024).

*Enfoque Cuantitativo:* El enfoque cuantitativo se aplica al estudiar fenómenos que pueden medirse numéricamente (como edad, peso o nivel de hemoglobina). Utiliza herramientas estadísticas para analizar los datos y busca describir, explicar, predecir y controlar dichos fenómenos de manera objetiva. Sus conclusiones se basan en la cuantificación rigurosa de la información, empleando el método hipotético-deductivo en la recolección, análisis e interpretación de los resultados.

Es por todo lo referido este enfoque tiene un mayor campo de aplicación dentro de las ciencias naturales como la biología, química, física, neurología, fisiología, psicología, etc. (Sánchez, 2019).

#### **4. Marco teórico científico de la investigación**

##### **4.1. Modelos de inteligencia emocional**

La revisión teórica que se realiza en este acápite tiene base en las conceptualizaciones realizadas por Galton, Binet, Stemberg Thurstone, Thordinke y Gardner, quienes lograron cimentar la génesis de la inteligencia emocional como un constructo teórico introducido por primera vez en la literatura científica en los años noventa. Los modelos de inteligencia emocional más representativos según Jalier y Díaz (2012), son: el modelo de habilidad mental - Ability Based - desarrollado por Mayer y Salovey; el modelo de las competencias emocionales de Goleman y el modelo de inteligencia emocional social de Bar-On.

## **Modelo de Inteligencia Emocional basado en la habilidad mental de Mayer y Salovey**

El modelo de cuatro ramas de inteligencia emocional o modelo de habilidad Mayer y Salovey (1997) se encuentra dividido en cuatro ámbitos, ordenados principalmente en forma jerárquica: 1) percibir, valorar y expresar emociones con exactitud; 2) acceder o generar sentimientos que faciliten el pensamiento; 3) comprender emociones y el conocimiento emocional; 4) regular las emociones promoviendo un crecimiento emocional e intelectual (Mayer y Salovey, 1997).

1. Percepción, evaluación y expresión de las emociones: en primer término, se hace referencia a la capacidad de percibir las emociones en sí mismos y en los demás. Dicha habilidad es considerada importante debido a que una valoración correcta de las emociones hace que el individuo pueda distinguir entre expresiones emocionales reales o fingidas con relación a la situación vivida. Se trata, entonces, de la precisión con la cual un individuo puede identificar las emociones en un contexto emocional específico (Mayer & Salovey, 1997).

Quien tenga esta habilidad bien desarrollada podrá identificar las expresiones emocionales en los demás, para así modificar y regular su propio comportamiento. Además, el individuo podrá dar respuesta con mayor velocidad con relación a su propio estado emocional y poder expresarlo adecuadamente a los demás (Mayer y Salovey, 1997).

2. Utilizar las emociones para facilitar el pensamiento: en este punto se hace referencia a la capacidad de utilizar las emociones para potenciar y dirigir el pensamiento y para dirigir la creatividad y la resolución de problemas. En otras palabras, se trata de integrar las emociones en los procesos perceptivos y cognitivos. Con esto se

quiere indicar que las emociones influencian los procesos cognitivos actuando sobre la resolución de problemas y la toma de decisiones. Esta capacidad se puede entender, si se observa cómo esta evoluciona a lo largo del arco de la vida; por ejemplo, un niño llora por la necesidad de alimentarse o la solicitud de protección; las emociones prosiguen su desarrollo logrando con el tiempo direccionar la atención hacia la información de mayor relevancia. De esta misma forma se logra individuar otro aporte de las emociones al pensamiento; según Mayer & Salovey (1997), la capacidad de generar, sentir, manipular y examinar las emociones, con el fin de entenderlas mejor, lo cual puede ayudar a una persona en la toma de decisiones entre las diferentes posibilidades en el arco de la vida del individuo.

3. Comprender y analizar las emociones. Utilizar el conocimiento emocional: en este tercer punto se hace referencia a la capacidad de comprender la combinación de diversas emociones y la transición emocional, es decir, cómo una emoción se puede transformar en otra, y de analizar las emociones en cada uno de sus componentes. Se trata de la capacidad que tiene un individuo de distinguir entre varias emociones, comprender las relaciones que hay entre ellas, de identificación de las consecuencias de las emociones, de comprender las emociones complejas, los estados emocionales contradictorios y la concatenación de las emociones (Mayer y Salovey, 1997).
4. Regulación reflexiva de las emociones en el promover el crecimiento emocional e intelectual: aquí se hace referencia a la capacidad de gestionar las emociones propias y las de los demás. Se trata de una habilidad muy importante, en cuanto influencia el bienestar del individuo y su capacidad de comportarse adecuada y eficazmente en las situaciones estresantes de la vida cotidiana, moderando las emociones negativas y valorando las positivas, con el objetivo de lograr una buena

y adecuada adaptación. A este nivel corresponde la capacidad de tolerar y agrupar las emociones cuando estas son experimentadas, independientemente de la naturaleza de la emoción - agradable o desagradable.

### **El modelo de las competencias emocionales de Goleman**

El modelo desarrollado por Goleman define a la inteligencia emocional como una capacidad para identificar y regular las propias emociones, así como para automotivarse y gestionar de manera adecuada las relaciones interpersonales. Afirma que la inteligencia emocional es un factor mucho más determinante que el cociente intelectual, debido a que las actitudes emocionales son una metahabilidad que determina cuán bien logramos utilizar nuestras capacidades, incluidas las del intelecto. El modelo de las competencias emocionales (CE), Goleman (1995), comprende una serie de competencias que facilitan a las personas el manejo de las emociones hacia uno mismo y hacia los demás. Las competencias de la Inteligencia Emocional que propone Goleman y que en este estudio son consideradas como dimensiones de la variable inteligencia emocional, son:

#### ***Autoconocimiento:***

Capacidad para reconocer y entender las propias emociones.

Implica una evaluación honesta de las propias fortalezas y debilidades, como el:

- Reconocimiento de emociones propias.
- Autoevaluación precisa

#### ***Autoregulación:***

Habilidad para manejar las emociones y reacciones impulsivas.

Incluye la capacidad de pensar antes de actuar y mantener la calma bajo presión, es decir implica:

- Control emocional
- Adaptabilidad

### ***Motivación:***

Impulso interno para alcanzar metas y objetivos.

Se relaciona con la pasión por el trabajo y la búsqueda de la mejora continua, incluye:

- Orientación al logro.
- Iniciativa

### ***Empatía:***

Capacidad para comprender y compartir los sentimientos de los demás.

Es crucial para establecer relaciones interpersonales efectivas y gestionar conflictos, esta incluye:

- Comprensión emocional
- Preocupación por los demás

### ***Habilidades Sociales:***

Incluye la capacidad para comunicarse claramente, inspirar a otros y trabajar en equipo.

Se centra en construir relaciones saludables y gestionar redes sociales efectivamente, incluye:

- Comunicación asertiva
- Resolución de conflictos

Las referidas competencias no solo son básicas para el éxito profesional, sino que también juegan un papel decisivo en el ámbito educativo, en este campo numerosas investigaciones han demostrado que su desarrollo mejora el rendimiento académico y el bienestar emocional de los estudiantes.

### **Bar-On: modelo de la inteligencia emocional social**

Por otro lado, Bar-On ha ofrecido una definición alternativa de la Inteligencia Emocional, fundamentada en los aportes de Salovey y Mayer. Este autor concibe la Inteligencia Emocional como un conjunto de capacidades no cognitivas, competencias de habilidades aprendidas que influyen en la manera en que las personas afrontan de forma efectiva las exigencias y presiones del entorno. No obstante, Bar-On citado por Di Caro y D'Amico (2008); refiere que esta definición es la que representa más controversia debido al uso que el autor hace del término capacidades “no cognitivas” en cuanto se relaciona con la inteligencia emocional. El modelo desarrollado por Bar-On introduce el término cociente emocional (EC), el cual, relacionado con la Inteligencia Emocional, señala que la esfera emocional y la cognitiva contribuyen en igual medida a las potencialidades de una persona; es decir que esta confluencia explica cómo un individuo lleva cabo sus relaciones interpersonales y también con su ambiente. Bar-On, con el objeto de sostener su afirmación, ha conducido estudios que buscan la relación de la Inteligencia Emocional con la salud física y psicológica, la interacción social, el rendimiento escolar y laboral, bienestar subjetivo y la realización del ser. De esta misma forma el modelo ha encontrado su aplicabilidad en diversos contextos, como el laboral, educativo, médico clínico y de investigación en programas de prevención. Por otro lado, los expertos que han puesto en discusión el modelo de Bar-On, se refieren en

fuerte medida a la interrogante que suscita la etiqueta de la dimensión psicológica, que describe el modelo con el término Inteligencia Emotiva como un conjunto de características personales ligadas a las emociones.

#### **4.2. ¿Qué son las redes sociales?:**

En el entorno virtual las redes sociales se configuran como plataformas y aplicaciones digitales que funcionan en distintos ámbitos, tales como el profesional, social o relacional, y que facilitan permanentemente el intercambio de información, contenido y comunicación entre personas y/o empresas.

#### **¿Cuándo surgieron?**

De acuerdo con RD STACIÓN (2022), fue durante la década de 1990, con la masificación del acceso a Internet, cuando el concepto de red social se trasladó al ámbito virtual en ese contexto, SixDegrees.com creado en 1997, es reconocido por diversos autores como la primera red social moderna, debido a que permitía a los usuarios crear un perfil social y establecer conexiones con otros participantes, en una estructura similar a las plataformas actuales. Este sitio, llegó a reunir aproximadamente 3,5 millones de usuarios en su etapa de mayor popularidad, finalizó sus actividades en el año 2001; sin embargo, ya no constituía la única propuesta existente para ese momento.

Posteriormente a inicios del presente milenio, comenzaron a desarrollarse diversas plataformas orientadas a la interacción social en línea, entre las que destacan Friendster, MySpace o Orkut y hi5. Asimismo, en este periodo surgieron las redes sociales que continúan vigentes y con una amplia aceptación en la actualidad como LinkedIn y Facebook.

En un inicio pocos anticiparon el alcance e influencia que alcanzarían las redes sociales; no obstante, la necesidad de establecer vínculos y comunicarse con otras

personas de distintos lugares del mundo ha propiciado que tanto individuos como organizaciones se encuentren cada vez más integrados y dependientes de esas plataformas digitales.

### **Ventajas de las redes sociales**

Según Rdstation (2022), el uso de redes sociales Se ha generalizado a nivel mundial, integrándose de manera habitual en la vida cotidiana de las personas; esta situación ha convertido a dichas plataformas en espacios estratégicos para la presencia de marcas y empresas, las cuales buscar interactuar de forma directa con sus potenciales clientes y consumidores, generando diversas oportunidades favorables.

Entre los principales beneficios se encuentra la posibilidad de comunicar la identidad y visión de la empresa, ya que las redes sociales funcionan como vitrinas digitales que permiten difundir los valores y principios que orientan la actividad empresarial. Asimismo, estas plataformas facilitan la personalización de los mensajes y una interacción más cercana con los usuarios, lo que posibilita establecer relaciones directas, atender consultas, resolver inconvenientes y obtener información relevante sobre las necesidades del público

Del mismo modo, las redes sociales permiten la división de audiencias dado que los contenidos pueden orientarse a grupos específicos según sus características e intereses, optimizando así las estrategias de comunicación.

Finalmente, el análisis de la información que los usuarios comparten en estos entornos digitales brinda a las empresas la oportunidad de conocer mejor los gustos, preferencias y expectativas de sus clientes, fortaleciendo el vínculo con su público objetivo.

## **Desventajas de las redes sociales**

RD STATION (2022) refiere que, existe un reconocimiento generalizado que las redes sociales han incorporado nuevas formas de interacción y vinculación tanto entre personas como como mercados afines, también es necesario considerar los desafíos y riesgos asociados a su uso a medida que estas plataformas continúan expandiéndose y surgen nuevas redes sociales, las decisiones de consumo de bienes y servicios se ven cada vez más influenciadas por dichos entornos digitales, ejerciendo un impacto negativo en la personalidad de los usuarios y en sus comportamientos cotidianos. En este sentido, el uso de las redes sociales también presenta ciertas desventajas, entre las que se puede mencionar:

### **➤ Crisis y riesgos de imagen personal o profesional.**

De acuerdo con el Observatorio de RRHH, con sede en Chile, se estima que el “50% de los reclutadores revisa el perfil de Instagram de los postulantes antes de tomar una decisión para contratarlos. Asimismo, una de cada 5 empresas admite haber retirado en alguna ocasión a un candidato como resultado de su comportamiento o actividad en las redes sociales (RD STATION 2022).

### **➤ Ansiedad y desequilibrio emocional**

Según RD STATION (2022), la aplicación TikTok es utilizado en promedio 8 veces al día por los usuarios, mientras que de acuerdo con SocialPublic.com - plataforma automatizada que vincula marcas con influencers-, los jóvenes permanecen conectados a las redes sociales por más de 3 horas diarias. Asimismo, se señala que la interacción constante con estas plataformas estimula la liberación

de dopamina en el cerebro, neurotransmisor asociado a la sensación de bienestar, lo que puede derivar en conductas de dependencias del uso de redes sociales.

Expertos han concluido que nuestro cerebro huye del dolor y busca el placer; el cual lo encuentra en una foto “perfecta” tras varias horas de retoque gracias a las funciones de filtros como los que proporcionan Instagram.

Al parecer lo que menos importa en las redes sociales es la verdad y se rinde culto a las apariencias. En psicología se conoce como “deseabilidad social”, es decir, la predisposición a comportarnos de acuerdo con determinados patrones sociales que consideramos son correctos.

### ➤ **Inseguridad y ciberdelincuencia**

Ante la copiosa información que se consume en los entornos digitales las personas podemos perder la capacidad de distinguir entre contenidos reales y falaces activando respuestas predominantemente emocionales que nos vuelven más vulnerables ante numerosas publicaciones orientadas a la manipulación, el beneficio particular o la difusión de noticias falsas – “fake news”.

Desde sabotaje o piratería informática, pasando por robo de identidad y aumento del ciberacoso a jóvenes o niños, las redes sociales son plaza pública de fragilidad y carta abierta para hacer crímenes tan delicados como grooming o sexting (RD STATION 2022).

#### **4.3. ¿Cuáles son los tipos de redes sociales?**

Hay que descartar de plano que todas las redes sociales son todas iguales, definitivamente no lo son, según RD STATION (2022) se fraccionan en diferentes tipos, teniendo en cuenta el objetivo de los usuarios al crear un perfil. La clasificación que esta fuente propone es:

##### **➤ Red social de relaciones**

Es lógico pensar que todas las redes sociales han sido desarrolladas con el propósito que las personas se relacionen, pero eso no es cierto, aunque la gran mayoría si tengan este propósito, hay otras cuyos objetivos están enfocados en otros aspectos.

Ejemplos de redes sociales para relacionarse

Entre las principales redes sociales orientadas a la interacción y el establecimiento de relaciones interpersonales se encuentran diversas plataformas ampliamente utilizadas en la actualidad. En primer lugar, Instagram, que si bien suele asociarse con la difusión de imágenes vídeos y contenidos breves como los reels, se ha consolidado como un espacio que promueve la cercanía social, el entretenimiento y la realización de actividades convertidas con amigos y familiares.

Asimismo Linkedin se posiciona como la red social destinada a la construcción de vínculos profesionales, el fortalecimiento del networking y la atención de necesidades laborales tales como la incorporación de nuevos integrantes a equipos de trabajo o la organización de eventos empresariales. Por su parte, Twitter constituye un escenario de expresión social en el que se evidencian diversas posturas debates públicos y movimientos impulsados por múltiples comunidades desfavoreciendo la libertad de expresión y la interacción social.

Del mismo modo Tinder, aunque es reconocida, principalmente como una aplicación de citas se configura como una red social orientada a la interacción entre personas interesadas en establecer conversaciones y encuentros, facilitando el contacto social a partir de intereses compartidos. Finalmente, Facebook creada en el año 2004 por un grupo de estudiantes universitarios, surgió inicialmente como una plataforma exclusiva para estudiantes de la Universidad de Harvard y posteriormente se expandió otras instituciones y al público en general, con el propósito de conectar a personas a través de redes de amistades en común.

#### ➤ **Red social de entretenimiento**

Las redes sociales de entretenimiento se caracterizan porque su finalidad principal no es la interacción directa entre usuarios, sino el consumo de contenidos digitales en diversos formatos. En este tipo de plataformas, los usuarios participan principalmente como espectadores, accediendo a información de audiovisual o gráfica con fines recreativos. Entre los ejemplos más representativos se encuentra YouTube, considerada la mayor plataforma de distribución de videos a nivel mundial, cuyo propósito central es la publicación y visualización de contenidos audiovisuales. De manera similar, Pinterest funciona como un espacio para la difusión y consumo de imágenes, en el que los usuarios comparten ideas visuales y material gráfico de interés.

Así mismo, TikTok, es una de las plataformas más recientes de origen chino, ha transformado significativamente las dinámicas de producción y consumo de contenido digital mediante el uso de micro videos o videos de corta duración,

apuntándose como una red social de gran impacto, especialmente entre adolescentes y jóvenes.

### ➤ **Red social profesional**

Las redes sociales profesionales son aquellas plataformas en las que los usuarios buscan establecer y fortalecer vínculos de carácter laboral, difundir proyectos y logros profesionales, así como presentar su currículum, competencias y habilidades. Asimismo, estos espacios digitales facilitan, la obtención de recomendaciones oportunidades de empleo y el desarrollo de contactos estratégicos en distintos ámbitos profesionales

En ese contexto LinkedIn se posiciona como la red social profesional más reconocida y utilizada a nivel mundial, sin embargo, existen otras plataformas que han ido ganando relevancia tales como Bebee, Bayt, Xing y Viadeo. De manera complementaria, diversas redes sociales que no fueron diseñadas exclusivamente con fines profesionales también son empleadas para este propósito, entre ellas Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y Pinterest.

### ➤ **Red social de nicho**

Las redes sociales de nicho se caracterizan por estar orientadas a públicos específicos, los cuales pueden agruparse en función de una determinada profesión o de intereses particulares compartidos. Estas plataformas permiten la interacción entre usuarios que comparten afinidades comunes, favoreciendo el intercambio de experiencias y conocimientos especializado

Un ejemplo representativo es TripAdvisor, donde los usuarios califican y emiten opiniones sobre servicios y atractivos vinculados al ámbito gastronómico y

turístico. De igual manera DeviantArt y Behance constituyen comunidades digitales en la que los artistas visuales difunden y promocionan sus productos creativos. Asimismo, Goodreads se presenta como una red social dirigida a lectores, quienes pueden elaborar reseñas, valorar obras literarias y recomendar libros a otros usuarios

Estos casos ilustran sólo alguna de las redes sociales de nicho más reconocidas; sin embargo, ese tipo de plataformas abarcó un campo amplio y diverso con múltiples espacios especializados según los intereses de los usuarios.

#### **4.4. Otra Clasificación de redes sociales**

Las plataformas digitales de contenido instantáneo y social no se clasifican únicamente en función de sus objetivos de uso; también pueden diferenciarse según los formatos de contenido que emplean, las características de sus algoritmos - los cuales se ajustan progresivamente - y el significado o finalidad que las atribuyen los propios usuarios. En este sentido, dichas plataformas tienden a diversificarse conforme evolucionan sus dinámicas de uso,

Al respecto RD STATION (2022) señala que, a partir de este proceso de diversificación, algunas redes sociales pueden categorizarse como horizontales, mientras que otras se clasifican como verticales.

##### ***Redes sociales horizontales***

Este tipo de plataformas se caracteriza por ofrecer una amplia diversidad de formatos, usos e intereses. Un ejemplo representativo es Facebook, que mediante herramientas como Grupos, Fan Page, Marketplace y Watch permite que los usuarios no solo se conecten con sus contactos, sino que también amplíen sus

formas de consumo, transitando incluso de simples usuarios a potenciales compradores.

Estas características convierten a dichas plataformas en redes sociales generalistas, en las que confluyen públicos heterogéneos y cuya gestión y uso resultan accesibles y prácticos. La publicación de contenidos como fotografías, videos o comentarios se realiza de manera sencilla, lo que favorece una participación constante. Otros ejemplos de redes sociales que se incluyen en esta categoría son Twitter, Pinterest e Instagram.

### ***Redes sociales verticales***

Las redes sociales verticales se caracterizan por centrarse en intereses específicos o altamente especializados, lo que determina que su público objetivo sea más delimitado y participe en estas plataformas con una finalidad concreta. En este tipo de redes, los usuarios buscan experiencias, información especializada y aportes provenientes de otros miembros que comparten el mismo interés, con el propósito de ampliar el conocimiento en un ámbito determinado.

Asimismo, estas plataformas pueden clasificarse de acuerdo con distintos criterios. Desde la temática, redes como LinkedIn priorizan la difusión de contenidos de carácter profesional. En función de la actividad, existen plataformas como Foursquare, que, a partir de la ubicación geográfica del usuario, permiten acceder a reseñas y valoraciones de restaurantes o destinos turísticos, facilitando la toma de decisiones para futuras visitas. Por otro lado, según el tipo de contenido predominante, plataformas como YouTube o Vimeo destacan por el consumo de

material audiovisual, especialmente videos, constituyéndose en referentes dentro de este formato.

#### **4.5. Aproximación al uso de las redes sociales en internet desde una revisión teórica**

Las redes sociales cuyo habitat es el Internet se han agregado de manera importante a la vida de los seres humanos, de modo que se encuentran presentes ubicuamente, en todos las esferas. Cadena et al. (2018) considera el uso de las redes sociales en diferentes contextos: 1.- la comunicación interna de las organizaciones, 2.- la mercadotecnia, publicidad y comercio, 3.- la esfera cultural, y 4.- en el contexto educacional.

##### **➤ La comunicación interna de las organizaciones**

La comunicación interna constituye un eje fundamental en la gestión y dirección de cualquier organización. La incorporación de las redes sociales en el ámbito empresarial favorece una mayor eficacia comunicativa y optimiza la interacción entre personas que comparten objetivos comunes. En este punto, un trabajador que se siente escuchado e involucrado en el logro de las metas institucionales demuestra mayor satisfacción y compromiso laboral en comparación con aquel que percibe indiferencia por parte de la organización.

Las redes sociales se han consolidado como un canal estratégico de comunicación interna, ya que permiten a los colaboradores aportar ideas y opiniones relacionadas con aspectos organizativos. Por ello, numerosas organizaciones valoran positivamente su incorporación como herramienta para fortalecer la comunicación interna, siempre que se trate de plataformas de uso corporativo e interno. Estas redes facilitan la creación de grupos de trabajo, la generación de debates y el intercambio

ágil de información dentro de la empresa, sustituyendo, en muchos casos, el uso excesivo del correo electrónico por espacios colaborativos en los que los empleados, en lugar de interactuar con amigos, se vinculan con compañeros de trabajo para el desarrollo de proyectos comunes.

Entre los principales beneficios que obtienen las organizaciones al emplear redes sociales en su comunicación interna se encuentra el fortalecimiento del compromiso de los empleados, dado que estas plataformas permiten una comunicación constante, incluso cuando los colaboradores se encuentran en distintas ciudades o países. La difusión oportuna de noticias e información institucional genera un sentido de pertenencia que incrementa el compromiso con la organización.

Asimismo, las redes sociales promueven el intercambio de conocimientos y el trabajo colaborativo, ya que posibilitan una comunicación bidireccional que favorece la cooperación entre los empleados. Este flujo de información contribuye a generar confianza, mejorar la efectividad de los equipos de trabajo y optimizar los procesos organizativos.

Del mismo modo, el uso de redes sociales fortalece la imagen corporativa, al proyectar a la organización como una entidad alineada con los avances tecnológicos, lo cual constituye una ventaja competitiva y refuerza la motivación y el compromiso de los empleados con la cultura institucional. En relación con ello, estas plataformas también facilitan la difusión de los valores y principios organizacionales, influyendo positivamente en los colaboradores, quienes a su vez pueden transmitir dicha cultura a los clientes.

Finalmente, las redes sociales contribuyen a una mayor claridad en la información interna, ya que permiten resolver dudas de manera oportuna y recibir retroalimentación de los empleados, orientando sus acciones hacia los objetivos estratégicos de la organización. Además, desde una perspectiva económica, estas herramientas posibilitan una gestión más eficiente y menos costosa de la comunicación interna, reduciendo el tiempo y los recursos que tradicionalmente se requieren para mantener una comunicación fluida en organizaciones de gran tamaño.

#### ➤ **El uso de las redes sociales en la mercadotecnia, publicidad y comercio**

Las redes sociales no solo han transformado la manera en que las personas interactúan entre sí, sino también la forma en que se vinculan con las empresas y las marcas. Este cambio en los hábitos sociales ha generado una profunda evolución del marketing en los últimos años, obligándolo a adaptarse para aprovechar al máximo las nuevas dinámicas digitales. Inicialmente, este proceso dio lugar al comercio electrónico o e-commerce; sin embargo, con el avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), el incremento del ancho de banda y, especialmente, la masificación del uso de las redes sociales, comenzó a generalizarse el término marketing 2.0, empleado para describir nuevas estrategias y escenarios de aplicación del marketing tradicional. Posteriormente, Philip Kotler amplió este enfoque al introducir el concepto de marketing 3.0, centrado en valores, experiencias y participación activa del consumidor.

En este contexto, el usuario de las redes sociales deja de ser un mero receptor de contenidos para convertirse en un actor activo dentro del proceso comunicativo. Su participación no se limita a su condición de nativo digital, sino que asume un rol protagónico en la construcción de la imagen de marca, ya sea frente a situaciones positivas o negativas, dando lugar a un modelo de comunicación bidireccional. De este modo, el usuario cumple funciones como compartir experiencias, interactuar con las marcas, aportar ideas y actuar como promotor o conocedor de los productos o servicios ofrecidos.

Asimismo, las redes sociales se han consolidado como un canal publicitario relevante y como una nueva cultura empresarial para los microempresarios, al constituir un medio interactivo con alto potencial de crecimiento en cualquier etapa del ciclo de vida del negocio. Esto se debe, en gran medida, a que la información y los estudios de mercado que pueden obtenerse a través de estas plataformas permiten reducir costos, identificar las necesidades de los consumidores, optimizar estrategias y fomentar la generación de ideas creativas.

En ese sentido, las redes sociales ofrecen importantes beneficios a las microempresas, ya que representan una alternativa económica para la difusión publicitaria, contribuyen al posicionamiento de la marca y favorecen la participación y rentabilidad del negocio. Estos factores incrementan las oportunidades comerciales para emprendimientos en crecimiento, considerando que la publicidad en medios tradicionales suele implicar mayores costos.

No obstante, el éxito de la publicidad en redes sociales depende de una adecuada gestión, control y moderación de los espacios de interacción. La pauta publicitaria en estas plataformas resulta accesible económicamente y se articula con los avances tecnológicos y la innovación, lo que permite satisfacer tanto las expectativas del usuario como del microempresario. Con una inversión reducida, es posible mantener presencia digital, realizar estudios de mercado demográficos, monitorear interacciones, analizar comentarios y evaluar el entorno general.

De manera paralela, muchas empresas han trasladado sus puntos de venta al entorno digital, convirtiendo a Internet en un nuevo canal de distribución. Este proceso ha impulsado el crecimiento del comercio electrónico, entendido como la compra y venta de bienes y servicios a través de la red. En consecuencia, el marketing ha experimentado una notable transformación en los últimos años, dando lugar al denominado marketing online.

Lo que inicialmente surgió como una herramienta orientada a fortalecer la imagen de marca y atraer nuevos clientes, ha evolucionado hasta convertirse en un mecanismo de venta directa cuando se gestiona de forma adecuada. Diversas empresas han encontrado en las redes sociales un entorno propicio para el desarrollo de campañas promocionales, tales como descuentos exclusivos, sorteos, concursos y promociones dirigidas a sus seguidores. La correcta combinación de estas estrategias ha posicionado a las redes sociales como instrumentos eficaces de comercialización.

En este escenario, adquiere especial relevancia la figura del Community Manager, un perfil profesional que ha incrementado su importancia y complejidad. Actualmente, este rol no se limita a la administración de perfiles sociales y a la construcción de la imagen corporativa, sino que también asume funciones comerciales orientadas a la conversión y venta final de los productos o servicios de la empresa.

#### ➤ **El uso de las redes sociales en el sector cultural**

Las redes sociales facilitan a las instituciones culturales la interacción directa con sus públicos, permitiéndoles recoger opiniones, conocer mejor a los usuarios y establecer vínculos sostenidos en el tiempo. A través del análisis de los comentarios y la participación de los seguidores, estas instituciones pueden identificar áreas de mejora y obtener información estadística de manera accesible. En este sentido, el propósito central del uso de las redes sociales en el ámbito cultural es la construcción de comunidades culturales sólidas, en las que las instituciones o iniciativas culturales actúan como agentes dinamizadores del intercambio de experiencias. Este proceso genera, de forma inmediata, un mayor compromiso y cercanía con el público, así como una amplia difusión de las actividades culturales, superando el alcance de otros medios de comunicación y a un costo considerablemente menor.

Entre las principales estrategias de uso de las redes sociales en el sector cultural destacan los concursos, los cuales se constituyen en un recurso frecuente para fortalecer y dinamizar las comunidades digitales debido a su efectividad y amplia aceptación. Asimismo, las plataformas basadas en contenido visual, como YouTube

e Instagram, pueden emplearse como espacios de co-creación colectiva, mientras que otras redes como Twitter o Facebook funcionan como nuevos escenarios para la producción y difusión de obras culturales, ya sean literarias, teatrales o de danza.

De igual modo, las redes sociales permiten que los seguidores compartan públicamente su apoyo a iniciativas culturales, incentivando la participación de otros usuarios. Este efecto multiplicador ha tenido un impacto significativo en el concepto de “cultura compartida”, al facilitar la concreción de proyectos culturales que, en muchos casos, habían sido descartados o considerados inviables.

En este contexto, las redes sociales representan una oportunidad estratégica para las instituciones culturales que buscan difundir sus actividades y consolidar comunidades en torno a intereses comunes. Al respecto, el Grupo de Marketing y Capacitación de México propone una serie de recomendaciones para el uso adecuado de estas plataformas en el ámbito cultural. Entre ellas, se destaca la necesidad de fortalecer la cultura digital dentro de la institución, de modo que todos sus integrantes comprendan y valoren el carácter bidireccional de la comunicación con el público, atendiendo de manera constante sus consultas e intereses relacionados con la oferta cultural.

Asimismo, se resalta la importancia de la publicidad en redes sociales como una herramienta clave para la difusión cultural. Plataformas como Facebook ofrecen alternativas publicitarias flexibles que permiten ampliar la comunidad de seguidores y comunicar eficazmente los eventos culturales, con la ventaja adicional

de contar con métricas precisas para evaluar el impacto de las campañas, a diferencia de la publicidad impresa tradicional.

Por otro lado, se enfatiza que los responsables de la gestión de redes sociales deben poseer un conocimiento profundo de la oferta cultural, así como habilidades comunicativas y una adecuada corrección lingüística, dado que el Community Manager actúa como el principal representante de la institución ante el público digital. De igual forma, resulta indispensable contar con un manual de uso que defina el estilo comunicativo, el tono de las publicaciones y la forma de interacción con la comunidad, considerando las características y expectativas del público objetivo.

Finalmente, se recomienda integrar las redes sociales como parte de una estrategia global de difusión, articulada con otras acciones de comunicación en medios digitales, impresos y prensa, así como analizar experiencias exitosas de otras instituciones culturales y promover el desarrollo de aplicaciones que faciliten el acceso a contenidos culturales desde dispositivos móviles.

#### ➤ **El uso de las redes sociales como estrategia de aprendizaje**

La influencia de las redes sociales en el ámbito educativo resulta cada vez más significativa, considerando que en la actualidad gran parte de la información relevante y de las tendencias emergentes en los ámbitos sociopolítico, económico y educativo circula a través de estos entornos digitales. En este contexto, la integración a las redes sociales se vuelve un aspecto fundamental no solo para

docentes y estudiantes, sino también para todos los integrantes de la comunidad educativa.

Las herramientas propias de la Web 2.0 ofrecen una ventaja relevante para el desarrollo del aprendizaje colaborativo, ya que se caracterizan por ser plataformas de acceso gratuito y de fácil uso. Estas herramientas favorecen la motivación y el interés de los estudiantes, al tiempo que facilitan la implementación de estrategias orientadas a mejorar los procesos de aprendizaje. En diversas universidades a nivel mundial, el uso de las redes sociales ha contribuido a fortalecer la comunicación y el trabajo colaborativo, introduciendo nuevas dinámicas de interacción entre los actores involucrados en la formación académica.

Asimismo, las redes sociales posibilitan el contacto con personas referentes o especialistas que pueden aportar información y recursos en distintos ámbitos, eliminando barreras geográficas y ampliando las oportunidades de acceso al conocimiento, lo que anteriormente resultaba difícil de alcanzar.

Entre los principales beneficios del uso de las redes sociales en el trabajo educativo con los estudiantes se encuentra la posibilidad de concentrar en un solo espacio las actividades académicas, la interacción entre docentes y alumnos, y los recursos educativos de una institución. Del mismo modo, estas plataformas fortalecen el sentido de pertenencia a la comunidad educativa, al generar una mayor cercanía entre los actores del proceso formativo.

Además, el empleo de las redes sociales contribuye a mejorar el clima de trabajo, ya que permite a los estudiantes crear y gestionar sus propios intereses de aprendizaje, así como desarrollar actividades relacionadas con sus procesos educativos. También se observa una mayor fluidez y sencillez en la comunicación entre docentes y alumnos, lo que optimiza el intercambio de información.

Por otro lado, las redes sociales favorecen un uso más eficiente y práctico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), al actuar como espacios integradores de personas, recursos y actividades, especialmente cuando su uso se generaliza dentro de las instituciones educativas. Asimismo, facilitan la coordinación y el trabajo de distintos grupos de aprendizaje, como aulas, asignaturas o equipos de estudiantes, mediante la creación de comunidades o grupos virtuales específicos.

En este sentido, las redes sociales y, en general, las herramientas de la Web 2.0 pueden considerarse una estrategia de aprendizaje, ya que cumplen la función de facilitar el acceso a la información y promover la integración y la comunicación. De manera voluntaria, los estudiantes pueden incorporarse a estos espacios digitales, otorgando un valor añadido a sus procesos de aprendizaje y fortaleciendo su participación activa.

## **5. Definición de términos básicos**

### **5.1. Definiciones de Inteligencia Emocional**

En palabras de Daniel Goleman (1995), la Inteligencia Emocional es definida como la capacidad de reconocer los propios sentimientos y los de los demás, de

automotivarnos y de operar adecuadamente las relaciones interpersonales. Sus componentes incluyen la autoconciencia, la autorregulación, la motivación, la empatía y las habilidades sociales (Boyatzis et al., 1999).

En 1997 John D. Mayer y Peter Salovey proponen un modelo que conceptualiza la inteligencia emocional como un conjunto de habilidades, como la percepción emocional, la facilitación emocional, la comprensión emocional y la regulación emocional (Sharma y Dhani, 2016).

Reuven Bar-On (1997), definió la inteligencia emocional como un conjunto de competencias, habilidades y facilitadores que influyen en la capacidad de un individuo para tener éxito en las exigencias e imposiciones del entorno. Su modelo incluye aspectos como la autoconciencia emocional, el asertividad, la empatía, el manejo del estrés y la adaptabilidad (Sinha, 2004).

## **5.2. Definición de redes sociales**

Boyd y Ellison (2007) definen las redes sociales como servicios fundamentados en la web que posibilitan a los usuarios crear un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, establecer una lista de otros usuarios con quienes mantienen algún tipo de vínculo y explorar tanto sus propias conexiones como las establecidas por otros miembros de la plataforma. Asimismo, señalan que la naturaleza y la denominación de dichas conexiones pueden variar según las características de cada sitio web.

Un aspecto distintivo de las redes sociales, subrayan Boyd y Ellison (2007), permiten a los usuarios articular y hacer visibles sus redes sociales, lo que puede resultar en conexiones que de otro modo no se habrían formado. Sin embargo, la práctica principal en muchas de estas plataformas no es necesariamente conocer a nuevos amigos, sino mantener y fortalecer relaciones existentes.

Desde su origen etimológico la palabra red, proviene del latín rete, que significa: “trabado en forma de malla”, “conjunto de elementos organizados”, “cadena de objetos” o “conjunto de personas relacionadas”. Al ser un término polisémico puede ser utilizado de diferentes maneras en distintos contextos, por ejemplo, una red de pescar, una red de farmacias, una red eléctrica, una red ferroviaria, una red de narcotraficantes, una red telefónica o una red de dispositivos electrónicos, entre otros. No obstante, ello estas diferentes connotaciones tienen algunos elementos que le son comunes, como por ejemplo la idea de “conjunto de elementos”, “conexión entre esos elementos”, “forma de estructura organizada”, e “intercambio de información en forma multilateral”. De allí refiere Ruiz (2016) que una red social pudiera ser definida como un conjunto de personas de diferentes edades y sexo, que pueden estar vinculadas entre sí por lazos afectivos, laborales, comerciales, políticos, académicos o de otra naturaleza, que interactúan verbalmente a nivel nacional o mundial y comparten contenidos en diferentes formatos, mediante dispositivos electrónicos conectados a internet.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **1. Caracterización y contextualización de la investigación.**

##### **1.1. Descripción del perfil de la institución educativa:**

La Institución Educativa pública de menores N° 82019 – La Florida - de Educación Básica Regular, nivel secundario se encuentra ubicado en la Avenida Atahualpa N° 200 de la ciudad, distrito, provincia y región Cajamarca, a una altitud de 2714 m.s.n.m.; con latitud de -7.16506000 y longitud de -78.50949000, con código modular 1719202 y código de local 094225.

Sus límites son:

Por el norte con la compañía de bomberos N° 59

Por el sur con la Avenida la Paz

Por el este con la I.E.I 011

Por el oeste con la I.E. de varones Dos de Mayo.

##### **1.2. Visión:**

Ser una institución educativa, inclusiva, intercultural, emprendedora, segura, saludable y forjadora de una educación de calidad, mejorando las prácticas de gestión institucional y pedagógica, reconocida como una de las mejores en la región de Cajamarca. Promueve un liderazgo participativo, impartiendo una educación integral con enfoque por competencias, encaminados al logro del perfil de egreso fijado en el currículo nacional, con docentes calificados y comprometidos.

##### **1.3. Misión:**

Somos una institución educativa pública, que presta servicio de educación básica regular, en zona urbana de la ciudad de Cajamarca, brindando atención escolar a niños, niñas y adolescentes, en los niveles de educación primaria y secundaria,

respectivamente, ejerciendo una educación integral mediante el desarrollo de competencias propuestas en el Currículo Nacional del Ministerio de Educación, en el marco de los enfoques: intercultural, de derechos, de igualdad de género, ambiental, de orientación al bien común, de inclusión o atención a la diversidad y de búsqueda de la excelencia; mediante el desarrollo de proyectos vivenciales y la práctica del pensamiento crítico en la resolución de problemas, con la participación activa y comprometida de los diferentes agentes educativos.

#### **1.4. Breve reseña histórica de la institución educativa.**

La Institución Educativa N.º 82019 La Florida fue creada el 15 de abril de 1965 mediante la Resolución Ministerial N.º 1294, inicialmente bajo la denominación de Escuela Primaria de Varones N.º 1273, teniendo como primer director al profesor Juan Cerna Céspedes. En sus inicios, la institución brindó atención educativa a la comunidad en un local alquilado, propiedad del señor Pelayo Salazar Vargas, ubicado en el jirón Salaverry del barrio La Florida, en la ciudad, provincia y región Cajamarca.

En el año 1968, la institución se trasladó a un local propio situado en el jirón Quiñones N.º 107, en el barrio Miraflores. Posteriormente, la Zona de Educación N.º 12 de Cajamarca dispuso el cambio de numeración de la institución, asignándole la denominación actual N.º 82019, así como la ampliación del servicio educativo para estudiantes de ambos sexos.

En mayo de 1981, la plana docente impulsó la gestión para la donación de un terreno y ambientes más amplios, ubicados en la avenida Atahualpa N.º 200, pertenecientes a la Empresa Minera Michiquillay, con la finalidad de mejorar la

infraestructura y ofrecer un servicio educativo adecuado a la población del barrio La Florida. Esta gestión se concretó mediante la Resolución Suprema N.º 049-81, a través de la cual la institución ocupó oficialmente el nuevo local el 28 de agosto de 1981. En dicho espacio, los gobiernos, en coordinación con las autoridades educativas, desarrollaron la construcción del actual complejo educativo en diversas etapas, con el apoyo de la Asociación de Padres de Familia y recursos propios de la institución.

Finalmente, mediante la Resolución Directoral Regional N.º 5972, de fecha 18 de diciembre de 2015, se autorizó la ampliación del servicio educativo mixto en el nivel secundaria de la Institución Educativa N.º 82019 La Florida, iniciando su funcionamiento en el año 2016 con la apertura de seis secciones de primer grado en el turno tarde.

### **1.5. Características demográficas y socioeconómicas**

Actualmente, la institución educativa cuenta con 01 director, 04 sub directores, 93 docentes, 03 auxiliares de educación, 09 personal administrativo, quienes atienden a una población escolar de 1350 estudiantes del nivel primaria distribuidos en 42 secciones de primero a sexto grado en turno de mañana y 959 estudiantes entre varones y mujeres del nivel secundaria, distribuidos en 30 secciones de primer a quinto grado, en turno de la tarde.

Respecto a la población que es usuaria del servicio educativo, en lo concerniente a su condición socioeconómica son en su mayoría de condición humilde, siendo los estratos socioeconómicos C, D y E los que caracterizan la población educativa.

## **1.6. Características culturales y ambientales**

Por estar ubicada dentro de la ciudad de Cajamarca la cultura que la envuelve responde a un pueblo de los andes, con actividades de comercio en sus alrededores, pero también con producción propia de los andes tales como la papa, el maíz, el frijol, las arvejas, las avas, el chocho o tarwi entre otros. También la institución educativa responde en cuanto a características ambientales a una zona andina en donde la actividad minera es la que moviliza parte de la actividad económica.

También es ineludible referirse a Cajamarca como una zona turística en la cual miles de viajeros son recibidos principalmente en los meses de julio a diciembre, siendo esta su principal fuente de ingresos de muchos de los padres de familia y estudiantes de la institución educativa

## **2. Hipótesis de investigación.**

### **2.1. Hipótesis General:**

Existe una relación significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

### **2.2. Hipótesis Específicas:**

Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca año 2024, presentan un nivel de inteligencia emocional bajo.

Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca año 2024, presentan un nivel alto de uso de redes sociales.

Existe una relación inversa y significativa entre la autoconciencia y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Existe una relación inversa y significativa entre la autorregulación y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Existe una relación inversa y significativa entre la motivación y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Existe una relación inversa y significativa entre la empatía y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024.

Existe una relación inversa y significativa entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales de los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

### **3. Variables de investigación**

Debido a que el estudio es de nivel correlacional, optaremos por denominarlas como variable 1 y variable 2:

**Variable 1:** Inteligencia Emocional

**Variable 2:** Uso de redes sociales.

#### 4. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual.	Definición Operacional.	Dimensiones.	Indicadores.	Ítems	Técnicas e Instrumentos
VI: Inteligencia Emocional	Capacidad para reconocer, entender y gestionar las emociones propias y las de los demás, facilitando relaciones interpersonales y la toma de decisiones (Goleman, 1995).	Según Goleman, la Inteligencia Emocional involucra las competencias personales y sociales que incluyen la autoconciencia, la autorregulación, la motivación, la empatía y las habilidades sociales. Por tanto medir la inteligencia emocional implica medir dichas competencias.	Autoconciencia	Reconocimiento de emociones propias.	1. Identifico mis emociones en situaciones difíciles. 2. Soy consciente de mis reacciones emocionales en discusiones.	Encuesta/ Cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales
				Autoevaluación precisa	3. Conozco mis fortalezas y debilidades personales en el aspecto emocional. 4. Soy consciente de cómo mis emociones influyen en mis decisiones.	
			Autorregulación	Control emocional	5. Mantengo la calma en situaciones en las que me siento bajo presión. 6. Controlo mis impulsos en momentos de enojo. 7. Me tranquilizo y evito tomar decisiones precipitadas basadas en emociones fuertes.	
				Adaptabilidad	8. Cambio mis estrategias cuando mis emociones interfieren en mi rendimiento académico. 9. Me adapto rápidamente a nuevas situaciones emocionales que me tocan vivir. 10. Puedo ajustar mi comportamiento para mantener relaciones interpersonales efectivas.	
			Motivación	Orientación al logro.	11. Me mantengo motivado para lograr objetivos a largo plazo. 12. Mantengo la concentración a pesar de contratiempos emocionales.	
				Iniciativa	13. Tomo la iniciativa para resolver conflictos emocionales que se presentan. 14. Me propongo metas personales que estimulen mi crecimiento. 15. Busco oportunidades de comunicación para mejorar mis relaciones con otras personas.	
			4. Empatía	Comprensión emocional	16. Entiendo cómo se sienten los demás en situaciones difíciles. 17. Reconozco señales no verbales que indican las emociones de los demás. 18. Soy capaz de ponerme en el lugar de los demás.	
				Preocupación por los demás	19. Me interesa ayudar a los demás cuando se sienten mal. 20. Me preocupo por el bienestar emocional de los otros.	
			5. Habilidades sociales	Comunicación assertiva	21. Utilizo un lenguaje adecuado al comunicar mis sentimientos. 22. Puedo pedir ayuda cuando siento que mis emociones me sobrepasan.	
				Resolución de conflictos	23. Manejo mis emociones, de forma constructiva, en situaciones discrepantes. 24. Pido disculpas cuando la expresión de mis emociones afecta a los demás.	

Vari able	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
V2: Uso de Redes Sociales	Las redes sociales son plataformas digitales y aplicaciones que operan en diversos niveles (profesional, personal, etc.), admitiendo el intercambio de información entre individuos, grupos, empresas u organizaciones, con la capacidad de conectar y facilitar la interacción en el mundo virtual (RD STATION 2022).	El uso de redes sociales está referida a la frecuencia de uso, el propósito y los patrones de comportamiento que los usuarios manifiestan al interactuar en plataformas digitales. Se midió a través de encuestas que registraron la Frecuencia de Uso (tiempo dedicado), Motivación de uso (interacción social, entretenimiento y fines académicos y de trabajo) y el Tipo de Interacción (activo o pasivo) que evidencian los usuarios.	Frecuencia de uso  Motivación de uso  Tipo de interacción	Tiempo invertido en redes sociales.  Periodicidad de uso  Relacionada con la interacción social.  Relacionada con el entretenimiento  Relacionada con las actividades académicas.	<p>1. Paso muchas horas a diario en las redes sociales, por diversos motivos.      2. Dedico buena parte de mi tiempo a revisar las publicaciones de mis amigos.      3. <u>Siempre consulto las redes sociales antes de dormir.</u></p> <p>4. Reviso las redes sociales cada vez que tengo tiempo libre.      5. Siento necesidad de revisar las redes sociales continuamente.</p> <p>6. Uso las redes sociales para mantenerme en contacto con amigos y familiares.      7. Las redes sociales me ayudan a conocer nuevas personas.      8. Me siento más cerca de mis amigos gracias a las redes sociales.</p> <p>9. Uso las redes sociales para ver videos o memes divertidos para no sentirme aburrido.      10. Sigo cuentas o perfiles de entretenimiento.</p> <p>11. Frecuentemente uso las redes sociales para buscar información relacionada con mis tareas o proyectos de aprendizaje.      12. Paso mucho tiempo a diario en las redes sociales comunicándome con mis compañeros o profesores sobre temas académicos.      13. Las redes sociales me ayudan a resolver mis tareas y organizar mejor mis actividades académicas, asimismo, me hacen recordar la entrega de trabajos y fechas de exámenes.</p> <p>14. Publico fotos, videos o estados con frecuencia.      15. Comento las publicaciones de amigos o seguidores.      16. Participo en reuniones o debates en grupos en línea.</p> <p>17. Leo comentarios y publicaciones sin dejar una respuesta.      18. Reviso historias o estados de amigos sin comentarlos.</p>	Encuesta/ Cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales

## **5. Población y muestra**

### **5.1. Población:**

La población estuvo constituida por estudiantes de la institución educativa N° 82019 – La Florida- nivel secundaria, que en total constituyeron 959 alumnos, divididos en 30 secciones, 6 por cada grado de primero a quinto.

### **5.2. Muestra:**

La muestra fue seleccionada usando la afijación proporcional que es un método de muestreo aleatorio estratificado donde los estratos se forman y luego se selecciona una muestra aleatoria de cada uno, de modo que el tamaño de la muestra de cada estrato es proporcional a su tamaño en la población total, la referida muestra del estudio estuvo formada por 275 estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019, del distrito de Cajamarca año 2024, la cantidad de individuos que conforman la muestra se obtuvo luego de hacer el cálculo de la muestra para poblaciones finitas debido a que se conocía el marco muestral es decir el número total de estudiantes del nivel secundario que son 959, luego a la muestra se le aplicó los instrumentos para medir las variables inteligencia emocional y uso de redes sociales, usando para la selección de la muestra, una fijación proporcional para frecuencias debido a la naturaleza de las variables.

La fórmula usada para hallar el tamaño total de la muestra fue:

$$n = \frac{\sum_{i=1}^5 N_i P_i Q_i}{NE + \frac{1}{N} \sum_{i=1}^5 N_i P_i Q_i}$$

$$n = n_1 + n_2 + n_3 \dots$$

i: 1 – 5 (debido que el total de las sub muestras es 5, es decir 5 grados)

Dónde:

$N$  = tamaño de la población total

$n$  = Tamaño de la muestra total.

$n_i$  = Tamaño de la muestra  $i$  - sub muestras.

$P_i$  = Probabilidad de éxito, o proporción esperada  $i$

$Q_i$  = Probabilidad de fracaso  $i$

$E$  = Error de estimación

$$E = \frac{d^2}{Z_{1-\alpha/2}^2}$$

$d$  = Límite para el error de la estimación – si no se conoce el error máximo de estimación se considera como valor a 0,5

*Calculado a partir de los valores indicados:*

$\alpha = 0,05$

$1-\alpha/2 = 0,975$

$Z_{1-\alpha/2} = 1,96$

$(Z_{1-\alpha/2})^2 = 3,841$

$n = 274,255$ ; pero según la teoría del muestreo, la aproximación es siempre hacia arriba, es decir  $n = 275$

Luego de realizar el cálculo de la afijación proporcional, la muestra para cada grupo se puede observar en la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Cálculo del tamaño total de la muestra con afijación proporcional para frecuencias.*

Nº	Grado	Número de Estudiantes	$P_i$	$Q_i$	$P_i Q_i$	$N P_i Q_i$	$W_i$	$n_i$	$n_i$ (redondeado)
1	Primero	190	0.5	0.5	0.25	47.5	0.198	54.483	55
2	Segundo	200	0.5	0.5	0.25	50	0.208	57.351	57
3	Tercero	193	0.5	0.5	0.25	48.25	0.201	55.344	55
4	Cuarto	192	0.5	0.5	0.25	48	0.200	55.057	55
5	Quinto	184	0.5	0.5	0.25	46	0.191	52.763	53
<b>Total</b>		<b>959</b>				<b>239.75</b>	<b>1</b>	<b>275</b>	<b>275</b>

*Nota:* Se usó la afijación proporcional para frecuencias, debido a la naturaleza de las variables, donde  $W_i$  es la fracción de asignación.

## **6. Unidad de estudio**

La unidad de estudio estuvo conformada por cada uno de los estudiantes encuestados, que para este caso fueron 275, de estos individuos se recabó información acerca del grado de inteligencia emocional y el nivel de uso de las redes sociales.

## **7. Métodos de investigación**

Los métodos de investigación que se aplicaron en esta investigación fueron:

### **Método general**

Se usó el método científico; parafraseando a Valderrama (2017), el referido método guió todo el proceso investigativo y tal como indica la teoría, el método científico tiene seis fases, las cuales fueron consideradas en la medida que se ejecutó el proyecto de investigación, nos referimos a la observación, la formulación del problema, la formulación de la hipótesis, la experimentación, la teorización que es un conjunto de ideas que tratan de explicar el fenómeno y por último la ley, o regla constante e invariable de las cosas, nacida de su causa primera o de sus propias cualidades y condiciones.

### **Métodos particulares**

Los métodos particulares usados fueron: el método descriptivo, inductivo, analítico, sintético y el método estadístico; que según; Carrasco (2017); se refieren a:

### **Método descriptivo**

Se empleó este método debido a que permite describir un hecho o fenómeno a partir de sus características, cualidades y de las relaciones precisas entre sus elementos. En este sentido, la descripción se orientó a identificar y caracterizar el grado de correlación

existente entre las dos variables objeto de estudio. Asimismo, mediante el método descriptivo se dio respuesta a las interrogantes formuladas en la investigación, entre ellas: determinar el nivel de relación entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N.º 82019 La Florida, del distrito de Cajamarca, durante el año 2024.

### **Método inductivo**

Se empleó el método inductivo debido a que, a partir del análisis de casos particulares, fue posible extraer conclusiones de carácter general. Este proceso permitió realizar generalizaciones sustentadas en observaciones sistemáticas, las cuales se derivaron de la recolección y análisis de los datos obtenidos de cada una de las unidades de estudio.

### **Método analítico**

Se utilizó el método analítico debido a que permitió descomponer el fenómeno de estudio en sus partes constitutivas, facilitando la observación de las relaciones, similitudes, diferencias, causas y efectos existentes entre sus elementos. Asimismo, este método posibilitó el examen detallado de cada variable de manera particular, lo que hizo posible comprender la naturaleza y esencia del fenómeno investigado.

### **Método sintético**

Se empleó el método sintético porque permitió integrar y reconstruir el fenómeno de estudio a partir de los elementos previamente identificados mediante el análisis. A través de este proceso de razonamiento, se logró realizar una exposición ordenada, sistemática y concisa de la información, orientada a alcanzar una comprensión integral de la esencia del objeto de estudio, considerando todas sus partes y particularidades.

### **Método estadístico**

Se utilizó el método estadístico debido a que permitió el procesamiento y análisis de datos de carácter numérico mediante la aplicación de reglas, técnicas y procedimientos específicos. Este método comprendió etapas como la recolección, organización, tabulación, agrupación y medición de los datos, así como la aplicación de la inferencia estadística, lo cual posibilitó la contrastación de las hipótesis planteadas y la obtención de resultados válidos y confiables en el desarrollo de la investigación.

### **Método Hipotético Deductivo**

Acuñado por William Whewell (1794–1866) y popularizado por el filósofo, psicólogo y comunista Sir Karl Raimund Popper (1902-1994), se empleó el método hipotético-deductivo, pues se fundamenta en un proceso científico de carácter inferencial orientado a la contrastación de teorías. Este método comprende un ciclo sistemático que inicia con la identificación y planteamiento del problema, continúa con la formulación de hipótesis susceptibles de ser refutadas, y prosigue con la medición, recolección y análisis de los datos. Finalmente, los resultados obtenidos son interpretados con la finalidad de someter a prueba la validez de las hipótesis propuestas y contribuir al sustento teórico de la investigación.

Arbulú (2023) refiere: “los defensores del método hipotético-deductivo consideran que la inducción sirve como un método de justificación, más que como un método de descubrimiento. El método hipotético-deductivo implica: definición estricta de variables, medición y control, muestreo estructurado y generalización desde una muestra a hacia una población. El método hipotético-deductivo predomina en las

ciencias naturales y en las ciencias sociales, además, ejerce fuerte hegemonía en las ciencias del comportamiento” (p. 2).

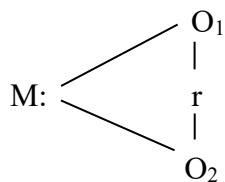
## 8. Tipo de investigación

La presente investigación por su finalidad fue una investigación aplicada, o también llamada práctica, empírica, activa o dinámica, pues su finalidad fue aplicar las teorías existentes y generar beneficios y bienestar a la sociedad. “Por su trabajo con datos primarios fue un estudio prospectivo, por el número de intervenciones en la toma de datos fue transversal, pues se tomaron datos de la muestra en una sola ocasión, eso sí dentro de un periodo de tiempo que permitió recoger información acerca de las variables; por su alcance o nivel de profundidad fue de tipo relacional, pues trató de comprender el grado de relación entre dos variables” (Palomino et al., 2017, p. 107).

## 9. Diseño de la investigación

El diseño de investigación asumido fue de tipo descriptivo correlacional debido a que se trabajó con una única muestra aleatoria (M). En un primer momento se realizó la observación y recolección de datos ( $O_1$ ) mediante la aplicación de una encuesta orientada a identificar el nivel de inteligencia emocional de los estudiantes. Posteriormente a las mismas unidades muestrales se les aplicó un segundo instrumento ( $O_2$ ) con el propósito de medir el uso de las redes sociales. Finalmente, los datos obtenidos fueron sometidos a análisis estadístico para determinar el grado de relación existente entre ambas variables, expresado a través del coeficiente de correlación ( $r$ ).

Su esquema es:



Dónde:

M: muestra.

O<sub>1</sub>: Observaciones de la variable 1.

O<sub>2</sub>: Observaciones de la variable 2.

r : coeficiente de correlación.

## 10. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Córdova (2014) afirma: “La técnica es un conjunto de procedimientos organizados para recolectar datos correctos que conlleven a: medir una variable o simplemente a conocerla” (p. 48).

Los instrumentos para Córdova (2014) son: “el soporte físico (material: papel, cartón, etc.) que usa el investigador para recolectar y registrar datos o información. La aplicación de las técnicas de acopio de datos se materializa a través de los instrumentos” (p.49).

La técnica que se usó en la investigación, para recoger información acerca del nivel de inteligencia emocional y el uso de las redes sociales fue la encuesta y el instrumento en ambos casos el cuestionario.

## 11. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Considerando el carácter relacional de la investigación, fue pertinente realizar únicamente la verificación del supuesto de normalidad de los datos, con la finalidad de determinar la prueba estadística más adecuada. Los supuestos de homocedasticidad e independencia de las variables se tomaron de manera referencial, dado que estos son propios de análisis orientados a la comparación de medias y no resultan indispensables para la estimación del grado de relación entre variables; no obstante, se incluyen en los apéndices para una eventual revisión del comportamiento de los datos.

La prueba de normalidad aplicada fue la de Kolmogorov-Smirnov, debido a que el tamaño de la muestra supera las 50 observaciones, siendo en este caso 275 datos analizados. Para el procesamiento estadístico de la información se empleó el software IBM SPSS, versión 26 en su modalidad de prueba.

Para el contraste de las hipótesis planteadas se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, en razón de que las variables de estudio presentan una naturaleza cualitativa de nivel ordinal. Asimismo, se trabajó con un nivel de significancia estadística del 5%.

## **12. Validez y confiabilidad**

Los instrumentos utilizados para la medición de las variables 1 y 2 fueron cuestionarios estructurados con preguntas de opción múltiple. El instrumento diseñado para la recolección de información sobre ambas variables se denominó “Cuestionario sobre Inteligencia Emocional y el Uso de Redes Sociales”, el cual fue elaborado por el autor de la investigación.

Con el propósito de garantizar la validez de los ítems, el instrumento fue sometido a juicio de expertos, contando con la participación de tres especialistas, quienes actuaron como jueces evaluadores. Cada ítem fue valorado según las categorías: esencial, útil pero no esencial y no esencial. Posteriormente, se aplicó el método de Lawshe modificado por Tristán, obteniéndose un coeficiente de validez de contenido de 0,88 para el instrumento correspondiente a la variable inteligencia emocional y de 0,89 para el instrumento referido al uso de redes sociales.

Estos resultados evidencian que ambos instrumentos presentan una validez de contenido muy alta, lo que respalda su pertinencia para la medición de las variables en estudio (ver Apéndices 02 y 03: Razón de Validez de Contenido, y Anexo 1: Tabla de interpretación de la validez de contenido).

Para verificar la confiabilidad de ambos instrumentos primero se realizó las pruebas piloto a una muestra representativa, se les aplicó el instrumento referido a las 2 variables, luego se procedió a usar el Alfa de Cronbach para obtener al coeficiente de fiabilidad para ambos instrumentos, el coeficiente de confiabilidad obtenido para el primer instrumento fue de 0,829 y para el segundo instrumento de 0,822, lo que califica a los instrumentos como altamente fiables (Ver Apéndice 04 y 05: Coeficientes de Confiability, además Anexo 2: Tabla de interpretación del coeficiente de confiabilidad).

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 1. Matriz general de resultados

**Tabla 2**

*Niveles de las dimensiones de las variables 1 y 2*

Variables	Dimensiones	Niveles	Frecuencia (Número de estudiantes)	Porcentaje (%)
Variable 1: Inteligencia Emocional	Dimensión: Autoconciencia	Bajo	14	5%
		Medio	156	57%
		Alto	105	38%
	Dimensión: Autorregulación	Bajo	17	6%
		Medio	148	54%
		Alto	110	40%
	Dimensión: Motivación	Bajo	7	3%
		Medio	131	48%
		Alto	137	50%
Variable 2: Uso de Redes Sociales	Dimensión Empatía	Bajo	15	5%
		Medio	107	39%
		Alto	153	56%
	Dimensión Habilidades Sociales	Bajo	42	15%
		Medio	150	55%
		Alto	83	30%
	Dimensión: Frecuencia de Uso	Bajo	65	24%
		Medio	177	64%
		Alto	33	12%
Variable 2: Uso de Redes Sociales	Dimensión: Motivación de Uso	Bajo	93	34%
		Medio	161	59%
		Alto	21	8%
	Dimensión: Tipo de Interacción	Débil	10	4%
		Medio	238	87%
		Fuerte	27	10%

## 2. Resultados, análisis y discusión por dimensiones:

### 2.1. De la variable: Inteligencia Emocional

**Tabla 3**

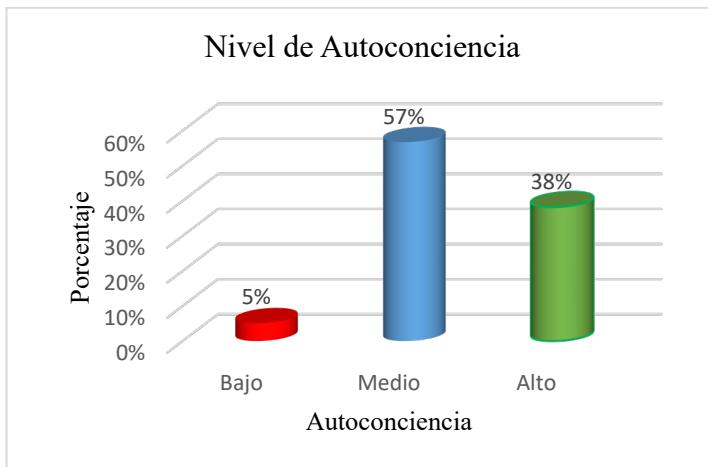
*Nivel de autoconciencia*

Nivel de autoconciencia	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[4 - 9]	14	5%
Medio	[10 - 15]	156	57%
Alto	[16 - 21]	105	38%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 1**

*Nivel de autoconciencia*



Nota: Elaborado con datos de la muestra, año 2024

#### Análisis:

En la Tabla 3 y Figura 1, respecto al nivel de autoconciencia, se observa que el 5% de los participantes - 14 estudiantes - presenta un nivel bajo, con puntuajes que oscilan desde 4 hasta 9. La mayoría de los evaluados, es decir, el 57% - 156 estudiantes-, se ubican en el nivel medio, con puntuaciones comprendidas desde 10

hasta 15. Por otro lado, el 38% de la muestra - 105 estudiantes - alcanzó un nivel alto de autoconciencia, con puntajes que oscilan desde 16 hasta 21. El 100% de la muestra estuvo constituida por 275 estudiantes.

### **Discusión:**

A la luz del modelo de competencias emocionales propuesta por Goleman (1995), se puede señalar que la mayor parte de los estudiantes encuestados tienen una autoconciencia en nivel medio, es decir de manera moderada: identifican sus emociones en situaciones difíciles, son conscientes de sus reacciones cuando discuten; reconocen sus fortalezas y debilidades personales y son conscientes de cómo sus emociones influyen en sus decisiones. Sin embargo, es notable el 38% de estudiantes de la muestra que evidencia un nivel de autoconciencia en nivel alto, es decir, reconocen sus emociones y hacen al mismo tiempo una autoevaluación precisa de sus fortalezas y debilidades, en contraste con un mínimo porcentaje – 5% - que no tiene manejo controlado de sus emociones, fortalezas y debilidades.

**Tabla 4**

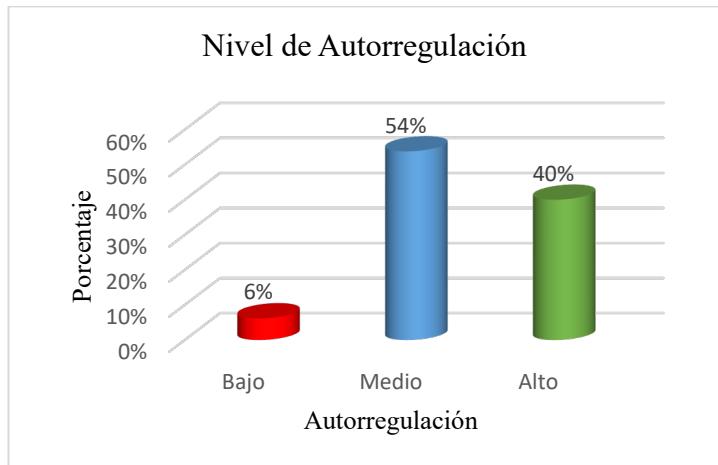
*Nivel de autorregulación*

Nivel de autorregulación	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[6 - 14)	17	6%
Medio	[14 - 22)	148	54%
Alto	[22 - 30]	110	40%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 2**

*Nivel de autorregulación*



*Nota:* Elaborado con datos de la muestra, año 2024

**Análisis:**

En la Tabla 4 y Figura 2, respecto del nivel de autorregulación, se encontró que el 6% de los estudiantes – 17 - se ubican en el nivel bajo, con puntajes comprendidos entre 6 y menos de 14. El mayor porcentaje de la muestra, equivalente al 54% – 148 -, presenta un nivel medio, con puntuaciones entre 14 y menos de 22. Finalmente, el 40% de los evaluados – 110 - alcanzó un nivel alto de autorregulación, con puntajes que van desde 22 hasta 30. La muestra estuvo conformada por 275 participantes, que representan el 100%.

**Discusión:**

A la luz del modelo de competencias emocionales propuesta por Goleman (1995) se puede advertir que la mayoría de los estudiantes - 54% - se encuentran en un nivel medio de autorregulación, lo que indica que, si bien reconocen y gestionan en cierta medida sus emociones, aún deben mejorar en el control de impulsos, adaptabilidad a situaciones emocionales nuevas y manteniendo la calma bajo presión. El nivel alto lo alcanzan un 40% de los estudiantes, es decir, evidencian

habilidades sólidas para manejar sus emociones en diversas circunstancias, lo cual favorece su toma de decisiones, resolución de conflictos y relaciones interpersonales. Lo sustantivo es que sólo un 6% de los estudiantes muestra un nivel bajo de autorregulación, lo que implica una mayor dificultad para controlar sus emociones, adaptarse a cambios emocionales o mantener la estabilidad emocional en momentos de estrés.

**Tabla 5**

*Nivel de motivación*

Nivel de Motivación	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[5 - 11]	7	3%
Medio	[12 - 18]	131	48%
Alto	[19 - 25]	137	50%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 3**

*Nivel de motivación*



Nota: Elaborado con datos de la muestra, año 2024

### **Análisis:**

En la Tabla 5 y Figura 3, respecto del nivel de motivación, se observa que el 3% de los participantes - 7 estudiantes - se encuentra en el nivel bajo, con puntajes que oscilan entre 5 y 11. Un 48% de la muestra - 131 estudiantes - presenta un nivel medio, con puntuaciones comprendidas entre 12 y 18. Por su parte, el 50% de los evaluados - 137 estudiantes - alcanzó un nivel alto de motivación, con puntajes que van de 19 a 25. En total, la muestra estuvo conformada por 275 participantes, lo que representa el 100% del total evaluado.

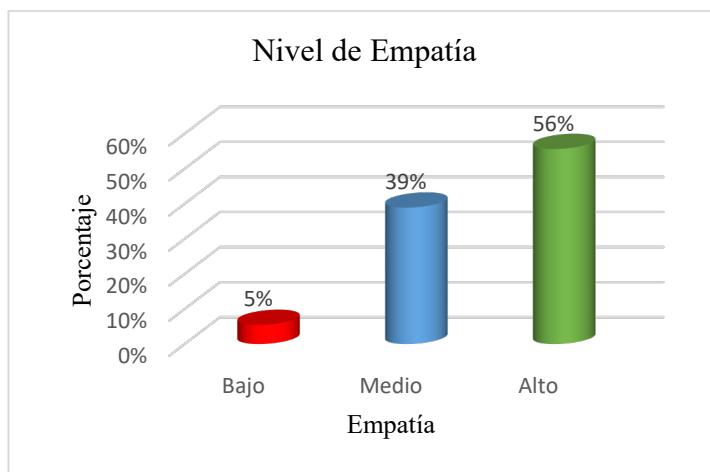
### **Discusión:**

Del modelo de competencias emocionales propuesta por Goleman (1995), podemos afirmar que la mitad de los estudiantes (50%) exhibe un nivel alto de motivación, lo que sugiere una fuerte orientación hacia el logro de metas, alta persistencia frente a dificultades y proactividad en la resolución de conflictos emocionales. Este grupo probablemente demuestra mayor resiliencia y autonomía en sus estudios y vida personal. Sin embargo, un 48% se encuentra en un nivel medio de motivación, indicando que mantienen una orientación al logro adecuada, aunque es posible que en situaciones adversas su constancia o su impulso hacia sus objetivos varíe. Solo un 3% tiene un nivel bajo de motivación, representando a estudiantes que posiblemente presentan dificultades para mantenerse enfocados en sus metas a largo plazo o para automotivarse ante obstáculos de tipo emocional.

**Tabla 6***Niveles de empatía*

Nivel de Empatía	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[5 - 11]	15	5%
Medio	[12 - 18]	107	39%
Alto	[19 - 25]	153	56%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 4***Nivel de empatía*

Nota: Elaborado con datos de la muestra, año 2024

**Análisis:**

En la Tabla 6 y Figura 4, respecto al nivel de empatía, se identificó que el 5% de los participantes - 15 estudiantes - se encuentra en el nivel bajo, con puntajes que van de 5 a 11. El 39% de la muestra - 107 estudiantes - presenta un nivel medio, con puntuaciones comprendidas entre 12 y 18. Por otro lado, la mayoría de los evaluados, equivalente al 56% - 153 estudiantes -, alcanzó un nivel alto de empatía,

con puntajes entre 19 y 25. En total, la muestra estuvo conformada por 275 participantes, representando así el 100% del total evaluado.

### **Discusión:**

Del modelo de competencias emocionales propuesta por Goleman (1995), se puede observar que más de la mitad de los estudiantes - 56% - se ubican en el nivel alto de empatía, lo que evidencia que tienen la capacidad de comprender y conectar emocionalmente con los demás, así como una disposición a ayudar y preocuparse por el bienestar emocional de sus compañeros. Un 39% se sitúa en el nivel medio, lo que indica que, si bien poseen habilidades empáticas, estas pueden no manifestarse de manera consistente en la comprensión y preocupación emocional de los demás. Solo un 5% de los estudiantes presenta un nivel bajo de empatía, lo que sugiere que tienen serias dificultades en reconocer las emociones de los demás o menor sensibilidad ante el sufrimiento ajeno, lo que podría afectar sus relaciones interpersonales.

**Tabla 7**

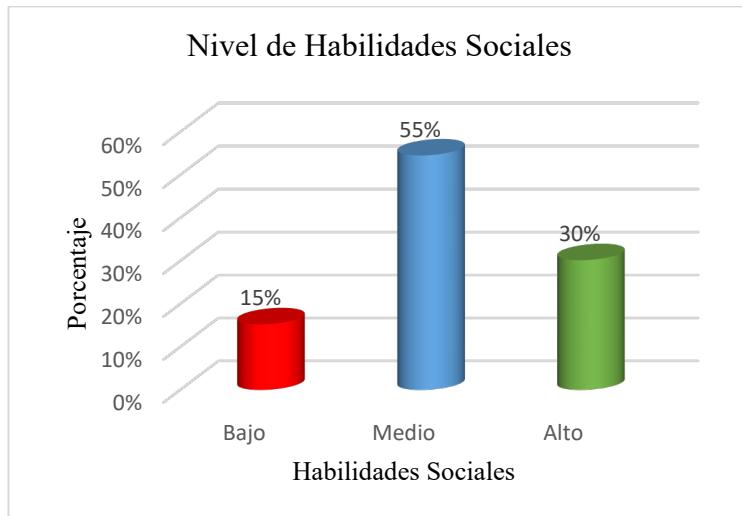
*Nivel de habilidades sociales*

Nivel de Habilidades Sociales	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[4 - 9]	42	15%
Medio	[10 - 15]	150	55%
Alto	[16 - 21]	83	30%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 5**

*Nivel de habilidades sociales*



*Nota:* Elaborado con datos de la muestra, año 2024

**Análisis:**

En la Tabla 7 y Figura 5, referente al nivel de habilidades sociales se muestra que el 15% de los participantes - 42 estudiantes - se encuentra en un nivel bajo, con puntuajes que oscilan entre 4 y 9. La mayoría de los evaluados, equivalente al 55% - 150 estudiantes - presenta un nivel medio de habilidades sociales, con puntuaciones entre 10 y 15. Por su parte, el 30% de los participantes - 83 estudiantes - alcanzó un nivel alto, con puntuajes comprendidos entre 16 y 21. Estos resultados indican que más de la mitad de la muestra se sitúa en un nivel intermedio, mientras que una proporción considerable presenta un desarrollo alto de habilidades sociales, y una menor parte evidencia dificultades en este aspecto. En total, se evaluaron 275 personas, lo que representa el 100% de la muestra.

### **Discusión:**

Del modelo de competencias emocionales propuesta por Goleman (1995) se puede valorar que más de la mitad de los estudiantes - 55% - presenta un nivel medio de habilidades sociales, lo cual indica que, en general, logran comunicarse adecuadamente y resuelven conflictos de manera constructiva, pero aún pueden presentar dificultades en el manejo de situaciones difíciles. Un 30% alcanza un nivel alto, demostrando habilidades consistentes para expresar sentimientos y emociones de manera asertiva, pedir apoyo emocional y resolver divergencias de manera positiva y efectiva. Un 15% de los estudiantes muestra un nivel bajo, lo que significa que deben asumir retos en su capacidad de comunicación emocional y manejo de conflictos, aspectos que, si no son trabajados con ahínco, podrían estar deformando sus relaciones interpersonales y desempeño social.

## **2.2. De la variable 2: Uso de redes sociales**

**Tabla 8**

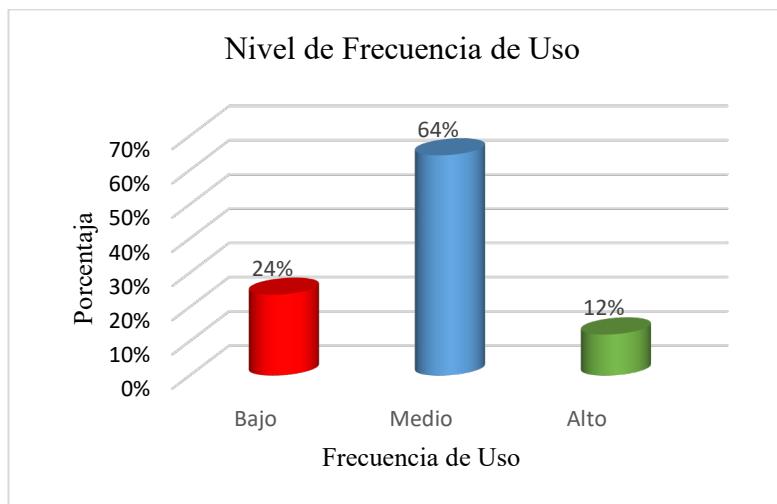
*Nivel de frecuencia de uso*

Nivel de Frecuencia de Uso de Redes Sociales	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[5 - 11]	65	24%
Medio	[12 - 18]	177	64%
Alto	[19 - 25]	33	12%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 6**

*Nivel de frecuencia de uso*



*Nota:* Elaborado con datos de la muestra, año 2024

**Análisis:**

En la Tabla 8 y Figura 6, se observa que el 24% de los estudiantes – 65 - presenta un nivel bajo de uso, con puntajes que varían desde 5 hasta 11. La mayoría de la muestra, correspondiente al 64% (177), se ubica en un nivel medio, con puntuaciones que oscilan desde 12 hasta 18. En contraste, solo el 12% (33) manifiesta un nivel alto de frecuencia de uso, con puntajes que van desde 19 hasta 25.

**Discusión:**

A la luz de lo planteado por RD STATION (2022), los resultados evidencian que la frecuencia de uso de las redes sociales en estudiantes de la muestra es de nivel medio, es decir, el tiempo invertido en redes sociales y la periodicidad de uso se manifiesta, en la muestra, con moderación, en contraste con un grupo reducido que las emplea intensamente, y aproximadamente una cuarta parte mantiene un uso limitado. Esto sugiere una tendencia hacia un uso equilibrado de las redes sociales,

al menos, en la mayoría de los estudiantes encuestados, aunque también acentúa la necesidad imperiosa de estudiar factores que podrían estar asociados al uso excesivo o escaso en los dos grupos extremos.

**Tabla 9**

*Nivel de motivación de uso*

Motivación de Uso de Redes Sociales	Nivel de Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[8 - 18]	93	34%
Medio	[19 - 29]	161	59%
Alto	[30 - 40]	21	8%
Total		275	100%

*Nota:* Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 7**

*Nivel de motivación de uso*



*Nota:* Elaborado con datos de la muestra, año 2024

### **Análisis:**

En la Tabla 9 y Figura 7 respecto al nivel de motivación de uso de redes sociales se observa que el 34% de los participantes - 93 estudiantes - presenta una motivación baja, con puntajes comprendidos entre 8 y 18. La mayoría de la muestra, equivalente al 59% - 161 estudiantes - se ubica en un nivel medio, con puntuaciones que van de 19 a 29. Solo el 8% de los evaluados - 21 estudiantes - muestra una motivación alta para el uso de redes sociales, con puntajes entre 30 y 40. En total, la muestra evaluada estuvo compuesta por 275 participantes, representando el 100% del total.

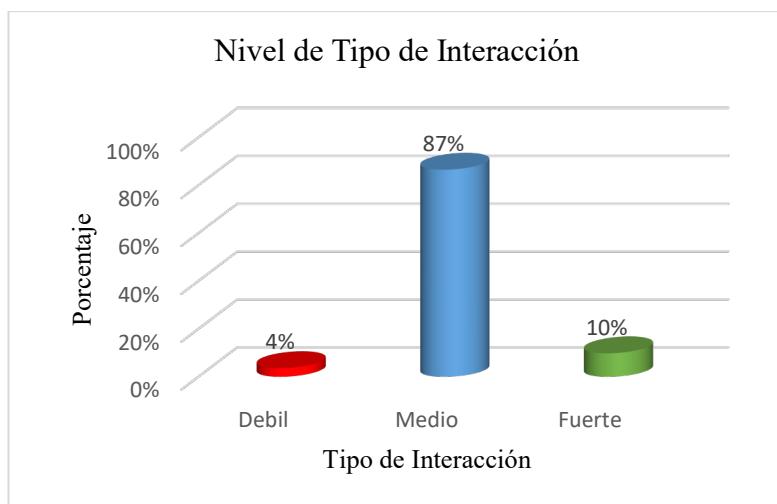
### **Discusión:**

A la luz de lo planteado por RD STATION (2022), se puede valorar que la mayoría de los estudiantes - 59% - se encuentra en un nivel medio de motivación de uso de redes sociales, lo que sugiere que utilizan las plataformas digitales con una motivación moderada, combinando interacción social, entretenimiento y apoyo académico, lo que evidencia la no existencia de una motivación fuerte respecto de las formas en que se las usa. Un 34% tiene una baja motivación de uso, lo cual podría interpretarse como un menor interés o necesidad de usar redes sociales como herramienta principal para relacionarse, entretenérse o apoyar su estudio. Solo un 8% se ubica en el nivel alto, indicando un uso muy motivado de las redes sociales, posiblemente como recurso central para su vida social, recreativa y académica.

**Tabla 10***Nivel de tipo de interacción*

Nivel de Tipo de Interacción con las Redes Sociales	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Débil	[5 - 11]	10	4%
Medio	[12 - 18]	238	87%
Fuerte	[19 - 25]	27	10%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 8***Nivel de tipo de interacción*

Nota: Elaborado con datos de la muestra, año 2024

**Análisis:**

En la Tabla 10 y Figura 8, sobre el nivel de interacción con las redes sociales revela que solo el 4% de los participantes - 10 estudiantes - mantienen una interacción débil, con puntajes desde 5 hasta 11. La gran mayoría, equivalente al 87% de la muestra - 238 estudiantes - se ubican en un nivel medio de interacción, con puntuaciones que oscilan desde 12 hasta 18. Por otro lado, un 10% - 27 estudiantes

- presentan una interacción fuerte con las redes sociales, con puntajes desde 19 hasta 25. Estos resultados indican que la mayoría de los participantes tiene una interacción moderada con las redes sociales, posiblemente caracterizada por un uso regular y equilibrado. Sin embargo, existe una minoría con una interacción intensa, lo cual podría asociarse a una mayor participación activa en plataformas digitales, mientras que un pequeño grupo mantiene una relación débil o limitada con estas herramientas.

### **Discusión:**

A la luz de lo planteado por RD STATION (2022), se puede juzgar que la gran mayoría de los estudiantes - 87% - presenta un nivel medio de tipo de interacción, lo cual sugiere que su participación en redes sociales es equilibrada: combinan momentos de actividad (publicaciones, comentarios, participación) con otros de consumo pasivo de contenido, sin llegar a extremos de hiperactividad ni de inactividad. Un 10% muestra una interacción fuerte, es decir, participan intensamente en las redes sociales, publican con frecuencia, comentan y se involucran en debates o grupos en línea. Solo un 4% presenta una interacción débil, indicando un comportamiento mayormente pasivo o un uso muy limitado de las funciones interactivas de las redes.

### 3. Resultados totales de las variables de estudio

#### 3.1. Variable 1: Inteligencia Emocional

**Tabla 11**

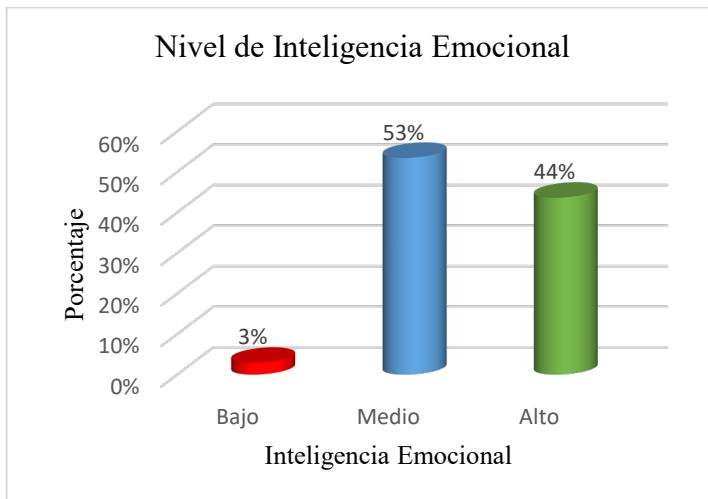
*Nivel de Inteligencia Emocional*

Nivel de Inteligencia Emocional	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[24 - 56)	8	3%
Medio	[56 - 88)	147	53%
Alto	[88 - 120]	120	44%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 9**

*Nivel de Inteligencia Emocional*



Nota: Elaborado con datos de la muestra, año 2024

#### Análisis:

En la Tabla 11 y Figura 9, de un total de 275 estudiantes evaluados, se encontró que el 3% (equivalente a 8 estudiantes) presenta un nivel bajo de inteligencia emocional, ubicándose en el intervalo de puntajes entre 24 y 56. La mayoría de los

estudiantes, con un 53% (147 estudiantes), se sitúa en un nivel medio, correspondiente al rango de 56 a 88 puntos. Finalmente, el 44% (120 estudiantes) alcanza un nivel alto de inteligencia emocional, con puntajes entre 88 y 120. Estos resultados indican que un 97% de los estudiantes posee niveles moderados o altos de desarrollo emocional, lo cual representa una tendencia positiva en esta dimensión personal y social.

### **Discusión:**

A la luz del modelo de competencias emocionales planteada por Goleman (1995), se aprecia que la mayoría de los estudiantes - 53% - posee un nivel medio de inteligencia emocional, lo que implica que han desarrollado habilidades emocionales aceptables, respecto de la autoconciencia, la autorregulación, la motivación la empatía y las habilidades emocionales, aunque pueden presentar inconsistencias al manejar emociones en situaciones complejas o estresantes. Un 44% se encuentra en el nivel alto, indicando un manejo sólido de sus propias emociones y de sus relaciones interpersonales, con competencias avanzadas en autoconciencia, control emocional, motivación, empatía y habilidades sociales. Solo un 3% de los estudiantes presenta un nivel bajo, lo que sugiere serias dificultades en el reconocimiento, control y gestión emocional, que podrían jugar en contra de su bienestar y su interacción social.

### 3.2. Variable 2: Uso de Redes Sociales

**Tabla 12**

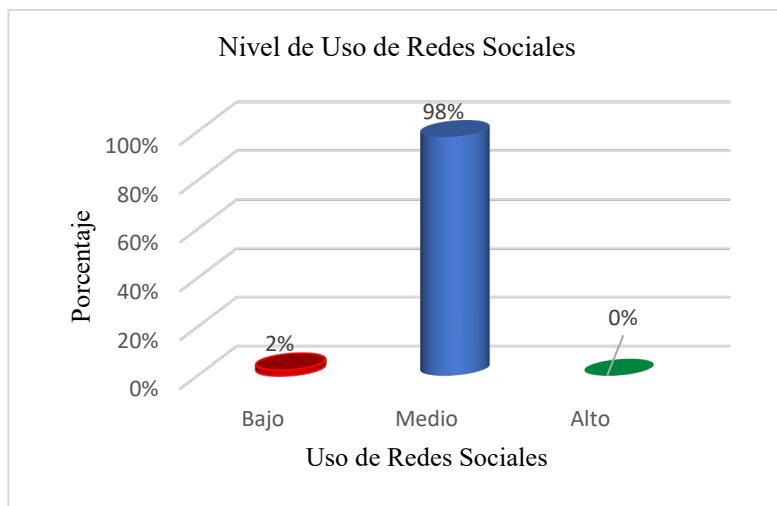
*Nivel de Uso de Redes Sociales*

Nivel de Uso de redes Sociales	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[18 - 42)	6	2%
Medio	[42 - 66)	269	98%
Alto	[66 - 90]	0	0%
Total		275	100%

Nota: Elaborado con datos de la muestra; año 2024.

**Figura 10**

*Nivel de Uso de Redes Sociales*



Nota: Elaborado con datos obtenidos de la muestra, año 2024.

#### Análisis:

En la Tabla 12 y Figura 10, de los 275 estudiantes encuestados, el 98% (equivalente a 269 estudiantes) presenta un nivel medio de uso de redes sociales, con puntajes comprendidos entre 42 y 66. Solo un 2% (6 estudiantes) se encuentra en el nivel bajo, dentro del intervalo de 18 a 42 puntos. Cabe resaltar que ningún

estudiante alcanzó el nivel alto de uso de redes sociales, es decir, no se registraron puntajes entre 66 y 90. En general, los resultados reflejan una tendencia moderada en el uso de redes sociales, sin evidencias de uso excesivo entre los estudiantes encuestados.

#### **Discusión:**

A la luz de lo planteado por RD STATION (2022), se aprecia que una abrumadora mayoría - 98% - de los estudiantes presenta un nivel medio de uso de redes sociales, lo que indica un uso moderado y probablemente equilibrado de estas plataformas, sin llegar a niveles de adicción o de desapego total. Solo un 2% tiene un nivel bajo de uso, sugiriendo que unos pocos estudiantes utilizan las redes sociales de manera muy limitada u ocasional. No se registraron estudiantes en el nivel alto de uso, es decir, no hay indicios de uso excesivo o potencialmente problemático de redes sociales en la muestra en estudio.

#### **4. Prueba de hipótesis**

Para probar la correlación entre las variables se realizaron las pruebas de normalidad y se hizo uso de Kolmogorov-Smirnov, pues el número de datos superaron los 50 y se encontró que la variable Inteligencia Emocional no sigue una distribución normal, p valor = 0,014; también la variable Uso de Redes Sociales no sigue una distribución normal; p valor = 0,003; este comportamiento de los datos permitió elegir la prueba no paramétrica Rho de Spearman en la comprobación de la hipótesis general. Los supuestos de normalidad se adjuntan en el presente trabajo en el Anexo 4.

#### **4.1. Hipótesis General:**

Existe una relación significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

##### **4.1.1. Hipótesis Estadísticas**

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

##### **4.1.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con un  $\alpha = 0.05$ .

#### 4.1.3. Valor de la probabilidad:

**Tabla 13**

*Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la variable 1 y la variable 2*

Correlaciones			Variable 1	Variable 2
Rho de Spearman	Variable	1: Coeficiente de Inteligencia emocional	1,000	-0,236**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	275	275
	Variable	2: Coeficiente de uso de Redes Sociales	-0,236**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	275	275

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaborado con datos obtenidos de la muestra al aplicar el cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales.

#### 4.1.4. Análisis:

Dado que el valor de significancia obtenido fue  $p = 0,00$ , el cual es menor al nivel de significancia establecido ( $\alpha = 0,05$ ), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se concluye que existe una relación estadísticamente significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N.<sup>o</sup> 82019 “La Florida”, del distrito de Cajamarca, correspondiente al año 2024, con un nivel de confianza del 99% (\*\*), lo que evidencia una alta certeza estadística respecto a la no veracidad de la hipótesis nula.

Asimismo, el coeficiente de correlación Rho de Spearman obtenido fue de -0,236, lo cual indica que la relación entre ambas variables es de baja intensidad y de naturaleza negativa, es decir, a medida que aumenta una de las

variables, la otra tiende a disminuir ligeramente. Esta interpretación se sustenta en el cuadro de referencia para la interpretación del coeficiente Rho de Spearman (Anexo 3).

#### **4.1.5. Discusión**

Se prueba que existe correlación entre las variables inteligencia emocional y uso de redes sociales, sin embargo, esta relación entre ambas es baja y negativa; es decir, a la luz de las teorías planteadas sobre Inteligencia Emocional y Uso de Redes Sociales, sobre las cuales se construye este trabajo, existe relación débil entre: las competencias personales y sociales que incluyen la autoconciencia, la autorregulación, la motivación, la empatía y las habilidades sociales, que propone Goleman en su definición de Inteligencia Emocional, con la frecuencia de uso, la motivación de uso y el tipo de interacción; elementos que definen operacionalmente la variable Uso de Redes Sociales.

Además, se debe tener en cuenta que la relación de las variables al ser negativa implica que, a mayor nivel de Inteligencia Emocional, menor es el uso de las redes sociales, en referencia a su frecuencia de uso, motivación de uso y el tipo de interacción.

Lo probado en este apartado concuerda con Tarazona (2022) que observó en una muestra de estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en Juanjuí, San Martín, Perú; que existe una relación muy significativa e inversamente proporcional entre la adicción a las redes sociales y el nivel de inteligencia emocional; es más Tarazona (2022) va más allá en cuanto logró probar que

las dimensiones: factor de obsesión a las redes sociales, falta de control personal, factor uso excesivo, son inversamente proporcionales al nivel de inteligencia emocional de los estudiantes. Si bien es cierto que en el presente trabajo no se ha medido la obsesión a las redes sociales sino solamente su uso, sin embargo, resulta un acto de confirmación lo hallado en el presente trabajo, pues también prueba que las variables Inteligencia Emocional y Uso de Redes Sociales en estudiantes de nivel secundario se relacionan de manera inversa.

## **4.2. Hipótesis Específicas:**

### **4.2.1. Hipótesis Específica 1:**

Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, presentan un nivel de inteligencia emocional bajo, en el año 2024

#### **4.2.1.1. Hipótesis Estadísticas:**

**H<sub>0</sub>:** Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, no presentan un nivel de inteligencia emocional bajo, en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, presentan un nivel de inteligencia emocional bajo, en el año 2024.

#### **4.2.1.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con:  $\alpha = 0,05$ .

#### **4.2.1.3. Tipo de prueba:**

Para el contraste de la hipótesis planteada se aplicó la prueba no paramétrica de Wilcoxon para una muestra, debido a la naturaleza ordinal de la variable analizada. Previamente, se realizó la recodificación de la variable, estableciendo una escala ordinal de tres categorías: 1 = Bajo, 2 = Medio y 3 = Alto.

En este contexto, la prueba se efectuó considerando como valor de referencia la mediana teórica igual a 2, correspondiente al nivel medio. El criterio de decisión fue el siguiente: si la mediana obtenida resulta menor que 2, lo que equivale a un predominio del nivel bajo, se rechaza la hipótesis nula; por el contrario, si la mediana es igual o mayor que 2, se acepta la hipótesis nula.

#### **4.2.1.4. Valor de la probabilidad:**

**Tabla 14**

*Prueba de hipótesis específica 1*

Hipótesis nula       $H_0: \eta = 2$

Hipótesis alterna       $H_1: \eta < 2$

Muestra	Número de prueba	Estadística de Wilcoxon	Valor p
Inteligencia Emocional	128	7740.00	1,00

Nota. Elaboración con datos obtenidos de la muestra, año 2024.

#### **4.2.1.5. Análisis:**

Como  $p = 1,00 > 0,05$ , se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna; en consecuencia, con un nivel de confianza del 95%,

se concluye que los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N.<sup>o</sup> 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, no presentan un nivel bajo de inteligencia emocional durante el año 2024. Asimismo, este resultado se evidencia de manera descriptiva en la Tabla 11 y la Figura 9, donde se observa que el 53% de los estudiantes se ubica en el nivel medio de inteligencia emocional.

#### **4.2.1.6. Discusión:**

Se prueba que los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, no presentan un nivel de inteligencia emocional bajo, en el año 2024; sino que tienen inteligencia emocional de nivel medio; a la luz de las teorías planteadas en este trabajo se puede precisar que la autoconciencia que se refiere al reconocimiento de emociones propias, la autoevaluación precisa; la autorregulación que se refiere al control emocional y la adaptabilidad; la motivación referida a la orientación al logro y la iniciativa; la empatía referida a la comprensión emocional, preocupación por los demás; las habilidades sociales referidas a la comunicación asertiva y la resolución de conflictos; están desarrolladas en los estudiantes de la muestra - y por inferencia en todos los estudiantes de la I.E. – en un nivel medio; lo que indicaría que los estudiantes son moderadamente estables en el manejo de sus emociones.

Estos resultados se corresponden con lo reportado por Morochó (2025), quien halló que en estudiantes de bachillerato de una institución educativa fiscal de Alangasí (Ecuador), el uso intensivo de

redes sociales —principalmente TikTok e Instagram— no se traduce necesariamente en niveles extremadamente bajos de inteligencia emocional, sino en niveles moderados en las dimensiones intrapersonales e interpersonales. No obstante, Morocho (2025) advierte que un 27,88% de los adolescentes reportó impactos emocionales negativos como ansiedad y baja autoestima, asociados al tiempo prolongado de conexión. Esta coincidencia entre ambos estudios refuerza la hipótesis teórica de que las redes sociales, aunque no deterioran de forma radical las competencias emocionales, pueden limitar su desarrollo pleno al reducir oportunidades de interacción cara a cara y experiencias socioemocionales directas.

Sin embargo, se observan diferencias importantes entre los hallazgos. Mientras en el estudio de Morocho (2025) se evidencian síntomas emocionales más notorios, en el presente estudio los adolescentes muestran estabilidad emocional moderada, sin reportar afectaciones significativas. Esta divergencia podría explicarse por factores contextuales y culturales. En Cajamarca, el acceso a internet es menor en comparación con grandes ciudades y en familias que componen la I.E. 82019 – La Florida el poder adquisitivo es muy bajo, lo que podría explicar la no prolongada exposición a redes sociales.

En síntesis, ambos estudios coinciden en señalar que el uso intensivo de redes sociales no implica la ausencia de inteligencia emocional, pero sí puede obstaculizar su desarrollo óptimo.

Esto también es notorio descriptivamente y gráficamente en la Tabla 11 y Figura 9, respectivamente, en los cuales se puede observar que en mayor porcentaje, 53%, evidencian un nivel de inteligencia emocional en un nivel medio.

#### **4.2.2. Hipótesis Específica 2:**

Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, presentan un nivel alto de uso de redes sociales en el año 2024.

##### **4.2.2.1. Hipótesis Estadísticas:**

**H<sub>0</sub>:** Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, no presentan un nivel alto de uso de redes sociales en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, presentan un nivel alto de uso de redes sociales en el año 2024.

##### **4.2.2.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con:  $\alpha = 0,05$ .

##### **4.2.2.3. Tipo de prueba:**

Para el contraste de la hipótesis correspondiente se empleó la prueba no paramétrica de Wilcoxon para una muestra, en atención a la naturaleza ordinal de la variable en estudio. Previamente, se realizó la

transformación de la variable, categorizándola en una escala ordinal de tres niveles: 1 = Bajo, 2 = Medio y 3 = Alto.

La prueba se ejecutó considerando como mediana teórica el valor de 2, equivalente al nivel medio. El criterio de decisión establecido fue el siguiente: si la mediana obtenida es mayor que 2, lo que indica un predominio del nivel alto, se rechaza la hipótesis nula; en caso contrario, se acepta la hipótesis nula.

#### 4.2.2.4. Valor de la probabilidad:

**Tabla 15**

*Prueba de hipótesis específica 2*

Hipótesis nula               $H_0: \eta = 2$

Hipótesis alterna               $H_1: \eta > 2$

Muestra	Número	Estadística	
	de prueba	de Wilcoxon	Valor p
Uso de Redes Sociales	6	0,00	0,989

Nota. Elaborado con datos de la muestra, año 2024.

#### 4.2.2.5. Análisis:

Como  $p = 0,989 > 0,05$ ; por tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna es decir con un nivel de confianza del 95%, los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, **no** presentan un nivel alto de uso de redes sociales en el año 2024. También se comprueba visualmente con la tabla 12 y figura 10, en donde se aprecia que el nivel de Uso de Redes Sociales es de nivel medio; 98%

#### **4.2.2.6. Discusión:**

No se logró probar que los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, presenten un nivel alto en el uso de redes sociales en el año 2024; por lo que a la luz de la teoría, sobre uso de redes sociales, desarrollada en el presente trabajo; se puede inferir que tanto la frecuencia de uso, la motivación de uso y el tipo de interacción que los estudiantes tienen en las redes sociales sea alto o fuerte y que represente la mayor parte del tiempo en la vida de los estudiantes; esto es un aspecto positivo en los estudiantes, pues implica que usan de manera moderada las redes sociales; probablemente esto se puede explicar por la condición socioeconómica de los estratos de los cuales provienen.

Esto también es verificable de manera descriptiva y gráfica en la Tabla 12 y Figura 10, respectivamente, en los cuales se puede observar que en mayor porcentaje, 98%, evidencian un nivel de uso de redes sociales en un nivel medio.

#### **4.2.3. Hipótesis Específica 3:**

Existe una relación inversa y significativa entre la autoconciencia y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **4.2.3.1. Hipótesis Estadísticas:**

$H_0$ : No Existe una relación inversa y significativa entre la autoconciencia y el uso de redes sociales en los estudiantes del

nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación inversa y significativa entre la autoconciencia y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **4.2.3.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con:  $\alpha = 0,05$ .

#### **4.2.3.3. Tipo de Prueba:**

Para probar esta hipótesis primero se realizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, debido a que el número de datos superan los 50; resultando para la Dimensión Autoconciencia un p valor = 0,00; es decir los datos para esta dimensión no siguen una distribución normal; mientras que para la variable 2 – Uso de Redes Sociales – se halló un p valor = 0,003; lo que sugiere que también los datos respecto de la variable 2 no tienen una distribución normal (ver Anexo 5).

Por tanto, la prueba elegida para comprobar la correlación entre la dimensión referida y la variable 2 fue Rho de Spearman.

#### 4.2.3.4. Valor de la probabilidad:

**Tabla 16**

*Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Autoconciencia y la variable 2*

Correlaciones	D1_Autoconciencia	V2_Uso De Redes Sociales
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000 -0,193**
D1_Autoconciencia	Sig. (bilateral)	. 0,001
	N	275 275
V2_Uso De Redes Sociales	Coeficiente de correlación	-0,193** 1,000
	Sig. (bilateral)	0,001 . .
	N	275 275

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaborado con datos obtenidos de la muestra al aplicar el cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales.

#### 4.2.3.5. Análisis:

Dado que  $p = 0,001 < 0,05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por lo tanto, se concluye que existe una relación inversa y estadísticamente significativa entre la autoconciencia y el nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N.º 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, durante el año 2024. Este resultado es significativo al 99% de nivel de confianza (\*\*), lo que evidencia una fuerte base estadística para descartar la hipótesis nula.

Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman obtenido ( $\rho = -0,193$ ) indica que la magnitud de la asociación es muy baja y de sentido negativo, conforme a los criterios de interpretación

establecidos para el Rho de Spearman, tal como se presenta en el Anexo 3.

#### **4.2.3.6. Discusión**

Se prueba que existe correlación entre la Dimensión Autoconciencia y la variable Uso de Redes Sociales, sin embargo, esta relación entre ambas es muy baja y negativa; es decir, a la luz de las teorías planteadas por Goleman (1995) y RD STATION (2022) la Dimensión Autoconciencia y la variable Uso de Redes Sociales, se relacionan débilmente entre ellas, es decir el reconocimiento de emociones propias y la evaluación precisa que son internas en cada estudiante y que determinan la autoconciencia se asocian con la frecuencia, el propósito y los patrones de comportamiento que los usuarios manifiestan al interactuar en plataformas digitales, el tiempo dedicado, los fines de uso (interacción social, entretenimiento y fines académicos y de trabajo) y el tipo de interacción (activo o pasivo) que definen operacionalmente el Uso de Redes Sociales.

Además, se debe tener en cuenta que la relación hallada al ser negativa implica que, a mayor autoconciencia, menor es el uso de las redes sociales, en relación a la frecuencia de uso, motivación de uso y el tipo de interacción.

El resultado hallado en este trabajo de investigación es concordante con lo concluido por Alarcón (2021) quien afirma de manera terminante

que los factores de Adicción Redes Sociales se correlacionan negativamente con las dimensiones de Inteligencia Emocional, pero aclara que las dimensiones de la escala Adicción a Redes Sociales correlacionan débil y parcialmente con las dimensiones de inteligencia emocional; lo que es en definitiva un aspecto que se condice o armoniza con lo probado en esta hipótesis en la que se determinó que la Dimensión Autoconciencia se relaciona débilmente con la Variable Uso de Redes Sociales.

#### **4.2.4. Hipótesis Específica 4:**

Existe una relación inversa y significativa entre la autorregulación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

##### **4.2.4.1. Hipótesis Estadísticas:**

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación inversa y significativa entre la autorregulación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación inversa y significativa entre la autorregulación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

##### **4.2.4.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con:  $\alpha = 0,05$ .

#### **4.2.4.3. Tipo de Prueba**

Para probar esta hipótesis primeramente se realizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, pues el número de datos superan los 50; resultando que para la Dimensión Autorregulación se halló un p valor = 0,00; es decir los datos para esta dimensión no siguen una distribución normal; mientras que para la variable 2 – Uso de Redes Sociales – se halló un p valor = 0,003; lo que sugiere que también los datos respecto de la variable 2 no tienen una distribución normal (ver Anexo 5).

Luego, la prueba elegida para probar la correlación entre la dimensión Autorregulación y la variable 2, fue Rho de Spearman.

#### **4.2.4.4. Valor de la probabilidad:**

**Tabla 17**

*Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Autorregulación y la variable 2*

		D2_Autoregulacion	V2_Uso De Redes Sociales
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	-,166**
	D2_Autoregulacion	Sig. (bilateral)	,006
		N	275
			275
V2_Uso De Redes Sociales	Coefficiente de correlación	-,166**	1,000
	Sig. (bilateral)	,006	.
		N	275
			275

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota:* Elaborado con datos obtenidos de la muestra al aplicar el cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales.

#### **4.2.4.5. Análisis:**

Dado que  $p = 0,006 < 0,05$ , se descarta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, lo que permite afirmar que existe una relación inversa y estadísticamente significativa entre la autorregulación y el uso de las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N.<sup>o</sup> 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, durante el año 2024. Este resultado presenta significancia al 99% de nivel de confianza (\*\*), lo cual demuestra la existencia de evidencia estadística sólida para rechazar la hipótesis nula.

Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman obtenido ( $\rho = -0,166$ ) evidencia que la intensidad de la relación entre las variables es muy baja y de carácter negativo, de acuerdo con los criterios de interpretación establecidos para el Rho de Spearman, tal como se detalla en el Anexo 3.

#### **4.2.4.6. Discusión:**

El haber obtenido un coeficiente de correlación  $-0,166$  entre la dimensión Autorregulación - de la variable Inteligencia Emocional - y el Uso de Redes Sociales, prueba que existe una relación significativa, inversa pero muy débil entre ambas variables. Este resultado sugiere que, a medida que aumenta el uso de redes sociales por parte de los estudiantes, tiende a disminuir ligeramente su capacidad para gestionar emociones, controlar impulsos y adaptarse emocionalmente. Aunque la magnitud de la correlación es baja, y solo el 2.75% -  $r^2$  - de la variabilidad en la autorregulación puede explicarse por el uso de

redes sociales, el hallazgo resulta estadísticamente significativo debido a que la muestra es considerablemente grande y en contextos educativos no es un hallazgo menor pero al mismo tiempo abre el camino a la exploración de otros factores asociados.

En el presente estudio se identificó una correlación negativa y débil pero estadísticamente significativa ( $r = -0.166$ ,  $p = 0.006$ ) entre la dimensión Autorregulación de la Inteligencia Emocional y el Uso de Redes Sociales en una muestra de 275 estudiantes de secundaria. Este resultado sugiere que, a medida que aumenta el uso de redes sociales, tienden a disminuir, aunque levemente, las habilidades de autorregulación emocional de los adolescentes. De acuerdo con la matriz de operacionalización de variables, la autorregulación comprende la capacidad de controlar impulsos, canalizar emociones de forma positiva y evitar reacciones impulsivas, lo cual es clave en el contexto educativo y social.

Este hallazgo guarda coherencia parcial con lo reportado por More (2020); quien, en su estudio con niños de educación infantil en Zaragoza, encontró que niveles más altos de inteligencia emocional se asociaban con mayor bienestar psicológico y menores síntomas depresivos y quejas somáticas. Aunque More no halló significancia estadística entre inteligencia emocional y rendimiento académico, sí observó que la autoestima modulaba positivamente esta relación: a mayor autoestima, mayor rendimiento. Además, planteó que la inteligencia emocional elevada podía asociarse también con mayores

niveles de ansiedad, a menos que estuviera acompañada de alta autoestima, lo que amortiguaba dicho efecto.

Al contrastar estos hallazgos, se evidencia que, tanto en niños como en adolescentes, las habilidades emocionales —como la autorregulación— juegan un rol esencial en el bienestar psicológico, aunque su relación con variables externas como el uso de redes sociales o el rendimiento académico pueda estar mediada por otros factores como la autoestima. En el caso del presente estudio, el resultado sugiere que un uso elevado de redes sociales podría interferir con la capacidad de los adolescentes para gestionar sus emociones, regular su comportamiento y responder de forma adecuada en situaciones de presión emocional, lo cual resulta especialmente relevante en una etapa caracterizada por cambios afectivos y sociales intensos.

More (2020) también pone de relieve una limitación importante: la escasa literatura en español sobre inteligencia emocional en población escolar, lo que es concordante con el estudio aquí desarrollado.

#### **4.2.5. Hipótesis Específica 5:**

Existe una relación inversa y significativa entre la motivación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **4.2.5.1. Hipótesis Estadísticas:**

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación inversa y significativa entre la motivación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación inversa y significativa entre la motivación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **4.2.5.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con:  $\alpha = 0,05$ .

#### **4.2.5.3. Tipo de Prueba**

Para probar esta hipótesis primero se realizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, debido a que el número de datos superan los 50; resultando que para la Dimensión Motivación se halló un p valor = 0,00; es decir los datos para esta dimensión no siguen una distribución normal; mientras que para la variable 2 – Uso de Redes Sociales – se halló un p valor = 0,003; lo que sugiere que también los datos respecto de la variable 2 no tienen una distribución normal (ver Anexo 5).

Por tanto, la prueba elegida para comprobar la correlación entre la dimensión referida y la variable 2, fue Rho de Spearman.

#### 4.2.5.4. Valor de la probabilidad:

**Tabla 18**

*Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Motivación y la Variable 2*

		D3_Motivacion	V2_Uso De Redes Sociales
Rho de Spearman	Coeficiente correlación	de 1,000	-,166**
D3_Motivacion	Sig. (bilateral)	.	,006
	N	275	275
	Coeficiente de Decorrelación	-,166**	1,000
V2_Uso Redes Sociales	Sig. (bilateral)	,006	.
	N	275	275

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota:* Elaborado con datos obtenidos de la muestra al aplicar el cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales.

#### 4.2.5.5. Análisis:

Dado que  $p = 0,006 < 0,05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, lo que indica la existencia de una relación inversa y estadísticamente significativa entre la motivación y el uso de las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N.<sup>o</sup> 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, durante el año 2024. Este resultado alcanza un nivel de significancia del 99% de confianza (\*\*), lo que evidencia la presencia de fundamentos estadísticos contundentes para descartar la hipótesis nula.

Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman ( $\rho = -0,166$ ) revela que la magnitud de la asociación entre ambas variables es muy baja y de signo negativo, conforme a los criterios establecidos en el

cuadro de interpretación del Rho de Spearman, presentado en el Anexo 3.

#### **4.2.5.6. Discusión:**

Haber hallado un rho = -0.166, p = 0.006, significa que existe una correlación negativa y débil entre la dimensión Motivación —que en este estudio representa la orientación al logro y la iniciativa personal dentro de la inteligencia emocional— y el Uso de Redes Sociales. Esta correlación, aunque de baja magnitud, es estadísticamente significativa y sugiere que, a mayor uso de redes sociales, los estudiantes tienden levemente a mostrar menor motivación personal, es decir, menos disposición a mantener el esfuerzo ante dificultades, establecer metas personales o actuar con iniciativa. Aunque esta relación solo explica una pequeña proporción de la variabilidad (alrededor del 2.75%), lo hallado, sin embargo, podría tener implicancias relevantes para el desarrollo socioemocional en adolescentes, dado que un uso intensivo de redes sociales podría estar desplazando actividades vinculadas a la motivación las cuales permiten al estudiante el logro de metas personales.

Este resultado se encuentra en consonancia con los hallazgos de Tarazona (2022), quien, en estudiantes de 4° y 5° de secundaria en Juanjuí (San Martín), identificó una relación altamente significativa e inversamente proporcional entre la inteligencia emocional y la adicción a redes sociales. En esencia, Tarazona reportó que tanto el uso excesivo como la obsesión hacia redes sociales se relacionaban negativamente con la inteligencia emocional, reforzando la idea de

que el uso intensivo de estas plataformas puede incidir negativamente en el equilibrio emocional y en la autorregulación conductual.

El resultado encontrado en la presente investigación sugiere que el tiempo que los adolescentes dedican a las redes sociales podría estar afectando su motivación para realizar actividades académicas o personales con sentido y propósito. Este descenso en la motivación podría deberse al reforzamiento inmediato que ofrecen las redes sociales (likes, comentarios, validación social), lo cual reduce el interés por actividades que requieren esfuerzo sostenido y gratificación diferida, como el estudio o el cumplimiento de metas personales.

En ese sentido, los hallazgos de esta investigación están respaldados por Tarazona (2022), al señalar que el uso frecuente y no regulado de redes sociales podría interferir con aspectos fundamentales de la inteligencia emocional. Además, refuerzan la idea de que intervenir en el desarrollo emocional de los estudiantes —en especial en su capacidad de automotivarse y autorregularse— puede ser clave para contrarrestar los efectos nocivos del uso excesivo de las redes sociales.

#### **4.2.6. Hipótesis Específica 6:**

Existe una relación inversa y significativa entre la empatía y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **4.2.6.1. Hipótesis Estadísticas:**

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación inversa y significativa entre la empatía y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación inversa y significativa entre la empatía y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **4.2.6.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con:  $\alpha = 0,05$ .

#### **4.2.6.3. Tipo de Prueba**

Para probar esta hipótesis primero se realizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, debido a que el número de datos superan los 50; resultando que para la Dimensión Empatía se halló un p valor = 0,00; es decir los datos para esta dimensión no siguen una distribución normal; mientras que para la variable 2 – Uso de Redes Sociales – se halló un p valor = 0,003; lo que sugiere que también los datos respecto de la variable 2 no tienen una distribución normal (ver Anexo 5).

Por tanto, la prueba elegida para probar la correlación entre la dimensión referida y la variable 2, fue Rho de Spearman.

#### 4.2.6.4. Valor de la probabilidad:

**Tabla 19**

*Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre la Empatía y la variable 2*

		D4_Empatia	V2_Uso De Redes Sociales
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	-,147*
	Sig. (bilateral)	.	,015
	N	275	275
V2_Uso De Redes Sociales	Coefficiente de correlación	-,147*	1,000
	Sig. (bilateral)	,015	.
	N	275	275

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

*Nota:* Elaborado con datos obtenidos de la muestra al aplicar el cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales.

#### 4.2.6.5. Análisis:

Como  $p = 0,015 < 0,05$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, es decir existe una relación inversa y significativa entre la empatía y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024, esto es significativo al 95% de confianza (\*), es decir existe fuerte evidencia de que la hipótesis nula no es verdadera.

Además, como el Coeficiente de Correlación es de -0,147; la fuerza de asociación de las variables es muy baja y negativa, tal como se puede ver en el cuadro de interpretación para Rho de Spearman, Anexo 3.

#### **4.2.6.6. Discusión:**

Se prueba que existe una correlación negativa y débil entre la dimensión Empatía - de la Inteligencia Emocional - y el Uso de Redes Sociales, con un coeficiente de Rho de Spearman de -0,147 y un nivel de significancia de  $p = 0.015$ , resultado que es estadísticamente significativo al nivel 0.05 en una muestra de 275 estudiantes. La dimensión Empatía está compuesta por los indicadores comprensión emocional y preocupación por los demás, incluyendo conductas como ponerse en el lugar del otro, reconocer señales emocionales y mostrar interés por el bienestar ajeno. Esta correlación sugiere que, aunque la relación es débil, a mayor uso de redes sociales, los estudiantes tienden levemente a mostrar niveles más bajos de empatía, es decir, menor capacidad para percibir y responder de manera adecuada a las emociones de los demás. Si bien el porcentaje de varianza explicada es bajo (alrededor del 2.1%), este hallazgo puede ser indicativo de una posible desconexión emocional o empática asociada al uso intensivo de plataformas digitales.

Este resultado es concordante parcialmente con los hallazgos de Alarcón (2021), quien en su investigación sobre estudiantes de educación superior técnica en Lima concluyó que los factores de adicción a redes sociales se correlacionan negativamente con las dimensiones de inteligencia emocional, excepto con la dimensión de valoración de las emociones de otros, donde no se evidenció correlación. En la misma línea en el presente trabajo se halló que sí

existe una relación significativa, aunque débil, entre la empatía y el uso de redes sociales en estudiantes adolescentes de secundaria.

Por otro lado, los resultados de Alarcón (2021) también indicaron que los estudiantes con mayor tiempo de conexión a Internet mostraban mayor propensión a la adicción a redes sociales, lo cual puede tener implicancias similares para los adolescentes de este estudio.

El presente estudio, al igual que el de Alarcón (2021), evidencia que el uso de redes sociales puede estar vinculado con una disminución de determinadas habilidades emocionales en los jóvenes, entre ellas la empatía, lo cual sugiere la subyacente necesidad de implementar estrategias educativas y preventivas orientadas a fortalecer la inteligencia emocional en épocas como la actual en la que proliferan los entornos digitales.

#### **4.2.7. Hipótesis Específica 7:**

Existe una relación inversa y significativa entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

##### **4.2.7.1. Hipótesis Estadísticas:**

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación inversa y significativa entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel

secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación inversa y significativa entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.

#### **4.2.7.2. Nivel de Significancia:**

Con una confiabilidad del 95% y una significancia del 5%, es decir con:  $\alpha = 0,05$ .

#### **4.2.7.3. Tipo de Prueba**

Para probar esta hipótesis primero se realizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, debido a que el número de datos superan los 50; resultando que para la Dimensión Habilidades Sociales se halló un p valor = 0,00; es decir los datos para esta dimensión no siguen una distribución normal; mientras que para la variable 2 – Uso de Redes Sociales – se halló un p valor = 0,003; lo que sugiere que también los datos respecto de la variable 2 no tienen una distribución normal (ver Anexo 5).

Por tanto, la prueba elegida para comprobar la correlación entre la dimensión referida y la variable 2, fue Rho de Spearman.

#### 4.2.7.4. Valor de la probabilidad:

**Tabla 20**

*Prueba de Rho de Spearman para determinar el grado de relación entre las Habilidades Sociales y la variable 2*

	D5_Habilidades Sociales	V2_Uso De Redes Sociales
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000
D5_Habilidades Sociales	Sig. (bilateral)	,002
	N	275
	Coeficiente de correlación	-,190**
V2_Uso De Redes Sociales	Sig. (bilateral)	,002
	N	275

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaborado con datos obtenidos de la muestra al aplicar el cuestionario sobre inteligencia emocional y el uso de redes sociales.

#### 4.2.7.5. Análisis:

Considerando que  $p = 0,002 < 0,05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, lo que permite afirmar que existe una relación inversa y estadísticamente significativa entre las habilidades sociales y el uso de las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa N.<sup>o</sup> 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, durante el año 2024. Este resultado presenta significancia al 99% de nivel de confianza (\*\*), lo que evidencia la existencia de una sólida base estadística para descartar la hipótesis nula.

Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman obtenido ( $\rho = -0,190$ ) indica que la intensidad de la asociación entre ambas variables

es muy baja y de carácter negativo, de acuerdo con los criterios de interpretación del Rho de Spearman, consignados en el Anexo 3.

#### **4.2.7.6. Discusión:**

Se prueba que existe una correlación negativa y débil entre la dimensión Habilidades Sociales - de la Inteligencia Emocional - y el Uso de Redes Sociales, con un coeficiente de Rho de Spearman de - 0,190 y un valor de significancia de  $p = 0,002$ , siendo este resultado estadísticamente significativo al nivel 0.01 en una muestra de 275 estudiantes. La dimensión Habilidades Sociales comprende los indicadores comunicación asertiva y resolución de conflictos, los cuales involucran la capacidad de expresar emociones adecuadamente, pedir ayuda en momentos de sobrecarga emocional y manejar discusiones de forma constructiva. La correlación hallada indica que, aunque la relación es débil, un mayor uso de redes sociales se asocia con una ligera disminución en las habilidades sociales de los estudiantes, lo cual podría manifestarse en dificultades para interactuar de manera empática, resolver conflictos o comunicarse emocionalmente de forma efectiva en contextos reales. Este resultado, aunque no implica causalidad, sí ofrece una señal de alerta respecto a los posibles efectos del uso excesivo de redes en el desarrollo de competencias sociales esenciales.

Lo hallado por Briones (2020), concuerda indirectamente con lo hallado en el presente trabajo de investigación, aunque ,Briones usó

una muestra distinta (20 gerentes de empresas en Cajamarca), también encontró una relación significativa entre la inteligencia emocional y el desarrollo de competencias gerenciales. En su estudio, se evidenció que los gerentes con niveles altos de inteligencia emocional lograban desarrollar de manera más eficiente sus competencias gerenciales, entre ellas la capacidad de liderazgo, negociación, comunicación y manejo de equipos, las cuales están estrechamente relacionadas con las habilidades sociales.

Aunque las poblaciones comparadas son diferentes —en este estudio adolescentes escolares y adultos en contextos empresariales en el caso de Briones — ambos estudios coinciden en que la inteligencia emocional y sus dimensiones, como las habilidades sociales, son determinantes para un desarrollo integral. La diferencia estriba en el contexto: mientras que Briones estudió entornos laborales, el presente estudio lo hace en el contexto educativo. Sin embargo, este estudio demuestra que el uso intensivo de redes sociales puede interferir en el desarrollo o manifestación efectiva de dichas habilidades en los adolescentes, lo cual puede tener repercusiones a futuro, tanto en sus relaciones personales como en su desempeño académico y laboral.

Lo hallado en este trabajo de investigación sugiere que la interacción constante en entornos digitales podría limitar la práctica de habilidades sociales en contextos reales, como la expresión emocional directa, la escucha activa o la resolución de conflictos cara a cara. Es

posible que los adolescentes que recurren excesivamente a las redes sociales para comunicarse presenten dificultades para establecer relaciones profundas, expresar emociones genuinas o enfrentar situaciones sociales complejas en el mundo real.

En suma, al igual que en el estudio de Briones (2020), en el presente trabajo se confirma la importancia de la inteligencia emocional —en este caso, de las habilidades sociales— como un factor decisivo en el desarrollo humano. Sin embargo, se añade una nueva variable de interés: el uso de redes sociales, el cual, si no es gestionado adecuadamente, podría actuar como un obstáculo para el desarrollo pleno de estas competencias socioemocionales.

## CONCLUSIONES

Del problema principal, objetivo general y la prueba de hipótesis general, realizada a la muestra sobre la cual se desarrolló la inferencia estadística, con un Rho = -0,236,  $p < 0,01$ , y con un nivel de confianza que alcanza al 99%, se concluye que existe una relación inversa y significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en los estudiantes de secundaria de la I.E. N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024. Es decir, a mayor inteligencia emocional, menor uso de redes sociales, aunque dicha correlación es baja.

Del primer problema derivado, primer problema específico y la prueba de hipótesis específica 1, se concluye que la mayoría de los estudiantes se ubicaron en niveles medio o alto de inteligencia emocional, según los puntajes obtenidos en el instrumento aplicado y poseen un desarrollo aceptable o favorable de las competencias emocionales evaluadas, como son reconocer sus emociones (autoconciencia), regular su comportamiento emocional (autorregulación), se motivan internamente hacia metas, muestran sensibilidad hacia los demás (empatía), y tienen capacidad de interacción social positiva (habilidades sociales). En otros términos, podemos concluir que está descartada la presencia de un déficit emocional generalizado en la población estudiada, es decir la población estudiada no presenta riesgos emocionales graves en términos de baja inteligencia emocional.

Del segundo problema derivado, segundo problema específico y la prueba de hipótesis específica 2, se concluye que la mayor parte de los estudiantes - 98% - tiene un nivel medio de uso de redes sociales; es decir usan las redes sociales con regularidad, pero no de forma excesiva; probablemente ingresan a ellas, pero sin interferir gravemente con

sus actividades escolares o personales. También se puede concluir que tienen una motivación diversificada: Utilizan redes sociales tanto para mantener relaciones sociales como para entretenimiento y fines académicos, aunque en proporciones moderadas. Además, se concluye que muestran un comportamiento equilibrado entre interacción activa y pasiva: Publican, comentan o reaccionan, pero también observan contenido sin participar activamente.

Del tercer problema derivado, tercer problema específico y la prueba de hipótesis específica 3, se concluye que existe una relación inversa y significativa entre autoconciencia y uso de redes sociales ( $\text{Rho} = -0.193$ ,  $p = 0.001$ ), lo que implica que los estudiantes con mayor autoconciencia tienden a utilizar menos las redes sociales; es decir: estudiantes con mayor autoconciencia emocional son más conscientes de sus emociones, reacciones y fortalezas; regulan mejor su comportamiento digital, evitando un uso desmedido o impulsivo de redes sociales. En contraste con estudiantes con menor autoconciencia tienden a usar las redes sociales con mayor frecuencia o sin control.

Del cuarto problema derivado, cuarto problema específico y la prueba de hipótesis específica 4, se concluye que existe una relación inversa y significativa entre la autorregulación y el uso de redes sociales ( $\text{Rho} = -0.166$ ,  $p = 0.006$ ), aunque de baja magnitud, lo que sugiere que, a mayor autorregulación emocional, los estudiantes tienden a usar menos las redes sociales; y a menor autorregulación, el uso de redes tiende a aumentar. Es decir, los con buena autorregulación emocional pueden resistir impulsos de conexión constante, manejan mejor el deseo de responder inmediatamente o de revisar redes en momentos inadecuados y usan redes sociales con mayor control y

criterio; en cambio los estudiantes con baja autorregulación son más propensos a usar redes de manera impulsiva o excesiva y pueden tener dificultades para desconectarse.

Del quinto problema derivado, quinto problema específico y la prueba de hipótesis específica 5 se concluye que existe una relación inversa y significativa entre la motivación (como dimensión de la inteligencia emocional) y el uso de redes sociales ( $\text{Rho} = -0.166$ ,  $p = 0.006$ ), lo que indica que, a mayor nivel de motivación emocional, los estudiantes tienden a hacer un uso menos frecuente o menos dependiente de las redes sociales. Por el contrario, a menor motivación interna, los estudiantes tienden a usar más las redes sociales, probablemente como forma de evasión o distracción. Es decir, los estudiantes con alta motivación emocional tienen metas claras, se enfocan en su desarrollo personal o académico, priorizan actividades constructivas sobre el uso excesivo de redes y usan redes de manera más funcional y autorregulada; en contraste con los estudiantes con baja motivación emocional que se podrían frustrar fácilmente, carecer de metas claras y estarían recurriendo a las redes sociales como forma de escape o sustituto de la motivación intrínseca.

Del sexto problema derivado, sexto problema específico y la prueba de hipótesis específica 6, se concluye que hay una correlación negativa y débil entre la dimensión Empatía (con un  $\text{Rho} = -0.166$ ,  $p = 0.006$ ) y el Uso de Redes Sociales, es decir estudiantes con mayor empatía son más conscientes del impacto de sus interacciones virtuales en los demás; probablemente priorizan la calidad sobre la cantidad en sus relaciones digitales, regulan mejor su comportamiento en redes sociales para evitar herir, excluir o ignorar a otros; en contraste con estudiantes con menor empatía: podrían

usar las redes sociales de manera más impulsiva o egocéntrica y hasta es posible que se vean más expuestos a conflictos, malentendidos o dinámicas negativas en las redes.

Del séptimo problema derivado, séptimo problema específico y la prueba de hipótesis específica 7, se concluye que hay una relación inversa y significativa entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales ( $\text{Rho} = -0.190$ ,  $p = 0.002$ ), es decir el uso elevado de redes podría limitar la práctica de habilidades sociales en contextos reales, estudiantes con habilidades sociales más desarrolladas prefieren la interacción cara a cara y valoran más las relaciones reales que las virtuales, regulan mejor su tiempo y su participación en redes sociales, usándolas de manera más funcional y selectiva y son menos dependientes de las redes para satisfacer necesidades de interacción; mientras que estudiantes con habilidades sociales menos desarrolladas tienden a reemplazar las interacciones sociales presenciales por la comunicación digital; pueden sentirse más cómodos expresándose en redes que en interacciones directas, lo que podría llevar a un uso más frecuente o desregulado de estas plataformas.

## SUGERENCIAS

Al MINEDU, responsable de elaborar el Currículo Nacional de Educación Básica, se sugiere diseñar e implementar nuevas estrategias pedagógicas que promuevan el uso crítico, responsable y moderado de las redes sociales por parte de los estudiantes, integrándolas como herramientas educativas; pues la proliferación de los adelantos tecnológicos están dejando desfasados a las estrategias tradicionales en las cuales apenas se hace referencia al uso de TIC, como un desenvolvimiento, del estudiante, dentro de ellas, más no se mencionan, ni de lejos, a la IA como nuevo actor dentro y fuera de las aulas, dejando una pregunta en el aire, ¿cuál es ahora el nuevo rol o estrategias que deben interpretar los docentes?, por tanto urge redefinir el rol docente en un contexto educativo mediado por tecnologías emergentes. Se hace esta sugerencia para que el MINEDU continue en el camino de garantizar un currículo que responda a las demandas contemporáneas de formación integral y además reduzca la brecha entre la práctica pedagógica y los avances tecnológicos.

A los estudiantes de pre grado y a los investigadores de post grado de las universidades de Perú se recomienda desarrollar estudios de nivel descriptivo con la finalidad de desentrañar e identificar los múltiples factores que condicionan el uso de inadecuado de redes sociales, pues en el presente estudio parece ser la monocausalidad, la inteligencia emocional asumida como único factor, una de las principales restricciones para develar las verdaderas causas que motivan a los estudiantes, pasar copiosa cantidad de horas atrapados en aparatos que están conectados a redes sociales.

A los investigadores de las ciencias sociales se recomienda ampliar la investigación a otras instituciones educativas del distrito o región, considerando otro tipo de variables

como género, rendimiento académico, tipo de red social usada, entre otras. También emplear diseños longitudinales o cuasi-experimentales para evaluar el efecto de programas de intervención en inteligencia emocional y reducción del uso problemático de redes sociales.

A los psicólogos, estudiosos de la salud mental y docentes se sugiere implementar talleres psicoeducativos permanentes orientados a fortalecer las dimensiones de la inteligencia emocional: autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales; pues al haber hallado una relación inversa entre inteligencia emocional y el apropiado uso de redes sociales es de imperiosa necesidad fortalecer el aspecto emocional de los estudiantes. Se plantea esta sugerencia para comprometer a los actores señalados, en la promoción del bienestar emocional y el desarrollo integral de los estudiantes en diferentes contextos como factor protector frente a conductas problemáticas vinculadas al entorno virtual.

A los directores de las instituciones educativas de Perú se recomienda fomentar espacios de diálogo entre docentes, padres de familia y estudiantes sobre los riesgos y beneficios del uso de las redes sociales, promoviendo un enfoque preventivo y formativo. También es necesario que la Institución Educativa diseñe un Plan de Convivencia Escolar que contemple el fortalecimiento de la inteligencia emocional como factor protector ante los riesgos del entorno digital. Dentro de la Institución Educativa también se recomienda establecer una red de soporte socioemocional (psicólogos, tutores, docentes capacitados) que acompañe a los estudiantes en el manejo de sus emociones vinculadas al uso de redes sociales. Esta sugerencia es planteada para

que los directores de instituciones educativas, docentes y padres de familia inicien el fortalecimiento de la gestión educativa en torno al uso seguro y responsable de las redes sociales y promover la participación activa en la identificación de riesgos y beneficios del mundo digital.

A los docentes de la educación básica regular se recomienda fortalecer la interacción reflexiva en cuanto los estudiantes se pongan en contacto con las redes sociales durante el desarrollo de las sesiones de aprendizaje, de tal forma que se trate de educar las relaciones impulsivas y descontroladas que algunos estudiantes muestran en el uso de las mismas, ayudándoles a gestionar su tiempo y emociones en entornos digitales y a identificar cuándo el uso de redes afecta su equilibrio emocional o sus relaciones interpersonales. Esta sugerencia se realiza para redefinir la orientación de la práctica pedagógica hacia una mediación consciente y formativa en el uso de redes sociales dentro del proceso del desarrollo de competencias al mismo tiempo educar a los estudiantes en el autocontrol y la autorregulación emocional en contextos digitales.

A los docentes de la educación básica regular y padres de familia de estudiantes de nivel secundario se recomienda fomentar en sus pupilos el desarrollo de metas personales, la perseverancia y el entusiasmo por el logro de sus aspiraciones, como una receta eficaz que motiva a los estudiantes a usar responsablemente el uso de redes sociales, pues en muchas ocasiones la falta de un norte claro en sus proyectos de vida – motivación - los desvía hacia múltiples adicciones, entre ellas el uso descontrolado de las redes sociales. Se plantea esta sugerencia para que se fortalezca en los estudiantes la orientación hacia metas personales y el desarrollo de la motivación intrínseca, al mismo

tiempo se busque impulsar la corresponsabilidad entre la escuela y la familia en la formación de hábitos saludables en su interacción con el universo digital.

## **LISTA DE REFERENCIAS**

- Alarcon Allain, F. G. (n.d.). *Adicción a redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de educación superior técnica Item Type info:eu-repo/semantics/bachelorThesis*. <http://hdl.handle.net/10757/656105>
- Ayo Morocho Bryan Marcel. (2025). *Redes Sociales Y Su Impacto En La Inteligencia Emocional En Estudiantes De Nivel Bachillerato En Una Institución Educativa Fisacl De Alangasí En El Periodo Académico 2024 – 2025*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Boyatzis, R. E., Goleman, D., & Rhee, K. (1999). *Clustering Competence In Emotional Intelligence: Insights From The Emotional Competence Inventory (ECI)*. [www.eiconsortium.org](http://www.eiconsortium.org)
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Briones Dávila, D. M. (2020). *La inteligencia emocional y el desarrollo de competencias gerenciales de las empresas ADEFOR, COSID S.R.L, Empresa Soluciones y Servicios S.A.C – Cajamarca 2019*.
- Cadena-Silva, A. V., Mieles-Bachicoria, S. F., & Intriago-Vera, J. V. (2018). Aproximación al uso de las redes sociales en internet desde una revisión teórica. *Dominio de Las Ciencias*, 4(1), 65. <https://doi.org/10.23857/dc.v4i1.723>
- Córdova, I. (2021). *El Proyecto de Investigación Científica*. Editorial San Marcos. Lima Perú.
- Condori Sinty, T., & Quiro Sucapuca, Y. (2023). Adicción a redes sociales y cansancio emocional en estudiantes Universitarios de la carrera de Psicología de una

- universidad privada en la ciudad de Juliaca, 2022. *Revista Científica de Ciencias de La Salud*, 16(2), 18–32. <https://doi.org/10.17162/rccs.v16i2.1959>
- Herrera Castrillo, C. J. (2024). Paradigma Positivista. *Boletín Científico de Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 12(24), 29–32. <https://doi.org/10.29057/icea.v12i24.12660>
- Incardona, R. M., Bonichini, S., & Tremolada, M. (2023). *Emotional Intelligence and Use of Social Networks in Adolescents*. <https://doi.org/10.20944/preprints202304.0911.v1>
- Jalier, J., & Díaz, M. (2012). *Reseña teórica de la inteligencia emocional: modelos e instrumentos de medición / Theoretical review of emotional intelligence: models and measuring instruments*. *Revisão teórica sobre inteligência emocional: modelos e delose instrumentos de medição*.
- Keara, D., & De Zoysa, P. (2022). The association between the use of selected forms of social media and the emotional intelligence of undergraduates of a state university in Sri Lanka. *Sri Lanka Journal of Psychiatry*, 13(2), 13–17. <https://doi.org/10.4038/sljpsyc.v13i2.8396>
- More Bendito, P. (2020). *La influencia de la inteligencia emocional en el rendimiento y el bienestar psicológico: El rol modulador de la autoestima*.
- Rdstación. (2022, June 8). *Todo lo que necesitas saber sobre redes sociales*. <Https://Www.Rdstation.Com/Es/Redes-Sociales/>.
- Roncal Vargas, I. Y. (2024). *La Inteligencia Emocional Y El Rendimiento Académico En El Área de Matemática De Los Estudiantes Del Tercer Grado “A” De La Institución Educativa Secundaria “Roosevelt College”, Nueva Cajamarca, Rioja, Año 2023*.
- Ruiz Bolívar, C. (2016). *Redes Sociales y Educación Universitaria* (Vol. 1).

- Sánchez, F. (2020). *Estadística para tesis y uso de SPSS*. Centrum Legalis. Lima 2020
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sharma, T., & Dhani, P. (2016). *Emotional Intelligence; History, Models And Measures*. <https://www.researchgate.net/publication/305815636>
- Sinha, A. K. (2004). *Emotional Intelligence: Imperative for the Organizationally Relevant Outcomes*.
- Tanta Tacilla, J. B. (2022a). *Relación Entre el Uso De Las Redes Sociales Y La Ortografía En Los Estudiantes de Tercer Grado De La I.E. “Manuel Prado”, Santa Bárbara, Los Baños Del Inca - Cajamarca: Año 2021*.
- Tanta Tacilla, J. B. (2022b). *Relación entre el uso de las redes sociales y la ortografía en los estudiantes de tercer grado de la Institución Educativa Manuel Prado”, Santa Bárbara, Los Baños del Inca - Cajamarca: Año 2021*.
- Tarazona Jimenez, M. M. (2022). *Inteligencia Emocional y Adicción a Redes Sociales En Estudiantes de 4° y 5° de Secundaria de Juanjui, San Martín, 2021*.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>

## **APÉNDICES Y ANEXOS**

## Apéndice 01

### CUESTIONARIO SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES

#### TOMANDO EL MODELO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES PLANTEADA POR GOLEMAN Y RD STATION

Autor: Jaime Villanueva Ramos

#### PRESENTACIÓN:

Estimado estudiante soy el docente Jaime Villanueva y estoy realizando un estudio sobre INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES, como parte de una segunda especialidad en nuestra primera casa superior de estudios Universidad nacional de Cajamarca; por lo que solicito a usted su colaboración contestando el siguiente cuestionario.

#### DATOS GENERALES:

Grado: ..... Edad: ..... Sexo: (H) (M)

#### INSTRUCCIONES:

Marque con una “X” el número que represente su percepción u opinión sobre cada enunciado. Los números cualitativamente representan:

1: Nunca	2: Rara vez	3: A veces	4: Casi Siempre	5: Siempre
----------	-------------	------------	-----------------	------------

Ítems		Respuestas				
		Nunca	Rara Vez	A veces	Casi Siempre	Siempre
<b>Variable 1: Inteligencia Emocional</b>						
<b>Dimensión1: Autoconciencia</b>						
1	Identifico mis emociones en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5
2	Soy consciente de mis reacciones emocionales en discusiones.	1	2	3	4	5
3	Conozco mis fortalezas y debilidades personales en el aspecto emocional.	1	2	3	4	5
4	Soy consciente de cómo mis emociones influyen en mis decisiones	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 2: Autorregulación</b>						
5	Mantengo la calma en situaciones en las que me siento bajo presión.	1	2	3	4	5
6	Controlo mis impulsos en momentos de enojo.	1	2	3	4	5
7	Me tranquilizo y evito tomar decisiones precipitadas basadas en emociones fuertes	1	2	3	4	5

8	Cambio mis estrategias cuando mis emociones interfieren en mi rendimiento académico.	1	2	3	4	5
9	Me adapto rápidamente a nuevas situaciones emocionales que me tocan vivir.	1	2	3	4	5
10	Puedo cambiar mi comportamiento para mantener relaciones interpersonales efectivas	1	2	3	4	5

#### Dimensión 3: Motivación

11	Me mantengo motivado para lograr objetivos a largo plazo.	1	2	3	4	5
12	Mantengo la concentración a pesar de contratiempos emocionales	1	2	3	4	5
13	Tomo la iniciativa para resolver conflictos emocionales.	1	2	3	4	5
14	Me propongo metas personales que estimulen mi crecimiento	1	2	3	4	5
15	Busco oportunidades de comunicación para mejorar mis relaciones con otras personas.	1	2	3	4	5

#### Dimensión 4: Empatía

16	Entiendo cómo se sienten los demás en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5
17	Reconozco señales no verbales que indican las emociones de los demás.	1	2	3	4	5
18	Soy capaz de ponerme en el lugar de los demás	1	2	3	4	5
19	Me interesa ayudar a los demás cuando se sienten mal.	1	2	3	4	5
20	Me preocupo por el bienestar emocional de los otros.	1	2	3	4	5

#### Dimensión 5: Habilidades sociales

21	Utilizo un lenguaje adecuado al comunicar mis sentimientos.	1	2	3	4	5
22	Puedo pedir ayuda cuando mis emociones me sobrepasan.	1	2	3	4	5
23	Manejo mis emociones, de forma constructiva, en situaciones discrepantes.	1	2	3	4	5
24	Pido disculpas cuando la expresión de mis emociones afecta a los demás	1	2	3	4	5

#### Variable 2: Uso de Redes Sociales

##### Dimensión 1: Frecuencia de uso

25	Paso muchas horas a diario en las redes sociales, por diversos motivos.	1	2	3	4	5
26	Dedico buena parte de mi tiempo a revisar las publicaciones de mis amigos	1	2	3	4	5
27	Siempre consulto las redes sociales antes de dormir.	1	2	3	4	5
28	Reviso las redes sociales cada vez que tengo tiempo libre.	1	2	3	4	5
29	Siento necesidad de revisar las redes sociales continuamente.	1	2	3	4	5

<b>Dimensión 2: Motivación de uso</b>						
30	Uso las redes sociales para mantenerme en contacto con amigos y familiares.	1	2	3	4	5
31	Las redes sociales me ayudan a conocer nuevas personas.	1	2	3	4	5
32	Me siento más cerca de mis amigos gracias a las redes sociales.	1	2	3	4	5
33	Uso las redes sociales para ver videos o memes divertidos para no sentirme aburrido.	1	2	3	4	5
34	Sigo cuentas o perfiles de entretenimiento.	1	2	3	4	5
35	Frecuentemente uso las redes sociales para buscar información relacionada con mis tareas o proyectos de aprendizaje.	1	2	3	4	5
36	Paso mucho tiempo a diario en las redes sociales comunicándome con mis compañeros o profesores sobre temas académicos.	1	2	3	4	5
37	Las redes sociales me ayudan a resolver mis tareas y organizar mejor mis actividades académicas, me hacen recordar entrega de trabajos y fechas de exámenes.	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 3: Tipo de interacción</b>						
38	Publico fotos, videos o estados con frecuencia.	1	2	3	4	5
39	Comento en publicaciones de amigos o seguidores.	1	2	3	4	5
40	Participo en reuniones o debates en grupos en línea.	1	2	3	4	5
41	Leo comentarios y publicaciones sin dejar una respuesta.	1	2	3	4	5
42	Reviso historias o estados de amigos sin comentarlos.	1	2	3	4	5

*Gracias por su colaboración – Dios lo (a) bendiga.*

*Autor del Instrumento: Dr. Cs. Jaime Villanueva Ramos.*

## Apéndice 02

Razón de validez de contenido del Instrumento Inteligencia Emocional, elaborado por

Jaime Villanueva Ramos.

Constructo	Dimensión	Items	Esencial	Útil Pero no Esencial	No esencial	CVR	CVR'
Inteligencia Emocional	Dimensión 1: Autoconciencia.	1	3	0	0	1.000	1.000
		2	3	0	0	1.000	1.000
		3	3	0	0	1.000	1.000
		4	2	1	0	0.333	0.667
	Dimensión 2: Autorregulación.	5	3	0	0	1.000	1.000
		6	3	0	0	1.000	1.000
		7	3	0	0	1.000	1.000
		8	3	0	0	1.000	1.000
		9	2	1	0	0.333	0.667
		10	3	0	0	1.000	1.000
		11	3	0	0	1.000	1.000
	Dimensión 3: Motivación.	12	2	1	0	0.333	0.667
		13	3	0	0	1.000	1.000
		14	3	0	0	1.000	1.000
		15	3	0	0	1.000	1.000
		16	2	1	0	0.333	0.667
	Dimensión 4: Empatía.	17	3	0	0	1.000	1.000
		18	2	1	0	0.333	0.667
		19	3	0	0	1.000	1.000
		20	2	1	0	0.333	0.667
		21	3	0	0	1.000	1.000
	Dimensión 5: Habilidades sociales	22	3	0	0	1.000	1.000
		23	2	1	0	0.333	0.667
		24	2	1	0	0.333	0.667
		SUMA	64	8	0	18.667	21.333
				CVI global		0.778	0.889
				Sumatoria Ítems aceptables			21.33
				CVI Ítems aceptables			0.888889

### Apéndice 03

Razón de validez de contenido del Instrumento Uso de Redes Sociales, elaborado por Jaime Villanueva Ramos.

Constructo	Dimensión	Ítems	Esencial	Útil Pero no Esencial	No esencial	CVR	CVR'
Uso de Redes Sociales	Dimensión 1: Frecuencia de uso.	1	3	0	0	1.000	1.000
		2	3	0	0	1.000	1.000
		3	2	1	0	0.333	0.667
		4	3	0	0	1.000	1.000
		5	2	1	0	0.333	0.667
	Dimensión 2: Motivación de uso.	6	2	1	0	0.333	0.667
		7	2	1	0	0.333	0.667
		8	3	0	0	1.000	1.000
		9	3	0	0	1.000	1.000
		10	3	0	0	1.000	1.000
		11	2	1	0	0.333	0.667
		12	3	0	0	1.000	1.000
		13	3	3	0	1.000	1.000
	Dimensión 3: Tipo de interacción	14	2	1	0	0.333	0.667
		15	3	0	0	1.000	1.000
		16	3	0	0	1.000	1.000
		17	3	0	0	1.000	1.000
		18	3	0	0	1.000	1.000
		SUMA	48	9	0	14.000	16.000
				CVI global		0.778	0.889
				Sumatoria Ítems Aceptables			16.000
				CVI Ítems aceptables			0.89

## Apéndice 04

### Coeficiente de confiabilidad de la variable 1

ID	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	item_15	item_16	item_17	item_18	item_19	item_20	item_21	item_22	item_23	item_24	Puntaje	
1	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	5	3	3	4	3	4	2	5	5	5	4	4	4	3	86	
2	5	5	5	5	2	1	3	5	4	2	2	1	5	2	5	5	2	4	5	5	5	5	1	1	81	
3	2	3	2	4	2	2	3	4	4	3	4	2	3	3	1	3	3	2	2	2	2	1	4	64		
4	3	2	5	3	3	2	4	3	4	3	5	4	2	5	3	4	5	3	5	4	5	3	4	3	87	
5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	3	2	2	5	4	2	5	2	1	3	1	1	79	
6	5	5	3	4	3	2	4	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	1	1	2	4	73	
7	3	4	5	5	2	2	3	4	2	4	5	3	4	3	5	3	3	2	3	2	3	4	3	4	81	
8	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	3	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	105	
9	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	3	3	5	85	
10	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	92	
11	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	75	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
13	2	4	3	4	2	3	4	3	3	2	5	2	3	4	2	4	3	5	4	3	2	3	3	3	76	
14	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	99	
15	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	94	
Total	51	55	58	59	48	46	54	57	49	44	60	50	48	51	52	58	52	55	59	53	50	47	43	50	S <sub>T</sub> <sup>2</sup>	112.6
S <sub>i</sub> <sup>2</sup>	0.91	0.62	1.05	0.60	0.96	1.26	0.37	0.56	0.60	0.60	1.07	1.16	0.56	1.17	0.92	1.18	0.92	1.02	1.00	1.18	1.82	1.18	1.18	1.29	S <sub>i</sub> <sup>2</sup>	23.16

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

Dónde:  $\sum S_i^2$  sumatoria de las varianzas de cada ítem = 23.16

$S_T^2$  varianza de la suma de todos los ítems = 112.6

K número de ítems= 24

K-1 número de ítems menos uno = 23

$\alpha = 0.829$

## Apéndice 05

### Coeficiente de confiabilidad de la variable 2

ID	item_25	item_26	item_27	item_28	item_29	item_30	item_31	item_32	item_33	item_34	item_35	item_36	item_37	item_38	item_39	item_40	item_41	item_42	Puntaje	
1	5	1	4	5	4	4	2	3	4	2	5	4	3	2	3	3	1	3	58	
2	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	1	1	5	5	4	76	
3	3	3	1	1	4	2	3	3	1	1	4	2	3	2	2	2	3	3	43	
4	2	1	2	5	1	5	2	2	1	3	1	5	1	5	2	1	1	1	41	
5	1	3	1	1	2	1	2	1	3	1	5	3	4	1	1	1	1	2	34	
6	3	4	2	4	2	5	1	2	3	3	5	4	4	3	1	1	2	2	51	
7	3	2	2	3	3	5	5	3	5	2	3	4	3	2	2	2	2	4	55	
8	2	2	2	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3	2	56	
9	3	2	4	4	2	4	4	3	5	5	4	3	4	3	2	3	4	2	61	
10	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	5	64	
11	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	
13	3	2	5	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	1	1	1	4	3	50	
14	3	2	3	3	2	3	2	3	4	2	4	3	3	1	2	2	4	4	50	
15	3	2	2	3	2	3	4	3	4	5	3	2	2	1	1	2	2	3	47	
Total	42	36	42	48	41	54	47	44	50	41	57	52	50	34	30	36	42	$S_t^2$	94.889	
$S_i^2$	0.69	1.04	1.49	1.49	1.00	1.31	1.45	0.73	1.29	1.80	1.09	0.78	1.02	1.40	0.80	1.31	1.49	1.00	$\sum S_i^2$	21.17

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

Dónde:  $\sum S_i^2$  sumatoria de las varianzas de cada ítem = 21.17

$S_t^2$  varianza de la suma de todos los ítems = 94.889

K número de ítems= 18

K-1 número de ítems menos uno = 17

$\alpha = 0.8226$

## **Apéndice 06**

### **Instrumentos evaluados por 3 jueces y/o expertos**

#### **VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS, MÉTODO LAWSHE – TRISTAN INSTRUMENTOS: CUESTIONARIO SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES TOMANDO EL MODELO DE COMPETENICAS EMOCIONALES PROPUESTA POR GOLEMAN Y RD STATION.**

**Autor: Jaime Villanueva Ramos  
A CRITERIO DE JUECES**

#### **DATOS GENERALES:**

Nombre y apellidos del Juez y/o experto: Judith Chávez Medina

Estudios: Licenciado ( ) Maestría ( ) Doctorado ( X ) Otros ( )

Profesión: Licenciada en Educación

Ocupación: Docente

Centro de trabajo: Universidad Nacional de Cajamarca

DNI N°: 26691544

Universidad en donde adquirió la licenciatura o grado: Universidad Nacional de Cajamarca

Correo electrónico: judithchavez@unc.edu.pe

Teléfono / celular: 979972865

#### **ESTIMADO EVALUADOR (A)**

A continuación, le presento dos instrumentos que han sido elaborados por el tesista para recoger datos acerca de la relación de dos variables:

Variable 1: Inteligencia Emocional

Variable 2: Uso de Redes Sociales.

#### **La primera variable “Inteligencia Emocional”, según Goleman (1995), consta de 5 dimensiones:**

Dimensión 1: Autoconciencia

Es la capacidad del individuo para reconocer y comprender sus propias emociones, así como los efectos que estas pueden generar en su comportamiento. Implica tener claridad sobre los propios estados emocionales, fortalezas, debilidades y valores personales.

Dimensión 2: Autorregulación.

Es la habilidad para manejar, controlar y canalizar adecuadamente las emociones, impulsos y reacciones ante diversas situaciones.

Incluye el autocontrol, la adaptación al cambio y el pensamiento reflexivo antes de actuar.

Dimensión 3: Motivación.

Se refiere a la disposición interna que impulsa a la persona a actuar con entusiasmo, perseverancia y optimismo frente a objetivos personales o académicos. Incluye la capacidad de automotivarse incluso ante dificultades.

Dimensión 4: Empatía.

Es la habilidad para percibir, comprender y compartir los sentimientos y necesidades emocionales de otras personas. Se manifiesta en la capacidad de escuchar activamente, comprender perspectivas ajenas y actuar con sensibilidad social.

Dimensión 5: Habilidades sociales

Son las capacidades para establecer y mantener relaciones interpersonales saludables, comunicarse efectivamente, resolver conflictos, colaborar en grupo y desenvolverse adecuadamente en contextos sociales.

**La segunda variable “Uso de redes sociales” según RD STATION (2022), consta de 3 dimensiones:**

Dimensión 1: Frecuencia de uso.

*Hace referencia a la cantidad de veces o el tiempo que un estudiante accede y utiliza redes sociales en su vida diaria. Incluye tanto el número de conexiones por día como el tiempo total invertido.*

Dimensión 2: Motivación de uso

*Describe las razones o fines por los que los estudiantes hacen uso de las redes sociales. Puede incluir motivaciones académicas, de entretenimiento, búsqueda de información, socialización o expresión personal*

Dimensión 3: Tipo de interacción

*Se refiere a la forma en que los estudiantes se relacionan o comunican con otros a través de las redes sociales, ya sea mediante mensajes, comentarios, publicaciones, reacciones o participación en grupos virtuales.*

### **PARTES QUE SE PIDE POR FAVOR EVALÚE**

El cuestionario se aplicará a estudiantes de nivel secundario de la Institución Educativa 82019 – La Florida del distrito de Cajamarca. Por favor revise si a su juicio los ítems son comprensibles y adecuados a lo que se desea investigar. Le pedimos, por favor, marque una letra; y si desea también puede colocar opcionalmente, observaciones o posibles sugerencias para mejorar el ítem respectivo.

#### **Marcar las letras:**

- A: Si el reactivo es necesario para medir el indicador.
- B: Si el reactivo sería útil para medir el indicador, pero no es muy necesaria su inclusión.
- C: Si el reactivo no es necesario o no permite medir claramente el indicador.

### **CUESTIONARIO SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES TOMANDO EL MODELO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES PLANTEADA POR GOLEMAN Y RD STATION**

**Autor: Jaime Villanueva Ramos**

#### **PRESENTACIÓN:**

Estimado estudiante soy el docente Jaime Villanueva y estoy realizando un estudio sobre INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES como parte de una segunda especialidad en nuestra primera casa de estudios: Universidad Nacional de Cajamarca; por lo que solicito a usted su colaboración contestando el siguiente cuestionario.

#### **DATOS GENERALES:**

Grado: ..... Edad: ..... Sexo: (H) (M)

#### **INSTRUCCIONES:**

Marque con una “X” el número que represente su percepción u opinión sobre cada enunciado. Los números cualitativamente representan:

1: Nunca	2: Rara vez	3: A veces	4: Casi Siempre	5: Siempre
----------	-------------	------------	-----------------	------------

Ítems	Respuestas					Jueces: Marcar la letra: A: Si el reactivo es necesario para medir el indicador. B: Si el reactivo sería útil para medir el indicador, pero no es muy necesaria su inclusión. C: Si el reactivo no es necesario o no permite medir claramente el indicador.	
	Nunca	Rara Vez	A veces	Casi Siempre	Siempre		
<b>Variable 1: Inteligencia Emocional</b>							
<b>Dimensión1: Autoconciencia</b>							
1	Identifico mis emociones en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5	X B C
2	Soy consciente de mis reacciones emocionales en las discusiones.	1	2	3	4	5	X B C
3	Conozco mis fortalezas y debilidades personales en el aspecto emocional.	1	2	3	4	5	X A B C
4	Soy consciente de cómo mis emociones influyen en mis decisiones	1	2	3	4	5	X A B C
<b>Dimensión 2: Autorregulación</b>							
5	Mantengo la calma en situaciones en las que me siento bajo presión.	1	2	3	4	5	X A B C
6	Controlo mis impulsos en momentos de enojo.	1	2	3	4	5	X A B C
7	Me tranquilizo y evito tomar decisiones precipitadas basadas en emociones fuertes	1	2	3	4	5	X B C
8	Cambio mis estrategias cuando mis emociones interfieren en mi rendimiento académico.	1	2	3	4	5	X A B C
9	Me adapto rápidamente a nuevas situaciones emocionales que me tocan vivir.	1	2	3	4	5	X A B C
10	Puedo cambiar mi comportamiento para mantener relaciones interpersonales efectivas	1	2	3	4	5	X A B C
<b>Dimensión 3: Motivación</b>							
11		1	2	3	4	5	X A B C

	Me mantengo motivado para lograr objetivos a largo plazo.							
12	Mantengo la concentración a pesar de contratiempos emocionales	1	2	3	4	5	X	B C
13	Tomo la iniciativa para resolver conflictos emocionales que se presentan.	1	2	3	4	5	X	B C
14	Me propongo metas personales que estimulen mi crecimiento	1	2	3	4	5	X	B C
15	Busco oportunidades de comunicación para mejorar mis relaciones con otras personas.	1	2	3	4	5	X	B C
<b>Dimensión 4: Empatía</b>								
16	Entiendo cómo se sienten los demás en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5	X	B C
17	Reconozco señales no verbales que indican las emociones de los demás.	1	2	3	4	5	X	B C
18	Soy capaz de ponerme en el lugar de los demás	1	2	3	4	5	X	B C
19	Me interesa ayudar a los demás cuando se sienten mal.	1	2	3	4	5	X	B C
20	Me preocupo por el bienestar emocional de los otros.	1	2	3	4	5	X	B C
<b>Dimensión 5: Habilidades sociales</b>								
21	Utilizo un lenguaje adecuado al comunicar mis sentimientos.	1	2	3	4	5	X	B C
22	Puedo pedir ayuda cuando siento que mis emociones me sobrepasan.	1	2	3	4	5	X	B C
23	Manejo mis emociones, de forma constructiva, en situaciones discrepantes.	1	2	3	4	5	X	B C
24	Pido disculpas cuando la expresión de mis emociones afecta a los demás.	1	2	3	4	5	X	B C
<b>Variable 2: Uso de Redes Sociales</b>								
<b>Dimensión 1: Frecuencia de uso</b>								
25	Paso muchas horas a diario en las redes sociales por diversos motivos.	1	2	3	4	5	X	B C
26	Dedico buena parte de mi tiempo a revisar las publicaciones de mis amigos.	1	2	3	4	5	X	B C
27	Siempre consulto las redes sociales antes de dormir.	1	2	3	4	5	X	B C
28	Reviso las redes sociales cada vez que tengo tiempo libre.	1	2	3	4	5	X	B C
29	Siento necesidad de revisar las redes sociales continuamente.	1	2	3	4	5	X	B C
<b>Dimensión 2: Motivación de uso</b>								
30	Uso las redes sociales para mantenerme en contacto con amigos y familiares.	1	2	3	4	5	X	B C

31	Las redes sociales me ayudan a conocer nuevas personas.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
32	Me siento más cerca de mis amigos gracias a las redes sociales.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
33	Uso las redes sociales para ver videos o memes divertidos para no sentirme aburrido.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
34	Sigo cuentas o perfiles de entretenimiento.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
35	Frecuentemente, uso las redes sociales para buscar información relacionada con mis tareas o proyectos de aprendizaje.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
36	Paso mucho tiempo a diario en las redes sociales comunicándome con mis compañeros o profesores sobre temas académicos.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
37	Las redes sociales me ayudan a resolver mis tareas y organizar mejor mis actividades académicas; asimismo, me hacen recordar la entrega de trabajos y fechas de exámenes.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C

### Dimensión 3: Tipo de interacción

38	Publico fotos, videos o estados con frecuencia.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
39	Comento las publicaciones de amigos o seguidores.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
40	Participo en reuniones o debates en grupos en línea.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
41	Leo comentarios y publicaciones sin dejar una respuesta.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
42	Reviso historias o estados de amigos sin comentarlos.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C

Autor del Instrumento: Dr. Cs. Jaime Villanueva Ramos.



Firma del Evaluador

DNI N°: 26691544

**Nota:** Por favor reenviar al WhatsApp nro. 973 – 417598

o al correo institucional: [jvillanuevar\\_epg20@unc.edu.pe](mailto:jvillanuevar_epg20@unc.edu.pe)

Gracias por su colaboración;  
Dios lo bendiga

**VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS, MÉTODO LAWSHE – TRISTAN  
INSTRUMENTOS: CUESTIONARIO SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y  
EL USO DE REDES SOCIALES TOMANDO EL MODELO DE COMPETENICAS  
EMOCIONALES PROPUESTA POR GOLEMAN Y RD STATION.**

**Autor: Jaime Villanueva Ramos**

**A CRITERIO DE JUECES**

**DATOS GENERALES:**

Nombre y apellidos del Juez y/o experto: Lila Janeth Cusquisibán Yopla

Estudios: Licenciado ( ) Maestría ( ) Doctorado ( X ) Otros ( )

Profesión: Licenciada en Educación-Especialidad Inglés

Ocupación: Docente

Centro de trabajo: I.E. Andrés Avelino Cáceres

DNI Nro: 46161133

Universidad en donde adquirió la licenciatura o grado: Universidad Nacional de Cajamarca

Correo electrónico: [lilajanethcy@gmail.com](mailto:lilajanethcy@gmail.com)

Teléfono / celular: 976149478

**ESTIMADO EVALUADOR (A)**

A continuación, le presento dos instrumentos que han sido elaborados por el tesista para recoger datos acerca de la relación de dos variables:

Variable 1: Inteligencia Emocional

Variable 2: Uso de Redes Sociales.

**La primera variable “Inteligencia Emocional”, según Goleman (1995), consta de 5 dimensiones:**

Dimensión 1: Autoconciencia

Es la capacidad del individuo para reconocer y comprender sus propias emociones, así como los efectos que estas pueden generar en su comportamiento. Implica tener claridad sobre los propios estados emocionales, fortalezas, debilidades y valores personales.

Dimensión 2: Autorregulación.

Es la habilidad para manejar, controlar y canalizar adecuadamente las emociones, impulsos y reacciones ante diversas situaciones. Incluye el autocontrol, la adaptación al cambio y el pensamiento reflexivo antes de actuar.

Dimensión 3: Motivación.

Se refiere a la disposición interna que impulsa a la persona a actuar con entusiasmo, perseverancia y optimismo frente a objetivos personales o académicos. Incluye la capacidad de automotivarse incluso ante dificultades.

Dimensión 4: Empatía.

Es la habilidad para percibir, comprender y compartir los sentimientos y necesidades emocionales de otras personas. Se manifiesta en la capacidad de escuchar activamente, comprender perspectivas ajenas y actuar con sensibilidad social.

Dimensión 5: Habilidades sociales

Son las capacidades para establecer y mantener relaciones interpersonales saludables, comunicarse efectivamente, resolver conflictos, colaborar en grupo y desenvolverse adecuadamente en contextos sociales.

**La segunda variable “Uso de redes sociales” según RD STATION (2022), consta de 3 dimensiones:**

Dimensión 1: Frecuencia de uso.

*Hace referencia a la cantidad de veces o el tiempo que un estudiante accede y utiliza redes sociales en su vida diaria. Incluye tanto el número de conexiones por día como el tiempo total invertido.*

Dimensión 2: Motivación de uso

*Describe las razones o fines por los que los estudiantes hacen uso de las redes sociales. Puede incluir motivaciones académicas, de entretenimiento, búsqueda de información, socialización o expresión personal*

Dimensión 3: Tipo de interacción

*Se refiere a la forma en que los estudiantes se relacionan o comunican con otros a través de las redes sociales, ya sea mediante mensajes,*

*comentarios, publicaciones, reacciones o participación en grupos virtuales.*

## **PARTES QUE SE PIDE POR FAVOR EVALÚE**

El cuestionario se aplicará a estudiantes de nivel secundario de la Institución Educativa 82019 – La Florida del distrito de Cajamarca. Por favor revise si a su juicio los ítems son comprensibles y adecuados a lo que se desea investigar. Le pedimos, por favor, marque una letra; y si desea también puede colocar opcionalmente, observaciones o posibles sugerencias para mejorar el ítem respectivo.

### **Marcar las letras:**

- A: Si el reactivo es necesario para medir el indicador.**
- B: Si el reactivo sería útil para medir el indicador, pero no es muy necesaria su inclusión.**
- C: Si el reactivo no es necesario o no permite medir claramente el indicador.**

## **CUESTIONARIO SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES**

### **TOMANDO EL MODELO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES**

**PLANTEADA POR GOLEMAN Y RD STATION**

**Autor: Jaime Villanueva Ramos**

### **PRESENTACIÓN:**

Estimado estudiante soy el docente Jaime Villanueva y estoy realizando un estudio sobre INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES como parte de una segunda especialidad en nuestra primera casa de estudios: Universidad Nacional de Cajamarca; por lo que solicito a usted su colaboración contestando el siguiente cuestionario.

### **DATOS GENERALES:**

Grado: ..... Edad: ..... Sexo: (H) (M)

### **INSTRUCCIONES:**

Marque con una “X” el número que represente su percepción u opinión sobre cada enunciado. Los números cualitativamente representan:

1: Nunca	2: Rara vez	3: A veces	4: Casi Siempre	5: Siempre
----------	-------------	------------	-----------------	------------

Ítems		Respuestas					Jueces: Marcar la letra: A: Si el reactivo es necesario para medir el indicador. B: Si el reactivo sería útil para medir el indicador, pero no es muy necesaria su inclusión. C: Si el reactivo no es necesario o no permite medir claramente el indicador.					
		Nunca	Rara Vez	A veces	Casi Siempre	Siempre						
<b>Variable 1: Inteligencia Emocional</b>												
<b>Dimensión1: Autoconciencia</b>												
1	Identifico mis emociones en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5	A	B	C			
2	Soy consciente de mis reacciones emocionales en las discusiones.	1	2	3	4	5	A	B	C			
3	Conozco mis fortalezas y debilidades personales en el aspecto emocional.	1	2	3	4	5	A	B	C			
4	Soy consciente de cómo mis emociones influyen en mis decisiones	1	2	3	4	5	A	B	C			
<b>Dimensión 2: Autorregulación</b>												
5	Mantengo la calma en situaciones en las que me siento bajo presión.	1	2	3	4	5	A	B	C			
6	Controlo mis impulsos en momentos de enojo.	1	2	3	4	5	A	B	C			
7	Me tranquilizo y evito tomar decisiones precipitadas basadas en emociones fuertes	1	2	3	4	5	A	B	C			
8	Cambio mis estrategias cuando mis emociones interfieren en mi rendimiento académico.	1	2	3	4	5	A	B	C			
9	Me adapto rápidamente a nuevas situaciones emocionales que me tocan vivir.	1	2	3	4	5	A	B	C			
10	Puedo cambiar mi comportamiento para mantener relaciones interpersonales efectivas	1	2	3	4	5	A	B	C			
<b>Dimensión 3: Motivación</b>												
11	Me mantengo motivado para lograr objetivos a largo plazo.	1	2	3	4	5	A	B	C			
12	Mantengo la concentración a pesar de contratiempos emocionales	1	2	3	4	5	A	B	C			
13		1	2	3	4	5	A	B	C			

	Tomo la iniciativa para resolver conflictos emocionales que se presentan.							
14	Me propongo metas personales que estimulen mi crecimiento	1	2	3	4	5	A	B C
15	Busco oportunidades de comunicación para mejorar mis relaciones con otras personas.	1	2	3	4	5	A	B C
<b>Dimensión 4: Empatía</b>								
16	Entiendo cómo se sienten los demás en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5	A	B C
17	Reconozco señales no verbales que indican las emociones de los demás.	1	2	3	4	5	A	B C
18	Soy capaz de ponerme en el lugar de los demás	1	2	3	4	5	A	B C
19	Me interesa ayudar a los demás cuando se sienten mal.	1	2	3	4	5	A	B C
20	Me preocupo por el bienestar emocional de los otros.	1	2	3	4	5	A	B C
<b>Dimensión 5: Habilidades sociales</b>								
21	Utilizo un lenguaje adecuado al comunicar mis sentimientos.	1	2	3	4	5	A	B C
22	Puedo pedir ayuda cuando siento que mis emociones me sobrepasan.	1	2	3	4	5	A	B C
23	Manejo mis emociones, de forma constructiva, en situaciones discrepantes.	1	2	3	4	5	A	B C
24	Pido disculpas cuando la expresión de mis emociones afecta a los demás.	1	2	3	4	5	A	B C
<b>Variable 2: Uso de Redes Sociales</b>								
<b>Dimensión 1: Frecuencia de uso</b>								
25	Paso muchas horas a diario en las redes sociales por diversos motivos.	1	2	3	4	5	A	B C
26	Dedico buena parte de mi tiempo a revisar las publicaciones de mis amigos.	1	2	3	4	5	A	B C
27	Siempre consulto las redes sociales antes de dormir.	1	2	3	4	5	A	B C
28	Reviso las redes sociales cada vez que tengo tiempo libre.	1	2	3	4	5	A	B C
29	Siento necesidad de revisar las redes sociales continuamente.	1	2	3	4	5	A	B C
<b>Dimensión 2: Motivación de uso</b>								
30	Uso las redes sociales para mantenerme en contacto con amigos y familiares.	1	2	3	4	5	A	B C
31	Las redes sociales me ayudan a conocer nuevas personas.	1	2	3	4	5	A	B C
32	Me siento más cerca de mis amigos gracias a las redes sociales.	1	2	3	4	5	A	B C

							A	B	C
33	Uso las redes sociales para ver videos o memes divertidos para no sentirme aburrido.	1	2	3	4	5			
34	Sigo cuentas o perfiles de entretenimiento.	1	2	3	4	5	A	B	C
35	Frecuentemente, uso las redes sociales para buscar información relacionada con mis tareas o proyectos de aprendizaje.	1	2	3	4	5	A	B	C
36	Paso mucho tiempo a diario en las redes sociales comunicándome con mis compañeros o profesores sobre temas académicos.	1	2	3	4	5	A	B	C
37	Las redes sociales me ayudan a resolver mis tareas y organizar mejor mis actividades académicas; asimismo, me hacen recordar la entrega de trabajos y fechas de exámenes.	1	2	3	4	5	A	B	C
<b>Dimensión 3: Tipo de interacción</b>									
38	Publico fotos, videos o estados con frecuencia.	1	2	3	4	5	A	B	C
39	Comento las publicaciones de amigos o seguidores.	1	2	3	4	5	A	B	C
40	Participo en reuniones o debates en grupos en línea.	1	2	3	4	5	A	B	C
41	Leo comentarios y publicaciones sin dejar una respuesta.	1	2	3	4	5	A	B	C
42	Reviso historias o estados de amigos sin comentarlos.	1	2	3	4	5	A	B	C

*Autor del Instrumento: Dr. Cs. Jaime Villanueva Ramos.*



*Firma del Evaluador*

*DNI N°: 46161133*

**Nota:** Por favor reenviar al WhatsApp nro. 973 – 417598  
o al correo institucional: [jvillanuevar\\_epg20@unc.edu.pe](mailto:jvillanuevar_epg20@unc.edu.pe)

*Gracias por su colaboración;  
Dios lo bendiga*

**VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS, MÉTODO LAWSHE – TRISTAN  
INSTRUMENTOS: CUESTIONARIO SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y  
EL USO DE REDES SOCIALES TOMANDO EL MODELO DE COMPETENICAS  
EMOCIONALES PROPUESTA POR GOLEMAN Y RD STATION.**

**Autor: Jaime Villanueva Ramos**

**A CRITERIO DE JUECES**

**DATOS GENERALES:**

Nombre y apellidos del Juez y/o experto: Martin Enrique Cueva Rojas

Estudios: Licenciado ( ) Maestría ( X ) Doctorado ( ) Otros ( ).

Profesión: Docente y Psicólogo

Ocupación: Docente y Psicólogo

Centro de trabajo: I.E. "Nuestra Señora de la Merced"

DNI Nro: 26686713

Universidad en donde adquirió la licenciatura o grado: San Marcelino Champagnat

Correo electrónico: martin.cueva.rojas@gmail.com

Teléfono / celular: 945408876

**ESTIMADO EVALUADOR (A)**

A continuación, le presento dos instrumentos que han sido elaborados por el tesista para recoger datos acerca de la relación de dos variables:

Variable 1: Inteligencia Emocional

Variable 2: Uso de Redes Sociales.

**La primera variable “Inteligencia Emocional”, según Goleman (1995), consta de 5 dimensiones:**

Dimensión 1: Autoconciencia

Es la capacidad del individuo para reconocer y comprender sus propias emociones, así como los efectos que estas pueden generar en su comportamiento. Implica tener claridad sobre los propios estados emocionales, fortalezas, debilidades y valores personales.

Dimensión 2: Autorregulación.

Es la habilidad para manejar, controlar y canalizar adecuadamente las emociones, impulsos y reacciones ante diversas situaciones. Incluye el autocontrol, la adaptación al cambio y el pensamiento reflexivo antes de actuar.

Dimensión 3: Motivación.

Se refiere a la disposición interna que impulsa a la persona a actuar con entusiasmo, perseverancia y optimismo frente a objetivos personales o académicos. Incluye la capacidad de automotivarse incluso ante dificultades.

Dimensión 4: Empatía.

Es la habilidad para percibir, comprender y compartir los sentimientos y necesidades emocionales de otras personas. Se manifiesta en la capacidad de escuchar activamente, comprender perspectivas ajenas y actuar con sensibilidad social.

Dimensión 5: Habilidades sociales

Son las capacidades para establecer y mantener relaciones interpersonales saludables, comunicarse efectivamente, resolver conflictos, colaborar en grupo y desenvolverse adecuadamente en contextos sociales.

**La segunda variable “Uso de redes sociales” según RD STATION (2022), consta de 3 dimensiones:**

Dimensión 1: Frecuencia de uso.

*Hace referencia a la cantidad de veces o el tiempo que un estudiante accede y utiliza redes sociales en su vida diaria. Incluye tanto el número de conexiones por día como el tiempo total invertido.*

Dimensión 2: Motivación de uso

*Describe las razones o fines por los que los estudiantes hacen uso de las redes sociales. Puede incluir motivaciones académicas, de entretenimiento, búsqueda de información, socialización o expresión personal*

Dimensión 3: Tipo de interacción

*Se refiere a la forma en que los estudiantes se relacionan o comunican con otros a través de las redes sociales, ya sea mediante mensajes,*

*comentarios, publicaciones, reacciones o participación en grupos virtuales.*

## **PARTES QUE SE PIDE POR FAVOR EVALÚE**

El cuestionario se aplicará a estudiantes de nivel secundario de la Institución Educativa 82019 – La Florida del distrito de Cajamarca. Por favor revise si a su juicio los ítems son comprensibles y adecuados a lo que se desea investigar. Le pedimos, por favor, marque una letra; y si desea también puede colocar opcionalmente, observaciones o posibles sugerencias para mejorar el ítem respectivo.

### **Marcar las letras:**

- A: Si el reactivo es necesario para medir el indicador.**
- B: Si el reactivo sería útil para medir el indicador, pero no es muy necesaria su inclusión.**
- C: Si el reactivo no es necesario o no permite medir claramente el indicador.**

## **CUESTIONARIO SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES**

### **TOMANDO EL MODELO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES**

**PLANTEADA POR GOLEMAN Y RD STATION**

**Autor: Jaime Villanueva Ramos**

### **PRESENTACIÓN:**

Estimado estudiante soy el docente Jaime Villanueva y estoy realizando un estudio sobre INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES como parte de una segunda especialidad en nuestra primera casa de estudios: Universidad Nacional de Cajamarca; por lo que solicito a usted su colaboración contestando el siguiente cuestionario.

### **DATOS GENERALES:**

Grado: ..... Edad: ..... Sexo: (H) (M)

### **INSTRUCCIONES:**

Marque con una “X” el número que represente su percepción u opinión sobre cada enunciado. Los números cualitativamente representan:

1: Nunca	2: Rara vez	3: A veces	4: Casi Siempre	5: Siempre
----------	-------------	------------	-----------------	------------

Ítems		Respuestas					Jueces: Marcar la letra: A: Si el reactivo es necesario para medir el indicador. B: Si el reactivo sería útil para medir el indicador, pero no es muy necesaria su inclusión. C: Si el reactivo no es necesario o no permite medir claramente el indicador.		
		Nunca	Rara Vez	A veces	Casi Siempre	Siempre			
<b>Variable 1: Inteligencia Emocional</b>									
<b>Dimensión1: Autoconciencia</b>									
1	Identifico mis emociones en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5	X	B	C
2	Soy consciente de mis reacciones emocionales en las discusiones.	1	2	3	4	5	X	B	C
3	Conozco mis fortalezas y debilidades personales en el aspecto emocional.	1	2	3	4	5	X	B	C
4	Soy consciente de cómo mis emociones influyen en mis decisiones	1	2	3	4	5	X	B	C
<b>Dimensión 2: Autorregulación</b>									
5	Mantengo la calma en situaciones en las que me siento bajo presión.	1	2	3	4	5	X	B	C
6	Controlo mis impulsos en momentos de enojo.	1	2	3	4	5	X	B	C
7	Me tranquilizo y evito tomar decisiones precipitadas basadas en emociones fuertes	1	2	3	4	5	X	B	C
8	Cambio mis estrategias cuando mis emociones interfieren en mi rendimiento académico.	1	2	3	4	5	X	B	C
9	Me adapto rápidamente a nuevas situaciones emocionales que me tocan vivir.	1	2	3	4	5	X	B	C
10	Puedo cambiar mi comportamiento para mantener relaciones interpersonales efectivas	1	2	3	4	5	X	B	C
<b>Dimensión 3: Motivación</b>									
11	Me mantengo motivado para lograr objetivos a largo plazo.	1	2	3	4	5	X	B	C
12		1	2	3	4	5	X	B	C

	Mantengo la concentración a pesar de contratiempos emocionales							
13	Tomo la iniciativa para resolver conflictos emocionales que se presentan.	1	2	3	4	5	X	B C
14	Me propongo metas personales que estimulen mi crecimiento	1	2	3	4	5	X	B C
15	Busco oportunidades de comunicación para mejorar mis relaciones con otras personas.	1	2	3	4	5	X	B C

#### Dimensión 4: Empatía

16	Entiendo cómo se sienten los demás en situaciones difíciles.	1	2	3	4	5	X	B C
17	Reconozco señales no verbales que indican las emociones de los demás.	1	2	3	4	5	X	B C
18	Soy capaz de ponerme en el lugar de los demás	1	2	3	4	5	X	B C
19	Me interesa ayudar a los demás cuando se sienten mal.	1	2	3	4	5	X	B C
20	Me preocupo por el bienestar emocional de los otros.	1	2	3	4	5	X	B C

#### Dimensión 5: Habilidades sociales

21	Utilizo un lenguaje adecuado al comunicar mis sentimientos.	1	2	3	4	5	X	B C
22	Puedo pedir ayuda cuando siento que mis emociones me sobrepasan.	1	2	3	4	5	X	B C
23	Manejo mis emociones, de forma constructiva, en situaciones discrepantes.	1	2	3	4	5	X	B C
24	Pido disculpas cuando la expresión de mis emociones afecta a los demás.	1	2	3	4	5	X	B C

#### Variable 2: Uso de Redes Sociales

##### Dimensión 1: Frecuencia de uso

25	Paso muchas horas a diario en las redes sociales por diversos motivos.	1	2	3	4	5	X	B C
26	Dedico buena parte de mi tiempo a revisar las publicaciones de mis amigos.	1	2	3	4	5	X	B C
27	Siempre consulto las redes sociales antes de dormir.	1	2	3	4	5	X	B C
28	Reviso las redes sociales cada vez que tengo tiempo libre.	1	2	3	4	5	X	B C
29	Siento necesidad de revisar las redes sociales continuamente.	1	2	3	4	5	X	B C

##### Dimensión 2: Motivación de uso

30	Uso las redes sociales para mantenerme en contacto con amigos y familiares.	1	2	3	4	5	X	B C
31	Las redes sociales me ayudan a conocer nuevas personas.	1	2	3	4	5	X	B C

32	Me siento más cerca de mis amigos gracias a las redes sociales.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
33	Uso las redes sociales para ver videos o memes divertidos para no sentirme aburrido.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
34	Sigo cuentas o perfiles de entretenimiento.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
35	Frecuentemente, uso las redes sociales para buscar información relacionada con mis tareas o proyectos de aprendizaje.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
36	Paso mucho tiempo a diario en las redes sociales comunicándome con mis compañeros o profesores sobre temas académicos.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
37	Las redes sociales me ayudan a resolver mis tareas y organizar mejor mis actividades académicas; asimismo, me hacen recordar la entrega de trabajos y fechas de exámenes.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
<b>Dimensión 3: Tipo de interacción</b>									
38	Publico fotos, videos o estados con frecuencia.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
39	Comento las publicaciones de amigos o seguidores.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
40	Participo en reuniones o debates en grupos en línea.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
41	Leo comentarios y publicaciones sin dejar una respuesta.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
42	Reviso historias o estados de amigos sin comentarlos.	1	2	3	4	5	<input checked="" type="checkbox"/>	B	C

Autor del Instrumento: Dr. Cs. Jaime Villanueva Ramos.

Martin Enrique Cueva Rojas

DNI N°:26686713

**Nota:** Por favor reenviar al WhatsApp nro. 973 – 417598

o al correo institucional: [jvillanuevar\\_epg20@unc.edu.pe](mailto:jvillanuevar_epg20@unc.edu.pe)

Gracias por su colaboración;  
Dios lo bendiga.

## Anexos

### Anexo 1

**Tabla de interpretación para la validez de contenido**

Escala	Categoría
De 0 a 0,5	Validez muy baja
De 0,5 a 0,6	Validez baja
De 0,6 a 0,7	Validez media
De 0,7 a 0,8	Validez alta
0,8 a 1	Validez muy alta.

*Nota:* Tomado de Estadística para tesis;  
Sánchez (2020)

### Anexo 2

**Tabla de interpretación del coeficiente de confiabilidad**

Escala	Categoría
r = 1	Confiabilidad perfecta
0,90 ≤ 0,99	Confiabilidad muy alta
0,70 ≤ 0,89	Confiabilidad alta
0,60 ≤ 0,69	Confiabilidad aceptable
0,40 ≤ 0,59	Confiabilidad moderada
0,30 ≤ 0,39	Confiabilidad baja
0,10 ≤ 0,29	Confiabilidad muy baja
0,001 ≤ 0,09	Confiabilidad despreciable
r = 0	Confiabilidad nula

*Nota:* Tomado de instrumentos de investigación;  
Córdova (2021)

### Anexo 3

*Escala para la Interpretación del coeficiente de Correlación Spearman*

Valor de 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

*Nota:* Tomado de Estadística para tesis y uso de SPSS; Sánchez (2020).

#### Anexo 4

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			
	Estadístico	gl	Sig.
V1	,061	275	,014
V2	,069	275	,003

Se aprecia que para la variable 1 p valor=0,14 < 0,05 y para la variable 2 p valor=0,003 < 0,05; entonces se rechaza la hipótesis nula, es decir con una significancia del 5% la variable 1 y la variable 2 no siguen una distribución normal. (Porque se asume que las variables siguen una distribución normal y esa es la hipótesis nula); y se elige Kolmogorov-Smirnov pues la muestra tiene mayo de 50 observaciones o datos.

#### Anexo 5

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			
	Estadístico	gl	Sig.
D1_Autoconciencia	,085	275	,000
D2_Autoregulacion	,109	275	,000
D3_Motivacion	,080	275	,000
D4_Empatia	,107	275	,000
D5_HabSocls	,100	275	,000
V2	,069	275	,003

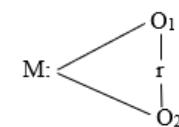
Se usa la prueba Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup>, pues el número de datos es mayor a 50, se obtuvo en todos los casos Sig < 0,05; por lo que se concluye que las dimensiones de la V1 no siguen una distribución normal, por tanto, se debe optar por una prueba no paramétrica.

## Apéndice 7

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título: “INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 82019 – LA FLORIDA, DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, AÑO 2024”.**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
PRINCIPAL ¿Cuál es la relación entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?	GENERAL Determinar la relación entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.	GENERAL Existe una relación significativa entre la inteligencia emocional y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.	Variable 1 Inteligencia Emocional.	Autoconciencia	➤ Reconocimiento de emociones propias ➤ Autoevaluación precisa.	Encuesta/ Cuestionario de encuesta	Área de investigación y línea de investigación: Internet y educación; Medios tecnológicos y labor docente.  Tipo de investigación: Parafraseando a Palomino y otros (2017), por su finalidad es una investigación aplicada, por su secuencia temporal es transversal, y de acuerdo al tiempo en que ocurren los hechos y la toma de datos es una investigación prospectiva (p.101).
DERIVADOS ¿Cuál es el nivel de inteligencia emocional en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?	ESPECÍFICOS Determinar el nivel de inteligencia emocional en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.	ESPECÍFICAS Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, presentan un nivel de inteligencia emocional bajo, en el año 2024.		Autorregulación	➤ Control emocional. ➤ Adaptabilidad.		
		Identificar el nivel de uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.		Motivación	➤ Orientación al logro. ➤ Iniciativa.		
		Los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, presentan un nivel alto de uso de redes sociales en el año 2024.		Empatía	➤ Comprensión emocional. ➤ Preocupación por los demás		
		.		Habilidades sociales	➤ Comunicación assertiva ➤ Resolución de conflictos		
¿Cuál es la relación entre la autoconciencia y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?	Analizar la relación entre la autoconciencia y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.	Existe una relación inversa y significativa entre la autoconciencia y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.	Variable 2 Uso de Redes Sociales	Frecuencia de uso	➤ Tiempo invertido en redes sociales. ➤ Periodicidad de uso		Diseño de investigación:  La Torre (citado por Córdoba 2014), sugiere tipos de diseños específicos para estudios en educación, entre ellos está diseño descriptivo correlacional. (p. 75)  De lo referido se desprende que el estudio además de ser de un diseño no experimental es descriptivo correlacional, pues en una
				Motivación de uso	➤ Relacionada con la interacción social ➤ Relacionada con el entretenimiento ➤ Relacionada con las actividades académicas		
				Tipo de interacción	➤ Participación activa ➤ Participación pasiva		

<p>¿Cuál es la relación entre la autorregulación y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre la autorregulación y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>	<p>– La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>						<p>sola muestra (M), se observará la variable inteligencia emocional (<math>O_1</math>) y se determinará el nivel de dicha variable, luego se recogerán datos con el instrumento apropiado para medir el uso de redes sociales (<math>O_2</math>). Finalmente se evaluará estadísticamente el grado de correlación entre ambas (<math>r</math>).</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la motivación y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?</p>	<p>Examinar la relación entre la motivación y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>	<p>Existe una relación inversa y significativa entre la autorregulación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>						<p>Su esquema es:</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la empatía y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?</p>	<p>Evaluar la relación entre la empatía y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>	<p>Existe una relación inversa y significativa entre la motivación y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>						
<p>¿Cuál es la relación entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, año 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre las habilidades sociales y el uso de redes sociales en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>	<p>Existe una relación inversa y significativa entre la empatía y el uso de redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 82019 – La Florida, del distrito de Cajamarca, en el año 2024.</p>						<p><math>M:</math></p>  <p><math>O_1</math>: Observaciones de la variable 1.  <math>O_2</math>: Observaciones de la variable 2.  <math>r</math>: coeficiente de correlación.</p>

1. Datos del autor:

Nombres y Apellidos: Jaime Villanueva Ramos

DNI/Otros Nº: 26707409

Correo electrónico: juvillanuevar-epg20@unc.edu.pe

Teléfono: 973 417598

2. Grado académico o título profesional

Bachiller     Título profesional     Segunda especialidad

Maestro     Doctor

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis     Trabajo de investigación     Trabajo de suficiencia profesional

Trabajo académico

Título: INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 82019-LA FLORIDA DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, AÑO 2024.

Asesor: Dr. Juan Edilberto Julca Novoa

Jurados: Lic. Oscar Jaime Marín Rosell

Prof. Demóstenes Marín Chávez

Dra. Juana Dalila Huaccha Álvarez

Fecha de publicación: 22 / 12 / 2025

Escuela profesional/Unidad:

Escuela Profesional de Perfeccionamiento Docente

4. Licencias

Bajo los siguientes términos autorizo el depósito de mi trabajo de investigación en el Repository Digital Institucional de la Universidad Nacional de Cajamarca.

Con la autorización de depósito de mi trabajo de investigación, otorgo a la Universidad Nacional de Cajamarca una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi trabajo de investigación, en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido por conocerse, a través de los diversos servicios provistos por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repository Digital de la UNC, Colección de Tesis, entre otros, en el Perú y en el extranjero, por el tiempo y veces que considere necesarias, y libre de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Nacional de Cajamarca podrá reproducir mi trabajo de investigación en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

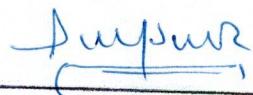
Declaro que el trabajo de investigación es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicho trabajo de investigación no infringe derechos de autor de terceras personas. La Universidad Nacional de Cajamarca consignará el nombre del(os) autor(es) del trabajo de investigación, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la presente licencia.

Autorizo el depósito (marque con una X)

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.

Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha  
          /      /      

No autorizo



Firma

22 / 12 / 2025

Fecha