

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA



T E S I S

Redes sociales y emprendimiento económico o social en estudiantes del

quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc,

2023

Para optar el título profesional de:

Licenciado en Educación

Con mención: Tecnología Informática y Telecomunicaciones

Autores:

Bach. Samuel Luis BARRETO REQUIZ

Bach. Luis Gustavo ZELADA BENDEZU

Asesor:

Dr. José Rovino ALVAREZ LÓPEZ

Yanahuanca – Perú – 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA



T E S I S

**Redes sociales y emprendimiento económico o social en estudiantes del
quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc,
2023**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Mg. Miguel Ángel VENTURA JANAMPA

PRESIDENTE

Mg. Shuffer GAMARRA ROJAS

MIEMBRO

Mg. Litman Pablo PAREDES HUERTA

MIEMBRO



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

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 058 - 2024

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

Presentado por:

BARRETO REQUIZ, Samuel Luis y ZELADA BENDEZU, Luis Gustavo

Escuela de Formación Profesional:

Educación Secundaria

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo:

Redes sociales y emprendimiento económico o social en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023

Asesor:

ÁLVAREZ LÓPEZ, José Rovino

Índice de Similitud:

17%

Calificativo:

Aprobado

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



DEDICATORIA

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

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

(Samuel Luis BARRETO REQUIZ)

Este trabajo se lo dedico a Dios a mis padres a mi esposa a mi hijo quienes me brindaron el apoyo incondicional para poder lograr mi objetivo que día a día me esforcé para hacerlo realidad.

A mi asesor el Dr. José Rovino ÁLVAREZ LÓPEZ, que a pesar de las dificultades siempre nos guio el paso para no rendirnos.

(Luis Gustavo ZELADA BENDEZU)

AGRADECIMIENTO

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

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

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

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

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

RESUMEN

La investigación permitió determinar la relación entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social con sus respectivas dimensiones, indicadores e ítems propuestos en estudiantes de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc. La metodología utilizada corresponde a un estudio cuantitativo, descriptivo, básico donde se correlacionan las variables de estudio, su diseño fue correlacional transversal, tomando como muestra a 30 estudiantes, quienes participaron directamente para responder los ítems propuestos en los instrumentos de investigación en el área Educación para el Trabajo. Los resultados obtenidos han permitido demostrar que existe correlación positiva moderada y débil entre las variables de estudio por el valor obtenido de 0,640; 0,481; 0,348; 0,395; en la correlacional Rho de Spearman; asimismo el valor de significancia fue de 0,000; 0,007; 0,060 y 0,005 entre las variables aceptando la hipótesis de investigación y rechazando la nula en todas las hipótesis contrastadas.

Palabras Clave: Redes sociales / emprendimiento económico / finalidad / funcionamiento / Apertura / Integración / Crea propuestas de valor / Habilidades técnicas

ABSTRACT

The research allowed us to determine the relationship between social networks and economic or social entrepreneurship with their respective dimensions, indicators and items proposed in students of the Tupac Amaru Educational Institution of Tapuc. The methodology used corresponds to a quantitative, descriptive, basic study where the study variables are correlated, its design was transversal correlational, taking as a sample 30 students, who participated directly to answer the items proposed in the research instruments in the Education area. for work. The results obtained have allowed us to demonstrate that there is a moderate and weak positive correlation between the study variables due to the value obtained of 0.640; 0.481; 0.348; 0.395; in Spearman's correlational Rho; Likewise, the significance value was 0.000; 0.007; 0.060 and 0.005 between the variables, accepting the research hypothesis and rejecting the null in all the tested hypotheses.

Keywords: Social networks / economic entrepreneurship / purpose / operation / Openness / Integration / Create value propositions / Technical skills

INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

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

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

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

CAPITULO IV: Conformado por toda la información concerniente al trabajo de campo, presentando los resultados, tablas, gráficos, etc., su interpretación correspondiente y la prueba de hipótesis con la aplicación estadística correspondiente, así como la discusión de los resultados considerando una comparación directa con las investigaciones realizadas con anterioridad.

LOS AUTORES

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

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

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio	9
2.1.1.	A nivel local.....	9
2.1.2.	A nivel nacional	11
2.1.3.	A nivel internacional.....	13
2.2.	Bases teórico – científicas	16
2.2.1.	Redes sociales	16
2.2.2.	Finalidad	18
2.2.3.	Funcionamiento	18
2.2.4.	Apertura	19
2.2.5.	Integración	19
2.2.6.	Emprendimiento económico o social.....	20
2.2.7.	Crea propuestas de valor.....	21
2.2.8.	Aplica habilidades técnicas.....	22
2.2.9.	Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas	22
2.2.10.	Evalúa resultados de emprendimiento	23
2.3.	Definición de términos básicos.....	23
2.3.1.	Emprendimiento.....	23
2.3.2.	Idear	23
2.3.3.	Creatividad.....	24
2.3.4.	Capacidad.....	24
2.3.5.	Competencia	24
2.3.6.	EPT	24
2.3.7.	Habilidades	24

2.4.	Formulación de hipótesis	25
2.4.1.	Hipótesis General.....	25
2.4.2.	Hipótesis Específicas	25
2.4.3.	Hipótesis nula General.....	25
2.4.4.	Hipótesis nula Específicas	26
2.5.	Identificación de variables	26
2.5.1.	Variable independiente	26
2.5.2.	Variable dependiente	26
2.6.	Definición Operacionalización de variables e indicadores.....	26
2.6.1.	Variable independiente (Redes sociales)	26
2.6.2.	Variable dependiente (Emprendimiento económico o social).....	27
2.6.3.	Definición Operacional.....	27

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación.....	30
3.2.	Nivel de investigación	30
3.3.	Métodos de investigación	30
3.3.1.	Método general	30
3.3.2.	Método específico.....	30
3.4.	Diseño de la investigación	30
3.5.	Población y muestra.....	31
3.5.1.	Población	31
3.5.2.	Muestra	32
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
3.6.1.	Técnicas	32

3.6.2. Instrumentos.....	32
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	33
3.7.1. Selección de instrumentos	33
3.7.2. Validación de instrumentos	33
3.7.3. Confiabilidad de instrumentos	33
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	35
3.9. Tratamiento estadístico	35
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica.....	35

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo.....	37
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	37
4.3. Prueba de hipótesis.	54
4.4. Discusión de resultados	67

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables, las dimensiones, los indicadores, instrumentos e ítems correspondientes a la primera variable: Redes sociales	28
Tabla 2. Variables, las dimensiones, los indicadores, instrumentos e ítems correspondientes a la primera variable: emprendimiento económico o social ...	29
Tabla 3. Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la primera variable: Uso de redes sociales	33
Tabla 4. Resultados de la variable uso de redes sociales	34
Tabla 5. Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la segunda variable: Enfoque del emprendimiento	34
Tabla 6. Estadísticos de fiabilidad.....	34
Tabla 7. Utilizo las redes sociales como distractores en mis tiempos libres.....	38
Tabla 8. Promociono una acción o propuesta de negocio utilizando las redes sociales donde tengo acceso.....	39
Tabla 9. Los grupos a los que pertenezco siempre están disponibles a emprender en algo para resolver sus problemas económicos.....	40
Tabla 10. Mi perfil compartido en las redes permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas.....	41
Tabla 11. Accedo a una red social demostrando respeto a sus integrantes y publicando temas que son adecuados para ellos.	42
Tabla 12. Acepto a mis contactos en grupos conformados donde soy el administrador para conversar sobre emprendimiento y otros temas	43
Tabla 13. Tengo cuentas en las redes sociales conocidas: WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok.....	44

Tabla 14. Los grupos conformados en las redes sociales son protegidos con usuario y contraseña para ingresar.	45
Tabla 15. Se establecen acuerdos para interactuar en las redes de acuerdo a nuestra necesidad... ..	46
Tabla 16. Propongo ideas innovadoras a un producto o servicio a implementar.....	47
Tabla 17. Represento con prototipos o esquemas el bien o servicio a desarrollar.....	48
Tabla 18. Establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados.....	49
Tabla 19. Utilizo la tecnología informática para añadir procesos adecuados en la presentación de un bien o servicio a implementar.....	50
Tabla 20. Acompaño y ayudo a mejorar los desempeños de los integrantes del equipo de trabajo... ..	51
Tabla 21. Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio implementado	52
Tabla 22. Evaluó los procesos y resultados del proyecto implementado.....	53
Tabla 23. Baremo Rho de Spearman.....	55
Tabla 24. Correlaciones entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social.....	56
Tabla 25. Correlación entre la finalidad y la capacidad crea propuestas de valor	59
Tabla 26. Correlaciones entre el funcionamiento y aplica habilidades técnicas	61
Tabla 27. Correlaciones entre la dimensión apertura y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas.....	63
Tabla 28. Correlaciones entre la dimensión integración y evalúa resultados de emprendimiento.....	66

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Uso de redes sociales como distractores	38
Figura 2. Promociono una acción o idea de negocios	39
Figura 3. Disponibilidad de emprendimiento para resolver problemas económico	40
Figura 4. Interacción con emprendedores a través del perfil.....	41
Figura 5. Acceso a una red social con respeto y planteo acciones de emprendimientos.	42
Figura 6. Converso sobre emprendimiento y otros temas desarrollados	43
Figura 7. Cuentas en redes sociales	44
Figura 8. Protección de los grupos con contraseñas	45
Figura 9. Acuerdos para interactuar en las redes	46
Figura 10. Propuesta de ideas innovadoras	47
Figura 11. Represento con prototipos o esquemas	49
Figura 12. Establecimiento de procesos con alternativas novedosas	50
Figura 13. Utilizo la tecnología informática para añadir procesos.....	51
Figura 14. Acompañó y ayudo a mejorar los desempeños	52
Figura 15. Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio ...	53
Figura 16. Evaluó los procesos y resultados del proyecto.....	54
Figura 17. Diagrama de dispersión de las redes sociales y el emprendimiento económico o social.....	57
Figura 18. Diagrama de dispersión entre finalidad y crea propuestas de valor.....	60
Figura 19. Diagrama de dispersión entre la dimensión funcionamiento y aplica habilidades técnicas.....	62

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

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

Las redes sociales son consideradas como (Llana, 2014) aplicaciones comunicativas que desarrollan una diversidad de procesos con usuarios de

distintas partes del mundo para interconectarlos de forma rápida y sencilla a través del internet, generando procesos de intercambio y comunicación permanente, cuyo sistema de comunicación puede ser a través de mensajes, chats, audios y videos cortos para establecer contactos entre diversidad de personas.

Las redes sociales son consideradas como un excelente recurso estratégico que conforma una dimensión corporativa innovadora, por lo que es fundamental que se debe tener claridad sobre los beneficios que aporta en relación a los negocios, desempeño de una labor de emprendimiento para mejorar la productividad entre la diversidad de agentes internos y clientes (Silvia Morales Morejon, 2020) al respecto (Amezcuca, 2012) argumentan que los medios sociales proporcionan un canal innovador y atractivo para que las organizaciones presenten sus ideas a un público amplio, lo que les permite interactuar de manera más informal y sin las limitaciones de las estructuras organizativas (p. 135).

En el ámbito digital, las redes sociales se conceptualizan como estructuras integradas por una amalgama de individuos u organizaciones, todos interrelacionados por intereses y conveniencias específicas (Silvia Morales Morejon, 2020). Diversos académicos han propuesto clasificaciones para estas redes basándose en la función que desempeñan. Casson y Giusta (2007) sugieren una bifurcación principal: redes de corto y largo plazo. Las primeras tienen un enfoque táctico, orientado a objetivos inmediatos, generando alianzas efímeras. En contraste, las redes de largo plazo cultivan relaciones duraderas, con interacciones que se renuevan y fortalecen a partir de la sinergia entre sus miembros. Por otro lado, Hung (2006, p. 365) introduce otra perspectiva, diferenciando entre redes interpersonales e interorganizacionales. Las interpersonales, compuestas por un espectro que abarca desde amigos hasta

contactos profesionales, buscan establecer vínculos con clientes potenciales, siendo esenciales para la adquisición de información estratégica y el desarrollo de negocios. Las interorganizacionales, por otro lado, se erigen como herramientas estratégicas, orientadas a optimizar costos de transacción y a consolidar una posición competitiva en el mercado. Estas últimas tienen tres objetivos cruciales: 1) regular las interacciones entre empresas, 2) promover una visión de futuro colectiva y, 3) establecer una estructura de coordinación robusta.

En el contexto económico contemporáneo, el emprendimiento se distingue como un mecanismo primordial que actúa como catalizador en la producción y prestación de servicios. En aquellas naciones donde se ha incentivado y desarrollado de manera efectiva, el emprendimiento ha surgido como un eje central para el progreso regional. Al enfrentar la complejidad inherente al inicio de un negocio, se observa una marcada efervescencia entre los involucrados, la cual se encuentra permeada por un espectro de expectativas que oscilan entre el optimismo y la cautela, reflejando las incertidumbres asociadas al eventual éxito o adversidad del emprendimiento. (Valle, 2021)

El emprendimiento en la educación básica constituye un área que no ha sido explorado de forma detallada y con resultados detallados en nuestro país, el enfoque del área de Educación para el Trabajo que es el emprendimiento económico o social, ha sido incorporado en el CNEB (2016) con el propósito de contribuir a una formación basada en actividades para pertenecer al mercado laboral en el cumplimiento de actividades de trabajo básico, sin embargo, también, puede brindarle los conocimientos básicos para realizar una actividad económica basada en el emprendimiento económico, por lo que, algunos de los egresados al no alcanzar una vacante, se frustran y empiezan a mostrar su

preocupación o abandono sistemático personal. Algunos estudiantes egresados al comprender con detalle los procesos desarrollados en la mencionada área de estudios, le brindan una importancia especial al emprendimiento para ser independiente creando una actividad propia para resolver sus problemas.

Los estudiantes egresados de la institución educativa Tupac Amaru, en su gran mayoría no alcanzan una vacante en educación superior, de lo ex alumnos de educación básica un 60% se dedican a actividades basadas en la agricultura o ganadería, solo un 40% acceden a carreras universitarias, que durante su formación también abandonan la misma por no ser de su agrado o no responden a su propia realidad personal, o tal vez muy tarde se hayan percatado de sus reales intereses y van formando parte de la inmensa masa de personas que trabajan en entidades laborales solamente en actividades básicas, cuyos ingresos no alcanzan para cubrir su canasta básica familiar, asimismo, en el momento que desean emprender algo, siguen pensando en lo negativo antes de enfrentarlo; es por ello pertinente que, en la formación básica se enfatice la competencia del emprendimiento para resolver los problemas de empleabilidad de los egresados para que puedan emprender una tarea y resolver su situación de necesidad económica a través del uso de la tecnología digital.

La presente investigación permitirá relacionar el emprendimiento con las redes sociales, es decir, si existe un vínculo entre los procesos del emprendimiento y las redes sociales existentes en Internet, la venta de diversos productos en línea con la entrega a domicilio como ya se ha establecido en el mundo financiero, existe una posibilidad para empezar ofertando productos o servicios a través de las redes sociales y llegar a mayor cantidad de personas que pueden adquirir un bien o recibir un servicio.

1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Delimitación Espacial:

El proyecto investigativo se ha desarrollado en la Institución Educativa Tupac Amaru del distrito de Tapuc, Provincia de Daniel Alcides Carrión y Región Pasco.

1.2.2. Delimitación Social:

La investigación se realizó con los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru.

1.2.3. Delimitación temporal:

El periodo para ejecutar la presente investigación fue desde el mes de agosto hasta diciembre de 2023

1.2.4. Delimitación conceptual:

El trabajo teórico fue de exclusividad con Facebook y WhatsApp por ser espacios gratuitos y los más utilizados por estudiantes de la entidad educativa además del enfoque de emprendimiento económico o social del área Educación para el Trabajo.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?

1.3.2. Problemas específicos

- a) ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?

- b) ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?
- c) ¿Cuál es la relación entre las redes sociales y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?
- d) ¿Cuál es la relación entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general:

Determinar la relación entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

1.4.2. Objetivos específicos:

- a) Determinar la relación existente entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023
- b) Establecer la relación existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.
- c) Determinar la relación entre las redes sociales y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del

quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

- d) Establecer la relación entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

1.5. Justificación de la investigación

La indagación en torno al emprendimiento ostenta una trascendencia primordial en el ámbito académico y práctico. Esta relevancia radica en su propósito de elucidar cómo dicho constructo teórico, en función de su trayectoria y maduración, posee la capacidad intrínseca de abordar y potencialmente mitigar dilemas asociados al empleo en períodos temporales específicos. En este marco conceptual, (Palacio, 2010) articula que el emprendimiento desempeña un papel catalizador en la revitalización económica y en la potenciación de la productividad de distintas regiones y comunidades. Bajo esta perspectiva, cualquier propuesta empresarial que genere dividendos tanto económicos como sociales para un individuo, colectividad o núcleo familiar, se erige como una manifestación emprendedora con el objetivo ulterior de intensificar la productividad y, por ende, la generación de empleo.

Nivel teórico: La investigación permitirá analizar cada uno de los constructos del emprendimiento asimismo también las propuestas teóricas de las redes sociales de exclusividad del Facebook y WhatsApp.

Nivel práctico: Se dará a conocer si lo desarrollado en las diversas actividades educativas en Educación para el Trabajo ligado al emprendimiento

servirán de soporte teórico para realizar actividades económicas en línea para vender un producto o brindar un servicio.

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

1.6. Limitaciones de la investigación

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

- **Limitación de tipo bibliográfico:** No existen libros actualizados sobre las variables de estudio de la presente investigación, se realiza búsquedas de información en la diversidad de páginas web que en un buen porcentaje no son del todo confiables.
- **Limitación de tipo económico:** La parte económica es fundamental en toda investigación para la aplicación de instrumentos, traslados, impresiones, compra de textos y otros.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. A nivel local

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

Los hallazgos empíricos confirman un marcado impacto de las actitudes asumidas por los usuarios de las redes sociales en su uso como herramienta comercial en CMAC-Huancayo durante 2019. Se ha registrado una correlación del 94.7%, que se clasifica como una correlación positiva robusta. La probabilidad vinculada es $P(t > 7,874) = 0,0 < 5\%$, lo que indica que esta correlación es estadísticamente significativa.

Adicionalmente, se ha identificado una relación directa y relevante con respecto a los beneficios percibidos de las redes sociales como canal comercial en CMAC-Huancayo en el mismo año. La correlación observada es de 9.67, que se categoriza igualmente como una correlación positiva robusta. La probabilidad relacionada es $P(t > 9,49) = 0,0 < 5\%$, lo que confirma la significancia de esta

correlación. Esto sugiere que las ventajas predominantes para aquellos individuos que utilizan su perfil personal en redes sociales y lo capitalizan como medio comercial son considerables.

Por otro lado, se ha evidenciado una relación directa y significativa en cuanto a las desventajas asociadas al uso de redes sociales como herramienta comercial en CMAC-Huancayo en 2019. La correlación detectada es del 9,49%, que se define como una correlación positiva robusta. La probabilidad correspondiente es $P(t > 10.1) = 0,0 < 5\%$, lo que valida la significancia de esta correlación. Esto implica que las desventajas inherentes a la transición de una cuenta personal en redes sociales a una orientación comercial pueden ser perjudiciales.

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

Se ha identificado una correlación negativa marginal entre las variables de redes sociales virtuales y el desempeño académico y social, con un valor de -0.073. Esto sugiere que un incremento en el uso de redes sociales virtuales se asocia con una disminución en el rendimiento académico y social de los estudiantes de Instituciones Educativas de Nivel Secundario en el distrito de Yanacancha – Cerro de Pasco.

Se observó una relación lineal inversa y estadísticamente tenue entre la frecuencia de uso de redes sociales y el desempeño académico. Es decir, un aumento en la frecuencia de uso tiene una influencia negativa, aunque leve, en el rendimiento académico. Sin embargo, en relación con la frecuencia de uso y el ámbito social, se detectó una correlación positiva insignificante, lo que sugiere

que la regularidad en el uso de redes sociales tiene un impacto mínimo en el contexto social de los estudiantes.

En lo que respecta a la relación entre los contenidos e información compartida en redes sociales y el logro académico, se encontró una correlación negativa moderada. Esto implica que un incremento en la compartición de contenidos e información se correlaciona con una disminución en el rendimiento académico. Por otro lado, se observó una correlación positiva moderada entre el contenido e información compartida y las habilidades sociales, lo que indica que un aumento en la compartición de contenidos e información se asocia con un mejoramiento en las habilidades sociales.

Se determinó una correlación negativa moderada entre las dimensiones de privacidad y seguridad en redes sociales y el desempeño académico, lo que sugiere una relación inversa entre ambas variables. Además, se identificó una correlación positiva moderada entre las dimensiones de privacidad y seguridad y el ámbito social, lo que indica que un aumento en la privacidad y seguridad en redes sociales se relaciona con un mejor desempeño en el ámbito social de los estudiantes.

2.1.2. A nivel nacional

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

En relación con el primer objetivo específico, se identificó que la limitación de recursos, la indefinición de ideas y la falta de experiencia en el ámbito empresarial constituyen las principales barreras para emprender, tal como

lo evidencian los datos recabados. Es imperativo centrar la atención en estos tres elementos, dado que un porcentaje significativo, superior al 90% de los estudiantes, aspira a establecer su propio negocio, y la mayoría percibe a Huánuco como un escenario propicio para ello.

En cuanto al segundo objetivo específico, que aborda las estrategias para fomentar la mentalidad emprendedora, los resultados sugieren que la formación académica adquirida en la escuela profesional de ciencias administrativas es esencial para el emprendimiento. Adicionalmente, un factor motivacional predominante entre los estudiantes es la aspiración a la autonomía laboral, evitando la dependencia de un empleador. Asimismo, reconocen la relevancia de contar con respaldo gubernamental a través de programas que promuevan la cultura emprendedora y la innovación.

En lo que respecta al tercer objetivo específico, que se centra en las cualidades y actitudes que deben cultivar, se deduce que la creatividad y la disposición para adquirir una formación adecuada durante su trayectoria académica son esenciales. Es notable que más de la mitad de los estudiantes ya se encuentra inmersa en el mundo laboral, acumulando experiencia en áreas como la innovación, los negocios y las tecnologías emergentes. Esta experiencia les prepara para enfrentar los desafíos y riesgos inherentes al establecimiento de una empresa, permitiéndoles asumir roles de liderazgo y comprender los factores clave para mantenerse competitivos en un mercado exigente.

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

En el contexto del objetivo primordial de esta investigación, se ha discernido una correlación positiva de magnitud considerable entre las entidades

de emprendimiento y redes sociales, manifestada a través de un coeficiente de Spearman de $r = 0,688$. La Significancia Bilateral, registrada en 0,000 y siendo inferior al umbral de 0,05, nos conduce a la adopción de la hipótesis alternativa y al consecuente descarte de la hipótesis nula.

En lo que concierne al primer objetivo específico, se ha detectado una asociación positiva de notable envergadura entre el emprendimiento y la dimensión denominada "Características de las plataformas digitales", evidenciada por un coeficiente de Spearman de $r = 0,665$. La Significancia Bilateral, situada en 0,000 y por debajo del estándar de 0,05, ratifica la adhesión a la hipótesis alternativa y la refutación de la nula.

Abordando el segundo objetivo específico, se ha constatado una relación positiva de significativa magnitud entre el emprendimiento y la dimensión "Estrategias para persuadir", reflejada por un coeficiente de Spearman de $r = 0,667$. Con una Significancia Bilateral de 0,000, que subyace por debajo del criterio de 0,05, se reafirma la aceptación de la hipótesis alternativa y el rechazo de la nula.

Por último, en relación con el tercer objetivo específico, se ha identificado una correlación positiva de relevante calibre entre el emprendimiento y la dimensión "Experiencia de interacción con la marca", con un coeficiente de Spearman de $r = 0,635$. Dada la Significancia Bilateral de 0,000, que se sitúa por debajo de 0,05, se concluye consolidando la hipótesis alternativa y desestimando la nula.

2.1.3. A nivel internacional

(Rangel Santos Johana Estefania, 2021). *Las redes sociales como medio de emprendimiento*. Cuyas conclusiones son:

En la contemporaneidad digital, los beneficios que esta revolución ha conferido a la población global son inmensos, especialmente para aquellos individuos con visiones innovadoras que han conseguido estructurar modelos de negocio en plataformas digitales. Estos modelos abarcan desde la generación de contenido para redes sociales hasta emprendimientos que aprovechan estos canales para promocionar y comercializar productos o servicios, eliminando barreras geográficas tradicionales.

A lo largo de esta investigación, se ha evidenciado una creciente integración de los medios digitales en la esfera empresarial cotidiana. No obstante, es esencial discernir el emprendimiento en redes sociales de otras categorías similares. Aunque el emprendimiento digital puede parecerse tecnológicamente a otras modalidades de negocio, se distingue por su *modus operandi*, las herramientas requeridas y la infraestructura necesaria, como se destaca en el presente estudio.

Con su penetración masiva y global, las redes sociales han dejado huella en múltiples sectores, y su expansión persiste a un ritmo acelerado. Por ende, comprender adecuadamente a los actores empresariales en este contexto puede revelar ventajas significativas, tales como el impacto económico y social de los emprendedores digitales, su influencia en otros individuos, las repercusiones en su público objetivo y las enseñanzas derivadas de sus experiencias.

El emprendimiento en redes sociales emerge, por tanto, como un instrumento crucial en el panorama empresarial contemporáneo, reflejando la confluencia de la era digital y las oportunidades que las plataformas sociales presentan. Esta dinámica permite que, en la actualidad, cualquier individuo pueda

generar ingresos desde cualquier parte del mundo, aprovechando la conectividad global.

(Karla Zapata Ramirez, 2021) *Las redes sociales como estrategias de fortalecimiento Microempresarial en el cantón Zapotillo*. Cuyas conclusiones son:

En el contexto contemporáneo de la economía digital, se manifiesta una tendencia ascendente de jóvenes adentrándose en el ámbito del emprendimiento. Esta tendencia, más que un mero fenómeno, refleja una adaptación estratégica hacia la capitalización de oportunidades que buscan reforzar la autonomía y aspiraciones de superación individual. Esta dinámica, intrínsecamente ligada al ámbito empresarial, se ve amplificada por la integración de las redes sociales, que, en su calidad de mediadores, facilitan la construcción de relaciones con el consumidor en un entorno cada vez más digitalizado.

La preeminencia de las plataformas digitales como espacios de interacción y networking es innegable. Un creciente segmento de emprendedores las adopta como herramientas primordiales, propiciando la difusión de sus propuestas comerciales y expandiendo, consecuentemente, su radio de influencia. En este escenario, los medios digitales se erigen como facilitadores, proponiendo tácticas publicitarias vanguardistas que optimizan la captación de un público objetivo, aprovechando la inmediatez y omnipresencia del ciberespacio.

Dentro de este ecosistema digital, las redes sociales se afianzan como instrumentos esenciales para los emprendedores. Según datos empíricos recabados, Instagram se posiciona como la plataforma predilecta, empleando estrategias narrativas y visuales que generan un estímulo dirigido al consumidor, incentivando acciones de compra.

Las redes sociales han emergido como pilares fundamentales en la evolución empresarial del siglo XXI, configurándose como canales primordiales de generación de ingresos. La sinergia entre estas plataformas y el marketing digital no solo promete rendimientos tangibles para las entidades comerciales, sino que también desempeña un papel crucial en el progreso socioeconómico del entorno global.

2.2. Bases teórico – científicas

2.2.1. Redes sociales

En el contexto contemporáneo de la comunicación digital, nos hallamos inmersos en la paradigmática "web social", un espacio caracterizado por una expansión sin parangón en términos de interacciones sociales. La noción de "sociedad aumentada", según Reig (2012a), se adentra en esta transformación, postulando que, mediante las redes sociales digitales, estamos reconfigurando y revalorizando la importancia de los espacios e interacciones con nuestros coetáneos en la construcción epistemológica de la realidad.

Los indicadores empíricos subrayan esta evolución. A escala global, la plataforma Facebook ya ha captado a mil millones de usuarios. Conforme a los estudios realizados por la Pew Internet Association, hacia mediados de 2011, un 74% de los usuarios de dispositivos móviles los empleaban para la transmisión de imágenes o vídeos, y un 48% accedía a redes sociales. Adicionalmente, un 65% de la población adulta estadounidense se encuentra activamente involucrada en plataformas sociales digitales.

Individualismo conectado: Dentro de la conceptualización del "individualismo conectado", se percibe una amalgama entre lo comunitario y lo individual, que parece responder de manera más integral a las demandas humanas

contemporáneas. Esta dinámica, tal como Shirky (2009) lo articula, se manifiesta en la emergencia de formas de organización que prescinden de estructuras tradicionales, en la mitigación de la soledad y en la flexibilidad que la conexión digital otorga, en contraposición a las restricciones de las comunidades convencionales.

El animal social y sus redes “sociables”: Desde una perspectiva antropológica y neurocientífica, el homo sapiens se caracteriza por su intrínseca sociabilidad. A medida que las modalidades de interacción se diversifican, avances en neurociencia están ratificando hipótesis ancestrales sobre nuestra predisposición social. La "hipótesis del cerebro social" de Dunbar, por ejemplo, postula una correlación entre el tamaño del neocórtex y la capacidad de gestionar relaciones intragrupalas complejas. A este corpus teórico se añade el hallazgo de las "neuronas espejo", que sugieren una predisposición biológica hacia el aprendizaje social.

En consecuencia, al examinar las redes sociales digitales, se puede argumentar que estamos ante estructuras que armonizan con la esencia del ser humano, ofreciendo un entorno óptimo para satisfacer imperativos sociales fundamentales. En dichas redes, se evidencia un esfuerzo por consolidar una reputación y credibilidad, no solo en términos de solidaridad, sino también como referentes en dominios específicos. En una era de omnipresencia digital, la curación y difusión de contenidos se erige como una herramienta primordial para influir en la percepción y construcción social del individuo.

2.2.2. Finalidad

Dentro del ámbito de las redes sociales, es esencial discernir la finalidad con la que el usuario se aproxima a estas plataformas. En este sentido, se pueden categorizar en dos vertientes principales:

- **Redes Sociales de Ocio:** Estas plataformas son utilizadas primordialmente con fines recreativos. Los usuarios buscan, en esencia, fortalecer sus vínculos personales mediante la interacción con otros participantes. Esta interacción puede manifestarse a través de la comunicación, el intercambio de información, o cualquier otra actividad que emane de este entretenimiento digital.
- **Redes Sociales de Uso Profesional:** En contraposición, estas redes se orientan hacia objetivos laborales o académicos. Los usuarios, en este contexto, aspiran a promocionar sus habilidades y competencias profesionales, mantenerse al día con las tendencias y avances en su campo de especialización, y ampliar su red de contactos profesionales en el entorno digital.

2.2.3. Funcionamiento

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

indispensable crear un perfil para interactuar y aprovechar todas las oportunidades que pueda presentarse.

2.2.4. Apertura

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

2.2.5. Integración

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

2.2.6. Emprendimiento económico o social

En el contexto contemporáneo, el constructo "emprendimiento" se origina del término "emprender", cuya etimología proviene de las raíces latinas "in" y "prendre", que se traducen respectivamente como "en" y "tomar". Esta conceptualización alude a la diligente ejecución de una operación, poniendo énfasis en su materialización. Esta interpretación se encuentra en consonancia con la nomenclatura francesa "entrepreneur". De acuerdo con Ortogorin (2020), aunque diversos académicos han abordado la definición de emprendimiento, existe un consenso en identificarlo con la iniciación, promoción y desarrollo de actividades en múltiples dominios, no exclusivamente con fines lucrativos, sino con la intención primordial de generar valor para los receptores del servicio o producto en cuestión.

Flores, Landerretche y Sánchez (2001) postulan que el emprendimiento actúa como un catalizador esencial para el crecimiento económico. Adicionalmente, el informe del secretario general de la OCDE (2011) subraya que el emprendimiento puede manifestarse en diversas modalidades, no siempre circunscritas a la generación de capital financiero, sino orientadas hacia metas como la mitigación de desigualdades, la promoción del empleo o la solución de desafíos ambientales.

Amorós y Cazenave (2011) argumentan que el emprendimiento, en su esencia, es un fenómeno multifacético que se despliega en distintos contextos y se compone de actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras. Estas dimensiones reflejan, respectivamente, la percepción de oportunidades, la concreción de iniciativas empresariales y las metas asociadas a dichas iniciativas. Ortogorin (2020) y Cruikshank (2002) coinciden en la idea de que el

emprendimiento trasciende la noción de un rasgo innato, postulando que es más bien una metodología de gestión. Además, subrayan que las habilidades y actitudes emprendedoras son, en esencia, educables y pueden ser cultivadas.

Diez (2013) enfatiza que, en un mundo caracterizado por una evolución constante, impulsado por el avance del conocimiento, la ciencia y la globalización tecnológica, emerge una cultura emprendedora que se configura como una actitud receptiva, nutrida por la innovación. En este marco, la educación emprendedora se erige como el pilar fundamental para afrontar los desafíos contemporáneos, transformando sociedades y posicionándolas estratégicamente en el escenario económico global.

Prieto (2014) ofrece una perspectiva etimológica, señalando que "emprender" se asocia con el acto de "sostener". Por su parte, la Real Academia Española define "emprender" como la iniciación de una actividad bajo condiciones de incertidumbre, vinculándolo intrínsecamente con la noción de innovación. Prieto (2014) también destaca que el emprendimiento es la capacidad de conceptualizar una idea y, basándose en ella, concretar un proyecto identificando oportunidades en diversos contextos.

En ese sentido, el emprendimiento, más allá de ser una mera actividad económica, se erige como una innovación orientada hacia la mejora de la calidad de vida. Su concreción demanda una combinación de dedicación, esfuerzo y perseverancia, y es intrínsecamente relevante para el desarrollo individual, la evolución social y el progreso colectivo de una nación.

2.2.7. Crea propuestas de valor

Dentro del ámbito académico y profesional, es imperativo que el estudiante demuestre la capacidad de concebir propuestas innovadoras, derivadas

de un análisis exhaustivo y crítico de su entorno socioeconómico. Conforme al CNEB, MINEDU (2016): Se espera que el discente elabore soluciones que, imbuidas de creatividad e innovación, se materialicen en productos o servicios que den respuesta a carencias o problemáticas identificadas en su contexto. La pertinencia de dichas soluciones debe ser evaluada mediante un proceso de validación con las partes interesadas, y su viabilidad debe ser analizada a través de criterios rigurosos. Posteriormente, se debe diseñar una estrategia operativa que contemple objetivos claros, metas alcanzables y una adecuada asignación de recursos.

2.2.8. Aplica habilidades técnicas

La era contemporánea demanda que la formación académica integre competencias relacionadas con el manejo avanzado de herramientas tecnológicas y programas informáticos. Según el CNEB, MINEDU (2016): Se aspira a que el estudiante posea la destreza para operar y adaptar herramientas, dispositivos y software a contextos específicos, desarrollando métodos y estrategias que optimicen procesos productivos o de servicio, siempre bajo un marco de principios técnicos. Esta competencia implica una selección informada y estratégica de herramientas y técnicas, orientada siempre hacia la excelencia y eficiencia.

2.2.9. Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas

A pesar de la marcada individualización propiciada por la era digital, es esencial recalcar la trascendencia del trabajo colaborativo. Según el CNEB, MINEDU (2016): Se promueve que el estudiante, al integrarse en equipos multidisciplinarios, canalice esfuerzos individuales hacia la consecución de objetivos compartidos. Esta dinámica debe ser estructurada considerando las

habilidades y competencias de cada integrante, promoviendo un ejercicio responsable y comprometido de roles. Además, se espera una reflexión constructiva sobre las dinámicas grupales, fomentando un ambiente colaborativo, resiliente y abierto al diálogo.

2.2.10. Evalúa resultados de emprendimiento

Una vez culminada una iniciativa emprendedora, es esencial adoptar una postura analítica y crítica. Según el CNEB, MINEDU (2016): El estudiante debe ser capaz de discernir en qué medida los resultados obtenidos se alinean con las expectativas y objetivos previamente establecidos. Esta evaluación no solo debe centrarse en los logros tangibles, sino también en el impacto socioambiental y en la sostenibilidad a largo plazo del proyecto. Es esencial que este análisis conduzca a decisiones informadas y a la reconfiguración de estrategias, garantizando la adaptabilidad y resiliencia del emprendimiento.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Emprendimiento

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

2.3.2. Idear

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

2.3.3. Creatividad

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

2.3.4. Capacidad

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

2.3.5. Competencia

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

2.3.6. EPT

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

2.3.7. Habilidades

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

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

La relación es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- a. La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.
- b. La relación que existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas es significativa en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.
- c. La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.
- d. La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

2.4.3. Hipótesis nula General

La relación no es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

2.4.4. Hipótesis nula Específicas

- a. La relación no es significativa entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.
- b. La relación que existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas no es significativa en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.
- c. La relación no es significativa entre las redes sociales y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.
- d. La relación no es significativa entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

2.5. Identificación de variables

2.5.1. Variable independiente

Redes sociales

2.5.2. Variable dependiente

Emprendimiento económico o social

2.6. Definición Operacionalización de variables e indicadores

2.6.1. Variable independiente (Redes sociales)

Es un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, que permite articular una lista de

otros usuarios con los que comparten una conexión, para ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros usuarios dentro del sistema.

2.6.2. Variable dependiente (Emprendimiento económico o social)

Es identificarlo con la iniciación, promoción y desarrollo de actividades en múltiples dominios, no exclusivamente con fines lucrativos, sino con la intención primordial de generar valor para los receptores del servicio o producto en cuestión. Su concreción demanda una combinación de dedicación, esfuerzo y perseverancia, y es intrínsecamente relevante para el desarrollo individual, la evolución social y el progreso colectivo de una nación.

2.6.3. Definición Operacional

El siguiente cuadro grafica las variables, dimensiones y los indicadores correspondientes.

Tabla 1. Variables, las dimensiones, los indicadores, instrumentos e ítems correspondientes a la primera variable: Redes sociales

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Variable independiente Redes Sociales	Finalidad	✓ De ocio	2	Cuestionario
		✓ Profesional	2	
	Funcionamiento	✓ De contenidos	2	
		✓ Perfiles profesionales	2	
	Apertura	✓ Publicas	2	
		Integración	✓ Privadas	
	✓ Vertical		2	
		✓ Horizontal		

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

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Variable dependiente Emprendimiento económico o social	Crea propuestas de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Alternativas de solución creativas e innovadoras 	02	Cuestionario
	Aplica habilidades técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de estrategias 	02	
	Trabaja cooperativamente	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de aplicaciones informáticas • Desarrollo de estrategias para desarrollar procesos 	02 02	
	Evalúa resultados de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Integración de esfuerzos • Organización de trabajos • Evaluación de resultados • Toma de decisiones y aplicación de mejoras 	02 02 02	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

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

3.2. Nivel de investigación

Nivel descriptivo

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método general

- Método científico

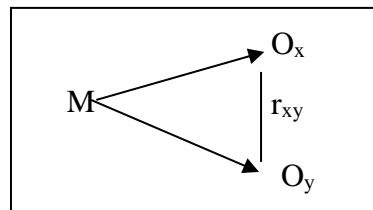
3.3.2. Método específico

- Método hipotético deductivo
- Método estadístico

3.4. Diseño de la investigación

Correlacional. En el ámbito investigativo, el enfoque correlacional se centra en discernir y analizar la interconexión existente entre dos o más variables, con el propósito de elucidar si entre ellas prevalece una relación causal o

meramente asociativa. Esta modalidad de investigación no solo se circunscribe a identificar la presencia de una relación, sino que también se esfuerza por determinar la naturaleza y magnitud de dicha interacción. En este contexto, el diseño adoptado para la presente investigación se categoriza como Descriptivo-Correlacional, y su estructuración metodológica se articula de la siguiente manera:



Donde:

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

O_x : V₁ Redes sociales

O_y : V₂ Emprendimiento económico o social

r_{xy}: Relación entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población del estudio es de 128 estudiantes, de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 3. *Población escolar 2023*

Nº	Descripción	Cantidad
1.	Primer grado	26
2.	Segundo grado	25
3.	Tercer grado	24
4.	Cuarto grado	23
5.	Quinto grado	30
Total		128

3.5.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó el muestreo no probabilístico basado en el acceso, lo cual estuvo conformado por 30 estudiantes pertenecientes al quinto grado.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

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

3.6.2. Instrumentos

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

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

3.7.1. Selección de instrumentos

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

3.7.2. Validación de instrumentos

Para realizar este proceso se ha aplicado juicio de expertos

3.7.3. Confiabilidad de instrumentos

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

Tabla 4. Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la primera variable: *Uso de redes sociales*

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

Fuente: Proceso realizado por los autores

Tabla 5. *Resultados de la variable uso de redes sociales*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	20

Fuente: Proceso realizado por los autores

Tabla 6. *Resultados obtenidos en la prueba piloto en relación a la segunda variable: Enfoque del emprendimiento*

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

Fuente: Proceso realizado por los autores

Tabla 7. *Estadísticos de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,921	12

Fuente: Proceso realizado por los autores

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

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

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

3.9. Tratamiento estadístico

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

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

La conducción de la presente investigación estuvo firmemente arraigada en principios éticos inquebrantables:

- Se otorgó un reconocimiento meticuloso a las fuentes primarias, garantizando que toda literatura consultada, ya sean artículos, monografías o investigaciones previas, estuviera debidamente citada y atribuida.
- Se enfatizó la integridad académica al parafrasear la información adquirida, en estricta observancia de los derechos de propiedad intelectual y evitando cualquier forma de plagio.
- Se mantuvo una adhesión intransigente a las directrices y normativas éticas prescritas por la institución académica auspiciadora.
- Se instituyó un compromiso inquebrantable con la privacidad, garantizando que toda información proporcionada por los participantes se mantuviera en estricta confidencialidad y se utilizara exclusivamente con fines investigativos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

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

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

4.2.1. Variable 1: Uso de redes sociales

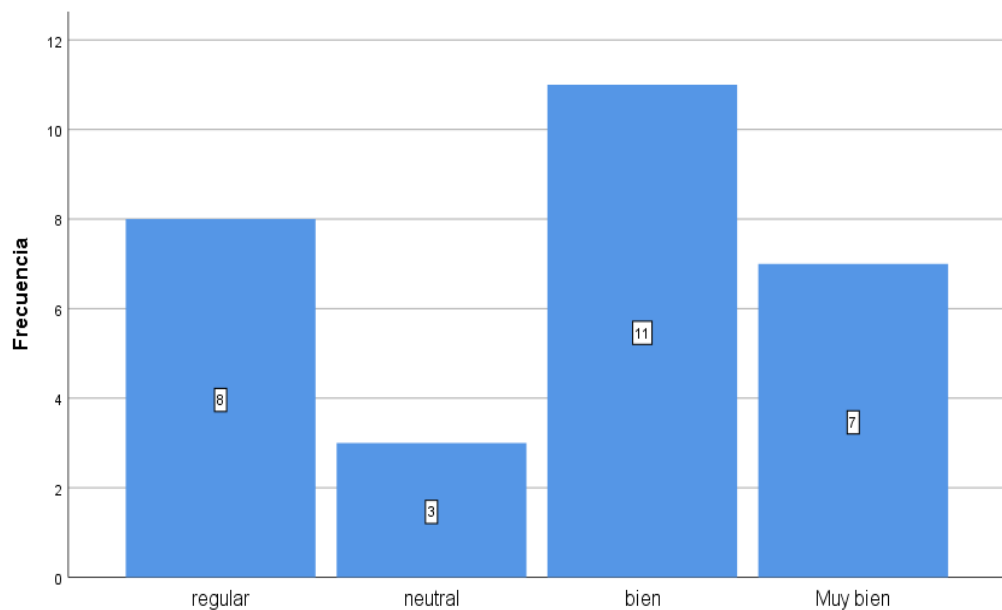
Tablas, gráficas e interpretación de datos

Tabla 8. *Utilizo las redes sociales como distractores en mis tiempos libres*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	8	26,7	27,6	27,6
	neutral	3	10,0	10,3	37,9
	bien	11	36,7	37,9	75,9
	Muy bien	7	23,3	24,1	100,0
	Total	29	96,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	3,3		
Total		30	100,0		

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 1. *Uso de redes sociales como distractores*



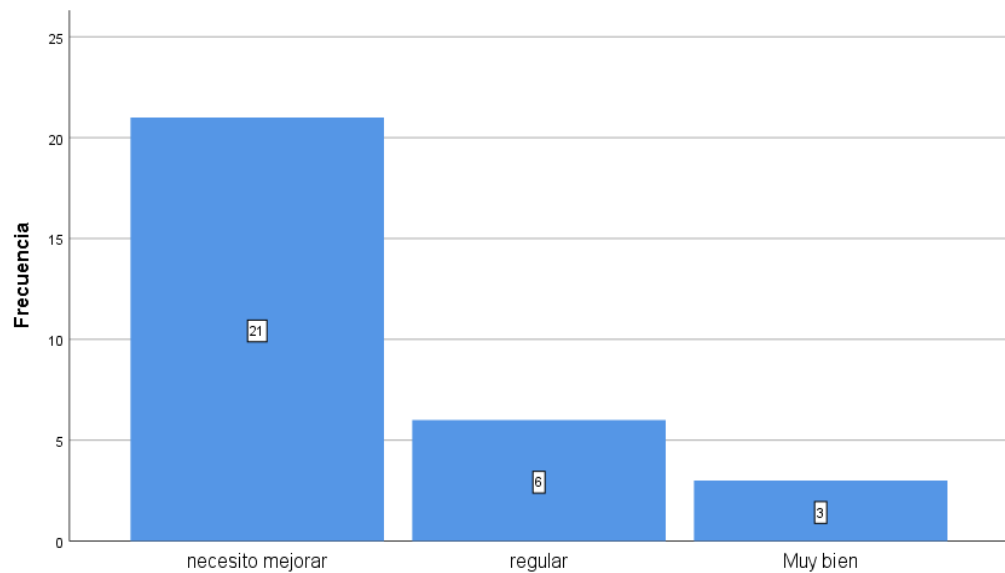
Interpretación: Al observar los resultados de la tabla precedente un 36.7% (11) responden bien, un 23.3% (7) muy bien, un 26.7% (8) regular y un reducido 10% (3) neutral; los resultados demuestran que los estudiantes se encuentran en el nivel de proceso en referencia a los desempeños relacionados con el área a partir del uso intenso de herramientas en las redes sociales.

Tabla 9. Promociono una acción o propuesta de negocio utilizando las redes sociales donde tengo acceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	21	70,0	70,0	70,0
	regular	6	20,0	20,0	90,0
	Muy bien	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 2. Promociono una acción o idea de negocios



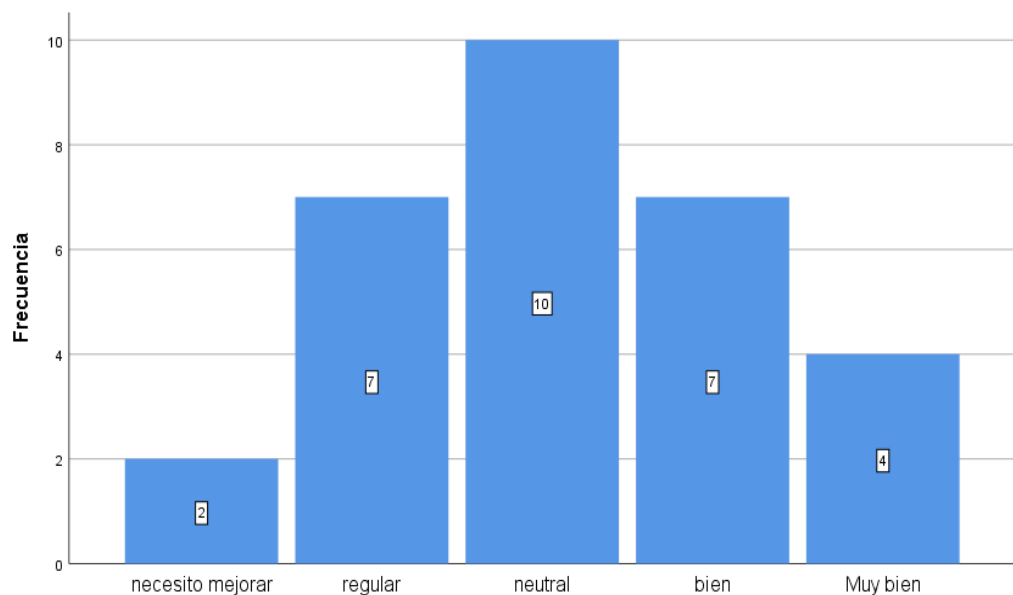
Interpretación: Los resultados obtenidos muestran que un 70% (21) de los estudiantes encuestados responden que necesitan mejorar los procesos para promocionar algo o tener una propuesta de negocio; un 20% (6) regular, un 10% (3) muy bien, estos resultados demuestran que los estudiantes de la investigación promocionan actividades o propuestas de negocio de manera inicial, es decir empiezan la actividad y requieren su continuidad si se comprometen hacerlo.

Tabla 10. *Los grupos a los que pertenezco siempre están disponibles a emprender en algo para resolver sus problemas económicos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	2	6,7	6,7	6,7
	regular	7	23,3	23,3	30,0
	neutral	10	33,3	33,3	63,3
	bien	7	23,3	23,3	86,7
	Muy bien	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 3. *Disponibilidad de emprendimiento para resolver problemas económicos*



Interpretación: En relación al ítem propuesto los grupos a los que pertenezco siempre están disponibles a emprender, se observa que un 33.3% (10) responden neutral, un 23.3% (7) regular, un 6.7% (2) y un reducido 13.3% (4)

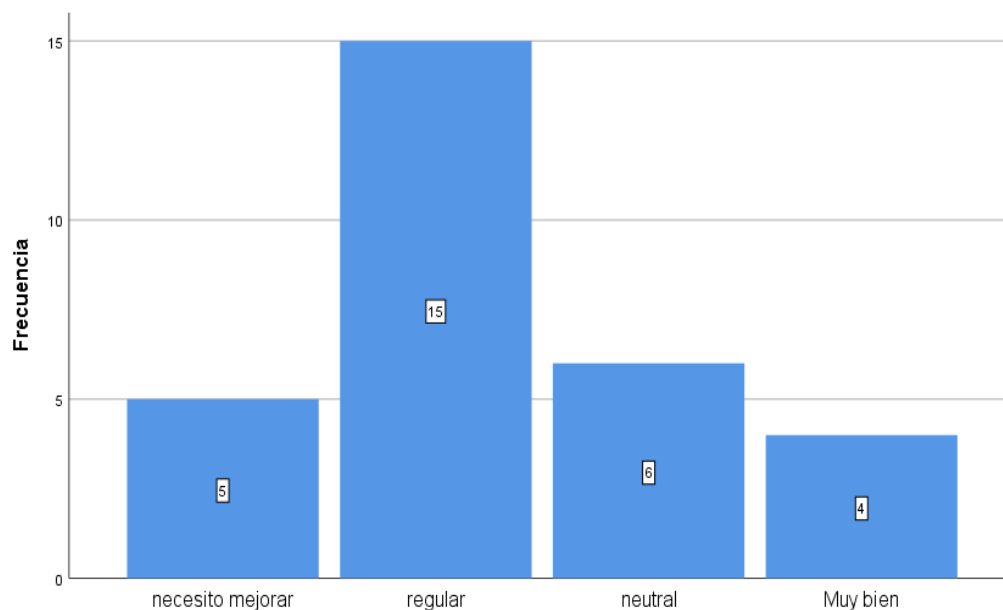
responden muy bien; estos resultados nos demuestran que los estudiantes se encuentran en procesos para utilizar las diversas redes sociales y emprender.

Tabla 11. *Mi perfil compartido en las redes permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	5	16,7	16,7	16,7
	regular	15	50,0	50,0	66,7
	neutral	6	20,0	20,0	86,7
	Muy bien	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 4. *Interacción con emprendedores a través del perfil*



Interpretación: Los resultados en relación al ítem mi perfil compartido en las redes permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas, un 50% (15) responden regular, un 16.7% (5) necesitan mejorar, un 20% (6) neutral, un 13.3% (4) muy bien; los resultados demuestran que los estudiantes interactúan de

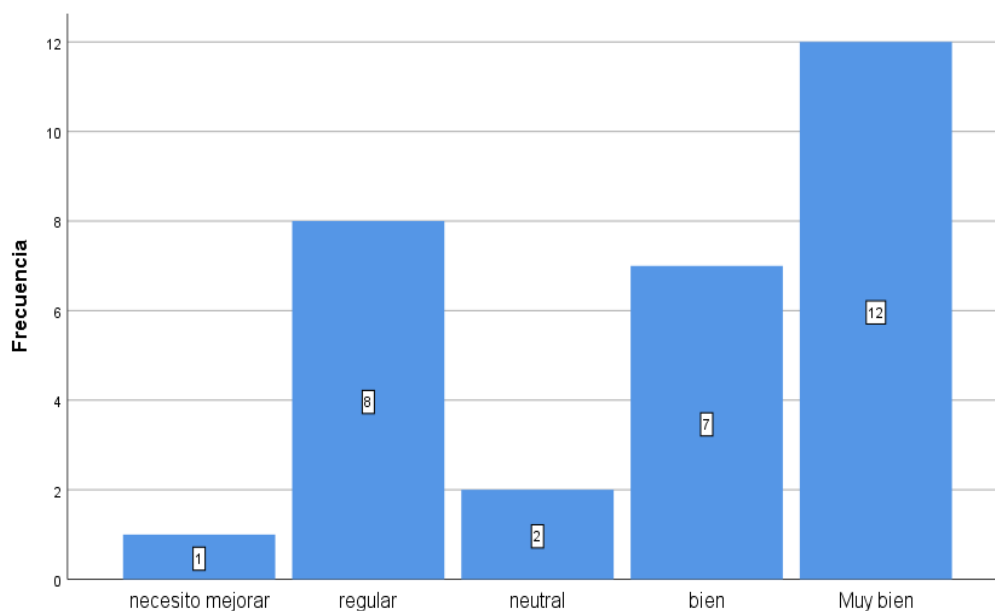
manera ocasional con los grupos incorporados, sobre todo considerando que se trata de personas exitosas y emprendedoras.

Tabla 12. *Accedo a una red social demostrando respeto a sus integrantes y publicando temas que son adecuados para ellos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	1	3,3	3,3	3,3
	Regular	8	26,7	26,7	30,0
	Neutral	2	6,7	6,7	36,7
	Bien	7	23,3	23,3	60,0
	Muy bien	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 5. *Acceso a una red social con respeto y planteo acciones de emprendimientos*



Interpretación: Los resultados en relación al ítem propuesto; muestran que un 40% (12) responden muy bien, un 23.3% (7) bien, un 6.7% (2) neutral, un 26.7% (8) regular y un 3.3% (1) necesito mejorar; estos resultados muestran

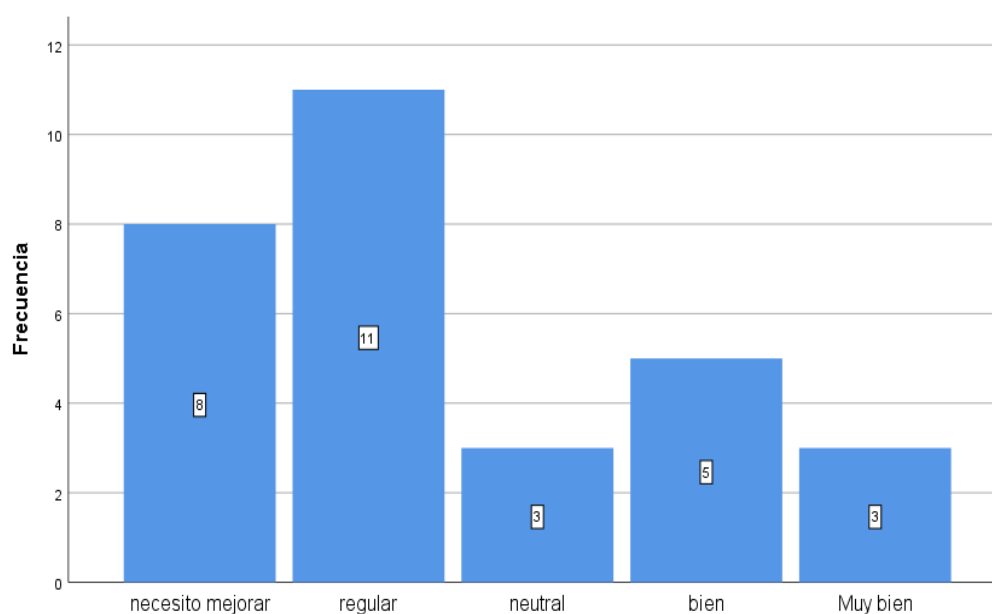
acceden a las redes sociales demostrando reglas de netiqueta y publican temas adecuados de acuerdo a los intereses de los integrantes del grupo.

Tabla 13. *Acepto a mis contactos en grupos conformados donde soy el administrador para conversar sobre emprendimiento y otros temas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	8	26,7	26,7	26,7
	regular	11	36,7	36,7	63,3
	neutral	3	10,0	10,0	73,3
	bien	5	16,7	16,7	90,0
	Muy bien	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 6. *Converso sobre emprendimiento y otros temas desarrollados*



Interpretación: En relación al ítem propuesto acepto a mis contactos de grupo conformados para conversar temas de emprendimiento, un 26.7% (8) necesitan mejorar, un 36.7% (11) regular, un 10% (3) neutral, un 16.7% (5) bien y un reducido 10% (3) muy bien; los resultados muestran que los estudiantes se

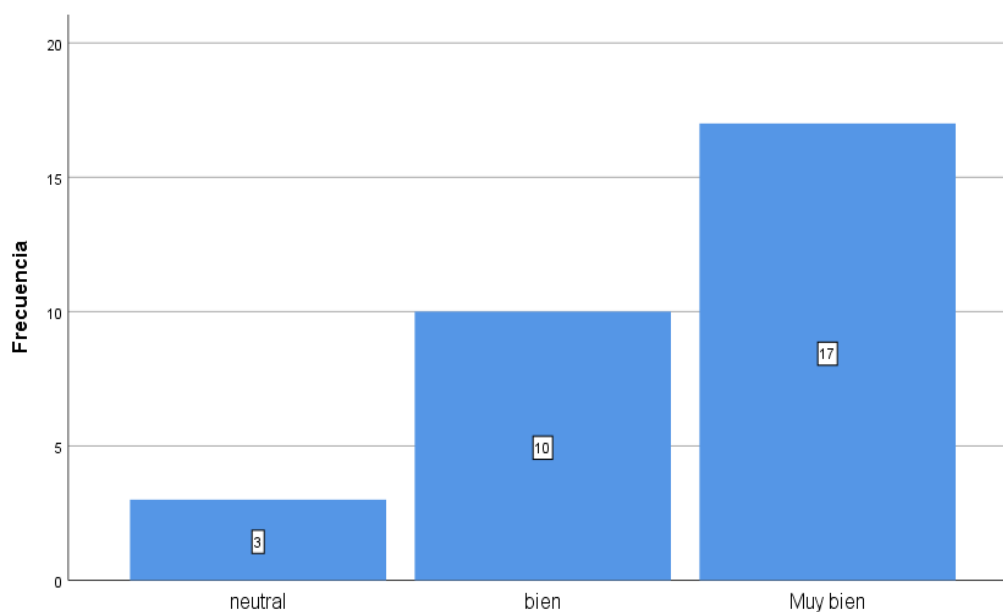
encuentran en nivel de inicio para iniciar conversaciones sobre temas relacionados con el emprendimiento, considerando que la información difundida no es de interés de los participantes.

Tabla 14. *Tengo cuentas en las redes sociales conocidas: WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	neutral	3	10,0	10,0	10,0
	bien	10	33,3	33,3	43,3
	Muy bien	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 7. *Cuentas en redes sociales*



Interpretación: Las respuestas obtenidas en relación al ítem sobre la diversidad de cuentas en las redes sociales, se observa que un 56.7% (17) responden muy bien, un 33.3% (10) bien y un 10% (3); estos resultados muestran

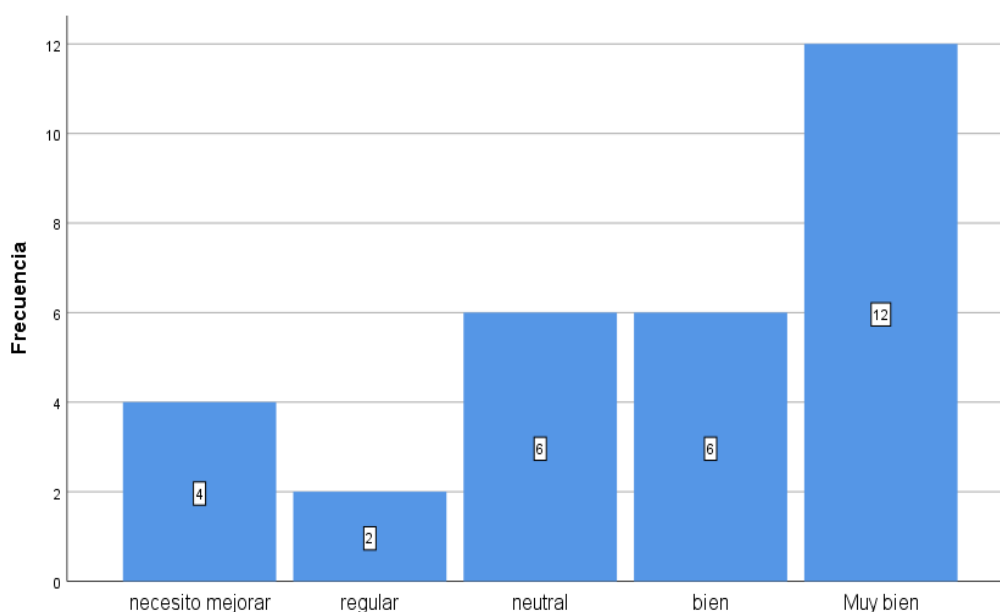
que los estudiantes tienen interacción permanente a través de sus cuentas en la diversidad de redes sociales existentes.

Tabla 15. *Los grupos conformados en las redes sociales son protegidos con usuario y contraseña para ingresar.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	4	13,3	13,3	13,3
	regular	2	6,7	6,7	20,0
	neutral	6	20,0	20,0	40,0
	bien	6	20,0	20,0	60,0
	Muy bien	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 8. *Protección de los grupos con contraseñas*



Interpretación: La protección de datos en los estudiantes es importante, considerando esos fundamentos; se observa que un 40% (12) responden muy bien, un 20% (6) bien, un 20% (6) neutral, un 6.7% (2) regular y un 13.3% (4) necesito mejorar; las respuestas obtenidas muestran que los estudiantes conocen

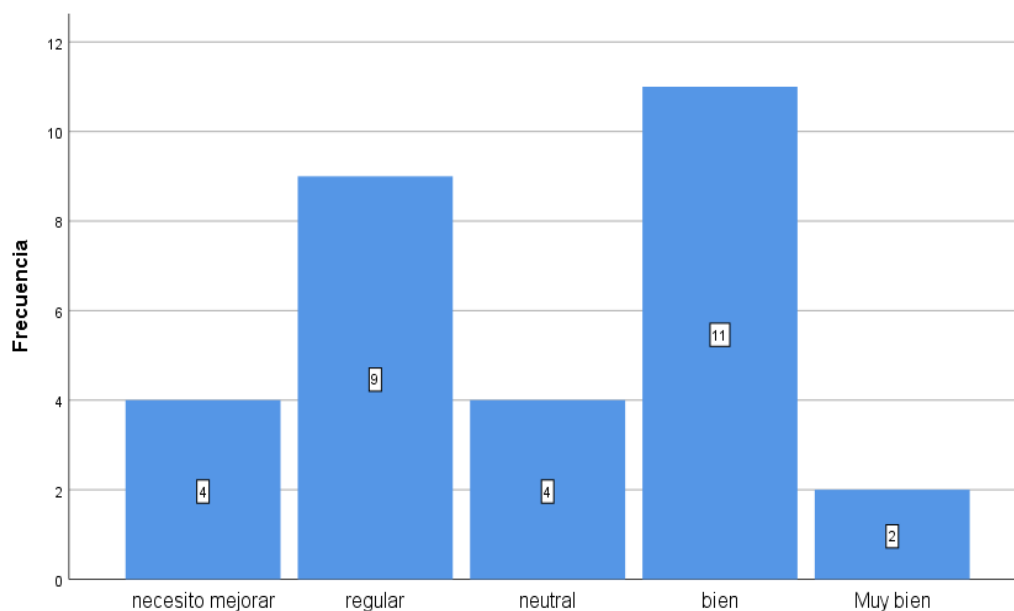
sobre los procesos de protección de datos a partir de la seguridad de sus contraseñas, para proteger la información que se difunde a través de las redes sociales.

Tabla 16. *Se establecen acuerdos para interactuar en las redes de acuerdo a nuestra necesidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	4	13,3	13,3	13,3
	Regular	9	30,0	30,0	43,3
	Neutral	4	13,3	13,3	56,7
	Bien	11	36,7	36,7	93,3
	Muy bien	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 9. *Acuerdos para interactuar en las redes*



Interpretación: En referencia al ítem se establecen acuerdos para interactuar en las redes de acuerdo a nuestra necesidad, se observa que, un 13.3% (4) necesitan mejorar, un 30% (9) regular, un 13.3% (4) neutral, un 36.7% (11)

bien y un 6.7% (2) muy bien; estos resultados muestran respuestas divididas considerando que los estudiantes utilizan las redes para interactuar con sus compañeros u otras personas para empezar un proyecto o continuar con lo existente.

4.2.2. Variable 2: Emprendimiento económico o social

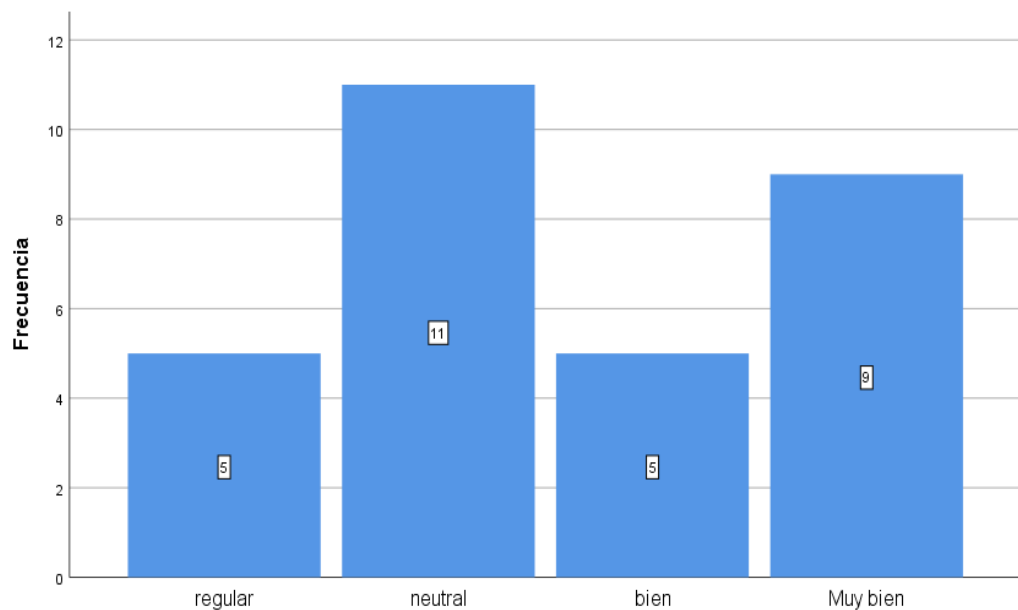
Tablas, gráficas e interpretación de datos

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	5	16,7	16,7	16,7
	neutral	11	36,7	36,7	53,3
	bien	5	16,7	16,7	70,0
	Muy bien	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 10. *Propuesta de ideas innovadoras*



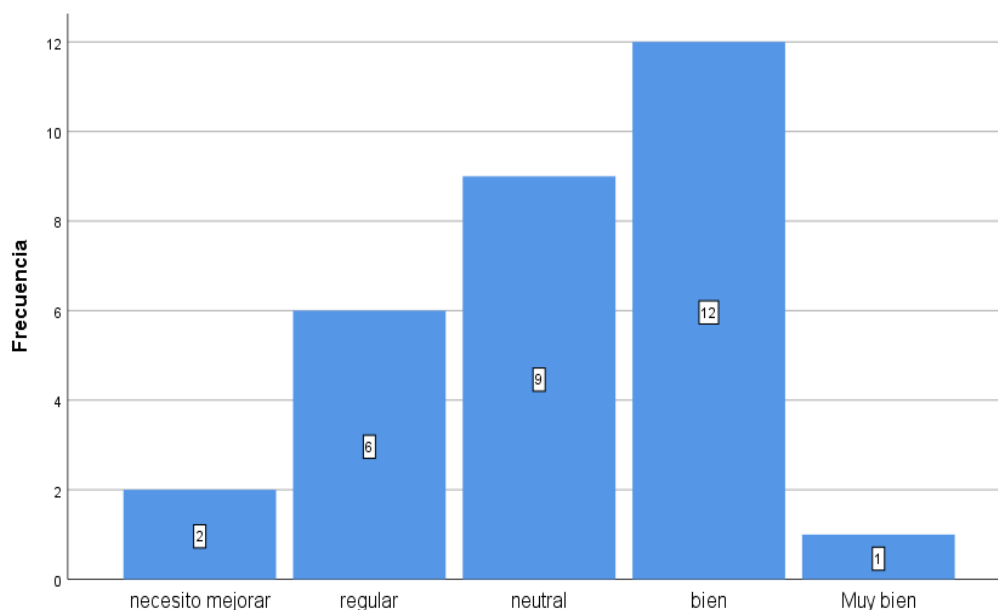
Interpretación: Los resultados en relación a la propuesta de ideas innovadoras, se observa que un 16.7% (5) regular, un 36.7% (11) neutral, un 16.7% (5) bien, y un 30% (9) muy bien; los resultados muestran que los estudiantes en su poseen respuestas divididas, pero la mayoría de ellos plantean siempre ideas innovadoras en cada proceso que se realiza, lo que implica su rápida incorporación al emprendimiento a partir de ideas nuevas de un producto o servicio.

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	2	6,7	6,7	6,7
	Regular	6	20,0	20,0	26,7
	Neutral	9	30,0	30,0	56,7
	Bien	12	40,0	40,0	96,7
	Muy bien	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 11. *Represento con prototipos o esquemas*



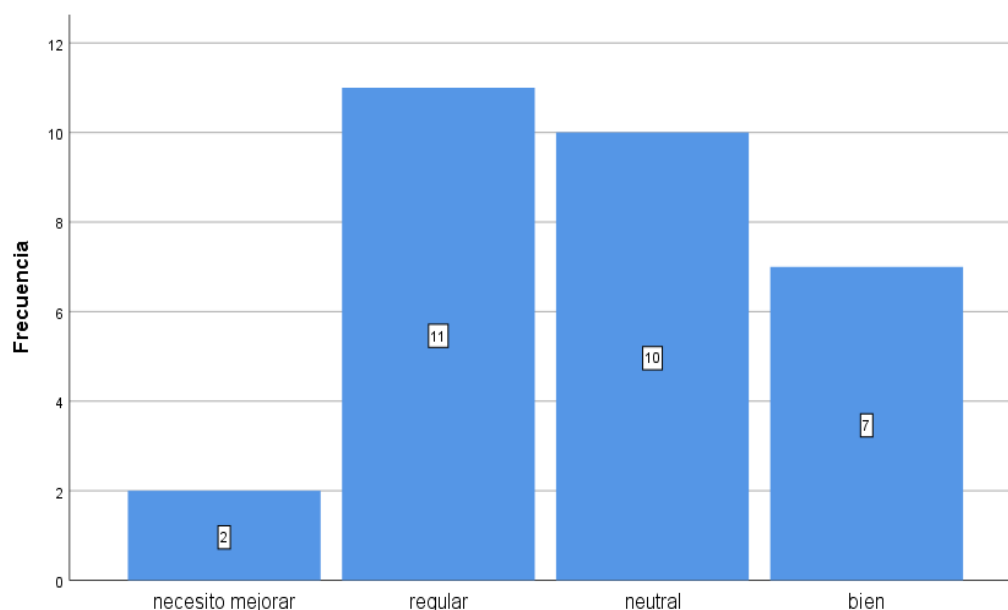
Interpretación: Al observar la tabla precedente se comprueba que un 6.7% (2) han respondido que necesitan mejorar, un 20% (6) regular, un 30% (9) neutral, un 40% (12) bien y un 3.3% (1) bien; los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes están en nivel de proceso en relación a la representación de prototipos del bien o servicio a desarrollar utilizando las herramientas y aplicaciones adecuadas para tal propósito.

Tabla 19. *Establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	2	6,7	6,7	6,7
	regular	11	36,7	36,7	43,3
	neutral	10	33,3	33,3	76,7
	bien	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 12. *Establecimiento de procesos con alternativas novedosas*



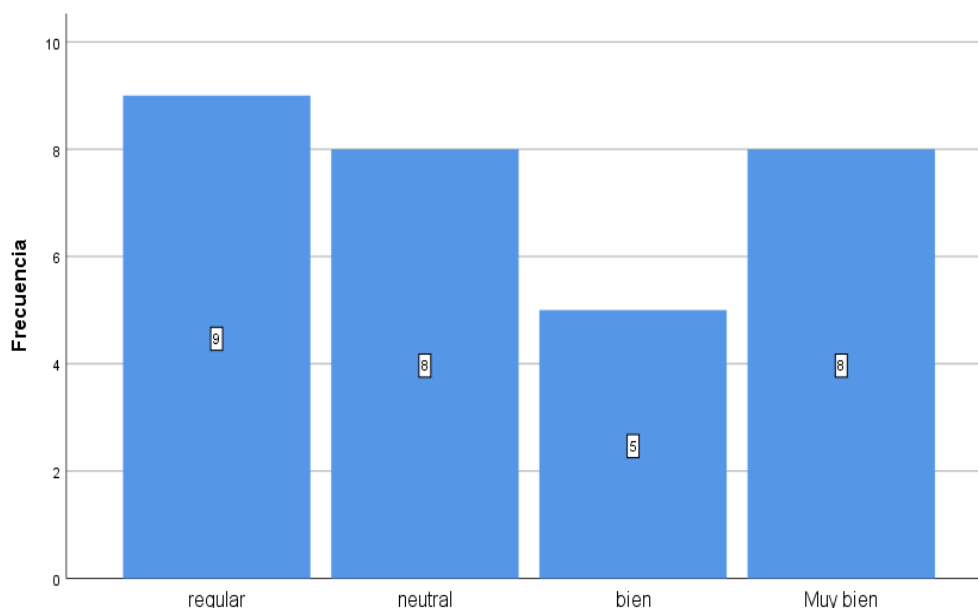
Interpretación: En relación al ítem establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados, un 6.7% (2) necesitan mejorar, un 36.7% (11) regular, un 33.3% (10) neutral y un 23.3% (7) bien; los resultados demuestran que los estudiantes encuestados aún tienen que mejorar sus conocimientos en relación a la implementación de alternativas novedosas para un bien o servicio a implementar.

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	9	30,0	30,0	30,0
	neutral	8	26,7	26,7	56,7
	bien	5	16,7	16,7	73,3
	Muy bien	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 13. Utilizo la tecnología informática para añadir procesos



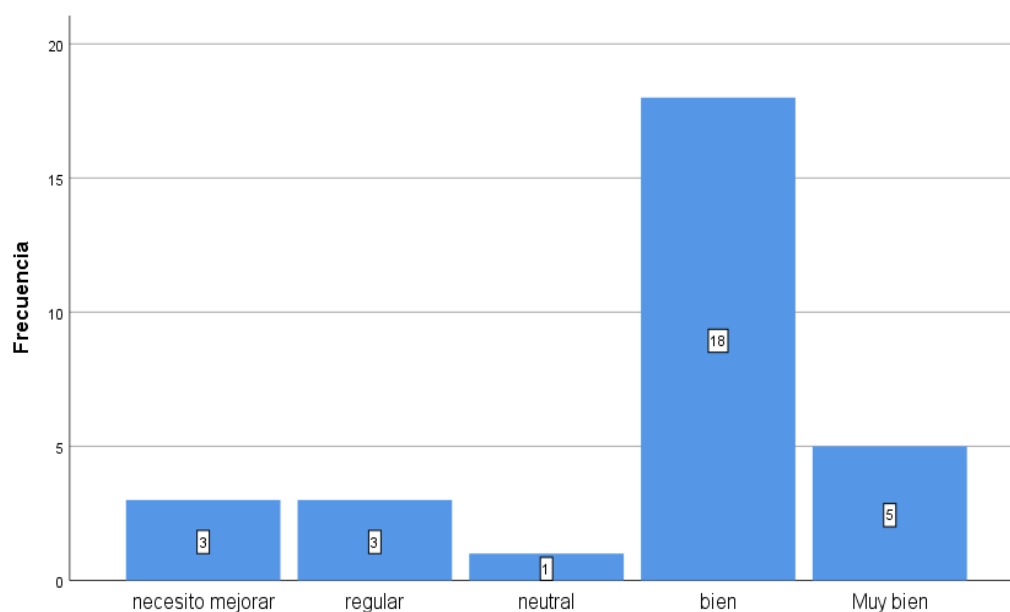
Interpretación: Los resultados de la tabla precedente muestran que un 30% (9) de los estudiantes responden regular, un 26.7% (8) neutral, un 16.7% (5) bien y un 26.7% (8) muy bien; estos resultados indican que la mayoría de los estudiantes tienen niveles de inicio y proceso en lo relacionado al uso de la tecnología informática para añadir procesos adecuados en la presentación de un bien o servicio a implementar.

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

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
necesito mejorar	3	10,0	10,0	10,0
regular	3	10,0	10,0	20,0
Neutral	1	3,3	3,3	23,3
Bien	18	60,0	60,0	83,3
Muy bien	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

Figura 14. Acompañamiento y ayuda a mejorar los desempeños



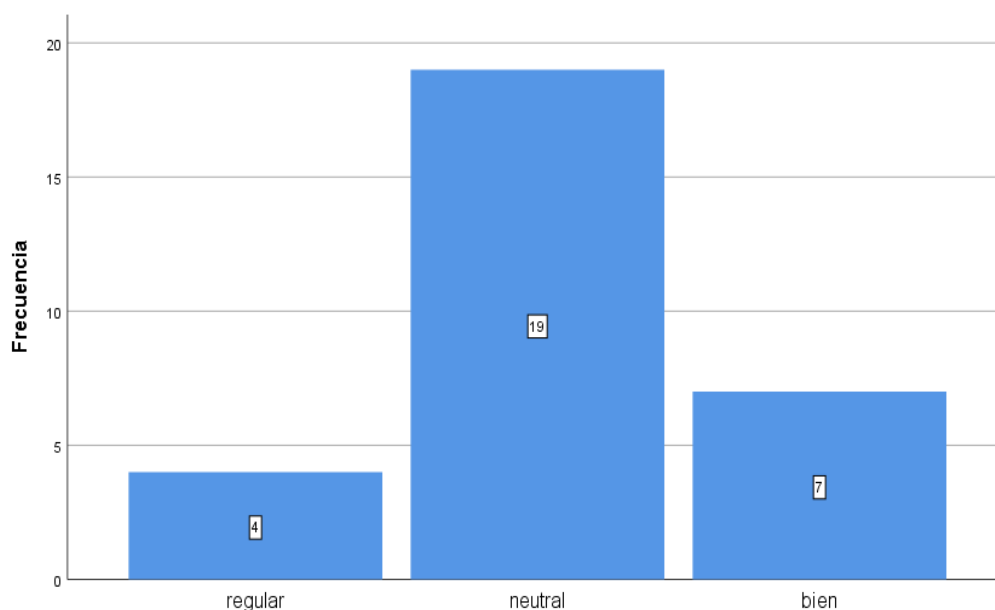
Interpretación: En referencia al ítem acompañamiento y ayuda a mejorar los desempeños de los integrantes del equipo de trabajo, se observa que un 10% (3) necesitan mejorar, un 10% (3) regular, un 3.3% (1) neutral, un 60% (18) bien y un 16% (5) muy bien; los resultados indican que los estudiantes utilizan de manera permanente actitudes de trabajo cooperativo haciendo que todos los integrantes se sientan comprometidos al trabajo en equipo y encontrando roles adecuados para cada integrante.

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

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	4	13,3	13,3	13,3
	Neutral	19	63,3	63,3	76,7
	bien	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

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



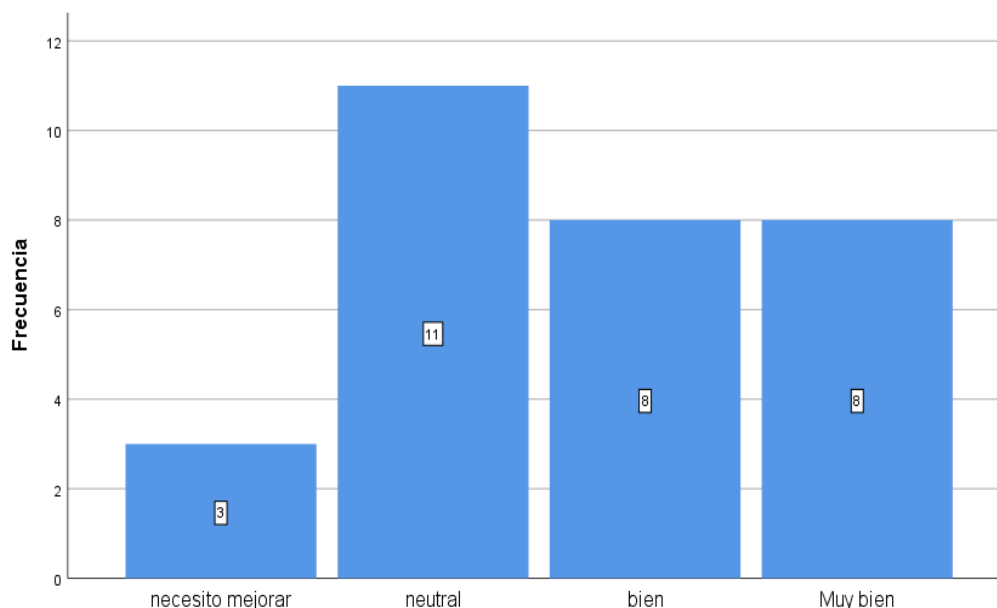
Interpretación: En referencia al ítem se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio implementado, se observa que un 13.3% (4) son regulares, un 63.3% (19) neutral y un 23.3% (7) bien; los resultados indican que los estudiantes encuestados tienen ciertas dudas para aplicar instrumentos en referencia a la efectividad de un bien o servicio que se ha implementado.

Tabla 23. Evalúo los procesos y resultados del proyecto implementado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	3	10,0	10,0	10,0
	Neutral	11	36,7	36,7	46,7
	Bien	8	26,7	26,7	73,3
	Muy bien	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Proceso realizado por los autores

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



Interpretación: Al visualizar los resultados en relación al ítem evaluó los procesos y resultados del proyecto implementado, se puede observar que un 10% (3) necesitan mejorar, un 36.7% (11) neutral, un 26.7% (8) bien y un 26.7% (8) muy bien; estos resultados indican que la mayoría de estudiantes encuestados toman como referencia los resultados que se presentan cuando implementan un proyecto.

4.3. Prueba de hipótesis.

Para la realización de este proceso se ha aplicado como instrumento dos cuestionarios: la primera relacionada con las redes sociales y sus respectivas dimensiones finalidad, funcionamiento, apertura e integración; la segunda con el enfoque de emprendimiento económico o social, con sus dimensiones crea propuestas de valor, aplica habilidades técnicas, trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas, evalúa resultados de emprendimiento, en estricta concordancia con los indicadores de cada una de las variables, para ello se ha

tomado los resultados obtenidos por cada variable considerando una escala de valoración que debe ser correlacionado con Rho de Spearman, este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos de acuerdo a los ítems propuestos en cada uno de los instrumentos de la investigación desarrollada, al mismo tiempo el baremo de Rho de Spearman es:

Tabla 24. Baremo Rho de Spearman

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

4.3.1. Para la hipótesis general

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

4.3.1.1. Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

4.3.1.2. Hipótesis alterna (h1)

La relación es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

➤ Paso 2. Selección del nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

➤ Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

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

Tabla 25. *Correlaciones entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social*

			Redes sociales	Emprendimiento económico o social
Rho de pearman	Redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,640**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
Emprendimiento económico o social	Emprendimiento económico o social	Coeficiente de correlación	,640**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Correlación de las variables realizado por los autores

Regla de decisión:

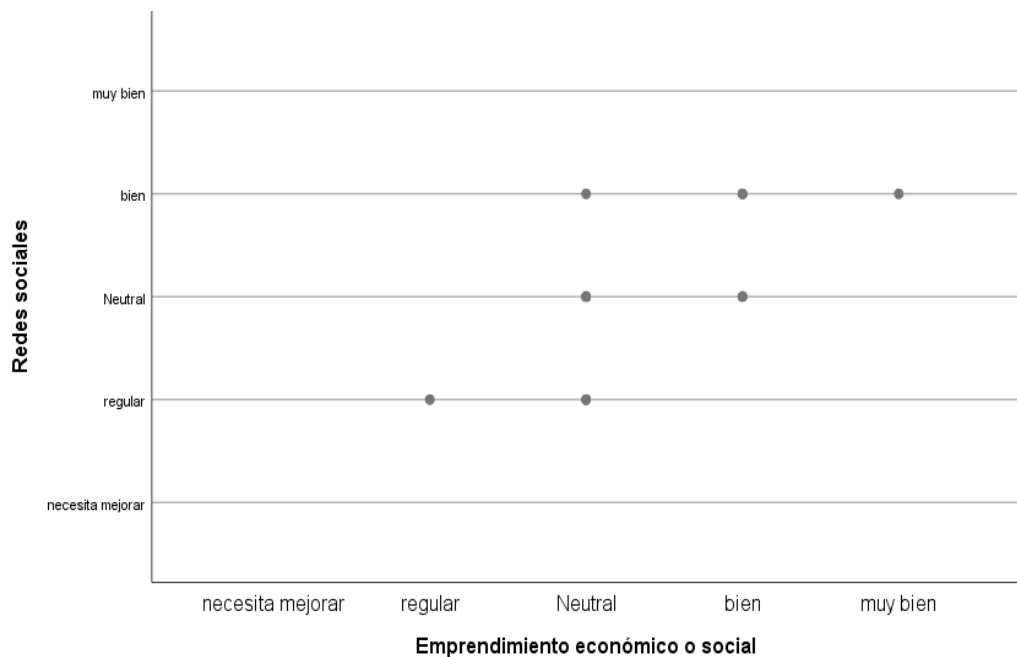
Si alfa (Sig) > 0,05; Se acepta la hipótesis nula

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

Según se observa en la tabla precedente, el valor de significancia obtenido entre la variable redes sociales y el emprendimiento económico o social es menor a 0,05 (Sig. = 0,000 < 0,05), por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo el valor de la correlación de las dos variables con el valor Rho de Spearman es 0,640 que demuestra que existe correlación positiva moderada entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alterna (H_1); es decir, **“La relación es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”**

➤ Paso 4. Diagrama de dispersión

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



➤ Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: las redes sociales poseen una relación significativa con

el emprendimiento económico o social en el área de EPT es
estudiantes de la IE Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

4.3.2. Para la primera hipótesis específica

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

4.3.2.1. Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

4.3.2.2. Hipótesis alterna (h_1)

La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

➤ Paso 2. Selección del nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

➤ Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

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

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

		Finalidad	Crea propuestas de valor
Rho de Spearman	Finalidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,481**
		N	30
Crea propuestas de valor		Coeficiente de correlación	,481**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	30

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

Fuente: Correlación de las variables realizado por los autores

Regla de decisión:

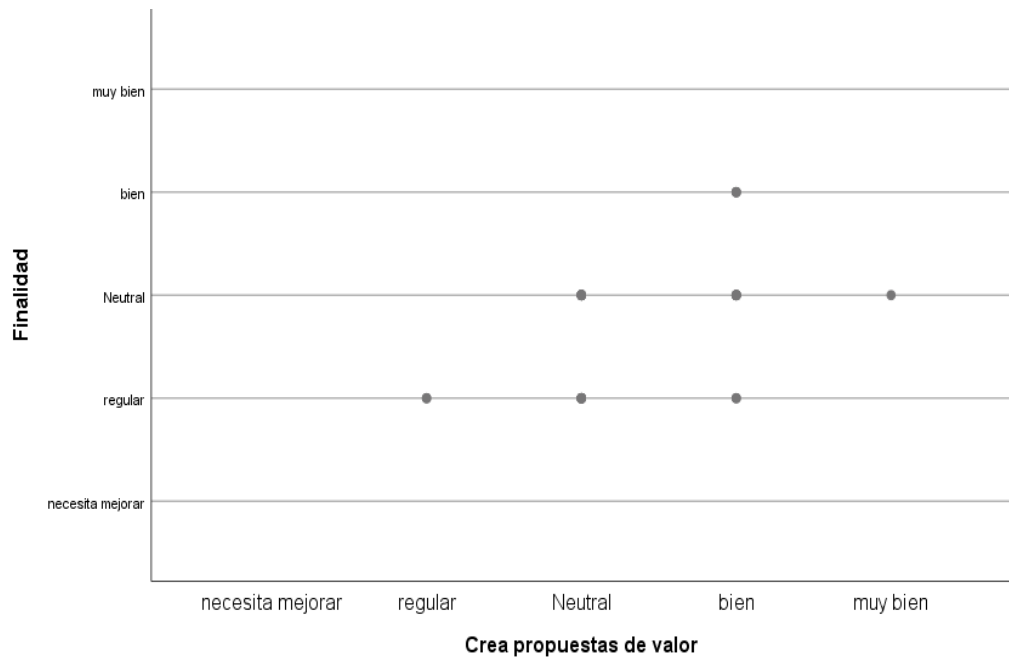
Si α (Sig) > 0,05; Se acepta la hipótesis nula

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

Según se observa en la tabla 26, el valor de significancia obtenido entre la primera dimensión: finalidad de la variable redes sociales y la primera dimensión: crea propuestas de valor de la variable emprendimiento económico o social es menor a 0,05 (Sig. = 0,007 < 0,05), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, al mismo tiempo el valor de la correlación de las dos dimensiones con rho de Spearman es 0,481 que demuestra que existe correlación positiva moderada entre las dimensiones de las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis nula (H₀) y aceptamos la hipótesis alterna (H₁); es decir, **“La relación es significativa entre la finalidad y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”**.

➤ Paso 4. Diagrama de dispersión

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



➤ Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: la dimensión finalidad de la variable redes sociales se relaciona significativamente con la capacidad crea propuesta de valor en estudiantes de la muestra de investigación.

4.3.3. Para la segunda hipótesis específica

➤ Paso 1. Planteamiento de hipótesis nula (h0) y la hipótesis alterna (h1)

4.3.3.1. Hipótesis nula (h0)

La relación que existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas no es significativa en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

4.3.3.2. Hipótesis alterna (h1)

La relación que existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas es significativa en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

➤ Paso 2. Selección del nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

➤ Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

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

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

		Funcionamiento	Aplica habilidades técnicas
Rho de Spearman	Funcionamiento	1,000	,348
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,060
	N	30	30
Aplica habilidades técnicas	Coeficiente de correlación	,348	1,000
	Sig. (bilateral)	,060	.
	N	30	30

Fuente: Correlación de las variables realizado por los autores

Regla de decisión:

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

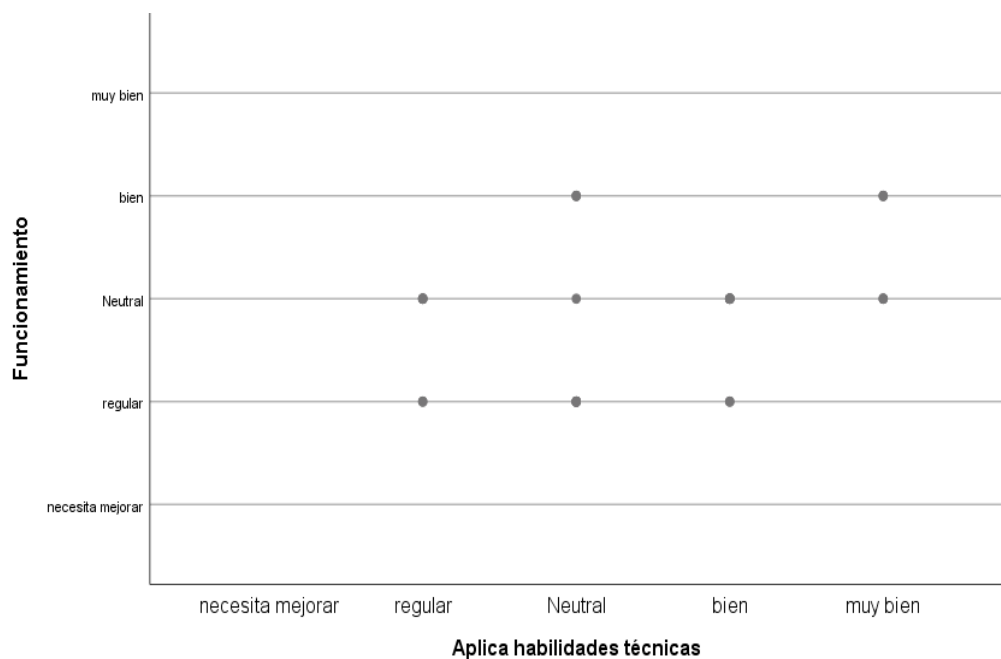
Si alfa (Sig) < 0,05; Se rechaza la hipótesis nula

Según se observa en la tabla 27, el valor de significancia obtenido entre la dimensión funcionamiento de la variable redes sociales y aplica habilidades técnicas es mayor a 0,05 (Sig. = 0,06 > 0,05), por lo que se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, asimismo el valor de la correlación de las dos variables con Rho de Spearman es 0,348 que demuestra que existe correlación positiva débil entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis

alterna (H_1) y aceptamos la hipótesis nula (H_0); es decir, **“La relación que existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas no es significativa en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”**

➤ Paso 4. Diagrama de dispersión

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



➤ Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: la dimensión funcionamiento de la variable redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas de la segunda variable no es significativa en estudiantes de la institución educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

4.3.4. Para la tercera hipótesis específica

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

4.3.4.1. Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

4.3.4.2. Hipótesis alterna (h1)

La relación es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

- Paso 2. Selección del nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

- Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

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

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

				Apertura	Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas
Rho de Spearman	Apertura	Coeficiente de correlación		1,000	,348
		Sig. (bilateral)		.	,005
		N		30	30
	Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas	Coeficiente de correlación		,348	1,000
		Sig. (bilateral)		,005	.
		N		30	30

Fuente: Correlación de las dimensiones realizado por los autores

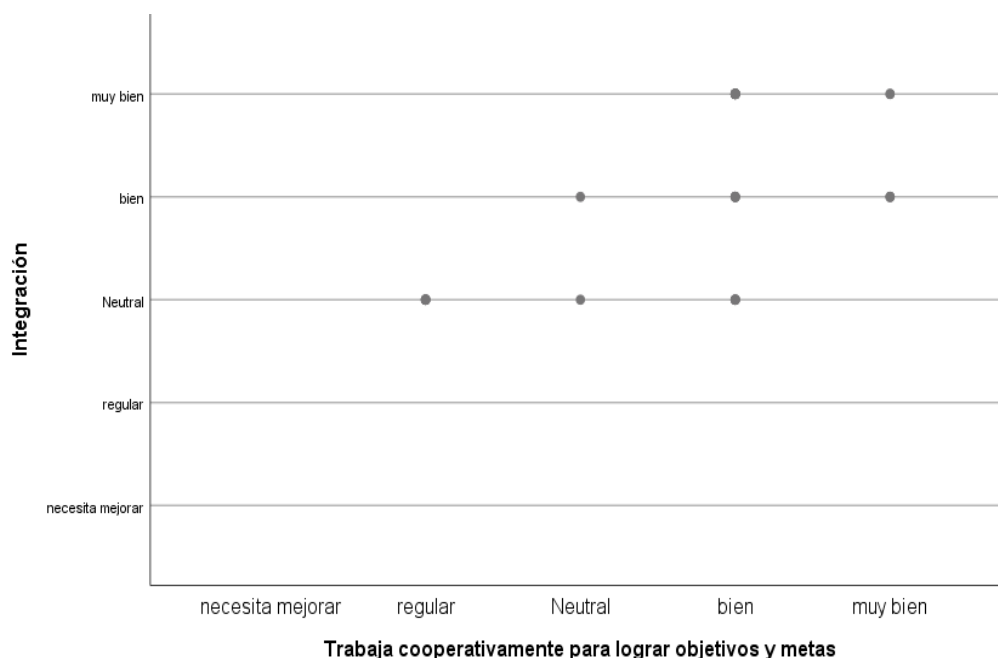
Regla de decisión:

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

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

Según se observa en la tabla 28, el valor de significancia obtenido entre la dimensión apertura de la variable redes sociales y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas es mayor a 0,05 (Sig. = 0,005 $<$ 0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna asimismo el valor de la correlación de las dos variables con el valor Rho de Spearman es 0,348 que demuestra que existe relación positiva débil entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alterna (H_1); es decir, **“La relación es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”**

➤ Paso 4. Diagrama de dispersión



➤ Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: **La relación es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.**

4.3.5. Para la cuarta hipótesis específica

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

4.3.5.1. Hipótesis nula (h_0)

La relación no es significativa entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

4.3.5.2. Hipótesis alterna (h_1)

La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.

- Paso 2. Selección del nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

- Paso 3. Escoger el estadístico de prueba

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

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

			Integración	Evalúa resultados de emprendimiento
Rho de Spearman	Integración	Coeficiente de correlación	1,000	,395*
		Sig. (bilateral)	.	,031
		N	30	30
Evalúa resultados de emprendimiento	Integración	Coeficiente de correlación	,395*	1,000
		Sig. (bilateral)	,031	.
		N	30	30

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

Fuente: Correlación de las dimensiones realizado por los autores

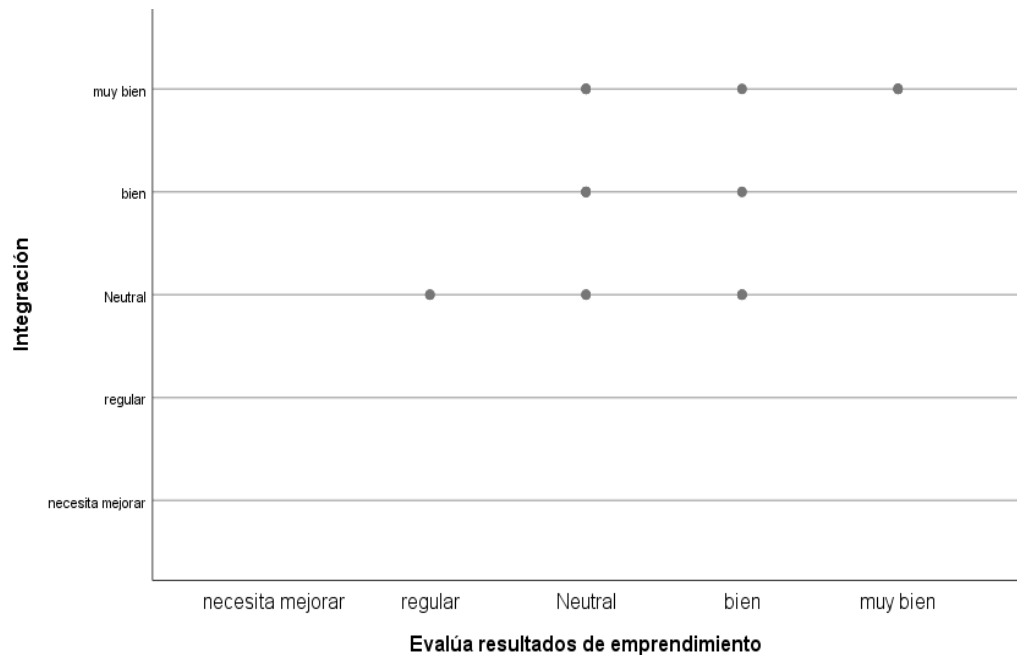
Regla de decisión:

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

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

Según se observa en la tabla 29, el valor de significancia obtenido entre la dimensión integración de la variable redes sociales y evalúa resultados del proyecto de emprendimiento es menor a 0,05 (Sig. = 0,031 < 0,05); por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna asimismo el valor de la correlación de las dos variables con el valor Rho de Spearman es 0,395 que demuestra que existe relación positiva débil entre las variables estudiadas, entonces rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alterna (H_1); es decir, **“La relación es significativa entre la integración y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”**

➤ Paso 4. Diagrama de dispersión



➤ Paso 5. Toma de decisión

Según los resultados obtenidos a un nivel de confianza del 95%, se verifica que: **La relación es significativa entre la integración y la capacidad evalúa los resultados de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023**

4.4. Discusión de resultados

El trabajo de investigación ha permitido demostrar la relación entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social en estudiantes de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc correspondiente a la muestra de investigación, el valor de correlación obtenido es de 0.640 que demuestra que existe relación positiva moderada de acuerdo al baremo propuesto para este tipo de investigación, asimismo, el p valor es $0,000 < 0,05$ que demuestra el rechazo de la hipótesis de nula y aceptación de la hipótesis de investigación; validando de esta manera la hipótesis de investigación planteada: **“La relación es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los**

estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”. En relación a la primera hipótesis específica: **“La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”**, se demuestra que la primera dimensión finalidad y la dimensión crea propuestas de valor, por los resultados encontrados de 0,481 en la correlacional Rho de Spearman, que demuestra correlación positiva moderada entre las variables estudiadas, asimismo, el valor de significancia $0,007 < 0.05$, que acepta la hipótesis alterna y rechaza la nula; en referencia a la segunda hipótesis: **La relación que existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas no es significativa en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023**, se demuestra por los resultados obtenidos de 0.348, que existe una relación positiva débil entre la dimensión funcionamiento y la segunda dimensión aplica habilidades técnicas; asimismo se rechaza la hipótesis alterna y se acepta hipótesis nula por el resultado del p valor = $0,060 > 0,05$; en relación a la tercera hipótesis: **La relación es significativa entre la apertura y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023**; se demuestra que existe una relación positiva débil equivalente a 0,348 en la correlacional Rho de Spearman, entre las dimensiones apertura y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas; asimismo se valida la hipótesis alterna y se rechaza la nula por el valor obtenido de $p = 0.005 < 0.05$. En relación a la cuarta hipótesis: **La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa**

Tupac Amaru de Tapuc, 2023, se ha comprobado que existe relación positiva débil equivalente a 0.395 en la correlacional Rho de Spearman y el valor de significancia es $0,031 < 0,05$ validando la hipótesis alterna y rechazando la nula.

En lo referido a la investigación de (Jacqueline Deysi Aguero Robles, 2022) “*Las redes sociales como medio comercial de las CMAC – Huancayo - 2019*”; se concluye que los hallazgos empíricos confirman un marcado impacto de las actitudes asumidas por los usuarios de las redes sociales en su uso como herramienta comercial. Se ha registrado una correlación del 94.7%, que se clasifica como una correlación positiva robusta. La probabilidad vinculada es $P(t > 7,874) = 0,0 < 5\%$, lo que indica que esta correlación es estadísticamente significativa. La probabilidad relacionada es $P(t > 9,49) = 0,0 < 5\%$, lo que confirma la significancia de esta correlación. Esto sugiere que las ventajas predominantes para aquellos individuos que utilizan su perfil personal en redes sociales y lo capitalizan como medio comercial son considerables; los mencionados resultados difieren solo en parte de los resultados obtenidos en la investigación, considerando que los resultados fluctúan entre 0.495; 0.481; 0,398; que demuestran correlación positiva débil y moderada entre las variables estudiadas en la presente investigación.

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

de Nivel Secundario en el distrito de Yanacancha – Cerro de Pasco; estos resultados son completamente diferentes a los resultados encontrados en nuestra investigación.

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

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

CONCLUSIONES

PRIMERA: Los resultados que se han obtenidos en la presente investigación establecen que existe correlación positiva moderada entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social, por el valor equivalente a 0.640 en la correlacional Rho de Spearman (tabla 25), asimismo el valor de significancia es menor a 0.05 (Sig. = 0,000 < 0,05) lo que valida la hipótesis de investigación y se rechaza la nula.

SEGUNDA: Se demuestra que existe relación significativa entre la dimensión finalidad y la capacidad crea propuestas de valor por el valor de significancia equivalente a $0.007 < 0.05$ (Tabla 26); asimismo se ha comprobado que existe correlación positiva moderada equivalente a 0.481 entre las dimensiones estudiadas de la presente investigación.

TERCERA: Se ha demostrado que la correlación entre la dimensión funcionamiento y aplica habilidades técnicas posee una relación positiva débil equivalente a 0.348 (tabla 27) en la correlacional Rho de Spearman, asimismo, el resultado del p valor es $0,060 > 0,05$ que rechaza la hipótesis alterna y acepta la nula.

CUARTA: Por los resultados obtenidos en la correlacional Rho de Spearman de 0.348 (Tabla 28) se demuestra que existe relación correlación positiva débil entre la dimensión apertura y trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas; asimismo el p valor = $0.005 < 0,05$ que rechaza la hipótesis nula y acepta la de investigación.

QUINTA: Por los resultados obtenidos en la correlacional Rho de Spearman de 0.395 (Tabla 29) se demuestra que existe relación correlación positiva débil entre la dimensión integración y evalúa resultados de emprendimiento; asimismo

el p valor = $0.031 < 0,05$ que rechaza la hipótesis nula y acepta la de investigación.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Fortalecer con detalle y actividades prácticas la utilidad de las redes sociales en la actualidad para realizar acciones de emprendimiento a partir de la difusión inicial de productos o servicios mediante la red, de manera que constituya una actividad inicial con alcance mayor para las personas que pueden acceder a ella.

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

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

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

Revista de Ciencias Sociales XVI, 579-590.

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

Emprendimiento. *Reciamuc, 60-69.*

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

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

Académica, 1-9.

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

estudiantes de quinto grado de la Institución Educativa José Carlos Mariátegui

de Colquijirca. Pasco: UNDAC.

ANEXOS



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Escuela de Formación Profesional de Educación Secundaria
Especialidad: Tecnología Informática y Telecomunicaciones

CUESTIONARIO SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES POR LOS ESTUDIANTES DE
LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TUPAC AMARU DE TAPUC

Esta es una encuesta anónima para conocer sobre el uso de las redes sociales en el área Educación para el Trabajo, por favor sea sincero con sus respuestas:

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

Grado de estudios edad sexo

ESCALA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Necesito mejorar	Regular	Neutral	Bien	Muy bien

I. FINALIDAD:

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
1.	Utilizo las redes sociales como distractores en mis tiempos libres	1	2	3	4	5
2.	Establezco comunicación con otras personas utilizando las redes sociales en los que estoy suscrito	1	2	3	4	5
3.	Promociono una acción o propuesta de negocio utilizando las redes sociales donde tengo acceso	1	2	3	4	5
4.	Difundo mis perfiles reales y opcionales con uso de las redes sociales a las que estoy suscrito	1	2	3	4	5

II. FUNCIONAMIENTO:

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
5.	Accedo a la diversidad de contenidos difundidos por mis contactos en las redes sociales	1	2	3	4	5
6.	Los grupos a los que pertenezco siempre están disponibles a emprender en algo para resolver sus problemas económicos	1	2	3	4	5
7.	Hago conocer mis propuestas individuales acerca de un producto o servicio que deseo emprender	1	2	3	4	5
8.	Mi perfil compartido en las redes permite interactuar con personas emprendedoras y exitosas	1	2	3	4	5

III. APERTURA:

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
9.	Demuestro facilidad para acceder a la diversidad de redes sociales a las que pertenezco	1	2	3	4	5
10.	Accedo a una red social demostrando respeto a sus integrantes y publicando temas que son adecuados para ellos	1	2	3	4	5
11.	Poseo cuentas independientes de acceso privado que pertenece a grupos establecidos para interactuar	1	2	3	4	5
12.	Acepto a mis contactos en grupos conformados donde soy el administrador para conversar sobre emprendimiento y otros temas	1	2	3	4	5

IV. INTEGRACIÓN:



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Escuela de Formación Profesional de Educación Secundaria
Especialidad: Tecnología Informática y Telecomunicaciones

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
13.	Pertenezco a un grupo integrado por mis compañeros de estudio o familiares conocidos	1	2	3	4	5
14.	Tengo cuentas en las redes sociales conocidas: WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	1	2	3	4	5
15.	Los grupos conformados en las redes sociales son protegidos con usuario y contraseña para ingresar	1	2	3	4	5
16.	Se establecen acuerdos para interactuar en las redes de acuerdo a nuestra necesidad	1	2	3	4	5

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



**CUESTIONARIO SOBRE EL ENFOQUE DEL EMPRENDIMIENTO A LOS ESTUDIANTES DE
LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TUPAC AMARU DE TAPUC**

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

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

Grado de estudios edad sexo

ESCALA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Insatisfecho	Poco satisfecho	Neutral	Muy satisfecho	Totalmente satisfecho

I. CREA PROPUESTAS DE VALOR:

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
1.	Propongo ideas innovadoras a un producto o servicio a implementar	1	2	3	4	5
2.	Represento con prototipos o esquemas el bien o servicio a desarrollar	1	2	3	4	5
3.	Diseño alternativas de solución creativas e innovadoras utilizando otros insumos o materiales	1	2	3	4	5
4.	Establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados	1	2	3	4	5

II. APLICA HABILIDADES TECNICAS:

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
5.	Aplica sus habilidades técnicas para utilizar las computadoras en su beneficio	1	2	3	4	5
6.	Administra adecuadamente insumos y materiales para plantear un servicio o elaborar un bien	1	2	3	4	5
7.	Aplica las normas de convivencia y seguridad en el laboratorio de informática a las que accede	1	2	3	4	5
8.	Utilizo la tecnología informática para añadir procesos adecuados en la presentación de un bien o servicio a implementar	1	2	3	4	5

III. TRABAJA COOPERATIVAMENTE PARA LOGRAR OBJETIVOS Y METAS:

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
9.	Coordino actividades en equipo con acuerdos plenos de los integrantes para llevar a cabo una actividad.	1	2	3	4	5
10.	Acompaño y ayudo a mejorar los desempeños de los integrantes del equipo de trabajo	1	2	3	4	5
11.	Asumo siempre con responsabilidad los roles a los que he sido elegido	1	2	3	4	5



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Escuela de Formación Profesional de Educación Secundaria
Especialidad: Tecnología Informática y Telecomunicaciones

12.	Propongo alternativas de solución viables cuando se presente un momento de disconformidad o conflicto entre los integrantes.	1	2	3	4	5
-----	--	---	---	---	---	---

IV. EVALUA RESULTADOS DE EMPRENDIMIENTO:

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
13.	Se aplica instrumentos para conocer la efectividad de un bien o servicio implementado	1	2	3	4	5
14.	Establezco indicadores para medir la calidad del bien o servicio prestado	1	2	3	4	5
15.	Evalúo los procesos y resultados del proyecto implementado	1	2	3	4	5
16.	Recojo y analizo la información sobre la inversión y beneficio de un bien o servicio implementado	1	2	3	4	5

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

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









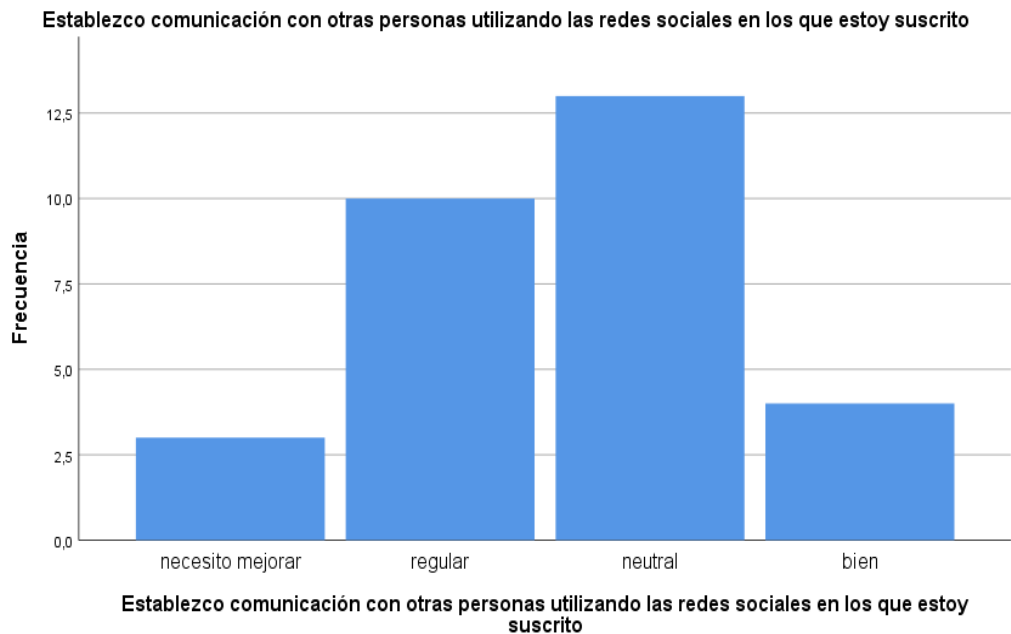
TABLAS Y GRÁFICOS ESTADÍSTICOS DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable 1: Redes sociales

Tablas, gráficas e interpretación de datos

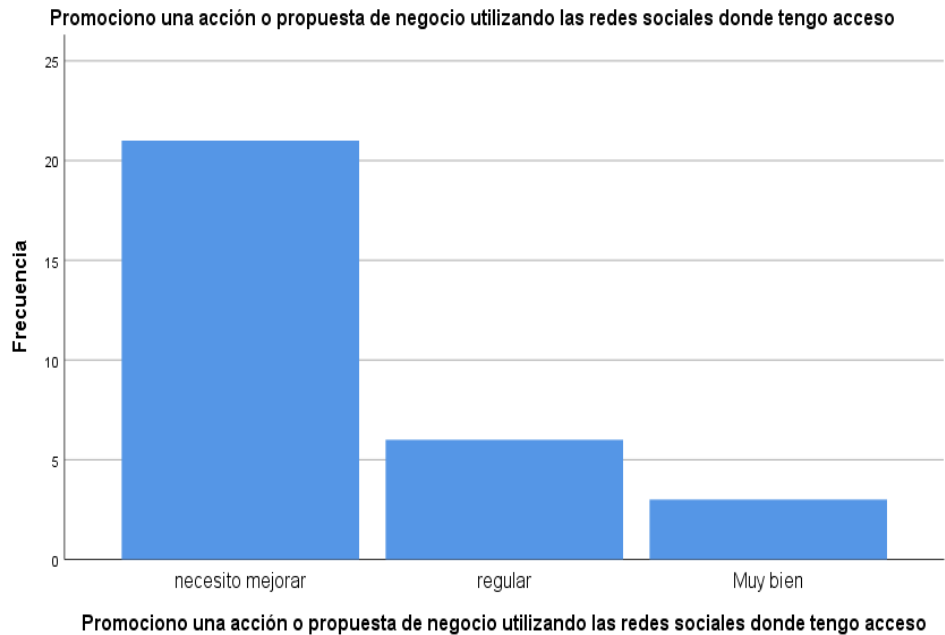
Establezco comunicación con otras personas utilizando las redes sociales en los que estoy suscrito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	3	10,0	10,0	10,0
	regular	10	33,3	33,3	43,3
	neutral	13	43,3	43,3	86,7
	bien	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



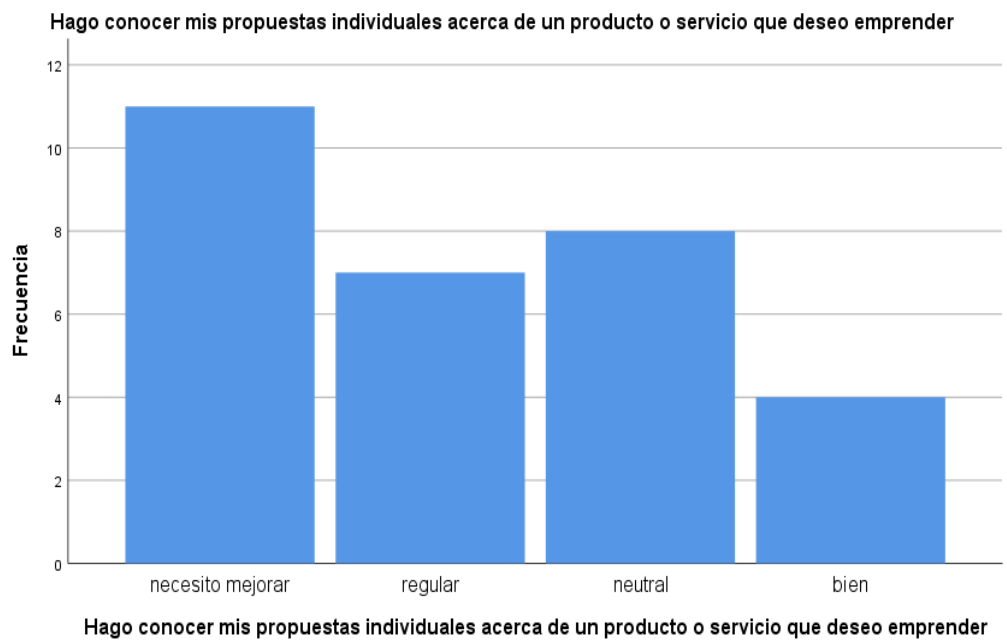
*Promociono una acción o propuesta de negocio utilizando las
redes sociales donde tengo acceso*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	21	70,0	70,0	70,0
	regular	6	20,0	20,0	90,0
	Muy bien	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



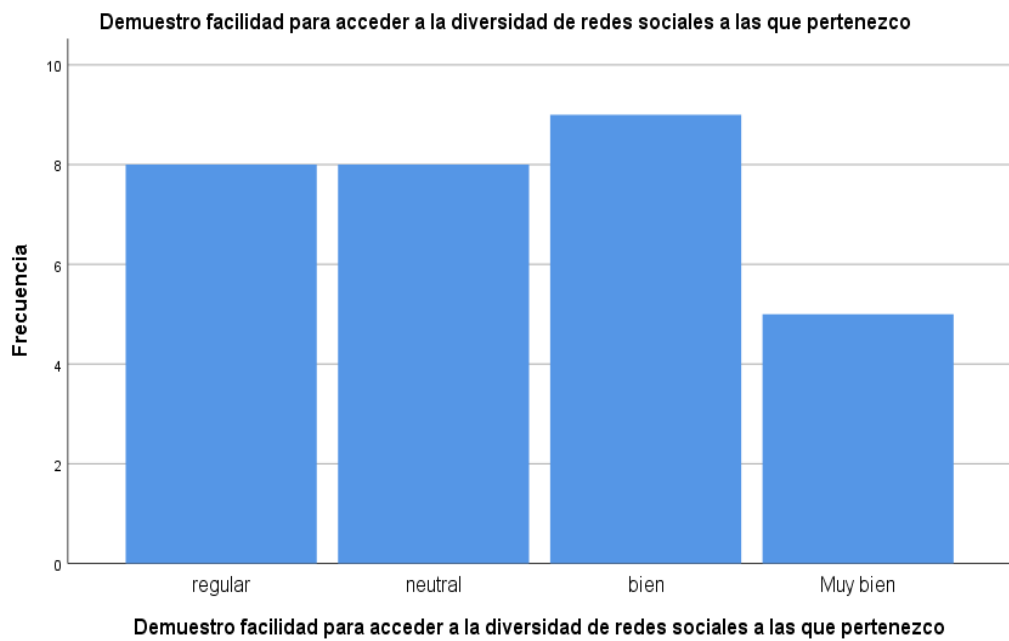
*Hago conocer mis propuestas individuales acerca de un producto
o servicio que deseo emprender*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	11	36,7	36,7	36,7
	regular	7	23,3	23,3	60,0
	neutral	8	26,7	26,7	86,7
	bien	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



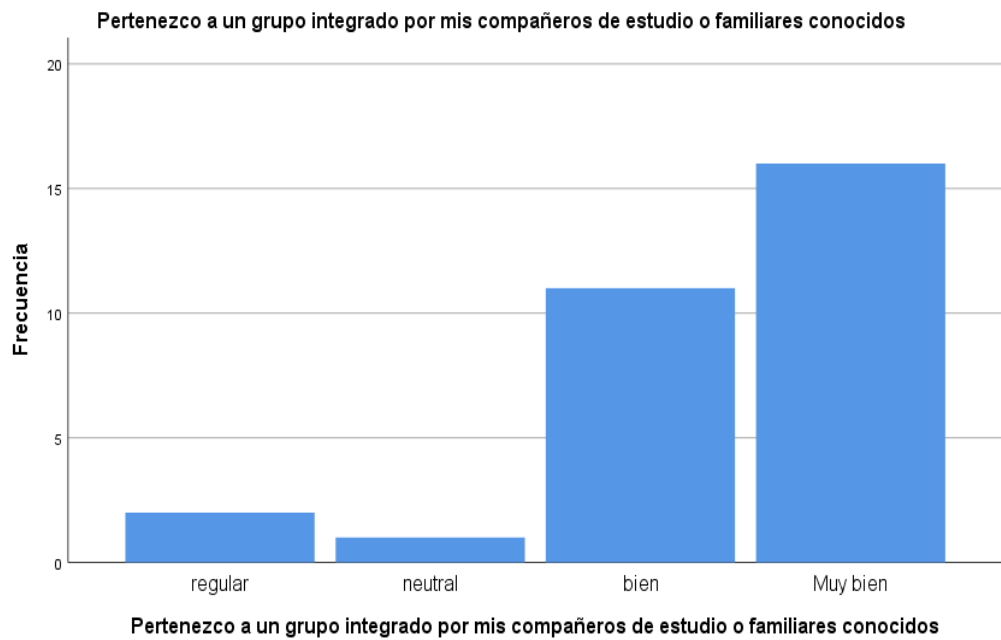
*Demuestro facilidad para acceder a la diversidad de redes
sociales a las que pertenezco*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	8	26,7	26,7	26,7
	neutral	8	26,7	26,7	53,3
	bien	9	30,0	30,0	83,3
	Muy bien	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



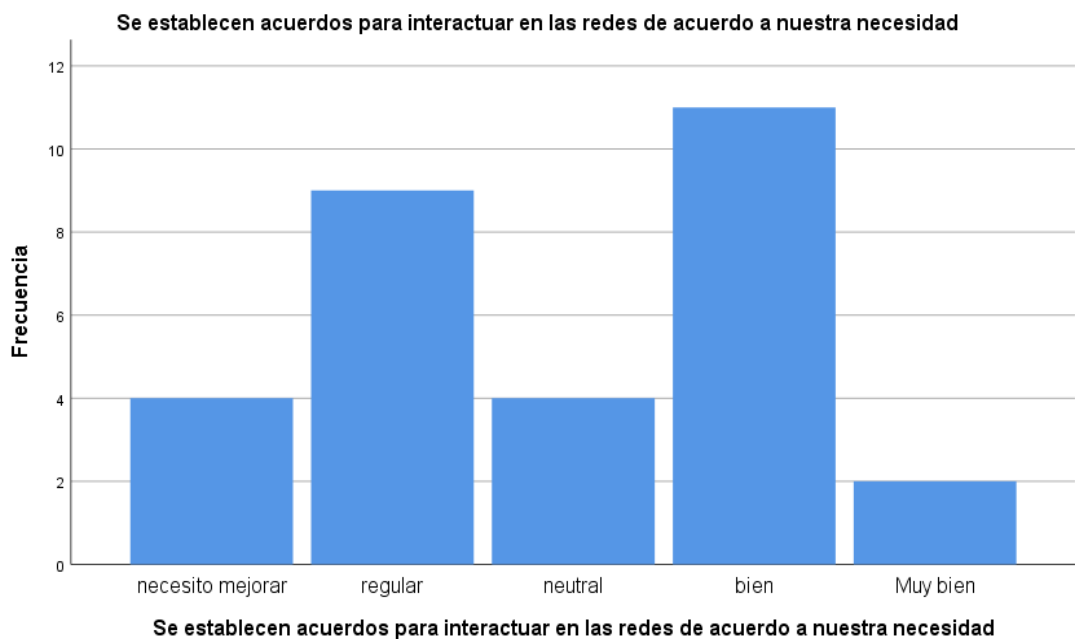
Pertenezco a un grupo integrado por mis compañeros de estudio o familiares conocidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	2	6,7	6,7	6,7
	neutral	1	3,3	3,3	10,0
	bien	11	36,7	36,7	46,7
	Muy bien	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



Se establecen acuerdos para interactuar en las redes de acuerdo a nuestra necesidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	4	13,3	13,3	13,3
	regular	9	30,0	30,0	43,3
	neutral	4	13,3	13,3	56,7
	bien	11	36,7	36,7	93,3
	Muy bien	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

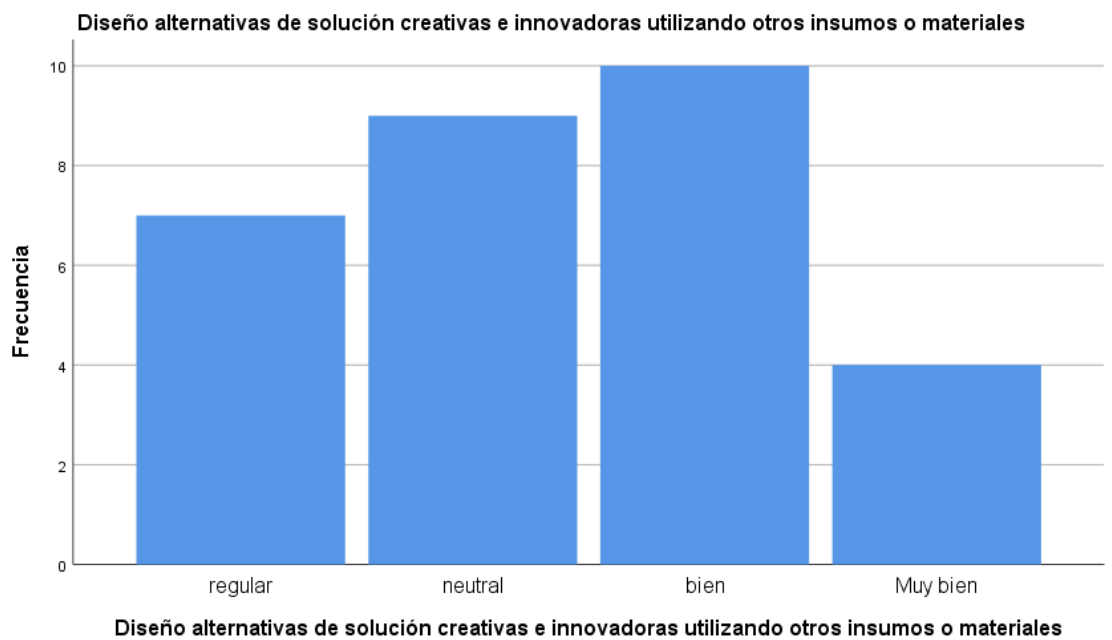


Variable 2: Emprendimiento económico o social

Tablas y gráficos

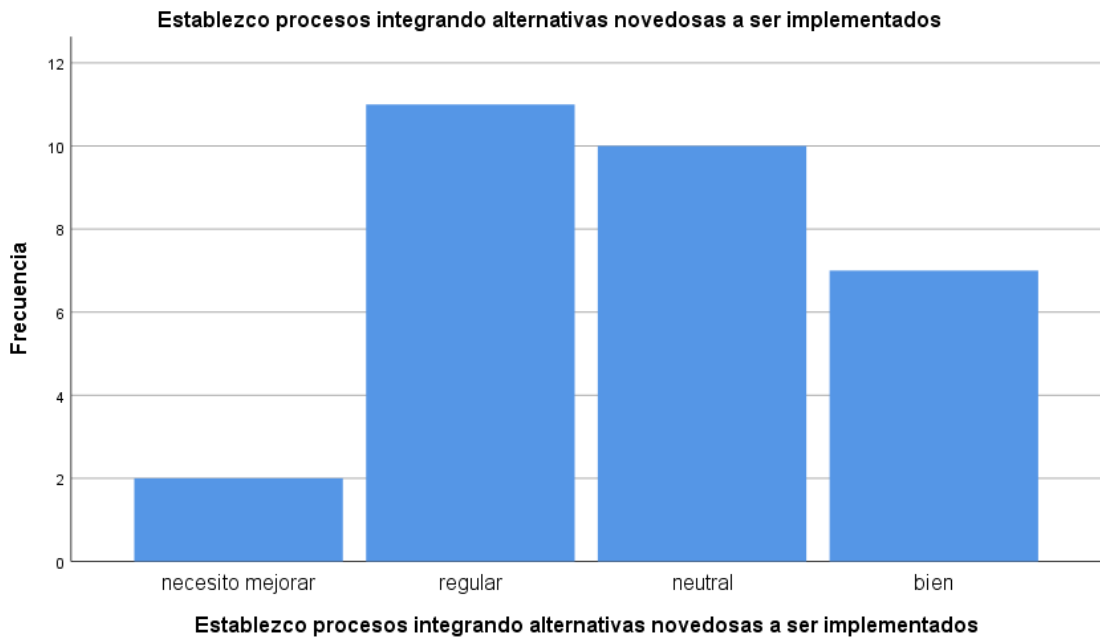
Diseño alternativas de solución creativas e innovadoras utilizando otros insumos o materiales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	7	23,3	23,3	23,3
	neutral	9	30,0	30,0	53,3
	bien	10	33,3	33,3	86,7
	Muy bien	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



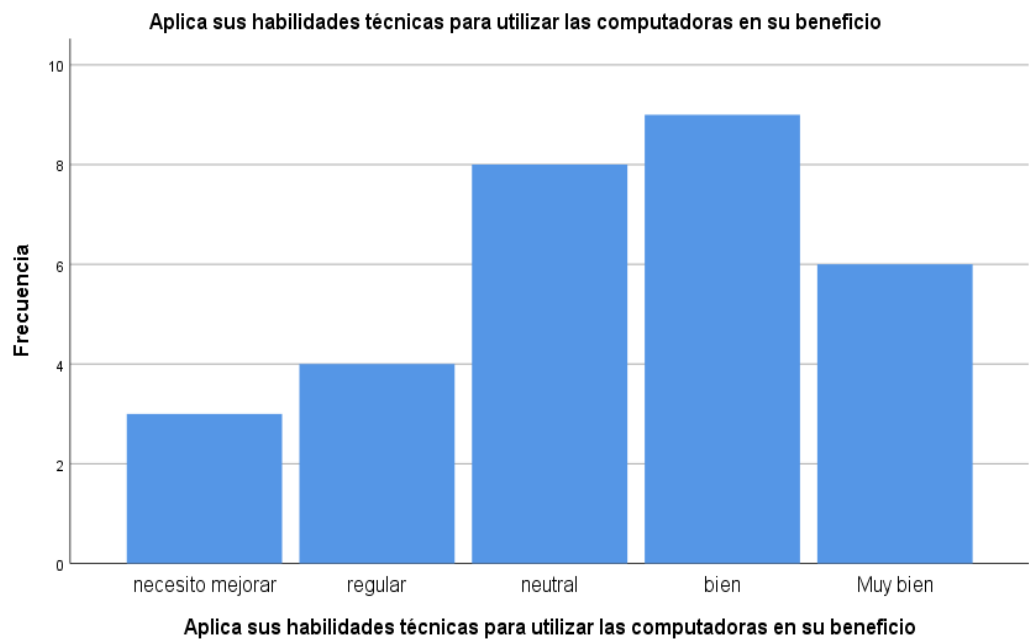
Establezco procesos integrando alternativas novedosas a ser implementados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	2	6,7	6,7	6,7
	regular	11	36,7	36,7	43,3
	neutral	10	33,3	33,3	76,7
	bien	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



Aplica sus habilidades técnicas para utilizar las computadoras en su beneficio

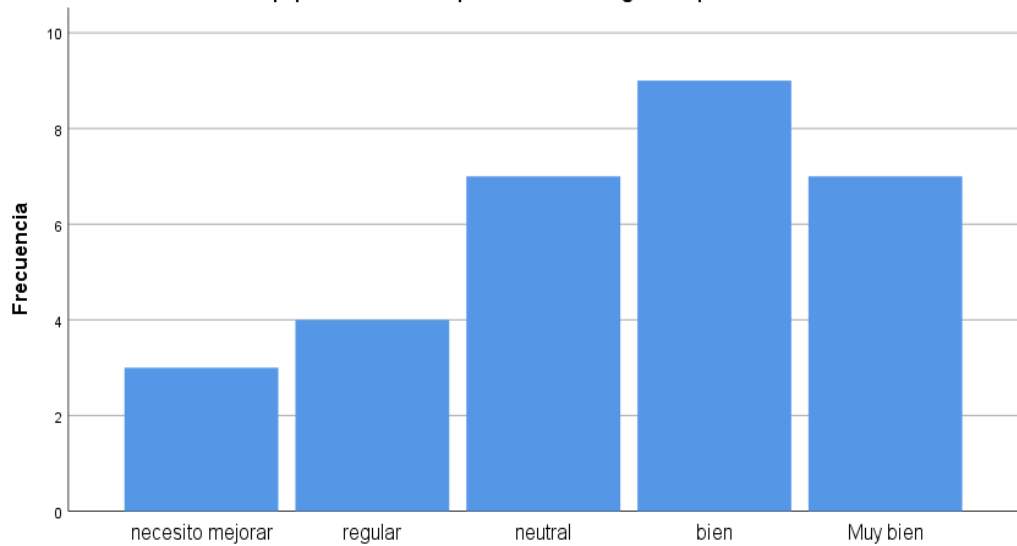
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	3	10,0	10,0	10,0
	regular	4	13,3	13,3	23,3
	neutral	8	26,7	26,7	50,0
	bien	9	30,0	30,0	80,0
	Muy bien	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



Coordino actividades en equipo con acuerdos plenos de los integrantes para llevar a cabo una actividad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	3	10,0	10,0	10,0
	regular	4	13,3	13,3	23,3
	neutral	7	23,3	23,3	46,7
	bien	9	30,0	30,0	76,7
	Muy bien	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Coordino actividades en equipo con acuerdos plenos de los integrantes para llevar a cabo una actividad.



Coordino actividades en equipo con acuerdos plenos de los integrantes para llevar a cabo una actividad.

Asumo siempre con responsabilidad los roles a los que he sido elegido

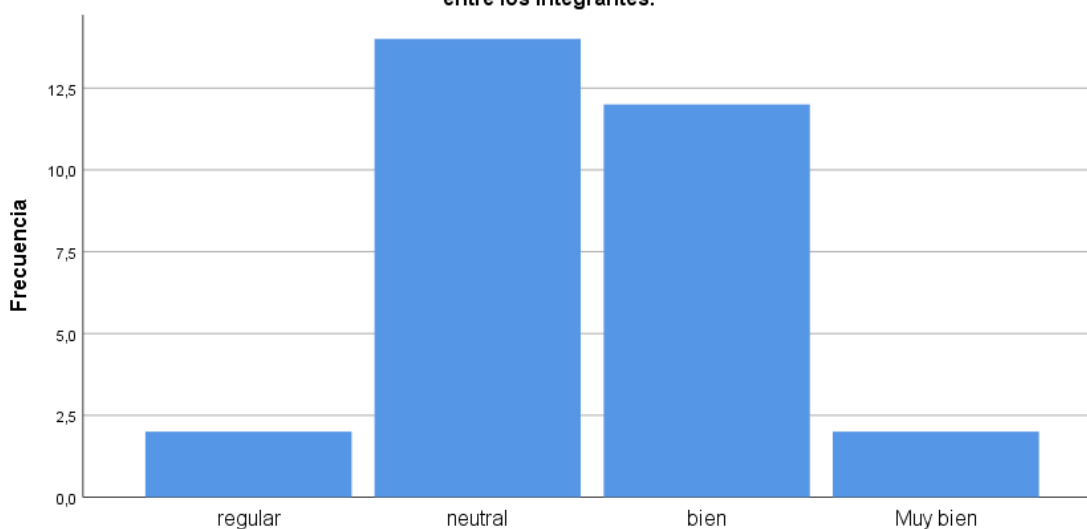
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	necesito mejorar	1	3,3	3,3	3,3
	regular	3	10,0	10,0	13,3
	neutral	1	3,3	3,3	16,7
	bien	17	56,7	56,7	73,3
	Muy bien	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



Propongo alternativas de solución viables cuando se presente un momento de disconformidad o conflicto entre los integrantes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	2	6,7	6,7	6,7
	neutral	14	46,7	46,7	53,3
	bien	12	40,0	40,0	93,3
	Muy bien	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Propongo alternativas de solución viables cuando se presente un momento de disconformidad o conflicto entre los integrantes.

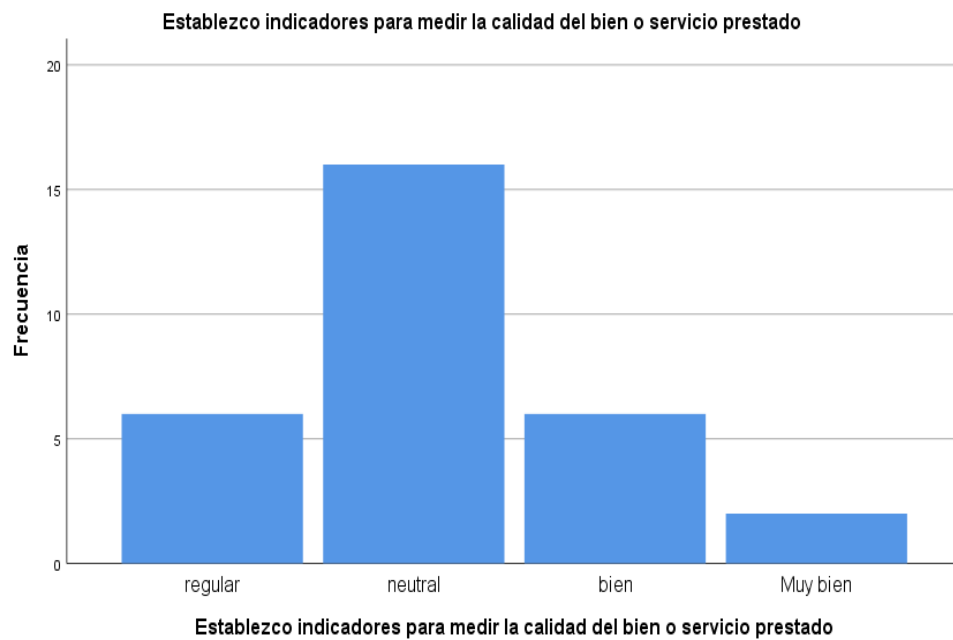


Propongo alternativas de solución viables cuando se presente un momento de disconformidad o conflicto entre los integrantes.

Establezco indicadores para medir la calidad del bien o servicio

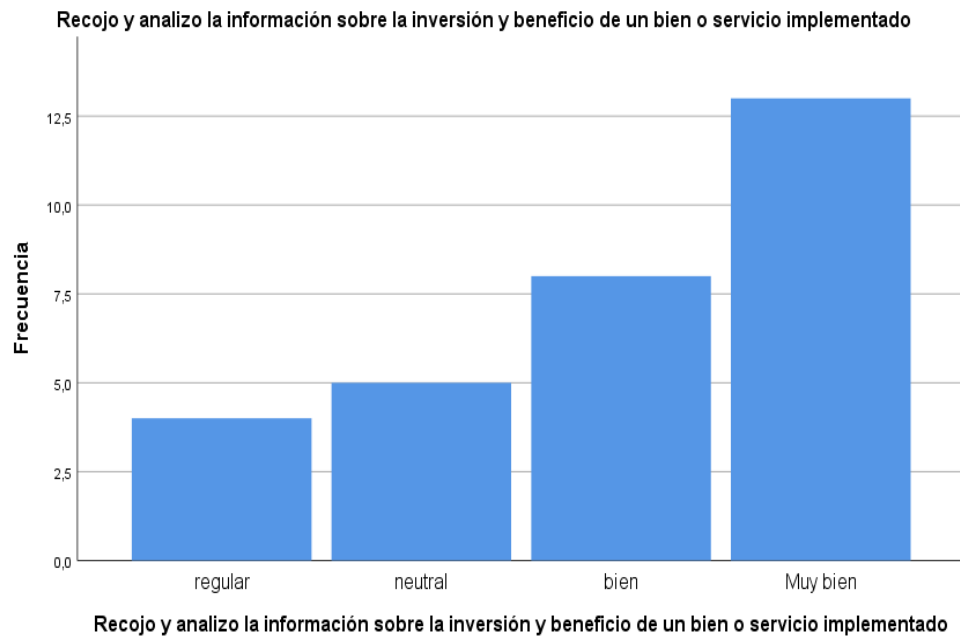
prestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	6	20,0	20,0	20,0
	neutral	16	53,3	53,3	73,3
	bien	6	20,0	20,0	93,3
	Muy bien	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



Recojo y analizo la información sobre la inversión y beneficio de un bien o servicio implementado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	4	13,3	13,3	13,3
	neutral	5	16,7	16,7	30,0
	bien	8	26,7	26,7	56,7
	Muy bien	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN: **“Redes sociales y emprendimiento económico o social en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023”**

TESISTA:

- Bach. Samuel Luis BARRETO REQUIZ
- Bach. Luis Gustavo ZELADA BENDEZU

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Problema General: ¿Cuál es la relación entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?</p>	<p>Objetivo General: Determinar la relación entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p>	<p>Hipótesis General: La relación es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023</p> <p>Hipótesis Nula: La relación no es significativa entre las redes sociales y el emprendimiento económico o social de los estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023</p>	<p>Variable 1: Redes sociales</p> <p>Variable 2: Emprendimiento económico o social</p> <p>Variables intervinientes: Procedencia familiar Innovación Emprendimiento</p>	<p>Tipo de investigación: Básica de tipo transversal</p> <p>Diseño de investigación: Descriptivo</p>	<p>Población: Está conformado por la totalidad de 128 alumnos de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc.</p> <p>Muestra: Se ha determinado tomar como muestra a 30 estudiantes del quinto grado.</p>	<p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>
<p>Problemas Específicos: ✓ ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del</p>	<p>Objetivos Específicos: ✓ Determinar la relación existente entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del</p>	<p>Hipótesis Específica: ✓ La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad crea propuestas de valor en los estudiantes del quinto grado de la</p>				

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?</p> <p>✓ ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?</p> <p>✓ ¿Cuál es la relación entre las redes sociales y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?</p> <p>✓ ¿Cuál es la relación entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023?</p>	<p>quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023</p> <p>✓ Establecer la relación existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p> <p>✓ Determinar la relación entre las redes sociales y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p> <p>✓ Establecer la relación entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p>	<p>Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p> <p>✓ La relación que existe entre las redes sociales y la capacidad aplica habilidades técnicas es significativa en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p> <p>✓ La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p> <p>✓ La relación es significativa entre las redes sociales y la capacidad evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento en estudiantes del quinto grado de la Institución Educativa Tupac Amaru de Tapuc, 2023.</p>				