

# Las redes sociales y su influencia en alumnos de una universidad privada en Ecuador

## Social networks and their influence on students of a private university in Ecuador

ESPINOZA, Marcos A.<sup>1</sup>

ESPINOZA, Madeline D.<sup>2</sup>

### Resumen

Se busca conocer la influencia que tienen las redes sociales (RRSS) en universitarios, a través del método descriptivo con un diseño no experimental, transversal, de encuesta. Se fusiona el formato de un trabajo publicado por uno de los autores en el 2016 y el cuestionario de “Adicción a RRSS” de Escurra & Salas (2014). Se muestra el uso y la privacidad mantenida por los alumnos, se determina que no existe adicción porque sus respuestas muestran niveles de bajos a moderados.

**Palabras clave:** redes sociales, alumnos universitarios, uso, privacidad, adicción

### Abstract

It seeks to know the influence that social networks (RRSS) have on university students, through the descriptive method with a non-experimental, cross-sectional survey design. The format of a work published by one of the authors in 2016 and the “Addiction to RRSS” questionnaire by Escurra & Salas (2014) are merged. It shows the use and privacy maintained by the students; it is determined that there is no addiction because their responses show low to moderate levels.

**key words:** social networks, university students, use, privacy, addiction.

---

## 1. Introducción

Las redes sociales (RRSS) y concretamente su influencia en los jóvenes universitarios, son temas de creciente importancia desde varios puntos de vista, entre los que se cuentan el social, académico y el económico. Cuando se usan las RRSS en exceso, pueden llegar a generar adicción y traducirse en alteraciones tanto físicas como psicológicas.

Para Lara, Lopez, Sánchez, & Yáñez (2018), las RRSS son entornos digitales que permiten a los usuarios diseñar y visualizar sus perfiles, a partir de las acciones de compartir textos, imágenes, aplicaciones y otros contenidos, que promueven establecer una relación de información/comunicación con otros usuarios de la red. En

---

<sup>1</sup> Universidad Ecotec. Ingeniero en Sistemas, Magister en Negocios Internacionales, Doctorando en Administración UCA. [mespinoza@ecotec.edu.ec](mailto:mespinoza@ecotec.edu.ec)

<sup>2</sup> Universidad Internacional del Ecuador. [maespinozaga@uide.edu.ec](mailto:maespinozaga@uide.edu.ec)

consecuencia, son plataformas de conexión y convivencia social basadas en la creación y la exhibición pública de la autoimagen, orientadas a la generación de todo tipo de lazos sociales fuertes y débiles, y a la creación de dinámicas de sociabilidad a través de comportamientos mostrados con diferentes niveles de participación y actividad.

Indica Zafra (2019), que las RRSS han desplazado a los tradicionales modos de comunicación entre los jóvenes y no tan jóvenes; que difícilmente se sale de casa sin el celular y una batería externa u otros recursos para estar conectados casi a tiempo real con los followers y amigos virtuales. Pese a ello y las posibles adicciones que la mismas pueden generar nomofobia, gambling online, etc.; éstas, también poseen una serie de bondades como por ejemplo poder conectarse con una red de personas con aficiones similares o incluso con amigos y seres queridos que se encuentren viviendo lejos. Además, que el modo de expresarse en éstas es totalmente distinto del físico ya que, con el carácter unipersonal que las mismas otorgan, es mucho más fácil decir lo que se piensa sin que haya otra persona confrontando miradas.

Se conoce que la reputación online es clave en la adolescencia, que los jóvenes buscan ser populares en las RRSS y está muy influenciada por lo que los demás opinen de ellos. Es muy frecuente que un adolescente que por redes es expresivo, ingenioso y hasta puede parecer muy inteligente por cómo escribe o lo que comunica, cuando se le desvirtualiza (poner la cara y conocer en persona a alguien con la que solo se interactuaba por redes) o se conoce al verdadero ser que está detrás de un perfil, se encuentran jóvenes tímidos que no mantienen una conversación fluida y que no son capaces de mantener la mirada (Arén, 2016).

De acuerdo a Espinoza & Suárez (2016), el uso de servicios en internet y el acceso a la información parecen gratuitos, pero tienen un costo, ya que a través de la navegación e interacción en los sitios web, los usuarios están facilitando información de sus necesidades e intereses que son de carácter personal. Otro punto a considerar es que muy pocas personas leen las políticas de privacidad del sitio web en el que requieren algo, antes de aceptar los «términos y condiciones». Las RRSS y los sistemas de mensajería son atractivos para los jóvenes porque su sistema de funcionamiento implica la respuesta rápida, las recompensas inmediatas y la interactividad. El uso, en principio, es positivo, siempre que no se dejen de lado el resto de las actividades propias de una vida normal (estudiar, hacer deporte, practicar las aficiones, salir con los amigos o relacionarse con la familia).

Desde el punto de vista académico indican Marín & Cabero (2019), que las RRSS es uno de los instrumentos básicos utilizados en la sociedad del conocimiento, y sobre todo en los más jóvenes, de manera que algunas personas empiezan a calificar a las nuevas generaciones como la “generación muda”, pues sus conexiones las realizan fundamentalmente a través de texto escrito en RRSS. Tal presencia en la sociedad ha repercutido también para un crecimiento exponencial en los entornos de formación, donde los centros las incorporan, no solo para tareas administrativas y de información a las familias, sino también los docentes como herramientas e instrumentos, para transmitir información y crear entornos de trabajo colaborativos.

Como herramientas de alfabetización digital, las RRSS fortalecen aptitudes, habilidades y competencias en los estudiantes, al tiempo que construyen un aprendizaje formativo y significativo, tan necesario en tiempos de cambio social. Es decir, las RRSS permiten al alumnado controlar su propio proceso de aprendizaje y establecer andamiajes que le permitan hacer frente a nuevas situaciones de aprendizaje de una manera significativa. Es importante dotar al alumno de competencias para el trabajo en equipo que les sirvan en su proceso de aprendizaje para la vida (Laurencio et al., 2018).

El tiempo invertido en estas plataformas, ha llevado a que varios autores consideren un grado adictivo, tal como indica Márquez (2015), el término adicción se ha utilizado clásicamente para referirse a la adicción a las drogas. En la actualidad se sabe que el elemento fundamental en cualquier trastorno adictivo es la falta de control y que

existen hábitos de conducta que, en determinadas circunstancias, pueden llegar a ser adictivos, generando alteraciones graves del comportamiento y un síndrome de abstinencia.

Terán (2019), manifiesta que a pesar de que en los últimos años la literatura científica ha presentado un crecimiento notable en las publicaciones relacionadas con la adicción a las nuevas tecnologías (NTIC), no se debe pasar por alto que, hasta el momento, no existe unanimidad en la comunidad científica internacional a la hora de considerar las ciberadicciones como una enfermedad, además de carecer de definiciones operativas para las diferentes expresiones del problema: Internet, videojuegos, cibercasino, chat, redes sociales, etc.

El objetivo principal de la investigación fue identificar el grado de influencia de las RRSS en los alumnos de una universidad privada en la provincia del Guayas de Ecuador, su grado de dependencia o adicción, tomando como base una investigación previa de uno de los autores y haciendo uso del cuestionario de Adicción a RRSS (ARS) de Escurra & Salas (2014). La sección siguiente, proporciona una descripción de la muestra de datos e introduce el método de investigación. Posteriormente en otra sección se presentan los resultados encontrados. La sección final proporciona conclusiones, limitaciones y posibles investigaciones futuras.

---

## 2. Metodología

Para este estudio que es descriptivo con un diseño no experimental, transversal, se utilizó la técnica de adquisición de información cuantitativa de la encuesta. Participaron un total de doscientos veinticuatro (224) alumnos universitarios voluntarios, pertenecientes a una universidad privada, originalmente se había establecido que fuera una encuesta abierta a alumnos de cualquier universidad privada, pero finalmente solo intervinieron alumnos de un establecimiento particular.

La encuesta constó de treinta y cinco (35) puntos, cinco (5) obligatorios de responder. Las preguntas fueron orientadas hacia el conocimiento de tres aspectos de las RRSS: uso, privacidad y adicción. La encuesta se realizó en línea a través de la aplicación «Formularios de Google» creada desde Google Drive; el enlace corto que se generó para su realización fue: <https://forms.gle/18aHG6hSEbHttSWC6>.

El objetivo principal de la investigación fue identificar el grado de influencia de las RRSS en los alumnos de una universidad privada en la provincia del Guayas en Ecuador, su grado de dependencia o adicción, como una actualización al trabajo Study of Use, Privacy and Dependence on Social Networks by Students in the Ecuadorian Universities realizado por Espinoza & Suárez (2016).

### 2.1. Instrumentos de medición usados de la adicción

Para este estudio se utilizó el cuestionario de Adicción a RRSS (ARRSS) de Escurra & Salas (2014), el cual consta de 24 ítems que se diseñaron de acuerdo a los indicadores del DSM-IV, está conformado por 3 factores o dimensiones latentes: A) Obsesión por las redes sociales, B) Falta de control personal en el uso de las RRSS, C) Uso excesivos de las RRSS. El cuestionario tuvo 24 reactivos en una escala de Likert de cinco puntos: siempre, casi siempre, algunas veces, rara vez y nunca.

Se agregaron 11 preguntas para conocer la identificación, uso y privacidad, al inicio del instrumento, siendo las siguientes: género, año de nacimiento, Facultad, utiliza RRSS, dónde y con qué frecuencia se conecta, porcentaje de personas que conoce personalmente, tiene datos personales en las RRSS y qué es lo que más le gusta de las RRSS.

## 2.2. Procedimiento de recolección de datos de encuesta

Se utilizó el programa IBM SPSS Statistics 25 con el propósito de analizar los datos. Primero se empleó estadística descriptiva, de la cual se obtuvieron frecuencias para las variables sociodemográficas, tablas cruzadas de respuestas múltiples y medidas de tendencia central (media, mediana y moda) y de dispersión.

## 3. Análisis de resultados

Contestan la encuesta en su totalidad 220 alumnos; el número que participó fue de 224, cuatro de ellos, a pesar de utilizar las RRSS, no contestaron la sección correspondiente a la ARRSS, por lo cual no se los consideró en la tabulación. De género femenino son 133 y 87 de género masculino, se usaron los mismos rangos de edades del estudio de Espinoza & Suárez (2016), por lo que menores o igual a 19 años, fueron 108 alumnos; entre 20 y 25 años, 95 alumnos; y mayores a 25 años, se encontraron 17 alumnos. A la Facultad de Derecho pertenecen 77 alumnos; a Ciencias Económicas, 70 alumnos; a la Facultad de Ingeniería pertenecen 31; a Marketing y Comunicación pertenecen 37 y; a Turismo y Hotelería pertenecen 5 alumnos.

### 3.1. Uso

Con los datos obtenidos de la encuesta se procede a conocer las RRSS más usadas por género, visualizando en la Tabla 1 los resultados; WhatsApp es la red social más usada por ambos géneros, le siguen Instagram y Facebook.

**Tabla 1**  
Uso de RRSS por género

Tabla cruzada de \$RedSocial*Género				
		Género		Total
		Femenino	Masculino	
RS más usada	Facebook	119	75	194
	Twitter	54	22	76
	WhatsApp	132	86	218
	Instagram	126	80	206
	LinkedIn	21	17	38
	Snapchat	46	23	69
	Google+	44	24	68
	Youtube	114	80	194
	Otro	5	0	5
Total		133	87	220

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 2 se visualizan los lugares en los que se conectan los alumnos, por rango de edades; siendo que, hasta los 25 años, prefieren conectarse desde su celular y en casa; mientras que los mayores de 25 años ya no se conectan desde redes gratuitas o en cabinas.

**Tabla 2**  
Lugares en los que se conecta por rango de edades

Tabla cruzada de Rangos edades*¿Seconecta								
		¿Dónde se conecta?						Total
		En cualquier lugar desde su celular	En su casa	En su trabajo	En su lugar de estudio	Lugares públicos con redes gratuitas	Cabinas de internet	
Rangos edades	menor o igual a 19 años	95	66	19	45	35	5	265
		35,8%	24,9%	7,2%	17,0%	13,2%	1,9%	
	entre 20 y 25 años	84	65	22	45	36	2	254
		33,1%	25,6%	8,7%	17,7%	14,2%	0,8%	
	mayores a 25 años	16	8	6	1	0	0	31
		51,6%	25,8%	19,4%	3,2%	0,0%	0,0%	
Total		195	139	47	91	71	7	550

Fuente: elaboración propia

En referencia a la pregunta para conocer la frecuencia con que se conectan, se muestra en la Tabla 3 que 121 alumnos se conectan a las RRSS todo el tiempo y que solamente 1 se conecta dos o tres veces por semana.

**Tabla 3**  
Frecuencia con que se conecta a las RRSS

¿Con qué frecuencia se conecta a las RRSS?			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Todo el tiempo	121	55,0	55,0
Entre 7 y 12 veces al día	44	20,0	75,0
Entre 3 y 6 veces al día	41	18,6	93,6
Una o dos veces por día	13	5,9	99,5
Dos o tres veces por semana	1	0,5	100,0
Total	220	100,0	

Fuente: elaboración propia

### 3.2. Privacidad

En la Tabla 4 se visualiza que la mayoría de los alumnos conocen personalmente a los amigos de las RRSS; y que son los menores a 20 años los que más cuidan de conocer personalmente a sus contactos.

**Tabla 4**  
Personas que conoce personalmente por rango de edades

Tabla cruzada Rangos edades*De todas las personas que conoce a través de la red, ¿cuántos conoce personalmente?							
		De todas las personas que conoce a través de la red, ¿cuántos conoce personalmente?					Total
		10 % o Menos	Entre 11 y 30 %	Entre el 31 y 50 %	Entre el 51 y 70 %	Más del 70 %	
Rangos edades	menor o igual a 19 años	3	6	18	28	53	108
	entre 20 y 25 años	5	5	18	27	40	95
	mayores a 25 años	2	0	0	3	12	17
Total		10	11	36	58	105	220

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 5, se visualiza que los alumnos de género femenino son los que menos datos personales tienen en las RRSS; el género masculino mantiene un equilibrio en la información personal que publica. De los 87 alumnos, 45 dice que no tiene datos personales en las RRSS.

**Tabla 5**  
Datos personales en RRSS por género

Tabla cruzada Género*¿Tiene datos personales relevantes sobre usted puestos en una RRSS (teléfono, dirección domiciliaria o laboral, etc.)?				
		¿Tiene datos personales relevantes sobre usted puestos en una RRSS (teléfono, dirección domiciliaria o laboral, etc.)?		Total
		No	Si	
Género	Femenino	102	31	133
	Masculino	45	42	87
Total		147	73	220

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 6 se muestra que el entretenimiento es el motivo por el cual más les gustan las redes sociales, le siguen casi en igual proporción la comunicación rápida, fácil, gratuita, simultánea con varios y para estar en contacto con los amigos y familiares.

**Tabla 6**  
Lo que más le gusta de las RRSS por Facultades

Tabla cruzada de Facultad*¿gustaRRSS										
Facultad	Le gusta de las RRSSa									Total
	Para estar en contacto con los amigos y familiares	Comunicación rápida, fácil, gratuita, simultánea con varios	Para obtener información	Para expresar libremente sus opiniones	Entretenimiento	Para conocer nuevas personas	Para compartir fotos, videos y música	Propósitos académicos	Propósitos laborales	
Derecho y Gobernabilidad	48	46	38	19	53	13	37	32	22	77
	62,3%	59,7%	49,4%	24,7%	68,8%	16,9%	48,1%	41,6%	28,6%	
Ciencias Económicas y Empresariales	53	49	43	21	46	11	35	30	25	70
	75,7%	70,0%	61,4%	30,0%	65,7%	15,7%	50,0%	42,9%	35,7%	
Ingenierías	21	27	14	7	26	7	11	11	9	31
	67,7%	87,1%	45,2%	22,6%	83,9%	22,6%	35,5%	35,5%	29,0%	
Marketing y Comunicación	28	29	25	9	29	4	19	13	12	37
	75,7%	78,4%	67,6%	24,3%	78,4%	10,8%	51,4%	35,1%	32,4%	
Turismo y Hotelería	4	4	4	0	5	2	3	3	3	5
	80,0%	80,0%	80,0%	0,0%	100,0%	40,0%	60,0%	60,0%	60,0%	
<b>Total</b>	<b>154</b>	<b>155</b>	<b>124</b>	<b>56</b>	<b>159</b>	<b>37</b>	<b>105</b>	<b>89</b>	<b>71</b>	<b>220</b>

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.  
Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: elaboración propia

### 3.3. Adicción

Para el diagnóstico de adicción a las RRSS, adaptado al tema estudiado, se usa el cuestionario de Escurra & Salas (2014) que está conformado por 3 factores: a) Obsesión por las RRSS que consta de los ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22 y 23; b) Falta de control personal en el uso de las RRSS con los ítems 4, 11, 12, 14, 20 y 24; c) Uso excesivo de las RRSS con los ítems 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18 y 21. Se optó por aplicar el sistema de calificación de 5 puntos (de 1 a 5) tomando en cuenta la frecuencia desde «nunca» hasta «siempre».

En la Tabla 7 se presentan los resultados de las 24 preguntas con sus respectivos análisis de tendencia central: media, desviación estándar, asimetría y curtosis.

**Tabla 7**  
Análisis a las respuestas obtenidas

Item	Pregunta	Respuestas													
		Siempre		Casi siempre		A veces		Rara vez		Nunca		Medidas de tendencia central			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Media	DE	As	Cu
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.	28	12,7	45	20,5	88	40	39	17,7	18	8,2	3,1	1,1	-0,032	-0,493
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.	15	6,8	21	9,5	76	34,5	72	32,7	34	15,5	2,6	1,1	0,449	-0,189
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.	7	3,2	14	6,4	44	20	76	34,5	78	35,5	2,1	1	0,872	0,253
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.	25	11,4	40	18,2	87	39,5	50	22,7	17	7,7	3	1,1	0,118	-0,489
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.	12	5,5	17	7,7	54	24,5	55	25	81	36,8	2,2	1,2	0,717	-0,325
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.	6	2,7	15	6,8	33	15	46	20,9	113	51,4	1,9	1,1	1,146	0,401
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.	9	4,1	8	3,6	51	23,2	53	24,1	91	41,4	2	1,1	0,923	0,244
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.	9	4,1	20	9,1	60	27,3	72	32,7	53	24,1	2,4	1,1	0,54	-0,265
9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.	18	8,2	35	15,9	64	29,1	49	22,3	48	21,3	2,7	1,2	0,227	-0,874
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.	19	8,6	34	15,5	71	32,3	57	25,9	34	15,5	2,8	1,2	0,223	-0,67
11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.	12	5,5	29	13,2	51	23,2	57	25,9	65	29,5	2,4	1,2	0,494	-0,732

		Respuestas													
		Siempre		Casi siempre		A veces		Rara vez		Nunca		Medidas de tendencia central			
Item	Pregunta	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Media	DE	As	Cu
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.	28	12,7	33	15	68	30,9	47	21,4	41	18,6	2,9	1,3	-0,069	-0,983
13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.	14	6,4	58	26,4	55	25	40	18,2	49	22,3	2,6	1,2	0,251	-0,888
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.	16	7,3	33	15	60	27,3	55	25	54	24,5	2,6	1,2	0,333	-0,828
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.	5	2,3	22	10	40	18,2	59	26,8	93	42,3	2	1,1	0,812	-0,305
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.	19	8,6	37	16,8	72	32,7	51	23,2	40	18,2	2,7	1,2	0,162	-0,775
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.	19	8,6	35	15,9	76	34,5	67	30,5	22	10	2,8	1,1	0,286	-0,489
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.	25	11,4	32	14,5	78	35,5	54	24,5	28	12,7	2,9	1,2	0,201	-0,634
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.	7	3,2	12	5,5	39	17,7	58	26,4	103	46,8	1,9	1,1	1,072	0,466
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.	6	2,7	19	8,6	44	2	66	33	82	37,3	2,1	1,1	0,777	-0,179
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.	14	6,4	37	16,8	66	30	68	30,9	33	15	2,7	1,1	0,271	-0,63
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.	9	4,1	23	10,5	41	18,6	76	34,5	70	31,8	2,2	1,1	0,752	-0,213
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).	13	5,9	23	10,5	47	21,4	72	32,7	63	28,6	2,3	1,2	0,667	-0,366
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.	13	5,9	24	10,9	57	25,9	60	27,3	61	27,7	2,4	1,2	0,515	-0,569

S= siempre (5), CS= casi siempre (4), AV= a veces (3), RV=rara vez (2), N= nunca (1)

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 8 se presenta un análisis al grupo de respuestas que comprenden los parámetros: A) Obsesión por las RRSS. B) Falta de control personal en el uso de las RRSS. C) Uso excesivos de las RRSS, en la que se muestra la media, mediana y moda, notándose que las respuestas están ubicadas en la escala 2 (rara vez) y 3 (a veces). La media más alta la tiene el uso excesivo de las RRSS que lleva al nivel 3 de a veces y las más baja la obsesión por la RRSS ubicada en el nivel 2 de rara vez, estos niveles demuestran que las RRSS no influyen negativamente en los alumnos universitarios. Situación que se confirma con los análisis realizados a tres preguntas individuales, que se presentan más adelante.

**Tabla 8**  
Análisis de los parámetros del cuestionario ARRSS

Parámetros	Media	Mediana	Moda
Obsesión por las RRSS	2,18	2	1
Falta de control personal en el uso de las RRSS	2,56	3	3
Uso excesivo de las RRSS	2,75	3	3

Fuente: elaboración propia

Se hace un análisis a las preguntas 20, 21 y 23 que corresponden a las actividades estudiantiles y se presentan como respuesta a la pregunta: Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a RRSS, ver Tabla 9; el porcentaje más alto de la opción “Nunca” está en los mayores de 25 años, con más tendencia en el género femenino. Demostrándose que los universitarios no descuidan sus estudios por estar pendientes de las RRSS.

**Tabla 9**  
“Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a RRSS”

Tabla cruzada Rangos edades* Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a)							
% dentro de Rangos edades							
		Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a RRSS					Total
		1	2	3	4	5	
Rangos edades	menor o igual a 19 años	35,5%	25,2%	24,3%	11,2%	3,7%	100,0%
	entre 20 y 25 años	37,6%	33,3%	19,4%	7,5%	2,2%	100,0%
	mayores a 25 años	52,9%	47,1%				100,0%
Total		37,8%	30,4%	20,3%	8,8%	2,8%	100,0%
Género	Femenino	43,1%	30,0%	17,7%	5,4%	3,8%	100,0%
	Masculino	29,9%	31,0%	24,1%	13,8%	1,1%	100,0%
Total		37,8%	30,4%	20,3%	8,8%	2,8%	100,0%

S= siempre (5), CS= casi siempre (4), AV= a veces (3), RV=rara vez (2), N= nunca (1)

Fuente: elaboración propia

Para la pregunta “Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las RRSS”, Tabla 10, se muestra que las respuestas en su mayoría están entre los niveles 2 y 3, sin importar el rango de edades y el género, ya que están muy equilibradas las respuestas dadas. Estos niveles son bajos por lo cual no se verán afectados los estudios de los universitarios por estar pendientes de las RRSS.

**Tabla 10**  
 “Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las RRSS”

Tabla cruzada Rangos edades* Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a RRSS							
% dentro de Rangos edades							
		Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las RRSS					Total
		1	2	3	4	5	
Rangos edades	menor o igual a 19 años	6,5%	29,9%	41,1%	15,0%	7,5%	100,0%
	entre 20 y 25 años	21,3%	31,9%	18,1%	22,3%	6,4%	100,0%
	mayores a 25 años	35,3%	35,3%	29,4%			100,0%
Total		15,1%	31,2%	30,3%	17,0%	6,4%	100,0%
Género	Femenino	13,0%	35,1%	29,8%	15,3%	6,9%	100,0%
	Masculino	18,4%	25,3%	31,0%	19,5%	5,7%	100,0%
Total		15,1%	31,2%	30,3%	17,0%	6,4%	100,0%

S= siempre (5), CS= casi siempre (4), AV= a veces (3), RV=rara vez (2), N= nunca (1)

Fuente: elaboración propia

En la pregunta “Cuando estoy en clase sin conectar con las RRSS, me siento aburrido(a)”, Tabla 11, se visualiza que los mayores de 25 años nunca están aburridos, pero son los hombres los que sin importar el rango de edad más se aburren sino se conectan a las RRSS cuando están en clase. Los resultados muestran que los niveles 2 y 3 son bajos para considerar que los alumnos universitarios recurren a las RRSS para terminar con el aburrimiento cuando están en clases.

**Tabla 11**  
 “Cuando estoy en clase sin conectar con las RRSS, me siento aburrido(a)”

Tabla cruzada Rangos edades* Cuando estoy en clase sin conectar con las redes social							
% dentro de Rangos edades							
		Cuando estoy en clase sin conectar con las RRSS, me siento aburrido(a).					Total
		1	2	3	4	5	
Rangos edades	menor o igual a 19 años	26,9%	32,4%	25,0%	9,3%	6,5%	100,0%
	entre 20 y 25 años	24,7%	36,6%	19,4%	12,9%	6,5%	100,0%
	mayores a 25 años	64,7%	17,6%	11,8%	5,9%		100,0%
Total		28,9%	33,0%	21,6%	10,6%	6,0%	100,0%
Género	Femenino	34,4%	29,8%	22,1%	9,9%	3,8%	100,0%
	Masculino	20,7%	37,9%	20,7%	11,5%	9,2%	100,0%
Total		28,9%	33,0%	21,6%	10,6%	6,0%	100,0%

S= siempre (5), CS= casi siempre (4), AV= a veces (3), RV=rara vez (2), N= nunca (1)

Fuente: elaboración propia

#### 4. Discusión

En cuanto a las RRSS más usadas se encuentra que en el artículo de Rueda & Flores (2016), lograron identificar las mismas RRSS del presente estudio como las más usadas, por lo cual manifestaban que: los jóvenes universitarios prefieren la RS Facebook (95%), seguida de WhatsApp (89%) e Instagram (45%). Arcila, Calderín, & Sánchez (2019) manifestaban que la expectativa de rendimiento y la influencia social en los editores inciden en

el uso real de Facebook y Twitter, a través de la intención de uso, pero no sucede así en el caso de las otras RRSS como ResearchGate, Academia y LinkedIn.

Señalan Salas & Ecurra (2014), que la mayor parte de los participantes en su encuesta realizada usan una sola RS, otro sector importante utiliza dos; así, casi la totalidad usa Facebook y la segunda más usada es Twitter; y que es interesante rescatar el dato de que solo 5 jóvenes no contestaron la encuesta porque manifestaron que no usaban RRSS. En otro trabajo de investigación de Rosario & Ruiz (2018), se indica que las RRSS más usadas fueron Facebook, Instagram y Snapchat, siendo Facebook la RS más usada, seguida de Instagram. Dueñas, Pontón, Belzunegui, & Pastor (2016), señalan que se estima que el número de usuarios de Facebook es tres veces el número de habitantes de Estados Unidos.

A pesar de que en el presente estudio, no se evidencian resultados de adicción en los estudiantes universitarios (Obsesión por las RRSS, con una media de 2,18 en niveles del 1 al 5 evaluados), se debe rescatar que la única forma de evitar esta gran problemática es educar y concientizar al adolescente, la familia y al área médica de las graves consecuencias psicológicas que causan las adicciones tecnológicas en la vida de esta población vulnerable (Sahagún et al., 2015). Se conoce también que la comunidad de salud mental se encuentra dividida en referencia a si la dependencia a Internet es adictiva o no, activándose el debate al analizar las actividades dependientes de Internet como son las RRSS, juegos, compras, sexo y juegos de azar (Prieto, 2015).

A nivel académico, para que se lleve a cabo un tipo de aprendizaje colaborativo mediante las RRSS es necesario que se den algunas condiciones idóneas como es que los profesores y cualquier persona interesada en compartir su conocimiento a través de las RRSS en línea deben ser conscientes de los factores que hacen que un alumno universitario se decida a utilizarlos como repositorios de información ante una iniciativa de aprendizaje, ya que no es suficiente con que un profesor se registre en las RRSS y establezca contacto a través de este medio con sus alumnos (Laurencio et al., 2018). Según el presente estudio, tan solo 89 estudiantes de 220, marcaron como propósito de uso, el académico.

En contraste, para el área comercial, en su artículo Sánchez, Fernández, & Mier (2019), han encontrado una mejor experiencia en la RS de un hotel que va a proporcionar un incremento del beneficio económico, en el que los usuarios buscan un ahorro o descuento por su intervención en la RS; el estudio pone de manifiesto la obtención de beneficios por parte de los usuarios en su intervención, así como la de un mayor grado de compromiso. Va relacionado a estos hechos lo encontrado en el presente estudio ya que 124 estudiantes expresaron que utilizan las RRSS para obtener información. De esta manera, se resalta la importancia de ofrecer por parte de las empresas, en este caso hoteles, un contenido atractivo y orientado a los usuarios a través de las RRSS.

---

## 5. Conclusiones y trabajos futuros

Una vez terminada esta investigación, con los resultados del análisis de los datos pertenecientes a la muestra del estudio, se concluye lo siguiente:

1. La RS más usada por los alumnos universitarios es WhatsApp, le siguen Instagram y Facebook.
2. Los lugares de donde se conectan son: el celular, la casa y lugar de estudio.
3. Han indicado que permanecen conectados todo el tiempo.
4. Del total de las personas que tienen como amigos en las RRSS, conocen a más del 70%
5. Un alto porcentaje de alumnos no tiene registrado datos personales en las RRSS.
6. Les gustan las RRSS por el entretenimiento que les brindan.

7. La tabulación a las respuestas dadas al cuestionario de ARRSS, muestra que “a veces” y “rara vez” es la respuesta a la escala planteada, más encontrada; lo cual indica, que los estudiantes universitarios no tienen un alto grado de adicción a las RRSS, ya que muestran niveles de respuesta de bajos a moderados a las categorías de: obsesión por las RRSS, falta de control personal en el uso de las RRSS y uso excesivo de las RRSS.
8. En el análisis a las preguntas 20, 21 y 23, correspondientes a las actividades y asistencia estudiantil se encuentra que la tendencia es dar la respuesta “nunca”, en mayor porcentaje por parte de los mayores a 25 años, sin existir una gran variación de porcentaje en el género.
9. Estos resultados permiten aportar evidencia al tema de adicción a las RRSS en alumnos universitarios, notándose que las RRSS no tiene un grado de influencia negativo en alumnos con este nivel de educación.

Como trabajo futuro se puede dirigir una nueva investigación a otras universidades del Ecuador no solo privadas sino también públicas, para conocer el tipo de actividades que desarrollan con las RRSS y analizar diversos criterios de respuestas por el diferenciado nivel socioeconómico de los posibles encuestados; ya que una limitación del presente trabajo y sus resultados, es el no haber realizado el estudio con muestras de alumnos de varias universidades.

---

## Referencias bibliográficas

- Arcila, C., Calderín, M., & Sánchez, P. (2019). Adopción de redes sociales por revistas científicas de ciencias sociales. *El Profesional de la Información*, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.05>
- Arén, E. (2016). Desenredar redes sociales: Uso y mal uso de Internet. AEPap (ed.). *Curso de Actualización Pediatría*, 45-50.
- Dueñas, D., Pontón, P., Belzunegui, Á., & Pastor, I. (2016). Discriminatory Expressions, the Young and Social Networks: The Effect of Gender. *Comunicar*, 24(46), 67-76. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-07>
- Escurra, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *LIBERABIT*, 20(1), 19.
- Espinoza, M., & Suárez, P. (2016). Study of Use, Privacy and Dependence on Social Networks by Students in the Ecuadorian Universities. En R. Valencia-García, K. Lagos-Ortiz, G. Alcaraz-Mármol, J. del Cioppo, & N. Vera-Lucio (Eds.), *Technologies and Innovation* (Vol. 658, pp. 114-128). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-48024-4\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-48024-4_10)
- Lara, P., Lopez, A., Sánchez, J., & Yànez, P. (2018). Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: Propuesta SocialEngagement. *El Profesional de la Información*, 27(4), 899. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.18>
- Laurencio, K., Pardo, M. E., & Izquierdo, J. M. (2018). Reflexión acerca del empleo de las redes sociales, con fines educativos, en la educación superior. *Opuntia Brava*, 10(16), 12.
- Marín, V., & Cabero, J. (2019). Las redes sociales en educación: Desde la innovación a la investigación educativa. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 25. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.24248>
- Márquez, S. (2015). La adicción al ejercicio: Un trastorno emergente de la conducta. *Nutrición Hospitalaria*, 6, 2384-2391. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.31.6.8934>

- Prieto, J. J. (2015). Las redes sociales de internet ¿una nueva adicción? *Revista argentina de clínica psicológica*, 24, 8.
- Rosario, I., & Ruiz, E. (2018). La adicción a las redes sociales en una muestra de empleados de varias organizaciones del sureste de Puerto Rico. *Avances en Psicología*, 26(2), 201-210. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2018.v26n2.1191>
- Rueda, J. P., & Flores, J. G. (2016). Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. *Tlamati Sabiduría*, 7(1), 14.
- Sahagún, M., Delgado, E., Salamanca, C., & Martínez, B. (2015). Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. *Revista Médica MD*, 6(4), 5.
- Salas, E., & Ecurra, M. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista de Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 15.
- Sánchez, M. Á., Fernández, M. T., & Mier, J. J. (2019). Estudio de los Beneficios Percibidos por los Usuarios a través de su Experiencia en las Redes Sociales Hoteleras. *Información tecnológica*, 30(1), 97-108. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000100097>
- Terán, A. (2019). Ciberadicciones. Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC). Lúa Ediciones. Congreso de Actualización Pediatría 2019, 12.
- Zafra, S. (2019). Redes sociales para la prevención del suicidio juvenil. *3C TIC: Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 8(2), 54-69. <https://doi.org/10.17993/3ctic.2019.82.54-69>