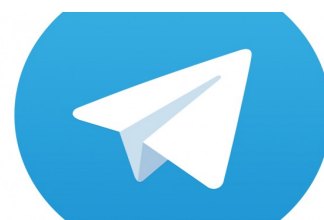


*EL USO DE LAS  
REDES SOCIALES Y LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA  
EN LOS ADOLESCENTES*



*3<sup>er</sup> Certamen del Concurso  
Diviértete con la Estadística  
Categoría B*

## ÍNDICE

1. TÍTULO Y PARTICIPANTES.
2. OBJETIVOS DE ESTUDIO.
3. DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS.
  - 3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.
  - 3.2. DISEÑO DE LA ENCUESTA.
  - 3.3. RECOGIDA DE DATOS.
  - 3.4. INTRODUCCIÓN DE DATOS EN EL SISTEMA INFORMAICO.
  - 3.5. VARIABLES DE ESTUDIO.
4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.
5. CONCLUSIONES FINALES DEL ESTUDIO REALIZADO.



## **1. TÍTULO Y PARTICIPANTES.**

### **- ALUMNOS PARTICIPANTES.**

- Lara López del Ama.
- Julia Rodrigo Sánchez.
- Alberto Cordero Martín.
- Jesús Galán Utrera
- Iván Testón Martín

### **- CURSO: 4º ESO.**

### **- CATEGORÍA EN LA QUE PARTICIPA: B**

### **- TUTOR:**

- José Pedro Martín Lorenzo.

### **- CENTRO:**

I.E.S.O. Vía Dalmacia

Avda.Fuente de beber s/n

10.830 – Torrejoncillo (Cáceres)

Tlfnº: 927185100

e-mail: ieso.torrejoncillo@edu.gobex.es

## **2. OBJETIVOS DE ESTUDIO.**

El I.E.S.O. Vía Dalmacia de Torrejoncillo pertenece a la zona 2 de Coria, de la división de la Consejería de Educación y Cultura del Gobierno Extremadura. En él cursan enseñanza secundaria obligatoria los alumnos de las localidades de Holguera, Valdencín, Portezuelo, Cañaveral, Casas de Millán, Pedroso de Acim y Torrejoncillo. Además hay un Programa de Cualificación Profesional Inicial por la especialidad de Oficina y un Ciclo de Grado Medio por la especialidad “Sistemas Microinformáticos y Redes”.

En el centro se encuentran prácticamente la totalidad de los alumnos que cursan E.S.O en estas ocho localidades por lo que a través de la información que se extraiga de ellos, podremos hacer un estudio fiable y veraz.

Nuestro objetivo será el uso que realizan de las Redes Sociales y la Mensajería Instantánea los adolescentes que cursan Educación Secundaria Obligatoria en la Zona 2 de Coria (entendiendo por Zona 2 de Coria las localidades anteriormente citadas: Holguera, Valdencín, Portezuelo, Cañaveral, Casas de Millán, Pedroso de Acim y Torrejoncillo).

Sabemos que es muy alto el porcentaje de chicos y chicas de nuestra edad que poseen teléfono móvil, que ya muchos de ellos son modelos smartphone con posibilidad de conexión a internet a través de tarifa de datos o conexión a red wifi, lo que conlleva un acceso a sus perfiles en Redes Sociales (RRSS a partir de ahora) o mensajería instantánea (MI en adelante) inmediata en muchos momentos del día.

Lo que desvelaremos en este estudio son los porcentajes de conexión a internet, qué medios son los más usados para su acceso, tiempo en el que están conectados así, como los momentos del día que mayor número de usuarios acceden, porcentajes de adolescentes con perfiles en RRSS, cuáles son las RRSS más usadas, porcentajes de uso de MI y compañías de MI más utilizadas. También nos hemos interesado por cómo distribuyen su tiempo en internet nuestros compañeros, intuíamos y ya os lo adelantamos que el uso de las RRSS y la MI es su predilección, pero entre estas dos opciones, nos interesaba conocer cuál era su favorita. Finalmente terminamos con una pregunta muy subjetiva y que ha hecho reflexionar a los encuestados, sobre si ellos creen que el acceso permanente a internet les quita tiempo de estudio diario.

Los resultados del estudio os los dejamos a continuación, muchos de ellos nos han sorprendido y otros no han hecho otra cosa que corroborar lo que estamos viendo y experimentando día a día.

### 3. DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS.

#### 3. 1. POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población objeto de nuestro estudio son los adolescentes que realizan estudios de Educación Secundaria Obligatoria en la Zona 2 de Coria, es decir, los adolescentes de las localidades de Holguera, Valdencín, Portezuelo, Cañaverál, Casas de Millán, Pedroso de Acim y Torrejoncillo. Estos adolescentes cursan desde 1º a 4º de ESO, así como el programa de PCPI. A estos últimos los hemos incluido, a pesar enñanza no obligatoria pues por esta vía también pueden obtener el título de la ESO.

El número de adolescentes con los que cuenta el centro que estén dentro de la población anteriormente descrita aon 206.

**N= 206.**

- Reparto por sexos:

**Mujeres: 112**

**Hombres: 94**

- Reparto por localidades:

**Torrejoncillo: 106**

**Cañaverál: 45**

**Portezuelo: 6**

**Casas de Millán: 13**

**Pedroso de Acim: 4**

**Valdencín: 18**

**Holguera: 14**

- Reparto por edad

Dejaremos el reparto establecido por los grupos en los diferentes cursos.

**1º ESO**

**2º ESO**

**3º ESO – 1º PCPI**

**4º ESO - 2º PCPI**

La **muestra** será representativa atendiendo a la edad, la población de residencia y el sexo.

Por comodidad a la hora de recoger los datos el reparto de encuestados lo haremos por grupo-clase que aunque no es un reparto proporcional de alumnos por edad, es muy fiable. El número de elementos de la muestra será de 50 personas, prácticamente un cuarto de la población.

Tamaño de la muestra:

**n= 50**

El reparto inicial de personas encuestadas será el siguiente.

| Curso                   | Nº de personas encuestadas | Encuestador |
|-------------------------|----------------------------|-------------|
| 1º ESO -A               | 4                          | Julia       |
| 1º ESO -B               | 4                          | Julia       |
| 2º ESO -A               | 5                          | Jesús       |
| 2º ESO -B               | 5                          | Jesús       |
| 2º ESO -C               | 5                          | Alberto     |
| 3º ESO -A               | 5                          | Alberto     |
| 3º ESO -B               | 5                          | Iván        |
| 3º ESO -Diversificación | 3                          | Iván        |
| 4º ESO -A               | 4                          | Iván        |
| 4º ESO -B               | 4                          | Lara        |
| 4º ESO -Diversificación | 2                          | Lara        |
| 1º PCPI                 | 2                          | Lara        |
| 2º PCPI                 | 2                          | Lara        |
|                         | 50                         |             |

- Atendiendo al sexo realizaremos un muestreo estratificado con afijación proporcional:

$$\text{Afijación} = n / N = 50 / 206 = 0,2427$$

El número de **Mujeres** y **Hombres** encuestados serán:

$$\begin{array}{lll} n_m = 112 \cdot 0,2427 = 27,18 & \text{redondeando} & n_m = 27 \\ n_h = 94 \cdot 0,2427 = 22,82 & \text{redondeando} & n_h = 22 \\ & & n = 50 \end{array}$$

$n_m$  = Número de Mujeres encuestadas.  
 $n_h$  = Número de Hombres encuestadas.

- Atendiendo a la residencia de los adolescentes realizamos un muestreo estratificado también con afijación proporcional:

$$n_T = 106 \cdot 0,2427 = 25,72 \quad \text{redondeando} \quad n_T = 25$$

|                                   |             |               |
|-----------------------------------|-------------|---------------|
| $n_C = 45 \cdot 0,2427 = 10,92$   | redondeando | $n_C = 11$    |
| $n_{P_o} = 6 \cdot 0,2427 = 1,45$ | redondeando | $n_{P_o} = 2$ |
| $n_{CM} = 13 \cdot 0,2427 = 3,15$ | redondeando | $n_{CM} = 3$  |
| $n_V = 18 \cdot 0,2427 = 4,36$    | redondeando | $n_V = 4$     |
| $n_H = 14 \cdot 0,2427 = 3,39$    | redondeando | $n_H = 4$     |
| $n_{P_e} = 4 \cdot 0,2427 = 0,97$ | redondeando | $n_{P_e} = 1$ |
|                                   |             | $n = 50$      |

$n_T$  = Número de adolescentes encuestadas de Torrejoncillo.  
 $n_C$  = Número de adolescentes encuestadas de Cañaverál.  
 $n_{P_o}$  = Número de adolescentes encuestadas de Portezuelo.  
 $n_{CM}$  = Número de adolescentes encuestadas de Casas de Millán.  
 $n_V$  = Número de adolescentes encuestadas de Valdencín.  
 $n_H$  = Número de adolescentes encuestadas de Holguera.  
 $n_{P_e}$  = Número de adolescentes encuestadas de Pedroso de Acim.

Teniendo en cuenta todo lo anterior se realiza el reparto de hombres y mujeres que tenemos que encuestar cada uno y de la localidad en la que residen.

### 3.2. DISEÑO DE LA ENCUESTA.

Una vez que teníamos claro el objeto de estudio, nos reunimos con nuestro profesor para diseñar la encuesta que le íbamos a pasar a los encuestados. La mayor dificultad la encontramos en el modo de definir las preguntas para que un hubiese respuestas incompletas e incoherentes.

Después de una larga discusión quedó definida la encuesta que la adjuntamos como **Anexo I** de este trabajo.

### 3.3. RECOGIDA DE DATOS.

La encuesta se realizó en forma de **entrevista personal** y nos encargamos los propios alumnos de realizarla atendiendo a los criterios establecidos anteriormente por edad, sexo y lugar de residencia.

Los datos los íbamos registrando manualmente en la **Hoja de Respuestas** que adjuntamos como **ANEXO II**.

### 3.4. INTRODUCCIÓN DE DATOS EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

Una vez se realizaron las entrevistas personales, creamos un formulario en Google Drive para introducir los datos recogidos en el sistema informático.

<https://docs.google.com/forms/d/1uodpCt2XI0EkB4lCqlOILJ4gVW8lInX2oLFQYqVUrDM/viewform>

| <b>Encuesta sobre Redes Sociales y Mensajería Instantanea</b> |   |
|---|---|
| <b>*Obligatorio</b>   |   |
| <b>1. Edad *</b>  | <input type="text"/>  |
| <b>2. Sexo *</b>  | <input type="radio"/> Mujer<br><input type="radio"/> Hombre   |
| <b>3. Población de residencia. *</b>                          | <input type="radio"/> Cañaveral<br><input type="radio"/> Casas de Millán<br><input type="radio"/> Holguera<br><input type="radio"/> Portezuelo<br><input type="radio"/> Torrejoncillo<br><input type="radio"/> Valdencín<br><input type="radio"/> Pedroso |
| <b>4. ¿Tienes acceso a Internet diariamente? *</b>            | <input type="radio"/> Sí<br><input type="radio"/> No  |
| <b>5. ¿Por medio de qué dispositivos accedes a Internet?</b>  | Elige entre las siguientes opciones.  |
|   | <input type="checkbox"/> Teléfono móvil   |
|   | <input type="checkbox"/> Tableta  |
|   | <input type="checkbox"/> Ordenador portátil   |
|   | <input type="checkbox"/> Ordenador sobremesa  |

Este formulario deja los datos almacenados en una hoja de cálculo on-line que exportamos a otra hoja de cálculo libreoffice calc **Datos RRSS y MI.ods** que se adjunta al trabajo.

Una vez los datos recogidos en la hoja de cálculo **Datos RRSS y MI.ods** se adecuaron para poder ser estudiados estadísticamente.

### 3.5. VARIABLES DE ESTUDIO.

Las variables que se han estudiado en este trabajo han sido las siguientes:

- Adolescentes de la zona con acceso diario a internet.
- Tiempo diario conectado a internet.
- Adolescentes de la zona que tienen perfil en redes sociales.
- Adolescentes de la zona que usan MI.



- Del total del tiempo que dedican a internet, la proporción de éste de uso a exclusivo a RRSS y MI.
- Del tiempo que dedican a RRSS y MI, la proporción del mismo que usan a la MI.
- El índice de conexión a internet mientras estudian.
- La percepción que tienen los propios alumnos de cómo influye el estar conectados a su rendimiento académico.

#### 4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Los datos **edad, sexo y población** nos han servido para determinar que la muestra sea representativa de la población, pero no son nuestro objeto de estudio.

Nuestra población objeto de estudio son los adolescentes comprendidos entre 12 y 17 años que residen en la Zona 2 de Coria, en las localidades de Holguera, Valdencín, Portezuelo, Cañaveral, Casas de Millán, Pedroso de Acim o Torrejuncillo, de ambos sexos.

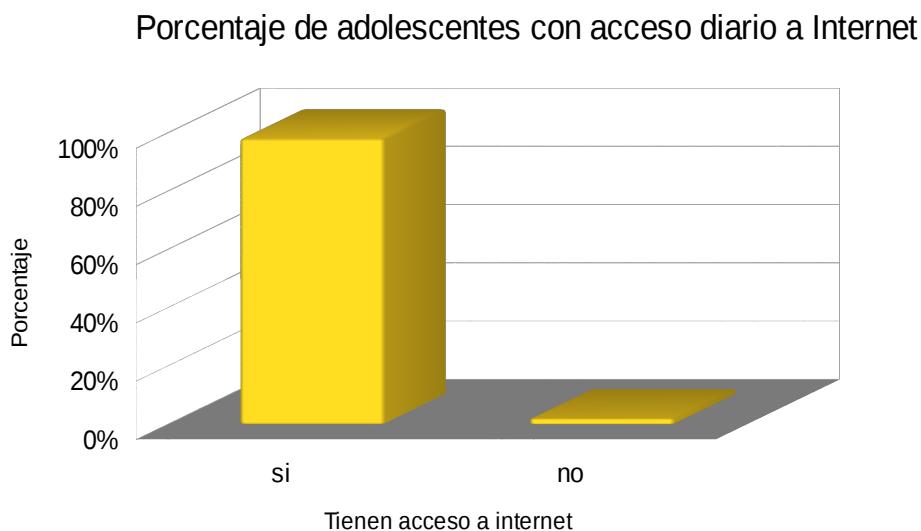
##### 4.1. ADOLESCENTES CON ACCESO DIARIO A INTERNET.

La primera de las preguntas que nos planteamos en este estudio es el porcentaje de adolescentes que tiene acceso diario a internet.

- Variable Aleatoria: **Acceso diario a internet.**
- Tipo de Variable: **Cualitativa**
- **Tabla de Frecuencias**

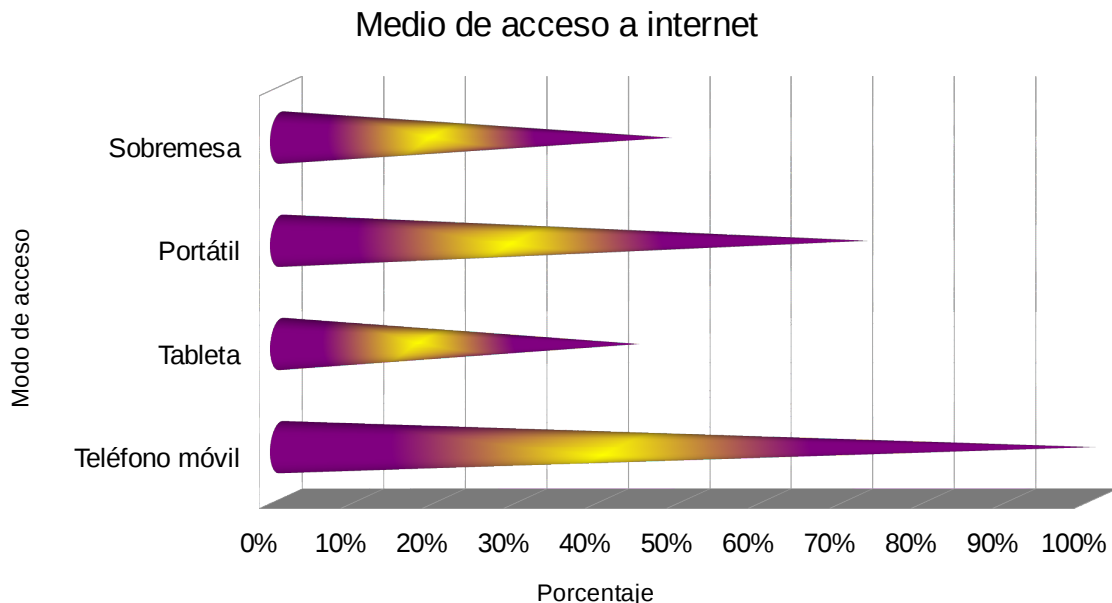
**Gráfico**

| <b>Xi</b> | <b>fi</b> | <b>hi</b> | <b>%</b> |
|-----------|-----------|-----------|----------|
| <b>Sí</b> | 49        | 0,98      | 98%      |
| <b>No</b> | 1         | 0,02      | 2%       |
|           | 50        | 1         | 100%     |



Además hemos preguntado por los dispositivos con los que se conectan normalmente obteniendo los siguientes datos, para mejorar el estudio.

| Medio de acceso a internet | %    |
|----------------------------|------|
| Teléfono móvil             | 100% |
| Tableta                    | 44%  |
| Ordenador portátil         | 72%  |
| Ordenador sobremesa        | 48%  |



- **Interpretación de los resultados.**

El 98% de los jóvenes tienen acceso diario a internet a través de diferentes medios, muchos de ellos a más de uno. El 100% tiene teléfono móvil smartphome y a través de él se conectan. El segundo medio más utilizado es el ordenador portátil superando el 70% y ya tenemos que bajar a cotas inferiores al 50 % de los adolescentes que usan la tableta o el ordenador sobremesa para hacer uso de internet.

**Nota:** La pequeña pinza entre el 100% de los adolescentes que tienen conexión a internet y el 98% de los jóvenes tienen acceso diario a internet es debido a que existen jóvenes que no tienen internet en casa ni tarifa de datos contratada y se conectan sólo cuando “pillan wifi libre”, pero como vemos es un porcentaje prácticamente inapreciable.

#### 4.2. TIEMPO DE ACCESO A INTERNET.

La siguiente variable de estudio es el número de horas que los alumnos están conectados a internet. Es interesante aclarar, que no es el tiempo que está haciendo uso de internet, sino, el tiempo en el

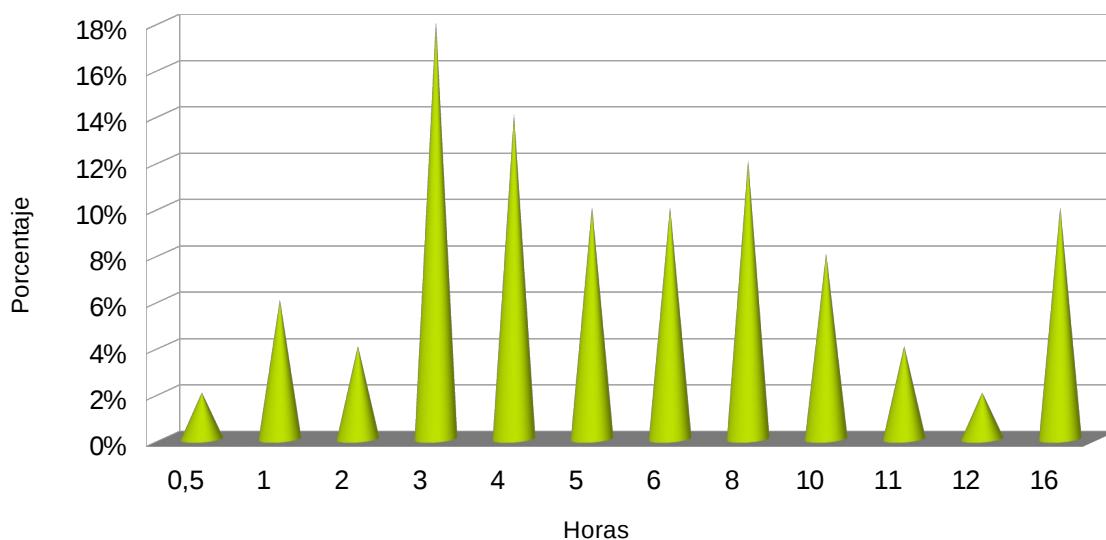
que está conectado, haciendo uso o no. Por ejemplo, consideramos tiempo de conexión aquél en el que está haciendo cualquier quehacer, le llega un mensaje por internet y lo atiende.

- Variable Aleatoria: **Número de horas con acceso a internet.**
- Tipo de Variable: **Cuantitativa discreta.**
- **Tabla de Frecuencias**

| $X_i$ | $f_i$ | $F_i$ | $h_i$ | %   | $x_i \cdot f_i$ | $(x_i - \text{media})$ | $(x_i - \text{media})^2$ | $f_i \cdot (x_i - \text{media})^2$ |
|-------|-------|-------|-------|-----|-----------------|------------------------|--------------------------|------------------------------------|
| 0,5   | 1     | 1     | 0,02  | 2   | 0,5             | 5,89                   | 34,6921                  | 34,6921                            |
| 1     | 3     | 4     | 0,06  | 6   | 3               | 5,39                   | 29,0521                  | 87,1563                            |
| 2     | 2     | 6     | 0,04  | 4   | 4               | 4,39                   | 19,2721                  | 38,5442                            |
| 3     | 9     | 15    | 0,18  | 18  | 27              | 3,39                   | 11,4921                  | 103,4289                           |
| 4     | 7     | 22    | 0,14  | 14  | 28              | 2,39                   | 5,7121                   | 39,9847                            |
| 5     | 5     | 27    | 0,1   | 10  | 25              | 1,39                   | 1,9321                   | 9,6605                             |
| 6     | 5     | 32    | 0,1   | 10  | 30              | 0,39                   | 0,1521                   | 0,7605                             |
| 8     | 6     | 38    | 0,12  | 12  | 48              | 1,61                   | 2,5921                   | 15,5526                            |
| 10    | 4     | 42    | 0,08  | 8   | 40              | 3,61                   | 13,0321                  | 52,1284                            |
| 11    | 2     | 44    | 0,04  | 4   | 22              | 4,61                   | 21,2521                  | 42,5042                            |
| 12    | 1     | 45    | 0,02  | 2   | 12              | 5,61                   | 31,4721                  | 31,4721                            |
| 16    | 5     | 50    | 0,1   | 10  | 80              | 9,61                   | 92,3521                  | 461,7605                           |
|       | 50    | 100   | 1     | 100 |                 |                        |                          | 917,645                            |

- **Gráfico**

Número de horas conectados al día

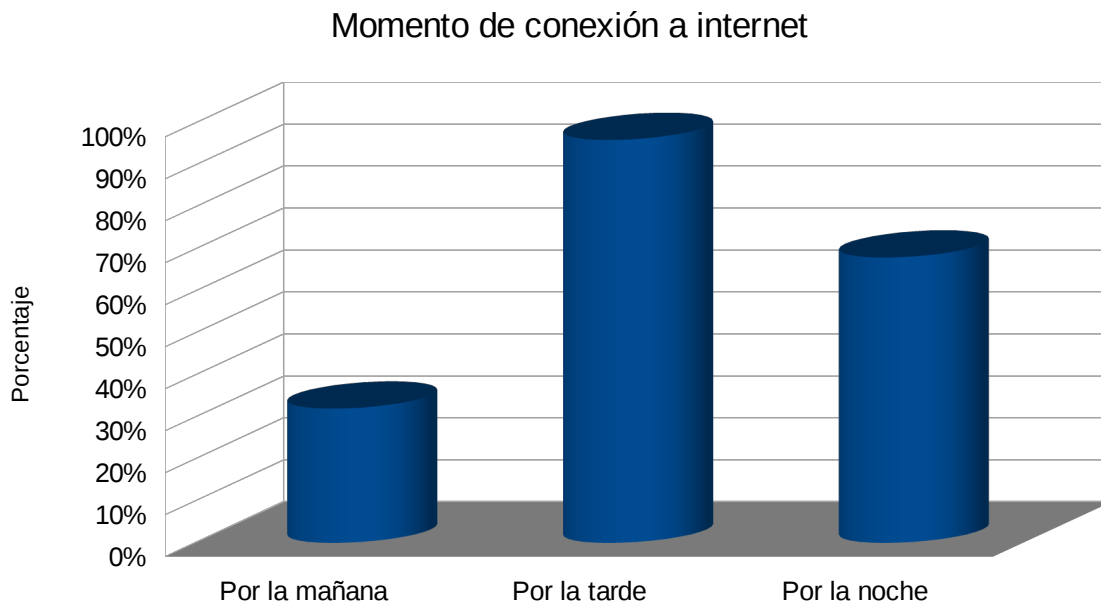


- **Parámetros de centralización**
  - Media: 6,39

- Mediana: 4
- Moda
- **Parámetros de dispersión**
  - Rango:  $16 - 05 = 15,5$  h
  - Varianza: 59,19      Desviación Típica: 7,69
  - Cuartiles:
    - Q1 = 2
    - Q2 = 4
    - Q3 = 6

Además hemos preguntado por el momento de día en el que se conectan.

| Momento de acceso | %   |
|-------------------|-----|
| Por la mañana     | 32% |
| Por la tarde      | 96% |
| Por la noche      | 68% |



- **Interpretación de los resultados.**

Los datos relacionados con el número de horas conectados al día a internet son muy dispersos, pero el primer cuartil nos indica que más del 75% de los adolescentes de nuestro estudio está más de 2 horas al día conectados. La media supera las 6 horas conectados al día y el 10% se encuentra todo el día conectado.

Además el momento del día que aprovechan para conectarse mayoritariamente es por la tarde, aunque ronda el 70% de adolescentes que lo hace también por la noche.

Nota: Hemos tomado el número máximo de horas conectados 16 ya que 8 horas las consideramos de sueño.

### 4.3. PERFIL EN REDES SOCIALES.

La siguiente variable que vamos a estudiar son los adolescentes con perfil en Redes Sociales.

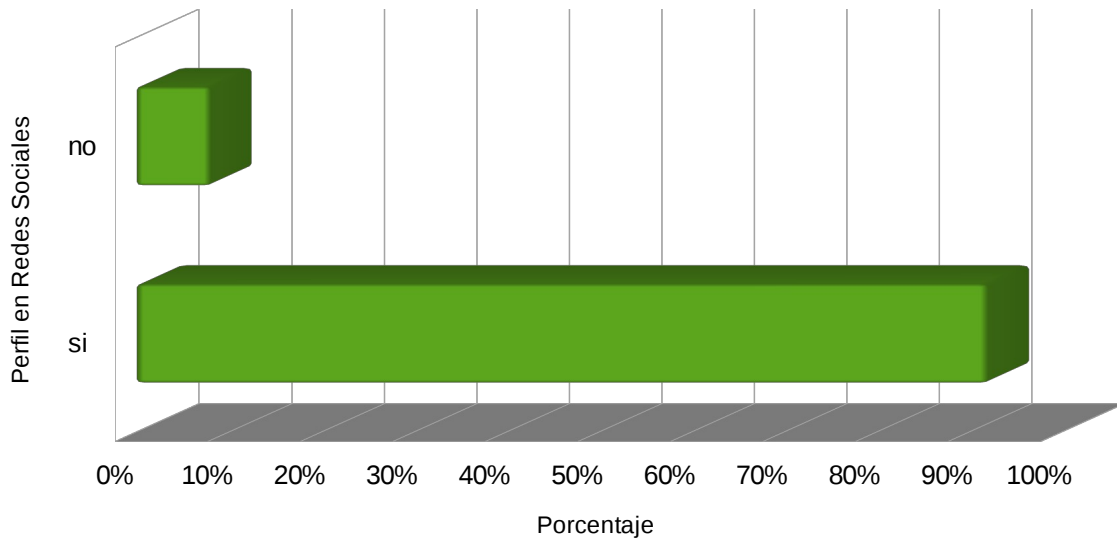
- Variable Aleatoria: **Perfil en Redes Sociales.**
- Tipo de Variable: **Cualitativa**
- **Tabla de Frecuencias**

| xi | fi | hi   | %    |
|----|----|------|------|
| si | 46 | 0,92 | 92%  |
| no | 4  | 0,08 | 8%   |
|    | 50 | 1    | 100% |

- **Gráfico**

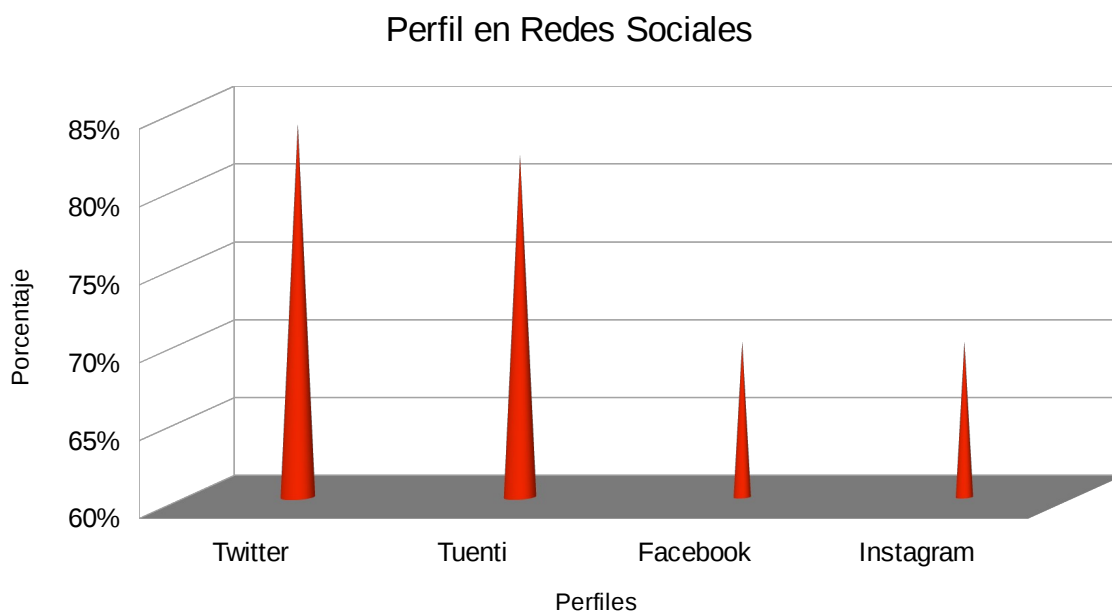
Además hemos preguntado por los dispositivos con los que se conectan normalmente obteniendo los siguientes datos, para mejorar el estudio.

#### Alta en Redes Sociales



Además hemos preguntado a aquellos que tienen perfiles en redes sociales en cuales se han dado de alta.

| Prefil en RRSS | %   |
|----------------|-----|
| Twitter        | 84% |
| Tuenti         | 82% |
| Facebook       | 70% |
| Instagram      | 70% |



- **Interpretación de los resultados.**

El 92% de los jóvenes se ha dado de alta en alguna red social que usan normalmente. Solo el 8% no usan este medio. Las redes sociales más usadas son Twitter y Tuenti, prácticamente con el mismo porcentaje de uso. Les siguen Facebook e Instagram rondando el 70% de uso.

#### **4.4. ADOLESCENTES DE LA ZONA QUE USAN MENSAJERÍA INSTANTANEA.**

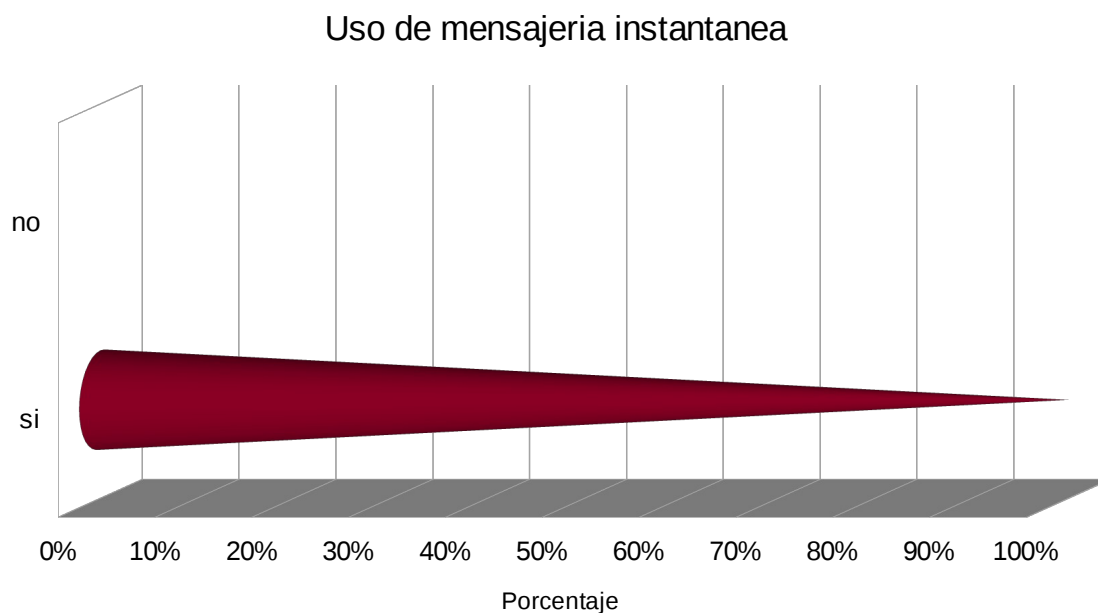
La siguiente variable que vamos a estudiar es el uso la mensajería instantanea.

- Variable Aleatoria: **Uso de Mensajería Instantanea.**
- Tipo de Variable: **Cualitativa**

- **Tabla de Frecuencias**

| xi | fi | hi | %    |
|----|----|----|------|
| si | 50 | 1  | 100% |
| no | 0  | 0  | 0%   |
|    | 50 | 1  | 100% |

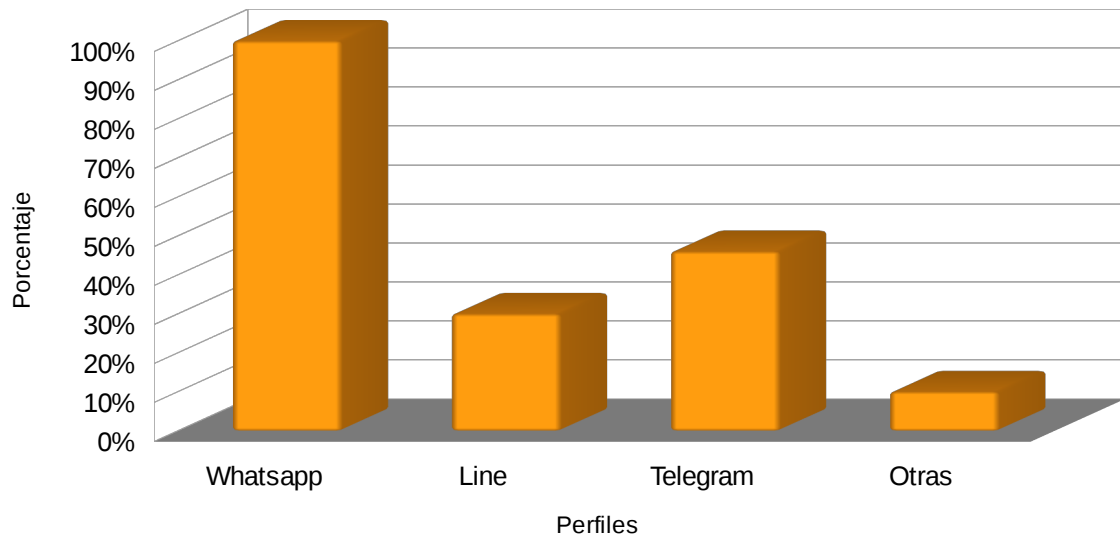
- **Gráfico**



Además hemos sondeado las aplicaciones de Mensajería Instantanea más usadas.

| Perfil en MI | %    |
|--------------|------|
| Whatsapp     | 100% |
| Line         | 30%  |
| Telegram     | 46%  |
| Otras        | 10%  |

### Perfil en Mensajería Instantánea



- **Interpretación de los resultados.**

Llama la atención el porcentaje de uso de la mensajería instantánea. Si altos eran los porcentajes de uso de las Redes Sociales, el uso del Whatsapp concretamente es algo cotidiano en la vida de nuestros adolescentes. 100% de uso de esta aplicación. La siguiente más usada es Telegram que la tiene descargada en torno a la mitad de nuestra población.

#### 4.5. PROPORCIÓN DE USO DE RRSS Y MI.

En este apartado vamos a estudiar dos proporciones interesantes:

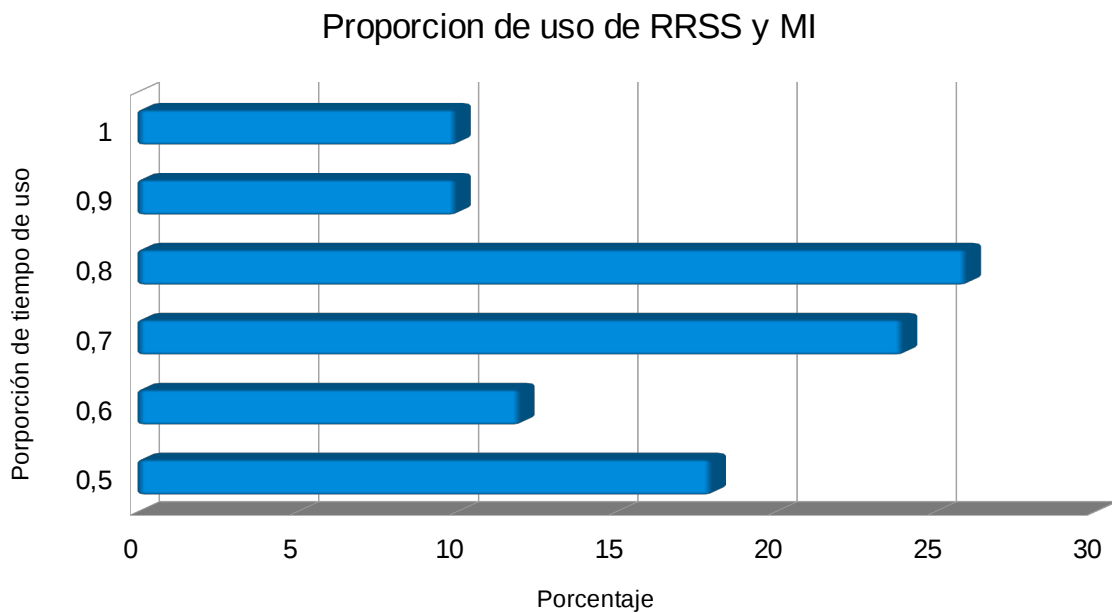
**4.5.1. Del total del tiempo que dedican a internet, la proporción de éste de uso a exclusivo a RRSS y MI.**

- Variable Aleatoria: **Proporción de tiempo que usan a RRSS y Mi, respecto al tiempo total de uso de internet.**
- Tipo de Variable: **Cuantitativa discreta.**
- Tabla de Frecuencias



| Xi  | fi | Fi | hi   | %    | xi*fi | (xi-media) | (xi-media) <sup>2</sup> | fi*(xi-media) <sup>2</sup> |
|-----|----|----|------|------|-------|------------|-------------------------|----------------------------|
| 0,5 | 9  | 9  | 0,18 | 18%  | 4,5   | 0,228      | 0,051984                | 0,467856                   |
| 0,6 | 6  | 15 | 0,12 | 12%  | 3,6   | 0,128      | 0,016384                | 0,098304                   |
| 0,7 | 12 | 27 | 0,24 | 24%  | 8,4   | 0,028      | 0,000784                | 0,009408                   |
| 0,8 | 13 | 40 | 0,26 | 26%  | 10,4  | 0,072      | 0,005184                | 0,067392                   |
| 0,9 | 5  | 45 | 0,1  | 10%  | 4,5   | 0,172      | 0,029584                | 0,14792                    |
| 1   | 5  | 50 | 0,1  | 10%  | 5     | 0,272      | 0,073984                | 0,36992                    |
|     | 50 |    | 1    | 100% | 36,4  |            |                         | 1,1608                     |

- Gráfico:



- **Parámetros de centralización**

- Media: 0,728 (72,8%)
- Mediana: 0,7 (70%)
- Moda: 0,8 (80%)

- **Parámetros de dispersión**

- Rango:  $1 - 0,5 = 0,5$
- Varianza: 0,02321
- Cuartiles:

Desviación Típica: 0,0,1523

- Q1 = 0,6
- Q2 = 0,7
- Q3 = 0,8

- **Interpretación de los resultados.**

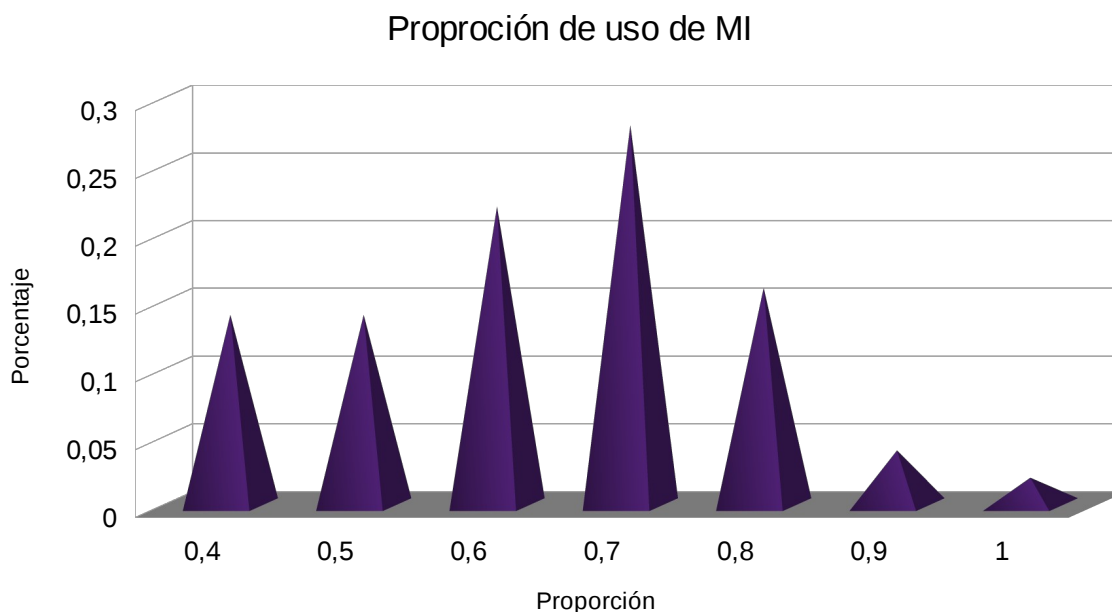
Es llamativo que todos los adolescentes de nuestro estudio dedican más del 50% a las RRSS y a la MI, del total que están conectados a internet. La media de tiempo empleado a RRSS y MI es del 72,8% y el 10% de ellos, sólo lo dedican a ello. Los datos están bastante centrados entorno a la media.

#### 4.5.2. Del tiempo que dedican a RRSS y MI, la proporción del mismo que usan a la MI.

- Variable Aleatoria: **Proporción de tiempo que usan Mi, respecto al tiempo total de uso de RRSS y MI.**
- Tipo de Variable: **Cuantitativa discreta.**
- Tabla de Frecuencias

| $X_i$ | $f_i$ | $F_i$ | $H_i$ | %   | $x_i \cdot f_i$ | $(x_i - \text{media})$ | $(x_i - \text{media})^2$ | $f_i \cdot (x_i - \text{media})^2$ |
|-------|-------|-------|-------|-----|-----------------|------------------------|--------------------------|------------------------------------|
| 0,4   | 7     | 7     | 0,14  | 14  | 2,8             | 0,238                  | 0,056644                 | 0,396508                           |
| 0,5   | 7     | 14    | 0,14  | 14  | 3,5             | 0,138                  | 0,019044                 | 0,133308                           |
| 0,6   | 11    | 25    | 0,22  | 22  | 6,6             | 0,038                  | 0,001444                 | 0,015884                           |
| 0,7   | 14    | 39    | 0,28  | 28  | 9,8             | 0,062                  | 0,003844                 | 0,053816                           |
| 0,8   | 8     | 47    | 0,16  | 16  | 6,4             | 0,162                  | 0,026244                 | 0,209952                           |
| 0,9   | 2     | 49    | 0,04  | 4   | 1,8             | 0,262                  | 0,068644                 | 0,137288                           |
| 1     | 1     | 50    | 0,02  | 2   | 1               | 0,362                  | 0,131044                 | 0,946756                           |
|       | 50    |       | 1     | 100 |                 |                        |                          |                                    |

- Gráfico



- **Parámetros de centralización**

- Media: 0,638 (63,8%)
- Mediana: 0,65 (65%)
- Moda: 0,7 (70%)

- **Parámetros de dispersión**

- Rango:  $1 - 0,4 = 0,6$
- Varianza: 0,0189 Desviación Típica: 0,1376
- Cuartiles:
  - Q1 = 0,5
  - Q2 = 0,65
  - Q3 = 0,7

- **Interpretación de los resultados.**

En la comparación que hemos hecho de uso de la MI frente a las RRSS, hemos comprobado se usa más la primera en un 63,8% de media frente al 36,2% de unos medio de RRSS. Los datos también se encuentran bastante están bastante centrados entorno a la media, al igual que la anterior .

#### **4.5. ÍNDICE DE CONEXIÓN A INTERNET MIENTRAS ESTUDIAN Y QUE TIENEN LOS ALUMNOS SOBRE LA INFLUENCIA EN SU RENDIMIENTO.**

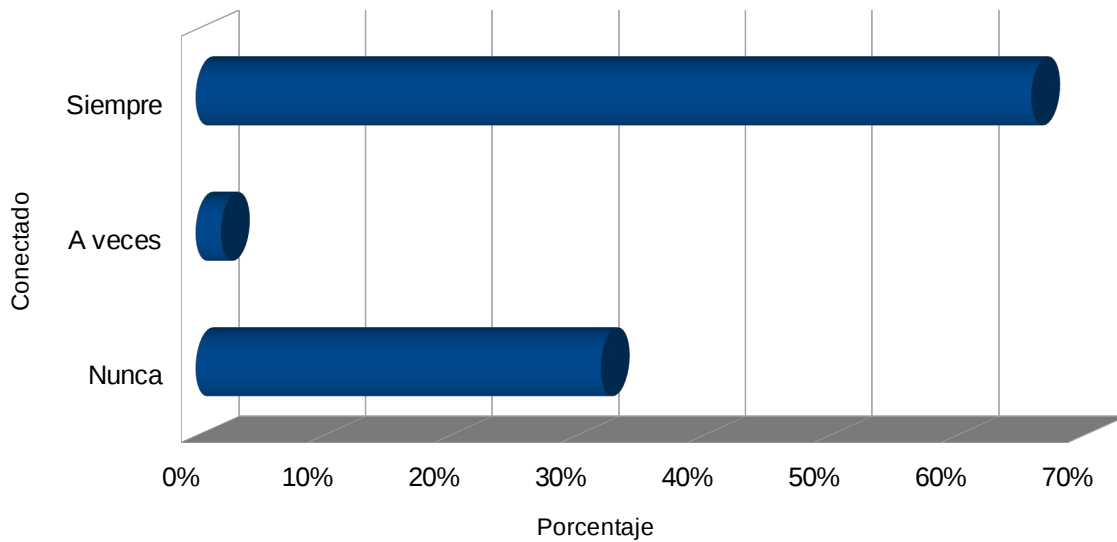
##### **4.5.1 El índice de conexión a internet mientras estudian.**

- Variable Aleatoria: **Conexión mientras se estudia.**
- Tipo de Variable: **Cualitativa**
- **Tabla de Frecuencias**

| xi             | fi | hi   | %       |
|----------------|----|------|---------|
| <b>Nunca</b>   | 16 | 0,32 | 32%     |
| <b>A veces</b> | 1  | 0,02 | 2%      |
| <b>Siempre</b> | 33 | 0,66 | 66%     |
|                | 50 | 1    | 100,00% |

- **Gráfico**

### ¿Mientras estudias estás conectado?



#### Interpretación de los resultados.

Dos tercios de nuestros adolescentes están conectados mientras estudian y prácticamente el tercio restante, no lo hacen.

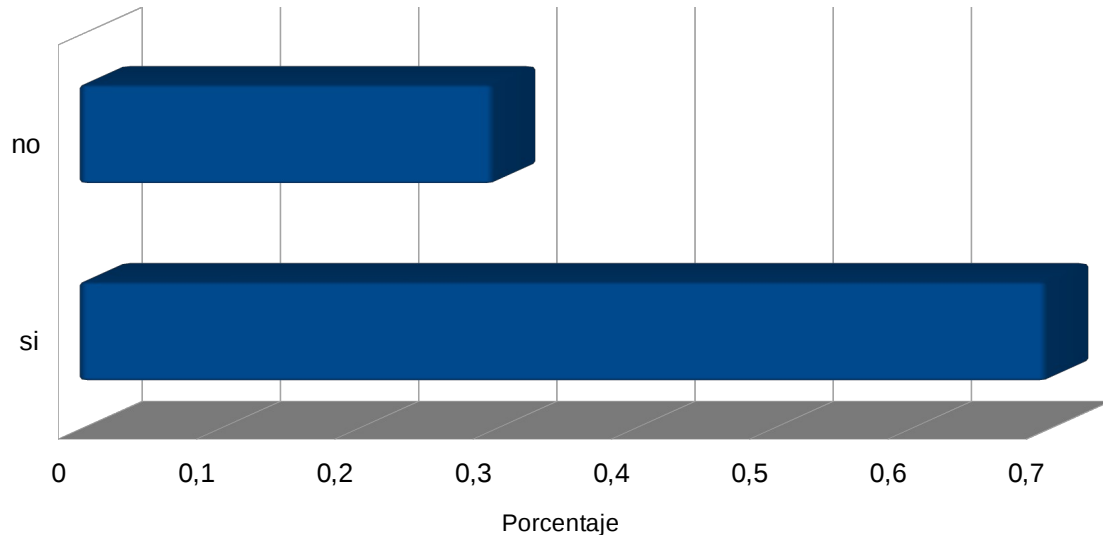
#### 4.5.2 La percepción que tienen los propios alumnos de cómo influye el estar conectados a su rendimiento académico.

- Variable Aleatoria: **Influye el estar conectado al estudio.**
- Tipo de Variable: **Cualitativa**
- **Tabla de Frecuencias**

| xi | fi | hi  | %    |
|----|----|-----|------|
| si | 35 | 0,7 | 70%  |
| no | 15 | 0,3 | 30%  |
|    | 50 | 1   | 100% |

- **Gráfico**

¿Estar conectado te quita tiempo de estudio?



#### **Interpretación de los resultados.**

La mayoría de los adolescentes reconocen que estar conectado influye en el rendimiento escolar en un porcentaje del 70%. Dos tercios de nuestros adolescentes están conectados mientras estudian y prácticamente el tercio restante, no lo hacen.

#### **5. CONCLUSIONES FINALES DEL ESTUDIO REALIZADO.**

**En estos momentos los dispositivos móviles con conexión a internet se han convertido en la primera necesidad de los adolescentes. El uso de la RRSS y la MI es la actividad que más tiempo ocupa en su vida y la que más les importa debido a que los integra en esta sociedad.**

**Por otro lado, a pesar de la crisis económica, todas las familias tienen dinero que sus hijos tengan acceso a internet, la mayoría por medio del teléfono móvil escaseando en muchos casos de otros bienes de primera necesidad.**

## ANEXO I

### ENCUESTA SOBRE EL USO DE Redes Sociales y Mensajería Instantanea

1. Edad.
2. Sexo.
3. Población.
4. ¿Tienes acceso a internet diariamente?
5. ¿A través de qué dispositivo accedes a internet? (Elige entre las siguientes opciones)
  - 5.1. Teléfono móvil.
  - 5.2. Tableta.
  - 5.3. Ordenador portátil.
  - 5.4. Ordenador sobremesa.
6. ¿Cuántas horas al día estás conectado a internet?
7. ¿En qué momento del día estás conectado a internet? (Elige entre las siguientes opciones).
  - 7.1. Por la mañana.
  - 7.2. Por la tarde.
  - 7.3. Por la noche.
8. ¿Tienes perfil en alguna Red Social?
9. ¿En cuales de estas RRSS tienes perfil? (Elige entre las siguientes opciones).
  - 9.1. Twitter.
  - 9.2. Tuenti.
  - 9.3. Facebook.
  - 9.4. Instagram.
  - 9.5. Otras.
10. ¿Usas Mensajería Instantanea?
11. En caso de usarla. ¿Cuál de ella usas? (Elige entre las siguientes opciones).
  - 11.1. Whatsapp.
  - 11.2. Line.
  - 11.3. Telegram.
  - 11.4. Otras.
12. Del tiempo que dedicas a internet, en una escala de 0 a 10, ¿cuánto tiempo dedicas a RRSS y a MI?
13. Del tiempo que dedicas a RRSS y MI, en una escala de 0 a 10, ¿cuánto dedicas a MI?
14. Mientras realizas tareas lectivas, ¿tienes acceso a internet? (Elige entre las siguientes opciones).
  - 14.1. Siempre.

14.2. A veces.

14.3. Nunca.

15. ¿Crees que el acceso a internet te quita tiempo de estudio?

## ANEXO II

### HOJA DE RESPUESTAS

|    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5.1 | 5.2 | 5.3 | 5.4 | 6 | 7.1 | 7.2 | 7.3 | 8 |
|----|---|---|---|---|-----|-----|-----|-----|---|-----|-----|-----|---|
| 1  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 2  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 3  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 4  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 5  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 6  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 7  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 8  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 9  |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 10 |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 11 |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 12 |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 13 |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |
| 14 |   |   |   |   |     |     |     |     |   |     |     |     |   |

|    | 9.1 | 9.2 | 9.3 | 9.4 | 9.5 | 10 | 11.1 | 11.2 | 11.3 | 11.4 | 12 | 13 | 14.1 | 14.2 | 14.3 | 15 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|----|------|------|------|------|----|----|------|------|------|----|
| 1  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 2  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 3  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 4  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 5  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 6  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 7  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 8  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 9  |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 10 |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 11 |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 12 |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 13 |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |
| 14 |     |     |     |     |     |    |      |      |      |      |    |    |      |      |      |    |