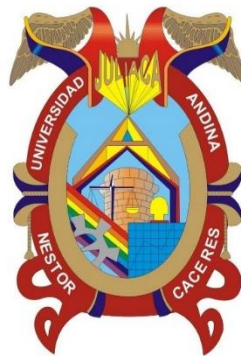




UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA



**INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL
VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA
DE JESÚS, 2023**

TESIS PRESENTADA POR:
RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAGÍSTER EN EDUCACIÓN
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA

JULIACA – PERÚ
2025



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA
INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL
VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA
DE JESÚS, 2023

TESIS PRESENTADA POR:

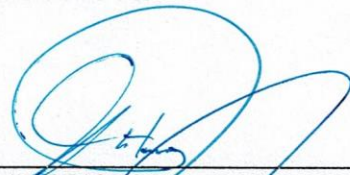
RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAGÍSTER EN EDUCACIÓN

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA

APROBADA POR:

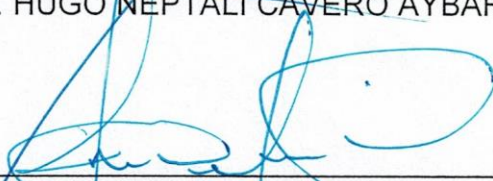
PRESIDENTE


: _____
Dr. FELIX CRISTOBAL OCHATOMA PARAVICINO

MIEMBRO DEL JURADO


: _____
Dr. HUGO NEPTALI CAVERO AYBAR

MIEMBRO DEL JURADO


: _____
Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS

ASESOR DE TESIS


: _____
Dr. JOSE DOMINGO CHOQUEHUANCA CALCINA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

: GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN - P32



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 007-2025-D-EPG-UANCV/J

Juliaca, 06 de enero del 2025

VISTOS:

El expediente N° 2024-A-01002, presentado por el (la) Bachiller **CHAIÑA CACERES RENE FLAVIO**, con número de DNI. **29700462**, asignado (a) con código de matrícula **21028492**, de la **Maestría en EDUCACIÓN, Mención: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA**, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de la Filial Arequipa.

CONSIDERANDO:

Que, el (a) Bach. **CHAIÑA CACERES RENE FLAVIO**, con número de DNI. **29700462**, asignado (a) con código de matrícula **21028492**, de la **Maestría en EDUCACIÓN, Mención: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA**, ha solicitado fecha, hora y modalidad de sustentación de la Tesis titulada: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** La misma que pertenece a la Línea de Investigación: **GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN - P32** y;

Que, el (a) referido (a) Dictamen de Tesis a probado por los jurados el 22 de agosto del 2024. Establece la fecha de sustentación; habiendo para el efecto cumplido los requisitos establecidos en el reglamento para la Obtención del Grado Académico de Magíster/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la UANCV;

Que, en el Artículo 66 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de Tesis de Postgrado es un trabajo de investigación original y crítico, de actualidad y de alto valor científico;

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "J" del artículo 17° del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - DECLARAR EXPEDITO para la Sustentación de la Tesis titulada: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** Elaborado por el (la) Bachiller **CHAIÑA CACERES RENE FLAVIO**. Integrado por los siguientes docentes:

- Presidente del Jurado** : Dr. FELIX CRISTOBAL OCHATOMA PARAVICINO
- Miembro del Jurado** : Dr. HUGO NEPTALI CAVERO AYBAR
- Miembro del Jurado** : Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS
- Asesor de Tesis** : Dr. JOSE DOMINGO CHOQUEHUANCA CALCINA

ARTÍCULO SEGUNDO. - El proceso de la Sustentación de la Tesis en mención, se llevará a cabo:

- Fecha** : **Jueves 09 de enero del 2025**
- Hora** : **08:00 a.m.**
- Lugar** : **Aula N° 309 EPG - UANCV - JULIACA**

A cuya finalización el Jurado registrará los resultados en el Libro de Actas de Sustentación de Tesis de Maestría con el grado **MAGISTER** de los estudiantes que ingresaron antes a la aprobación de la ley Universitaria N° **30220**.

ARTÍCULO TERCERO. - Elévese la presente Resolución al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento.

Regístrese, comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO
DIRECCIÓN
JULIACA - PERÚ
Dr. Leopoldo Wenceslao Córdón Cari
DIRECTOR (a)

Cc./Archi-EPG (01)
Interesado (01)
Cargo (01)
Jurado (03)
Asesor (01)
Expediente (01)
LWCC/mv



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ" ESCUELA DE POSGRADO



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N°2298-2024-USA-EPG-UANCV/J

Juliaca, 19 de Diciembre del 2024

VISTOS:

El expediente N° 015269, presentado por el (a) Bach. **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, con DNI N° 29700462, asignado (a) con código de matrícula 21028492, de la maestría en EDUCACIÓN, Mención: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA, Línea de investigación GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN – P32 de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" Sede Arequipa.

CONSIDERANDO:

Que, con exp. 015269 el (a) Bach. **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, quien solicita incluir la palabra EDUCATIVA en el proyecto aprobado con RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 1106-2023 USA-EPG-UANCV/J de fecha 21 de noviembre del 2023.

Que, con registro N° 0003778 de fecha 30 de octubre del 2023 el comité de investigación aprueba, que cumple con los lineamientos y contenidos establecidos en reglamento de grados de investigación conducentes Grado Académico de Magíster/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la UANCV;

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "J" del artículo 17° del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – RECTIFICAR LA RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 1106-2023-USA-EPG-UANCV/J de fecha 21 de noviembre del 2023, únicamente en lo que corresponde incluir la palabra EDUCATIVA en el título del proyecto, *debiendo consignarse correctamente como: INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023*

ARTÍCULO SEGUNDO. – CONSERVAR a los miembros del jurado y asesor que aprobaron el proyecto de tesis titulado: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** Presentado por el (la) Bach. **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**.

Presidente	: Dr. FELIX CRISTOBAL OCHATOMA PARAVICINO
Primer Miembro	: Dr. HUGO NEPTALI CAVERO AYBAR
Segundo Miembro	: Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS
Asesor	: Dr. JOSE DOMINGO CHOQUEHUANCA CALCINA

ARTÍCULO TERCERO. – AUTORIZAR el desarrollo de la tesis, de acuerdo al reglamento de investigación conducente al grado académico de **MAGISTER** de la escuela de posgrado de la UANCV.

ARTICULO CUARTO.-Elévese la presente Resolución al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento.

Regístrese, comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO
Dr. Leopoldo Wenceslao Condori Cari
DIRECTOR (e)

Cc./Archiv. EPG (01)
Interesado (01)
Cargo (01)
Expediente (01)
LWCCVRCM



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N°0718-2024-USA-EPG/UANCV

Juliaca, 24 de Junio del 2024

VISTOS:

El expediente N°. 06647 Presentado por el (a) Bach. **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, con número de DNI **29700462** y con Código de matrícula N.° **21028492**, quien solicita cambio de **ASESOR** del Proyecto de Tesis titulado: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** Líneas de Investigación: **GESTIÓN DE LA EDUCACION - P32**, Para optar el Grado Académico de **MAGISTER** en **EDUCACIÓN** mención: **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez", de la Sede Arequipa.

CONSIDERANDO:

Que, mediante expediente No. 06647 el Bach. **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, solicita el cambio de **ASESOR** de la tesis titulada: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** Aprobado con Resolución Directoral N.° 1106-2023-USA-EPG/UANCV, de fecha 21 de Noviembre del 2023, en el que se le asignó como Asesor al Dr. Jimmy Humpiri Nuñez, el mismo que se cambia por no tener vínculo laboral con la UANCV.

Que, el referido Dictamen de Tesis fue aprobado por los jurados el 30 de octubre del 2023, registrado en el Folio N° 0003778 del Libro de Registro de Proyectos de Investigación de Maestría, establece que se encuentra apto para ser desarrollado a lo establecido en el reglamento de Grado de Investigación conducente al Grado Académico de Magister/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca;

Que, en el Reglamento General de la escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de Tesis de Posgrado es un trabajo de investigación original y crítico de actualidad y de alto valor científico.

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "j" del artículo 17 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

PRIMERO.- ACEPTAR EL CAMBIO DEL ASESOR, para su revisión de la Tesis titulada: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** presentado por el (a) Bach. **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, de la maestría en: **EDUCACIÓN**, conformado por los siguientes docentes:

Presidente	: Dr. FELIX CRISTOBAL OCHATOMA PARAVICINO
Primer Miembro	: Dr. HUGO NEPTALI CAVERO AYBAR
Segundo Miembro	: Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS
Asesor	: Dr. JOSE DOMINGO CHOQUEHUANCA CALCINA

SEGUNDO- AUTORIZAR el desarrollo de Tesis, de acuerdo al Reglamento de Investigación conducente al Grado Académico de **MAGISTER** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.

TERCERO.- ELEVAR al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento, así como a la Oficina de Economía, para cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO
DIRECCIÓN
JULIACA - PERÚ
Dr. Leopoldo Weirceslao Camarín Curi
DIRECTOR (e)

Cc /CARGO (01)
ARCHIVO EPG - 2024 (01)
INTERESADO (01)
LWCC@VVRCH



UNIVERSIDAD ANDINA

"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

ESCUELA DE POSGRADO



RESOLUCION DIRECTORAL N° 1106-2023-USA-EPG/UANCV

Juliaca, 21 de Noviembre del 2023.

VISTOS:

El expediente N° 011064 de fecha 07 de noviembre del 2023, presentado por el (la) Bachiller **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, con DNI N° 29700462, código de matrícula 21028492, quien solicita resolución de aprobación de proyecto de tesis titulado: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** Línea de investigación **GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN - P32**, para optar el grado de **MAGISTER en EDUCACIÓN** mención: **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velósquez Sede Arequipa.

CONSIDERANDO:

Que, en el Reglamento General de la Escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de tesis de Posgrado es un trabajo de investigación original y crítico de actualidad de alto valor científico.

Que, según Resolución N° 0555-2019-UANCV-CU-R, de fecha 08 de noviembre del 2019, se aprueba el Reglamento para la obtención del grado académico de Magister, Maestro, Doctor y Titulación de los Programas de Segunda Especialidad Profesional de la Escuela de Posgrado.

Que, el **Art. 17**, establece que la aprobación del proyecto de investigación de tesis para la obtención de grados académicos de Magister Maestro, Doctor se inicia con la presentación del proyecto de investigación de tesis según corresponda, en forma individual y conforme a las recomendaciones de la Escuela de Posgrado y estándares de la investigación científica, tecnológica y humanística.

Que, en el **Art.60**, señala que la fecha límite para la presentación del borrador de tesis es de 02 años contados desde la emisión de la resolución de aprobación del proyecto de tesis, vencido el plazo máximo el candidato a Magister, Maestro o Doctor deberá presentar un nuevo proyecto de investigación de tesis.

Que, el **Art. 21**, establece que el Director de la Escuela de Posgrado y el Director de la Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado, nominarán por sorteo a 03 docentes miembros del comité de investigación.

Que, mediante oficio circular N° 040-2023-USA-EPG/UANCV-J, de fecha 07 de Julio del 2023, se nombra al Comité de Investigación del proyecto de tesis conformado por los siguientes docentes:

- | | | |
|-----------------|---|---|
| Presidente | : | Dr. FELIX CRISTOBAL OCHATOMA PARAVICINO |
| Primer miembro | : | Dr. HUGO NEPTALI CAVERO AYBAR |
| Segundo miembro | : | Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS |
| Asesor | : | Dr. JIMY HUMPIRI NUÑEZ |

Que, con registro N° 0003778, de fecha 30 de octubre del 2023, el Comité de Investigación del proyecto de tesis titulado: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** presentado por el (la) Bach. **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, cumple con los lineamientos y contenidos establecidos en reglamento de grado de investigación conducentes al grado académico de Magister/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la UANCV.

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "j" del artículo 17 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado y en el artículo 76 del Estatuto Universitario:

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR, el Proyecto de investigación de Tesis de maestría y **AUTORIZAR** el desarrollo de la Tesis, titulado: **INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023** presentado por el (la) Bach. Bachiller **RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES**, para obtener el grado académico de **MAGISTER** en: **EDUCACIÓN** mención: **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EDUCATIVA** de la UANCV.

SEGUNDO: ELEVAR al Rectorado, Vicerectorado Académico, Vicerectorado Administrativo, Vicerectorado de Investigación, Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento y cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO

Dr. Leopoldo Venegas Córdova
DIRECTOR (e)

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dr. Percy Gualopuma Puma
SECRETARIO ACADÉMICO

c /CARGO (01)
ARCHIVO EPG-2023 (01)
INTERESADO (01)
LWCC/VCH



INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL DE INVESTIGACIÓN DE LOS ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS


1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	6%
2	bibliotecadigital.oducal.com Fuente de Internet	1%
3	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
6	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
7	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%



Metadatos complementarios - UANCV

TÍTULO DE LA TESIS	
INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL, ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	RENE FLAVIO CHAIÑA CACERES
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	29700462
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0009-4926-7420
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	JOSE DOMINGO CHOQUEHUANCA CALCINA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02430962
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-3846-9034
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	FELIX CRISTOBAL OCHATOMA PARAVICINO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02436114
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	HUGO NEPTALI CAVERO AYBAR
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01332589



Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01233951
Datos de investigación	
Línea de investigación	GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN – P32
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú</p> <p>Departamento: Arequipa</p> <p>Provincia: Arequipa</p> <p>Distrito: Paucarpata</p> <p>Coordenadas</p> <p>Latitud: 16°25'01.0"S</p> <p>Longitud: 71°30'08.2"W</p> <p>URL Maps</p> <p>https://tinyurl.com/25r6mjp4</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	abril 2024 – enero 2025
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html Librería	<p>Ciencias de la Educación</p> <p>https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.03.00</p> <p>Educación General (incluye capacitación y pedagogía)</p> <p>https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.03.01</p>



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO
ESCUELA DE INVESTIGACIÓN

Fredy Toribio Chalco Vargas

DIRECTOR
DE INVESTIGACIÓN - EPG



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo Rene Flavio Chaiña Cáceres, identificado con DNI Nro. 29700462 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

Maestría en Educación

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

"Incidencia de la social media en el Perfil vocacional, alumnos de la Institución Educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023"

Asesorado por: Dr. Jose Domingo Choquehuanca Calcina

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.


Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 5 de mayo del 2026


FIRMA DEL ASESOR


FIRMA (obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

Quiero expresar mi más profunda gratitud hacia mi querida familia, especialmente a mis padres, cuyo inquebrantable apoyo y amor incondicional han sido la columna vertebral de mi fortaleza, tanto en los momentos más desafiantes como en los de calma. Estoy eternamente agradecido por haberme inculcado la importancia de afrontar cada desafío con serenidad y persistencia, nunca permitiéndome flaquear. Su sabiduría y ejemplo han sido el faro que ha guiado cada paso de mi trayectoria profesional, y es a ustedes, a quienes dedico sinceramente todos mis éxitos.



AGRADECIMIENTO

Quiero ofrecer mi más sincero agradecimiento a mis maestros, cuyas enseñanzas fundamentales y consejos sabios han sido esenciales para profundizar mi comprensión del tema y elevar la calidad de mi proyecto. Sus lecciones han dejado una huella imborrable en mi aprendizaje y desarrollo. Igualmente, mi gratitud hacia mi familia es inmensa, por brindarme amor, apoyo y comprensión a lo largo de este proceso de investigación. Su motivación incansable y su inquebrantable fe en mis capacidades han sido pilares en mi camino hacia este logro. Sin duda, este éxito es el resultado de su inspiradora presencia y su creencia en mis habilidades.



ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	xvi

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1. Problema general.....	2
1.2.2. Problema específico.....	2
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.4. OBJETIVOS	3
1.4.1. Objetivo general	3
1.4.2. Objetivo específico	3
1.5. IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.6. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.7. HIPÓTESIS	4
1.7.1. Hipótesis general	4
1.7.2. Hipótesis específicas.....	5
1.8. VARIABLES E INDICADORES	5



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO 6

2.1.1. A nivel internacional 6

2.1.2. A nivel nacional 7

2.1.3. A nivel local 9

2.2. BASES TEÓRICAS 10

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODO APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN 15

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN 15

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN 16

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN 16

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA 17

3.5.1. Población 17

3.5.2. Muestra 17

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN 17

3.6.1. Técnica de la investigación 17

3.6.2. Instrumentos de la investigación 18

3.7.1. Validación de los instrumentos 18

3.7.2. Confiabilidad de los instrumentos 18

3.8. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS 19

3.8.1. Diseño estadístico 19

3.8.2. Planteamiento de la hipótesis 19

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS 21



4.2. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS	62
4.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	63
CONCLUSIONES.....	64
SUGERENCIAS	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
ANEXO.....	69



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 2 LA IES TIENE PRESENCIA A TRAVÉS DE LA SOCIAL MEDIA	22
TABLA 3 VISUALIZA PUBLICACIONES A TRAVÉS DE LA SOCIAL MEDIA.....	23
TABLA 4 VISUALIZA VIDEOS TUTORIALES SOBRE LOS USOS DE SOCIAL MEDIA ..	25
TABLA 5 EL CANAL DE LA IES ES UNA FUENTE DE APRENDIZAJE	26
TABLA 6 INFORMA DE CONTENIDOS QUE OFRECEA TRAVÉS DE SOCIAL MEDIA..	28
TABLA 7 CONSULTA LOS PRECIOS DE LA IES A TRAVÉS DE LA SOCIAL MEDIA	29
TABLA 8 COMPARA LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA DE LAS IMÁGENES	30
TABLA 9 INFORMACIÓN PRODUCTOS EN SOCIAL MEDIA PARECE SUFICIENTE	32
TABLA 10 INTERACTÚA CON UNO O MÁS SEGUIDORES DE LA SOCIAL MEDIA	33
TABLA 11 VISITA PÁGINAS RELACIONADAS CON CLASSIC MARBLE	34
TABLA 12 INFORMACIÓN SOBRE ORIENTACIÓN VOCACIONAL	36
TABLA 13 INFORMACIÓN DE LA ORIENTACIÓN ELECCIÓN PARA LA CARRERA	38
TABLA 14 LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL PROPORCIONÓ LA EXPERIENCIA	39
TABLA 15 EL CONTENIDO DE LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	40
TABLA 16 CANTIDAD DE MATERIAS CONTENÍAN INFORMACIÓN VOCACIONAL.....	41
TABLA 17 LAS NECESIDADES ENCONTRADAS EN ORIENTACIÓN VOCACIONAL ...	42
TABLA 18 LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL CUBRIÓ LAS EXPECTATIVAS.....	44
TABLA 19 COMO CALIFICAS LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	45
TABLA 20 ESTRATEGIAS USADAS EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL.....	46
TABLA 21 ORIENTACIÓN VOCACIONAL DE CRITERIOS RACIONALES	48
TABLA 22 MANERA EN QUE SE DIRIGÍAN A TI EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	49
TABLA 23 EL TRATO QUE RECIBIÓ EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL.....	50
TABLA 24 ATENCIÓN QUE RECIBIÓ EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL.....	51



TABLA 25	ORIENTACIÓN VOCACIONAL AYUDO EN LA DECISIÓN DE LA CARRERA	53
TABLA 26	DISPOSICIÓN ORIENTADOR VOCACIONAL PARA ATENDER DUDAS	54
TABLA 27	ORIENTACIÓN VOCACIONAL ORGANIZÓ EXPOSICIONES DE INTERÉS.	55
TABLA 28	ORIENTACIÓN FOMENTÓ EL ACERCAMIENTO AL CAMPO LABORAL.....	56
TABLA 29	ORIENTACIÓN VOCACIONAL AYUDO QUE INVESTIGUEN CARRERAS....	58
TABLA 30	LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL FOMENTÓ INTERÉS EN SU CARRERA .	59
TABLA 31	EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL ESCUCHASTE LA EXPERIENCIA	60
TABLA 32	CORRELACIÓN ENTRE LA SOCIAL MEDIA	62



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 LA IES TIENE PRESENCIA A TRAVÉS DE LA SOCIAL MEDIA	22
FIGURA 2 VISUALIZA PUBLICACIONES A TRAVÉS DE LA SOCIAL MEDIA	24
FIGURA 3 VISUALIZA VIDEOS TUTORIALES SOBRE LOS USOS DE SOCIAL MEDIA	25
FIGURA 4 EL CANAL DE LA IES ES UNA FUENTE DE APRENDIZAJE.....	27
FIGURA 5 INFORMA CONTENIDOS QUE OFRECE A TRAVÉS DE SOCIAL MEDIA	28
FIGURA 6 CONSULTA LOS PRECIOS A TRAVÉS DE LA SOCIAL MEDIA.....	29
FIGURA 7 COMPARA LOS PRECIOS CON LA COMPETENCIA	31
FIGURA 8 INFORMACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LA SOCIAL MEDIA.....	32
FIGURA 9 INTERACTÚA CON MÁS SEGUIDORES A TRAVÉS DE SOCIAL MEDIA.....	33
FIGURA 10 VISITA PÁGINAS RELACIONADAS CON ACTIVIDAD CLASSIC MARBLE ..	35
FIGURA 11 INFORMACIÓN SOBRE ORIENTACIÓN VOCACIONAL.....	37
FIGURA 12 INFORMACIÓN DE LA ORIENTACIÓN PARA LA CARRERA	38
FIGURA 13. ORIENTACIÓN VOCACIONAL LA EXPERIENCIA VIVENCIAL.....	39
FIGURA 14 EL CONTENIDO DE LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	40
FIGURA 15 CANTIDAD DE MATERIALES INFORMACIÓN VOCACIONAL.....	41
FIGURA 16 NECESIDADES ENCONTRADAS EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	43
FIGURA 17 LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL CUBRIÓ LAS EXPECTATIVAS	44
FIGURA 18 COMO CALIFICAS LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL.....	45
FIGURA 19 ESTRATEGIAS USADAS EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	47
FIGURA 20 ORIENTACIÓN VOCACIONAL DE CRITERIOS RACIONALES.....	48
FIGURA 21 MANERA SE DIRIGÍAN A TI EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	49
FIGURA 22 EL TRATO QUE RECIBÍÓ EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	50
FIGURA 23. ATENCIÓN QUE RECIBÍÓ EN LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	52



FIGURA 24	ORIENTACIÓN VOCACIONAL CON LA ELECCIÓN DE LA CARRERA	53
FIGURA 25	DISPOSICIÓN DEL ORIENTADOR PARA ATENDER TUS DUDAS	54
FIGURA 26	ORIENTACIÓN VOCACIONAL ORGANIZÓ VISITA A EXPOSICIONES.....	55
FIGURA 27	ORIENTACIÓN FOMENTÓ EL ACERCAMIENTO AL CAMPO LABORAL	57
FIGURA 28	ORIENTACIÓN AYUDO QUE INVESTIGUEN DIVERSAS CARRERAS	58
FIGURA 29	LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL FOMENTÓ INTERÉS EN SU CARRERA	59
FIGURA 30	ORIENTACIÓN VOCACIONAL EXPERIENCIA DE PROFESIONALES	61



RESUMEN

En esta investigación el **objetivo** es determinar la incidencia de la social media en el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023. Se utilizó la **metodología** con un enfoque cuantitativo, no experimental con diseño correlacional, determinando una capacidad de muestra de 37 alumnos de la población de la Institución educativa San Juan Bautista de Jesús, considerándose para ello el muestreo de tipo censal. En cuanto al instrumento se utilizó a la técnica donde se aplicó una encuesta usando cuestionario como una herramienta adaptada. Finalmente, en el **resultado**, se determinó según la prueba de Correlación de Rho de Spearman, con un valor de 0,732 y un nivel de significancia de 0,000, que proporcionan evidencia empírica robusta de que la incidencia de las redes sociales en el perfil vocacional de los estudiantes de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús en el año 2023 es positiva. **Concluye**, el estudio evidencia la relevancia de integrar estratégicamente las redes sociales en los programas de orientación vocacional, destacando su valor como herramientas facilitadoras en el desarrollo vocacional de los estudiantes, y subraya la importancia de guiar y educar a los alumnos en el uso efectivo y consciente de estas plataformas para maximizar sus beneficios en el ámbito educativo.

Palabras claves: alumnos, correlación, incidencia, perfil vocacional, social media.



ABSTRACT

The objective of this research is to determine the incidence of social media in the vocational profile of the students of the San Juan Bautista de Jesús Institution, 2023. The methodology was used with a quantitative approach, non-experimental with correlational design, determining a sample capacity of 37 students of the population of the San Juan Bautista de Jesús Institution, considering for it the census type sampling. As for the instrument, the technique was used where a survey was applied using a questionnaire as an adapted tool. Finally, it was determined according to Spearman's Rho Correlation test, with a value of 0.732 and a significance level of 0.000, that provide robust empirical evidence that the incidence of social networks in the vocational profile of the students of the San Juan Bautista de Jesús institution in the year 2023 is positive. The study evidences the relevance of strategically integrating social networks in vocational orientation programs, highlighting their value as facilitating tools in the vocational development of students, and underscores the importance of guiding and educating students in the effective and conscious use of these platforms to maximize their benefits in the educational environment.

Key words: students, correlation, incidence, vocational profile, social media, social media.



INTRODUCCIÓN

La era digital ha revolucionado profundamente la forma en que interactuamos con el mundo, afectando significativamente diversos aspectos de nuestra vida diaria. En este contexto, se enfoca en analizar la influencia de las redes sociales en el perfil vocacional de los estudiantes de la Institución Educativa San Juan Bautista de Jesús durante el año 2023. Utilizando un enfoque multidisciplinario, el estudio pretende comprender cómo las plataformas de redes sociales influyen en las decisiones vocacionales de los estudiantes, facilitando o complicando el proceso de identificación y elección de su futura carrera profesional. Empleando metodologías cuantitativas, se evaluará el impacto de las redes sociales en la percepción de los alumnos sobre diversas profesiones, así como su participación en comunidades en línea relacionadas con sus intereses vocacionales. Este trabajo no solo busca aportar al entendimiento de la relación entre la tecnología de la información y la orientación vocacional, sino también ofrecer recomendaciones prácticas para educadores, orientadores y padres, con el objetivo de impulsar el uso de las redes sociales como mecanismo de apoyo en el desarrollo vocacional de los jóvenes.

El capítulo inicial de nuestra investigación establece sólidamente las bases del estudio, donde se identifica y define con claridad el problema a investigar y se articulan de manera precisa los objetivos que guiarán la indagación. Esta sección no solo subraya la relevancia del estudio mediante argumentos robustos que evidencian su importancia, sino que también formula hipótesis preliminares y detalla la operacionalización de variables, ofreciendo así un marco estructurado y cohesivo para el análisis subsiguiente.



El capítulo II, el marco teórico, un elemento crucial que proporciona un análisis exhaustivo del contexto y las definiciones de los conceptos fundamentales. Este segmento sitúa la investigación en su ámbito académico específico y sienta las bases teóricas que la sustentan, resultando imprescindible para la comprensión integral del alcance y profundidad del estudio.

En el tercer capítulo, se expone con detalle la metodología empleada en el estudio, abarcando desde el diseño de la investigación hasta la selección de la población y muestra, incluyendo las técnicas y herramientas metodológicas para la recolección y análisis de datos.

Finalmente, el cuarto capítulo despliega los resultados alcanzados, proporcionando un análisis crítico en relación con las hipótesis y los objetivos establecidos al inicio. Se realiza una interpretación detallada de los hallazgos, culminando con conclusiones que sintetizan los puntos más relevantes del estudio, ofreciendo reflexiones sobre sus implicaciones prácticas y sugiriendo vías para investigaciones futuras.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Las redes sociales han tenido un impacto notable en la percepción de los jóvenes sobre las diversas profesiones y trayectorias vocacionales. La constante exposición a modelos de éxito, información sobre carreras y experiencias compartidas por otros jóvenes a nivel mundial, a través de las redes sociales, ha cambiado la manera en que los estudiantes se relacionan con sus aspiraciones profesionales.

A nivel nacional, las redes sociales se han posicionado no solo como plataformas de entretenimiento, sino también como recursos valiosos para buscar información sobre carreras, interactuar con profesionales y participar en discusiones sobre educación y vocaciones. Sin embargo, esta presencia en línea también ha fomentado comparaciones sociales que han influido en las decisiones vocacionales de los estudiantes.

En el contexto local, los estudiantes fueron directamente afectados por su entorno social y educativo cercano. La interacción con compañeros de clase, docentes y asesores desempeñó un papel crucial en la formación de sus perfiles



vocacionales. No obstante, este entorno también se ha visto influenciado por las redes sociales y su considerable impacto.

1.2. FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la incidencia de la social media en el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023?

1.2.2. Problema específico

- ¿Cómo es la incidencia de la social media en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús?
- ¿Cómo es el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Desde una perspectiva teórica, esta investigación hizo una contribución significativa al campo de la psicología y sociología educativa al examinar cómo las redes sociales influyen en las decisiones vocacionales de los estudiantes. Hubo un creciente interés en entender cómo las TICs, particularmente las redes sociales, impactan el comportamiento humano y, en específico, cómo influyen en la elección de carreras. Este proyecto ayudó a desarrollar teorías y marcos conceptuales que facilitan una mejor comprensión de esta dinámica.

Desde una perspectiva práctica, la investigación proporcionó información crucial para la orientación vocacional en la institución y otras instituciones educativas similares. Los hallazgos permitieron a los consejeros y educadores ajustar sus estrategias para guiar a los estudiantes de manera más efectiva, teniendo en cuenta la influencia de las redes sociales en sus decisiones. Además,



ofreció información esencial a los estudiantes, permitiéndoles tomar decisiones mejor informadas sobre sus trayectorias educativas y profesionales.

Desde una perspectiva metodológica, el proyecto utilizó un enfoque cuantitativo que permitió una comprensión más completa y enriquecedora de la asociación entre las redes sociales y el perfil vocacional de los estudiantes. La metodología empleada se basó en prácticas de investigación sólidas, como la realización de encuestas, garantizando la robustez y calidad de los datos recopilados. Este enfoque metodológico contribuyó a la validez y confiabilidad de los resultados, fortaleciendo la credibilidad de la investigación en su conjunto.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Determinar la incidencia de la social media en el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023.

1.4.2. Objetivo específico

- Evaluar la incidencia de la social media en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús.
- Evaluar el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús.

1.5. IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Tiene una importancia crítica y un amplio alcance al examinar cómo las redes sociales influyen en las decisiones vocacionales de los estudiantes, un tema cada vez más relevante en la era digital. Al aclarar cómo la interacción en plataformas digitales moldea las percepciones y elecciones profesionales de los jóvenes, este estudio no solo enriquece teóricamente los campos de la psicología educativa y la sociología de la educación, sino que también proporciona conceptos valiosos para



la práctica de la orientación vocacional. Al equipar a educadores y consejeros con datos esenciales para ajustar sus métodos de orientación, la investigación amplía su impacto al mejorar la toma de decisiones informadas de los estudiantes respecto a sus futuras carreras.

1.6. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación, enfocada en analizar cómo las redes sociales asociadas a las decisiones vocacionales de los estudiantes, enfrenta ciertas limitaciones y delimitaciones inherentes a su diseño. Principalmente, el estudio se limita a una población específica, lo que, aunque proporciona profundidad analítica y relevancia contextual, restringe la generalización de sus hallazgos a otros contextos educativos y culturales. Además, al adoptar un enfoque cuantitativo y basarse en encuestas para la recolección de datos, la investigación podría no captar completamente la complejidad y riqueza de las experiencias individuales en relación con la influencia de las redes sociales. Aunque esta metodología es robusta y eficaz para el análisis estadístico, puede pasar por alto matices cualitativos importantes en la interacción entre los jóvenes y las redes sociales. Por lo tanto, aunque el estudio aporta conceptos valiosos y contribuye significativamente al entendimiento del tema, sus conclusiones deben considerarse con cautela, reconociendo las limitaciones metodológicas y el alcance específico del contexto investigado.

1.7. HIPÓTESIS

1.7.1. Hipótesis general

La incidencia de la social media en el perfil vocacional es positiva en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023.



1.7.2. Hipótesis específicas

- La incidencia de la social media en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús es regular.
- El perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús es suficiente.

1.8. VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Social media	Creación de la Comunidad	Página de redes sociales Página de contenidos publicados	LIKERT
	Creación de la Propia Presencia	Propósito Pasión Interés Profesión	
Perfil vocacional	Información recibida	La información recibida de todas las carreras Experiencia vivencial Material recibido	
	Evaluación de necesidades vocacionales	Se cubrieron las necesidades Se cubrieron las expectativas Las estrategias fueron acertadas	
	Trato recibido vocacionalmente	Trato recibido Atención recibida Disposición a dudas e inquietudes	
	Acercamiento al estudiante con sus opciones vocacionales	Fomentar el acercamiento al campo laboral Fomentar mayor investigación en las diferentes carreras	



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1. *A nivel internacional*

Limas & Vargas (2020) Se realizó un estudio con una metodología cuantitativa, que examinó una muestra de 191 estudiantes matriculados en una universidad colombiana. Los resultados indican que las escuelas y universidades deberían incluir las redes sociales en sus normas y planes oficiales, en lugar de usarlas solo para situaciones puntuales o a corto plazo. Esto requiere un método de enseñanza que anime a los estudiantes a asumir la responsabilidad y a ser independientes al usar este recurso.

De La Hoz et al. (2015) Se empleó un enfoque descriptivo, no experimental, mediante una encuesta estructurada de 29 ítems, dirigida tanto a estudiantes como a docentes. Alrededor del 32% de las personas usaron las redes sociales para su aprendizaje, lo que las convierte en el segundo método más popular después de hablar con familiares y amigos. Los resultados muestran que el uso de las redes sociales en la enseñanza y el aprendizaje en la Universidad Antonio Nariño se considera generalmente aceptable, pero aún hay maneras de mejorarlo. Esto se puede lograr mediante una política clara que nos ayude a usar las nuevas tecnologías para compartir información y comunicarnos.



Salas et al. (2020) En su estudio, utilizaron razonamiento hipotético-deductivo junto con metodologías de modelado y sistemas, incorporando entrevistas y observaciones empíricas. Tras lo cual se realizaron pruebas para evaluar su rendimiento. Se creó un sistema experto eficaz, con una tasa de fiabilidad del 97,51 %, para facilitar la orientación profesional. Un estudio sobre el sistema de orientación profesional para estudiantes de 12.º grado de la Escuela Maravilla de Benguela reveló deficiencias notables, lo que pone de relieve la urgente necesidad de un sistema experto para mejorar el apoyo.

2.1.2. A nivel nacional

Guillén (2019) Se realizó una encuesta que describe la situación con estudiantes de medicina de quinto año en Lima. Se les preguntó sobre sus cuentas de redes sociales, con qué frecuencia las usan y durante cuánto tiempo. De las 52 personas encuestadas, todas tenían una cuenta de Facebook y el 46,2 % usaba Instagram con regularidad. La mitad de los usuarios de Facebook® dedica una hora o más al día, y el 63,5 % ve videos de YouTube, al menos una vez al día. En resumen, todos los estudiantes tenían al menos una cuenta de redes sociales y la mayoría prefería Facebook®, similar a lo que se observa en otros países.

López (2020) Se realizó un estudio con 104 estudiantes para recopilar información en un momento dado. No fue un experimento, pero analizó diferentes factores y sus relaciones. Los datos se recopilaron en línea mediante dos encuestas: el Cuestionario de adicción a las redes sociales y el Cuestionario de agresión. Los resultados mostraron una clara relación entre la adicción a las redes sociales y actuar de forma agresiva, con una fuerza moderada de esta conexión ($p = 0,001$). No hubo una relación sólida entre el comportamiento agresivo y las plataformas de redes sociales que más utilizan las personas. El principal tipo de



comportamiento agresivo observado fue la ira moderada, que se produjo en el 60,6 % de los casos. Al mismo tiempo, se observó una adicción leve a las redes sociales en el 55,8 % de los casos. WhatsApp es la red social más popular, utilizada por el 69,2 % de las personas. La mayoría de ellas la utilizan en sus teléfonos móviles (54,8 %) y pasan unas 2 horas al día en ella (33,7 %).

Cuadra (2021) Se realizó un estudio con 253 estudiantes de secundaria de entre 12 y 17 años. Se utilizaron la Escala de Adicción a las Redes Sociales (ARS) y la Escala de Procrastinación en Redes Sociales (EPA). Los resultados mostraron que el 35,6 % de las personas eran adictas a las redes sociales y el 38,7 % procrastinaban. Existe una fuerte conexión ($p < 0,01$) entre la adicción a las redes sociales y la postergación de tareas. El estudio se centra en un grupo específico de personas. Esto permite un análisis detallado y una mejor comprensión, pero dificulta la aplicación de los resultados a otras situaciones educativas y culturales. Además, al utilizar cifras y encuestas para recopilar información, la investigación podría no mostrar la variedad y profundidad de las experiencias personales de las personas con las redes sociales. Este método es eficaz y funciona bien para analizar estadísticas, pero podría pasar por alto detalles importantes sobre cómo interactúan los jóvenes con las redes sociales.

Lingan (2021) Se empleó una metodología descriptiva-correlacional, implementando un diseño no experimental y confirmando la confiabilidad de la encuesta con un alfa de Cronbach de 0,97. El estudio encontró que la estrategia de utilizar propaganda sexual animal mejora significativamente la conciencia de los estudiantes sobre la crueldad animal, como lo indica un análisis de regresión lineal que arrojó un resultado de 0,72.



Durand (2018) empleó el método científico, junto con métodos analíticos y estadísticos. Se investigaron, analizaron y compararon diversas literaturas relacionadas con el tema utilizando técnicas de comparación de datos y tabulación. Los resultados destacaron el uso cotidiano de redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram por parte de estudiantes universitarios, y la notable ausencia de LinkedIn. La conclusión fue que las redes sociales contribuyen a la formación de marcas personales entre los estudiantes de pregrado, aunque una mejor construcción de imágenes personales orientadas a logros académicos y laborales en las redes ayudaría a alcanzar los objetivos profesionales.

Bautista et al. (2019) realizaron un estudio descriptivo simple con una muestra de 188 estudiantes. Se concluyó que en el perfil vocacional de los estudiantes de 5to de secundaria de la IES "Leoncio Prado", el 18,6% mostró interés en carreras de Ciencias Naturales. Predominó el estilo de aprendizaje Teórico (29,3%), caracterizado por el pensamiento secuencial y analítico, y el factor de personalidad Energía (52,6%), con individuos dinámicos, activos y dominantes.

2.1.3. A nivel local

Onque (2019) investigación con diseño correlacional y empleó un método de encuesta. Se seleccionaron 129 estudiantes mediante muestreo aleatorio simple. Resultados: De los 129 estudiantes encuestados, el 56.6% obtuvo información de sus padres; el 36.4% de hermanos y hermanas; el 42.6% de otros familiares; y el 46.5% de docentes. Además, el 54.3% de los estudiantes aprendió sobre infecciones de transmisión sexual a través de videos; el 51.2% de revistas; el 48.8% de Internet; y el 26.4% de la televisión. Respecto al nivel de conocimientos sobre infecciones de transmisión sexual, el 69.8% de los estudiantes tenía un conocimiento medio, el 17.1% un conocimiento bajo y el 13.2% un conocimiento



alto. Conclusión: Las redes sociales influyen en el nivel de conocimiento sobre infecciones de transmisión sexual en los estudiantes de quinto año de la Escuela Media Politécnica de Huasca, con todos los indicadores mostrando una significancia estadística, es decir, la probabilidad de error es menor a 0.05.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. *Social Media*

Las plataformas de redes sociales están desarrollando sistemas abiertos que unen a personas con intereses y desafíos compartidos, basados en los ideales de creación, intercambio y colaboración. La incorporación de herramientas de comunicación interpersonal y colaboración en línea a la educación marca el inicio del papel de las redes sociales en el ámbito académico. En este sentido, las redes sociales ofrecen diversas vías para mejorar los métodos de enseñanza. (Vidal et al., 2013).

Estas plataformas introducen nuevas perspectivas sobre el aprendizaje y la comprensión. Las redes sociales permiten a los estudiantes interactuar con entornos de aprendizaje estructurados y no estructurados, descubrir personas con intereses similares y facilitar el intercambio informal de conocimientos para sus proyectos educativos (Wodzicki et al., 2012). Estas características implican que su implementación en entornos educativos puede mejorar diversos aspectos, como la participación estudiantil en el aprendizaje, el estudio autónomo, la interacción entre estudiantes, la motivación, la creatividad y las oportunidades de networking. No obstante, la incorporación de las redes sociales en la educación superior genera diversas preguntas sobre su eficacia y sus ventajas para el aprendizaje (Mendiguren et al., 2012).



De acuerdo con Chamorro (2014), las redes sociales son un medio esencial para la recepción de mensajes por parte de usuarios que interactúan a través de relatos, comentarios o narraciones, facilitado por la convergencia de la televisión y dispositivos tecnológicos.

Según Ross y Singüenza (2010) Sostienen que las características de las redes sociales pueden mejorar diversos aspectos de la experiencia educativa, como la participación en el aprendizaje, el estudio autónomo, la interacción y la motivación estudiantil, además de fomentar la creatividad y las oportunidades de networking. No obstante, la aplicación de estas plataformas en la educación superior plantea interrogantes sobre su eficacia en el ámbito académico.

FACEBOOK

Según, Perez y Gardey (2010) Facebook es una plataforma de redes sociales fundada por Mark Zuckerberg durante su estancia en la Universidad de Harvard. Su objetivo era ofrecer a los estudiantes un espacio para intercambiar publicaciones, fotos, vídeos y contenido diverso, facilitando así la comunicación fluida en línea. Facebook ofrece dos tipos de cuentas: una para usuarios generales, que facilita la interacción entre particulares, y otra diseñada para empresas, destinada a comercializar productos o servicios y a fomentar relaciones sólidas con los clientes.

TWITTER

Según, Perez y Gardey (2010) Twitter es un sitio de microblogging donde los usuarios pueden redactar y leer mensajes de hasta 140 caracteres, conocidos como tuits. Cuando un usuario comparte un mensaje en Twitter, este se entrega instantáneamente a todos sus seguidores y también aparece en su perfil. Twitter combina los elementos de una red social con una plataforma de comunicación que



ofrece interacciones tanto públicas como privadas. Es fácil de usar, ya que es gratuito y no contiene publicidad.

WHATSAPP

Según, Perez y Gardey (2015) es una aplicación de mensajería instantánea, facilitando compartir textos, mensajes de audio, vídeos e imágenes.

INSTAGRAM

Según, Perez y Gardey (2014) Instagram se encuentra entre las plataformas de redes sociales más utilizadas en la actualidad. Su objetivo principal es permitir a los usuarios compartir fotos de alta resolución y vídeos cortos, que pueden distribuirse no solo en esta plataforma, sino también en otras redes sociales como Twitter y Facebook.

YOUTUBE

Según Perez y Gardey (2010) YouTube es una plataforma en línea donde los usuarios pueden compartir y ver videos. YouTube se ha expandido rápidamente hasta convertirse en un centro para compartir fragmentos de películas, series de televisión y videos musicales. Numerosas empresas utilizan YouTube para compartir y promocionar sus anuncios.

2.2.2. Perfil Vocacional

La orientación vocacional indica Thenmozhi (2018) es un proceso cuyo objetivo es fortalecer a las personas a explorar y realizar su potencial a través de sus propias iniciativas, mejorando en última instancia su realización personal y sus contribuciones a la sociedad.

Suryadi et al. (2020) consideran que la orientación profesional está vinculada al autoconcepto ocupacional de una persona, lo que implica una comprensión de las ocupaciones disponibles en el mercado laboral. Este tipo de orientación es



esencial para que los estudiantes definan sus planes profesionales, su comportamiento y los resultados futuros. Los consejeros escolares desempeñan un rol crucial en la orientación profesional, ya que ayudan a minimizar la desorientación que podría perjudicar las futuras carreras de los estudiantes. Numerosos estudios se han centrado en evaluar las oportunidades profesionales, abarcando las ambiciones profesionales.

Para Nguyen et al. (2020) describen la orientación vocacional como un proceso sistemático que ayuda a los estudiantes a elegir, prepararse y participar en una carrera adecuada a sus talentos. Este proceso implica proporcionar a los estudiantes la información necesaria para ampliar su comprensión laboral, fomentar el interés por la autoayuda vocacional y ayudarles a seleccionar una ocupación que les permita prepararse para la vida. Además, ayuda al individuo a evaluar la practicabilidad de sus metas vocacionales en su logro.

Anuradha (2020) Sugiere que la orientación profesional es un mecanismo mediante el cual los jóvenes adquieren las herramientas para tomar decisiones informadas sobre su educación y trayectorias profesionales, lo que les permite comprender mejor su propósito de vida. Kurniawan y colegas. En 2021, se destacó la importancia de potenciar el potencial de los estudiantes, ya que cultivar habilidades, experiencias y conocimientos científicos adecuados es fundamental para afrontar los desafíos presentes y futuros.

Mejía et al. (2018) definen la orientación profesional como un proceso planificado y técnicamente coordinado por orientadores, cuyo objetivo principal es brindar apoyo, información y asesoramiento a los estudiantes en sus decisiones sobre la continuación de estudios, con miras a una inserción laboral adecuada. Este proceso permite a los estudiantes reconocer sus aptitudes, intereses y habilidades



profesionales, relacionadas con la carrera y el trabajo, contribuyendo a su satisfacción, desarrollo personal y beneficio social. El objetivo es mejorar la autocomprensión de los estudiantes, proporcionar información relevante que respalde la toma de decisiones autónomas y responsables, y desarrollar sus capacidades y confianza para tomar las decisiones más convenientes relacionadas con su carrera.



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODO APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN

El método utilizado en este estudio se adhiere a la metodología descriptiva, definida por Hernández et al. (2014), enfocándose en la descripción minuciosa de situaciones, eventos o fenómenos concretos. Este enfoque tiene como objetivo principal ofrecer una representación detallada y fidedigna de la manifestación de ciertas características y aspectos dentro de un contexto específico. La investigación descriptiva se propone como una herramienta para descubrir y destacar las cualidades esenciales de individuos, colectivos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido a estudio, facilitando así una comprensión profunda y sistematizada. Este método es especialmente valioso para explorar en detalle las diversas facetas y variantes del tema investigado, contribuyendo a una mayor claridad y entendimiento de su naturaleza y comportamiento.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En este estudio, es de tipo básica y enfoque cuantitativo a través del empleo de un cuestionario estandarizado, con el objetivo de evaluar la distribución de características específicas dentro de un grupo seleccionado, representando adecuadamente una población más extensa. Este enfoque permitió el manejo de datos numéricos y la aplicación de análisis estadístico para deducir conclusiones



aplicables al conjunto de sujetos investigados. Ampliamente utilizado en campos como el análisis de mercados, estudios de impacto y sondeos de opinión, este método se caracterizó por la recolección y el procesamiento de información cuantitativa, garantizando mediciones precisas y objetivas. La fortaleza de este enfoque cuantitativo residía en su habilidad para ofrecer conceptos cuantificables y confiables sobre las tendencias y patrones prevalentes en el grupo estudiado, facilitando así una comprensión profunda y basada en evidencia de la problemática abordada.

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El propósito de la correlación en este estudio fue determinar la intensidad y naturaleza de la relación entre las variables definidas, clasificándolo, así como un estudio correlacional, conforme a lo descrito por Hernández et al. (2014). Este método se orientó a descubrir la existencia y el grado de asociación entre dos o más conceptos, categorías o variables dentro de un conjunto específico de datos. La aplicación de la metodología correlacional resultó crucial para discernir y comprender la magnitud de las relaciones, facilitando un análisis más detallado y profundo de las interacciones y dinámicas subyacentes en el ámbito de investigación.

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El estudio empleó un diseño de investigación transversal no experimental. Se adoptó un método no experimental, ya que las variables se observaron en su estado natural, en lugar de ser manipuladas. Por otro lado, el carácter transversal del estudio se definió por la recolección de datos en un momento puntual, analizándolos posteriormente para determinar las relaciones entre la social media



y el perfil vocacional de los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. Población

La población estudiada estuvo conformada por los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, razón por la cual se incluyó a la totalidad de los estudiantes, sumando 37 alumnos en su conjunto.

3.5.2. Muestra

Siguiendo la explicación de Hernández et al. (2014), se implementó una muestra censal, lo que significa que se incluyeron todos los elementos de la población en lugar de seleccionar una muestra representativa. En este contexto específico, se optó por seleccionar a los 37 alumnos de la población total. Por tanto, no fue necesario llevar a cabo un proceso de muestreo tradicional, dado que se incorporaron todos los alumnos disponibles.

Así, se identificaron y listaron los 37 alumnos de la población de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, considerándolos como la muestra para este estudio. No se requirió ejecutar ningún procedimiento adicional de selección aleatoria o estratificación, debido a que la investigación abarcó a todos los estudiantes de la población.

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

3.6.1. Técnica de la investigación

Mediante la aplicación de una encuesta predeterminada, se recopilaron datos para capturar las opiniones, actitudes, percepciones y características de la población objetivo. A lo largo de este proceso, no se introdujeron modificaciones en el entorno o fenómeno bajo estudio. Los resultados se transmitieron a través de múltiples formatos,



incluidas tablas, gráficos, informes escritos y folletos, ofreciendo una perspectiva exhaustiva y diversa de los resultados.

3.6.2. Instrumentos de la investigación

En la fase de recopilación de datos de la investigación cuantitativa, se empleó un instrumento metodológico clave: el cuestionario. Esta herramienta estandarizada se compuso de una secuencia estructurada de preguntas, las cuales fueron dirigidas a los participantes del estudio, ya sea oralmente o por escrito.

La eficacia de este método dependió en gran medida de la claridad y cohesión en el diseño del cuestionario. Se adoptó una estructura organizada y lógica, lo que no solo facilitó la interpretación de los datos recabados, sino que también optimizó la comprensión y la calidad de las respuestas obtenidas por parte de los encuestados.

3.7. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTO

3.7.1. Validación de instrumentos

En la mayoría de los estudios de investigación, se considera que los ítems de una herramienta presentan una buena consistencia interna cuando el valor alfa de Cronbach supera el umbral de 0.7. Dado que el valor obtenido en este caso fue de 0.843, se reconoció como indicativo de una alta fiabilidad en el cuestionario o en la herramienta de medición empleada. Contrario a lo que podría sugerirse por un valor por debajo del umbral, este alto puntaje no implicó la necesidad de verificar o sustituir ítems, sino que, por el contrario, validó la coherencia del instrumento.

3.7.2. Confiabilidad de los instrumentos

Para evaluar la robustez de una herramienta de medición, se aplicó la prueba alfa de Cronbach, una metodología que analiza la consistencia de las respuestas a un conjunto de preguntas orientadas a evaluar un concepto o idea particular. Esta técnica inspeccionó la coherencia interna entre diversos ítems para



determinar si efectivamente convergían en una única dimensión. El objetivo principal de este procedimiento fue asegurar una consistencia uniforme a través de todos los componentes del instrumento de medición, contribuyendo de este modo a su fiabilidad y validez.

3.8. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

3.8.1. Diseño estadístico

Al manejar variables ordinales o no métricas, o ante la presencia de datos que no seguían una distribución normal, se recurrió habitualmente a la prueba de correlación de Spearman. Esta técnica fue elegida por su adecuación a tales condiciones, proporcionando un método robusto para evaluar la asociación entre variables.

Dentro del marco de la prueba de hipótesis, es crucial entender que los resultados estadísticos obtenidos no establecen verdades absolutas, sino que juegan un papel determinante en la decisión de aceptar o rechazar la hipótesis propuesta. Para este propósito, se utilizó un nivel de confianza del 95%, que reflejó la probabilidad de que la relación observada entre las variables fuera significativa y no un mero producto del azar. Sin embargo, es vital reconocer que, a pesar de su valor y aplicabilidad, la prueba de hipótesis no provee garantías de veracidad absoluta.

3.8.2. Planteamiento de la hipótesis

Contrastación de la hipótesis general

H_i : La incidencia de la social media en el perfil vocacional es positiva en los alumnos de la IE San Juan Bautista de Jesús, 2023.

H_o : No existe la incidencia de la social media en el perfil vocacional en los alumnos de la IE San Juan Bautista de Jesús, 2023.



Recopilación de Datos: Se llevaron a cabo la recolección y el acopio de información relevante sobre las variables de interés, en particular, la estructura familiar y el soporte socioemocional proporcionado a los menores. Para este fin, se implementaron diversas técnicas como cuestionarios, entrevistas, observaciones y otros métodos de recolección adecuados, garantizando así la obtención de datos precisos y relevantes.

Tabulación de Datos: Tras la recolección, los datos fueron sistemáticamente organizados y tabulados empleando hojas de cálculo o software especializado en estadística. Esta organización implicó la disposición de las variables en columnas distintas, asignando a cada participante una fila individual, lo que facilitó el análisis posterior de la información.

Spearman: Para evaluar la hipótesis de una correlación entre la estructura familiar y el soporte socioemocional, se aplicó Spearman. Este coeficiente, que evalúa tanto la dirección e intensidad de la relación, se mostró especialmente útil para trabajar con variables ordinales o en contextos donde la distribución normal de los datos no estaba asegurada.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Al adentrarnos en esta sección, presentaremos los hallazgos obtenidos tras la meticolosa tabulación y análisis de los datos recopilados, centrados en las variables de interés: la estructura familiar y el soporte socioemocional del menor. En los siguientes apartados, desglosaremos los resultados obtenidos, destacando tanto las correlaciones significativas como aquellas tendencias que emergen del análisis, proporcionando así una comprensión profunda y matizada de cómo la estructura familiar influye en el soporte socioemocional ofrecido a los menores.

Evaluar la incidencia de la social media en los estudiantes.

Este análisis integral nos permitirá contrastar los resultados obtenidos con las hipótesis planteadas en la tesis, facilitando una discusión enriquecedora sobre el impacto real de la social media en los estudiantes.

Tabla 1

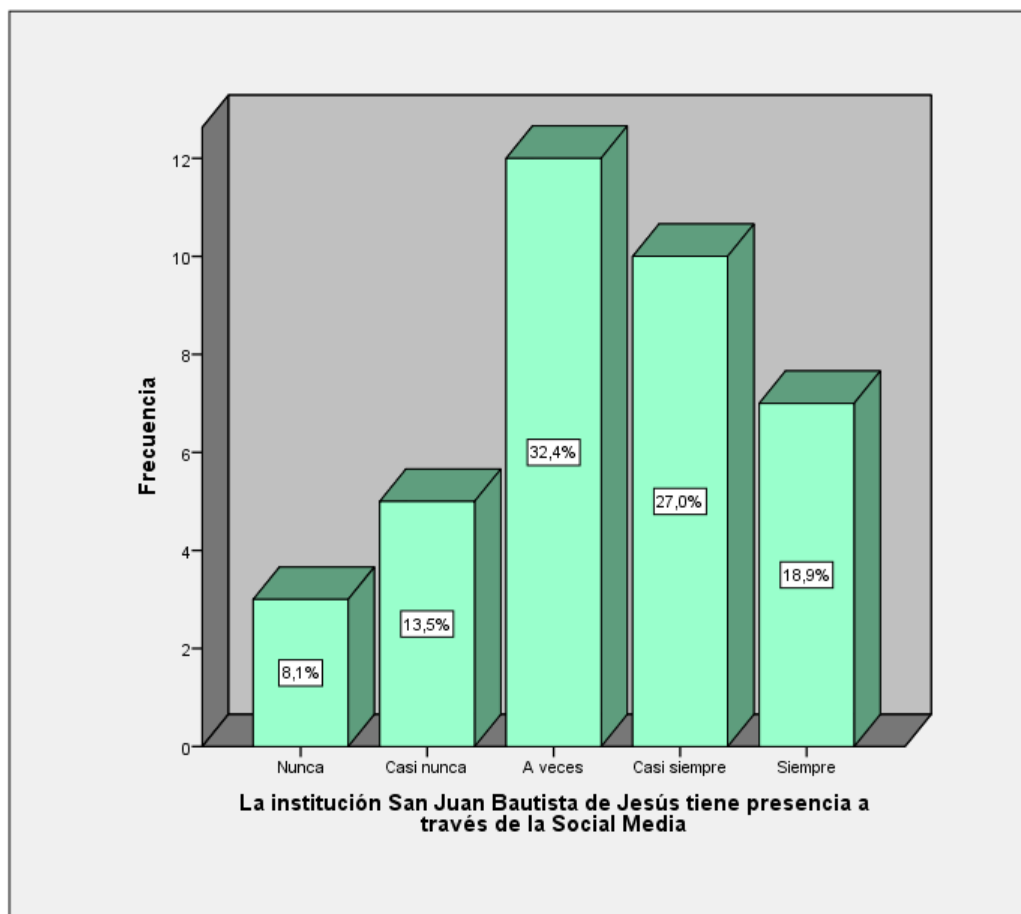
La IES tiene presencia a través de la Social Media

	F	%	% válido	% acumulado
Nunca	3	8,1	8,1	8,1
Casi nunca	5	13,5	13,5	21,6
A veces	12	32,4	32,4	54,1
Casi siempre	10	27,0	27,0	81,1
Siempre	7	18,9	18,9	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 1

La IES tiene presencia a través de la Social Media



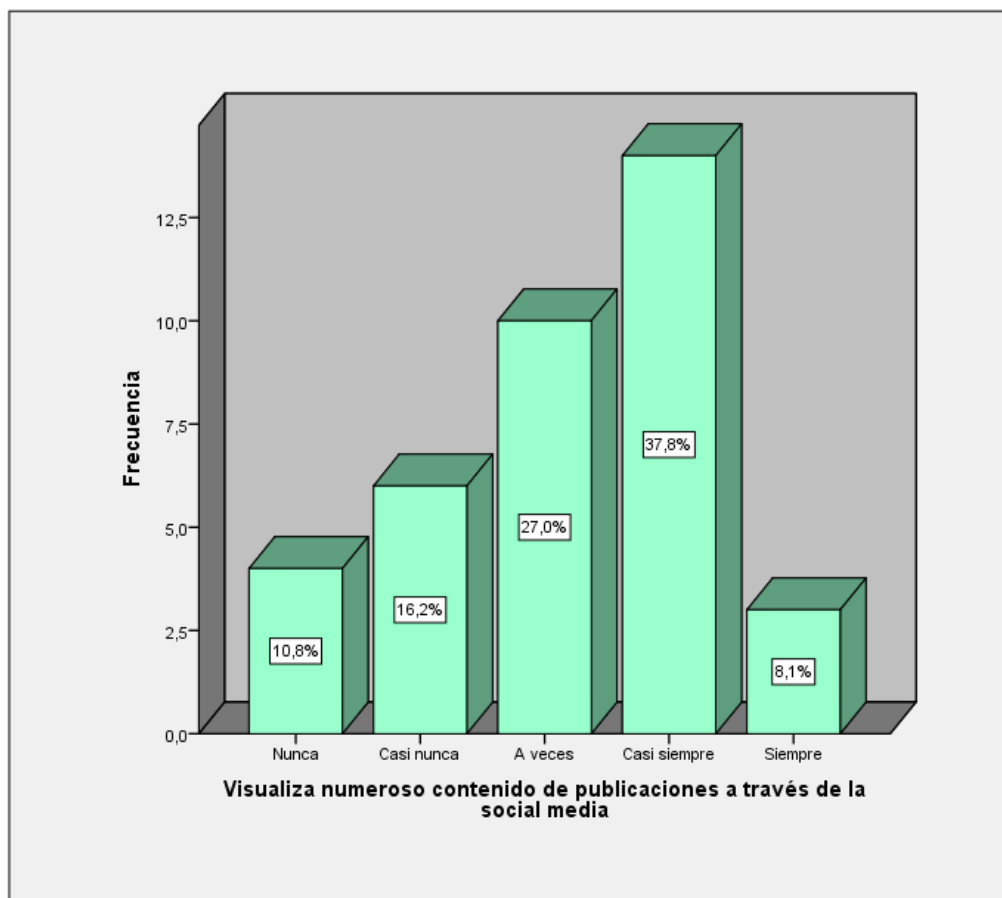
Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 1 y el Figura 1 de barras representan la frecuencia con la cual la institución educativa San Juan Bautista de Jesús se hace presente en las redes sociales según la percepción de los encuestados. La mayor parte de los participantes, un 32,4%, indica que la institución aparece en social media "A veces", lo cual sugiere una presencia moderada. Un 27% siente que la presencia es "Casi siempre", implicando una percepción de alta actividad, mientras que un 18,9% cree que es "Siempre" activa, señalando una visibilidad constante. Por otro lado, un 13,5% opina que la institución aparece "Casi nunca" y solo un 8,1% considera que "Nunca" tiene presencia en estas plataformas. Estos datos son indicativos de que la institución tiene una participación notable en social media, aunque no es percibida como extremadamente activa por la mayoría de los alumnos, lo cual puede tener implicaciones en cómo los estudiantes perciben y se relacionan con su perfil vocacional en el contexto de la influencia de la social media.

Tabla 2*Visualiza publicaciones a través de la social media*

	F	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	4	10,8	10,8
	Casi nunca	6	16,2	27,0
	A veces	10	27,0	54,1
	Casi siempre	14	37,8	91,9
	Siempre	3	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 2*Visualiza publicaciones a través de la social media*

Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 2 y Figura 2 muestran la frecuencia con la que los encuestados visualizan numeroso contenido de publicaciones a través de la social media. Un 37,8% de los encuestados indica que 'Casi siempre' ven mucho contenido, lo que representa la mayoría. La siguiente categoría más alta es 'A veces' con un 27,0%, seguida de 'Casi nunca' con un 16,2% y 'Nunca' con un 10,8%. La categoría 'Siempre' tiene la menor frecuencia con un 8,1%. Esta figura indica que la mayoría de los encuestados están frecuentemente expuestos a una cantidad significativa de publicaciones en redes sociales, aunque no es una experiencia constante para la mayoría. Un segmento más pequeño informa una exposición mínima o nula a este flujo de contenido.

Tabla 3

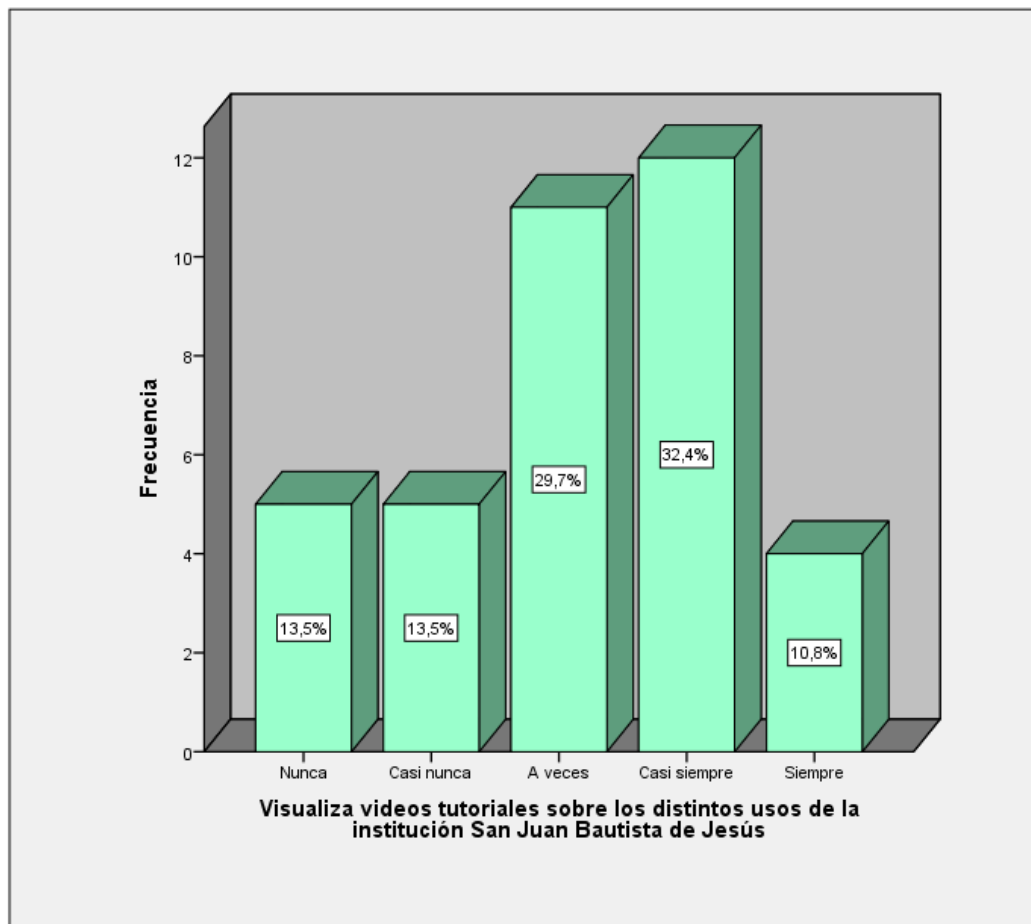
Visualiza videos tutoriales sobre los distintos usos de la social media

	F	%	% válido	% acumulado
Nunca	5	13,5	13,5	13,5
Casi nunca	5	13,5	13,5	27,0
A veces	11	29,7	29,7	56,8
Casi siempre	12	32,4	32,4	89,2
Siempre	4	10,8	10,8	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 3

Visualiza videos tutoriales sobre los distintos usos de la social media



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 3 y Figura 3 muestran la frecuencia con la que los individuos visualizan vídeos tutoriales sobre los distintos usos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús. La mayoría, un 32,4%, informa que 'Casi siempre' ven estos vídeos, lo que sugiere una alta frecuencia de visualización. Un 29,7% dice que los ve 'A veces', indicando una frecuencia moderada. Ambas categorías 'Nunca' y 'Casi nunca' tienen la misma proporción, con un 13,5% cada una, lo que muestra que una minoría de los encuestados raramente o nunca ven los vídeos tutoriales. Finalmente, un 10,8% de los encuestados afirma que 'Siempre' ven los vídeos, lo que podría interpretarse como una señal de un grupo muy comprometido y constante en su visualización. Indica que los vídeos tutoriales son una herramienta educativa importante para una gran parte de la comunidad de la institución.

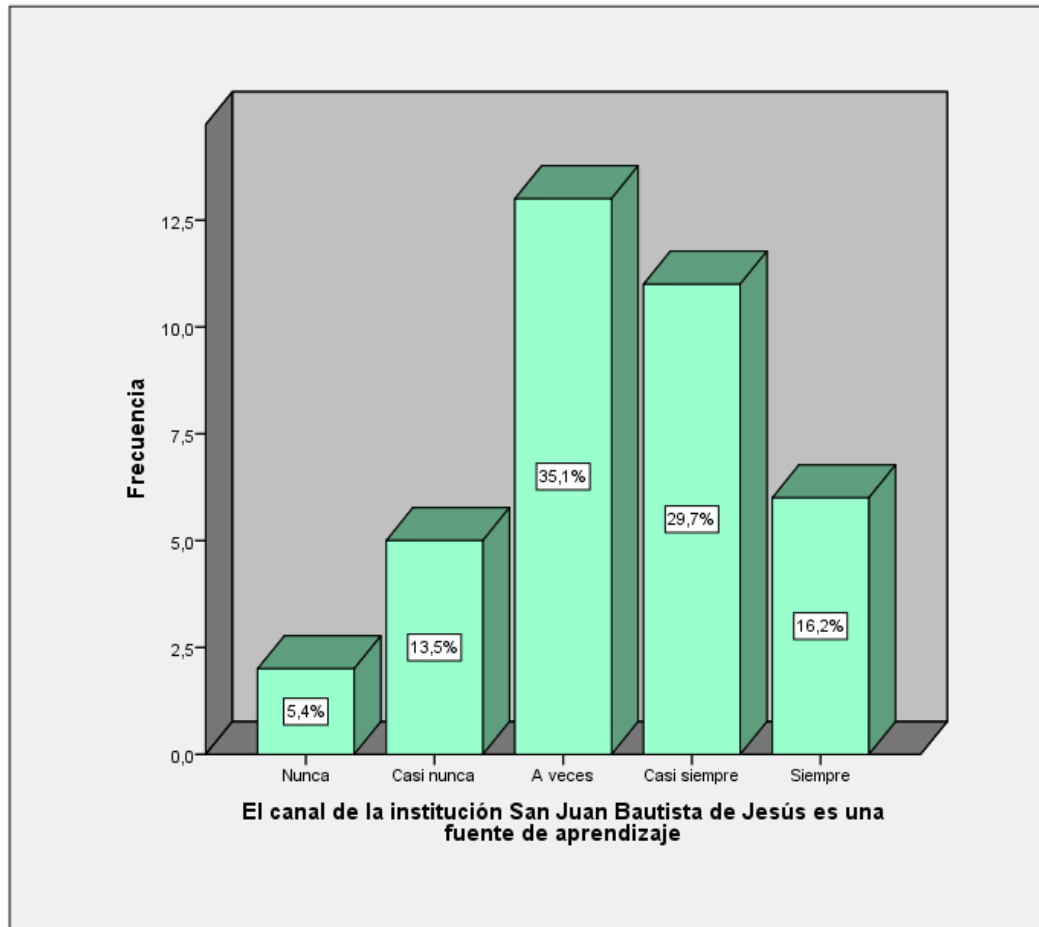
Tabla 4*El canal de la IES es una fuente de aprendizaje*

	F	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	2	5,4	5,4
	Casi nunca	5	13,5	18,9
	A veces	13	35,1	54,1
	Casi siempre	11	29,7	83,8
	Siempre	6	16,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 4

El canal de la IES es una fuente de aprendizaje



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 4 y Figura 4 muestran la frecuencia con la que los encuestados consideran el canal de la IES como una fuente de aprendizaje. Un 35,1% de los participantes afirma que 'A veces' lo utilizan como tal, lo que constituye la mayor frecuencia. Un 29,7% dice que 'Casi siempre' es una fuente de aprendizaje, seguido por un 16,2% que lo considera así 'Siempre'. Las respuestas 'Casi nunca' y 'Nunca' son menos frecuentes, con un 13,5% y un 5,4% respectivamente. Estos resultados sugieren que el canal es visto por una mayoría de los encuestados como un recurso educativo regular, con un uso menos frecuente para un segmento menor de la población. Esto implica que el canal desempeña un papel significativo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de la institución.

Tabla 5

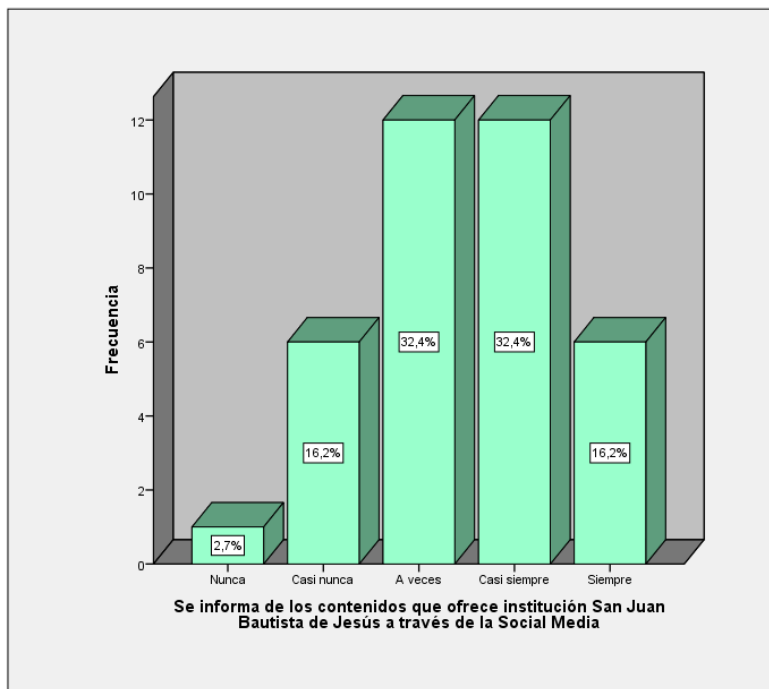
Se informa de los contenidos que ofrece la IES a través de la Social Media

	F	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	1	2,7	2,7
	Casi nunca	6	16,2	18,9
	A veces	12	32,4	51,4
	Casi siempre	12	32,4	83,8
	Siempre	6	16,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 5

Se informa de los contenidos que ofrece la IES a través de la Social Media



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 5 y Figura 5 ilustran cómo los individuos se informan de los contenidos que ofrece la IES a través de la social media. Un 32,4% de los encuestados reporta que se informa 'A veces', y la misma proporción indica que se informa 'Casi siempre'. Estos datos sugieren que un segmento significativo de la población consulta con regularidad los contenidos de la institución. Un 16,2% de los participantes afirma que se informa 'Siempre', lo que señala un grupo muy comprometido que sigue constantemente las actualizaciones. Por otro lado, un

16,2% también responde que 'Casi nunca' se informa, mientras que solo un 2,7% selecciona 'Nunca'. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados se mantienen al tanto de la institución a través de sus canales de social media, con una pequeña minoría que raramente o nunca accede a estos contenidos.

Tabla 6

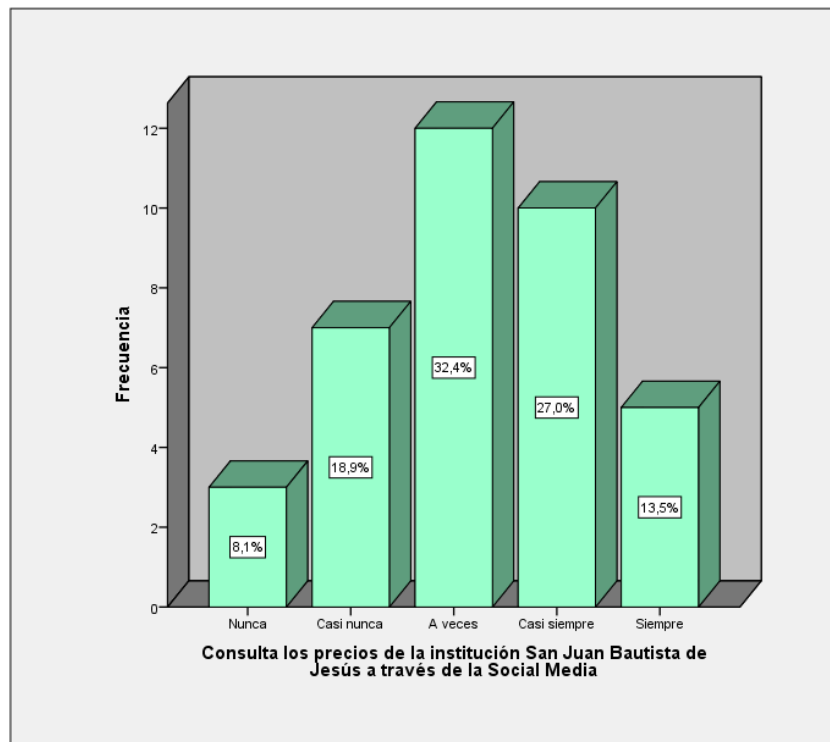
Consulta los precios de la IES a través de la Social Media

	F	%	% válido	% acumulado
Nunca	3	8,1	8,1	8,1
Casi nunca	7	18,9	18,9	27,0
A veces	12	32,4	32,4	59,5
Casi siempre	10	27,0	27,0	86,5
Siempre	5	13,5	13,5	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 6

Consulta los precios de la IES a través de la Social Media



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 6 y Figura 6 muestran la frecuencia con la que los encuestados consultan los precios de la IES a través de la social media. La categoría "A veces" y "Casi siempre" tienen la misma frecuencia, con un 32,4%, lo que afirma que una parte considerable de los encuestados busca información sobre precios con una regularidad significativa. La siguiente frecuencia más alta se encuentra en la categoría "Casi nunca", con un 18,9%, seguida por "Siempre" con un 13,5%. La categoría "Nunca" es la menos frecuente, con solo un 8,1% de los encuestados indicando que no consultan los precios en absoluto. Esto indica que la mayoría de los encuestados utilizan la social media para informarse sobre los precios de la institución en cierto grado, con una minoría que no recurre a estas plataformas para dicha información.

Tabla 7

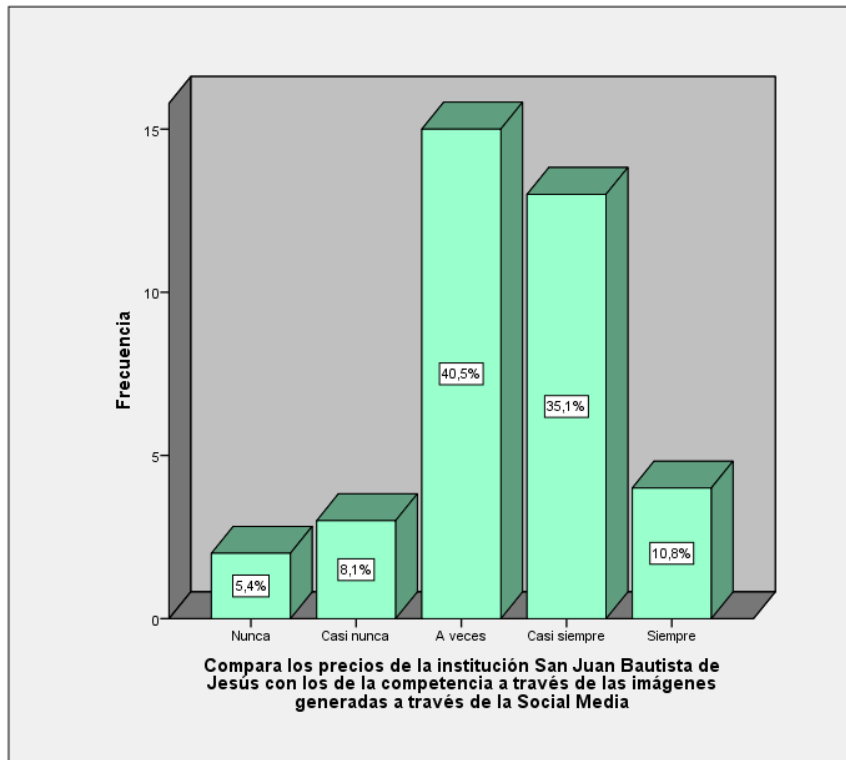
Compara los precios con los de la competencia a través de las imágenes

	F	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	2	5,4	5,4
	Casi nunca	3	8,1	13,5
	A veces	15	40,5	54,1
	Casi siempre	13	35,1	89,2
	Siempre	4	10,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 7

Compara los precios con los de la competencia a través de las imágenes



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 7 y Figura 7 representan cómo los individuos comparan los precios de la IES con los de la competencia a través de imágenes generadas en social media. Un 40,5% de los encuestados lo hace "A veces", lo cual es la proporción más alta indicada en el gráfico, seguido de un 35,1% que compara precios "Casi siempre". Estos porcentajes afirman que una mayoría de los participantes están activamente evaluando los precios de la institución educativa en relación con otras opciones disponibles. Un 10,8% de los encuestados realiza esta comparación "Siempre", lo que señala un nivel de compromiso constante con el análisis de precios. Las respuestas "Casi nunca" y "Nunca" son menos frecuentes, con un 8,1% y un 5,4% respectivamente, lo que implica que una minoría de los encuestados raramente o nunca recurre a las redes sociales para comparar precios de esta manera.

Tabla 8

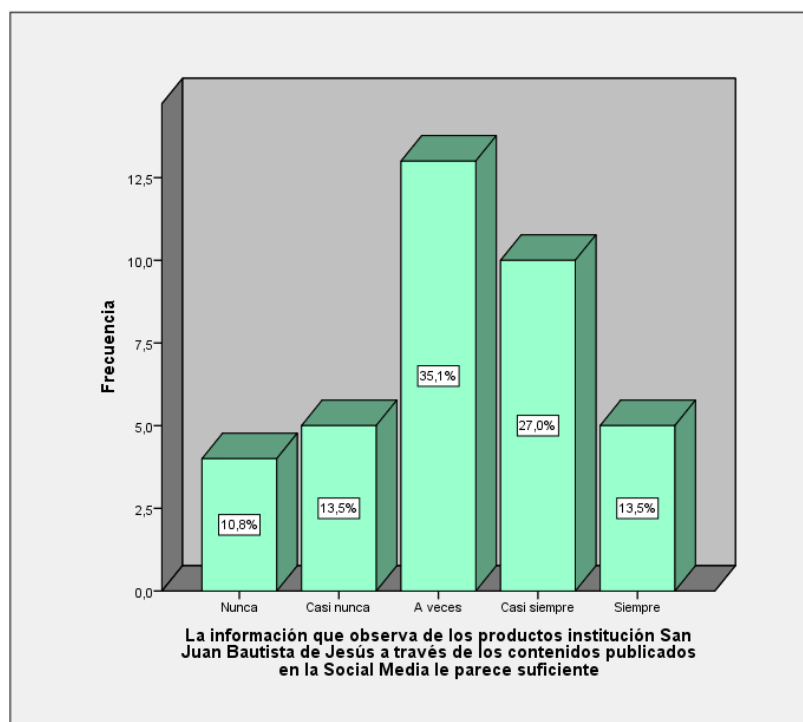
La información de los productos en la Social Media le parece suficiente

	F	%	% válido	% acumulado
Nunca	4	10,8	10,8	10,8
Casi nunca	5	13,5	13,5	24,3
A veces	13	35,1	35,1	59,5
Casi siempre	10	27,0	27,0	86,5
Siempre	5	13,5	13,5	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 8

La información de los productos en la Social Media le parece suficiente



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 8 y Figura 8 muestran la percepción de los encuestados sobre la suficiencia de la información proporcionada por la institución en las redes sociales respecto a sus productos. Una mayoría del 35,1% considera que la información es suficiente solo "A veces". El 27,0% de los encuestados cree que la información es

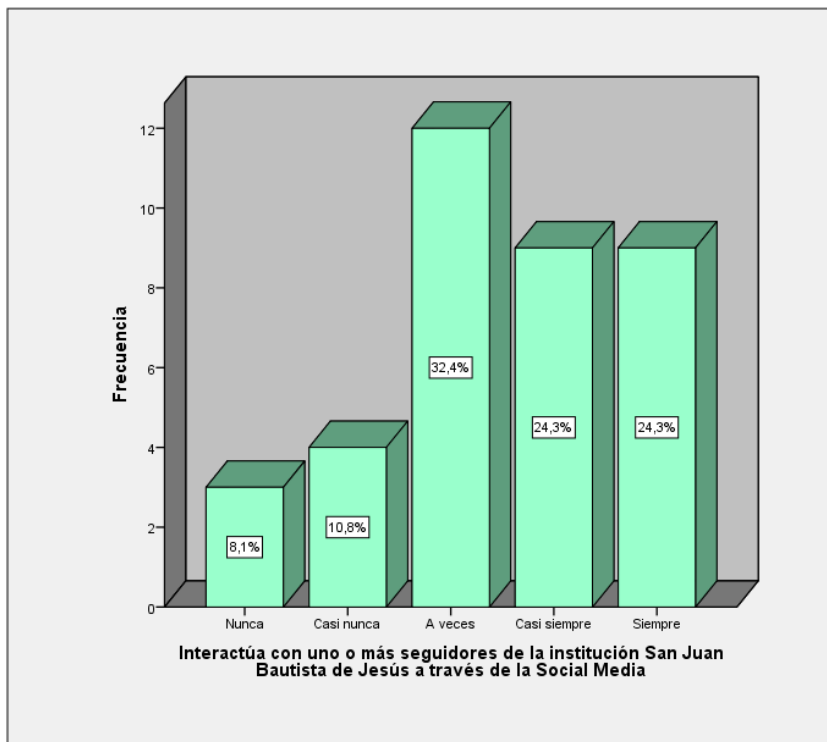
"Casi siempre" suficiente, mientras que un 13,5% opina que es "Siempre" suficiente. Por otro lado, un 13,5% siente que la información es "Casi nunca" suficiente y un 10,8% piensa que "Nunca" es suficiente. Estos resultados indican que, aunque hay una tendencia a encontrar la información en las redes sociales adecuada, existe una proporción significativa de usuarios que sienten que la información podría ser más completa o frecuente.

Tabla 9
Interactúa con uno o más seguidores de la Social Media

	F	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	3	8,1	8,1
	Casi nunca	4	10,8	18,9
	A veces	12	32,4	51,4
	Casi siempre	9	24,3	75,7
	Siempre	9	24,3	100,0
	Total	37	100,0	100,0

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 9
Interactúa con uno o más seguidores a través de la Social Media



Nota. Encuesta desarrollada



La Tabla 9 y Figura 9 reflejan la frecuencia con la que los individuos interactúan con uno o más seguidores de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús en social media. La mayoría, un 32,4%, indica que interactúan "A veces". Las categorías "Casi siempre" y "Siempre" tienen la misma frecuencia, con un 24,3% cada una, lo que demuestra que casi la mitad de los encuestados están bastante activos en la interacción con seguidores de la institución. En el extremo inferior, un 10,8% de los encuestados dicen que "Casi nunca" interactúan, y un pequeño porcentaje, un 8,1%, señala que "Nunca" lo hacen. Esto afirma que hay una participación considerable en la comunidad en línea de la institución, con la mayoría de los encuestados comprometidos en algún nivel de interacción a través de las redes sociales.

Tabla 10

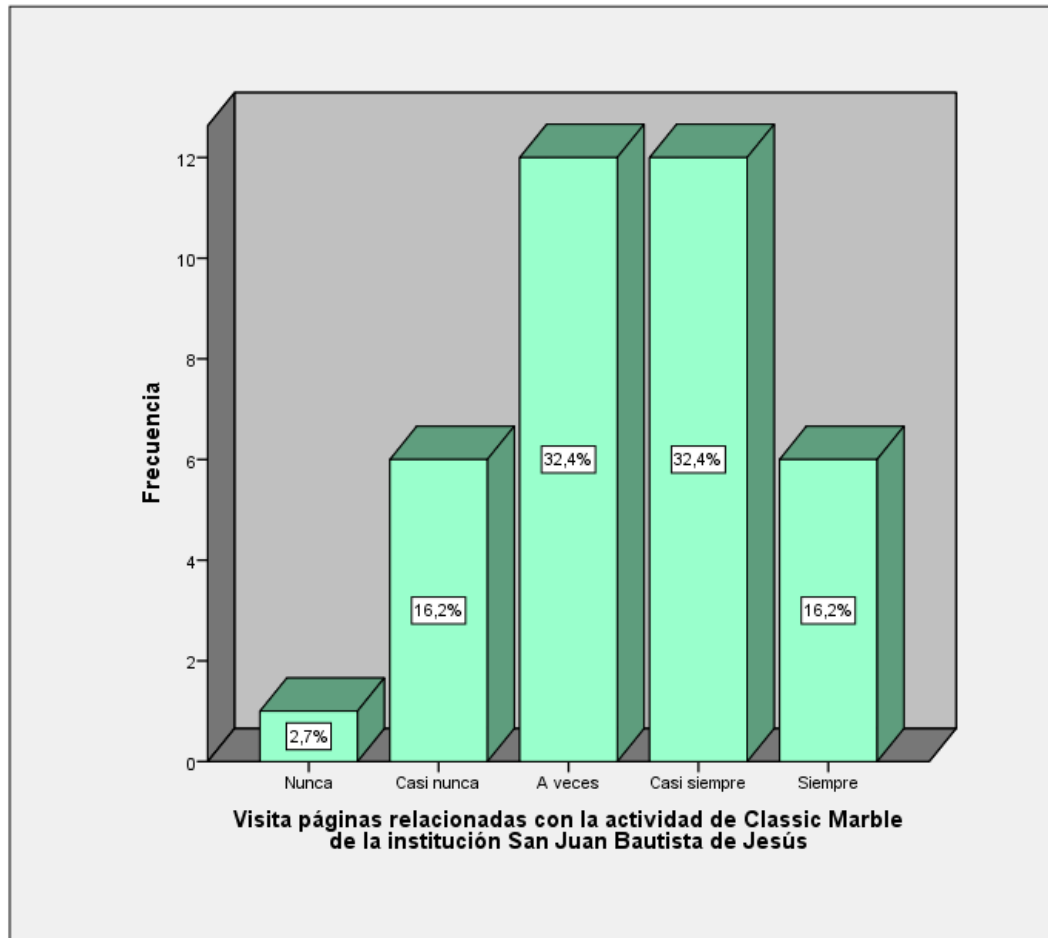
Visita páginas relacionadas con la actividad de Classic Marble

	F	%	% válido	% acumulado
Nunca	1	2,7	2,7	2,7
Casi nunca	6	16,2	16,2	18,9
A veces	12	32,4	32,4	51,4
Casi siempre	12	32,4	32,4	83,8
Siempre	6	16,2	16,2	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 10

Visita páginas relacionadas con la actividad de Classic Marble



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 10 y Figura 10 presentan datos sobre la frecuencia con la que las personas visitan páginas. Se observa que un 32,4% de los encuestados visita estas páginas "A veces", lo que indica una interacción moderada. La misma proporción, otro 32,4%, lo hace "Casi siempre", señalando un grupo significativo que con frecuencia busca información sobre esta actividad específica. Un 16,2% de los participantes indican que visitan estas páginas "Siempre", lo que refleja un compromiso regular y constante. En contraste, un 16,2% visita las páginas "Casi nunca" y solo un 2,7% "Nunca" las visita. Estos resultados muestran un interés considerable por parte de los encuestados en las actividades de Classic Marble asociadas a la institución, con la mayoría involucrándose al menos ocasionalmente.



Contrastación de hipótesis 1

La contrastación de la hipótesis, basada en el análisis exhaustivo de los datos presentados en las tablas y figuras del 1 al 10, revela una tendencia de uso regular de las redes sociales entre los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús. Este hallazgo sugiere una interacción equilibrada con las plataformas de social media, situándose en un nivel intermedio de frecuencia y participación. La evaluación detallada de estos resultados permite una comprensión más profunda de cómo la social media se integra en la vida cotidiana de los estudiantes, proporcionando una base sólida para discutir las implicaciones de este uso regular y su influencia en el ámbito educativo y social.

Evaluar el perfil vocacional en los alumnos de la institución San Juan Bautista de Jesús

Tabla 11

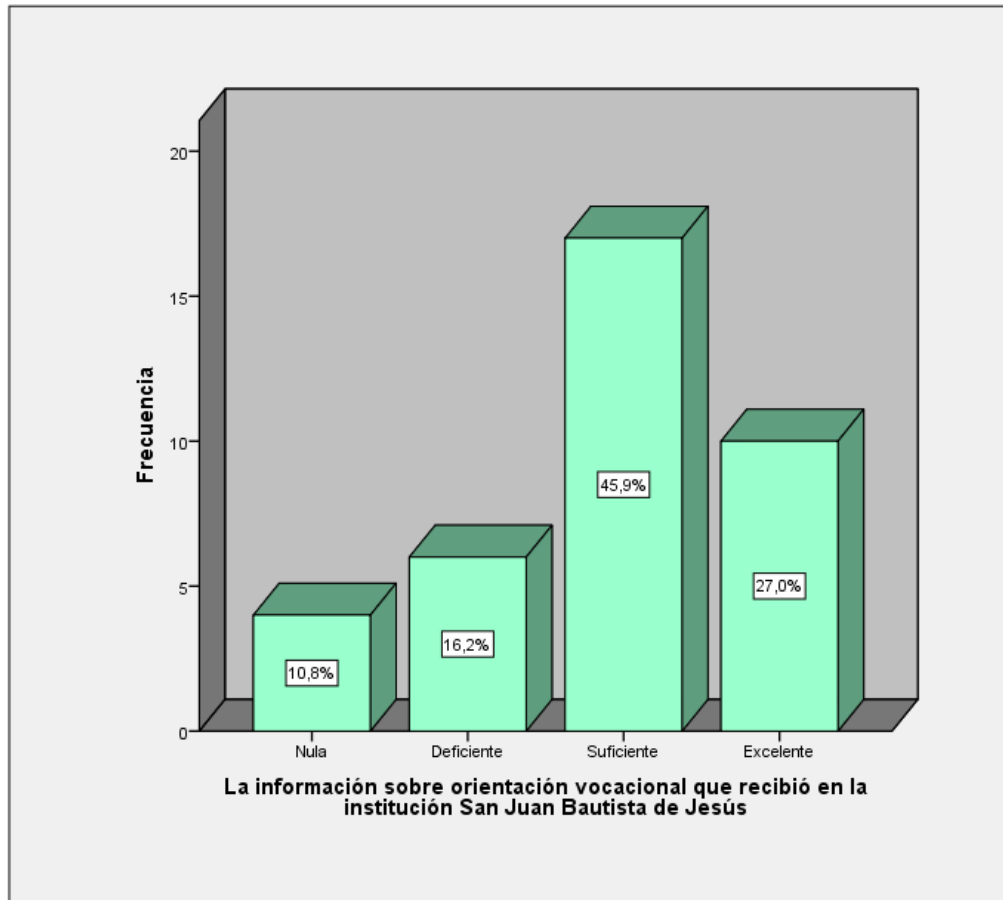
Información sobre orientación vocacional que recibió en la institución educativa

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	4	10,8	10,8	10,8
Deficiente	6	16,2	16,2	27,0
Válido Suficiente	17	45,9	45,9	73,0
Excelente	10	27,0	27,0	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 11

Información sobre orientación vocacional que recibió en la institución educativa



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 11 y Figura 11 ilustran las opiniones de los encuestados sobre la calidad de la información de orientación vocacional que recibieron en la institución educativa. La mayor parte de los encuestados, un 45,9%, califican la información recibida como "Suficiente". Un 27,0% la considera "Excelente", lo que afirma un alto grado de satisfacción entre estos participantes. Por otro lado, un 16,2% sienten que la información es "Deficiente" y un pequeño porcentaje, un 10,8%, la considera "Nula". Estos datos indican que, en general, la mayoría de los encuestados están relativamente satisfechos con la orientación vocacional proporcionada, aunque hay un segmento que percibe que hay espacio para mejora o que no recibieron la información adecuada.

Tabla 12

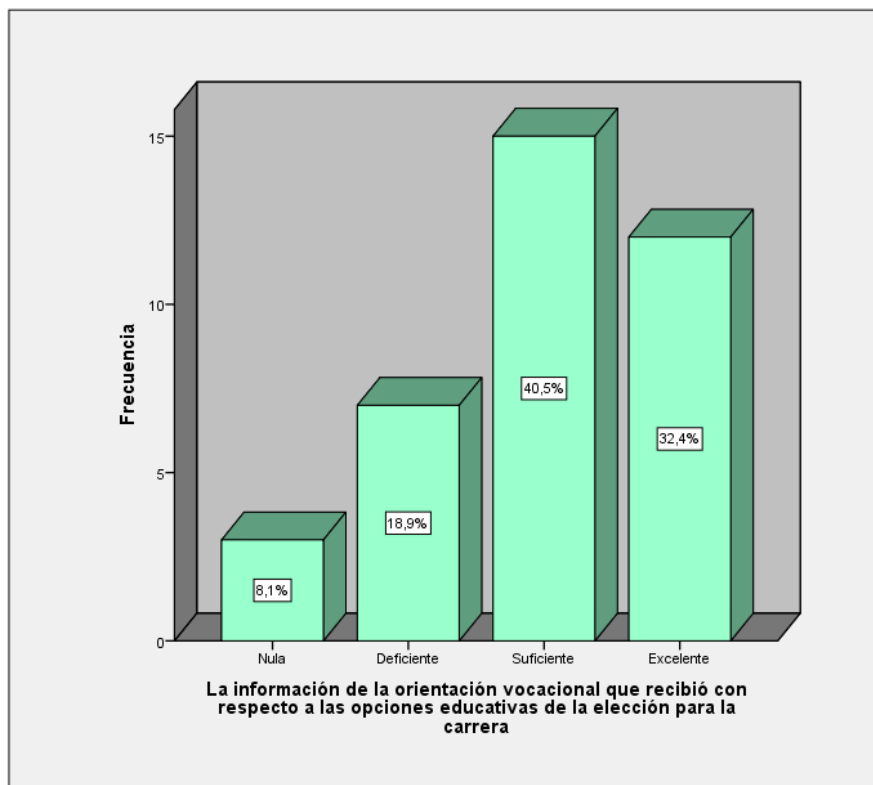
Información de la orientación vocacional de la elección para la carrera

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	7	18,9	18,9	27,0
Válido Suficiente	15	40,5	40,5	67,6
Excelente	12	32,4	32,4	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 12

Información de la orientación vocacional de la elección para la carrera



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 12 y Figura 12 muestran la valoración de los encuestados sobre la información de orientación vocacional recibida en relación con las opciones educativas para la elección de carrera. La mayor parte de los encuestados, un 40,5%, considera la información como "Suficiente". Un 32,4% califica la información

recibida como "Excelente", lo que indica una respuesta positiva significativa. En contraste, un 18,9% percibe la información como "Deficiente", y un pequeño porcentaje, un 8,1%, la considera "Nula". Estos resultados reflejan que la mayoría de los encuestados se sienten medianamente o muy satisfechos con la orientación vocacional proporcionada, pero también destaca una necesidad de mejora para asegurar que la información cumpla con las expectativas y necesidades de todos los estudiantes en su proceso de decisión de carrera.

Tabla 13

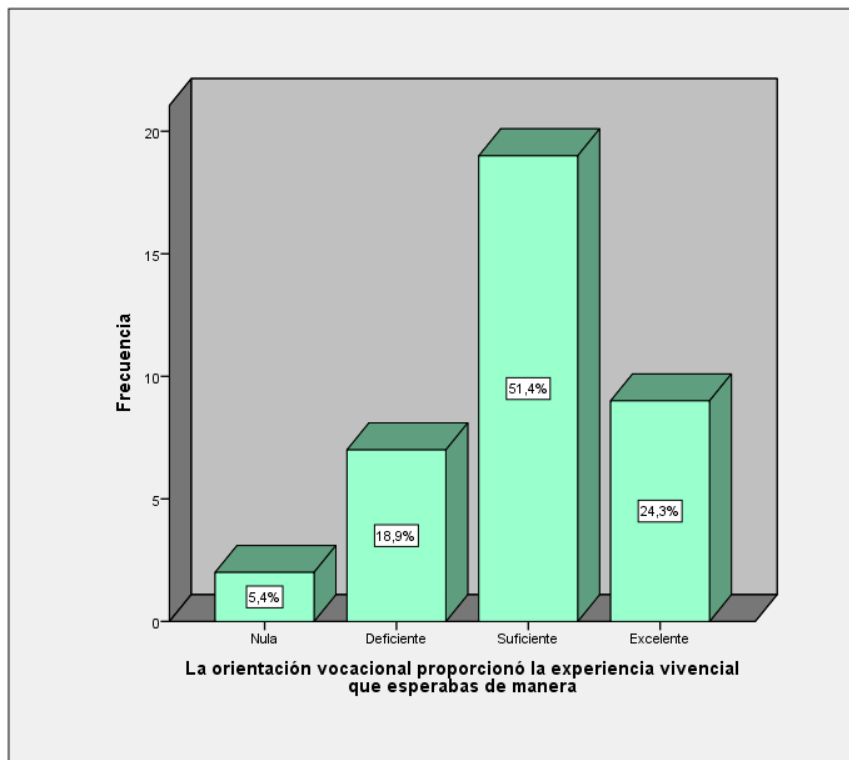
La orientación vocacional proporcionó la experiencia vivencial

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	2	5,4	5,4	5,4
Deficiente	7	18,9	18,9	24,3
Válido Suficiente	19	51,4	51,4	75,7
Excelente	9	24,3	24,3	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

FIGURA 13.

La orientación vocacional proporcionó la experiencia vivencial.



Nota. Encuesta desarrollada

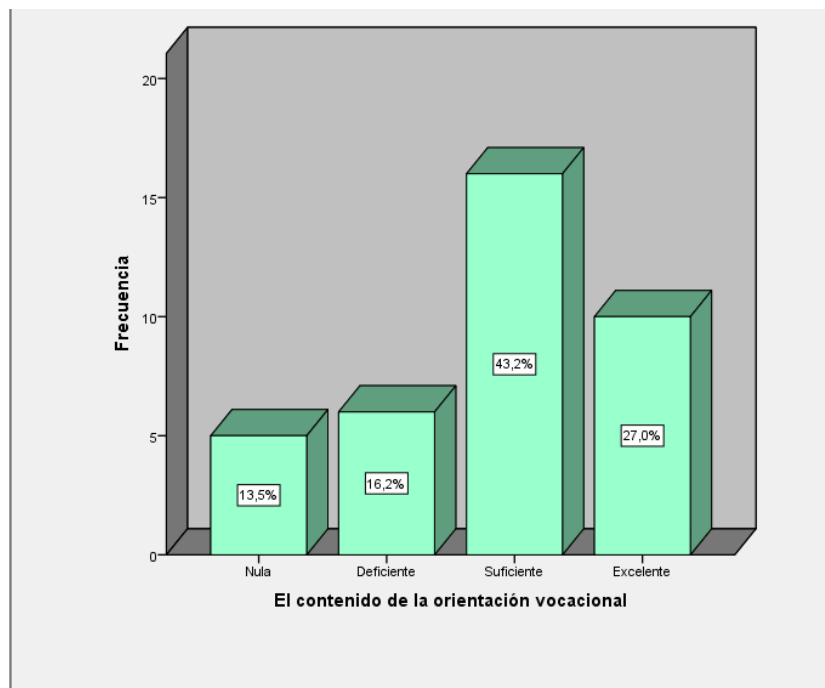
La Tabla 13 y Figura 13 representan la evaluación de los encuestados sobre si la orientación vocacional les proporcionó la experiencia vivencial que esperaban. La mayoría, con un significativo 51,4%, califica la experiencia como "Suficiente". Un 24,3%. Estos resultados afirman que más de la mitad de los encuestados encontraron la orientación vocacional práctica y ajustada a sus expectativas, aunque hay una proporción notable que cree que podría mejorarse.

Tabla 14
El contenido de la orientación vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	5	13,5	13,5	13,5
Deficiente	6	16,2	16,2	29,7
Válido Suficiente	16	43,2	43,2	73,0
Excelente	10	27,0	27,0	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 14
El contenido de la orientación vocacional



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 14 y Figura 14 muestran las percepciones de los encuestados sobre el contenido de la orientación vocacional que recibieron. La mayoría, un 43,2%,

califica el contenido como "Suficiente". Un 27,0% de los encuestados lo considera "Excelente", lo que refleja una proporción significativa de respuestas muy positivas. Por otro lado, un 16,2% evalúa el contenido como "Deficiente" y un 13,5% lo considera "Nulo". Estos resultados indican que, mientras que una mayoría de los encuestados se siente medianamente satisfecha con el contenido de la orientación vocacional.

Tabla 15

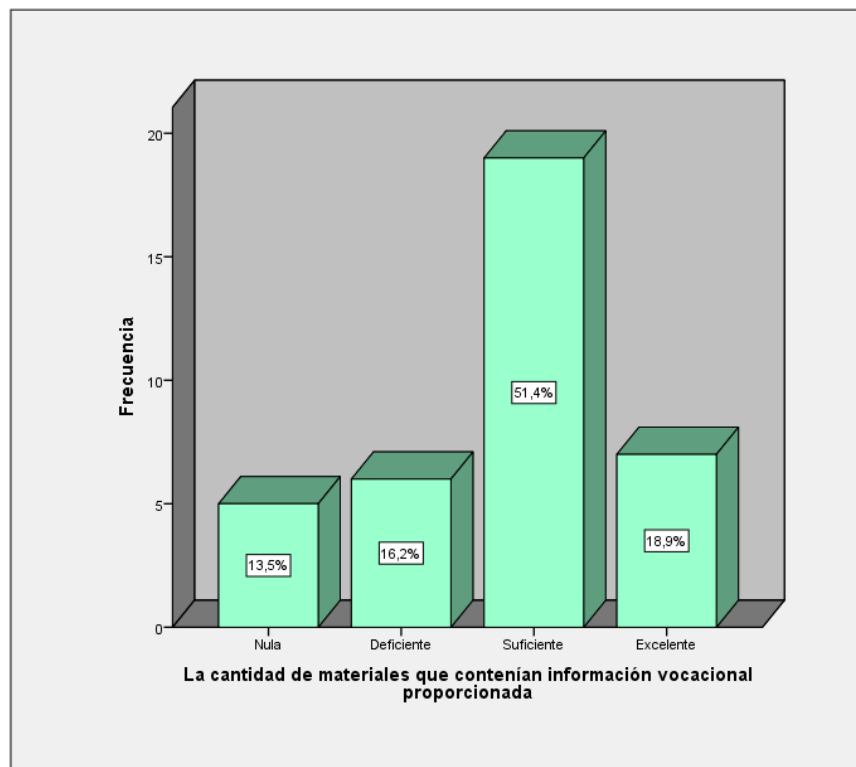
Cantidad de materias que contenían información vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	5	13,5	13,5	13,5
Deficiente	6	16,2	16,2	29,7
Válido Suficiente	19	51,4	51,4	81,1
Excelente	7	18,9	18,9	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 15

Cantidad de materiales que contenían información vocacional



Nota. Encuesta desarrollada



La Tabla 15 y Figura 15 muestran las opiniones de los encuestados acerca de la cantidad de materiales que contenían información vocacional proporcionada. Una mayoría, el 51,4%, siente que la cantidad de materiales fue "Suficiente". Sin embargo, hay un 18,9% que considera que los materiales proporcionados fueron "Excelentes", indicando una alta satisfacción con la cantidad de recursos disponibles. En contraste, un 16,2% de los encuestados percibe la cantidad de materiales como "Deficiente", y un 13,5% los califica como "Nulos". Esto afirma que mientras más de la mitad de los participantes estaban contentos con la cantidad de información vocacional recibida, hay una proporción significativa que cree que se podrían mejorar los recursos proporcionados.

Tabla 16

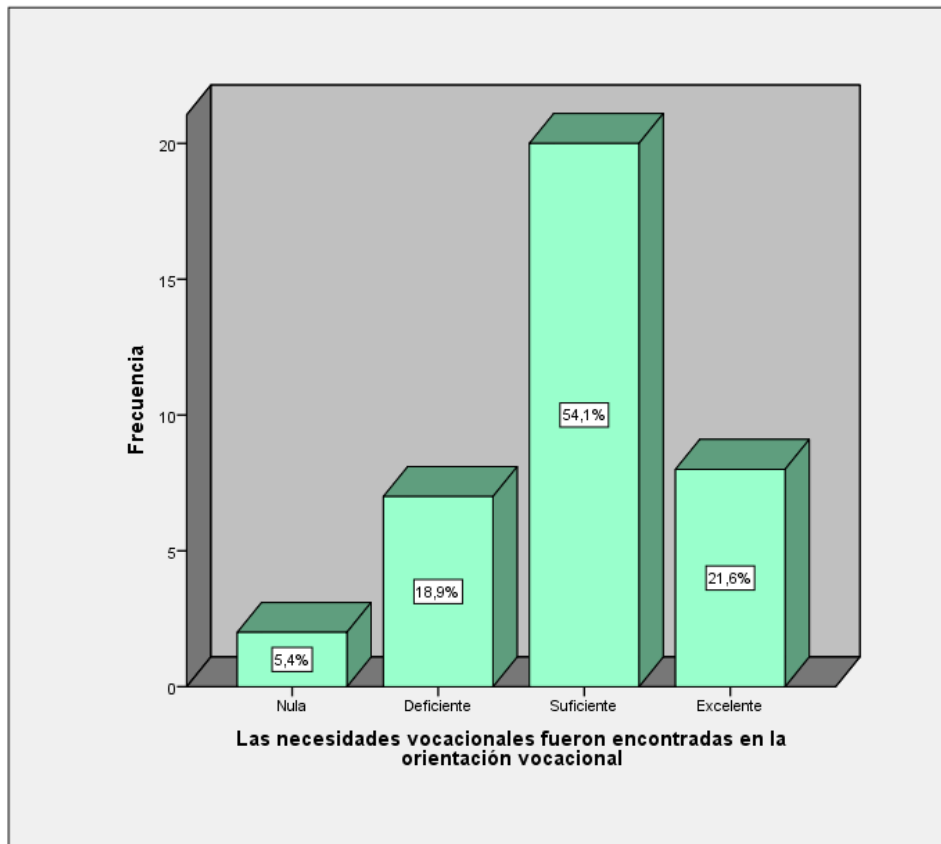
Las necesidades fueron encontradas en la orientación vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	2	5,4	5,4	5,4
Deficiente	7	18,9	18,9	24,3
Válido Suficiente	20	54,1	54,1	78,4
Excelente	8	21,6	21,6	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 16

Las necesidades fueron encontradas en la orientación vocacional



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 16 y Figura 16 muestran sobre cómo las necesidades vocacionales fueron satisfechas por la orientación vocacional. Una mayoría, el 54,1%, juzga que sus necesidades fueron "Suficientemente" atendidas. Un 21,6% de los encuestados considera que la orientación vocacional fue "Excelente" en satisfacer sus necesidades, lo cual indica una respuesta bastante positiva. Por otro lado, un 18,9% la considera "Deficiente" y un pequeño 5,4% la califica como "Nula" en cuanto a satisfacer sus necesidades vocacionales. Estos resultados afirman que, aunque la mayoría de los participantes encontraron lo que necesitaban en la orientación vocacional, existe un grupo significativo que percibe que la orientación no cumplió completamente con sus expectativas o necesidades.

Tabla 17

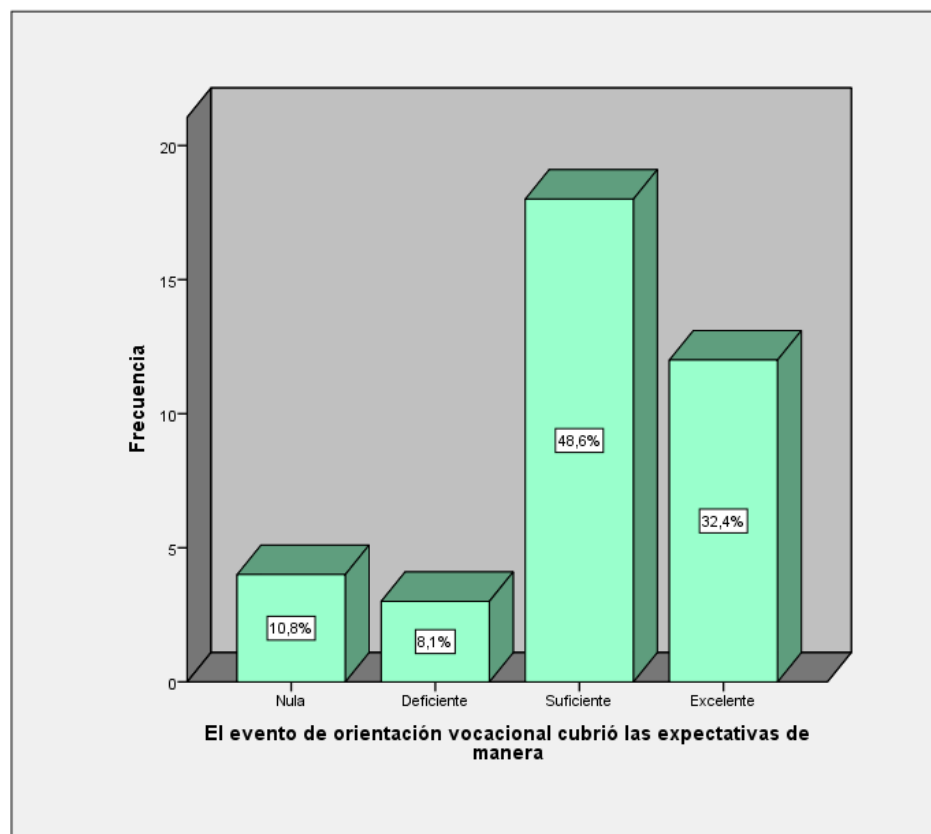
La orientación vocacional cubrió las expectativas

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	4	10,8	10,8	10,8
Deficiente	3	8,1	8,1	18,9
Válido Suficiente	18	48,6	48,6	67,6
Excelente	12	32,4	32,4	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 17

La orientación vocacional cubrió las expectativas



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 17 y Figura 17 muestran la evaluación de los encuestados sobre si el evento de orientación vocacional cumplió con sus expectativas. La mayoría, un 48,6%, siente que el evento cubrió sus expectativas de manera "Suficiente". Un

32,4% de los encuestados percibe que el evento fue "Excelente" en cumplir con sus expectativas, reflejando un nivel de satisfacción alto. En contraposición, un 10,8% considera que el evento no cumplió sus expectativas, calificándolo como "Nulo", y un 8,1% lo considera "Deficiente".

Tabla 18

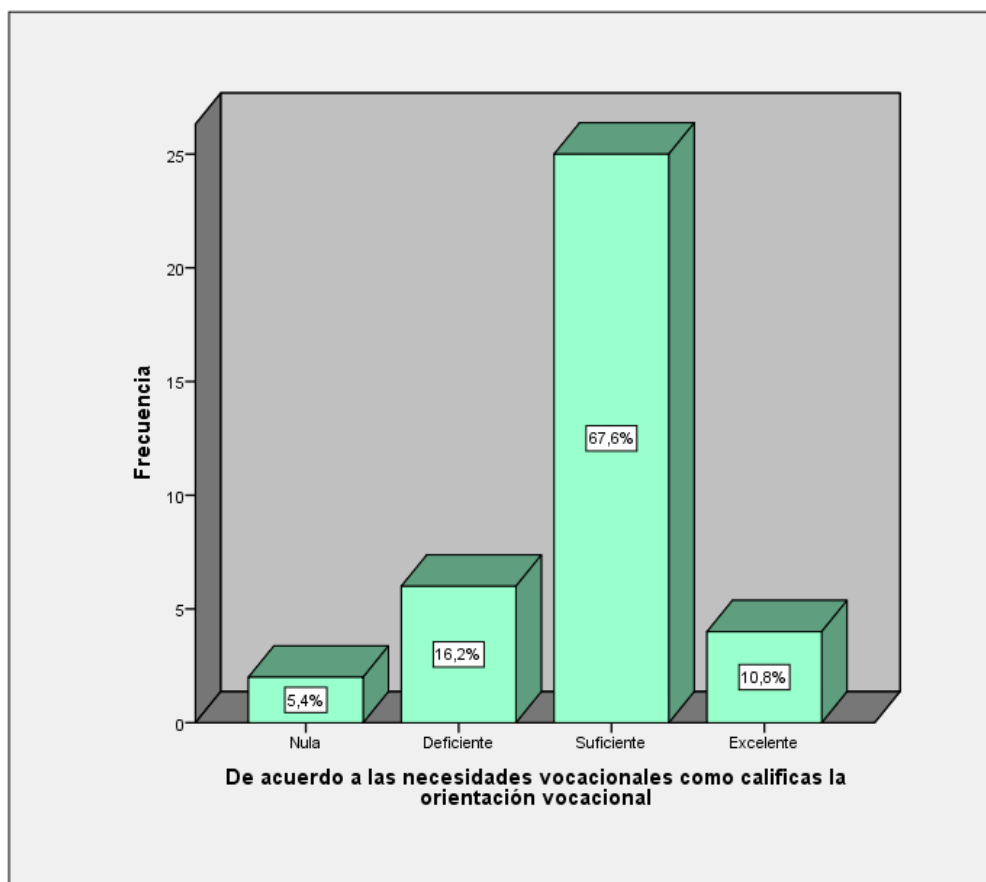
Como calificas la orientación vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	2	5,4	5,4	5,4
Deficiente	6	16,2	16,2	21,6
Válido Suficiente	25	67,6	67,6	89,2
Excelente	4	10,8	10,8	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 18

Como calificas la orientación vocacional



Nota. Encuesta desarrollada



La Tabla 18 y Figura 18 representan las opiniones de los encuestados sobre cómo califican la orientación vocacional proporcionada, en función de sus necesidades vocacionales. Una aplastante mayoría, el 67,6%, considera que la orientación vocacional fue "Suficiente" para satisfacer sus necesidades. Por otro lado, un 10,8% la califica como "Excelente", lo que indica que, aunque menor en número, hay un grupo significativo de encuestados que quedaron altamente satisfechos. Un 16,2% considera que la orientación fue "Deficiente" y una pequeña minoría, un 5,4%, la considera "Nula". Esto afirma que mientras la mayoría percibe que sus necesidades fueron atendidas de manera adecuada, hay espacio para mejorar la calidad de la orientación vocacional para un segmento de los encuestados.

Tabla 19

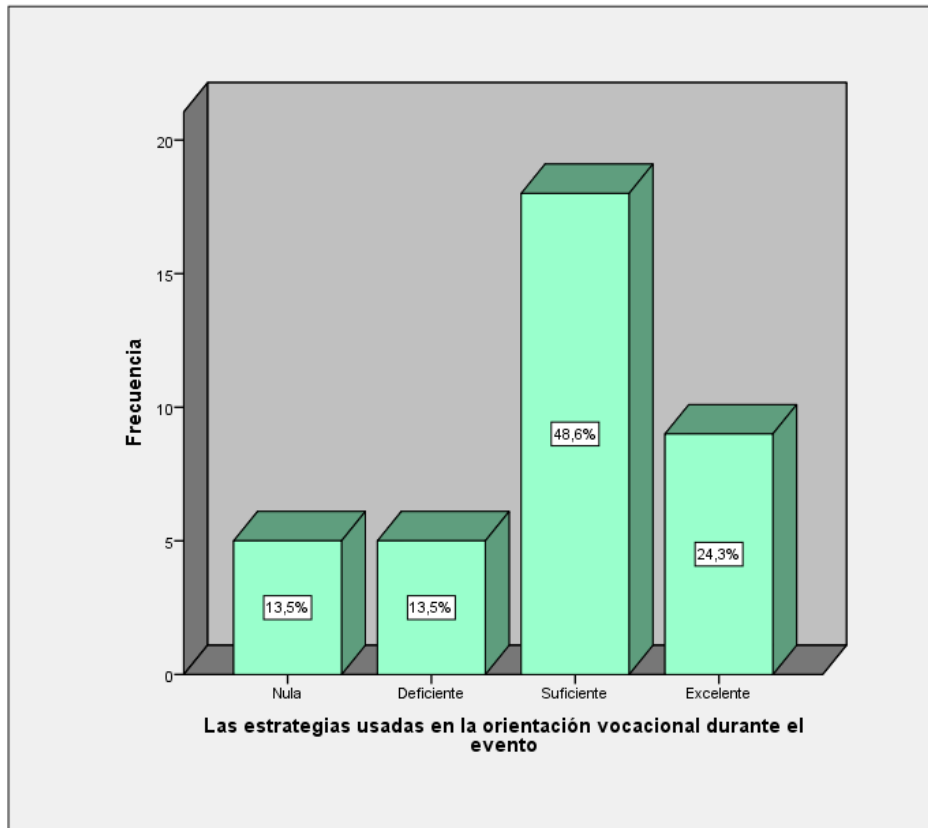
Estrategias usadas en la orientación vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	5	13,5	13,5	13,5
Deficiente	5	13,5	13,5	27,0
Válido Suficiente	18	48,6	48,6	75,7
Excelente	9	24,3	24,3	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 19

Estrategias usadas en la orientación vocacional



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 19 y Figura 19 describen las percepciones de los participantes sobre la efectividad de las estrategias usadas en la orientación vocacional durante un evento. La mayoría de los encuestados, un 48,6%, califica las estrategias utilizadas como "Suficientes". Un 24,3% las considera "Excelentes", lo cual indica que estas estrategias han sido muy bien recibidas por una cuarta parte de los participantes. En cambio, un 13,5% opina que las estrategias fueron "Deficientes" y otro 13,5% las ve como "Nulas". Estas cifras muestran que, mientras hay una clara tendencia hacia una valoración positiva, existe también una proporción significativa de los encuestados que cree que las estrategias podrían ser mejoradas o que no fueron efectivas en el contexto del evento.

Tabla 20

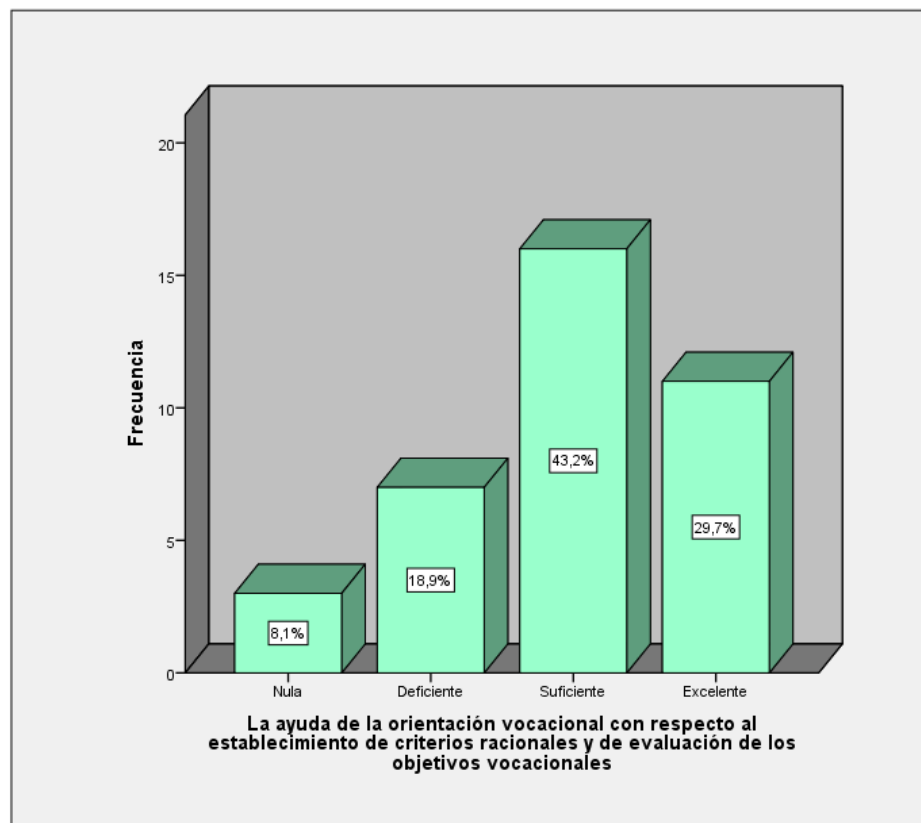
Orientación vocacional de criterios racionales y de evaluación

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	7	18,9	18,9	27,0
Válido Suficiente	16	43,2	43,2	70,3
Excelente	11	29,7	29,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 20

Orientación vocacional de criterios racionales y de evaluación



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 20 y Figura 20 muestran cómo los participantes evalúan la ayuda proporcionada por la orientación vocacional en el establecimiento de criterios racionales y en la evaluación de los objetivos vocacionales. La mayoría, un 43,2%, considera que la ayuda fue "Suficiente". Un 29,7% la valora como "Excelente", indicando una buena proporción de encuestados que están muy satisfechos con el apoyo recibido.

Tabla 21

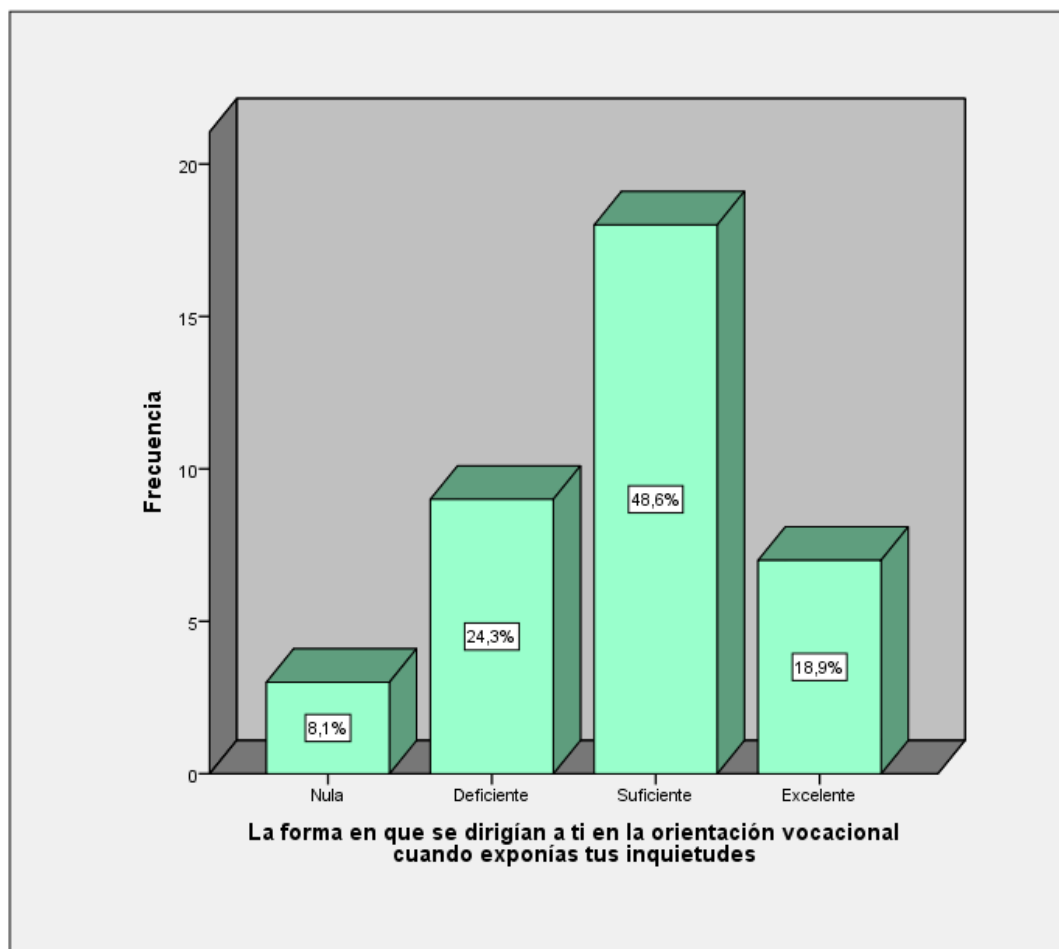
Manera en que se dirijan a ti en la orientación vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	9	24,3	24,3	32,4
Válido Suficiente	18	48,6	48,6	81,1
Excelente	7	18,9	18,9	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 21

Manera en que se dirijan a ti en la orientación vocacional



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 21 y Figura 21 muestran cómo los encuestados perciben la manera en que se dirigieron a ellos durante la orientación vocacional cuando exponían sus inquietudes. La mayoría, un 48,6%, califica la interacción como "Suficiente", lo que sugiere que la mayoría encontró la comunicación adecuada. Un 24,3% la considera

"Deficiente", indicando que casi un cuarto de los encuestados sintió que la manera en que se les abordó no cumplió con sus expectativas. En conjunto, estos datos revelan que, aunque la mayoría de los participantes están satisfechos con el nivel de comunicación, hay margen para mejorar la calidad de la interacción en la orientación vocacional.

Tabla 22

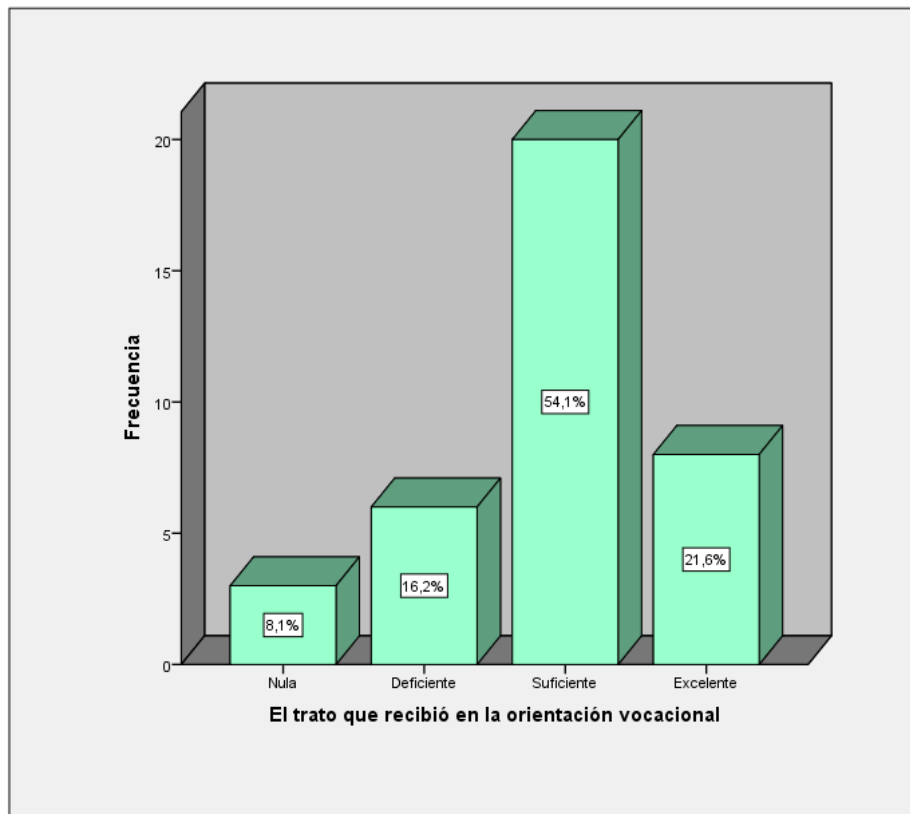
El trato que recibió en la orientación vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	6	16,2	16,2	24,3
Válido Suficiente	20	54,1	54,1	78,4
Excelente	8	21,6	21,6	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 22

El trato que recibió en la orientación vocacional



Nota. Encuesta desarrollada



La Tabla 22 y Figura 22 representan la percepción de los encuestados sobre el trato que recibieron en la orientación vocacional. Una mayoría, el 54,1%, califica el trato como "Suficiente", indicando que, para más de la mitad de los participantes, el trato fue adecuado. Un 21,6% lo considera "Excelente", lo que muestra un nivel de satisfacción destacable en esa proporción de los encuestados. Por otro lado, un 16,2% percibe el trato como "Deficiente", señalando que hay una parte significativa que encontró deficiencias en la atención recibida. Un pequeño porcentaje, el 8,1%, lo califica como "Nulo", lo cual podría indicar que no recibieron ningún tipo de trato o que fue inexistente a sus efectos. Estos resultados afirman que mientras hay un nivel general de aceptación sobre el trato recibido, hay oportunidades de mejora en la calidad del servicio proporcionado en la orientación vocacional.

Tabla 23

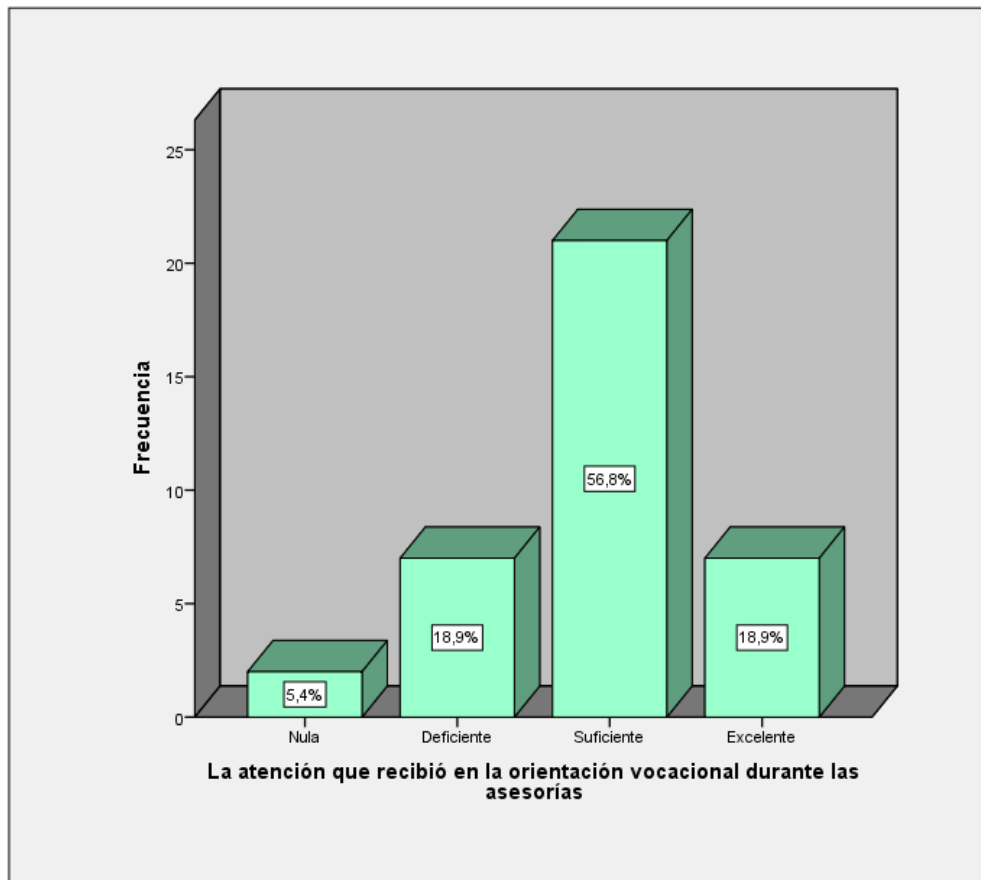
Atención que recibió en la orientación vocacional

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	2	5,4	5,4	5,4
Deficiente	7	18,9	18,9	24,3
Válido Suficiente	21	56,8	56,8	81,1
Excelente	7	18,9	18,9	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 23.

Atención que recibió en la orientación vocacional



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 23 y Figura 23 muestran cómo los encuestados valoran la atención recibida durante las asesorías de orientación vocacional. La mayoría, un 56,8%, considera que la atención fue "Suficiente", lo que indica que más de la mitad de los participantes encontraron la atención recibida adecuada. Un 18,9% califica la atención como "Excelente", mostrando un nivel de satisfacción significativo. Por otro lado, un igual 18,9% considera que la atención fue "Deficiente", y una minoría del 5,4% la valora como "Nula". Estos resultados reflejan que, aunque la mayoría de los participantes están satisfechos con la atención proporcionada, existe una proporción no despreciable de encuestados que sienten que la calidad de la atención podría mejorar.

Tabla 24

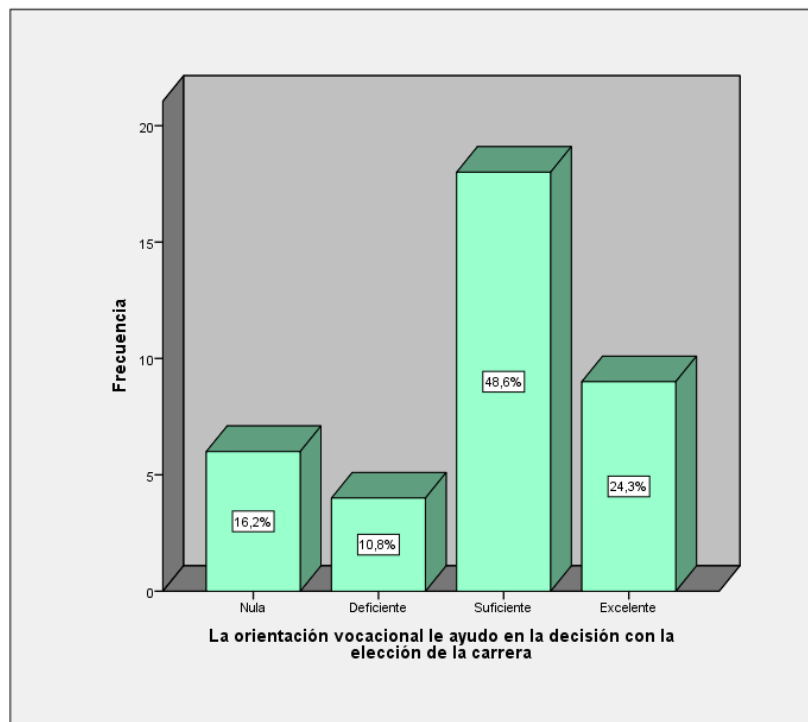
Orientación vocacional ayudo en la decisión de la carrera

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	6	16,2	16,2	16,2
Deficiente	4	10,8	10,8	27,0
Válido Suficiente	18	48,6	48,6	75,7
Excelente	9	24,3	24,3	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 24

Orientación vocacional con la elección de la carrera



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 24 y Figura 24 representan la percepción de los encuestados sobre la eficacia de la orientación vocacional en ayudarles con la decisión de elección de carrera. Casi la mitad, un 48,6%, considera que la ayuda recibida fue "Suficiente", indicando que la mayoría siente que la orientación cumplió adecuadamente con su propósito. Un 24,3% califica la ayuda como "Excelente", mostrando un alto nivel de

satisfacción entre estos encuestados. Por otro lado, un 16,2% la evalúa como "Deficiente" y un 10,8% la considera "Nula", lo que sugiere que hay un segmento de los participantes que cree que la orientación vocacional no fue efectiva en apoyar su proceso de toma de decisiones en la elección de carrera.

Tabla 25

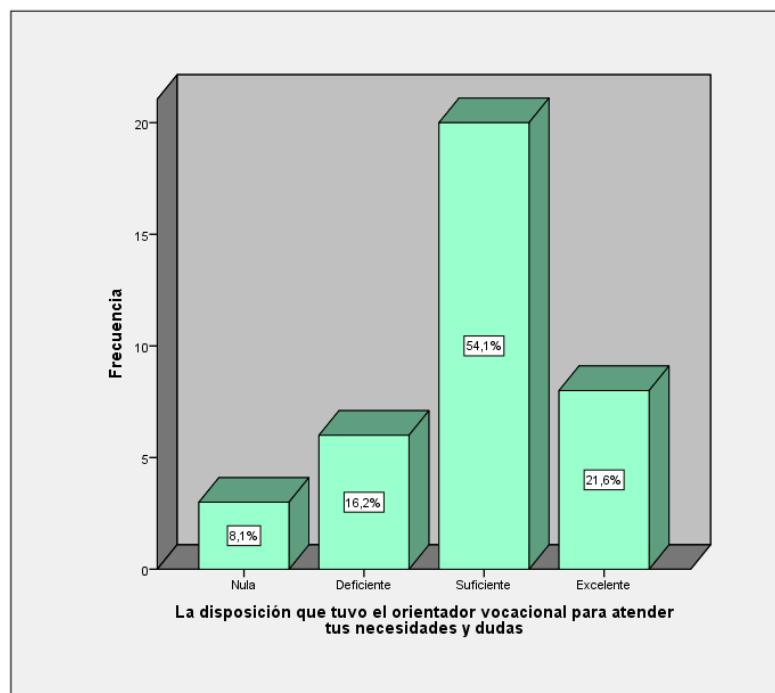
Disposición del orientador vocacional para atender tus dudas

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	6	16,2	16,2	24,3
Válido Suficiente	20	54,1	54,1	78,4
Excelente	8	21,6	21,6	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 25

Disposición que tuvo el orientador vocacional para atender tus dudas



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 25 y Figura 25 muestran la valoración de los encuestados sobre la disposición del orientador vocacional para atender sus necesidades y dudas. La mayoría, un 54,1%, siente que la disposición del orientador fue "Suficiente", lo que

indica que más de la mitad encontraron que su orientador estaba razonablemente disponible para ayudarles. Un 21,6% de los encuestados valora la disposición como "Excelente", mostrando un nivel de satisfacción significativo con la atención recibida. Por otro lado, un 16,2% percibe la disposición como "Deficiente", y un pequeño 8,1% la considera "Nula". Esto afirma que, aunque la mayoría de los participantes se sienten bien atendidos, hay un segmento que ve necesario mejorar la accesibilidad y el compromiso del orientador vocacional.

Tabla 26

La orientación vocacional organizó visita a exposiciones de su interés

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	5	13,5	13,5	21,6
Válido Suficiente	20	54,1	54,1	75,7
Excelente	9	24,3	24,3	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 26

La orientación vocacional organizó visita a exposiciones de su interés



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 26 y Figura 26 muestran la opinión de los encuestados sobre cómo la orientación vocacional organizó visitas a exposiciones vocacionales de su interés. La mayoría, un 54,1%, califica estas actividades como "Suficientes", lo que indica que más de la mitad de los participantes encontraron que las visitas cumplieron con sus expectativas. Un 24,3% de los encuestados considera que la organización de estas visitas fue "Excelente", lo que afirma un alto grado de satisfacción con estas oportunidades. Por otro lado, un 13,5% las juzga como "Deficientes", y una pequeña minoría del 8,1% las considera "Nulas". Esto indica que, si bien la mayoría está contenta con las visitas a exposiciones vocacionales, hay una proporción de los encuestados que cree que hay margen para mejorar la organización y la relevancia de estas experiencias.

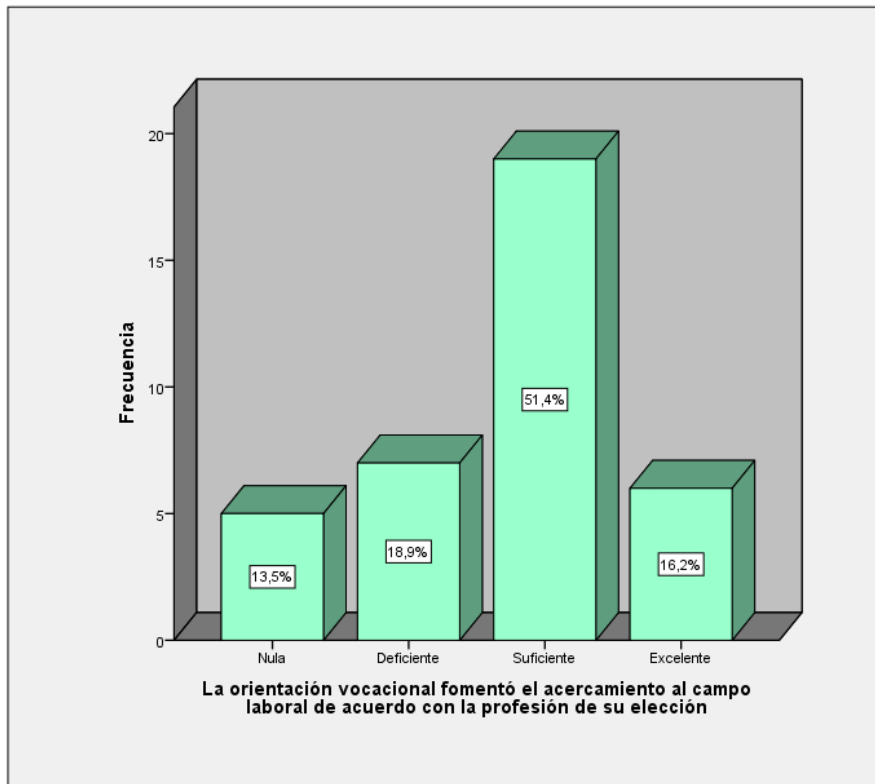
Tabla 27*La orientación fomentó el acercamiento al campo laboral*

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	5	13,5	13,5	13,5
Deficiente	7	18,9	18,9	32,4
Válido Suficiente	19	51,4	51,4	83,8
Excelente	6	16,2	16,2	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 27

La orientación fomentó el acercamiento al campo laboral



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 27 y Figura 27 muestran las opiniones acerca del fomento el acercamiento al campo laboral relacionado con la profesión de su elección. Una mayoría significativa, el 51,4%, considera que el fomento fue "Suficiente". Un 16,2% valora la orientación como "Excelente", lo que indica un nivel de satisfacción notable entre estos participantes. Por otro lado, un 18,9% cree que el fomento fue "Deficiente" y un 13,5% lo califica como "Nulo". Esto afirma que mientras la mayoría de los encuestados sintieron cierto grado de apoyo en el acercamiento al mundo laboral, hay un grupo considerable que ve necesario mejorar la efectividad de la orientación vocacional en este aspecto.

Tabla 28

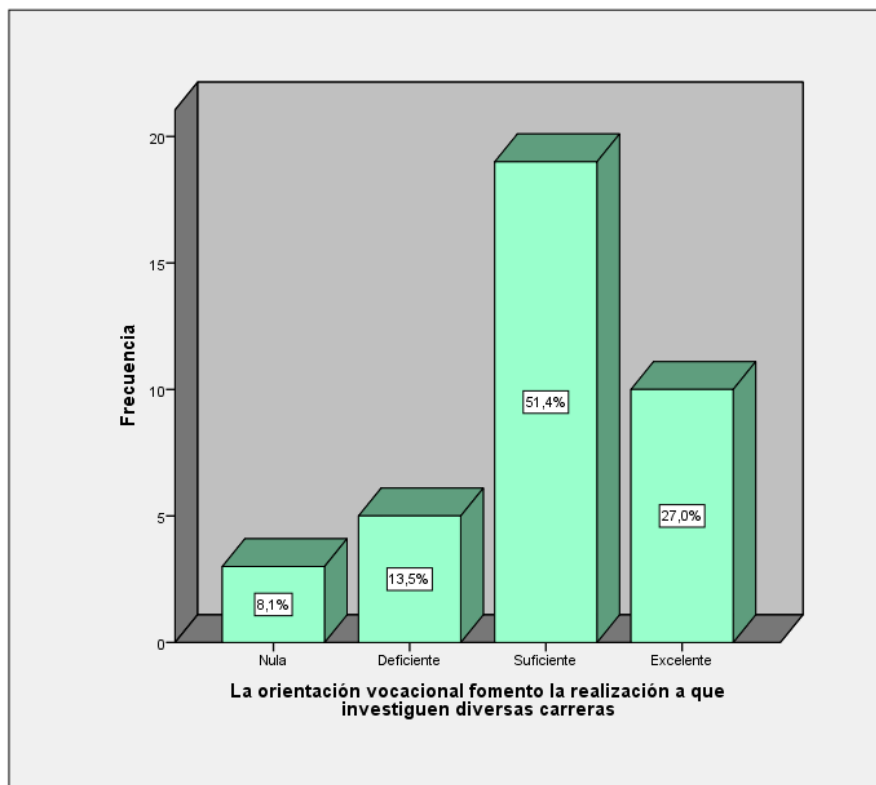
La orientación vocacional ayudo que investiguen diversas carreras

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	5	13,5	13,5	21,6
Válido Suficiente	19	51,4	51,4	73,0
Excelente	10	27,0	27,0	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 28

La orientación vocacional ayudo que investiguen diversas carreras



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 28 y Figura 28 reflejan las opiniones de los encuestados sobre el grado en que la orientación vocacional incentivó la exploración de diversas carreras. La mayoría, el 51,4%, siente que la orientación vocacional fomentó de manera "Suficiente" la investigación de distintas opciones profesionales. Por otro lado, un

27,0% califica este fomento como "Excelente", lo que indica un nivel de satisfacción considerable. Sin embargo, un 13,5% de los encuestados considera que la orientación fue "Deficiente" en este aspecto, y un 8,1% la ve como "Nula". Estos datos afirman que, aunque hay una percepción generalmente positiva sobre el estímulo a investigar diferentes carreras, existe un segmento de los participantes que identifica áreas de mejora en la orientación vocacional proporcionada.

Tabla 29

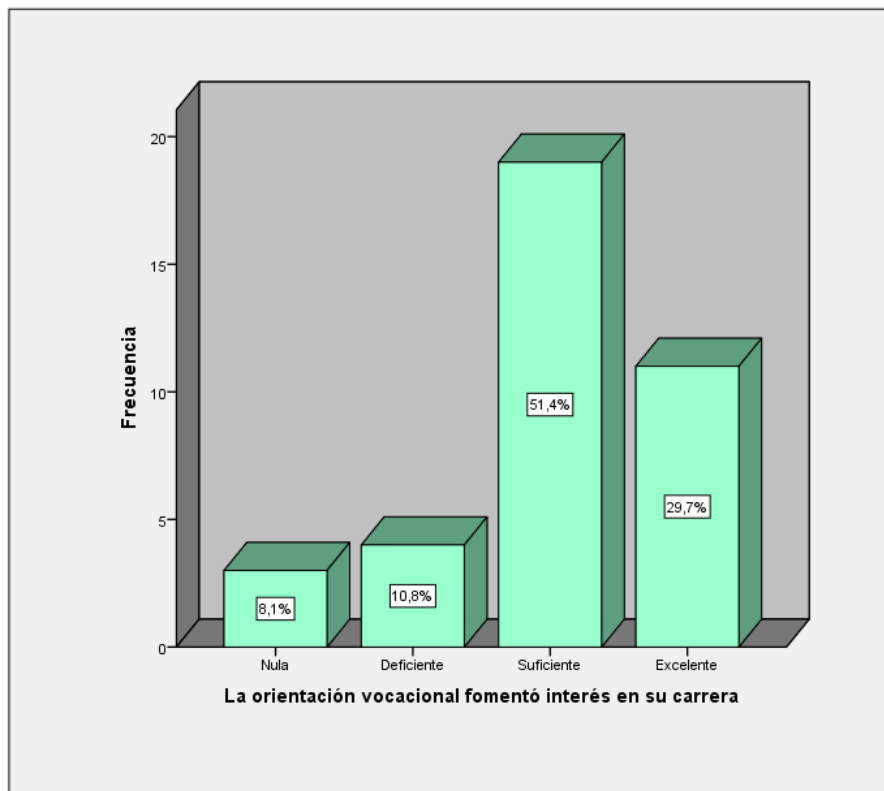
La orientación vocacional fomentó interés en su carrera

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	3	8,1	8,1	8,1
Deficiente	4	10,8	10,8	18,9
Válido Suficiente	19	51,4	51,4	70,3
Excelente	11	29,7	29,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 29

La orientación vocacional fomentó interés en su carrera



Nota. Encuesta desarrollada



La Tabla 29 y Figura 29 muestran la valoración de los encuestados sobre cómo la orientación vocacional influyó en el interés por su carrera elegida. Una mayoría significativa, el 51,4%, considera que la orientación vocacional fomentó un interés "Suficiente" en su carrera. Un 29,7% de los participantes cree que la orientación fue "Excelente" en fomentar su interés, lo que indica un alto grado de eficacia percibida. En contraste, un 10,8% califica la influencia como "Deficiente", y un menor porcentaje, el 8,1%, la considera "Nula". Estos resultados afirman que la mayoría de los encuestados experimentaron un aumento positivo en su interés por la carrera después de la orientación vocacional, aunque hay un segmento que cree que el impacto podría haber sido más significativo.

Tabla 30

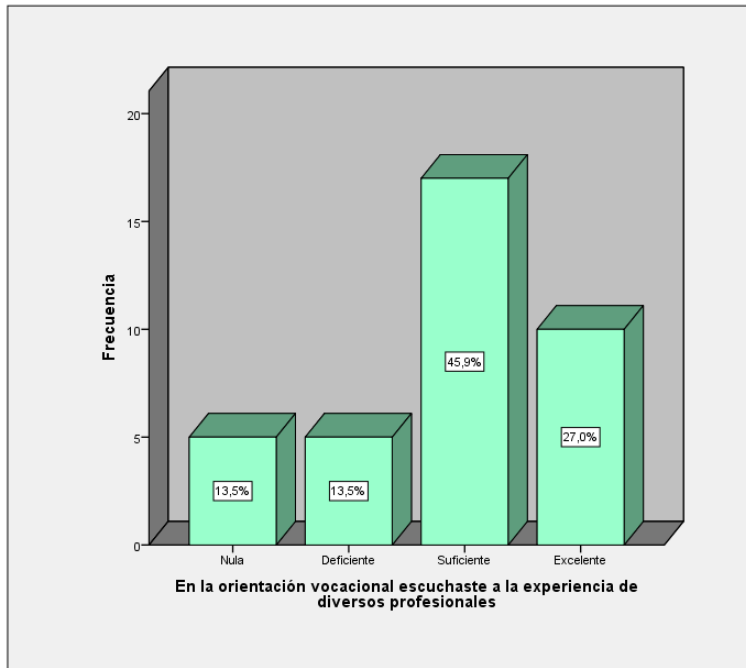
En la orientación vocacional escuchaste la experiencia de profesionales

	F	%	% válido	% acumulado
Nula	5	13,5	13,5	13,5
Deficiente	5	13,5	13,5	27,0
Válido Suficiente	17	45,9	45,9	73,0
Excelente	10	27,0	27,0	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Nota. Encuesta desarrollada

Figura 30

En la orientación vocacional escuchaste a la experiencia de profesionales



Nota. Encuesta desarrollada

La Tabla 30 y Figura 30 representan las opiniones de los encuestados acerca de cuán bien la orientación vocacional les permitió escuchar y aprender de la experiencia de diversos profesionales. La mayoría, un 45,9%, califica la experiencia como "Suficiente", lo que indica que casi la mitad de los encuestados encontraron que tuvieron una oportunidad adecuada para escuchar a profesionales en su proceso de orientación vocacional. Un 27,0% la valora como "Excelente", demostrando que una porción significativa de los participantes se sintió muy satisfecha con la calidad de las interacciones. Sin embargo, tanto un 13,5% la califica como "Deficiente" como otro 13,5% la considera "Nula", lo que afirma que una parte de los encuestados percibe que hubo carencias en este aspecto de la orientación vocacional. Estos resultados reflejan que, aunque hay una tendencia generalmente positiva, existe un margen de mejora en la inclusión de la experiencia profesional dentro de la orientación vocacional.



Contrastación de hipótesis 2

El análisis de los datos recogidos en las tablas y figuras del 11 al 30 sugiere que el perfil vocacional de los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús alcanza un nivel suficiente. Este resultado implica que los estudiantes poseen una comprensión adecuada y bien fundamentada de sus inclinaciones y capacidades vocacionales, lo cual les permite tomar decisiones informadas sobre su futuro educativo y profesional. La interpretación de estos hallazgos ofrece una perspectiva valiosa sobre la efectividad de las estrategias de orientación vocacional implementadas en la Institución.

4.2. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Contrastación de la hipótesis general

Hi: La incidencia de la social media en el perfil vocacional es positiva en los alumnos de la IES San Juan Bautista de Jesús, 2023.

H0: No existe incidencia de la social media en el perfil vocacional en los alumnos de la IES San Juan Bautista de Jesús, 2023.

Tabla 31

Correlación entre la social media

<i>Correlaciones</i>			Social media	Perfil vocacional
Rho de	Social media	Coef. correlación	1,000	,732**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	37	37
Spearman	Perfil vocacional	Coef. correlación	,732**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	37	37

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).



En la Tabla 31 podemos estimar que la incidencia de la social media en el perfil vocacional es positiva en los estudiantes, la prueba de Correlación de Spearman de $Rho=0,732$ y significativa con $0,000$. Por lo que se valida la hipótesis.

4.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La investigación sobre la incidencia de las redes sociales en el perfil vocacional de los alumnos de la institución educativa, como los de Limas & Vargas (2020) y De La Hoz et al. (2015), que enfatizan la importancia de integrar las redes sociales en la educación superior como una política institucional y no solo como una herramienta episódica, destacando su uso significativo en fines educativos. Sin embargo, difiere en aspectos como los señalados por López (2020) y Cuadra (2021), donde se discute la relación entre la adicción a las redes sociales y comportamientos problemáticos como el comportamiento agresivo y la procrastinación, sugiriendo que, aunque las redes sociales son valiosas para la orientación vocacional, su uso excesivo puede tener impactos negativos. Además, mientras Durand (2018) aborda la contribución de las redes sociales a la construcción de marcas personales entre estudiantes, nuestro estudio centra su atención en cómo estas plataformas pueden influir específicamente en las decisiones vocacionales, resaltando la necesidad de un uso equilibrado y dirigido hacia objetivos educativos y vocacionales.



CONCLUSIONES

PRIMERA. Se determinó según la prueba de Correlación de Rho de Spearman, con un valor de 0,732 y un nivel de significancia de 0,000, que proporcionan evidencia empírica robusta de que la incidencia de las redes sociales en el perfil vocacional de los estudiantes de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús en el año 2023 es positiva. El estudio evidencia la relevancia de integrar estratégicamente las redes sociales en los programas de orientación vocacional, destacando su valor como herramientas facilitadoras en el desarrollo vocacional de los estudiantes, y subraya la importancia de guiar y educar a los alumnos en el uso efectivo y consciente de estas plataformas y maximizar sus beneficios.

SEGUNDA. Se evaluó que las redes sociales representan un factor influyente en la vida de los estudiantes de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, cuya incidencia requiere de una gestión cuidadosa y una reflexión continua por parte de educadores y estudiantes por igual, para asegurar un impacto positivo en su formación y desarrollo vocacional, se ha observado que el uso de social media por parte de los alumnos es moderado y se encuentra integrado de manera equilibrada en sus rutinas diarias, lo que sugiere una influencia notable pero controlada en sus procesos de toma de decisiones y exploración vocacional.

TERCERA. Se evaluó la capacidad de los alumnos para identificar y elegir caminos alineados con sus intereses y habilidades subraya la importancia de continuar y potenciar los esfuerzos de orientación vocacional. El perfil vocacional satisfactorio de los estudiantes, destaca el éxito de las iniciativas de orientación y apoyo brindadas, enfatizando la necesidad de mantener y expandir estas prácticas para facilitar aún más el desarrollo vocacional informado entre los jóvenes.



RECOMENDACIONES

PRIMERA. Al a Unidad de Gestión Educativa Local de Arequipa, implementar un monitoreo continuo sobre el impacto de las redes sociales en las decisiones vocacionales de los estudiantes, ajustando las estrategias de orientación según sea necesario. Fomentar la creación y compartición de contenido vocacional constructivo en redes sociales por parte de la comunidad educativa y ofrecer capacitación a padres y educadores sobre el papel de las redes sociales en el desarrollo vocacional de los jóvenes son pasos esenciales.

SEGUNDA. A los docentes de la Institución Educativa San Juan Bautista de Jesús, desarrollar e implementación de programas de alfabetización digital para enseñar a los estudiantes el uso crítico y seguro de las redes sociales, integrando estas plataformas en el currículo educativo como herramientas de aprendizaje y exploración vocacional. Además, es esencial promover la interacción entre los estudiantes y profesionales a través de redes sociales, facilitando así un mayor entendimiento del mundo laboral y expandiendo sus redes de contacto, lo que enriquecerá su orientación vocacional y les permitirá tomar decisiones informadas sobre su futuro profesional.

TERCERA. A los docentes de la Institución Educativa San Juan Bautista de Jesús, fortalecer los programas de orientación vocacional mediante la inclusión de herramientas y evaluaciones digitales que permitan a los estudiantes una mejor comprensión de sus intereses y habilidades. La organización de talleres de autoconocimiento y el establecimiento de convenios con empresas para experiencias prácticas son también recomendables, ya que estos proporcionarán a los estudiantes una visión más clara de sus objetivos vocacionales.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anuradha, J. (2020). Vocational Guidance. *Social Development in Adolescence*. <https://doi.org/10.1002/9781119171492.wecad428>
- Bautista, J., Cuadrado, S., & Olimbo, N. (2019). *Perfil vocacional de los alumnos* [Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/4661>
- Chamorro, M. (2014). La extensión del relato audiovisual en las redes sociales. *Revista Latina*, 1–18. www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/058_Chamorro.pdf
- Cuadra, K. (2021). *Adicción a las redes sociales y procrastinación* [Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/7710>
- Durand, J. (2018). *Incidencia de las redes sociales universidades de Trujillo – 2018* [Universidad Nacional de Trujillo]. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/18323>
- Guillén, O. (2019). Uso de redes sociales facultad de medicina en Lima, Perú. *Revista Medica Herediana*. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.20453/rmh.v30i2.3550>
- Hernández Sampieri, et al. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición). www.elosopanda.com/jamespoetrodriguez.com
- Limas, S., & Vargas, G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en la educación, 23(4). <https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.4.1>
- Lingan, B. (2021). *Influencia de las redes sociales en los alumnos de una universidad de Trujillo en 2021-1* [Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/31369>
- López, R. (2020). *Adicción a las redes sociales y la conducta agresiva Ica - 2020* [Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/62240>



- Mejía, D., et al. (2018). Orientación vocacional y elección de la carrera. *Revista Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 372–387. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6756290.pdf>
- Mendiguren, T., Meso, K., & Pérez, J. (2012). El uso de las redes sociales Facultad de Comunicación de la UPV/EHU. *Tejuelo*, 6, 123–136.
- Nguyen, et al. (2020). Students' opinions on vocational guidance, 6(10). doi: 10.5281/zenodo.3604498
<https://oapub.org/edu/index.php/ejes/article/view/2794>
- Onque, R. (2019). *Influencia De Las Redes Sociales En El Nivel De Conocimiento, Puno Mayo – Julio 2019* [Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/4823>
- Perez, J., & Gardey, A. (2010). Definición de Facebook, Twitter y Youtube. *Definición*. <http://definición.de/facebook/>
- Perez, J., & Gardey, A. (2014). Definición de Instagram. *Definición*. <http://definición.de/instagram/>
- Ross, P., & Singüenza, S. (2010). *Las redes sociales*: [U. México]. http://www.tlalpan.uvmnet.edu/oiid/download/Redes%20sociales%20la%20problem%C3%A1tica%20familiar_04_lx_com_pic_e.pdf
- Salas, I., Alonso, C., & Orue, G. (2020). La orientación vocacional en la Enseñanza Media Superior vista desde un sistema informático experto. *EduSol*, 20(70).
- Suryadi, B., Sawitri, D., Hayat, B., & Putra, M. (2020). The Influence of Adolescent. *International Journal of Instruction*, 13(2), 45–60. <https://doi.org/10.29333/iji.2020.1324ahttps://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1249063.pdf>
- Thenmozhi, C. (2018). Vocational Guidance and Its Strategies. *Shanlax International Journal of Education*, 7(1), 20–23.



https://www.researchgate.net/publication/321267309_maslow%27s_hierarchy_of_needs_in_21st_century_the_examination_of_vocational_differences

Vidal, M., Vialart, M., & Hernández, L. (2013). Redes sociales. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146–157.

Wodzicki, K., Schwammlein, E., & Moskaliuk, J. (2012). “Actually, I Wanted to Learn”: Study-related knowledge exchange on social networking sites. *The Internet and Higher Education*, 15(1), 9–14.



ANEXO



ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	Metodología
ESPECIFICOS	¿Cuál es la incidencia de la social media en el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023?	Determinar la incidencia de la social media en el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023.	La incidencia de la social media en el perfil vocacional es positiva en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023.	Variable 1 Social media	Nivel: Descriptivo-Correlacional. El diseño que se utilizó es no experimental. La investigación es de tipo cuantitativo.
	¿Cómo es la incidencia de la social media en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús?	Evaluar la incidencia de la social media en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús.	La incidencia de la social media en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús es regular.	Variable 2 Perfil vocacional	
	¿Cómo es el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús?	Evaluar el perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús.	El perfil vocacional en los alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús es suficiente.		



ANEXO 2. INSTRUMENTOS

ENCUESTA

Estimado(a) participante, el presente cuestionario está dirigido a alumnos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús, con mucho respeto se le invita a desarrollarlo el cual será con fines estrictamente de investigación, donde se evaluarán las variables de liderazgo gerencial y desempeño laboral.

Instrucciones: Se le presenta un conjunto de interrogantes, se le solicita que, marque con una "X" la alternativa de respuesta en base a su realidad y nos dé información. Se recomienda leer y contestar todos los ítems.

Escalas valorativas	Puntaje
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

VARIABLE: Social media

		1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que la institución educativa San Juan Bautista de Jesús tiene presencia a través de la Social Media?					
2	¿Usted visualiza numeroso contenido de publicaciones a través de la social media?					
3	¿Usted visualiza videos tutoriales sobre los distintos usos de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús?					
4	¿Considera que el canal de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús es una fuente de aprendizaje?					
5	¿Usted se informa de los contenidos que ofrece institución educativa San Juan Bautista de Jesús a través de la Social Media?					
6	¿Usted consulta los precios de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús a través de la Social Media?					
7	¿Usted compara los precios de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús con los de la competencia a través de las imágenes generadas a través de la Social Media?					
8	¿La información que observa de los productos institución educativa San Juan Bautista de Jesús a través de los contenidos publicados en la Social Media le parece suficiente?					
9	¿Usted interactúa con uno o más seguidores de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús a través de la Social Media?					
10	¿Usted visita páginas relacionadas con la actividad de Classic Marble de la institución educativa San Juan Bautista de Jesús?					



ENCUESTA

Estimado(a) participante.

Instrucciones: Se le presenta un conjunto de interrogantes, se le solicita que, marque con una "X" la alternativa de respuesta en base a su realidad y nos dé información. Se recomienda leer y contestar todos los ítems.

Escalas valorativas	Puntaje
Nula	1
Deficiente	2
Suficiente	3
Excelente	4

VARIABLE: Perfil vocacional

		1	2	3	4	5
1	La información sobre orientación vocacional que recibiste en la institución educativa San Juan Bautista de Jesús					
2	La información de la orientación vocacional que recibiste con respecto a las opciones educativas de tu elección para tu carrera fue					
3	La orientación vocacional proporcionó la experiencia vivencial que esperabas de manera					
4	El contenido de tu orientación vocacional fue					
5	La cantidad de materiales que contenían información vocacional proporcionada fue					
6	Tus necesidades vocacionales fueron encontradas en la orientación vocacional fue					
7	El evento de orientación vocacional cubrió tus expectativas de manera					
8	De acuerdo a tus necesidades vocacionales como calificas la orientación vocacional					
9	Las estrategias usadas en la orientación vocacional durante el evento fueron					
10	La ayuda de la orientación vocacional con respecto al establecimiento de criterios racionales y de evaluación de tus objetivos vocacionales fue					
11	La forma en que se dirigían a ti en la orientación vocacional cuando exponías tus inquietudes fue					
12	El trato que recibiste en la orientación vocacional fue					
13	La atención que recibiste en la orientación vocacional durante las asesorías fue					
14	La orientación vocacional te ayudo en tu decisión con la elección de tu carrera de manera					
15	La disposición que tuvo el orientador vocacional para atender tus necesidades y dudas fue					
16	La orientación vocacional organizó visita a exposiciones vocacionales de tu interés de manera					
17	La orientación vocacional fomentó el acercamiento al campo laboral de acuerdo con la profesión de tu elección de manera					
18	La orientación vocacional fomento la realización a que investigues diversas carreras de manera					
19	La orientación vocacional fomentó interés en tu carrera de manera					
20	En la orientación vocacional escuchaste a la experiencia de diversos profesionales de manera					



ANEXO 3. BASE DE DATOS

PERFIL VOCASIONAL

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	3	2	5	1	5	2	3	1	5	5	5	2	5	4	3	3	4	3	3	2
2	1	4	2	2	2	5	2	3	2	2	5	5	5	2	2	2	2	5	3	4
3	5	5	2	3	2	3	1	5	2	2	5	1	5	3	3	4	5	2	5	3
4	2	1	3	1	5	5	4	2	3	3	4	4	4	5	4	4	5	1	4	5
5	5	3	4	1	3	1	5	2	1	1	5	2	5	3	1	5	4	4	3	2
6	5	5	5	4	2	4	3	5	1	5	4	1	3	4	4	4	3	2	3	3
7	3	1	5	3	5	4	2	5	3	4	1	5	1	5	3	2	2	5	5	5
8	4	5	5	5	5	4	4	3	3	2	4	3	1	3	4	2	1	1	2	5
9	3	4	5	3	3	1	1	2	4	2	5	4	2	5	5	5	4	5	5	4
10	1	3	4	1	3	5	2	4	5	1	1	4	4	1	4	4	1	3	3	5
11	1	4	4	3	5	2	3	3	5	3	2	4	1	4	3	1	3	1	5	4
12	4	2	5	4	3	5	1	1	2	3	5	3	4	4	5	4	3	2	4	3
13	5	2	3	1	4	1	4	3	2	3	4	5	2	4	5	3	2	5	1	2
14	1	5	3	2	4	4	2	2	2	2	4	3	1	5	4	2	1	4	5	1
15	1	1	4	4	2	3	2	1	2	2	2	1	5	4	2	5	2	2	3	4
16	2	2	2	1	1	5	3	3	1	3	2	4	2	5	1	5	4	5	2	3
17	5	3	5	3	4	2	5	3	3	1	4	3	1	4	4	4	5	5	3	1
18	3	4	4	1	5	1	3	3	1	2	4	3	1	2	4	1	1	3	1	4
19	3	2	5	1	5	3	3	3	3	3	1	1	4	4	2	4	4	1	2	3
20	5	4	4	4	2	5	4	1	2	3	4	5	3	3	2	2	5	4	5	4
21	2	5	1	4	1	3	5	2	2	2	5	1	5	3	5	4	2	5	2	5
22	2	2	3	5	3	1	3	5	4	1	1	4	2	3	4	2	4	1	1	3
23	1	4	2	1	3	1	4	1	5	1	2	1	2	2	4	5	4	1	1	2
24	3	1	3	4	5	2	1	1	4	3	2	3	2	5	5	4	1	4	4	5
25	4	2	1	1	2	4	1	4	2	4	1	4	3	1	3	2	3	4	1	2
26	1	2	3	2	1	4	4	2	4	3	4	3	4	1	2	2	5	4	5	5
27	5	2	1	2	3	5	4	3	5	1	4	5	5	1	3	3	3	3	3	2
28	3	4	1	1	3	2	1	5	2	5	4	3	1	5	4	3	5	4	4	1
29	1	1	5	3	4	4	5	4	4	4	1	1	2	5	1	4	1	4	3	3
30	4	4	3	1	4	3	5	2	2	3	2	3	5	2	5	1	1	4	2	4
31	4	4	4	1	3	2	4	5	3	1	4	5	1	5	4	4	5	5	2	1
32	5	2	2	3	2	5	2	4	3	5	1	3	1	5	3	4	4	1	2	2
33	5	4	5	2	2	2	4	3	2	1	2	5	2	5	5	2	4	1	5	4
34	5	3	1	2	2	1	1	2	2	2	5	3	1	1	5	3	4	5	5	4
35	4	2	5	2	5	3	1	2	5	3	4	5	5	5	2	5	1	3	3	2
36	4	1	5	4	3	4	1	4	2	4	5	4	4	5	4	4	1	3	1	3
37	4	4	1	1	3	4	5	1	5	2	5	4	4	5	5	5	5	4	4	2



ANEXO 4. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTOS



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO OPINIÓN DEL EXPERTO



I. DATOS GENERALES

- 1.1. Autor del instrumento: Rene Flavio Chaiña Caceres
- 1.2. Validado por: Dr. Percy Gonzalo Puma Puma
- 1.3. Título de la investigación:
Incidencia de la social media en el Perfil vocacional, alumnos de la Institución Educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023
- 1.4. Nombre del instrumento: Social Media

II. ASPECTOS A EVALUAR

Nº	INDICADORES	VALORACIÓN																			
		DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENA				EXCELENTE			
		1	9	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1	CLARIDAD	Esta formado con lenguaje apropiado.																		X	
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.																		X	
3	ACTUALIDAD	Está adecuado al avance de la ciencia.																X			
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																		X	
5	SUFICIENCIA	El número de ítems propuesto es suficiente para medir la variable.																		X	
6	ADECUACIÓN	Está adecuado para valorar la variable de estudio.																		X	
7	CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.																X			
8	COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos e hipótesis.																		X	
9	METODOLOGÍA	Responde al propósito de la investigación.																		X	
10	PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.																		X	

- III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Favorable
- IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: Excelente
- V. OBSERVACIONES: Ninguna
- LUGAR Y FECHA: Juliacca, 9 de enero del 2025

FIRMA DEL EXPERTO

Dr Percy Puma Puma



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO OPINIÓN DEL EXPERTO



I. DATOS GENERALES

- 1.1. Autor del instrumento: René Flavio Chaiña Cáceres.
- 1.2. Validado por: Dr. Jesús Mamani Mamani
- 1.3. Título de la investigación:
INCIDENCIA DE LA SOCIAL MEDIA EN EL PERFIL VOCACIONAL
ALUMNOS DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SAN JUAN BAUTISTA DE JESÚS, 2023
- 1.4. Nombre del instrumento: PERFIL VOCACIONAL

II. ASPECTOS A EVALUAR

N°	INDICADORES		VALORACIÓN																			
			DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENA				EXCELENTE			
			1	9	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100			
1	CLARIDAD	Esta formado con lenguaje apropiado.																		X		
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.																		X		
3	ACTUALIDAD	Está adecuado al avance de la ciencia.																	X			
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																		X		
5	SUFICIENCIA	El número de ítems propuesto es suficiente para medir la variable.																X				
6	ADECUACIÓN	Está adecuado para valorar la variable de estudio.																		X		
7	CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.																X				
8	COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos e hipótesis.																		X		
9	METODOLOGÍA	Responde al propósito de la investigación.																		X		
10	PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.																		X		

- III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Favorable
- IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: Excelente
- V. OBSERVACIONES: Ninguna
- LUGAR Y FECHA: Juliacca, 9 de enero del 2025

FIRMA DEL EXPERTO



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 05 - 05 - 2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Rene Flavio Chaiña Cáceres
Dirección: Av. Ampatacocha 223 - Yanahuara
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 29700462
Teléfono: 986544900 email: flavio986@hotmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Maestría en Educación
Escuela Profesional o Mención: Administración y Gerencia Educativa
Título o Grado Académico a optar: Magíster en Educación
Asesor: Dr. Jose Domingo Choquehuanca Calcina

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: Incidencia de la social media en el Perfil vocacional, alumnos de la Institución Educativa San Juan Bautista de Jesús, 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Alumnos, correlación, incidencia, Perfil vocacional, social media

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Titulo 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Gestión de la Educación - P32


Firma de Autor



huella digital

05 - 05 - 2025

Fecha