

# **MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO**

## **Influencia de las redes sociales en nuestro entorno**

Influence of social networks in our environment

Autor/a: D/D<sup>a</sup> Aarón González Acosta

Tutor/a: D/D<sup>a</sup> Ginés Guirao Pérez

Grado en ECONOMÍA  
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO  
Curso Académico 2017 /2018

LUGAR Y FECHA: En La Laguna a 6 de septiembre del 2.018

## **TEMA : Influencia de las redes sociales en nuestro entorno.**

**Resumen:** La cuestión de la influencia de las redes sociales ha sido ampliamente debatida en el campo teórico del capital humano. La facilidad de acceso a las redes de comunicación ha producido un impacto de conducta en la sociedad, produciendo múltiples circunstancias desde mejoras sociales hasta problemas sociales. Sin embargo, estas perspectivas no han abordado adecuadamente la influencia de las redes sociales. El documento propiamente de estudio consiste en dar a conocer el efecto del uso de las redes sociales en plena edad del desarrollo tecnológico en estas últimas décadas en nuestra sociedad, a través de la exploración de diferentes documentales actuales sobre: evolución de las redes sociales, tecnología, desarrollo económico y cambios en el comportamiento de la sociedad. La situación del avance tecnológico provoca que se intente inferir en él, por ello la sociedad debe organizar el uso de las redes sociales porque marcan y marcarán cambios en las relaciones sociales provocarán cambios en los patrones sociales y culturales, y estos de último modo alterando patrones de trabajo que reflejan un impacto económico.

**Abstract:** The question of the influence of social networks has been widely debated in the theoretical field of the human capital. The ease of access to communication networks has produced an impact on society's behavior, producing multiple social problems. However, these perspectives have not adequately addressed the influence of social networks. The study document itself is to publicize the effect of the use of social networks in full age of technological development in recent decades in our society, through the exploration of different current documentaries on: evolution of social networks, technology, economic development and changes in the behavior of society. The situation of the technological advance causes that it is tried to infer in the, therefore the society must organize the use of the social networks because they mark and they will mark changes in the social relations they will provoke in changes in the social and cultural patterns, and these of last way altering work patterns that reflect an economic impact.

**Palabras clave:** redes sociales, nativo digital, inmigrante digital, Internet, necesidad relacional, marketing digital.

**Key words:** social networks, digital native, digital immigrant, Internet, relational need, digital marketing

## **Índice:**

1. Introducción.....	4
2. Marco teórico.....	5
2.1. Fenómeno digital e Influencia de las redes Sociales.....	5
2.2. Problemas sociales de las redes sociales.....	13
3. Objetivos .....	16
4. Resultados .....	17
4.1 Tipología y muestro .....	17
4.2 Error real .....	18
4.3 Tabla de Frecuencias.....	20
4.4 Regresión.....	22
4.5 Análisis Cualitativo .....	24
5. Conclusiones.....	26
6. Bibliografía .....	28
7. Anexo.....	29

## 1) Introducción

El nativo digital es un gran reto para la educación en el siglo XXI. Es la generación comprendida aproximadamente entre 1980 y la actualidad. Se caracterizan por desarrollar una tendencia de preferencia por lo visual debido a la inmediatez que conlleva esta de acceder al conocimiento. Actualmente estamos en una era donde el individuo pretende desarrollar una sensación de conexión con otros individuos. Esta orientación de los individuos plantea toda una revolución en la especie humana, con llevando a una fase de máximo riesgo por parte de la utilización de Internet.

Las redes sociales es el hilo conductor que utiliza principalmente la generación digital para acceder al mundo interconectado. Estas redes sociales tienen un gran potencial de difusión de información y su uso puede ser dañino alterando la forma de actuar de las personas. Además hay que tener en cuenta el acceso al mercado online, en gran medida, gracias a Internet, ha ayudado a que estas redes sociales hayan empezado a formar parte de este negocio. Prueba de esto es que existen individuos cuyo trabajo consiste en formar parte de estas multitudes de redes, pero en donde cuyo resultado de éxito se verá reflejado por la popularidad del usuario.

La tendencia es que la sociedad es cada vez más usuaria de este mundo virtual de interconexiones de redes sociales, tales como Facebook, Youtube, WhatsApp, Twitter o Instagram, cuyo volumen de negocio se ha desarrollado de manera exponencial y su nivel de consumo está constantemente ligado al cambio relacional de la actualidad.

Por otro lado, las redes sociales han desarrollado una manera en donde los usuarios pueden generar ingresos, es decir, una forma de negocio que remunera a los individuos por conseguir popularidad, se trata de una nueva categoría profesional denominada, "influencer. Esta nueva manera de lograr ingresos de manera cómoda, al no tener que desplazarte de tu hogar está abriendo la puerta a miles de personas en todo el mundo a poder generar ingresos.

Teniendo en cuenta la manera voluntaria de los individuos por generar ingresos a través del uso de las redes sociales, las empresas no iban a ser menos y han practicado un marketing basado en los registros buscados por los usuarios, a través de los cookies. Estas empresas han desarrollado una manera agresiva de generar ingresos y es resultado del cambio generacional que está practicando la sociedad. El uso de las cookies, ha permitido a las empresas acceder a tus posibles necesidades a través de los dispositivos digitales, y de una manera que hace parecer involuntaria los usuarios ven productos o servicios de los cuales pueden ser potenciales compradores.

La repercusión de las redes sociales se basa en que ese usuario pueda intercambiar información y hablar de su experiencia u opinar sobre cualquier tema en cuestión, y además es vital para un buen funcionamiento. Además es necesario para las empresas hacer un seguimiento de sus opiniones o comentarios, para poder ofrecer un mejor servicio y diferenciarse de sus competidores.

## 2) Marco Teórico

### 2.1) El fenómeno digital:

El fenómeno digital es la manera en donde las sociedades de los países desarrollados y en vía de desarrollo practican un intercambio de información privada a través del uso de un dispositivos con acceso al mundo virtual, es decir, con la ayuda de Internet. Para que las decisiones de los individuos estén presentes, es preciso expresarla a través de un canal, los cuales se conocen como redes sociales. Para la RAE, una red social es una plataforma digital que pone en contacto a un gran número de usuarios.

En la actualidad, es muy normal que la gran mayoría de los jóvenes y personas comprendida entre 35 y 70 años (o más) utilicen la tecnología como parte natural en las relaciones de su entorno. Estas relaciones se llevan a cabo a través de dispositivos móviles, ordenadores o algún aparato tecnológico que pueda tener acceso a Internet. El desarrollo de Internet y el acceso a él a una amplia mayoría de la población mundial ha provocado distintos canales de transmisión de información, es ahí donde las redes de contactos online aparecen. Redes online como Messenger, WhatsApp, Facebook o foros y blog de usuarios digitales provocan este intercambio relacional y de vulnerabilidad de la privacidad.

El acceso a la red es tan rápido y simple que la vulnerabilidad de la información de los usuarios está en contradicción. Muchas y muchos usuarios que acceden a la red, ofrecen datos personales para ser usuarios de ellos. No obstante hay usuarios y usuarias en la red que van mucho más allá de dar datos privados, como nombre, nacionalidad o número de identificación fiscal, sino que interactúan con otros usuarios para pedir asesoramiento o consejos sobre cosas rutinarias, como temas de salud, o de asesoría exponiendo en riesgo si se aplica la valoración prestada en nuestras vidas.

La digitalización ha llegado a todos los sectores del ser humano, ya no solo está presente en la parte del ocio, hobby sino también una parte muy importante de las relaciones humanas, en la parte relacional educativa. Es muy normal observar, y cada día más, una educación apoyada en la tecnología, usos de ordenadores para realizar trabajos y pruebas evaluativas, uso de USB como almacenamiento de la información, pantallas para transmitir la información al alumnado y portales web para hacer tutorías personalizadas.

Para contrastar y hacer visible este fenómeno digital tenemos que compararla con otra generación, como por ejemplo, la generación de nuestros padres o incluso la generación de nuestros abuelos. Algunos fenómenos relacionales de nuestras generaciones pasadas eran por ejemplo en donde las relaciones se llevaban a cabo físicamente, donde las películas y canciones se veían en cines o se compraban en cintas o discos, y donde la enseñanza se impartía a través de apuntes, libros y diapositivas representadas en proyectores clásicos.

Esta muy difundida la idea de que existen comunidades generacionales diferentes, y de este hecho habla Marc Prensky en su metáfora de los nativos digitales (la comunidad de jóvenes y niños) y los inmigrantes digitales (la comunidad de jóvenes, adultos, ancianos).

Prensky define a los nativos digitales como los chicos que han crecido rodeado de pantallas , teclados, que tienen ordenador en casa desde muy pequeños , que disponen de un smartphone desde antes de los 13 años y que pasan horas jugando a videojuegos con sus consolas sobrepasando las 20 horas semanales. ( Igual que un contrato de media jornada en España).

Estos bienes con los que han crecido las nuevas generaciones son utilizados con destreza y sin esfuerzo, usados tanto en las en sus círculos de amistades físicos como también con sus amistades en la red.

Por ende, los inmigrantes digitales , son chicos que han crecido sin los bienes anteriormente mencionados pero que la evolución tecnológica ha hecho que se hayan encontrado con estos bienes, y su forma de utilizarlo a sido a través de una enseñanza formal. Por eso el autor Prensky comenta el fenómeno de inmigrante digital como la situación a la que se enfrenta un emigrante al llegar a un nuevo territorio, ya que se encuentran con una serie de cosas que no conocían, como es el lenguaje, cultura y formas de vida.

En la siguiente tabla mostrare las diferencias que presenta Prensky entre ambos conceptos:

<b>NATIVOS DIGITALES</b>	<b>INMIGRANTES DIGITALES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesamiento paralelo : multitareas</li> <li>• Procesamiento e interacción: rápidos</li> <li>• Acceso abierto : hipertexto</li> <li>• Multimodalidad</li> <li>• Conexión en línea con la comunidad</li> <li>• Paquete breve de información</li> <li>• Aprendizaje con juego y diversión</li> <li>• Auto aprendizaje mediante tutoriales digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesamiento secuencial, mono tarea</li> <li>• Procesamiento e interacción lentos</li> <li>• Itinerario único : paso a paso</li> <li>• Prioridad de la lengua escrita</li> <li>• Trabajo individual, aislamiento.</li> <li>• Textos extensos.</li> <li>• Aprendizaje con trabajos serios y pesados</li> <li>• Actualización mediante consulta ( libros, cursos)</li> </ul>

Con estos datos, podremos introducirnos hacia el efecto que ha causado las redes sociales en la sociedad actual.

El término de redes sociales suena común en la vida cotidiana, pero nos hemos preguntado , ¿qué uso tienen y que uso les damos?

Internet se crea en el año 1.981 con la presentación estándar de Ethernet, en 1.984 había 1.000 ordenadores interconectados, en el 1.987 10.000, en 1.996 10 millones de ordenadores conectado, hasta la fecha de hoy se estima que habrá como 22 mil millones de dispositivos con acceso a la red. La evolución en la combinación de redes interconectadas durante estos años ha provocado lo que se conoce como actualmente como Internet. Pero no sería hasta 1.995 ,

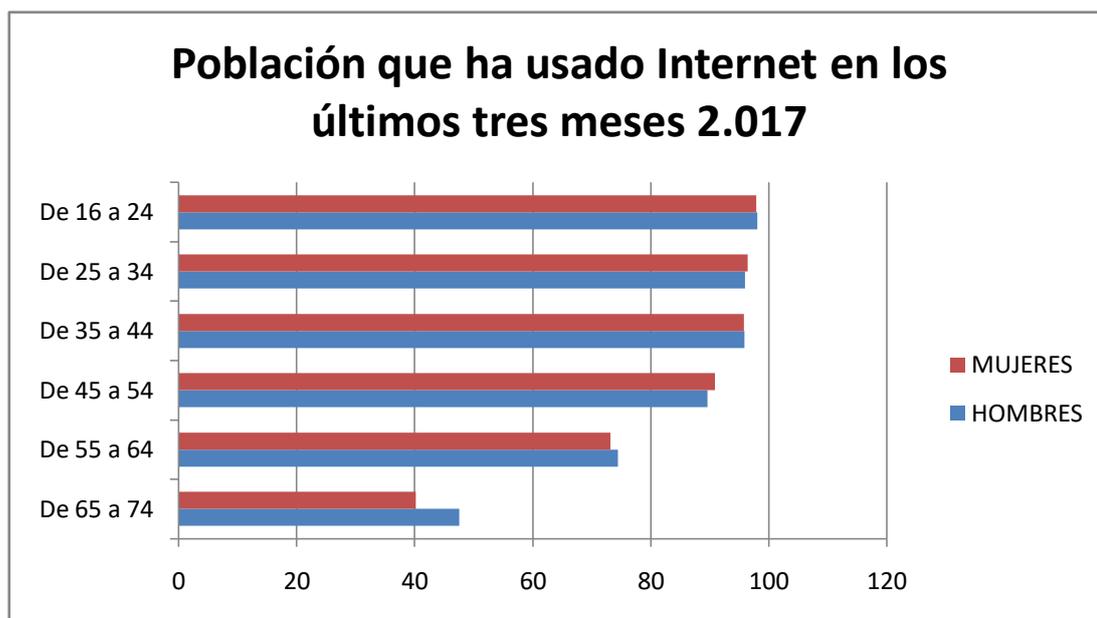
donde podríamos hablar de algo que se asemeje a red social , cuyos antecedentes residen en un ex estudiante universitario de Estados Unidos .Él creó la primera red social en Internet, la llamo classmates.com y el objetivo de esta red fue para mantener el contactos con sus ex compañeros. Sin embargo, una es en 1.997 donde aparece Sixdegrees.com, una red social que permite crear perfiles y agregar listas de amistades, es decir, con las características de las redes sociales actuales. Hoy por hoy se estima más de 200 redes sociales.

Ofreciendo un estudio realizado por el INE ( Instituto Nacional de Estadística) sobre la población en España que ha utilizado internet en el último tres meses en el año 2.017, se observa en el gráfico nº1, una tendencia descendente de utilización del Internet por rangos de edades desde mas jóvenes a más tardías, en donde el rango de los jóvenes de 16 a 24 años ofrecen una media de haber utilizado Internet de el 98% frente al 43.9% de media en el rango de edad comprendiendo entre personas de 65 a 74 años.

Los datos además muestran que el género masculino a partir del rango de edad comprendida entre 55 a 64 , es mas usuario del Internet. Esta brecha de utilización de Internet entre géneros se va reduciendo hasta prácticamente ser igual entre ambos géneros. No obstante también se observa que en rangos de edad la mujer ha utilizado mas la red como es en los rangos de edad de 45 a 55 y de 25 a 34 años.

Tanto hombres como mujeres han experimentado un aumento del uso de la Internet, sobre todo esta presente la utilización de Internet en edades mas tempranas por lo que el término nativo digital esta presente en esta encuesta . Además esta evolución del uso de Internet no solo tiene el mismo comportamiento creciente, sino que en los años anteriores también existe el mismo comportamiento , por lo que el uso del Internet esta siendo cada vez mayor reduciendo la brecha de utilizar Internet entre los años 2.012 y 2.017. Por ejemplo, la media de utilizar Internet en los últimos tres meses del año 2.017 en un rango de edad 16 a 24 años es del 98% frente al año 2.012 que era de un 95.85%. Si escogemos otro dato de la estadísticas ofrecidas por el INE, y valoramos otro rango de edad como puede ser el de 65 a 74 años en 2.017 es de 43.9 % y en 2.012 era de 19.19%.

Gráfico 1:



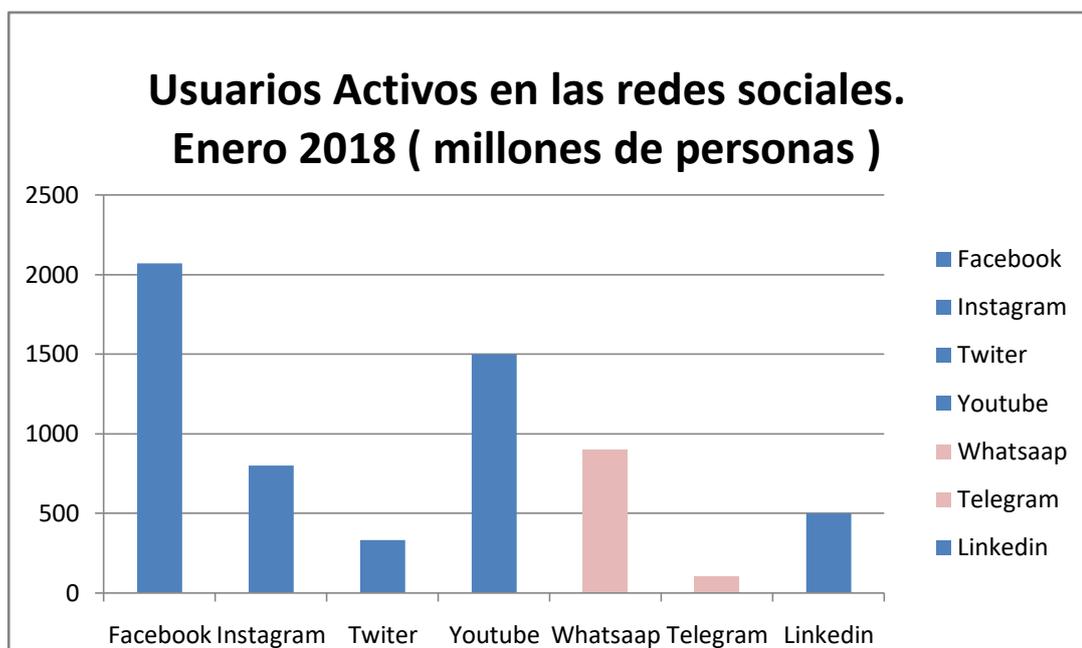
**Fuente:** Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. INE

Teniendo como referencia base la estimación anterior de Población que ha usado Internet en los últimos tres meses del 2017 en España, es muy normal pensar la gran amplitud que puede abarcar el intercambio de información de los usuarios en el mundo virtual. Con unos datos donde el 98% de los encuestados de 16 a 24 años son usuarios de Internet, es lógico que sus canales de intercambio de información sean o redes sociales o chats sociales.

Basándonos en otro estudio, para ser más exacto, unos datos ofrecidos por Social MediaSL, que es una agencia virtual que ofrece contenidos y encuestas relacionadas con la digitalización virtual, se observa el número de usuarios activos en las distintas redes sociales.

Cabe resaltar que el estudio propio realizado solo analizara 7 canales de difusión digital, en donde el principal canal es Facebook, con una aproximación de 2.000 millones de usuarios.

Gráfico 2:



Fuente: Social Media  
\*Whatsaap y Telegram : Chat

En el gráfico anterior se puede observar según los datos suministrados por la Agencia Social MediaSL que hay una inducción de la sociedad hacia la utilización de las redes sociales. De las 7 redes sociales descritas en el gráfico, WhatsApp y Telegram son considerados Chats, y cuyo uso es diferencial respecto a las otras cinco restantes.

Algunos datos curiosos que nos ofrece esta agencia es :

- En España, Facebook cuenta con más de 23 millones de usuarios siendo su población de más de 46 millones de usuarios, lo que hace referencia clara de esta red y con ello de la influencia de las redes sociales en nuestro país.
- Otro dato significativo, es que el 65% de los usuarios, según los datos ofrecidos, tienden a usarlas durante el periodo establecido entre las 16h y las 0:30 horas. Esta última característica se deberá a la mayor presencia de adolescentes, pues por su actividad económica, la mayoría estudian por la mañana.
- Un español pasa una media de 2 horas conectada a alguna red social
- Hay una tendencia creciente por parte de los usuarios españoles a seguir páginas de productos y de servicios, como puede ser de marcas de ropa, coche, de viaje, perfumes, etc.

Los argumentos de autoridad que ofrece la agencia digital Social MediaSL, nos indica que las redes sociales están presentes en el desarrollo del día a día del individuo social, en definitiva, presente en las necesidades humanas. Postulando una postura más psicológica a través de un artículo de Antonio García Salinero, las necesidades se refieren intrínsecamente a la interrelación cuerpo - mente de cada ser vivo y su ecosistema. Los tipos de necesidades observando diferentes culturas y agrupando necesidades fundamentales parecidas, nos ofrece una clasificación en:

- Subsistencia: necesidades de alimento y de térmico
- Protección y seguridad: capacidad de estar abalado y disponer de cierta seguridad

- Afecto: Compañía, relaciones sociales
- Entendimiento : Conocimientos para poder relacionarse con la comunidad
- Participación : Capacidad para poder influir en decisiones, influencias de la comunidad
- Entretenimiento :Ocupación, rango de estimulación
- Creación : Capacidad para producir mejoras en la comunidad.
- Libertad, equidad y justicia: Capacidad para elegir opciones y vivir en un medio justo

Disponiendo de la clasificación anterior de necesidades humanas, se observa como el individuo en la sociedad necesita estar conectados, ya no solo para crear valor sino que es parte de la esencia del las personas.

Apoyándome en la siguiente frase "Para saber quiénes somos debemos saber como estamos conectados". del profesor James Fowler ( 1940-2015) experto en desarrollo humano, partimos como apoyo de nuestra relaciones a través del desarrollo de las redes sociales. Y es que si las personas fuésemos consientes de que nuestras acciones y actitudes influyen a miles de personas cada día, sin duda pensaríamos mas el tomar una postura determinada o el adoptar un comportamiento. Este especialista en redes sociales humanas, realizo un estudio sobre el estudio del comportamiento en redes sociales del ser humano. Algunas de las conclusiones que salieron de aquel estudio fueron:

- Aproximadamente el 68% de la personas que encontró pareja, conoció a su pareja a través de un amigo. Solo un 23 % de las personas conocieron a su pareja sin la intervención de amigos.
- Aproximadamente el 75% de los homicidios que suceden en los EEUU suceden entre personas que se conocían previamente y en muchas ocasiones en relaciones muy cercanas.
- La longevidad del hombre casado es de 7 años más que en hombres solteros. En las mujeres el resultado no es tan significativo , pues las mujeres casadas viven como media 2 años más que las mujeres solteras.
- El riesgo de ser obeso se triplica cuando una persona tiene amigos con sobrepeso
- En las redes sociales existe el efecto multiplicador
- Estudiamos dos tipos distintos de redes. las redes que constituimos con un objetivo concreto y las que surgen de forma natural, como consecuencia de nuestros actos independientes. La del mundo pequeño, difusión de la información, pueden haber un gran número de personas que se enteren de algo en un momento concreto.
- La regla de las 6 conexiones. Esta de moda, surgió en los años 60 con Stalin Milgram. Solo se necesitan 6 pasos para llegar a cualquier persona del mundo.

Siendo consciente de el cambio relacional que ha producido la tecnología, no sería descabellado pensar en tener datos muy similares hacia un comportamiento relacional digital , pues la necesidad relacionarse del ser humano siguen siendo la mismas.

En cuanto a los principales canales de relación que presenta el estudio a realizar, constara de redes sociales y de chat online. La principal y más importante diferencia entre una red social y un chat ,es que una red social , el usuario tiene la capacidad de obtener información para interactuar con otros usuarios sin necesidad de de haber realizado algún contacto previo con este, en cambio, en el chat, no es posible, pues se necesita de algún tipo de información previa, como un suele ser un número de teléfono o de un alias , para poder establecer un intercambio de información.

Habiendo hecho hincapié entre las diferencias entre red social y chat social, el trabajo presenta una breve descripción de las principales redes y chat sociales a analizar:

### **Descripción de las redes Sociales:**

#### **1. Facebook:**

Es la red social con mas seguidores en todo el mundo, cuenta con unos 1.900 millones de usuarios. No fue la primera red social en crearse pero sí la que se ha mantenido como la red mas utilizada. Cuenta con mas de ( 366 millones de usuarios activos ), y donde el trafico de datos diarios es importante. Aproximadamente se estima que se publican al día sobre 80 millones fotografías y 2500 millones de comentarios.

Aparte de esto datos, Facebook es una de las redes preferidas para darse a conocer o publicitar empresas, según distintos blogs, como Ready4Social o la agencia Media SocialSL esta entre las 3 primeras empresas mundiales de preferencia a la hora de promocionarse.

Ser la red social con mas usuarios dota a Facebook como el gigante de la comunicación social y esto se refleja en una dotación de contactar con posibles clientes.

#### **2. Instagram**

Es de la últimas redes en crearse, pero aún así ha experimentado un crecimiento exponencial en cuanto a registros de usuarios. Se creó en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger. Aunque en un principio fue una aplicación que estaría limitada pues su cuota de accesibilidad sería solo para usuarios de iPhone, sería en los años 2012 con la versión Android y la versión oficial en 2016 para Windows 10 donde esta red se ha consolidado en el top de mas usada con mas de 800 millones de usuarios activos.

En cuanto a la funcionalidad de esta red, se caracteriza por compartir fotografías y video de corta duración que pueden ser editados y caracterizados de forma personalizada, mediante filtros y efectos visuales.

#### **3. Twitter**

Esta red Social es una de las redes mas populares en la actualidad aunque el nivel de actividad se ha visto mermado en los últimos años . Cuenta en la actualidad con unos 500 millones de usuarios. Fue fundada en 2006 por Jack Dorsey. Esta red social se caracteriza por enviar mensajes de textos de forma plana , prácticamente igual al envío de un sms, pero con un longitud máxima de 280 caracteres. El envío de estos mensajes de texto plano se denomina tuits.

#### **4. Youtube**

Es un portal electrónico, donde los usuarios suben, comparten y ver videos. Los usuarios pueden acceder al contenido disponible en cualquier momento. Es la web con mayor lista de reproducción algunos datos para ver estas dimensiones pueden ser que al mes se ven 3.250 millones horas de video, que cada minuto se suben 300 horas de videos Youtube o que en promedio hay 1.000 millones de reproducciones de videos en dispositivos móviles.

Este portal esta disponible en 76 idiomas, lo que supone que casi el 100% de la población mundial no este limitada por el idioma a usarla.

En cuanto su perspectiva de marketing 68,79 % de las empresas apuestan por tener presencia en esta red. Las empresas lo usan para conseguir llegar a un mayor publico cuando ofertan productos y servicios.

En la actualidad Youtube un ofrece un sistema de remuneración por las reproducciones y el cual se ha vuelto una profesión, denominada "youtubers". La tarifa de cuanto abonará la empresa vendrá dada por diferentes aspectos, por ejemplo, el país en donde se cree el contenido y la demanda que tenga el video. Por lo general por cada 1.000 reproducciones pagan sobre 1€ en España y que abonará mensualmente cuando llegue a un mínimo de 100€ es decir, unas 100.000 reproducciones. El video mas visto en la historia de Youtube es el "Gangnam Style de Psy" con 2.500 millones de reproducciones o lo que se tradujo en 25 millones de dolares.

## **5. Whatsaap**

Considerada como un sistema de mensajería para dispositivos móviles en forma de chat, es una aplicación que se crea en 2009 por Jan Koum. Al igual que Instagram, era una aplicación que fue creada para un segmento claro de usuarios, y estos serían los que tuvieran en su potestad un dispositivo móvil android y mas tarde el iPhone.

En 2014 la compañía Facebook adquiere Whatsaap por un importe de 19 mil millones de euros. Cuenta con mas de 1000 millones de usuarios siendo la aplicación mas utilizada en mundo y esta traducida para 41 idiomas. Algunos datos que nos Whatsaap es que al día se comparten 30.000 millones de mensaje, que se comparten mas de 800 millones de imágenes y 125 millones de videos.

## **6. Telegram**

Parecida a Whatsaap, es otra aplicación de servicio de mensajería , desarrollada en el 2013 por Nikolái y Pável Dúrov. La funcionalidad de esta red es la de enviar y recibir mensajes de texto, documentos, fotos , archivos multimedia. La aplicación cuenta con mas de 200 millones de usuarios y un tráfico de 15 millardos ( mil millones) de mensajes al día.

## **7. LinkedIn**

Esta red social tiene un aspecto diferente a las anteriores , puesto que es una red de carácter profesional y el uso que se le dedica es meramente para negocios Fue fundada en 2002 por Reid Hoffman, Allen Blue, Kostatin Guericke, Eric Ly y Jean- Luc Vaillant.

Esta red, es una manera ideal para que los usuarios puedan emplearse o puedan emplear a un tercero a través de las búsquedas de demandante de empleo . Los usuarios deben crear un perfil que básicamente será su curriculum vitae, exponer conocimientos e información general.La principal característica o aspecto de esta red es potenciar el contacto entre profesionales.

En cuanto a su registro de usuarios , cuenta con 347 millones de usuarios. Es muy común que esta red se use como filtro a la hora de seleccionar un posible candidato en un puesto de trabajo. En la actualidad , LinkedIn esta presente en 20 países.

## 2.2) Problemas sociales de las redes sociales

En pleno siglo XXI nos encontramos sumergidos en una nueva era de tecnología y avances tecnológicos, estamos en una era denominada " La edad Digital". La comunicación con todo el mundo es una misma, en donde los receptores tienen la misma información en el mismo instante de tiempo sin importar donde resida.

Este fenómeno trae consigo efectos para la sociedad que pueden ser tanto aspectos positivos como negativos, puesto que diferenciar si se le esta dando un buen uso o mal uso de estas redes sociales no siempre es sencillo, la línea del uso no es tan gruesa que la delimite perfectamente, sino al contrario, en ocasiones el usuario podría estar haciendo mal uso de estas y de manera inconsciente.

La problemática de un mal uso de las redes sociales tiene varios puntos de partida, desde una perspectiva individual o colectiva caracterizada en lo social, como también tiene una perspectiva mas económica basada como les afectan en el desarrollo de una actividad económica.

Las redes sociales desde un enfoque económico es parte indiscutible del marketing de una empresa, es por ello, que la empresa suele ser por lo general, un lugar donde los trabajadores pasan mucho tiempo, dependiendo de la jornada laboral si es completa o no , el tiempo oscila, es decir, hablaríamos de pasar 8 horas fuera de sus hogares, a lo que habría que sumarle un tiempo medio de 1 a 2 horas para desplazarse al lugar de trabajo y para comer. Según un estudio del Instituto de Políticas Familiar , 9 de cada 10 empresas españolas deciden el horario de sus empleados posibilitando que el rendimiento del factor productivo trabajo se pueda llegar a resentir.

Entonces , la jornada laboral, la determinación de las horas y las tareas a realizar de los empleados supone un motivo para que las empresas se organicen bajo el marco jurídico laboral. En España el marco jurídico laboral está recogido en El Estatuto de los Trabajadores y particularmente en sus artículos 34 a 38. la jornada máxima legal es de 40 horas semanales, es decir, 8 horas diarias, ampliando una hora mas o si en el convenio colectivo determine otro, pero del cual esas horas deberán ser compensada en otras semanas, siempre respetando el periodo de descanso. En cuanto al periodo mínimo de descanso diario por trabajador , es de al menos 15 minutos y de 30 minutos si es menor de 18 años.

En base a la legalidad expuesta anteriormente , es reconocible que el trabajador tiene que lidiar con posibles distracciones en horario laboral, sobre todo si tiene esté un dispositivo digital con acceso a la red. Y es que están: el correo electrónico, los chats como Whatsapp o Telegram, las llamadas a su teléfono y claro las redes sociales. El trabajador posiblemente puede quedar inmerso en alguna de estas actividades ajenas a su labor y es cuando crea una problemática para empresarios donde la productividad se pone entredicho.

Una medida generalizada por los empresarios que no ven correcto que sus trabajadores accedan a ser uso de estas actividades es prohibiéndolas, en especial restringiendo el acceso a las redes sociales desde la empresa. Pero, ¿ es esta prohibición un aumento de la productividad?.

La respuesta es que expertos señalan que el acceder a Facebook o cualquier otra red social no es tan malo como señalan los empresarios ya que puede aportar beneficios a los empleados , como distraen , oxigenan y renueva la capacidad de concentrarse al ayudarnos a relajarnos las tensiones producidas por la jornada laboral.

Las redes sociales informan y aportan ideas, ya que es un punto de acceso que nos puede indicar tendencias o indicios de consumo así como gran variedad de contenidos inspiradores. De hecho, cada vez son más las organizaciones que brindan su confianza los trabajadores en este sentido. Este cambio de mentalidad es debido a que se han demostrado que aumentan los beneficios comerciales.

A pesar de eso, para que sean beneficiosas en la productividad han de usarse de manera consecuente, ya que el acceder de manera descontrolada y no racional puede terminar causando problemas tanto al usuario como a la empresa. Por eso el punto medio de estudio para aumentar la productividad en base a la teoría de que son beneficiosas para la productividad, es:

- limitar el acceso, controlar el tiempo de uso y evitar conversaciones largas durante la jornada laboral.
- Desactivar las notificaciones, para no caer en distracciones y pérdidas de tiempo.
- Guardar posibles artículos interesantes para consultarlo una vez haya concluido la jornada laboral.

Las redes sociales no se constituyen en una amenaza para la productividad de la empresa, sino que deben implementarse como una herramienta que ayuda a flexibilizar y agilizar la comunicación, tanto a nivel interno como externo en la comunicación hacia las masas que serán los consumidores a quienes irán dirigidos la oferta de sus servicios y productos.

Como consecuencia de la utilidad que nos ofrecen las redes sociales, como la manera relacional que han adquirido las personas han de tomarse una serie de medidas para implementarlas en todos los sectores sociales, incluyendo el laboral.

A continuación, se mostrará una tabla de Indicadores sobre uso de TIC en las empresas españolas en los años 2016-2017:

		Empresas con <10 trabajadores	Empresas con >10 trabajadores
Disponen de ordenadores	1	73.08	99.57
Tiene conexión a Internet	1	70.22	98.70
Tiene conexión a Internet y página web	2	29.81	77.69
Utilizan medios Sociales	2	31.20	49.57
Realizan compras por comercio electrónico	1	15.70	31.36
Realizan ventas por comercio electrónico	1	4.45	20.45

1. Datos medidos en porcentaje sobre el total de empresas de cada tipo

2. Datos medidos en porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet de cada tipo

Fuente: INE

Para determinar los Impactos de las TIC sobre la productividad de las empresas, la inmensa mayoría utiliza la teoría de la producción. La función de producción relaciona la cantidad de factores de producción empleados, los inputs , con la producción obtenida, los outputs La modelización generaliza para representa esta situación es a través de una función Cobb-Douglas:

$$Y = AK^\alpha L^\beta$$

Y= Producción

A= Nivel Tecnológico

K= Factor Capital

L= Factor Trabajo

$\alpha$  y  $\beta$ = coeficientes que representan la elasticidad de la producción en cada factor productivo.

Despejando la variable de nivel tecnológico, obtendríamos el nivel de productividad, de este modo la ecuación anterior quedaría así:

$$A = \frac{Y}{K^\alpha L^\beta} = PTF$$

No olvidar que dentro de la PTF existen una parte residual con una difícil medición, es ahí donde entraría variables como la calidad de los factores productivos, el uso de la innovación , externalidades. El uso de las redes sociales dentro de una empresa no solo estaría presente como herramienta sino que dependiendo de si los trabajadores hacen mal uso de estas redes en jornada laboral , también se verá afectado el factor trabajo.

Partiendo hacia la otra problemática de las redes sociales y esta vez desde un punto de vista social, las redes sociales pueden afectar a la salud emocional del usuario. El usuario habitual tiende a mostrar mediante publicaciones o hablar mediante diferentes chats de todo aquello que le enorgullece, compartiendo su vida con el resto de la sociedad virtual.

La tendencia en la red es justamente esa por lo que el comportamiento se generaliza provocando comparaciones en niveles de vida, con lo que los usuarios se cuestionan y comparan su forma de vivir con la del resto de la comunidad. La comparación puede hacer que el consumidor de este espacio virtual este cayendo en un círculo vicioso y que puede derivar en posibles problemas emocionales si no se controlan.

En una situación en donde el individuo no se cuestione que pasa más tiempo del debido haciendo usos de estas redes impidiendo realizar otros tipos de actividades es también indicio de mal uso ellas.

El ser humano desde sus inicios siempre ha cooperado en comunidad para avanzar y evolucionar y es que este principio sigue siendo vigente en la actualidad , ya que el motivo por el cual las redes fueron creadas no es fue otro que para conectar y compartir ideas con personas que están separadas por la distancia. En el momento cuando el uso de centrarse más en las relaciones virtuales sea superior que el de las relaciones físicas, es entonces cuando el usuario esta sumergido en un problema y el usuario empiece a desarrollar una sensación de aislamiento social.

En cuanto a salud física se trate , la redes sociales pueden afectar a crear y desarrollar trastornos alimentarios. La gran cantidad de información que existe en la red, provoca que el usuario pueda recurrir a métodos nutricionales que pongan en riesgo su salud. La rapidez en la que se propaga la información en Internet mas el marketing agresivo que practican alguna

empresas y usuarios, con la finalidad de aumentar sus ingresos provocan que los usuarios más vulnerables sean el principal cliente poniendo en riesgo su salud.

Generalizando la idea de la problemática social de las redes , se puede distinguir algunos de los probables problemas que causan las redes sociales en los usuarios si se hiciera un uso inadecuado de ellas, como serian:

- Adicción a las redes
- Soledad
- Empeoramiento de la autoestima
- Depresión
- Comportamientos irracionales

Para medir de algún modo la problemática del uso de redes sociales, el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social de España, en el Informe Anual del Sistema Nacional de la Salud 2016 ofrece algún dato donde el efecto implícito de las TIC esta presente, en los datos seleccionados se expone :

- un 16.9% de la población de 15 y más años sufre obesidad, mientras que la población igual y mayor a 18 años sufre obesidad o sufre sobre peso en un 52.7%.

Como posibles causas de esos resultados se argumenta una conclusión en donde existen factores están muy ligados a las redes sociales.

<<...De entre los posibles factores asociados a la obesidad, siguen relacionándose de forma significativa los dependientes de los hábitos de alimentación y con la falta de actividad física, como son no desayunar a diario, disponer de televisión, ordenador o videojuegos en su habitación, ver la televisión durante más de 2 horas diarias, dormir menos horas, así como el bajo nivel de ingresos económicos de la familia y el bajo nivel educativo de padres y madres.>>.

Bajo un contexto de la teoría neoclásica, las redes sociales seguramente se conviertan en una herramienta a resaltar, ya que una de sus principales críticas a dicha teoría es la suma de las decisiones individuales que terminan por representar a toda la economía, ya sea desde el lado de la demanda o la oferta. En una red social si existiría la posibilidad de una decisión en masa o al menos se asemejaría, como son las movilizaciones en masa como ha ocurrido durante La Primavera Árabe , Siria o Venezuela.

### **3) Objetivos**

La irrupción que han tenido las redes sociales han supuesto un replanteamiento sobre la manera en la que el ser humano tiende a relacionarse. Y es que , ha dado lugar a un cambio cultural globalizado ,ya sea desde realizar actividades tan cotidianas como leer un diario digital hasta actividades más complejas relacionadas con el comercio online. Se ha desarrollado durante el último quinquenio una nueva realidad, un nuevo canal de comunicación donde personas y empresas pueden comentar y desarrollar un contacto de manera virtual.

Conforme con el marco teórico expuesto, el trabajo en cuestión tiene como objetivo analizar el comportamiento de los usuarios de las redes sociales hacia su modo relacional. Asimismo, el proyecto nos ofrecerá datos secundarios , a través de las variaciones del nivel de utilización, de

las redes sociales, también la accesibilidad de las redes sociales sobre orientación del consumo , como el también el marketing digital. Estos datos nos darán conclusiones para corroborar o ver similitudes hacia el efecto relacional actual que nos habla el autor Prensky, del cual nos hemos apoyado para elaborar este estudio.

### 3.1) Hipótesis

Sabiendo que el objetivo del trabajo en estudio es analizar el comportamiento de los usuarios de las redes sociales y su modo relacional, estableceremos unas hipótesis para ayudar a comprender el resultado una vez analizadas las hipótesis diremos si es falta o verídica.

Las hipótesis en cuestión son:

- Desarrollo de la utilización de las redes sociales como canal de relación
- Relación entre el uso de las redes sociales y consumo online.
- La evolución de las redes sociales influyen en un nivel de productividad de la empresa.

Los datos planteados , se llevan a cargo del análisis del estudio de propio realizado de las sietes redes sociales planteadas y el consumidor de estas redes.

## 4) Resultados

### 4.1) Tipología y muestra

Observando el estudio realizado, y sabiendo los objetivos planteados de este trabajo , se hará un uso de estudio cualitativo como cuantitativo. Con referencia al estudio cuantitativo que se ha desarrollado , se elabora un cuestionario, en donde a través de la realización de una secuencias de entrevistas obtener una muestra para proceder al estudio y conseguir alguna conclusión. Para el estudio del trabajo cualitativo se ha tomado como referencia datos y análisis de otros trabajos existentes.

El procedimiento de elección de la muestra se basa en muestreo no probabilístico por bola de nieve , en donde se ha solicitado a los sujetos encuestados , divulgar la encuesta entre sus entornos , al tratarse de una encuesta online.

Estos resultados , han sido establecido con un error del 5% para un nivel de confianza del 95%, por lo que la muestra que necesitaríamos será de :

$$n = \frac{1.96^2 * p * q}{e^2}$$

Como solo existe una manera de eliminar el error y sería eliminar el concepto de muestra y aplicarla a todo la población. Como esta opción es imposible de realizar con los medios que se dispone, se ha limitado a minimizar el error en el proceso de muestreo.

Cuando el nivel de confianza es del 95%,  $1-\alpha$ , el valor estadístico será 1.96. De este modo , con una probabilidad de éxito denominada  $p$  y una probabilidad de fracaso denominada  $q$ , que sería  $q=1-p$  y de igual probabilidad, y asimismo estableciendo un porcentaje de error del 5%, el tamaño de la muestra debería de ser de 384.16 encuestas.

Como determina el tamaño de la muestra, es necesario un mínimo de 384,16 encuestas para que el estudio este sujeto a los parámetros establecidos anteriormente, por lo que el trabajo de campo realizado muestra una selección de 40 encuestas realizadas , número relativamente pequeño y que no dará veracidad a la muestra. Esta limitación se debe tanto a carácter temporal como también invalidar encuestas con errores. Las características no son adecuadas para llevar un estudio válido.

#### 4.2) Error real

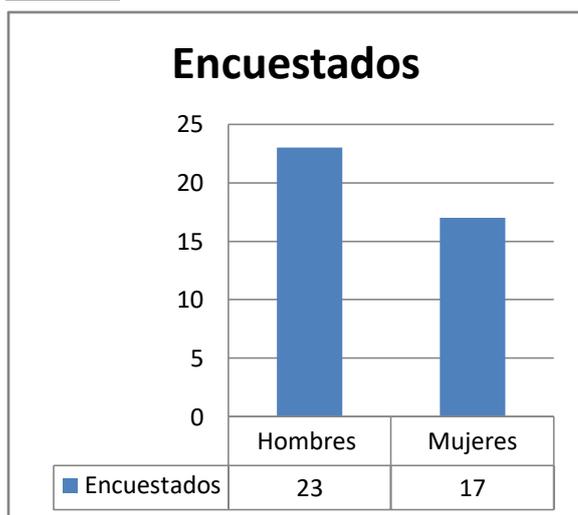
Para conseguir un nivel de error real de cada variable , con un 95% de confianza la fórmula utilizada es la siguiente :

$$e = 2 \cdot \sqrt{\frac{p \cdot q}{n}}$$

En la entrevista realizada las primeras cuatro preguntas se intenta obtener información sobre las características del encuestado para buscar certeza y representatividad, mientras las restantes se profundiza sobre aspectos sobre el uso y la capacidad relacional del encuestado.

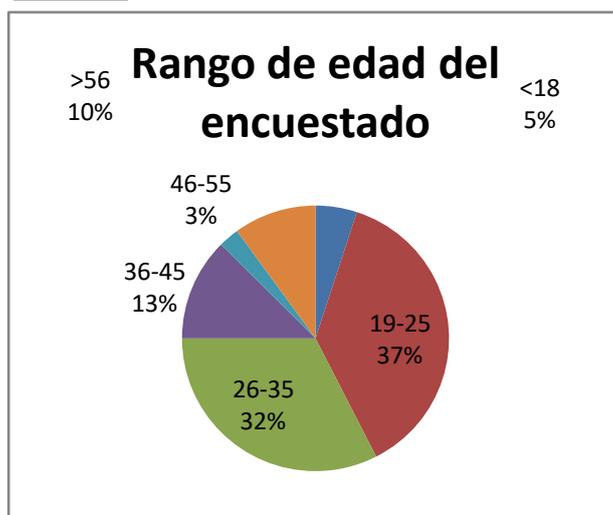
En cuanto a la primera pregunta del cuestionario, se analizo la frecuencia del individuo por sexo. El porcentaje del estudio nos dio como resultado un 57,5% eran hombres frente al 42.5% de las mujeres. El error es del 15,63%, muy superior al que se daría con una muestra de 386.14, ya establecidos los niveles de confianza no debe ser superior al 5.0%.

Gráfico 3:



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4:



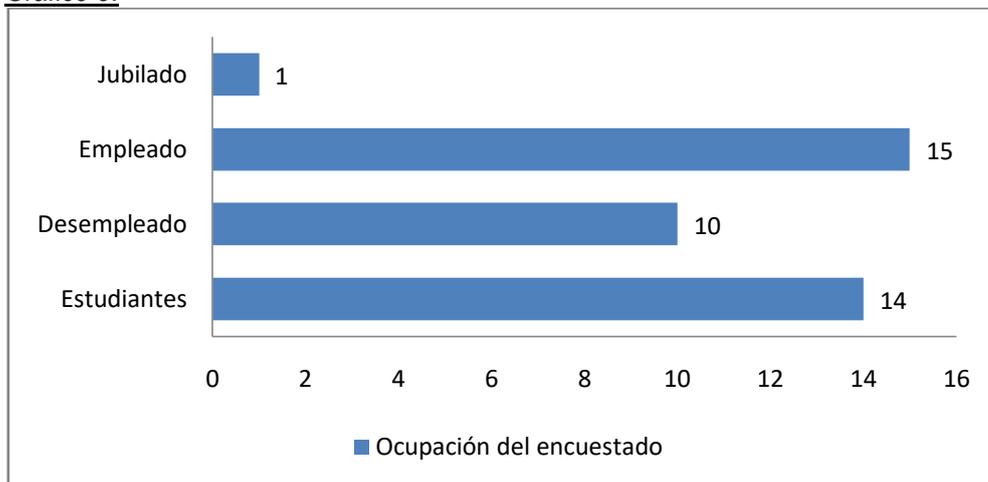
Fuente: Elaboración propia

La segunda pregunta del cuestionario, trataba de segmentar la muestra por rangos de edades. La mayor franja de la muestra lo componen los encuestados de 19-25 años con 15 entrevistas , seguida de la franja de 26-35 años con 13 entrevistas, de la de 36-45 años con 5 entrevistas, de la de mayores de 56 años con 4 entrevistas, la de menores de 18 años con 2 entrevistas y con

una sola entrevista para personas de 46-55 años de edad. En esta variable se establece un error de 5.07%.

La pregunta número 3 , determinaba la ocupación del encuestado , de las 40 encuestas realizadas un tanto el encuestado empleado como el encuestado empleado es el predominante con un 37.5% y un 35%. Los encuestados desempleados ocupan un 25% mientras existe solo un único encuestado que representa el 2.5% de la encuesta. El error en esta última variable es de 5.09%

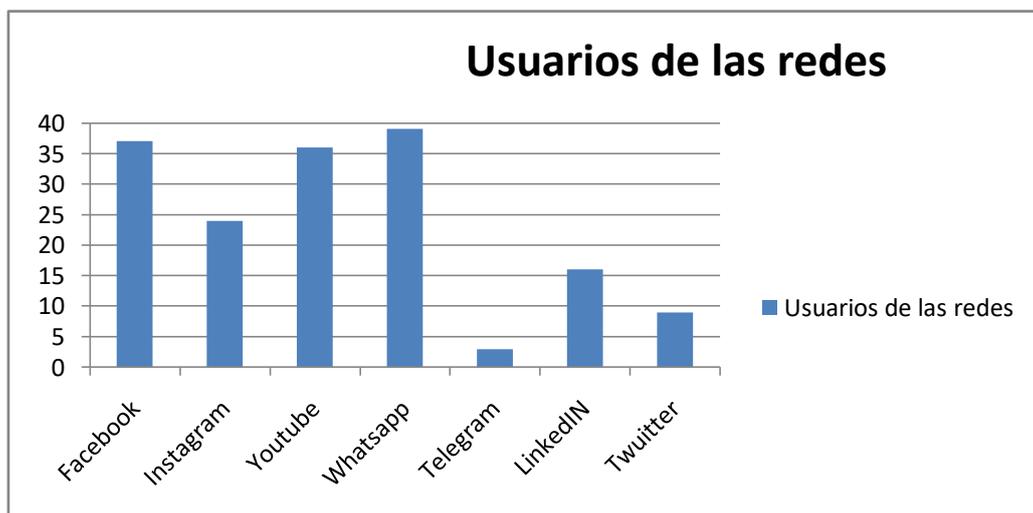
Gráfico 5:



Fuente: Elaboración propia

Para tener en cuenta las redes que utilizada por la muestra, de las más de doscientas redes sociales que existen en la actualidad se acoto la cifra a siete redes sociales. La elección de estas redes sociales fueron dos chat sociales, una red social profesional, tres redes sociales personales , y una red social audiovisual. El resultado de la muestra revela que Whatsapp, Facebook y Youtube tienen una mayor presencia de usuarios en la encuesta.

Gráfico 6:

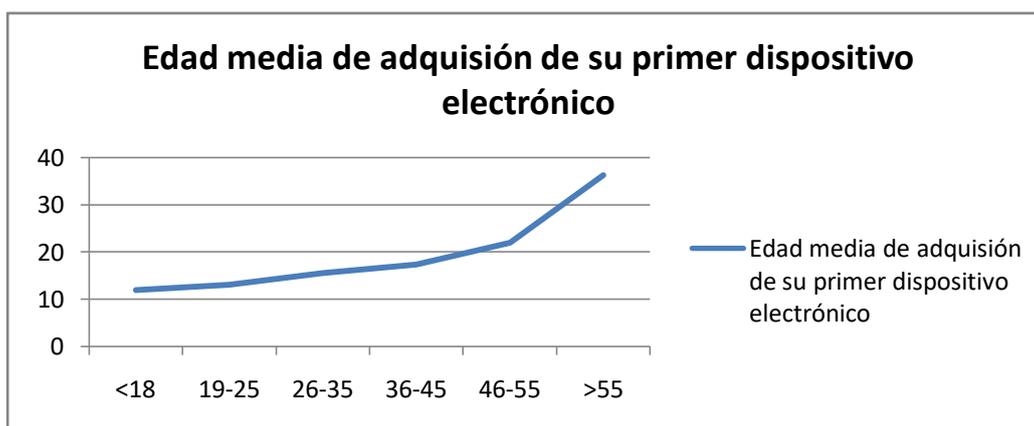


Fuente: Elaboración Propia

Para la pregunta número cuatro de la encuesta , se le preguntaba al encuestado a la edad en la que se adquirió su primer ordenador, smartphone o Tablet, en este caso hay un indicio de una tendencia de adquisición de un dispositivo electrónico con acceso a Internet mas joven. El valor medio de adquisición de cualquier dispositivo electrónico preguntado en la encuesta que nos ha dado en edad mas temprana es de 12 años. Esto conlleva a que la edad en la que se adquiere un dispositivo electrónico en la actualidad es mas temprana que hace 10 años atrás. Situando , el rango de edad de 26-35 años como el rango donde esta el valor de una generación con 10 años mas , se observa un incremento aproximado de 2.5 años mas tarde, de adquirir un dispositivo electrónico de una generación a otra.

Este comportamiento tiene como fundamento la evolución de las costumbres y valores que ha introducido la tecnología en nuestro entorno de vida. En el siguiente gráfico se observa una evolución entre el rango de edad y la adquisición del primer dispositivo móvil.

Gráfico 7:



Fuente: Elaboración propia

Al observar, que la edad de adquirió de un dispositivo móvil se ha reducido en los últimos años, la pregunta nº 5 se le preguntaba si actualmente tienen un teléfono móvil. El resultado fue que el 100% de los encuestados disponen de un teléfono móvil.

#### 4.2) Tablas de Frecuencia

Para darle veracidad al estudio ,en las siguientes tablas de frecuencia se observa la variable en la que el usuario dispone de alguna redes sociales. La muestra será evaluada , a través del uso del X<sup>2</sup>. La fórmula empleada para evaluarla será la siguiente:

$$\chi^2 = \frac{(frecuencia\ empírica\ \% - frecuencia\ del\ estudio\ \%)^2}{frecuencia\ del\ estudio\ \%} + \dots$$

**Tabla 1**

Red Social	Frecuencia empírica	Frecuencia Relativa	Frecuencia de estadística	Frecuencia Relativa
------------	---------------------	---------------------	---------------------------	---------------------

**Facebook**

Usuarios	37	92.5%	24.000.000	51,44%
No Usuarios	3	7.5%	22.659.302	48.56%
Total	40	100%	46.659.302	100%

El resultado del  $\chi^2$  es 67.49 para esta primera tabla. En cuanto al valor del  $\chi^2$  con un grado de libertad y con un nivel de confianza del 95% es de 3.8415. Al ser el resultado mayor que el valor del nivel de confianza, la muestra no será representativa. Por lo que no se puede sacar nada claro sobre la distribución de la muestra y la distribución de la población.

**Tabla 2**

**Instagram:**

Usuarios	24	60%	13.000.000	27.86%
No Usuarios	16	40%	33.659.302	72.14%
Total	40	100%	46.659.302	100%

Para la segunda tabla de frecuencia, el valor del  $\chi^2$  es de 51.40. Teniendo las mismas características que la tabla anterior  $51.40 > 3.8415$  por lo que tampoco es representativa la muestra.

**Tabla 3**

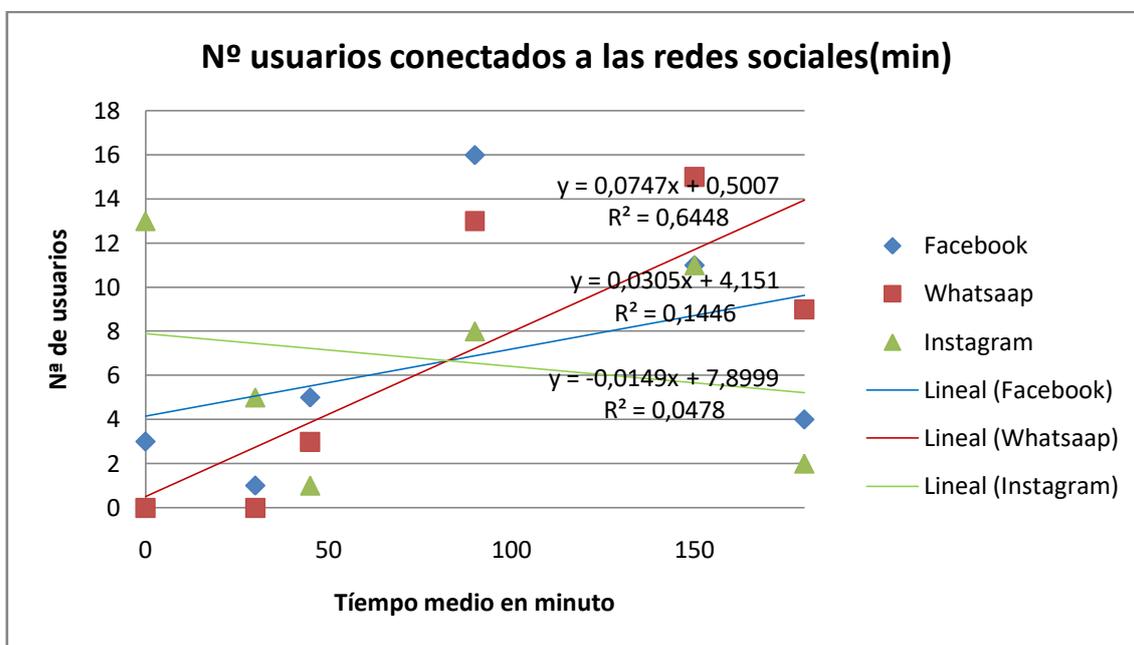
**Whatsapp**

Usuarios	39	97.5%	37.200.000	80%
No Usuarios	1	2.5%	9.459.302	20%
Total	40	100%	46.659.302	100%

Por último la tercera tabla de frecuencia nos da un valor para el  $\chi^2 = 19.14$ . Como mantenemos las mismas características anteriores,  $19.14 > 3.8415$ . Tampoco es representativa la muestra.

#### 4.3) Regresión:

Gráfico 8:



Fuente: Elaboración propia

Los datos ofrecidos en gráfico, muestra una correlación entre la cantidad de usuarios y de horas medias conectados a las redes sociales. Las redes investigadas en este caso serán Facebook, Whatsapp e Instagram.

Para los usuarios Facebook, se muestra en el diagrama de dispersión que los datos los usuarios en el eje de la Y, y el tiempo medio en minuto en el eje de la X. Hay una tendencia positiva en cuanto a los usuarios de Facebook y el tiempo medio conectado, nos indica que esta red social, para la muestra realizada, que los usuarios de esta red tienen a estar conectados más tiempo, por lo que existe una correlación positiva entre variables. La varianza en este caso es creciente y no constante, y la ecuación regresiva del modelo es  $y = 0,0305x + 4,151$ , donde existe una relación positiva entre las dos variables, pero el modelo planteado no explica las variaciones de la variable esto se ve reflejado por el  $R^2 = 0,1446$ , que es más próximo a 0. Existe una parte residual que no es explicada en el modelo.

Para los usuarios de WhatsApp, se muestra pendiente positiva, por lo que existe ya una correlación entre usuarios de WhatsApp y tiempo medio de uso, además de que la pendiente es más inclinada, por lo que aquí la relación entre las dos variables está más pronunciada, es decir, los usuarios tienden a ser más y estar conectados más tiempo. En este caso también tiene varianza creciente pero no constante.

En cuanto a la ecuación que nos determina la regresión es  $y = 0,0747x + 0,5007$ , mostrando una relación directa entre las dos variables, pero al ser el  $R^2 = 0,6448$ , el modelo es inadecuado

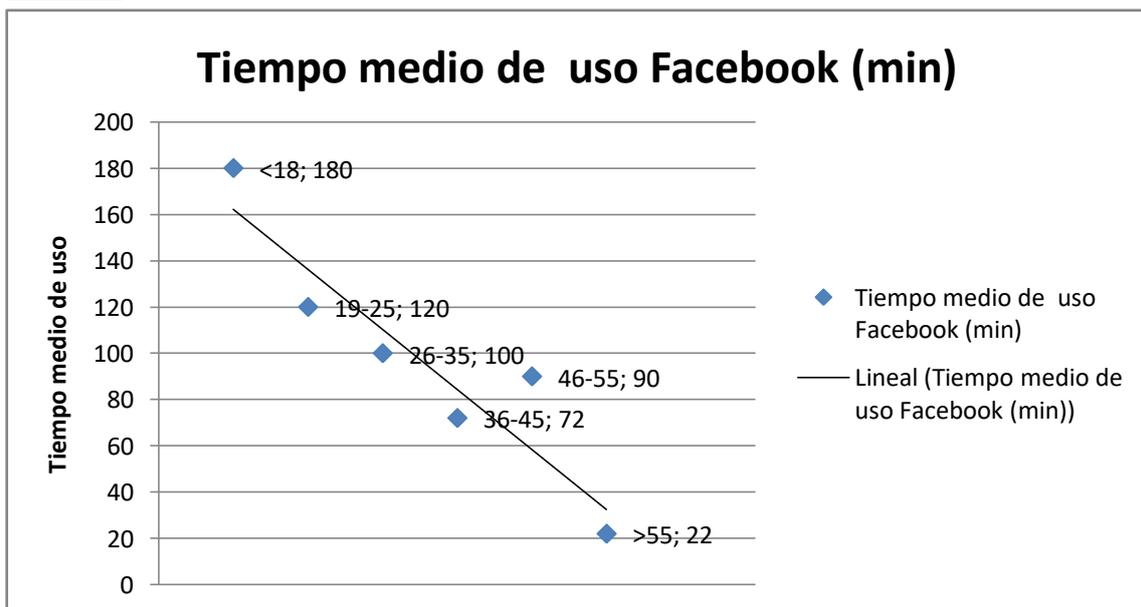
y por tanto , hay una parte residual que no es explicada por estas variables por lo que tiene un poder explicativo.

Por último para los usuarios de Instagram, se observa en este caso que la relación que existe entre variables tiene una tendencia negativa, por lo que en este caso hay una correlación a la inversa entre usuarios de Instagram y tiempo medio de uso. En este caso la varianza es decreciente y no constante . La ecuación generada es  $y = -0,0149x + 7,8999$ , lo que nos muestra la relación a la inversa entre las dos variables, al igual que en los otros caso el  $R^2 = 0,0478$  es muy bajo, mas próximo a 0, por lo que este modelo carece de poder explicativo.

Podemos ver que los usuarios de Instagram de la muestra no desarrollan el mismo comportamiento que con las dos redessociales anteriores, prueba de ello es que tanto Facebook como Whatsapp son líderes de seguidores en España y llegan a una mayor amplitud de la sociedad, formando parte de las necesidades relacionales de las personas.

Como se observa en el gráfico , la tendencia entre tiempo medio de uso de Facebook y la edad del encuestado es negativa, con lo que hay un indicio de que la generación comprendida entre 1.990 y 2.000 es mucho mas propensa a la utilización de esta red, lo que hablaba el autor Prensky, estan adecuados a utilizar estas herramientas digitales porque han nacido y crecido en el momento de expansión de estas, por lo que el aprendizaje ha quedado instrisico de las cultura y valores de la comunidad.

Gráfico 9:



Fuente: Elaboración propia

#### 4.4) Análisis Cualitativo

Las redes sociales han nacido relativamente pronto, como se comenta en el estudio, pero se han desarrollado y ampliado de manera rápida. La forma relacional de las sociedades, el mundo laboral, como cualquier entorno que tenga que ver con el intercambio de información se ha visto adecuado a las nuevas tecnologías y con ello se han generado patrones de costumbres emergentes.

Las relaciones en el mundo laboral a través de la utilización de redes sociales no solo afecta a la fase productiva ya que puede servir como filtro de ayuda a la hora de la inserción laboral. En el IV Informe Infoempleo-Adecco sobre Redes Sociales y mercado de Trabajo, se ofrecen datos de los cual me apoyare para realizar un análisis cualitativo.

En la actualidad , las tecnologías permiten que las personas pueden acceder con facilidad a la información. Basándome desde un enfoque ambientado a la búsqueda de estar empleado, el informe proporcionado por Adecco nos muestra los siguientes datos:

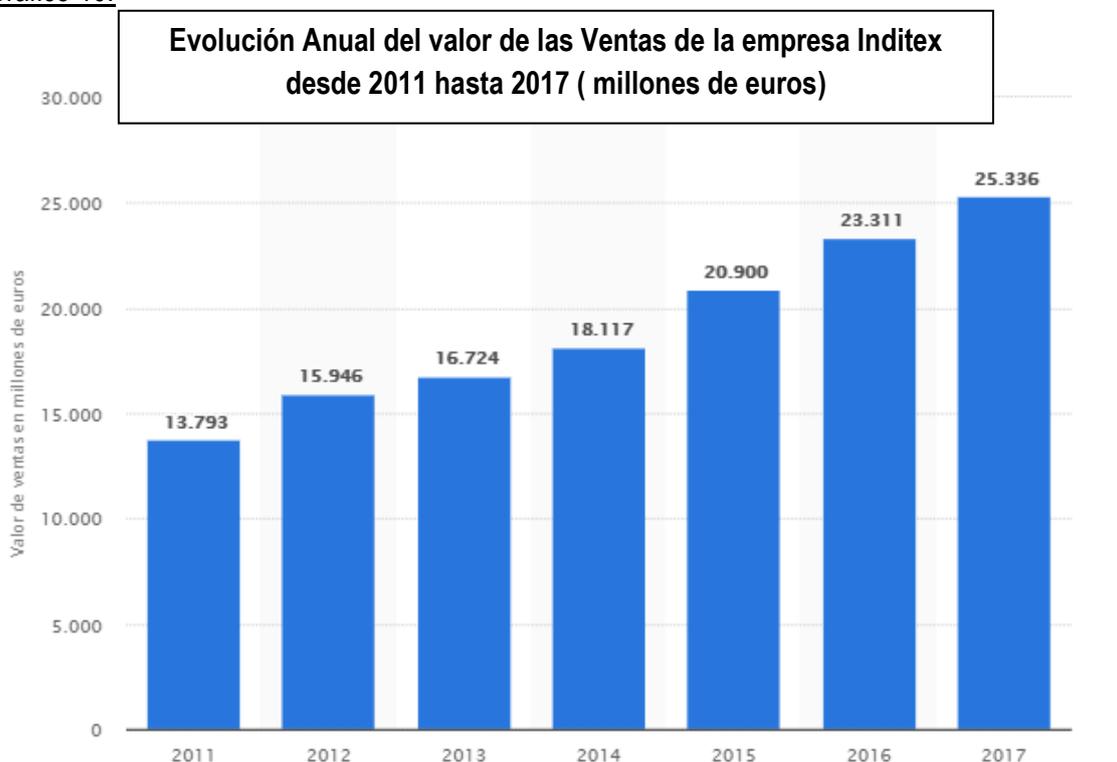
- Ha aumentado desde el 2011 hasta el 2015 , en un 33% el número de personas que han enviado su curriculum a través de una red social. Situándose en un 76% las personas que han hecho uso de las redes sociales, frente un 24% que no ha hecho uso.
- Ha aumentado en un 16% desde el 2011 hasta el 2015, el número de empresas que han contactado con los demandantes a través del uso de las redes sociales, Situándose en un 42% las empresas que contactan con el demandante de empleo a través de las redes sociales frente al 58% que no contactan.
- Las personas usuarias de las redes sociales , han mostrado una conformidad del 70% de que sí es una alternativa el uso de las redes sociales para encontrar trabajo. Frente al 10% que considero que no es una alternativa interesante y un 20% que se abstuvo.
- La red social preferible para encontrar trabajo es LinkedIn , seguida de Facebook y Twitter.
- Los usuarios que son demandantes de empleo y hacen uso de las redes sociales se conectan a ellas : un 57% de los demandantes se conectan todos los días, un 25% se conecta varias veces a la semana, un 9% se conecta una vez mínimo a la semana y un 8% una vez al mes.
- Un 42% , no diría que usa las redes sociales para encontrar empleo o cambiar de empleo, por que pueden tener alguna persona conocida , ya sea jefe de su empresa o personas del entorno.
- Las mujeres son más usuarias de utilizar las redes para encontrar trabajo, un 57% frente al 43%
- El Rango de edad que mas utiliza las redes sociales es de 36-45años con un 39%, le sigue el de 26-35 con un 31%, el de 46-55 con un 19% , menores de 25 años con un 7% y con un 4% el de mayores de 56 años.
- Los aspectos principales que harían que una empresa rechazase a el perfil de un candidato a través de las actividad de las redes sociales es por: Apología a cualquier tipo de violencia, publicaciones donde se haga ver consumo de drogas y alcohol, comentarios negativos sobre empleados, errores de expresión
- EL 71% d las empresas de nuestro país tienen previsto utilizar las redes sociales para reclutar talento en los próximos meses.

Ahora en y basándonos en un enfoque comercial, las redes sociales han visto como influyen positivamente en cuanto al nivel de ingresos. Aportando datos de valor, el INE:

- Indica que en el año 2016 el 42.9% de las empresas que tenían algún tipo de contacto con medios digitales por motivos de trabajo, pues el 94.5% la utilizan para promocionarse en alguna red social.
- Otro dato que muestra ,es que las empresas hacen un mayor uso de Facebook, LinkedIn, Youtube.
- Las empresas han experimentado una variación 3% entre el año 2015 y 2016, y apuestan en la capacidad potencial que de los medios sociales para desarrollar sus actividades.

En cuanto a la variable ingresos y redes sociales, me apoyare en un argumento de dato. La compañía del Grupo Inditex, Zara, es una empresa española que ha apostado por el uso de las redes sociales para promocionar y llegar a un mayor publico. En la actualidad, y basados en datos ofrecido por la compañía disponen de unos 26.000.000 de seguidores en Facebook en todo el mundo siendo su cuota de seguidores para España de 850.000.

Gráfico 10:

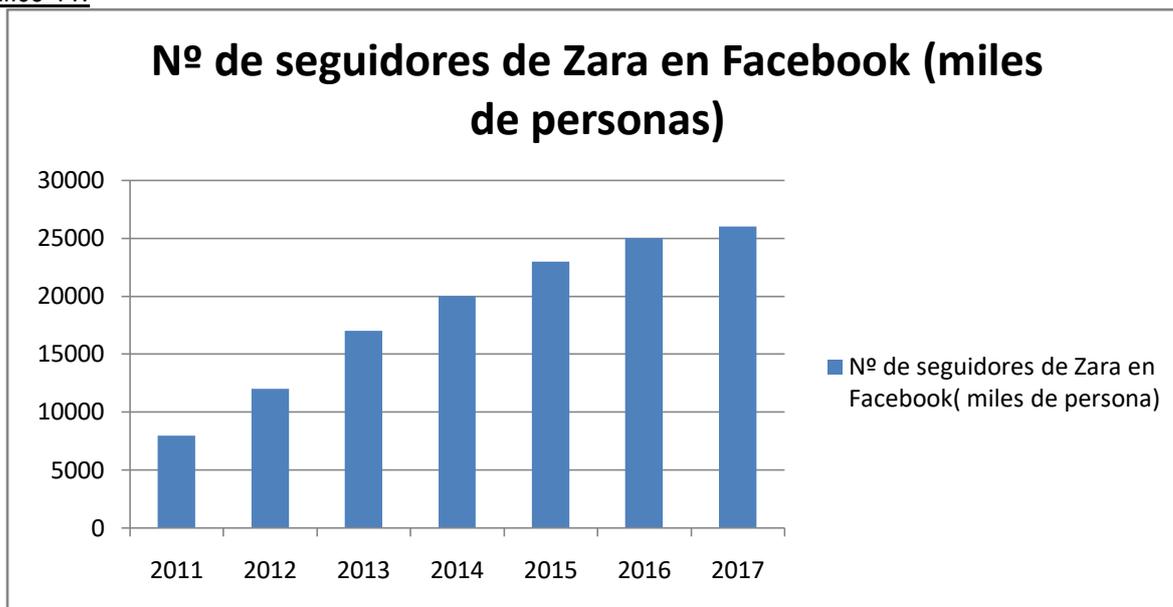


Fuente: Statista2018

En cuanto a la evolución del número de seguidores de la marca Zara, es un dato que no se ha conseguido en este estudio a través de ninguna representación de una serie temporal, se ha cogido como guía para tener una aproximación de la evolución temporal de los seguidores de la marca Zara en Facebook , a través de un artículo de Manuel Rodríguez, publicado en el diario La Opinión A Coruña.

A través de este artículo, se ha realizado la representación temporal del número de seguidores aproximado de Zara para el periodo comprendido entre 2.011 y 2.017

Gráfico 11:



Fuente : elaboración propia

Comparando los gráficos nº10 y nº11, se observa como la tendencia para ambos gráficos es creciente desde el periodo 2011 a 2017. Tanto el nivel de seguidores de Zara en Facebook como los ingresos obtenidos por Zara en este periodo acotado, muestra como el marketing digital, y la facilidad a la información por parte del usuario a la hora de adquirir un producto de Zara, puede ser un factor causante del aumento paulatino de los ingreso de la compañía española.

## 5) Conclusión

A largo de este Trabajo de Fin de Grado , he pretendido dar respuestas a una series de cuestiones de como están afectando la utilización de las redes sociales en nuestro entorno de vida. Cabe señal que hay diferencias en cuanto a la utilización entre una red social personal y una red social profesional como LinkedIn, pero es efecto de que estan presente en las sociedades provocando cambios paulatinos en patrones comunicativos.

También se ha concluido que la actividad del usuario en la red, puede influir de manera positiva , ya que es un mundo inmenso de información, pero también toda esta información estará ligada al practica que el usuario haga de ella.

Finalmente, podemos llegar a una serie de conclusiones del estudio realizado:

- Se puede afirmar que el usuario con mayor porcentaje de presencia en las redes sociales , es la generación comprendida entre 1.990 y 2.000, habiendo una evolución constante pero paulatina de ellas a medida que se observa generaciones con mas edad. Por lo que se reafirma el concepto de nativo digital e inmigrante digital de Presnky , observado en los gráficos 7.8 y 9.

-Las generaciones que pasan mas tiempo usando redes sociales son las jóvenes, llegando a ser de un tiempo estimado de 3h para Facebook para menores de 18 años.

-La red social mas utilizada es Whatsapp. Al ser un chat de mensajería instantánea, los usuarios hacen un mayor uso de ella, ya que están conectados con la otra persona en tiempo real. Esto junto a las reformas y mejoras técnicas de la aplicación, nos lleva como se observa en la tabla de frecuencia 3 que es la preferida por los encuestados y por los españoles basados en un frecuencia estadística de la Agencia Social Media SL.

- El mal uso de las redes sociales puede afectar negativamente al modo de vida de las personas, causando problemas físicos o mentales. El punto límite de saber si el uso esta siendo el adecuado será si el usuario deja de hacer actividad normal a cambio de usar las redes.

-Las redes sociales forman parte de una nueva manera de relacionarse. Esta presente en el desarrollo de de actividades cotidianas como buscar empleo, intercambiar información o realizar actividades de marketing digital.

-El 98.7% de las empresas con más de 10 trabajadores disponen de conexión a Internet. El acceso a la red dota a la empresa de poder desarrollar un marketing digital ampliando la cuota y con esto haciéndola más productivas.

-Es un canal nuevo para acceder a la inserción laboral. Para las empresas es un canal de información privada muy potente que permite a estas filtrar información de los demandantes de empleo para de este modo asignar y buscar los caracteres mas adecuados ajustados a los valores y principios de la empresa.

- Las redes sociales son un canal muy potente para llegar a una amplia parte de la sociedad, por lo que empresas de moda, como Zara hacen uso de ellas para poder llegar a un mayor pública y así disponer de una mayor cuota de mercado.

En definitiva, se puede concluir que las redes sociales han revolucionado desde 1.997 hasta la actualidad el entorno de vida de las sociedad en el mundo, provocando nuevos fenómenos relacionales. Hacer un uso responsable de las redes digitales influirá tanto en la combinación relacional física como digital.

## 6) Bibliografía:

- ❖ Acebes, Belén&Mozas, Coral . Observatorio de Marcas en redes Sociales 2016. IAB.(2.016). Data URL [https://iabspain.es/wp-content/uploads/observatorio-marcas-rrss\\_2016\\_vfinal\\_reducida.pdf](https://iabspain.es/wp-content/uploads/observatorio-marcas-rrss_2016_vfinal_reducida.pdf)
- ❖ Ayala,Guilamar & Cassany,Danie, "Nativos e inmigrantes digitales en la escuela", Universitat Pompeu Fabra.
- ❖ Cáceres Hernández, José Juan; López Martín, Luis Javier; Martín Álvarez, Francisco Javier; Martín Rodríguez, Gloria; Romero Rodríguez ,Margarita E. Conceptos,Tablas y Fórmulas de Estadística.(2.003)
- ❖ Casi 40 millones de usuarios activos de Internet en España. LA Vanguardia (2.018). Data URL: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180201/44447776258/casi-40-millones-de-usuarios-activos-de-internet-en-espana.html>
- ❖ Cassany,Daniel&Ayala, Gilmar. Nativos e inmigrantes digitales en la Escuela. Universitat Pompeu Fabra. (2.008)
- ❖ Castañeda, Gabriel. Social Media Líderes. (2.017) La Influencia de las redes sociales en todo el mundo actual.<http://socialmedialideres.com.ve/la-influencia-de-las-redes-sociales/>
- ❖ Castellón, Clara (2.017). Estadísticas sobre las redes sociales. Data URL <https://www.fhios.es/20-sorprendentes-estadisticas-sobre-las-redes-sociales/>
- ❖ Estadísticas redes sociales 2017 en España.. (2.017).Data URL <http://www.concepto05.com/2017/05/estadisticas-redes-sociales-2017-en-espana/>
- ❖ Expansión
- ❖ Gaceta Digital UAM. Hay 22 mil millones de dispositivos digitales conectados a a Internet. (2.016). Data URL <http://www.gaceta.unam.mx/20160815/hay-22-mil-millones-de-dispositivos-digitales-conectados-a-internet/>
- ❖ García Salinero, Antonio. La satisfacción de las Necesidades Humanas. (2.016). Data URL <https://sociologos.com/2016/06/23/la-satisfaccion-las-necesidades-humanas/> ( Antonio García Salinero) Artículo de sociología
- ❖ González Ortiz, David. España es el país mas activo en Whatsapp. La Sexta Noche.(2.016). Data URL: [https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoplora/apps/espana-pais-mas-activo-whatsapp-nuestra-hora-punta-son-23h\\_2014121557f78e010cf2fd8cc6aa9b82.html](https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoplora/apps/espana-pais-mas-activo-whatsapp-nuestra-hora-punta-son-23h_2014121557f78e010cf2fd8cc6aa9b82.html)
- ❖ IAB. Estudio Anual de Redes Sociales 2015. Data URL: <http://iabspain.net/redes-sociales/>
- ❖ Informe Anual del Sistema Nacional de la Salud 2016
- ❖ Infojob. Redes Sociales y trabajo, ventajas e inconvenientes.(2.016).Data URL <https://recursos-humanos.infojobs.net/redes-sociales-trabajo>
- ❖ Informe 2.016 Infoempleo-Adecco. Redes Sociales y Mercado de Trabajo. Adecco. (2.016). Data URL <https://www.adeccorientaempleo.com/webwp/wp-content/uploads/2017/02/Informe-2017-Empleo-y-Redes-Infoempleo-Adecco-2.pdf>
- ❖ Instituto Nacional de Estadística ( INE). Población en España que ha utilizado internet en el último tres meses en el año 2.017
- ❖ Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Cifras de población.

- ❖ López Hernández , Mario Alejandro. El nuevo impacto de las redes sociales. (2.015). Analitika Market Research. Data URL <https://es.slideshare.net/analitikasv/estudio-de-redes-sociales-2015-el-salvador>
- ❖ Marimón,A&Ruiz, R(2.016) Inditex completa la ofensiva online en sus mercados. La Expansión. (2.017) Data URL: <http://www.expansion.com/empresas/distribucion/2016/12/14/58510ae2e5fdeaaf368b45e5.html>
- ❖ Martínez Lopez, Fátima. Usuarios Internet, Social Media y Móvil en España y el Mundo. (2.018). Data URL: <https://fatimamartinez.es/2018/01/30/informe-2018-usuarios-internet-social-media-y-movil-en-espana-y-en-el-mundo/>
- ❖ Modaes.es. Zara: la más seguida en Facebook en España.(2.017). Data URL <https://www.modaes.es/back-stage/zara-la-mas-seguida-en-facebook-en-espana-pero-la-menos-activa.html>
- ❖ Observatorio eCommerce&Transformacion Digital. Las mejores páginas para comprar por Internet. (2.018). Data URL <https://observatorioecommerce.com/paginas-para-comprar-por-internet/>
- ❖ Presnky, Mark. Nativos e Inmigrante Digitales. Institución Educativa SEK. (2.010).
- ❖ Rodríguez, Manuel. Zara y sus treinta millones de fans en las redes sociales. (2.015). La Opinión de A Coruña. Data URL <https://www.laopinioncoruna.es/sociedad/2015/07/19/zara-treinta-millones-fans-redes/977753.html>
- ❖ Sectorial. Las redes Sociales: una colectividad de impacto social, económico y político (2.017). Data URL <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/52706-las-redes-sociales-una-colectividad-de-impacto-social,-econ%C3%B3mico-y-pol%C3%ADtico>
- ❖ Websa100. Redes Sociales para empresas , ¿ Qué ventajas tienen para emprender?. (2.016) Data URL: <https://www.websa100.com/blog/redes-sociales-para-empresas-que-ventajas-tienen/>
- ❖ Weise, Sthephanie ( 2.016). Millennials actively use mor four social networks. Data URL <https://wearesocial.com/uk/blog/2016/05/millennials-actively-use-more-than-four-social-networks>

## 7)Anexo:

De manera empírica, el Trabajo de Fin de Grado realizado ha tenido como principal punto analizar el comportamiento de los usuarios de las redes sociales en la sociedad. Para ello ha sido apoyo fundamental el siguiente cuestionario:

### Influencias de las Redes sociales:

#### 1) Sexo

- Hombre
- Mujer

#### 2) Edad

- <18
- 19-25
- 26-35

- 36-45
- 46-55
- >55

3) ¿Ocupación actual?

- Estudiante
- Desempleado
- Empleado
- Jubilado

4) ¿Edad en la que adquiriste tu primer ordenador, smartphone o tablet? (dispositivo con acceso a la red?)

5) ¿Dispones de teléfono móvil actualmente?

- Sí
- No

6) ¿Tienes acceso a Internet?

- Sí
- No

7) ¿Cual de las siguientes redes sociales has utilizado o utilizas?

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp
- Youtube
- Linkedin
- Twitter
- Telegram

8) ¿Con cuanta frecuencia al día la utilizas?

- 1) Más de tres horas
- 2) Entre dos y tres horas
- 3) Entre una hora y dos horas
- 4) Entre treinta minutos y una hora
- 5) Menos de treinta minutos
- 6) Nada

Red Social	1	2	3	4	5	6
Facebook						
Instagram						
Whatsapp						
Youtube						
Twitter						
Linkedin						
Telegram						

9) ¿En que franja horaria sueles dar mas uso a estas redes ?

- Mañana
- Tarde
- Noche

10) Solo en caso en que señalaste la opción empleado. ¿Has usado algunas de las redes sociales anteriores durante el horario de trabajo?

- Sí
- No

11) ¿Cuál es el uso que le sueles dar a las redes sociales?

- Chat
- Trabajo
- Hobbie
- Otros..

12) ¿Alguna vez has comprado a través del mercado online?

- Sí

No

13) ¿A través de que empresa online ?

14) ¿Crees que si un personaje famoso promociona un producto o servicio , aumentan las ventas?

Sí

No

15) Lo último que has comprado a través del mercado online, ¿ es promocionado por un personaje público?

16) ¿ Porque compraste a través del mercado online?

- Por ahorro de tiempo : Sí  No
- Por precios mas accesibles: : Sí  No
- Por una mayor y mejor información del producto o servicio: : Sí  No
- Porque el producto o servicio no se encuentra en tu zona geográfica: Sí  No
- Porque te resulta mas fácil y cómodo : Sí  No
- Otros motivos.

17) Sugerencias