

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



**Uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes  
de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023**

**TESIS:**

Para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación

**AUTOR:**

Br. Flores Moscoso, Cristian Frank

0009 – 0007- 4997- 6847

**TUMBES, 2025**

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



### Uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Cristhian Jacob Hidalgo Sandoval – presidente

Dr. Ruperto Arroyo Coico – secretario

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán - vocal

TUMBES, 2025

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



### Uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y forma.

Br. Flores Moscoso, Cristian Frank (Autor)  
Código ORCID 0009 – 0007 – 4997 – 6847

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán (Asesor)  
Código ORCID 0000 – 0002 – 0995 – 5300

Tumbes, 2025

# ACTA DE APROBACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los veintiocho días del mes de enero de dos mil veinticinco, siendo las 12:00 pm horas en el auditorio Facso, se reunió el jurado calificador, designado por **RESOLUCIÓN 377-2023/UNTUMBES-FACSO-D.**, y conformado por Mg. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval, presidente; Dr. Ruperto Arroyo Coico, secretario; Dr. Karl Vladimir Mena Farfán, vocal; Dr. Wilfredo Barrientos Farias, accesitario; (dado que el Dr. Ruperto Arroyo Coico no pudo estar presente en la ceremonia de sustentación, el Dr. Wilfredo Barrientos Farias cumplió su función como accesitario y lo sustituyó) se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: "Uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023", para optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, presentada por el:

**Br. Cristian Frank Flores Moscoso**

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte del sustentante y luego de la deliberación, el jurado, según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara al **Br. Cristian Frank Flores Moscoso**, dar por Aprobado con Calificativo de 17.

En consecuencia, queda apto para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 12:00 pm horas y veinte minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 28 de enero del 2025.

Mg. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval  
DNI N° 44752528  
Código Orcid: 0000-0003-4806-9907  
**Presidente**

Dr. Wilfredo Barrientos Farias.  
DNI N° 06698660  
Código Orcid: 0000-0001-71559408  
**Accesitario**

Dr. Karl Vladimir Mena Farfán  
DNI N° 16727481  
Código Orcid: 0000-0002-0995-5300  
**Vocal**

CC.  
Jurados (03)  
Asesor - Coasesor  
Interesado - Archivo (Decanato)

## INFORME DE TURNITIN

### Uso del Smartphone y comunicación cara a cara - informe de Flores Moscoso (Turnitin).docx

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>19%</b> INDICE DE SIMILITUD	<b>18%</b> FUENTES DE INTERNET	<b>5%</b> PUBLICACIONES	<b>10%</b> TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------

#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<a href="http://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	<b>4%</b>
<b>2</b>	<a href="http://www.untumbes.edu.pe">www.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	<b>4%</b>
<b>3</b>	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>5</b>	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>6</b>	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	Submitted to Universidad Abierta para Adultos Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	<a href="http://repositorio.unamba.edu.pe">repositorio.unamba.edu.pe</a> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>



Dr. Karl Vladimir Mena Farfán  
ORCID: 0000-0002-0995-5300  
DNI: 16127481

9	<a href="http://digibuo.uniovi.es">digibuo.uniovi.es</a> Fuente de Internet	<1 %
10	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://repositorio.upeu.edu.pe">repositorio.upeu.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://www.cimat.mx">www.cimat.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
14	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
15	<a href="http://repositorio.unap.edu.pe">repositorio.unap.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://revistas.unlp.edu.ar">revistas.unlp.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
18	<a href="http://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE	<1 %



Dr. Karl Vladimir Mena Farfán

ORCID: 0000-0002-0995-5300

DNI: 16127481

20	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	riti.es Fuente de Internet	<1 %
24	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	reunir.unir.net Fuente de Internet	<1 %
27	academic-accelerator.com Fuente de Internet	<1 %
28	muestreoysesgoestadistica.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
29	www.scielo.org.pe Fuente de Internet	<1 %
30	Jonatan Baños-Chaparro. "Gestión del tiempo y compromiso académico en estudiantes de	<1 %



Dr. Karl Vladimir Mena Farfán  
 ORCID: 0000-0002-0995-5300  
 DNI: 16127481

---

psicología de la Universidad Privada Norbert  
Wiener, 2019", PsyArXiv, 2021

Publicación

---

31	Submitted to Universidad Autonoma del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
32	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	tesis.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	www.ehowenespanol.com Fuente de Internet	<1 %
35	Stephanie Washbourn Cawthon, Leland Lockhart, Alyssa Kaye, Tasha Beretvas. "Factor Structure of Opportunity to Learn for Students with and without Disabilities", Education Policy Analysis Archives, 2012 Publicación	<1 %
36	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

---



Dr. Karl Vladimir Mena Farfán

ORCID: 0000-0002-0995-5300

DNI: 16127481



## **DEDICATORIA**

La presente investigación se la dedico a mis padres, quienes me han apoyado incondicionalmente en cada uno de mis logros, gracias por todo su esfuerzo y confianza, este logro también es de ustedes, gracias totales.

**Cristian Flores Moscoso.**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a mi asesor Dr. Karl Vladimir Mena Farfán, por su apoyo, paciencia y sus conocimientos compartidos, que han sido de mucha ayuda, lo que me ha permitido aprender y crecer profesionalmente.

Asimismo, agradezco a todos los docentes de la escuela de Ciencias de la Comunicación, quienes son grandes profesionales, gracias por compartir sus conocimientos y enseñanzas.

**Cristian Flores Moscoso.**

## INDICE

ACTA DE APROBACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS .....	4
INFORME DE TURNITIN .....	5
DEDICATORIA .....	9
AGRADECIMIENTO .....	10
INDICE .....	11
ÍNDICE DE ANEXOS .....	12
RESUMEN.....	13
ABSTRAC.....	14
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. REVISION DE LA LITERATURA.....	18
III. MÉTODOS Y MATERIALES .....	34
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	44
V. CONCLUSIONES.....	74
VI. RECOMENDACIONES.....	75
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
ANEXOS.....	83

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1:</b> Matriz de consistencia del estudio de investigación .....	82
<b>Anexo 2.</b> Instrumento de recolección de datos. ....	84
<b>Anexo 3:</b> Base de datos.....	87
<b>Anexo 4:</b> Validación por juicio de expertos .....	88
<b>Anexo 5.</b> Evidencias fotográficas de aplicación de instrumento.....	100

## RESUMEN

Se puede asumir que en la actualidad el uso del smartphone se ha vuelto indispensable para los estudiantes y desempeña un rol fundamental en su vida académica y personal. Por lo que disponer de un dispositivo móvil, ya sea para utilizarlo como herramienta de estudios, trabajo o de uso personal es indispensable.

El presente estudio intitulado: “Uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la comunicación, UNTUMBES, 2023”, tuvo como propósito: “Determinar la relación entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES”. Se refiere a una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional. Asimismo, la población se constituyó por los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Igualmente, la técnica aplicada fue la encuesta y el cuestionario se aplicó como instrumento. Los resultados obtenidos, según Rho de Spearman, señalan que existe una relación positiva baja de  $Rho = 0.294$ , asimismo se determinó que existe una relación directa entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara. Además, se identificó que el smartphone es una herramienta omnipresente en la vida de los estudiantes, destacándose principalmente por su uso cotidiano como medio de entretenimiento y comunicación, por tanto, los estudiantes le dedican un uso de tiempo significativo al smartphone.

Palabras clave: Smartphone, comunicación, estudiantes universitarios.

## ABSTRAC

It can be assumed that nowadays the use of smartphones has become indispensable for students and plays a fundamental role in their academic and personal life. So having a mobile device, whether to use it as a tool for study, work or personal use is indispensable.

The present study entitled: "Use of the smartphone and face-to-face communication in students of Communication Sciences, UNTUMBES, 2023", had the purpose: "To determine the relationship between the use of the smartphone and face-to-face communication in students of Communication Sciences, UNTUMBES". It refers to a quantitative approach research, of correlational type. Likewise, the population was constituted by the students of Communication Sciences. Likewise, the technique applied was the survey and the questionnaire was applied as an instrument. The results obtained, according to Spearman's Rho, indicate that there is a low positive relationship of  $Rho = 0.294$ , likewise it was determined that there is a direct relationship between the use of the smartphone and face-to-face communication. In addition, it was identified that the smartphone is an omnipresent tool in the lives of students, standing out mainly for its daily use as a means of entertainment and communication, therefore, students devote significant time use to the smartphone.

Keywords: Smartphone, communication, university students.

## I. INTRODUCCIÓN

Es fundamental para la presente investigación explorar información y explicar la situación problemática de las variables planteadas del uso del Smartphone y comunicación cara a cara, en el ámbito internacional, nacional y local; esto sirve para conocer y entender la finalidad de las variables y el propósito del estudio.

En el ámbito internacional, en España la revista científica Ontsi investigó las tendencias de usos de equipos tecnológicos, en su estudio el Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2021) señala que el uso del smartphone desde su aparición se ha sumado rápidamente, en la actividad continua de adultos, jóvenes e incluso niños. El celular ha logrado un papel protagónico y relevante debido a las diferentes aplicaciones que posee o que se pueden adquirir; estos aplicativos lo han consolidado como una herramienta indispensable y práctica en su manejo. En el 2020 se evidenció que más del 90 % de los ciudadanos españoles aceptaban que usaban diariamente el smartphone; este dispositivo tecnológico registró un nivel muy elevado de conocimiento; además, obtuvo un promedio de 27,5 días de uso al mes.

Conforme con la investigación revelada en la revista Educación XX1, la Universidad Pública de Navarra (2021) sostiene que evaluaron el uso del Smartphone entre 1107 estudiantes de Formación Profesional en Navarra y se descubrió que el 30% de ellos demostró una conducta de riesgo vinculada al aparato, y solo en ocasiones se presentan problemas asociados al móvil. Además, se evidenció notablemente una variación entre los géneros, destacando que las mujeres hacen uso continuo del móvil. Dentro de la muestra, un 7,9% mostraba un uso problemático del smartphone, mientras que el 28,6% en ocasiones presentaba problemas. Asimismo, agregan la importancia de promover un uso adecuado de las tecnologías entre los estudiantes, prestando particular interés a las diferencias de género identificadas.

En el ámbito nacional, de acuerdo con INEI (2023) en su informe de “Estadísticas de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares”, señala que, durante el segundo trimestre de 2023, el 94,9% de los hogares peruanos cuentan con mínimo un integrante que posee un Smartphone, manteniendo esta cifra sin alteraciones significativas en comparación con el mismo trimestre de 2022. No obstante, en comparación con el año 2019, se observa un aumento de los 2,3 puntos porcentuales. Lima Metropolitana presenta la mayor cobertura con un 97,0%; en las áreas urbanas la accesibilidad de los hogares al Smartphone alcanza el 96,8%, mientras que en las áreas rurales es del 87,5%.

Según Osiptel (2022) en su Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones realizado a 15 493 hogares divididos en zonas rurales y urbanas, señala que el 88,4 % de las viviendas en Perú tiene un smartphone; y sostiene que la incorporación de estos dispositivos de 66,3 % en 2016 aumentó a 88,4% en 2021, lo que presentó un incremento del 22 % en el transcurso de los años. Asimismo, a finales del año 2021, el 33,8 % de las familias peruanas tenía un dispositivo móvil; el 35,7 % de hogares contaba con dos dispositivos; y solo el 12,7 % tenía tres smartphones.

En la región Tumbes, la Universidad Nacional de Tumbes en los últimos años ha realizado actividades académicas de manera virtual, donde el Smartphone asumió un rol fundamental, pues a través de esta herramienta se puede realizar actividades académicas y acceder a la información compartida. El dispositivo móvil cuenta con múltiples funciones, las cuales permiten que los estudiantes estudiar, trabajar, entretenerse, informarse o comunicarse, sin embargo, es posible que el uso frecuente del celular genere cambios en los espacios de interacción y comunicación.

Ante lo expuesto, el propósito del estudio es determinar la relación entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara, y lo relacionado con los diferentes aspectos cotidianos en la población estudiantil de Ciencias de la Comunicación, de la UNTUMBES, 2023.



Se formuló la siguiente incógnita, ¿cuál es la relación entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023?

La investigación se justifica de manera teórica, pues se sustenta por medio de los distintos aportes bibliográficos y teóricos sobre el uso del smartphone y contribuciones correspondientes a la variable comunicación cara a cara, de esta manera, se presentan conceptos de diferentes autores. Asimismo, gracias a las contribuciones propias, se aportan nuevos datos e ideas; por lo tanto, es posible comprobar el vínculo existente de las variables planteadas; y brindar aportes en la comunidad científica.

Asimismo, la justificación es de manera práctica, dado que durante el proceso de investigación se alcanzan los objetivos establecidos con la finalidad de determinar la relación entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara, en estudiantes de Ciencias de la Comunicación. También, centrándose en la importancia práctica, se destacan los posibles beneficios que la investigación proporciona a la sociedad o el área específica de estudio.

Además, el estudio se justifica de manera metodológica, pues se aplica la técnica de la encuesta y el instrumento de estudio es el cuestionario, de esta manera, se adquiere información confiable y auténtica de la población estudiantil, lo que permite mayor comprensión del grado de relación que guardan las variables de estudio.

Por otra parte, la justificación resulta relevante desde una perspectiva social, dado que permite comprender las nuevas formas de interacción en los estudiantes universitarios y sus efectos en las relaciones humanas. Asimismo, el estudio aporta valor tanto al ámbito científico como a la sociedad al ofrecer conocimiento y datos relevantes.

## II. REVISION DE LA LITERATURA

Los antecedentes del presente estudio presentan recopilaciones de investigaciones de otros autores, la cuales sirvieron para realizar un análisis puntual y como fuente para la realización de la investigación. Los antecedentes se clasifican conforme el contexto: internacional, nacional y local.

En el ambiente internacional, Cuzco (2022) en su obra: “Relación entre el uso frecuente del celular y el rendimiento académico en estudiantes de educación básica superior de la Unidad Educativa Chiquintad”, Universidad Politécnica Salesiana. El objetivo fue: “Determinar la relación entre el uso frecuente del celular y el rendimiento académico, en estudiantes de básica superior entre las edades de 13 y 14 años”. El estudio pertenece al enfoque cuantitativo, el tipo es descriptivo, correlacional; se conformó la muestra por 106 alumnos, a los cuales se empleó un cuestionario. En autor concluyó que, los alumnos invierten su tiempo frecuentemente en el smartphone, lo que causa problemas psicológicos y complicaciones en las articulaciones, pero el alumnado no percibe las consecuencias. Por lo tanto, los estudiantes dedican significativamente una parte de su tiempo para realizar diferentes actividades en el Smartphone, y no consideran los posibles daños físicos y psicológicos asociados.

En el contexto internacional, Arias y Brenes (2019) en su estudio: “Uso de los dispositivos móviles y su incidencia en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de décimo nivel, de la sub-área de Gestión Empresarial para la materia de Legislación Laboral, en el Colegio Técnico Profesional de Educación Comercial y de Servicios”, Universidad Nacional de Costa Rica. El objetivo fue: “Analizar la incidencia de las aplicaciones utilizadas desde la telefonía celular en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de décimo año”. La investigación pertenece al enfoque cualitativo, el tipo de estudio es descriptivo, la muestra fue de 37 participantes, el instrumento aplicado fue el cuestionario y la entrevista. Los autores concluyen que, los docentes usan el

Smartphone para los procesos correspondientes al aprendizaje y enseñanza; lo que genera que las clases se vuelven dinámicas, y el alumnado tenga una mayor participación. Por lo tanto, el smartphone beneficia a los docentes y alumnos en el desarrollo de la educación al permitir la aplicación de diversas metodologías, logrando clases más efectivas.

En el ambiente internacional, en la investigación de Zatarain et ál. (2019) en su artículo científico: “Utilización del smartphone por estudiantes de nivel superior”, Universidad Autónoma de Sinaloa. El objetivo fue: “analizar el uso que le dan al teléfono inteligente los estudiantes de Licenciatura en Informática de la Facultad de Informática Mazatlán”. El enfoque de investigación es cuantitativo, el tipo es descriptivo, la muestra fue formada por 23 participantes, y se les empleó una encuesta. Los autores concluyen que, el alumnado utiliza principalmente el móvil para observar tutoriales y desarrollar sus tareas académicas, pero creen que los docentes no lo utilizan como herramienta pedagógica. Por lo tanto, los estudiantes perciben que los docentes no le dan al smartphone un uso relevante y significativo a nivel educativo, que ayude con su crecimiento académico.

En el ámbito internacional, en la obra de Romero et ál. (2020) en su artículo científico: “Uso de los dispositivos móviles en educación superior: relación con el rendimiento académico y la autorregulación del aprendizaje”, Universidad de Granada. El propósito fue: “analizar la influencia de los dispositivos móviles en el rendimiento académico y en la autorregulación del aprendizaje”. La investigación corresponde al enfoque cuantitativo; de tipo correlacional, se conformó la muestra por 420 alumnos, el instrumento aplicado fue el cuestionario. Los autores concluyen que, el smartphone influye en los estudiantes significativamente, pero no genera una enorme influencia en el rendimiento académico; no obstante, aporta beneficios en el desarrollo del aprendizaje y contribuye al acceso de información. Por lo tanto, el uso del smartphone permite que los estudiantes tengan acceso a diversos recursos educativos que ayudan a su formación.

En el ambiente internacional, según Álvarez y Moral (2020) en su artículo científico: “Phubbing, uso problemático de teléfonos móviles y de redes sociales en adolescentes y déficits en autocontrol”, Universidad de Oviedo. El propósito fue: “Determinar las relaciones directas que pudiera haber entre el uso problemático del teléfono móvil, de las redes sociales y el nivel de autocontrol a la hora de predecir el fenómeno de phubbing”, el enfoque de estudio es cuantitativo; el tipo es correlacional, la muestra se conformó por 285 estudiantes, a quienes se les empleó un cuestionario. Los autores concluyen que, el manejo exagerado de las redes sociales y teléfono genera que los estudiantes ignoren su entorno físico; siendo las mujeres quienes acceden con mayor frecuencia. Por lo tanto, los estudiantes prefieren usar el dispositivo móvil y las redes sociales, lo que ocasiona la pérdida de interés por los espacios sociales y la interacción presencial.

En el ámbito nacional, según Pari (2019) en su investigación: “Relación del uso de los Smartphone en las relaciones familiares en estudiantes universitarios de la F.T.S. UNA Puno”, Universidad Nacional del Altiplano. El propósito del estudio fue: “Determinar la relación del uso de los Smartphone con las relaciones familiares en estudiantes universitarios”, el estudio pertenece al enfoque cuantitativo; es de tipo correlacional; la muestra se compuso de 96 estudiantes, a los cuales se empleó un cuestionario. El autor concluye que: el uso de smartphones guarda una conexión positiva y moderada con las relaciones familiares, por ello se debe establecer pautas para el uso apropiado de estos dispositivos. Por lo tanto, es importante realizar un manejo responsable de estos dispositivos tanto a nivel institucional como familiar, así se puede contribuir a fortalecer las conexiones familiares.

En el entorno nacional, según Ortega (2020) en su obra: “Relación entre el uso excesivo de los smartphones y la procrastinación académica en estudiantes de una universidad privada”, Universidad San Ignacio de Loyola; el objetivo fue: “Estudiar la relación entre el uso excesivo del smartphone y la procrastinación académica”. El enfoque del estudio es cuantitativo, de tipo

predictiva; de diseño correlacional simple; se conformó la muestra por 200 estudiantes, a quienes se les destino un cuestionario. El autor concluye que, el excesivo uso del teléfono móvil posee una pequeña correspondencia con la procrastinación en el ámbito académico; la influencia se destaca en el aplazamiento de actividades y en la autorregulación. Por lo tanto, se destaca la necesidad de promover un uso más consciente de los smartphones para evitar impactos perjudiciales en la productividad académica y social del estudiante.

En el contexto nacional, Orosco et ál. (2020) en su artículo científico: “Uso del smartphone en estudiantes universitarios de la región central del Perú”, Universidad Nacional del Centro del Perú; el objetivo fue: “Identificar el uso que le dan al smartphone los estudiantes universitarios”. El enfoque de estudio es cualitativo, la muestra fue constituida por 462 estudiantes. Los autores concluyen que, los estudiantes hacen uso cotidiano de sus smartphones, pero solo ocasionalmente los emplean para tareas académicas. A pesar de esta tendencia, la percepción general es que los smartphones ofrecen más beneficios que inconvenientes en la formación académica. Por lo tanto, es necesario explorar estrategias para integrar de manera más efectiva estas herramientas tecnológicas en el proceso educativo, maximizando su potencial a favor del aprendizaje.

En el contexto nacional, según Torres y De la Cruz (2019) en su obra: “Relación entre dependencia al celular y habilidades sociales en estudiantes de una Universidad Privada de Lima Este”, Universidad Peruana Unión. La finalidad es: “determinar si existe relación significativa entre dependencia al celular y habilidades sociales en estudiantes de una universidad privada de Lima Este”. El enfoque de la investigación es cuantitativo, el tipo es correlacional, la muestra se conformó por 351 estudiantes. El test fue el instrumento utilizado. Los autores concluyen que: la dependencia al smartphone representa rasgos negativos en las habilidades sociales; mientras que, los estudiantes con mejores habilidades sociales tienen menos posibilidad de afrontar

problemas derivados a su uso excesivo. Por lo tanto, es necesario fomentar el uso equilibrado de los smartphones y desarrollar habilidades sociales saludables.

En el ambiente nacional, en su obra de Canchihuamán y Valer (2022) en su estudio: “Influencia del teléfono móvil en los estudiantes de la Facultad de Antropología – UNCP - 2019 - 2021”, Universidad Nacional del Centro del Perú. La finalidad fue: “Describir la influencia del teléfono móvil en las costumbres, aspecto académico y económico de los estudiantes de la facultad de Antropología”. La investigación pertenece al enfoque cualitativo, el tipo descriptivo, se conformó la muestra por 112 participantes. El instrumento ejecutado fue la observación y la entrevista. El autor concluye que, los estudiantes al abstenerse del uso del smartphone y las plataformas sociales pueden desencadenar efectos negativos como la monofobia, ansiedad y depresión. Por lo tanto, los estudiantes que hacen un uso exagerado del smartphone son más susceptibles a tener problemas psicológicos, por ello, es importante abordar estas dinámicas.

En el ámbito local, Román (2020) en su investigación: “El smartphone como medio de enseñanza en los estudiantes de la Institución Educativa Nuestra Señora de las Mercedes, Tumbes, 2020”, Universidad Nacional de Tumbes. La finalidad fue: “Determinar el nivel de eficacia del Smartphone como medio de enseñanza en los estudiantes de la I.E. Nuestra Señora de la Mercedes”. El enfoque de investigación fue cuantitativo, de diseño no experimental. Se empleó la muestra a 12 profesores, el instrumento aplicado fue el cuestionario. El autor concluye que, los profesores emplean el smartphone para crear un entorno de interacción con los estudiantes, así la experiencia educativa presenta una mejora. Por lo tanto, se destaca la capacidad del smartphone para mejorar el ambiente educativo y fomentar una interacción más dinámica entre profesores y alumnos.

### **Bases teóricas**

Para el sustento de las presentes variables del estudio, se emplearon conceptos y teorías de diferentes autores en sus respectivas investigaciones.

Se desarrolló la “teoría de usos y gratificaciones” y la “teoría de la aceptación tecnológica”, pues son teorías que guardan relación con la ejecución del uso del smartphone. Por otro lado, para la realización de la variable comunicación cara a cara se realizó la “teoría de la comunicación humana” y la “teoría de la comunicación de Laswell”, pues están principalmente relacionadas.

Teoría de usos y gratificaciones. Según los autores principales Katz, Blumler y Gurevitch (1973) sostienen que la teoría de usos y gratificaciones pretende exponer la manera en la cual los sujetos disponen de los medios de comunicación, para así obtener gratificación propia, y resolver sus necesidades de integración personal/social, afectivas y cognitivas. Asimismo, Katz, Blumler y Gurevitch (1974) señalan que parten de la premisa que las personas son quienes eligen lo que demandan de los medios de comunicación o de otras opciones similares para gratificar sus necesidades.

De acuerdo con Elorza (2022) manifiesta que el medio de comunicación conserva un rol primordial en la vida del consumidor; pues los consumidores priorizan satisfacer sus necesidades y deseos, enfocándose en la interacción con nuevos grupos y consumir las tendencias y productos de moda impuestos por los medios. Por otro lado, Pari (2019) sustenta que el propósito de esta teoría se centra en revelar el comportamiento del consumo y uso de los diferentes medios de comunicación (smartphones, televisión, diarios, radio).

La teoría de la aceptación tecnológica. Según el autor principal, Davis (1989) sostiene que la Teoría de la Aceptación Tecnológica se originó particularmente para anticipar la aceptación de los sistemas informativos al interior de las instituciones por parte de los usuarios. Su propósito es precisar los componentes que influyen en el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación en función de una extensa cantidad de sujetos. Según esta teoría,

la intención de un individuo para manejar un sistema se limita a la de utilidad y la facilidad con respecto al uso que experimenta.

Asimismo, Davis (1989) sustenta que su teoría de la aceptación tecnológica, se centra en la utilidad que se percibe y en la facilidad que se percibe. De esta manera, la primera explica que las personas tienen la creencia que el uso de las tecnologías puede mejorar su capacidad en el ambiente laboral; por otro lado, la segunda manifiesta que las personas tienen la creencia que la utilización de las tecnologías no demandará un esfuerzo significativo. Dado que se proponen como factores clave para entender la conformidad de las personas hacia las nuevas tecnologías.

Teoría de la comunicación humana. Según Watzlawick, Beavin y Jackson (1971) en su obra "Teoría de la comunicación humana" sostienen que, en todo sistema, la comunicación es innata, porque cada acción de un miembro se transmite un mensaje a los demás involucrados. Asimismo, agregan que, en todo proceso comunicativo, se pueden diferenciar los aspectos particulares en función a los emisores y receptores.

De acuerdo con Watzlawick, Beavin y Jackson (1971) sostiene que la teoría de la comunicación humana se centra en que toda conducta de los seres humanos tiene una finalidad comunicativa de manera inherente, pues la comunicación se transmite mediante diferentes formas. Conforme con Rizo (2011) afirma que en este procedimiento intervienen mecanismos que establecen la interacción entre todos los participantes, de ese modo, la alteración de un elemento puede afectar las relaciones de los otros involucrados.

Teoría de la comunicación de Laswell. Según Laswell (1948) su teoría se basa en la observación de fenómenos de comunicación masiva a través de preguntas que abarcaban diversos niveles de análisis con componentes comunicativos. Este modelo de análisis dio origen a preguntas clave que exploraban aspectos como: emisor, contenido, canal, receptor y efecto en todo proceso comunicativo. Analizó los medios a través de los cuales tiene lugar la comunicación



y observó que la transmisión de cualquier mensaje se realiza mediante diversos dispositivos, pues se encuentran inmersos en una sociedad con audiencias múltiples.

Conforme con Guzmán (2018) indica que, en los años 40, el sociólogo Harold Lasswell introdujo un novedoso modelo para comprender el proceso comunicativo; pues ofrece una estructura sólida que facilita la comprensión de la comunicación, centrándose en los participantes y en los componentes principales que intervienen en la emisión de mensajes en situaciones de comunicación masiva.

Es fundamental explicar y construir definiciones de manera concisa y coherente sobre la presente variable; de este modo, se aporta nueva información. Para ello, es necesario emplear el método deductivo e inductivo.

Según Pari (2019) menciona que los avances tecnológicos, han ocasionado que surja el Smartphone, el cual posee una enorme capacidad similar a las máquinas de cómputo, también integra aplicaciones destinadas a cumplir diferentes funciones y tareas, convirtiéndose en una herramienta completa. Asimismo, Peñuela et ál. (2014) señala que el Smartphone permite a los usuarios acceder a internet, enviar email y mensajes de texto, utilizar plataformas digitales y percibir contenido multimedia; también posibilita que los usuarios puedan descargar diferentes aplicaciones de su preferencia.

Por otro lado, de acuerdo con Zatarain et ál. (2019) sostiene que el Smartphone es utilizado como reemplazo de las computadoras y la televisión, debido al sencillo acceso a la información. Además, es utilizado con fines recreativos, y sustituye a los instrumentos que brindan entretenimiento y a las herramientas didácticas.

Por lo tanto, el smartphone cuenta con características y funciones similares a las computadoras. Pues es posible adquirir diferentes aplicaciones, y cada una de ellas cumplen una

determinada tarea. Es un dispositivo práctico capaz acceder a múltiples funcionalidades desde cualquier lugar, ya sea para entretenimiento, educación o comunicación.

De acuerdo con Paez (2022) sostiene que la evolución del smartphone surgió en el año 1980, con la aparición de la empresa “Ameritech Mobile Communications”, los primeros dispositivos fueron elaborados con canales de radio analógicos, lo cuales tenían mucho volumen y la batería tenía poca duración.

De acuerdo con Castro (2012) señala que, debido al rápido crecimiento del Smartphone, se han producido cambios culturales y sociales; los estilos de comunicación, la manera de socializar de los individuos, el acceso a la información ha cambiado significativamente. Asimismo, estos cambios se evidencian en la forma de jugar, trabajar, estudiar, aprender e interactuar.

Según Olguín (2020) señala que el uso del teléfono inteligente causa que los usuarios dejen de lado la comunicación sincrónica, pues muchos individuos tienen preferencia por la comunicación a través de redes sociales, esto afecta de forma perjudicial el estado anímico de los usuarios y provoca autoevaluaciones críticas debido al contenido. Además, la dependencia a este dispositivo puede resultar en ansiedad, abstinencia y comportamientos compulsivos, como revisarlo constantemente.

Conforme con Pari (2019) menciona que la frecuencia del uso del Smartphone tiene relación con las diferentes maneras de comunicación; los jóvenes actualmente usan dicho dispositivo de manera rutinaria, ya que les cuesta expresar sus ideas y pensamientos de manera directa y abierta. Por otra parte, según Gutiérrez (2016) señala que los jóvenes tienen como preferencia en el smartphone: navegar y realizar diferentes actividades en internet; recrearse en los videojuegos; acceder a las redes sociales para chatear, compartir información y noticias con sus contactos.

Según Gaspar (2016) sustenta que el público joven con frecuencia manipula su teléfono inteligente en todo momento y lugar, sin tener consideración por los espacios sociales y familiares. Dado que se presentan dos mecanismos cognitivos como: deseos y pensamientos en quienes practican dichos usos exagerados con su smartphone. Si estos usuarios no reciben notificaciones, llamadas o mensajes pueden presentar ansiedad y preocupación.

De acuerdo con Ticona y Túpac (2016) el Smartphone posee diferentes utilidades como el wifi, la cámara, redes móviles y plataformas digitales; además, estos dispositivos pueden ser utilizados para llamadas y para cumplir tareas por medio de las diversas aplicaciones. De igual manera, Peña (2018) sostiene que el teléfono inteligente presenta muchas utilidades, las actividades que mayormente se realizan son: mensajear, mirar la hora, usar la alarma, observar y tomar fotografías, ingresar a redes sociales y escuchar música. Según Bellur (2015) menciona que muchas personas optan por el teléfono inteligente por encima de las laptops o tabletas, con la finalidad de acceder a entretenimiento, búsqueda web, compras, chats en línea, operaciones bancarias, preparación de tareas y aprendizaje.

Según Gaspar (2016) afirma que los smartphones a nivel de entretenimiento cuentan con características como juegos, llamadas, multimedia y otras novedades; principalmente, el dispositivo se dispone con propósitos de diversión y entretenimiento. Asimismo, agrega que el móvil es percibido como una fuente de entretenimiento que ofrece medios para relajarse y reducir el estrés, ya sea en situaciones de soledad o en compañía.

Asimismo, según Castro (2012) señala que los smartphones a nivel de comunicación permiten a los individuos comunicarse e interactuar constantemente y en diferentes entornos, posibilitando una conexión virtual incluso a largas distancias. Además, agrega que la introducción del móvil ha alterado el comportamiento público, transformado las relaciones humanas y modificando las costumbres y formas de comunicación.

Conforme con Pari (2019) indica que, a nivel de productividad, el smartphone brinda aplicaciones y/o funciones como la alarma y el calendario; estas herramientas son productivas porque producen notificaciones en modo de multimedia o mensajes. Además, proporciona información sobre noticias, eventos especiales o servicios, y permite que los usuarios puedan compartir, editar y crear documentaciones.

Según Sandoval et ál. (2013) expresa que, a nivel de comunicación el smartphone es considerado como un aparato distractor en la educación; sin embargo, proporciona aplicaciones capaces de mantener diferentes modalidades educativas (virtuales, presenciales y mixtas). Además, es una herramienta con mucho potencial en el proceso pedagógico, siendo una actividad con relación directa en la comunicación, el manejo de la información y conocimientos adquiridos con respecto a la formación educativa de los estudiantes.

De acuerdo con Bohórquez & Rodríguez (2014) señalan que actualmente las redes sociales son un soporte que permiten construir relaciones con accesibilidad a la comunicación, a pesar del espacio virtual. Por otra parte, según Feijoo et ál. (2020) menciona que la alta influencia promocional que los individuos pueden hallar en los contenidos de videojuegos, es posible que alcance el 90% de su tiempo, en el smartphone. Asimismo, Feijoo y García (2016) sostienen que los sujetos les dan mucha importancia a los videojuegos, pues creen que estos son una herramienta demandante en su smartphone durante todo el día.

Desde otro punto de vista Román (2017) sustenta que actualmente el internet forma parte del smartphone, y es ubicuo en la cotidianidad de los individuos, pues permite el acceso a libros, información, diarios, revistas, artículos, música, radio, videos, blogs, entre otras funciones; además, es posible establecer comunicación con las personas a través de mensajes instantáneos, chats, videollamadas y correos electrónicos.

Conforme con Asturrizaga (2023) sostiene que el smartphone produce oportunidades y beneficios con respecto a los negocios, pues actualmente diversas compañías y emprendimientos son capaces de brindar productos y servicios a domicilio, controlar las actividades de sus negocios en cualquier lugar. Sin embargo, López (2018) sustenta que la digitalización ha traído diferentes ventajas que son empleadas a través del teléfono móvil, porque es posible gestionar los canales digitales (páginas online y redes sociales) de los negocios, asimismo se puede interactuar con los usuarios, así la imagen de la marca tendrá mayor visibilidad.

Según Jiménez (2021) manifiesta que las Tecnologías de la Información y la Comunicación forman el producto del intercambio en función a las telecomunicaciones y la informática, este resultado tiene como finalidad optimizar el proceso, almacenamiento y transmisión. No obstante, Alvarado (2022) señala que las TIC existen en las computadores y teléfonos inteligentes, teniendo presencia en las redes que permiten el acceso en internet y en los procesos de información y transmisión.

Según el portal Comunicare (2022) sostiene que la comunicación cara a cara se refiere al contacto directo entre el emisor y el receptor. Esta comunicación genera mayor productividad y anula las barreras y distracciones producidas por los medios digitales; además, esta interacción directa genera lazos de confianza y permite un mejor entendimiento.

Conforme con Linzalata (2002) menciona que la comunicación cara a cara es indispensable y no puede ser excluida de la interacción, esto se debe a que todos los participantes que están involucrados en el intercambio, son integrantes activos en el proceso comunicativo. Según Veliz (2016) señala que la retroalimentación puede realizarse de diferentes formas, pero la comunicación cara a cara es el principal canal al momento de construir relaciones sociales, pues genera que la retroalimentación se desarrolle de una manera eficaz.

La comunicación cara a cara se basa en el contacto directo de los participantes en la fase de la interacción. Asimismo, en la retroalimentación es indispensable y necesaria, pues el receptor comprende de manera clara el mensaje que transmite el emisor; gracias a ello, se puede evitar los posibles malos entendidos provocados por los medios digitales.

Según el IESE Business School (2022) señala que la efectividad de la comunicación cara a cara se origina a través de las interacciones cara a cara, ya que están presente los gestos faciales, tono de voz y lenguaje corporal, así el mensaje es preciso, y los sentimientos transmitidos son claros, lo que origina una empatía mutua entre los participantes, Asimismo, añade que cuando se logra el contacto directo con las personas, la autoestima y las relaciones afectivas son aspectos que mejoran.

De acuerdo con Sánchez (2015) declara que la efectividad de la comunicación se centra en la reciprocidad en función de información/mensajes, entre los copartícipes, su propósito es compartir emociones, sensaciones, conocimientos o sentimientos, por medio de los diversos canales comunicativos, de esta manera el mensaje transmitido tiene mayor claridad. Por otra parte, Universia (2017) sostiene que la comunicación cara a cara acompañada por el contacto físico, produce efectividad en la comunicación, lo que genera bienestar emocional; además, se conoce realmente el contexto, pues debido a la apariencia o gestos físicos es posible saber cómo se encuentra una persona.

Según Marroquín y Villa (1995) sustentan que la comunicación se desarrolla de manera interpersonal, esto se debe a que los individuos manifiestan mensajes, teniendo el fin de influir en la conducta de los otros participantes. No obstante, Pereiró (2021) define a la comunicación como el intercambio de la información, donde participan tanto emisor como receptor, para difundir su mensaje, resulta fundamental y necesaria la participación de dos a más integrantes.

Conforme con UNIR (2022) indica que el emisor, receptor y mensaje son los elementos primarios de la comunicación, pues se consideran obligatorios con el fin que se produzca el proceso comunicativo. Asimismo, el código, canal y contexto son los elementos secundarios que complementan el proceso efectivo de la comunicación. Por otro lado, Torres (2019) sostiene que existen ocho elementos en la comunicación, los cuales son los siguientes: el emisor, receptor, mensaje, ruido, código, canal, contexto y retroalimentación.

Según Marroquín y Villa (1995) sostienen que la comunicación interpersonal es una acción que implica el dialogo bidireccional entre personas. La comunicación se da en un procedimiento interpersonal, en la cual todos los individuos que participan pueden expresarse libremente, por medio de las señales verbales o no verbales, la finalidad es influir en el pensamiento o conducta de otro individuo. Por otra parte, García y Flores (2017) mencionan que, para introducir seguridad y respeto en esta clase de comunicación, se debe inducir aspectos como el contacto y la fluidez, a fin de establecer una cooperación sólida.

Según Pereiró (2020) sostiene que los tipos de comunicación están referidas a las distintas maneras de comunicar un mensaje. En los tipos de la comunicación se tiene en cuenta las situaciones y los medios en el cual se produce la comunicación. Las principales formas de comunicación son: la verbal y no verbal.

De acuerdo con Ballenato (2014) indica que en la comunicación no verbal, las señales no verbales se forman por posturas, movimientos, miradas, gestos y distancia; estas señales contribuyen a que se tenga una mejor interpretación del verdadero significado de la comunicación. Por otro lado, Zayas (2011) añade que la comunicación no verbal consta de los elementos significativos que intervienen a través de gestos, posturas corporales, actitudes, miradas, movimientos y espacios.

De acuerdo con Fajardo (2009) señala que la comunicación verbal sucede mediante un proceso natural donde intervienen el emisor y el receptor, comunicándose por medio de señales. Es necesario que el mensaje se construya a partir de un argumento, además debe estar cifrado en el código, y finalmente difundirse mediante el canal.

Por otra parte, EUDE Business School (2019) dice que la comunicación verbal ocurre cuando dos o más sujetos interaccionan de manera escrita u oral. Asimismo, las emociones, conocimientos y experiencias pueden transmitirse a través de la comunicación verbal, por ello, es importante en todas las relaciones humanas, pues es innata en la vida cotidiana.

Según Fajardo (2009) sustenta que cuando las personas emplean el lenguaje oral o escrito, se realizan actos de carácter social para transmitir un mensaje. Por ello, la principal función de la lengua, es servir de medio para comunicar un mensaje al receptor. Por otro lado, para Santillán (2022) la necesidad que tienen las personas por relacionarse con otros sujetos ocasiona que la comunicación oral o escrita se desarrolle, dado que es conveniente que los elementos concretos se adapten a las demandas de los participantes.

Según Peiró (2020) comenta que la comunicación escrita se centra en la forma de intercambio de información/ mensajes que se realiza a través de la escritura. Este estilo de comunicación hace posible que la información transmitida sea precisa, pues se puede verificar y editar antes de plasmarla en el papel o antes de enviarla a través de las plataformas digitales. Por otro lado, Romero (2014) afirma que la comunicación escrita se cultiva y desarrolla debido a la serie de métodos constructivos y dinámicos, pues es necesaria la ejecución de diferentes habilidades: observación, reflexión, análisis, identificación, comparación, entre otras.

De acuerdo con Santillán (2022) manifiesta que el lenguaje escrito es indispensable en los diferentes entornos sociales, principalmente es importante en el avance de la educación, pues los estudiantes hacen uso de la escritura para plasmar el conocimiento que se les trasmite,



asimismo la comunicación escrita juega un rol esencial cuando los medios escritos comparten información y cuando las personas generan relaciones sociales.

Conforme con Santillán (2022) afirma que la comunicación oral es un instrumento necesario del pensamiento de los seres humanos, pues este hecho conlleva a que las personas tengan la capacidad de diferenciar el entorno real y el entorno imaginario. Por otra parte, Según Peiró (2020) se refiere a la acción del intercambio mensajes producidos por medio del lenguaje hablado entre dos o varios participantes. En este estilo de comunicación están presentes los elementos no verbales y la reciprocidad.

Según Santillán (2022) sustenta que la comunicación oral forma parte indispensable del proceso comunicativo y está presente en el desarrollo de toda interacción social, ya sea a través de la interacción virtual o presencial. Asimismo, es importante que las personas adopten de manera necesaria la oralidad, pues aquellos que no poseen esta locución se verán afectados en desarrollar vínculos sociales en su ambiente profesional, académico y social.

De acuerdo con Moreno (2019) dice que la comunicación directa ocasiona que las personas se conozcan personalmente y establezcan lazos de confianza, por lo tanto, es fundamental emplear la comunicación asertiva, para expresar creencias y sentimientos, lo que genera el respeto entre las diferentes opiniones de los participantes. Por otra parte, Ruiz (2020) manifiesta que el intercambio directo tiende a distinguirse debido a la práctica inmediata del mensaje que transmite el emisor al receptor.

Para Peiró (2021) la honestidad desempeña un papel crucial en la comunicación directa, ya que la naturalidad del mensaje transmitido es primordial. En este proceso, el individuo debe expresar de manera clara y honesta sus emociones y pensamientos. También agrega que, para lograr una comunicación exitosa, es crucial que exista un acuerdo entre los participantes.

### III. MÉTODOS Y MATERIALES

#### Métodos

#### Hipótesis de investigación

**H<sub>i</sub>:** Existe relación directa entre la comunicación cara a cara y el uso del smartphone en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.

**H<sub>o</sub>:** Existe relación inversa entre la comunicación cara a cara y el uso del smartphone en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.

#### Definición y operacionalización de las variables

##### Definición conceptual

**Variable 1: Uso del Smartphone.** Según Olguín (2020) sostiene que el uso del smartphone es una herramienta necesaria en las diferentes situaciones cotidianas, ya que permite la comunicación con el entorno familiar y social; y aunque es una herramienta que facilita el proceso comunicativo, también crea barreras en la comunicación.

**Variable 2: Comunicación cara a cara.** De acuerdo con Furnari (2019) señala que la comunicación cara a cara se origina de forma espontánea al socializar, esta comunicación sirve para que los individuos logren mayor productividad y una mejor conexión; además, es un proceso que genera confianza y contribuye a formar relaciones fuertes y representativas entre los participantes.

**Cuadro 1.**

*Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p><b>VARIABLE 1:</b> Uso del smartphone</p>	<p>Con el fin de comprender el comportamiento de la unidad de análisis a través de un instrumento de recolección de datos, la operacionalización de la variable uso de smartphone se define en base a las siguientes dimensiones: Frecuencia de uso del Smartphone y Utilidad de Smartphone.</p>	<p><b>Frecuencia de uso del Smartphone</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lugar de uso del smartphone.</li> <li>- Tiempo de uso del smartphone.</li> <li>- Modo de uso del smartphone.</li> <li>- Para que se usa el smartphone.</li> <li>- En compañía de quien usa el smartphone.</li> </ul>	<p><b>Likert Ordinal</b></p>
		<p><b>Utilidad del Smartphone</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación.</li> <li>- Entretenimiento.</li> <li>- Educación.</li> <li>- Productividad.</li> <li>- Negocios.</li> <li>- Videojuegos.</li> <li>- Redes sociales.</li> <li>- Internet.</li> </ul>	

<b>VARIABLE 2:</b> <b>Comunicación cara a cara</b>	<p>Se refiere a determinar las bases para establecer la frecuencia de la comunicación cara a cara y la efectividad de la comunicación cara a cara, lo que permitir un análisis detallado de su impacto en las interacciones sociales, en el entorno familiar, académico y personal. A través del cuestionario es posible obtener datos exactos y verídicos.</p>	<b>Frecuencia de la comunicación cara a cara.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usa la comunicación directa.</li> <li>- Prefiere comunicarse cara a cara.</li> <li>- Prefiere transmitir información cara a cara.</li> </ul>
		<b>Efectividad de la comunicación cara a cara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiempo dedicado a la comunicación cara a cara</li> <li>-Formas de comunicación.</li> </ul>

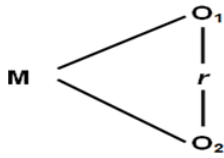
**Nota:** Elaboración propia

## **Tipo y diseño de investigación**

**Tipo de estudio.** La presente investigación “Uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023”; conforme a su propósito es básica, de enfoque cuantitativo, corresponde al tipo correlacional. En efecto, Según Flores (2022) la investigación básica se basa en la formalidad y en la indagación de generalidades con la finalidad de desarrollar nuevas teorías apoyadas en leyes e ideas, pues no se pretende ejecutar un programa para tratar la problemática; conforme con su naturaleza, Pari (2019) señala que el enfoque cuantitativo se basa en fenómenos que se miden por medio de métodos estadísticos, así es posible analizar los datos obtenidos, su propósito se centra en la explicación y la descripción. Por otra parte, Según Hernández (2014) sustenta la investigación de alcance correlacional detectan conexiones entre dos o más variables en un momento concreto. Se enfocan en analizar las relaciones entre las variables, ya sean puramente correlativas o causales, en lugar de proporcionar descripciones individuales

**Diseño de investigación.** La presente investigación es de diseño No experimental, de corte transversal, prospectivo. De acuerdo con Hernández et ál. (2010) describe que para el diseño no experimental no se manejan libremente las variables, pues el investigador observa los sucesos y el contexto original. En cambio, Cuzco (2022) explica que el corte transversal recopila los datos del estudio, estos pueden realizarse por única vez en el tiempo y lugar; asimismo, Mejía y Moran (2017) señala que es prospectivo, porque la información que se utiliza fue obtenida luego de la proyección de la investigación; pues el investigador observa las posibles razones y luego se centra en las consecuencias.

Esquema:



Dónde:

M = La muestra se conforma por los estudiantes de Ciencias de la comunicación, UNTUMBES.

O<sub>1</sub> = Observación del uso del smartphone en los estudiantes de Ciencias de la comunicación, UNTUMBES.

O<sub>2</sub> = Observación de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la comunicación, UNTUMBES.

r = Relación entre las variables de estudio O<sub>1</sub> o O<sub>2</sub>.

### **Población, muestra y muestreo.**

**Población.** Según Mejía y Moran (2017) sustenta que la población consiste en un conjunto total de los participantes estimados para una investigación, los partícipes están definidos por compartir características similares, a la vez se encuentran fijados en el tiempo y espacio.

La población de la presente investigación, está compuesta por 263 estudiantes de ambos sexos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023, así se detalla en la siguiente tabla:

## Cuadro 2:

*Distribución de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.*

Ciclo académico	Sexo		N° de estudiantes
	Masculino	Femenino	
II	28	26	54
IV	17	31	48
VI	23	18	41
VII	11	14	25
X	23	22	45
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>134</b>	<b>263</b>

**Fuente:** Lista de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

**Muestra.** Según López (2004) indica que la muestra se forma con respecto al reducido grupo representativo de determinada población que desarrollara el estudio; además, sostiene que existen ciertas características que sirven para alcanzar la cantidad correcta de los elementos en función a la muestra.

La muestra de la investigación, está conformada por 156 estudiantes del II, IV, VI, VII y X ciclo académico, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES. Se aplicó la siguiente fórmula estadística para calcular la muestra:

$$n = \frac{N z^2 p \cdot q}{d^2 (N - 1) + z^2 p \cdot q}$$

**N=** Tamaño de la población.

**Z=** Coeficiente de confiabilidad: para un 95% de confiabilidad

**Z = 1, 96**  $\cong$  2

**P =** Probabilidad de éxito o proporción de aciertos = 0.5

$$q = 1 - p$$

**Cuadro 3:**

*Distribución de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.*

Ciclo académico	Sexo		N° de estudiantes
	Masculino	Femenino	
II	17	17	34
IV	17	17	34
VI	17	17	34
VII	10	10	20
X	17	17	34
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>78</b>	<b>156</b>

**Fuente:** Lista de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

**Muestreo.** Según La Universidad Internacional de la Rioja (2022) menciona que el muestreo es un grupo de técnicas empleadas para el resultado y el análisis de conclusiones sobre un tema específico de un reducido subconjunto de elementos a fin de inducirlos a toda la población participante. En efecto, las conclusiones conseguidas de la muestra se reconocen como validas hacia la población.

**Muestreo aleatorio simple.** Para el estudio se empleó el muestreo aleatorio simple, esto permitirá que la población estudiantil de Ciencias de la comunicación, conserven la probabilidad a fin de participar en la muestra. Así pues, se aplicará el cuestionario de manera aleatoria para el grupo que conformará el estudio.

**Criterios de selección**

**Criterios de inclusión**

Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes, que cuenten con un smartphone.



## **Criterios de exclusión**

Aquellos estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes, que no cuenten con un smartphone.

## **Técnicas e instrumento de recojo de información**

**Técnica.** La investigación consignó la técnica de la encuesta, dado que sirvió de ayuda para el recojo de información de manera segura y neutral con respecto a las variables de uso del Smartphone y comunicación cara a cara. En efecto, Terreros (2022) refiere que la encuesta suele destinarse en una complejidad de áreas, pues permite la recolección de datos, información y declaraciones a través de preguntas determinadas.

**Instrumento.** Para Zubirán et ál. (2022) el instrumento de investigación tiene un único rol, pero puede tener diferentes aplicaciones. El investigador necesita del instrumento para emplearlo en la parte práctica del estudio, así puede obtener considerables ventajas.

Para el proceso del presente estudio se empleó el cuestionario, dado que es un instrumento adecuado para recopilar datos; además, es práctico y confiable en el proceso de las interrogantes, las cuales fueron de ayuda en la evaluación.

En la elaboración del actual estudio fue fundamental aplicar el cuestionario, este instrumento sirvió para recolectar datos e información, ya que tiene altos niveles de efectividad y confiabilidad para el desarrollo de las interrogantes, las cuales son de mucha utilidad a fin de la correspondiente valoración del objeto de estudio. Asimismo, es oportuno destacar que el instrumento estará compuesto por 23 ítems, estableciéndose la escala de Likert Ordinal, con los siguientes criterios: nunca (1); casi nunca (2); casi siempre (3); siempre (4).

## **Validación y confiabilidad y validación del instrumento**

**Validez.** Según López et ál. (2019) sostiene que la validación ayuda a encontrar conclusiones de la investigación propuesta, de manera autentica y legitima. Para la investigación, el cuestionario desarrollado fue validado y certificado por medio de “juicio de expertos”, que está constituido por profesionales del área de Comunicaciones, debido a que poseen amplio conocimiento de las variables planteadas.

**Confiabilidad.** Con la finalidad de obtener el grado de confiabilidad, se aplicó la prueba piloto, que sirvió para desarrollar estabilidad y coherencia de los resultados recolectados, la cual manejó la inferencia estadística del modelo de Cronbach.

## **Procedimiento de recolección de datos**

Para obtener resultados confiables, ecuánimes y legítimos, el procedimiento constituye la ejecución del cuestionario, el cual se planteó con respecto a las dimensiones e indicadores del estudio (uso del smartphone y comunicación cara a cara), la recolección de la información es de manera práctica y objetiva. El cuestionario se aplicó de manera presencial, y la unidad de análisis se encargó de desarrollarla por única vez.

La evaluación por medio del cuestionario es anónima. No obstante, el cuestionario aportó información valiosa acerca de los objetivos planteados, ya que se recolectaron datos exactos y precisos.

## **Método de análisis de datos**

La información recolectada a través del cuestionario, se compartió de forma ecuánime y coherente en un conjunto de datos; para ello, se empleó el software estadístico Excel. La clasificación de la información recolectada posibilita la ejecución de tablas y figuras de carácter

estadístico de acuerdo con los propósitos formulados en la presente investigación, que admite la interpretación, comprensión y análisis de los datos.

### **Materiales**

Durante la ejecución del presente estudio se utilizaron diferentes materiales de escritorio como: hojas bond, lapiceros y grapadora. Asimismo, se utilizaron otros materiales técnicos como: laptop, smartphone, impresora y cartuchos de tinta.

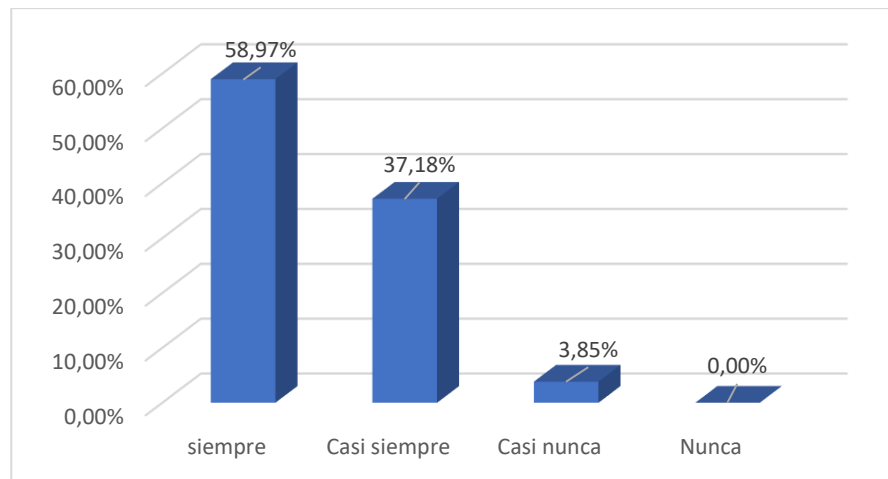
## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados

Este segmento describe los resultados de manera imparcial y organizada, se utilizan tablas y figuras para facilitar su interpretación y vínculo con otras investigaciones previas.

#### Cuadro 4

*Usa el Smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios, calle)*

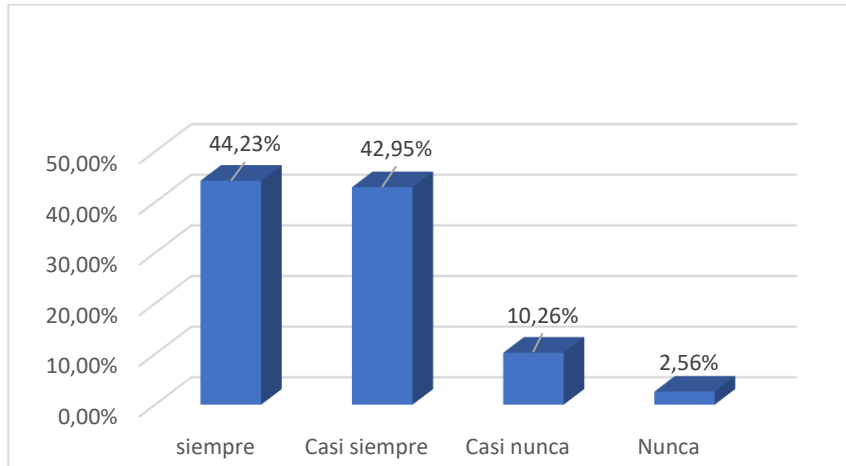


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 1 sobre si “usa el smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios, calle)”. Los encuestados manifestaron en un 58.97% que siempre usan el smartphone, un 37.18% señaló que casi siempre lo usa, y un 3.85% indicó que casi nunca lo usa, lo que demuestra un alto índice del uso del smartphone por parte de los encuestados.

## Cuadro 5

*Usas el Smartphone entre 1 a 3 horas durante el día*

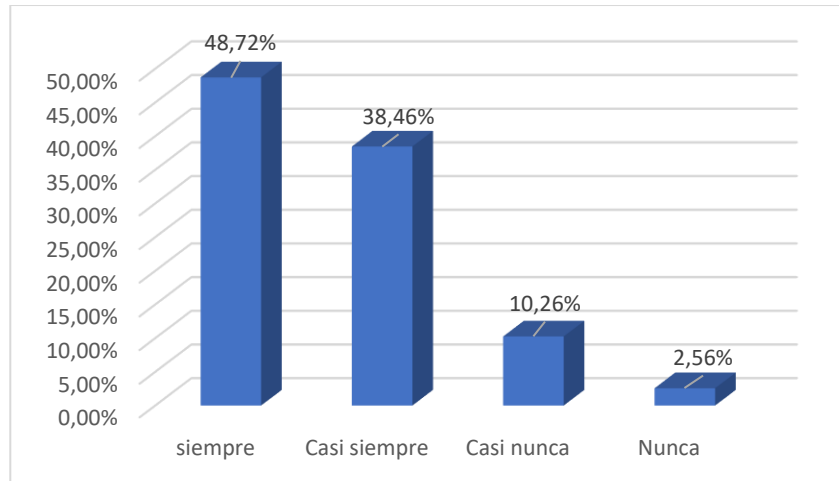


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 2 sobre si “usa el smartphone entre 1 a 3 horas durante el día”. Los encuestados manifestaron en un 44.23% que siempre usan el smartphone entre 1 a 3 horas durante el día, un 42.95% indicó que casi siempre, un 10.26% manifestó que casi nunca, y un 2.56% expresó que nunca, lo que demuestra un alto índice del tiempo de uso del smartphone por parte de los encuestados.

## Cuadro 6

*Usas el Smartphone entre 4 horas a más durante el día*

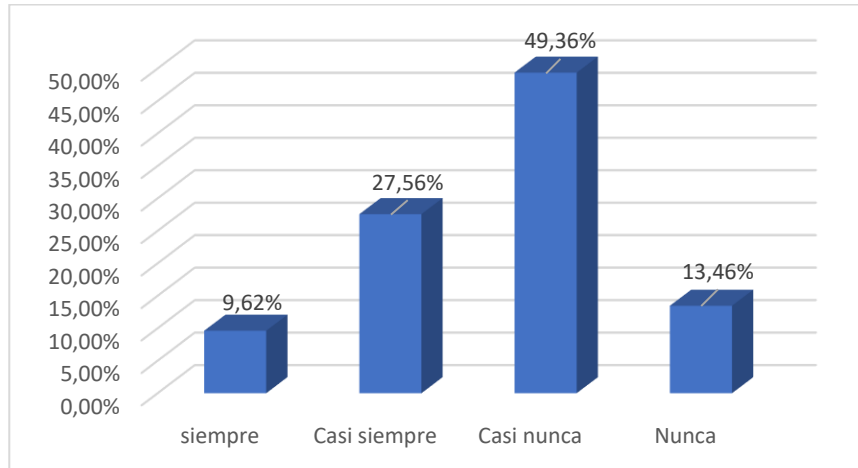


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 3 sobre si “usa el smartphone entre 4 horas a más durante el día”, los encuestados manifestaron en un 48.72% que siempre usa el smartphone entre 4 horas a más durante el día, un 38.46% indicó que casi siempre, un 10.26% señaló que casi nunca, y un 2.56% dijo que nunca, lo que demuestra un alto índice del tiempo de uso del smartphone por parte de los encuestados.

## Cuadro 7

*Sientes que tu smartphone afecta negativamente tus relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio*

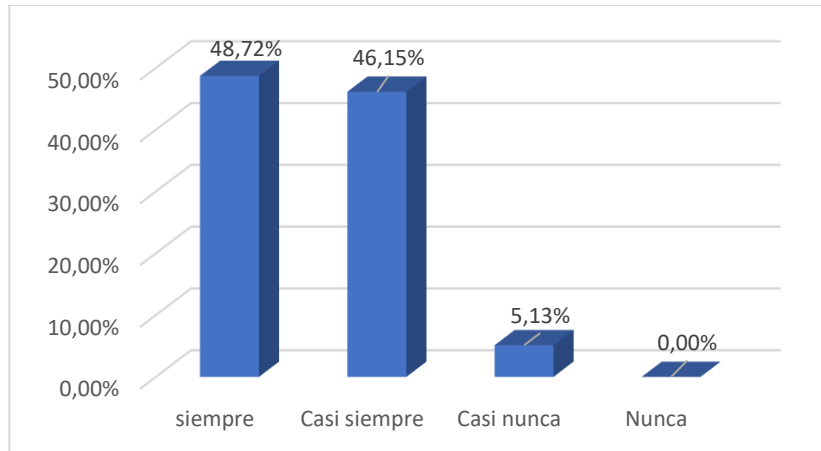


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 4 sobre si “sientes que tu smartphone afecta negativamente tus relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio”, los encuestados manifestaron en un 49.36% que casi nunca sienten que el smartphone afecta negativamente sus relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio, un 27.56% señaló que casi siempre, un 13.46% manifestó que nunca, y un 9.62% expresó que siempre, lo que demuestra un bajo índice del efecto negativo del smartphone en las relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio por parte de los encuestados.

## Cuadro 8

*Utilizas tu smartphone principalmente para fines personales*



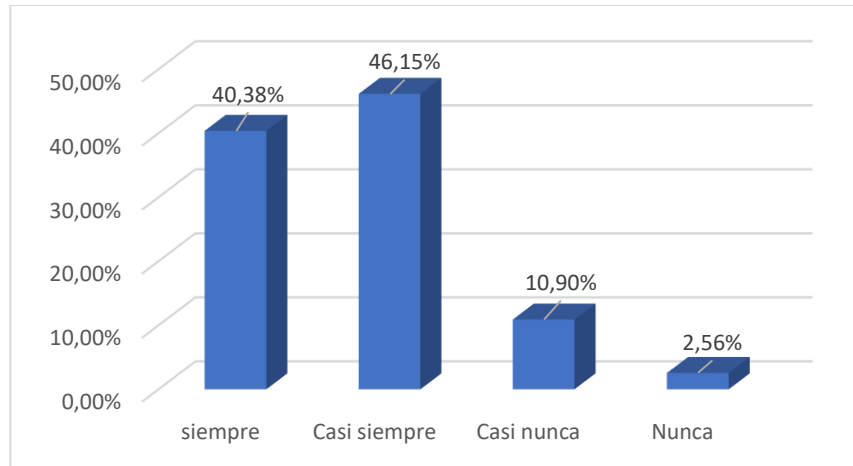
**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 5 sobre si “utilizas tu smartphone principalmente para fines personales”, los encuestados manifestaron en un 48.72% que siempre utilizan su smartphone principalmente para fines personales, un 46.15% señaló que casi siempre, y un 5.13% indicó que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone para fines personales por parte de los encuestados.



## Cuadro 9

*Utilizas tu smartphone principalmente para fines profesionales*

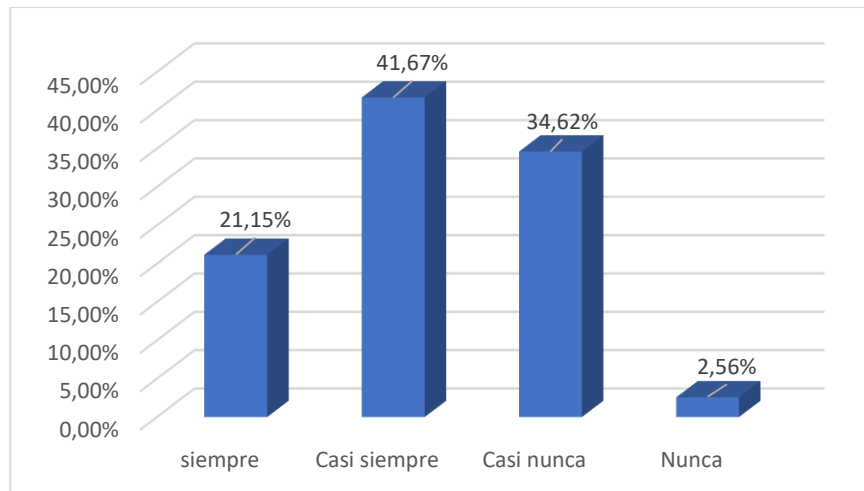


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 6 sobre si “utilizas tu smartphone principalmente para fines profesionales”, los encuestados manifestaron en un 46.15% que casi siempre utilizan su smartphone principalmente para fines profesionales, un 40.38% manifestó que siempre, un 10.90% señaló que casi nunca, y un 2.56% indicó que nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone para fines profesionales por parte de los encuestados.

## Cuadro 10

*Usa el smartphone cuando está en compañía de su familia y amigos*

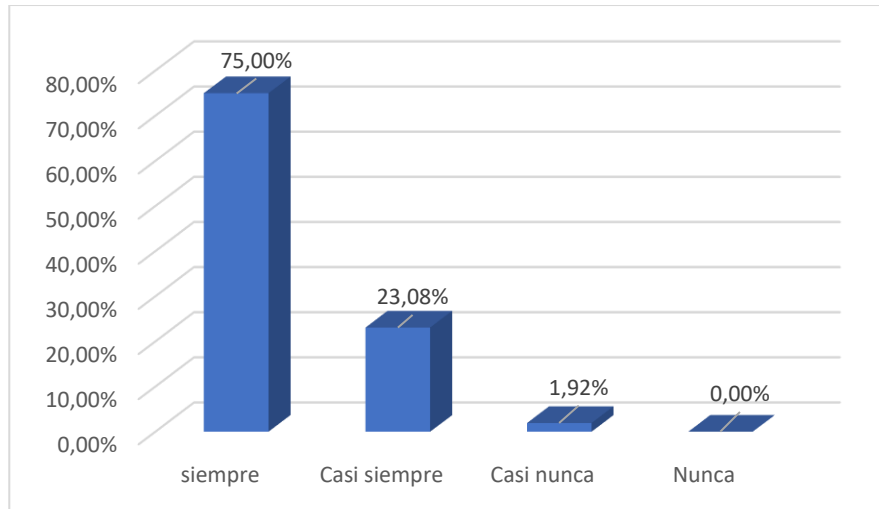


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta número 7 sobre si “usa el smartphone cuando está en compañía de su familia y amigos”, los encuestados manifestaron en un 41.67% que casi siempre usan el smartphone cuando están en compañía de su familia y amigos, un 34.62% expresó que casi nunca, un 21.15% manifestó que siempre, y un 2.56% estableció que nunca, lo que demuestra un alto índice del uso del smartphone en compañía de familiares y amigos por parte de los encuestados.

### Cuadro 11

*Utiliza su smartphone como medio de comunicación (llamadas, mensajes de texto)*

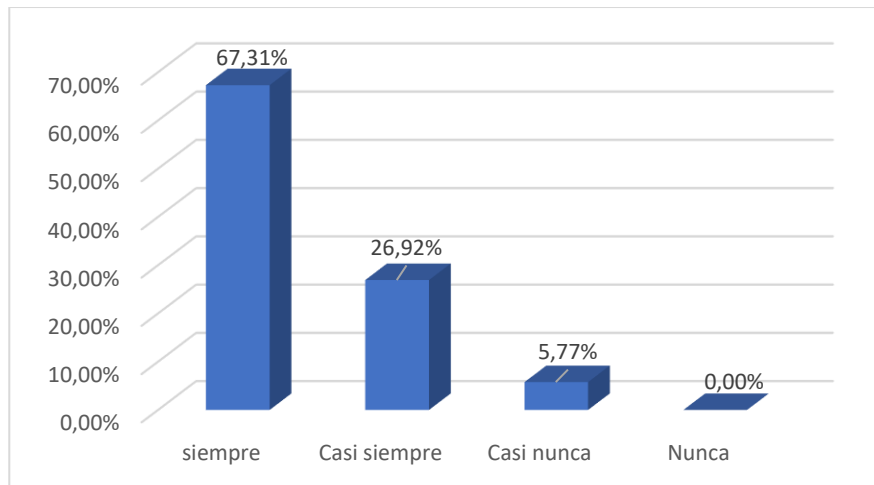


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 8 sobre si “utiliza su smartphone como medio de comunicación (llamadas, mensajes de texto)”, los encuestados manifestaron en un 75.00% que siempre utilizan su smartphone como medio de comunicación, un 23.08% señaló que casi siempre, un 1.92% indicó que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone como medio de comunicación por parte de los encuestados.

## Cuadro 12

*Utiliza su smartphone como medio de entretenimiento (videos, música, podcast)*

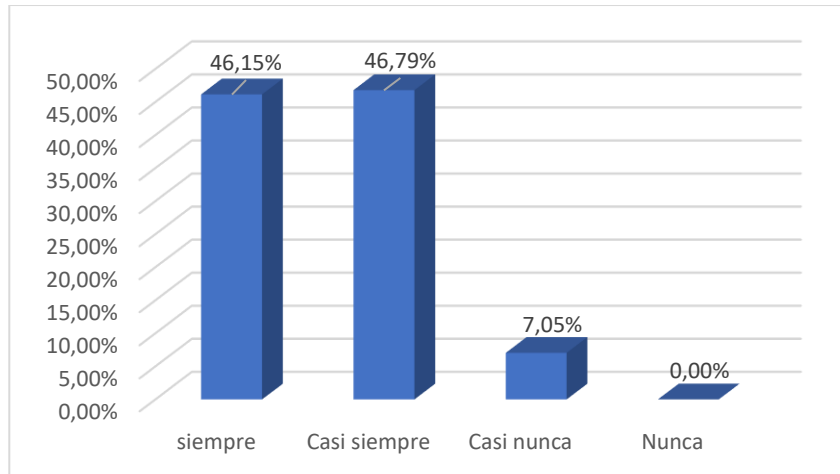


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 9 sobre si “utiliza su smartphone como medio de entretenimiento (videos, música, podcast)”, los encuestados manifestaron en un 67.31% que siempre utilizan su smartphone como medio de entretenimiento, un 26.92% indicó que casi siempre, un 5.77% señaló que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone como medio de entretenimiento por parte de los encuestados.

### Cuadro 13

#### *Utilizas tu smartphone con fines educativos*

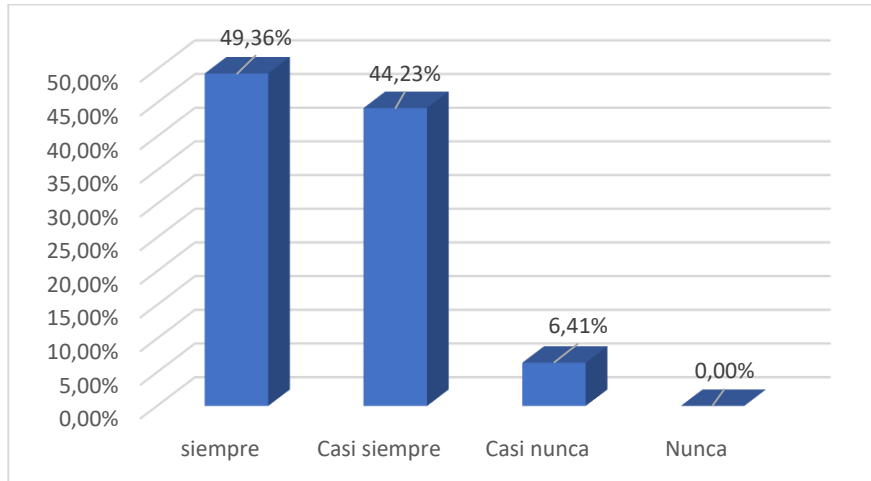


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 10 sobre si “utilizas tu smartphone con fines educativos”, los encuestados manifestaron en un 46.79% que casi siempre utilizan su smartphone con fines educativos, un 46.15% señaló que siempre, un 7.05% expresó que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone con fines educativos por parte de los encuestados.

#### Cuadro 14

*Utiliza su smartphone como medio de productividad (aprender cosas nuevas, ver tutoriales productivos)*

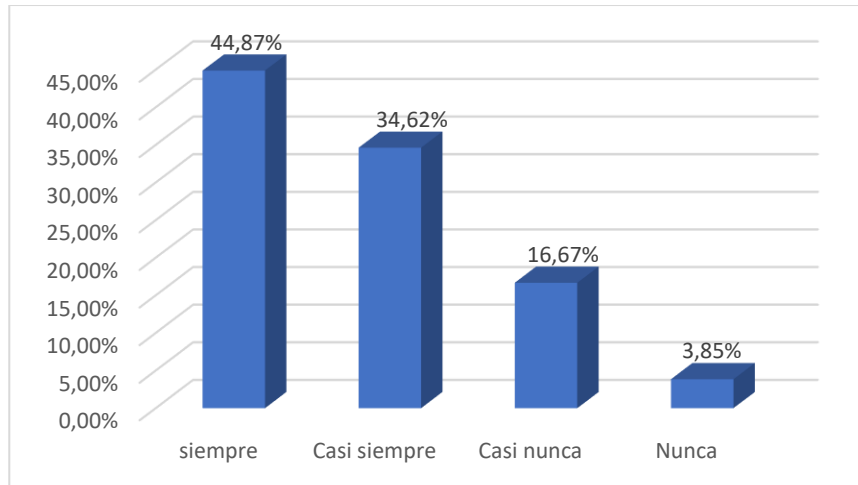


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 11 sobre si “utiliza su smartphone como medio de productividad (aprender cosas nuevas, ver tutoriales productivos)”, los encuestados manifestaron en un 49.36% que siempre utilizan su smartphone como medio de productividad, un 44.23% señaló que casi siempre, un 6.41% expresó que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone como medio de productividad por parte de los encuestados.

## Cuadro 15

*Utilizas tu smartphone para asuntos relacionados con tu trabajo o negocio*

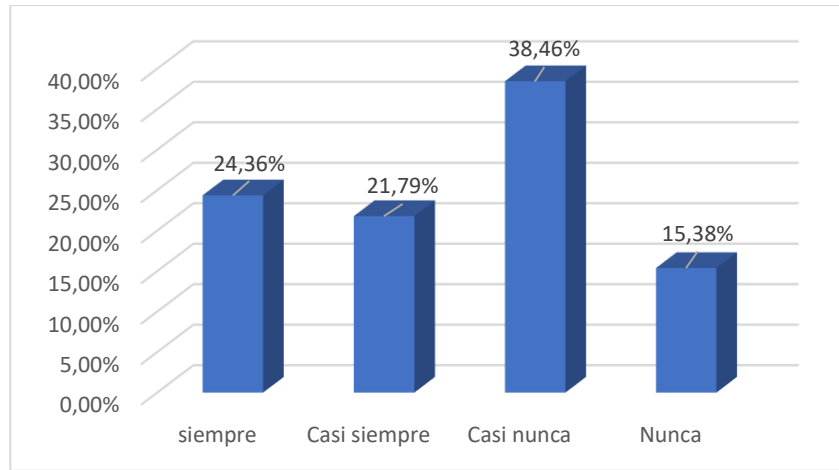


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 12 sobre si “utilizas tu smartphone para asuntos relacionados con tu trabajo o negocio”, los encuestados manifestaron en un 44.87% que siempre utilizan su smartphone para asuntos relacionados con el trabajo o negocio”, un 34.62% señaló que casi siempre, un 16.67% estableció que casi nunca, y un 3.85% indicó que nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone para asuntos relacionados con el trabajo o negocio por parte de los encuestados.

## Cuadro 16

*Utiliza su smartphone para jugar videojuegos*



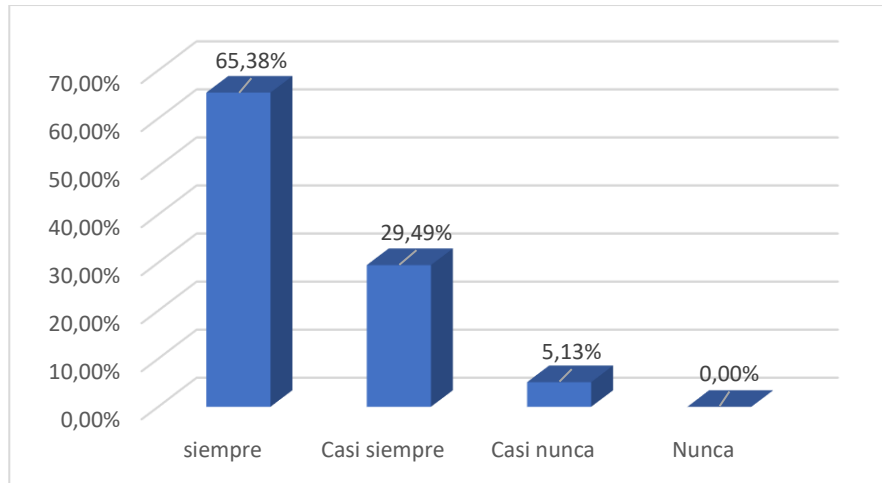
**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 13 sobre si “utiliza su smartphone para jugar videojuegos”, los encuestados manifestaron en un 38.46% que casi nunca utilizan su smartphone para jugar videojuegos, un 24.36% señaló que siempre, un 21.79% manifestó que casi siempre, y un 15.38% indicó que nunca, lo que demuestra un bajo índice de la utilidad del smartphone para jugar videojuegos por parte de los encuestados.



## Cuadro 17

*Utiliza su smartphone para acceder a redes sociales*

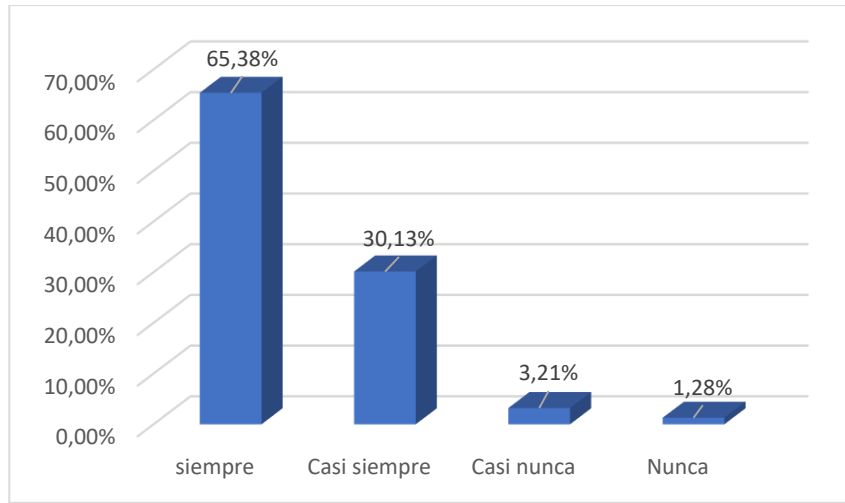


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 14 sobre si “utiliza su smartphone para acceder a redes sociales”, los encuestados manifestaron en un 65.38% que siempre utilizan su smartphone para acceder a redes sociales, un 29.49% expresó que casi siempre, un 5.13% manifestó que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone para acceder a redes sociales por parte de los encuestados.

## Cuadro 18

*Utiliza su smartphone para navegación y búsqueda web*

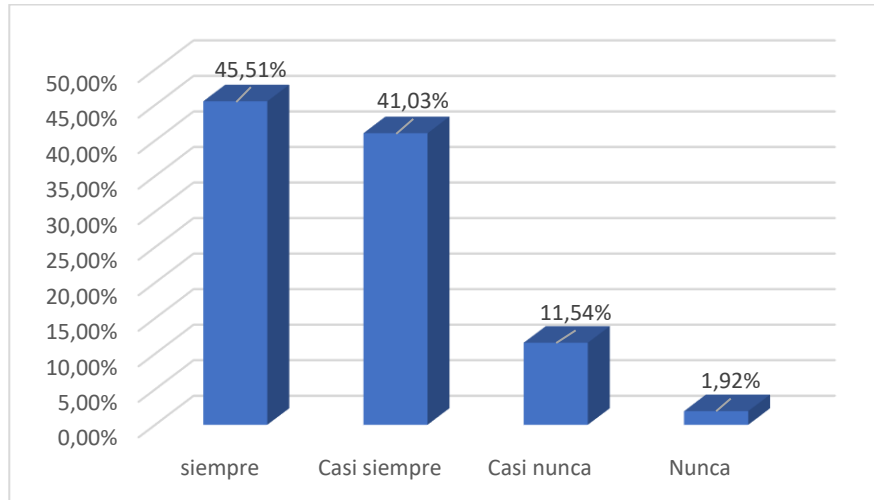


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 15 sobre si “utiliza su smartphone para navegación y búsqueda web”, los encuestados manifestaron en un 65.38% que siempre utilizan su smartphone para navegación y búsqueda web, un 30.13% señaló que casi siempre, un 3.21% indicó que casi nunca, y un 1,28% expresó que nunca, lo que demuestra un alto índice de la utilidad del smartphone para navegación y búsqueda web por parte de los encuestados.

### Cuadro 19

*Te sientes cómodo/a expresando tus opiniones y pensamientos de manera directa con tu familia y amigos*

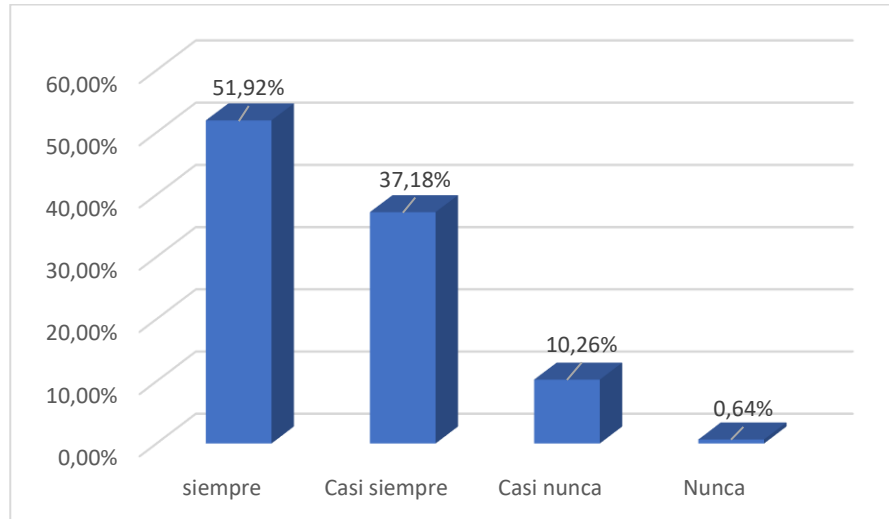


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 16 sobre si “se siente cómodo/a expresando sus opiniones y pensamientos de manera directa con tu familia y amigos”, los encuestados manifestaron en un 45.51% que siempre se sienten cómodos expresando sus opiniones y pensamientos de manera directa con su familia y amigos , un 41.03% indicó que casi siempre, un 11.54% señaló que casi nunca, y un 1,92% expresó que nunca, lo que demuestra un alto índice de la frecuencia de la comunicación cara a cara para expresar opiniones y pensamientos de manera directa con familia y amigos.

## Cuadro 20

*Prefieres comunicarte con amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto*

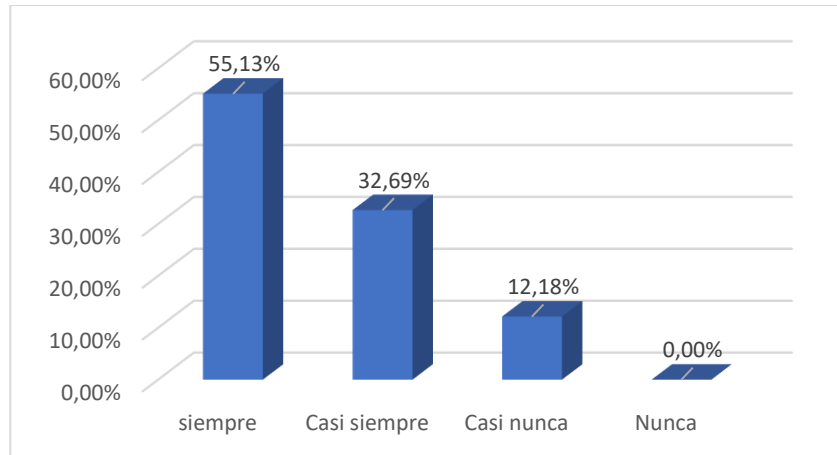


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 17 sobre si “prefieres comunicarte con amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto”, los encuestados manifestaron en un 51.92% que siempre, un 37.18% señaló que casi siempre, un 10.26% indicó que casi nunca, y un 0,64% manifestó que nunca, lo que demuestra un alto índice de la frecuencia de la comunicación cara a cara para comunicarse con amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto.

## Cuadro 21

*Prefiere transmitir información personal mediante la comunicación cara a cara*

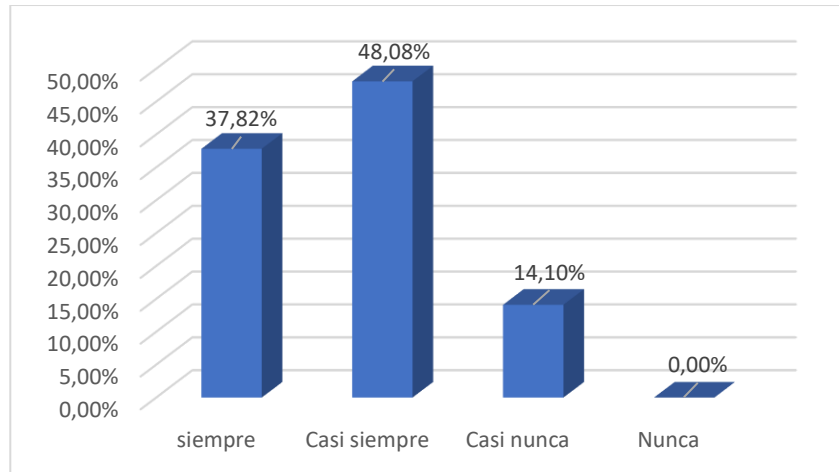


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 18 sobre si “prefiere transmitir información personal mediante la comunicación cara a cara”, los encuestados manifestaron en un 55.13% que siempre, un 32.69% expresó que casi siempre, un 12.18% señaló que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la frecuencia de la comunicación cara a cara para transmitir información personal mediante la comunicación cara a cara.

## Cuadro 22

*Dedicas entre 1 a 3 horas durante el día a la comunicación cara a cara*

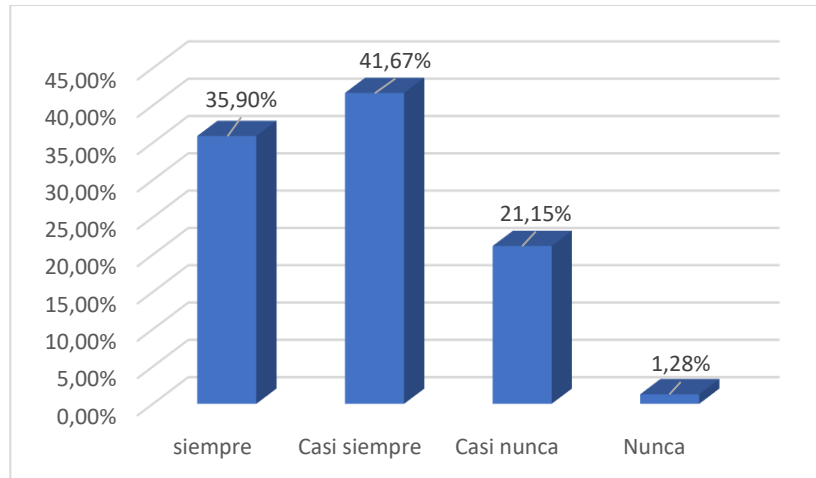


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 19 sobre si “dedicas entre 1 a 3 horas durante el día a la comunicación cara a cara”, los encuestados manifestaron en un 48.08% que casi siempre, un 37.82% estableció que siempre, un 14.10% señaló que casi nunca, lo que demuestra un alto índice del tiempo dedicado a la comunicación cara a cara.

### Cuadro 23

*Dedicas entre 4 a más horas durante el día a la comunicación cara a cara*

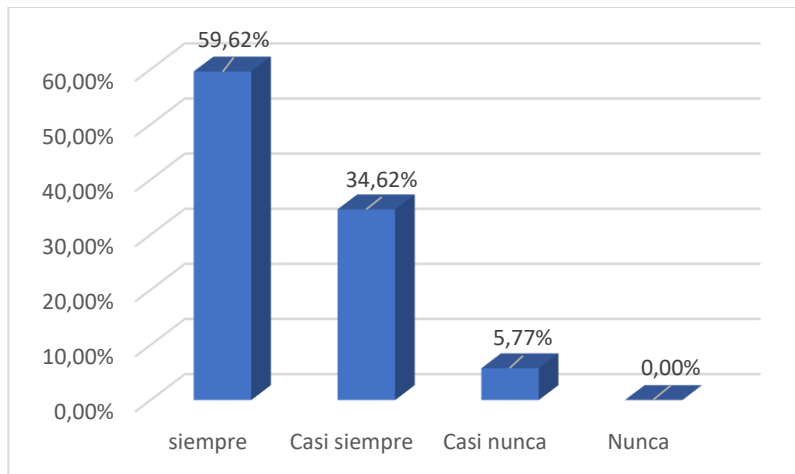


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 20 sobre si “dedicas entre 4 a más horas durante el día a la comunicación cara a cara”, los encuestados manifestaron en un 41.67% que casi siempre, un 35.90% señaló que siempre, un 21.15% expresó que casi nunca, y un 1.28% indicó que nunca, lo que demuestra un alto índice del tiempo dedicado a la comunicación cara a cara.

## Cuadro 24

*Prefieres la comunicación verbal para establecer una conversación*



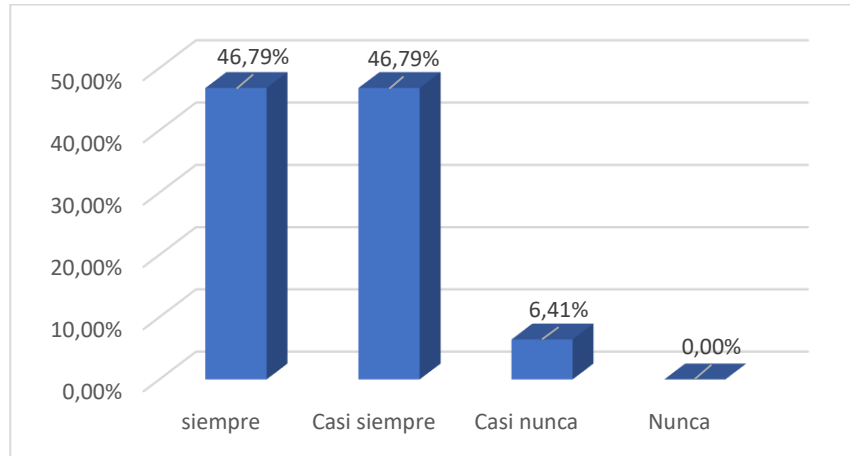
**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 21 sobre si “prefieres la comunicación verbal para establecer una conversación”, los encuestados manifestaron en un 59.62% que siempre, un 34.62% señaló que casi siempre, un 5.77% indicó que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la efectividad de la comunicación cara a cara.



## Cuadro 25

*Utilizas la comunicación no verbal (lenguaje corporal, expresiones faciales, contacto físico y gestos) durante una conversación*

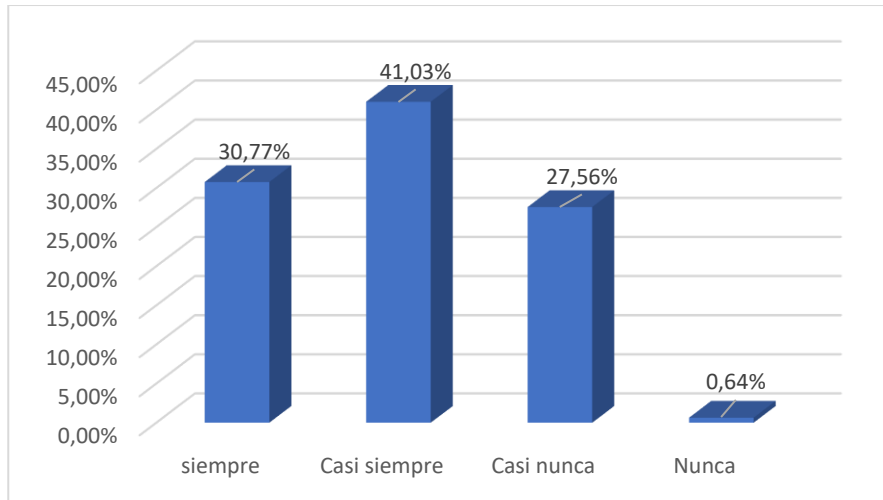


**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 22 sobre si “utilizas la comunicación no verbal (lenguaje corporal, expresiones faciales, contacto físico y gestos) durante una conversación”, los encuestados manifestaron en un 46.79% que siempre, un 46.79% señaló que casi siempre, un 6.41% manifestó que casi nunca, lo que demuestra un alto índice de la efectividad de la comunicación cara a cara.

## Cuadro 26

*Sientes que transmites mejor tu mensaje por medio de la comunicación escrita*



**Fuente:** Elaboración propia, marzo, 2024.

**Interpretación:** En la pregunta numero 23 sobre si “sientes que transmites mejor su mensaje por medio de la comunicación escrita”, los encuestados manifestaron en un 41.03% que casi siempre, un 30.77% señaló que siempre, un 27.56% expresó que casi nunca, y un 0,64% indicó que nunca, lo que demuestra un alto índice de la efectividad de la comunicación cara a cara.

### Cuadro 27

*Relación entre la frecuencia de uso del Smartphone y la efectividad de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.*

		Frecuencia de Uso del Smartphone	Efectividad de la Comunicación cara a cara
Rho de Spearman	Frecuencia de Uso del Smartphone	1,000	,211**
			,008
	N	156	156
Efectividad de la Comunicación cara a cara	Coefficiente de correlación	,211**	1,000
		,008	.
	N	156	156

**Nota:** Elaboración propia, de la base de datos de los estudiantes universitarios encuestados.

**Interpretación:** En el cuadro 27, se puede observar un grado de relación baja entre las dimensiones implicadas. Rho Spearman= 0,211 y significancia  $p < 0.008$ . Por lo tanto, no existe relación entre las dimensiones frecuencia de uso del Smartphone y la efectividad.

### Cuadro 28

Relación entre el uso del Smartphone y la Comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023

			Uso_del_Sm artphone	Comunicació n_cara_a_car a
Rho de Spearman	Uso_del_Smartphone	Coefficiente de correlación	1,000	,294**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	156	156
	Comunicación_cara_a_c ara	Coefficiente de correlación	,294**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	156	156

**Nota:** Elaboración propia, de la base de datos de los estudiantes universitarios encuestados.

El cuadro 28, presenta Rho Spearman = 0,294. se puede observar un grado de relación baja, entre las variables uso del smartphone y comunicación cara a cara, lo que indica una relación positiva. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis de investigación.

## Discusión

La muestra se conformó por 156 estudiantes de Ciencias de la Comunicación, a quienes se les aplicó el cuestionario como instrumento de investigación; cuyo propósito es comprobar si existe relación entre las variables de estudio.

A nivel del primer objetivo específico se planteó: “Identificar el uso cotidiano del smartphone entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES 2023”, de este modo, en los resultados obtenidos, se evidenció que el uso cotidiano del smartphone es muy frecuente, puesto que un 75% de los estudiantes siempre utilizan su smartphone como medio de comunicación para realizar llamadas y acceder a mensajes de texto; un 67.31% de los estudiantes siempre lo usa como medio de entretenimiento para acceder a videos, música y podcast; un 65.38% de los estudiantes siempre lo usa para acceder a redes sociales; un 65.38% de los estudiantes siempre lo usa para navegación y búsqueda web; un 46.79% de los estudiantes casi siempre lo usa con fines educativos; y un 38.46% casi nunca lo usa para jugar videojuegos. De esta manera, los resultados difieren con la investigación de Romero et ál. (2020) sostiene que el smartphone es utilizado con mayor frecuencia por los estudiantes, pues el 82.1% hace uso del smartphone para enviar mensajes de manera instantánea a través de aplicaciones, un 80.7% maneja el dispositivo móvil para conectarse a redes sociales, el 47.1% lo utiliza como medio de comunicación para realizar llamadas/videollamadas, el 77.1% escucha música y el 35% lo usa para consumir videojuegos y como medio de entretenimiento. Asimismo, los resultados difieren con el estudio de Zatarain et ál. (2019) sustenta que un 74% de los estudiantes emplean el smartphone para realizar actividades académicas, relacionadas con la investigación, mientras que el 70% lo emplea para realizar tareas académicas, un 65% lo utiliza con el fin de descargar material de estudio, el 61 % lo emplea para acceder a diapositivas y documentos de clases.

A nivel del segundo objetivo específico se planteó: “identificar el tiempo dedicado a la comunicación cara a cara entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES,

2023”, de tal modo, en los resultados obtenidos, se evidenció que el tiempo dedicado a la comunicación cara a cara es regular, debido a que el 48.08% de los estudiantes casi siempre le dedican entre 1 a 3 horas durante el día a la comunicación cara a cara, seguido de un 37.82% que siempre le dedica el mismo tiempo; mientras que un 41.67% de los estudiantes casi siempre le dedican entre 4 a más horas durante el día a la comunicación cara a cara, y un 35.90% siempre le dedica el mismo tiempo. De tal modo, un 59.62% de los estudiantes indica que siempre prefieren la comunicación verbal para establecer una conversación, y un 34.62% manifestó que casi siempre tiene la misma preferencia. Los resultados difieren con el estudio de Pari (2019) define que el 28% de los estudiantes ocasionalmente le dedican 30 minutos a la comunicación con sus padres y familiares, mientras que solo el 8% siempre le dedican 30 minutos a la comunicación con sus padres y familiares. Asimismo, expone que el uso frecuente del smartphone ha generado cambios en las relaciones sociales, pues actualmente los estudiantes no respetan los espacios para comunicarse cara a cara con sus familiares y amigos. Dado que el 50% de los estudiantes no participan en espacios de comunicación cara a cara con sus familiares; mientras que un 33% de estudiantes cuentan con breve tiempo para participar en la comunicación con sus familiares.

A nivel del tercer objetivo específico se planteó: “Establecer la relación entre frecuencia del uso del smartphone y frecuencia de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023”, de este modo, en los resultados obtenidos, se evidenció que el uso frecuente del smartphone es alto, dado, que un 58.97% de los estudiantes siempre hace uso del smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios y calle), y un 37.18% de los estudiantes casi siempre hacen uso del smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios y calle). Los resultados difieren con la investigación presentada por Cuzco (2022) revela que el smartphone es utilizado con menor frecuencia por los estudiantes, ya que un 27% pasan el tiempo frecuentemente en su smartphone, usándolo en los centros de

estudios, en reuniones, en grupos familiares y sociales, entre otros lugares. Por otro lado, los resultados concuerdan con el estudio de Pari (2019) quien define que el smartphone es utilizado a menudo por parte de los estudiantes, pues un 47% hace uso del smartphone de manera frecuente en su hogar para acceder a las redes sociales.

Por otra parte, con respecto al tiempo dedicado al Smartphone, entre 1 a 3 horas durante el día, el 44.23% de los estudiantes siempre usa el smartphone, y un 42.95% señaló que casi siempre lo usa; asimismo, entre 4 horas a más durante el día, el 48.72% de los estudiantes siempre lo usa, y un 38.46% casi siempre lo emplea. En cambio, los resultados difieren del estudio de Pari (2019) precisa que el 35% estudiantes le dedican 1 hora diaria al Smartphone con el fin de acceder a redes sociales; mientras que un 31% de estudiantes le dedican 3 horas a más durante el día al smartphone como medio de distracción para realizar diferentes actividades recreativas.

Con respecto, a nivel de la frecuencia de la comunicación cara a cara, un 59.62% de los estudiantes indica que siempre prefieren la comunicación verbal para establecer una conversación, y un 34.62% manifestó que casi siempre tiene la misma preferencia. Por otro lado, los estudiantes manifestaron en un 41.67 % que casi siempre hace uso del smartphone cuando está en compañía de su familia y amigos, y un 34.62% manifestó que casi nunca lo hace. Los resultados difieren con el trabajo de Pari (2019) define que el 50% de los estudiantes no participan en espacios de comunicación cara a cara con sus familiares; mientras que un 33% de estudiantes cuentan con breve tiempo para participar en la comunicación con sus familiares.

A nivel del cuarto objetivo específico se planteó: “Determinar la correlación entre el tiempo dedicado al uso del smartphone y la efectividad de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023”. Los resultados obtenidos, indican que un 45.51% de los estudiantes siempre se sienten cómodos/as expresando sus opiniones y pensamientos de manera directa con su familia y amigos, seguido de un 41.03% que casi siempre se sienten así; mientras que el 51.92% de los estudiantes siempre prefieren comunicarse con

amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto, y un 37.18% casi siempre tiene la misma preferencia. De tal modo, los resultados difieren del estudio de Torres y De la Cuz (2019) manifiestan que el 56.1% de estudiantes universitarios tienen problemas para establecer y mantener relaciones interpersonales cara a cara en diversas circunstancias, y solo un 14% tiene la facilidad para relacionarse cara a cara de manera asertiva, sin embargo, el 54.1% de estudiantes presenta dificultad para iniciar interacciones (cara a cara). En consecuencia, los resultados también difieren con Pari (2019) quien señala que el 25 % los estudiantes a menudo le dedican 30 minutos para comunicarse y relacionarse con sus padres, y un 24 % lo hace algunas veces; asimismo el 33 % de los estudiantes dedican mayor tiempo a las redes sociales como medio de entretenimiento y un 21 % lo hace a menudo, lo que significa que el smartphone ha generado cambios en la comunicación y el comportamientos de las personas, ha ocasionado que adapten nuevos estilos y hábitos en las interacciones sociales, dado que existe una preferencia por los espacios virtuales donde el smartphone sea el centro de sus vidas. Por otro lado, Torres y De la Cruz (2019) señalan que el 56.1% de estudiantes universitarios presentan dificultad para construir y conservar relaciones sociales en diversas áreas cotidianas, solo el 14% presenta habilidades sociales para establecer comunicación asertiva con su entorno; mientras que el 47.3% de los estudiantes poseen la facilidad de expresarse correctamente y de manera espontánea, sin presentar ansiedad al conversar con las personas.

La presente investigación tuvo como objetivo general: “Determinar la relación entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023”. Por lo tanto, el resultado obtenido en el cuadro 28, establece que se valida la hipótesis planteada y señala que existe relación entre las variables de la investigación.

El resultado del presente estudio está respaldado Pari (2019) quien señala que el smartphone se relaciona con los diferentes estilos de comunicación y socialización de los jóvenes



estudiantes, donde se presentan cambios es los espacios familiares, sociales y académicos, dado que el smartphone crea nuevas formas de comunicación.

Por otro lado, Zatarain et ál. (2019) manifiestan que el uso del smartphone se asocia a los diferentes contextos de los estudiantes, pues genera cambios en sus relaciones personales y en el ámbito académico, pues presenta nuevas formas de comunicación e interacciones en los espacios virtuales.

## V. CONCLUSIONES

1. Se determina que existe una correlación positiva baja entre las variables uso del smartphone y comunicación cara a cara, dado que se corrobora con el coeficiente de correlación, el cual representa  $Rho\ Spearman=0.294$ .
2. Se determinó que el smartphone es una herramienta omnipresente en la vida de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023, destacándose principalmente por su uso cotidiano de manera frecuente en la comunicación, entretenimiento, redes sociales y navegación web. Aunque una parte significativa también lo utiliza con fines educativos, resulta versátil en distintos aspectos de la vida cotidiana.
3. Se identificó que, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023, en su mayoría le dedican entre 1 a 3 horas a la comunicación cara a cara, lo que representa una parte significativa. Además, la preferencia por la comunicación verbal para establecer conversaciones es alta, lo que sugiere que, a pesar del crecimiento de la comunicación digital, la comunicación directa sigue siendo valorada y practicada por una parte significativa de los estudiantes.
4. La relación entre las dimensiones frecuencia del uso del smartphone y frecuencia de la comunicación cara a cara, radica en que los estudiantes permanecen conectados a través del smartphone, y hacen un uso frecuente; sin embargo, valoran y prefieren la comunicación cara a cara con familiares y amigos, pues la interacción directa es frecuente en los espacios de comunicación.
5. Se determinó un bajo grado de relación entre las dimensiones: tiempo dedicado al uso del Smartphone y la efectividad de la comunicación cara a cara, con un coeficiente de correlación  $Rho\ Spearman= 0.211$  y un nivel de significancia de  $p<0.008p$ . En este sentido, no se evidencia una relación relevante entre las dimensiones expuestas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda a la comunidad de estudiantes y docentes de ciencias de la comunicación de la UNTUMBES, desarrollar mediante campañas educativas: actividades libres de tecnología, para fortalecer las habilidades comunicacionales en contextos donde la dinámica principal sea la comunicación cara a cara, de esta manera es posible regular el uso del smartphone y preservar la calidad de las relaciones sociales.
2. Se recomienda a las autoridades de la UNTUMBES y los docentes de Ciencias de la Comunicación, desarrollar estrategias para promover el uso del smartphone como herramienta educativa. Esto podría incluir la implementación de aplicaciones móviles diseñadas para el aprendizaje y capacitación en alfabetización digital, donde aprovechen la tecnología móvil e incorporen en actividades académicas.
3. Se recomienda a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES, priorizar y preservar el tiempo de comunicación cara a cara en los entornos familiares, sociales y académicos, de esta manera, es posible tener interacciones cara a cara de calidad y mejorar las habilidades sociales.
4. Se recomienda a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES, emplear el smartphone como herramienta para promover y coordinar nuevos espacios de comunicación virtual y presencial, lo cual permite que el smartphone sea un medio que facilite las conexiones humanas en lugar de sustituirlas, dado que genera un balance entre lo digital y lo presencial.
5. Se recomienda a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNTUMBES, implementar programas de sensibilización sobre el impacto del uso del smartphone en las relaciones interpersonales y el desarrollo de habilidades comunicativas, de esta manera se promueve el uso consciente del smartphone.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, L. (2022). *¿Qué son las TIC y cuál es su importancia?*. Poliverso. Recuperado de <https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/que-son-las-tic>
- Arias, B. Brenes, N (2019) *Uso de los dispositivos móviles y su incidencia en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de décimo nivel, de la sub-área de gestión empresarial para la materia de Legislación Laboral en el Colegio Técnico Profesional de Educación Comercial y de Servicios en el 2017* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Costa Rica. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11056/17408>
- Asturrizaga, F (2023). El fundamental aporte del teléfono al mundo de los negocios | Blog USIL. Retrieved 9 July 2023, from <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-ciencias-empresariales/ciencias-empresariales/el-fundamental-aporte-del-telefono-al-mundo-de-los-negocios>
- Ballenato Prieto, Guillermo, (2014). *Comunicación eficaz: teoría y práctica de la comunicación humana*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Bellur, S., Nowak, K. L., Hull, K. S. (2015). Make it our time: In class multitaskers have lower academic performance. *Computers in Human Behavior*, 53, 63-70. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.027>
- Bohórquez, C., & Rodríguez, D. E. (2014). Percepción de Amistad en Adolescentes: el Papel de las Redes Sociales. *Revista colombiana de psicología*, 325-338. Obtenido de Percepción de Amistad en Adolescentes: el Papel de las Redes Sociales: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80434236007>
- Castro, S. (2012). Ubicuidad y comunicación: los smartphones. *Revista Casqui Revista Latinoamericana de comunicación*, (118), 91 – 95. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/197>
- Cuzco, C. (2022). *Relación entre el uso frecuente del celular y el rendimiento académico en estudiantes de educación básica superior de la Unidad Educativa Chiquintad. Periodo octubre 2021 - febrero 2022* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22650>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

- De la Lama Zubirán, P., de la Lama Zubirán, M. A., & de la Lama García, A. (2022). Los instrumentos de la investigación científica. Hacia una plataforma teórica que clarifique y gratifique. *horizonte e ciencia*, 12(22), 189–202. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.22.1078>
- Elorza, V (2022). La Teoría de Usos y Gratificaciones: qué es y qué explica sobre la sociedad. Retrieved 2 July 2023, from <https://psicologiymente.com/social/teoria-usos-gratificaciones>
- EUDE Business School (2019). La importancia de la comunicación verbal | Retrieved 9 July 2023, from <https://www.eude.es/blog/comunicacion-verbal/>
- Fajardo Uribe, L. A., (2009). A PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN VERBAL. Forma y Función, 22(2), 121-142.
- Feijoo, B. y García, A. (2016). Los videojuegos que entretienen a los niños: análisis de la oferta y demanda de videojuegos entre el público infantil. *Anàlisi*, 55, 48-67. <https://doi.org/10.7238/a.v0i55.2892>
- Feijoo, B., Sádaba, C. y Bugueño, S. (2020). Anuncios entre videos, juegos y fotos. Impacto publicitario que recibe el menor a través del teléfono móvil. *Profesional de la Información*, 29, e290630. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.30>
- Flores, J. (2022). La investigación pura o básica y la investigación aplicada en el campo jurídico | LP. Retrieved 23 December 2022, from [https://lpderecho.pe/investigacion-pura-o-basica-investigacion-aplicada-campo-juridico/#\\_ftn3](https://lpderecho.pe/investigacion-pura-o-basica-investigacion-aplicada-campo-juridico/#_ftn3)
- Furnari, N. (2019). *Como la Comunicación “Cara a Cara” Impulsa la Productividad*. Grandstream. Recuperado de <https://blog.grandstream.com/es/como-la-comunicacion-cara-a-cara-impulsa-la-productividad>
- Gaspar, S. (2016). Bases psicosociales del uso del smartphone en jóvenes: un análisis motivacional y cross-cultural (Tesis doctoral). Universidad Complutense, Madrid. 84–669. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/35447/1/T36788.pdf>
- Gonzalez, Gabriela. (26 de mayo de 2020). *Método deductivo*. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/metodo-deductivo/>
- Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A.

- IESE Standout. (2022). *El poder de la conversación cara a cara*. Retrieved 26 November 2022, from <https://www.iese.edu/standout/es/conversacion-cara-a-cara-poder/>
- INEI. (2023). Retrieved from <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-773-de-la-poblacion-del-pais-de-6-anos-y-mas-de-edad-uso-internet-en-el-segundo-trimestre-del-ano-2023-14580/#:~:text=Durante%20el%20segundo%20trimestre%20de,en%202%2C3%20puntos%20porcentuales>
- Jiménez, D. (2021). *Tecnologías de la información y comunicación (TIC)*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic.html>
- KATZ, E., BLUMLER, J. G. y GUREVITCH, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. En KATZ, E., BLUMLER, J. G. Y GUREVITCH, M. (eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). London: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research [Investigación de usos y gratificaciones]. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Lasswell, H. (1948). *The structure and function of communication in society*. Recuperado de: <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/12.pdf>
- Lavín Zatarain, S., Zaldívar-Colado, A., Rodelo Moreno, J., & Zaldívar Martínez, J. (2019). Utilización del smartphone por estudiantes del nivel superior. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, 7(14), 89-97. Recuperado de <https://www.riti.es/ojs2018/inicio/index.php/riti/article/view/209>
- Lifeder (2020). *Comunicación directa: características, tipos, ventajas, ejemplos*. Lifeder. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/comunicacion-directa/>
- Lifeder (2022). *Comunicación verbal*. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/comunicacion-verbal/>
- López Fernández R, Lalangui Ramírez J, Maldonado Córdova AV. Validación de un instrumento sobre los destinos turísticos para determinar las potencialidades turísticas en la provincia de El Oro, Ecuador. *Universidad y Sociedad*. 2019;11(2):3-10. Acceso: 25/02/2019. Disponible en: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1197/1245>

- López, P (2018) 5 razones por las que un negocio debe estar en internet y redes sociales. BBVA. Retrieved 9 July 2023, from <https://www.bbva.com/es/cinco-razones-por-las-que-un-negocio-debe-estar-en-internet-y-redes-sociales/>
- López, Pedro Luis. (2004). Población muestra y muestreo. Punto Cero, 09(08), 69-74. Recuperado en 05 de diciembre de 2022, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es).
- Marroquín Pérez, Manuel y Villa Sánchez, Aurelio, (1995). *La comunicación Interpersonal, medición y estrategias para su desarrollo*. España: Editorial Ediciones Mensajero.
- Moreno, P. (2019). *Uso del aplicativo WhatsApp y preferencia de comunicación interpersonal cara a cara en alumnas del 5to de secundaria del Colegio General Prado, Callao, 2019* (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2021). Tendencias en el uso de dispositivos tecnológicos 2021. Gobierno de España. <https://www.ontsi.es/es/publicaciones/Tendencias-en-el-uso-de-dispositivos-tecnologicos-2021>
- Olgún, M. (2020). *Diez consecuencias del uso del celular*. UNAM Global. (2020). Retrieved 25 November 2022, from <https://unamglobal.unam.mx/diez-consecuencias-del-uso-del-celular/>
- Orosco Fabián, J. R., Pomasunco Huaytalla, R., & Torres Cortez, E. E. (2020). Uso del smartphone en estudiantes universitarios de la región central del Perú. IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH, (11), 769. <https://doi.org/10.33010/ierierediech.v11i0.769>
- Ortega, M. (2020). *Relación entre el uso excesivo de los smartphones y la procrastinación académica en estudiantes de una universidad privada* (tesis de pregrado). Universidad San Ignacio De Loyola. Lima, Perú. Recuperado de <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/10026>
- OSIPTEL: *El 88,4 % de los hogares peruanos cuenta con un teléfono inteligente*. (2022). Retrieved 10 November 2022, from <https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/osiptel-el-88-4-de-los-hogares-peruanos-cuenta-con-un-telefono-inteligente/>

- Pari, Y. (2019) *Relación del uso de los smartphome en las relaciones familiares en estudiantes universitarios de la f.t.s. una puno* (tesis de maestría). Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/15460>
- Peña, M. (2018). *¿Para qué usa usted su teléfono celular?*. Universidad de Costa Rica. Retrieved 29 November 2022, from <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2018/01/31/para-que-usa-usted-su-telefono-celular.html#:~:text=Las%20actividades%20m%C3%A1s%20utilizadas%20son,las%20aPLICACIONES%20con%20el%20GPS.>
- Pereiró, R. (2020). *Tipos de comunicación verbal*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-comunicacion-verbal.html>
- Pereiró, R. (2020). *Tipos de comunicación*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-comunicacion.html>
- Pereiró, R. (2021). *Comunicación directa*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-directa.html>
- Pereiró, R. (2021). *Comunicación*. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Rizo García, M., (2011). Reseña de "Teoría de la comunicación humana" de Paul Watzlawick. Razón y Palabra, (75). Recuperado de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=199518706028>
- Rodríguez Puerta, Alejandro. (14 de febrero de 2019). *Método analítico: qué es, características, pasos, ejemplos*. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/metodo-analitico-sintetico/>
- Román, F. (2020). *El smartphone como medio de enseñanza en los estudiantes de la Institución Educativa Nuestra Señora de las Mercedes* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Tumbes, Perú.
- Romero, L. (2014). El aprendizaje de la Lecto-Escritura. Fe y Alegría (Vol. 1). Perú [http://www.feyalegría.org/images/acrobat/Aprendizaje\\_Lectoescritura\\_5317.pdf](http://www.feyalegría.org/images/acrobat/Aprendizaje_Lectoescritura_5317.pdf)
- Ruiz, L (2020). Comunicación directa: qué es y cuáles son sus características. Retrieved 09 July 2023, from <https://psicologiymente.com/social/comunicacion-directa>
- Sánchez, P. (2015). Comunicación y atención al cliente. España: Editex.



- Sandoval, j. Salas, L., y Gilles, L. (2013). El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta pedagógica. Universidad de Guadalajara, Mexico. 05, 6–19.
- Santillán, J. (2022) La importancia de la comunicación oral y escrita en el siglo XXI. Pol. Con. (Edición núm. 67) Vol. 7, No 2, pp. 2061-2077
- Terreros, D. (2022). *Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen*. Retrieved 7 December 2022, from <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Ticona, Y., y Tupac, E. (2016). Características del uso y dependencia al móvil en estudiantes de enfermería. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. 1–82.
- Torres, A. (2017). *La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick*. Psicología y mente. Retrieved 20 July 2023, from <https://psicologiymente.com/social/teoria-comunicacion-humana-paul-watzlawick>
- Torres, A. (2019). *Los 8 elementos de la comunicación: características y ejemplos*. Psicología y mente. Retrieved 1 December 2022, from <https://psicologiymente.com/cultura/elementos-de-comunicacion>
- UNIR. (2022). Los elementos de la comunicación y ejemplos. Retrieved from <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/elementos-comunicacion/>
- UNIR. (2022). Principales tipos de muestreo y sus características. Retrieved 6 December 2022, from <https://www.unir.net/ingenieria/revista/tipos-de-muestreo/>
- Universia. (2017). *5 razones por las que debes hablar cara a cara*. Universia Es. Retrieved 29 November 2022, from <https://www.universia.net/es/actualidad/habilidades/5-razones-que-debes-hablar-cara-cara-1152911.html>
- Universidad Pública de Navarra (UPNA) - Nafarroako Unibersitate Publikoa (NUP). (n.d.). Un estudio sobre el uso del teléfono móvil en alumnado de FP muestra diferencias de género, con un uso más problemático entre las mujeres. Retrieved from <https://www.unavarra.es/sites/actualidad/contents/noticias/2022/08/10/un-estudio-sobre-el-uso-del-tele.html>
- Universidad San Ignacio de Loyola. (2023). ¿Pasas mucho tiempo mirando tu celular? Cuidado con el phubbing y el FoMO. Retrieved 18 June 2023, from <https://blogs.usil.edu.pe/novedades/pasas-mucho-tiempo-mirando-tu-celular-cuidado-el-phubbing-y-el-fomo>

Veliz, D. (2016). Retroalimentación (FEEDBACK) positiva para el mejoramiento del entrenamiento (COACHING) y liderazgo. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/05/43/Veliz-Dulce.pdf>

Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D. (1971) (2002) Teoría de la comunicación humana, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio de investigación

#### USO DEL SMARTPHONE Y LA COMUNICACIÓN CARA A CARA EN LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, UNTUMBES, 2023

Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología				
			Variable 1: USO DEL SMARTPHONE	Instrumento	Ítems	Índice	
<p><b>Principal</b> ¿Cuál es la relación entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023?</p> <p><b>Específicos</b> ¿Cuál es el uso cotidiano del smartphone entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES?</p> <p>¿Cuál es el tiempo dedicado a la comunicación cara a cara entre los estudiantes de Ciencias de la</p>	<p><b>General</b> Determinar la relación entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023</p> <p><b>Específicos</b> Identificar el uso cotidiano del smartphone entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES.</p> <p>Identificar el tiempo dedicado a la comunicación cara a cara entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES.</p>	<p><b>General</b> <b>H<sub>1</sub>:</b> Existe relación directa entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.</p> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> Existe relación inversa entre el uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.</p> <p><b>Específicos</b> Existe una prevalencia significativa del uso cotidiano del smartphone entre los estudiantes de Ciencias de la</p>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.	1,2,3,4,5,6,7	Likert Ordinal
			<b>Frecuencia de uso del Smartphone</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Lugar de uso del smartphone.</li> <li>-Tiempo de uso del smartphone.</li> <li>-Modo de uso del smartphone.</li> <li>-Para que se usa el smartphone.</li> <li>-En compañía de quien usa el smartphone.</li> </ul>			
			<b>Utilidad de smartphone</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación.</li> <li>- Entretenimiento.</li> <li>- Educación.</li> <li>- Productividad.</li> </ul>		8,9,10,11,12,13,14,15	

<p>Comunicación, UNTUMBES?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la frecuencia del uso del smartphone y frecuencia de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la comunicación, UNTUMBES?</p> <p>¿Cuál es la correlación entre el tiempo dedicado al uso del smartphone y la efectividad de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES?</p>	<p>Establecer la relación entre frecuencia del uso del smartphone y frecuencia de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES.</p> <p>Determinar la correlación entre el tiempo dedicado al uso del smartphone y la efectividad de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES</p>	<p>Comunicación en la UNTUMBES. Existe una prevalencia significativa del tiempo dedicado a la comunicación cara a cara entre los estudiantes de Ciencias de la comunicación, UNTUMBES.</p> <p>Existe relación directa entre la frecuencia del uso del smartphone y frecuencia de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES.</p> <p>Existe correlación directa entre el tiempo dedicado al uso del smartphone y la efectividad de la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Negocios.</li> <li>- Videojuegos.</li> <li>- Redes sociales.</li> <li>- Internet.</li> </ul>																	
<b>Variable 2: COMUNICACIÓN CARA A CARA</b>																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="1022 539 1241 565">Dimensión</th> <th data-bbox="1247 539 1451 565">Indicadores</th> <th data-bbox="1457 539 1661 565">Instrumento</th> <th data-bbox="1667 539 1871 565">Ítems</th> <th data-bbox="1877 539 2020 565">Índice</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1022 570 1241 1068"><b>Frecuencia de la comunicación cara a cara</b></td> <td data-bbox="1247 570 1451 1068"> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Usa la comunicación directa.</li> <li>-Preferencia comunicarse cara a cara.</li> <li>-Preferencia transmitir información cara a cara.</li> </ul> </td> <td data-bbox="1457 570 1661 1068" rowspan="2">Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.</td> <td data-bbox="1667 570 1871 1068">16,17,18</td> <td data-bbox="1877 570 2020 1068" rowspan="2" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Likert Ordinal</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1022 1073 1241 1364"><b>Efectividad de la comunicación cara a cara</b></td> <td data-bbox="1247 1073 1451 1364"> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiempo dedicado a la comunicación cara a cara</li> <li>-Formas de comunicación</li> </ul> </td> <td data-bbox="1667 1073 1871 1364">19,20,21</td> </tr> </tbody> </table>								Dimensión	Indicadores	Instrumento	Ítems	Índice	<b>Frecuencia de la comunicación cara a cara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Usa la comunicación directa.</li> <li>-Preferencia comunicarse cara a cara.</li> <li>-Preferencia transmitir información cara a cara.</li> </ul>	Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.	16,17,18	Likert Ordinal	<b>Efectividad de la comunicación cara a cara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiempo dedicado a la comunicación cara a cara</li> <li>-Formas de comunicación</li> </ul>	19,20,21
Dimensión	Indicadores	Instrumento	Ítems	Índice																
<b>Frecuencia de la comunicación cara a cara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Usa la comunicación directa.</li> <li>-Preferencia comunicarse cara a cara.</li> <li>-Preferencia transmitir información cara a cara.</li> </ul>	Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.	16,17,18	Likert Ordinal																
<b>Efectividad de la comunicación cara a cara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiempo dedicado a la comunicación cara a cara</li> <li>-Formas de comunicación</li> </ul>		19,20,21																	

## **Anexo 2. Instrumento de recolección de datos.**

Instrumento de investigación aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Tumbes

### **CUESTIONARIO**

#### **Uso del Smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023**

##### **I. DATOS GENERALES:**

Edad:

Sexo: (M) (F)

Ciclo académico:

##### **II. OBJETIVO:**

Determinar la relación entre el uso del Smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023.

##### **III. INDICACIONES:**

Este cuestionario está constituido por 23 ítems, el cual se ha considerado trabajar con la siguiente escala de Likert.

**4: Siempre    3: Casi siempre    2: Casi nunca    1: Nunca**

Desarrolle el cuestionario de la forma más sincera posible, marque con un aspa (X) solo una de las valoraciones de la escala (4; 3; 2; 1) que usted considere prudente. El cuestionario es totalmente anónimo.

**Gracias por su colaboración.**

**Uso del smartphone y la comunicación cara a cara en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2023**

**VARIABLE 1: USO DEL SMARTPHONE**

<b>DIMENSIÓN: FRECUENCIA DE USO DEL SMARTPHONE</b>		<b>Escala valorativa: 4=Siempre; 3=Casi siempre; 2=Casi nunca; 1=Nunca</b>			
INDICADOR / ITEMS		Escala			
		4	3	2	1
INDICADOR: LUGAR DE USO DEL SMARTPHONE					
1	Usa el smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios, calle)				
INDICADOR: TIEMPO DE USO DEL SMARTPHONE					
2	Usas el Smartphone entre 1 a 3 horas durante el día				
3	Usas el Smartphone entre 4 horas a más durante el día				
INDICADOR: MODO DE USO DEL SMARTPHONE					
4	Sientes que tu smartphone afecta negativamente tus relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio				
INDICADOR: PARA QUE USA EL SMARTPHONE					
5	Utilizas tu smartphone principalmente para fines personales				
6	Utilizas tu smartphone principalmente para fines profesionales				
INDICADOR: EN COMPAÑÍA DE QUIEN USA EL SMARTPHONE					
7	Usa el smartphone cuando está en compañía de su familia y amigos				

<b>DIMENSIÓN: UTILIDAD DEL SMARTPHONE</b>		<b>Escala valorativa: 4=Siempre; 3=Casi siempre; 2=Casi nunca; 1=Nunca</b>			
INDICADOR / ITEMS		Escala			
		4	3	2	1
INDICADOR: COMUNICACIÓN					
8	Utiliza su smartphone como medio de comunicación (llamadas, mensajes de texto)				
INDICADOR: ENTRETENIMIENTO					
9	Utiliza su smartphone como medio de entretenimiento (videos, música, podcast)				
INDICADOR: EDUCACIÓN					
10	Utilizas tu smartphone con fines educativos				
INDICADOR: PRODUCTIVIDAD					
11	Utiliza su smartphone como medio de productividad (aprender cosas nuevas, ver tutoriales productivos)				
INDICADOR: NEGOCIOS					
12	Utilizas tu smartphone para asuntos relacionados con tu trabajo o negocio				

<b>INDICADOR: VIDEOJUEGOS</b>					
13	Utiliza su smartphone para jugar videojuegos				
<b>INDICADOR: REDES SOCIALES</b>					
14	Utiliza su smartphone para acceder a redes sociales				
<b>INDICADOR: INTERNET</b>					
15	Utiliza su smartphone para navegación y búsqueda web				

## VARIABLE 2: COMUNICACIÓN CARA A CARA

<b>DIMENSIÓN: FRECUENCIA DE LA COMUNICACIÓN CARA A CARA</b>		<b>Escala valorativa: 4=Siempre; 3=Casi siempre; 2=Casi nunca; 1=Nunca</b>			
INDICADOR / ITEMS		<b>Escala</b>			
		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>USA LA COMUNICACIÓN DIRECTA</b>					
16	Te sientes cómodo/a expresando tus opiniones y pensamientos de manera directa con tu familia y amigos				
<b>PREFIERE COMUNICARSE CARA A CARA</b>					
17	Prefieres comunicarte con amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto				
<b>PREFIERE TRANSMITIR INFORMACIÓN CARA A CARA</b>					
18	Prefiere transmitir información personal mediante la comunicación cara a cara				

<b>DIMENSIÓN: EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN CARA A CARA</b>		<b>Escala valorativa: 4=Siempre; 3=Casi siempre; 2=Casi nunca; 1=Nunca</b>			
INDICADOR / ITEMS		<b>Escala</b>			
		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>INDICADOR: TIEMPO DEDICADO A LA COMUNICACIÓN CARA A CARA</b>					
19	Dedicas entre 1 a 3 horas durante el día a la comunicación cara a cara				
20	Dedicas entre 4 a más horas durante el día a la comunicación cara a cara				
<b>INDICADOR: FORMAS DE COMUNICACIÓN</b>					
21	Prefieres la comunicación verbal para establecer una conversación				
22	Utilizas la comunicación no verbal (lenguaje corporal, expresiones faciales, contacto físico y gestos) durante una conversación				
23	Sientes que transmites mejor tu mensaje por medio de la comunicación escrita				

### Anexo 3: Base de datos

	Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Frecuencia de Uso del Smart phone	P8	P9	P10	F
1	Enc 1	3	1	3	2	3	2	2	16	4	3	3	
2	Enc 2	4	2	4	3	4	2	3	22	4	4	3	
3	Enc 3	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	3	
4	Enc 4	3	3	3	2	3	3	2	19	3	3	4	
5	Enc 5	3	3	3	1	3	3	3	19	4	4	4	
6	Enc 6	4	3	3	2	4	4	3	23	3	3	2	
7	Enc 7	4	3	4	1	4	4	3	23	4	4	4	
8	Enc 8	3	3	3	2	3	3	3	20	4	4	3	
9	Enc 9	3	2	4	3	2	3	2	19	4	4	4	
10	Enc 10	3	3	3	2	3	4	2	20	4	4	4	
11	Enc 11	4	3	4	3	3	3	3	23	3	3	3	
12	Enc 12	4	4	3	2	3	4	3	23	3	4	4	
13	Enc 13	4	2	4	2	4	3	4	23	4	4	4	
14	Enc 14	3	3	3	2	3	3	2	19	3	3	3	
15	Enc 15	3	4	3	4	4	4	2	24	3	2	4	
16	Enc 16	4	4	2	2	3	3	3	21	3	3	3	
17	Enc 17	4	4	4	2	3	3	3	23	4	4	4	
18	Enc 18	3	3	3	3	3	3	2	20	3	3	4	
19	Enc 19	3	3	2	2	3	3	3	19	4	4	3	
20	Enc 20	3	4	4	2	4	4	3	24	4	4	4	
21	Enc 21	4	3	3	2	3	3	4	22	4	4	4	
22	Enc 22	4	4	4	3	2	1	3	21	3	4	2	
23	Enc 23	3	3	4	3	3	3	4	23	4	4	3	
24	Enc 24	2	2	1	1	3	3	2	14	3	4	3	
25	Enc 25	3	2	3	2	2	2	2	16	3	4	3	

	Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Frecuencia de Uso del Smart phone	P8	P9	P10	F
52	Enc 52	2	2	2	2	3	2	3	16	3	2	3	
53	Enc 53	4	4	4	3	3	3	2	23	4	4	4	
54	Enc 54	3	3	3	2	2	3	3	19	3	2	3	
55	Enc 55	4	4	4	3	4	4	2	25	4	4	4	
56	Enc 56	3	3	3	2	3	2	1	17	4	3	3	
57	Enc 57	3	3	3	2	3	3	3	20	4	3	4	
58	Enc 58	4	3	4	2	4	4	3	24	4	4	4	
59	Enc 59	3	3	2	2	3	4	2	19	4	4	3	
60	Enc 60	4	4	4	2	3	3	3	23	4	4	4	
61	Enc 61	4	4	4	2	4	3	3	24	4	4	4	
62	Enc 62	4	3	3	2	3	3	3	21	3	4	3	
63	Enc 63	3	4	3	1	4	4	2	21	4	3	4	
64	Enc 64	4	4	4	2	4	3	2	23	4	4	4	
65	Enc 65	4	4	4	3	4	2	4	25	4	4	2	
66	Enc 66	3	3	1	2	4	4	1	18	4	4	4	
67	Enc 67	4	3	4	3	2	3	2	21	4	4	2	
68	Enc 68	3	2	3	2	4	4	2	20	3	3	4	
69	Enc 69	4	4	4	1	4	4	1	22	4	4	4	
70	Enc 70	4	4	4	3	4	3	4	26	4	4	3	
71	Enc 71	3	3	2	1	3	3	2	17	3	3	3	
72	Enc 72	4	4	4	2	4	4	3	25	4	4	4	
73	Enc 73	4	4	3	3	3	4	2	23	4	4	4	
74	Enc 74	3	3	3	1	3	3	3	19	3	3	3	
75	Enc 75	4	3	3	3	4	4	3	24	4	4	3	
76	Enc 76	3	3	4	2	3	4	3	22	4	4	4	

	Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Frecuencia de Uso del Smart phone	P8	P9	P10	F
115	Enc 115	3	3	3	2	4	3	3	21	4	3	3	
116	Enc 116	3	4	4	1	4	3	1	20	4	4	4	
117	Enc 117	4	4	4	1	4	4	4	25	4	4	4	
118	Enc 118	4	4	4	2	4	4	4	26	4	4	4	
119	Enc 119	4	4	4	3	4	3	3	25	4	4	3	
120	Enc 120	3	3	2	2	4	3	2	19	4	3	3	
121	Enc 121	4	4	4	2	3	4	3	24	4	4	4	
122	Enc 122	4	4	4	2	3	3	4	24	4	4	3	
123	Enc 123	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	
124	Enc 124	4	3	3	2	4	4	3	23	4	4	3	
125	Enc 125	3	3	3	3	4	3	2	21	4	4	3	
126	Enc 126	4	4	4	2	4	3	3	24	4	4	3	
127	Enc 127	4	4	4	2	4	4	4	26	4	4	4	
128	Enc 128	4	3	3	3	4	4	2	23	4	4	4	
129	Enc 129	3	3	3	2	2	3	3	19	3	3	3	
130	Enc 130	4	4	3	2	3	3	2	21	4	3	3	
131	Enc 131	4	4	3	2	3	3	2	21	4	3	3	
132	Enc 132	3	4	3	4	4	3	2	23	4	4	3	
133	Enc 133	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	
134	Enc 134	2	2	2	4	3	3	3	19	3	3	2	
135	Enc 135	3	3	3	1	4	1	3	18	4	4	3	
136	Enc 136	4	3	4	2	4	4	2	23	4	4	4	
137	Enc 137	4	3	4	2	4	3	2	22	4	4	4	
138	Enc 138	3	4	4	2	3	2	3	21	4	4	3	
139	Enc 139	3	4	3	2	3	3	2	20	3	2	3	



**Anexo 4: Validación por juicio de expertos**

**MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

**Variable: Uso del Smartphone**

Nº	DIMENSIONES / Frecuencia del uso del Smartphone	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Usa el smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios, calle)				x				x				x	
02	Usas el Smartphone entre 1 a 3 horas durante el día				x				x				x	
03	Usas el Smartphone entre 4 horas a más durante el día				x				x				x	
04	Sientes que tu smartphone afecta negativamente tus relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio				x				x				x	
05	Utilizas tu smartphone principalmente para fines personales				x				x				x	
06	Utilizas tu smartphone principalmente para fines profesionales				x				x				x	
07	Usa el smartphone cuando está en compañía de su familia y amigos				x				x				x	
<b>Nº</b>	<b>DIMENSIONES / Utilidad del Smartphone</b>													
08	Utiliza su smartphone como medio de comunicación (llamadas, mensajes de texto)				x				x				x	
09	Utiliza su smartphone como medio de entretenimiento (videos, música, podcast)				x				x				x	
10	Utilizas tu smartphone con fines educativos				x				x				x	
11	Utiliza su smartphone como medio de productividad (aprender cosas nuevas, ver tutoriales productivos)				x				x				x	
12	Utilizas tu smartphone para asuntos relacionados con tu trabajo o negocio				x				x				x	
13	Utiliza su smartphone para jugar videojuegos				x				x				x	
14	Utiliza su smartphone para acceder a redes sociales				x				x				x	



## MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable: Comunicación cara a cara

Nº	DIMENSIONES / Frecuencia de la comunicación cara a cara	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Te sientes cómodo/a expresando tus opiniones y pensamientos de manera directa con tu familia y amigos				x				x				x	
02	Prefieres comunicarte con amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto				x				x				x	
03	Prefiere transmitir información personal mediante la comunicación cara a cara				x				x				x	
Nº	DIMENSIONES / efectividad de la comunicación cara a cara													
04	Dedicas entre 1 a 3 horas durante el día a la comunicación cara a cara				x				x				x	
05	Dedicas entre 4 a más horas durante el día a la comunicación cara a cara				x				x				x	
06	Prefieres la comunicación verbal para establecer una conversación				x				x				x	
07	Utilizas la comunicación no verbal (lenguaje corporal, expresiones faciales, contacto físico y gestos) durante una conversación				x				x				x	
08	Sientes que transmites mejor tu mensaje por medio de la comunicación escrita				x				x				x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir [  ]   No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador: **Mogollón Medina José Martín**

**DNI: 4384909**

**Especialidad del validador (a): MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES - MBA**

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Tumbes, 25 de enero de 2024**



-----  
**Firma del experto informante**

## MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable: Uso del Smartphone

Nº	DIMENSIONES / Frecuencia del uso del Smartphone	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones / Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Usa el smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios, calle)				x				x				x	
02	Usas el Smartphone entre 1 a 3 horas durante el día				x				x				x	
03	Usas el Smartphone entre 4 horas a más durante el día				x				x				x	
04	Sientes que tu smartphone afecta negativamente tus relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio				x				x				x	
05	Utilizas tu smartphone principalmente para fines personales				x				x				x	
06	Utilizas tu smartphone principalmente para fines profesionales				x				x				x	
07	Usa el smartphone cuando está en compañía de su familia y amigos				x				x				x	
<b>Nº</b>	<b>DIMENSIONES / Utilidad del Smartphone</b>													
08	Utiliza su smartphone como medio de comunicación (llamadas, mensajes de texto)				x				x				x	
09	Utiliza su smartphone como medio de entretenimiento (videos, música, podcast)				x				x				x	
10	Utilizas tu smartphone con fines educativos				x				x				x	
11	Utiliza su smartphone como medio de productividad (aprender cosas nuevas, ver tutoriales productivos)				x				x				x	
12	Utilizas tu smartphone para asuntos relacionados con tu trabajo o negocio				x				x				x	
13	Utiliza su smartphone para jugar videojuegos				x				x				x	
14	Utiliza su smartphone para acceder a redes sociales				x				x				x	

15	Utiliza su smartphone para navegación y búsqueda web				x				x				x	
----	--	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--	---	--

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

<b>1. No cumple con el criterio</b>	<b>2. Bajo nivel</b>	<b>3. Moderado nivel</b>	<b>4. Alto nivel</b>
-------------------------------------	----------------------	--------------------------	----------------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Revisado el instrumento de recolección de datos existe la suficiencia para que este sea aplicado en la investigación.

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mg. Marco Antonio Zapata Lopez

**DNI:** 42018180

**Especialidad del validador (a):** Comunicador social y Maestro en Gestión Pública

**Tumbes, 28 de enero de 2024**

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



**Firma del experto informante**

## MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable: Comunicación cara a cara

N°	DIMENSIONES / Frecuencia de la comunicación cara a cara	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
01	Te sientes cómodo/a expresando tus opiniones y pensamientos de manera directa con tu familia y amigos				x									x	
02	Prefieres comunicarte con amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto				x									x	
03	Prefiere transmitir información personal mediante la comunicación cara a cara				x									x	
<b>N°</b>	<b>DIMENSIONES / efectividad de la comunicación cara a cara</b>														
04	Dedicas entre 1 a 3 horas durante el día a la comunicación cara a cara				x									x	
05	Dedicas entre 4 a más horas durante el día a la comunicación cara a cara				x									x	
06	Prefieres la comunicación verbal para establecer una conversación				x									x	
07	Utilizas la comunicación no verbal (lenguaje corporal, expresiones faciales, contacto físico y gestos) durante una conversación				x									x	
08	Sientes que transmites mejor tu mensaje por medio de la comunicación escrita				x									x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

**Opinión de aplicabilidad:**    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mg. Marco Antonio Zapata López

**DNI:** 42018180

**Especialidad del validador (a): Comunicador social y Maestro en Gestión Pública**

**Tumbes, 28 de enero de 2024**

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



---

**Firma del experto informante**



## MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable: Uso del Smartphone

Nº	DIMENSIONES / Frecuencia del uso del Smartphone	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Usa el smartphone en todos los lugares (casa, trabajo, centro de estudios, calle)				x				x				x	
02	Usas el Smartphone entre 1 a 3 horas durante el día				x				x				x	
03	Usas el Smartphone entre 4 horas a más durante el día				X				x					
04	Sientes que tu smartphone afecta negativamente tus relaciones personales y productividad en el trabajo o estudio			x				X				X		
05	Utilizas tu smartphone principalmente para fines personales				X				X				X	
06	Utilizas tu smartphone principalmente para fines profesionales				X				X				X	
07	Usa el smartphone cuando está en compañía de su familia y amigos				x				X				X	
<b>Nº</b>	<b>DIMENSIONES / Utilidad del Smartphone</b>													
08	Utiliza su smartphone como medio de comunicación (llamadas, mensajes de texto)				X				X				X	
09	Utiliza su smartphone como medio de entretenimiento (videos, música, podcast)				X				X				X	
10	Utilizas tu smartphone con fines educativos				X				X				X	
11	Utiliza su smartphone como medio de productividad (aprender cosas nuevas, ver tutoriales productivos)				X				X				X	
12	Utilizas tu smartphone para asuntos relacionados con tu trabajo o negocio				X				X				X	
13	Utiliza su smartphone para jugar videojuegos				X				X				X	
14	Utiliza su smartphone para acceder a redes sociales				X				X				X	

15	Utiliza su smartphone para navegación y búsqueda web				X				X				X	
----	--	--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--	---	--

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

<b>1. No cumple con el criterio</b>	<b>2. Bajo nivel</b>	<b>3. Moderado nivel</b>	<b>4. Alto nivel</b>
-------------------------------------	----------------------	--------------------------	----------------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Revisado el instrumento de recolección de datos existe la suficiencia para que este sea aplicado en la investigación.

**Opinión de aplicabilidad:** **Aplicable [ X ]** Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Boyer Rasco Luis Alberto

**DNI:** 73430105

**Especialidad del validador (a):** **Ciencias de la comunicación**


**Tumbes, 29 de enero de 2024**

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



-----  
**Firma del experto informante**

## MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable: Comunicación cara a cara

Nº	DIMENSIONES / Frecuencia de la comunicación cara a cara	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	Te sientes cómodo/a expresando tus opiniones y pensamientos de manera directa con tu familia y amigos			X				X				X		
02	Prefieres comunicarte con amigos y familiares cara a cara en lugar de utilizar llamadas telefónicas o mensajes de texto				X			X					X	
03	Prefiere transmitir información personal mediante la comunicación cara a cara				X			X					X	
Nº	DIMENSIONES / efectividad de la comunicación cara a cara													
04	Dedicas entre 1 a 3 horas durante el día a la comunicación cara a cara				X			X					X	
05	Dedicas entre 4 a más horas durante el día a la comunicación cara a cara				X			X					X	
06	Prefieres la comunicación verbal para establecer una conversación				X			X					X	
07	Utilizas la comunicación no verbal (lenguaje corporal, expresiones faciales, contacto físico y gestos) durante una conversación				X			X					X	
08	Sientes que transmites mejor tu mensaje por medio de la comunicación escrita				X			X					X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador: Boyer Rasco Luis Alberto**

**DNI: 73430105**

**Especialidad del validador (a): Ciencias de la comunicación**

<sup>1</sup>**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Tumbes, 29 de enero de 2024**



---

**Firma del experto informante**

**Anexo 5. Evidencias fotográficas de aplicación de instrumento**





