



Marzo 2018 - ISSN: 1696-8352

## **“ANÁLISIS DE GENERACIONES Y O MILLENIALS, Z O ACTUALES Y FRONTERA DE ESTUDIO EN EL COMPORTAMIENTO DEL USO DE LAS REDES SOCIALES”**

**Mario Moncayo<sup>1</sup>**

Docente Principal Facultad de Comunicación  
Universidad Espíritu Santo  
mdmoncayo@uees.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mario Moncayo (2018): “Análisis de generaciones y o Millenials, Z o actuales y frontera de estudio en el comportamiento del uso de las redes sociales”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (marzo 2018). En línea:  
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/analisis-generaciones-actuales.html>

### **Resumen**

Al momento que nos encontramos en todo el auge de las redes sociales, es importante observar el comportamiento, las diferencias y similitudes entre generaciones en este caso analizaremos la generación Y o Millenials y la generación Z o Actuales, revisaremos las características más relevantes, su comportamiento ante el desarrollo de la tecnología y desenvolvimiento en el manejo de las RRSS. Todo esto con el fin de ver aspectos que pueden ser aplicados en la vida de los individuos en el uso de las diferentes aplicaciones y les ayude en su desarrollo.

**Palabras Claves:** Generación Y- Generación Z- tecnología- manejo de RRSS- aplicaciones.

### **Abstract**

At the moment that we are in all the rise of social networks, it is important to observe the behavior, differences and similarities between generations. In this case we will analyze the generation Y or Millenials and generation Z or Current, we will review the most relevant characteristics, their behavior against the development of technology and development in the management of the RRSS. All this in order to see aspects that can be applied in the lives of individuals in the use of different applications and help them in their development.

**Key Words:** Generation Y- Generation Z- technology- management of RRSS- applications.

---

<sup>1</sup> Docente Principal de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Magíster en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Generación Y o Millennials**

Comprende entre los rangos de años entre 1980 hasta 1996, en edad su estimación es 18 y 35 años, esta generación en comportamiento social tiene a conocer que los individuos crecieron con el desarrollo de la tecnología con el pasar de los años, de manera general existía más juegos cooperativos sociales entre los niños – jóvenes, es decir usaban más la imaginación y pasaban un buen momento en compañía de sus amigos o familia, hubo mucha influencia en el aspecto musical, series animadas que fomentó a la formación del joven – adulto, recordar como el top of mind de muchas personas en sus pasatiempos.

A continuación se mencionarán puntos esenciales que describirán mejor a los individuos nacidos en este tiempo establecido en lo que refiere al aspecto social y laboral:

#### **Contexto social y comportamiento:**

- Tienen espíritu emprendedor con el fin de ser empleadores y no empleados.
- Prefieren mantenerse en un trabajo estable, quieren crecer y ser reconocidos
- La tecnología es parte de ellos y se adaptan a los cambios presentados de la vida
- Mayor tolerancia al fracaso.
- Aman viajar

Se mencionará como ha sido el desenvolvimiento de dicha generación en lo que refiere a las actuales redes sociales manejadas por todo el mundo, tales como Instagram, Facebook, Twitter, etc:

- Prefieren a las empresas activas en Social Media
- Su sociabilidad es alta, son más explícitos en las compras personales
- El aspecto visual se considera muy importante, en las redes sociales les llama la atención noticias con imágenes.
- El internet con un celular es un elemento radical en su vida tanto personal como profesional.
- Las redes sociales influyen mucho en la hora de hacer compras
- Facebook es la principal red social preferida, seguido de YouTube e Instagram.

### **1.2. Generación Z o actuales**

Comprende entre los rangos de años desde 2000 en adelante, son menores de 17 años, esta generación en comportamiento social tiene a conocer que los ya con la tecnología desarrollada, es decir desde muy pequeños ya tienen por ejemplo dispositivos móviles como celulares, tablets, cuentas de redes sociales, de manera general existen menos juegos cooperativos sociales entre los niños – jóvenes, es decir ellos crecieron y están disfrutando su desarrollo enfocado a todo lo virtual, innovaciones de tecnología, no existen en la actualidad series animadas que hayan fomentado al top of mind en series animadas.

A continuación se mencionarán puntos esenciales que describirán mejor a los individuos nacidos en este tiempo establecido en lo que refiere al aspecto social y laboral:

#### **Contexto Social y comportamiento:**

- Todavía no participan en el campo laboral.
- Cierta grupo quieren ser empresarios y que sus pasatiempos les generen dinero
- Desean tener trabajos con poca presión, de preferencia a distancia y que puedan estar en algunas actividades
- La tecnología es parte esencial de ellos, suelen sacar provecho de eso para auto educarse

- La atención de ellos es difícil conseguir, su preocupación son las personas y el medio ambiente
- La imaginación es un elemento clave en ellos

A continuación se mencionará como ha sido el desenvolvimiento de dicha generación en lo que refiere a las actuales redes sociales manejadas por todo el mundo, tales como Instagram, Facebook, Twitter, etc:

- Una gran parte de ellos aproximadamente el 41% usan el internet pero no para fines educativos
- Redes sociales les fascina, lo usan un 81%, pero no desean tener a sus familiares en sus cuenta
- Las mayores redes sociales usadas por ellos son **Instagram y Snapchat, cada vez tiene más auge estas redes**
- Casi el 100% de ellos usan Youtube, muchas veces al día
- Son más multiplataforma que los **Millennials**.

### 1.3. Frontera de estudio

Para efecto de nuestro estudio investigativo se estableció un rango de estudio a personas nacidas entre los años 1995 al 2000, con el fin de identificar si tienen gustos similares, tendencias relacionadas como tecnología, experiencias de vida, si mantienen ciertas variables de estudio relacionadas.

### 1.4. Planteamiento del problema

Analizar las similitudes y diferencias de usos de redes sociales en las generaciones Y, Z y frontera determinada con el fin de llegar a debidas conclusiones y recomendaciones del caso analizado.

### 1.5. Justificación

Se escogió tratar este tema investigativo ya que es poco estudiado, actualmente se ve mucha diferencia en pensamientos de una persona nacida en generación Y y Z, se desea saber que similitudes y diferencias pueden tener en pensamientos, uso de redes sociales. Se afirma que el desarrollo de la tecnología es fundamental para la formación de las personas se debe tener aun presente ciertas aplicaciones clásicas que se han dado en el pasar del tiempo, entre otras. Este trabajo arrojará resultados que pueden ser interesantes para aplicarse en la vida de los individuos.

## 2. MARCO METODOLÓGICO

Este trabajo investigativo se enfoca dentro del tipo de estudio analítico con enfoque cuantitativo ya que se va a examinar un tema de investigación poco estudiado, basado las diferencias de la generación X,Y y nuestra frontera de estudio, ver el comportamiento de ellas, este análisis permitirá identificar la sensibilidad de estas variables.

### 2.1. Diseño de la investigación

#### 2.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación posee un enfoque tipo mixto, puesto a que se realizó el análisis de los datos recolectados del objeto de estudio tanto de forma cuantitativa (con interpretación de valores numéricos) como de forma cualitativa (mediante la identificación e interpretación de variables). Así mismo el alcance de la investigación fue exploratorio; debido a que la problemática de analizar las similitudes de usos en redes sociales en las generaciones Y, Z y frontera determinada es poco estudiado en Ecuador y puesto a que se definieron variables para describir el problema durante su estudio.

- En cuanto al diseño de la investigación fue de carácter no experimental, las variables no fueron manipuladas y se observó el fenómeno tal y como se manifiesta de forma natural en la ciudad de Guayaquil.

### 2.1.2. Metodologías de investigación

En la investigación; se entrevistó a expertos como Psicólogos y sociólogos en la ciudad de Guayaquil con amplio conocimiento del trabajo investigativo para poder determinar nuestro propósito: analizar el comportamiento de cada una de las generaciones y sacar nuestras conclusiones y recomendaciones.

Se procedió a realizar las debidas encuestas a muestras significativas de la ciudad de Guayaquil, abarcando un rango de edad mínimo de 15 años y máxima de 35 años. La base de datos por la cual fue ejecutada la encuesta fue "Google Docs" que nos facilitó con la distribución de la misma de una manera eficaz y rápida.

La encuesta fue titulada como "Uso de las redes sociales en las generaciones Y y Z" y se buscó saber cuál es el conocimiento que tienen las personas en cuanto a la influencia de las redes sociales en la vida de una persona. A través del internet, como medio masivo, nos permitió contactarnos con un número establecido de conocidos, y así evitar dificultades para ubicar al personal necesario.

La importancia de la encuesta como instrumento de medición es conducir un mensaje social por medio de las opiniones de una población delimitada. El éxito de una encuesta es formular de manera muy concisa las preguntas, además de especificar el sistema de respuesta ante las interrogantes y así en el análisis poder tabular los datos sin ningún inconveniente.

Para lo cual se contó con una base de estudios estadístico, para logra realizar la tabulación de los resultados de la misma, pasando los datos por varios procesos y gráficos lógicos, que permitieron obtener resultados.

Dado el estudio de las generaciones y y z y sin encontrar ningún resultado sobre las fronteras; decidimos realizar una observación directa, es decir la implementación de paneles (diversos focus group de las generaciones mezcladas), con el fin de recaudar información relevante que nos ayudara a tener resultados deseados.

## 3. ANALÍISIS DE RESULTADOS

- **Objetivo General:** Levantar información real entre los grupos Millenials y los actuales, a su vez en el rango establecido estudiar la frontera de estudio de los individuos.

### **Objetivos Específicos:**

- - Identificar los comportamientos de cada grupo establecido.
- - Relacionar rasgos comunes que puedan presentar en los grupos designados.
- Determinar la relevancia que existe la tecnología y el uso de redes sociales en el comportamiento de cada grupo establecido

### 3.1. Técnica de recolección de datos – Entrevista

#### **Entrevistados:**

- Samuel Merlano
- Nancy Moncada
- Patricia Franco

Los entrevistados afirman que la tecnología juega un rol muy importante para las generaciones Y o Mileniums y Z o actuales.

***“El tiempo no se puede retroceder, todas las generaciones por venir viven de la tecnología, los próximos individuos vivirán etapas más avanzadas en la ciencia que producirá mayor impacto cultural y social”.***

***Samuel Merlano, 2017***

- Debe compartirse la enseñanza en redes sociales desde la adolescencia, desde los 12 años, ya que empiezan la etapa de la interacción, de hecho es un tema que se está volviendo fuera de control. Podemos darnos cuenta que desde muy pequeños los niños tienen un conocimiento de redes sociales y demás de software de alta tecnología que altera el ritmo de vida y pronto se volverá un valor que los padres deben enseñar desde casa antes de entrar a la escuela.
- Los seres humanos necesitan siempre interactuar, al usar las redes sociales no existe interacción completa, solo comunicación, la interacción se da cuando se comparte en el día a día con las personas de manera física y el mensaje sería más profundo, lo mismo sucede con la TV, ya que afirma que los que la visualizan constantemente pierden su imaginación, recomienda que es recomendable el uso de las redes sociales en la adolescencia de las personas.
- Es importante enseñarles la importancia de la comunicación personal comunitaria para el fortalecimiento de los sentimientos como amistad, compañerismo, trabajo en equipo, las redes sociales solo es un complemento, adicional.
- En las generación X y Y la creatividad de los niños era más amplia ya que inventaban juegos, se comunicaban frecuentemente, la interacción eran en espacios abiertos, con cosas al alcance de sus manos dejaban volar su imaginación y tenían un gran pasatiempo. Pero a medida del tiempo se han ido perdiendo esa interacción.
- Las redes sociales son una herramienta comunicacional de exposición en la persona frente al mundo que influye en todas las áreas de la vida sea sentimental, personal, profesional, existen parejas que llegan a acuerdos en presentar la relación cuando ven que es formal, características serias, otras prefieren mantenerlo en el anonimato porque se sienten más cómodos, eso depende de los acuerdos sentimentales.
- La generación Y representa el inicio de nuevos lenguajes y comportamientos influenciando directamente los ámbitos de consumo, Están posicionados en la punta de la pirámide de influencia, por ser la primera generación en conquistar el derecho de ser joven. Donde el internet determina sus identidades.
- El acceso a la información y a las posibilidades hace que estas generaciones sufran de ansiedad crónica y a medidas del tiempo aumente: es cada vez necesario que ellos elijan el filtro correcto para ordenar sus experiencias entre tanto contenido y personas en sus vidas
- Generación Y: El miedo a sentirse perdidos en la multitud hacen que usen un lenguaje hiperbólico para expresarse.
- No es fácil comprender lo que los Z están diciendo ellos desarrollan el modo no lineal de pensamiento, esto quiere decir, que refleja exactamente el lenguaje del internet.

- Para los Millenials es natural empezar en una cosa y terminar en otra, pero todo esto es orgánico, hoy en día es cool saber y ser muchas cosas a la vez.
- Millenials ser normales se convirtió en ser aburridos, además de neutralizar nuestras experiencias es cool expresarlas. Son los jóvenes más plurales de la historia, esto hace que nuestros jóvenes puedan reconocerse a pesar de sus diferencias personales. Su nueva y extendida red social resulto mucho más grande de relaciones personales cortas y efímeras.
- Generación Y es visible en su trabajo donde los sistemas de jerarquía se han ido perdiendo, cada vez ellos quieren unir al trabajo al placer, placer en intervalos programados.
- Los Millenials son pragmáticos y realistas. Donde grandes ídolos no son idealizados, pero si son personas comunes que realizan pequeños y posibles sueños.
- Millenials son la cara de la nueva economía comandada por open sources y crowdsourcing e iniciativas independientes con el poder de la internet, pueden tener un impacto inmensurable

### **3.2. Técnica de recolección de datos - Encuestas**

#### **Objetivo General:**

- Levantar información real entre los grupos Millenials y los actuales, a su vez en el rango establecido estudiar la frontera de estudio de los individuos

#### **Objetivos Específicos:**

- Identificar las variables de cada grupo establecido.
- Analizar que incide en el comportamiento y uso de las redes sociales en cada individuo.
- Cuantificar que tan relevante es la tecnología en la vida de cada persona.

#### **Población**

Se tomará para el presente estudio personas entre los rangos de edades de 15 a 35 años, se esto incluye los rangos de edades de generaciones Millenials y actuales, personas ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

#### **Muestra**

Es una parte representativa de los clientes entre rangos de edad de 16 a 35 años ubicados en la ciudad de Guayaquil para lo cual se procedió a aplicar la fórmula de población finita (el INEC registró un total de 2'350915 habitantes, de los cuales rangos de 15 a 64 años representan el 65,4% es decir 1'537498 habitantes)

## FÓRMULA

$$\frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

## CÁLCULO DE MUESTRA

En donde:

- N = Total de la población de rangos entre 15 a 64 años según el INEC ubicados en Guayaquil, es decir 1'537498 personas ubicadas en la ciudad de Guayaquil
- $Z\alpha = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- e = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- $q = 1 - p$  (en este caso  $1 - 0.05 = 0.95$ )
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

n =

$$\frac{(1,96)^2 * (0,50)(0,50)(1537498)}{0,05^2 (1537498 - 1) + (1,96)^2 (0,50)(0,50)}$$

1476613.079

---

3844.7029

n = 384, 06 = 384 personas de los cuales 192 serán personas menores de edad (grupo Z, edades entre 15 a 17 años y grupo Mileniums, edades entre 18 a 35 años) ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

### Preguntas establecidas al grupo Mileniums o Y

1. **¿Considera que las redes sociales ha ayudado mucho en sus relaciones personales?**  
103 Personas (53,64%) afirmaron que las redes sociales la usan bajo fin comunicativo, es decir conversar con amistades o familias dentro y fuera de su territorio nacional, también les han dado uso para fin laboral o conocimientos investigativos tales como temas científicos, mientras que 89 personas (46,35%) afirman que no ha tenido mucha dependencia las redes sociales en sus relaciones personales, prefieren más la interacción en persona.
2. **¿Creen que las redes sociales influyen mucho en el aspecto sentimental, por ejemplo si están en una relación con una pareja se debe de exponer que esta con esa persona?**  
158 Personas (82,29%) afirman que las redes sociales no deben influir mucho en el aspecto sentimental mucha gente utiliza estos medios para conocer personas, hacer amistades, pero ya es más un acuerdo de parte de la pareja si lo hacen público ya que se considera que es una relación formal, mientras que 34 personas (17,70%) consideran que no debe de influir esto como una importancia en sus vidas personales, esto deben manejarlo de manera profesional.
3. **¿Las redes sociales les han ayudado con Marketing en negocios propios?**  
186 personas (96,88%) afirmaron que la tecnología les ha ayudado a conocer sus Pymes o medianos negocios, les permitió captar la atención de muchos clientes los cuales han incrementado sus riquezas, en cambio 6 personas (3,12%) afirma que las

redes sociales no es de mucha influencia para captar clientes así se haga un marketing digital.

**4. ¿Las redes sociales les han brindado cierta formación profesional a las personas?**

108 personas (56,25%) dijeron que si, ya que han encontrado artículos científicos, eventos sociales relacionados a temas que los individuos buscan, en cambio 84 personas (43,75%) dijeron que no necesariamente, más encuentran las redes sociales solo bajo fin comunicativo, prefieren encontrar la información deseada en otras paginas web.

**5. ¿Consideran las redes sociales parte de sus vidas personales o profesionales?**

156 Personas (81,25%) afirmaron que si, ya que hoy en día la tecnología cada vez es más avanzada, la ciencia cada vez tiene más dominio en muchos campos personales o profesionales lo cual hace que cada vez sea más dependiente de las personas, en cambio 36 personas (18,75%) prefieren no estar tan arraigadas con las redes sociales, prefieren más el trabajo clásico y la interacción de las personas.

**Preguntas establecidas al grupo Z o actuales**

**1. ¿Considera que las redes sociales ha ayudado mucho en sus relaciones personales?**

187 Personas (97,39%) afirmaron que las redes sociales la usan bajo fin comunicativo, es decir constantemente están en uso de ellas para comunicarse con sus familias, amistades, pero 5 personas (26,04%) afirman que han usado las redes sociales bajo fin laboral, que les ha ayudado a hacer marketing a sus pequeñas ideas de negocios.

**2. ¿Creen que las redes sociales influyen mucho en el aspecto sentimental, por ejemplo si están en una relación con una pareja se debe de exponer que esta con esa persona?**

190 personas (98,96%) afirman que las redes sociales suelen usarlas para expresar sus sentimientos, pensamientos, el mensaje que quieren dar a conocer a sus contactos, pero apenas 2 personas (1,04%) prefieren ser más discretos en base a sus emociones.

**3. ¿Las redes sociales les han ayudado con Marketing en negocios propios?**

Las 192 personas (100%) afirmaron que la tecnología es un punto muy importante para dar a conocer cualquier negocio que se quiera dar dentro o fuera del territorio nacional, no tienen negocios propios pero saben de la importancia del factor tecnológico.

**4. ¿Las redes sociales les han brindado cierta formación profesional a las personas?**

164 personas (85,42%) dijeron que si, ya que han encontrado cierta información que les ha ayudado en sus actividades escolares, en cambio 28 personas (14,58%) dijeron que no, las redes sociales solo consideran que es su pasatiempo de vida.

**5. ¿Consideran las redes sociales parte de sus vidas personales o profesionales?**

Las 192 personas (100%) confirmaron que si, las redes sociales los mantienen informados de los estados de sus contactos sean familiares, amistades, etc, utilizan estos medios como fuentes principales de información diaria.

**3.3. Técnica de recolección de datos- Paneles.**

**Tema:** Uso de las tecnologías

**Objetivo:**

Conocer cuáles son las variables que determinan el comportamiento y preferencias de las Generaciones Y, Z y frontera ante el uso de las tecnologías

El tipo de estudio que se empleó para alcanzar el objetivo fue el de "Paneles", ya que con las diversas encuestas que se realizaron no se alcanzaron a observar los comportamientos de la



frontera determinada. Por lo tanto, con esta metodología de investigación directa obtuvimos un mejor resultado.

**Segmentos:**

- *Generación Y vs Generación Z*
- *Generación Y vs Frontera*
- *Generación Z vs Frontera*

**Tamaño de la muestra:** 8 personas (4 personas de cada grupo).

**Tiempo de Focus Group:** 30 minutos

**Temas a debatir:**

- La importancia de las tecnologías
- Redes sociales en la formación de las personas
- Uso frecuente de las redes sociales
- Las redes sociales bajan la imaginación en interactividades
- Las redes sociales ha ayudado mucho en sus relaciones personales

**Análisis de respuestas:**

**Generación Y**

La tecnología y en particular las redes sociales, son los principales “motores motivacionales” de la aptitud multitasking que presentan estos jóvenes. Ellos afirman que crecieron y se formaron con estas herramientas y están permanentemente conectados a través de sus celulares, tablets o computadores, lo que les permite realizar distintas actividades simultáneas.

- “La tecnología nos ha afectado la manera en que nos relacionamos, a las personas de otras generaciones pasadas y el mundo en general. Debido a nuestro roce constante con avances tecnológicos, somos ágiles en el aprendizaje e implementación de distintas innovaciones” (Fabian Betancourt, 2017).
- Utiliza redes sociales como fuentes de información.

**Generación Z**

- Andrea Villamil, estudiante del Santo de Domingo de Guzmán dijo: Evitamos compartir nuestros contenidos con adultos, ya que ellos son cerrados y no entienden que las cosas ya no son iguales.
- Coleccionan momentos y valoran mucho la aprobación de sus contenidos.
- Sus interacciones sociales más valiosas son; entretenerse, curiosear y chatear.
- Prefieren las siguientes redes sociales: Facebook, Youtube, Instagram y Snapchat.

**Facebook:** Creen que es la red más adecuada para compartir contenido y ver publicaciones de otros.

**Instagram:** Compartir fotos y selfies. Utilizan esta red para seguir a influencers y celebrities.

**Snapchat:**

Quieren poner emociones a las imágenes, los jóvenes prefieren mensajes que no dejen huella.

Un view en snapchat es más importante que un like en Facebook.

**Youtube:**

Utilizan esta red para ver videos de música y buscar tutoriales, siguen a sus youtubers favoritos.

**Fronteras.**

Al momento de escoger la frontera adquirida nos pudimos dar cuenta que es imposible medirla ante las generaciones. Por lo que nos tuvimos que guiar por las características que hemos encontrado en las encuestas para saber a qué grado se orienta cada persona seleccionada. Unos de los ejemplos claros fueron:

- Ivan Rubic, 18 años, estudiante de la Universidad Espíritu Santo donde mostraba características de la Generación Y, compartiéndonos que el uso de las redes sociales solo lo utiliza para el requerimiento de información importante, mas no para compartir cosas de su vida personal.
- David Iturbo, con 18 años, estudiante de la universidad de Guayaquil, mostraba características de la Generación Z, afirma que es apasionado por lo digital e internet, se mantiene conectado las 24 horas al día y necesita tener informada a las personas sobre cada paso que da.

**4. CONCLUSIONES**

Las redes sociales son consideradas por muchas personas principales fuentes de información sea bajo fines personales o profesionales, cada vez es más el Marketing digital que se hace en ellas ya que permite captar la atención de los potenciales clientes, no requiere de costos, en las personas de rangos de edades entre 18 a 35 años es considerado importante el uso de ellas, logrando permitir objetivos deseados, mientras que las personas menores de 18 años lo consideran totalmente importante, lo usan netamente bajo fin comunicativo sea familiar y amistades, cada vez se extiende más el uso de ellas a nivel global, hoy en día quien no tiene conocimiento de ellas lo consideran una persona que vive en el pasado, que está ausente de lo que pasa en su entorno, las nuevas generaciones crecerán y desde muy tempranas edades sabrán de ellas, pero es ahí cuando un familiar adulto debe explicarle el correcto uso de ellas.

**5. RECOMENDACIONES**

Las redes sociales deben darse a conocer primero desde instrucción del hogar bajo tutoría de un adulto responsable, ya que existen ventajas y desventajas del uso de ellas, así mismo como cada vez es más conocida por todo el mundo se debería implementar cierto tiempo escolar en la correcta enseñanza del uso de ellas pero desde que el niño tenga cierta edad, ya que tendrá un poco de criterio más formado y sabrá como poder desenvolverse en ellas.

Es recomendable que las redes sociales tengan ciertas instrucciones del uso de ellas para usuarios nuevos, explicando a que se exponen, así mismo es recomendable que las nuevas generaciones cuando sepan del uso de ellas tengan conocimiento que pueden generar notificaciones laborales, permitiéndoles así poder ser emprendedores en ellas.

**6. BIBLIOGRAFÍA****Autores de Libros:**

- Diana Cerpa (2014) *El poder de la Psicología*, Uruguay, Editorial Tolle
- Jorge González (2016), *Psicología del Futuro*, Paraguay, Editorial Ciencias Medicas
- Javier Labrador (2015) *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*, Honduras, Editorial Pirámide.
- Helena Matute (2015) *Psicología de las nuevas tecnologías*, Guatemala, Editorial SNESS

- Charles Faulkner (2016) *La nueva tecnología del éxito*, México, Editorial Urano
- Richard Anderson (2014) *Psicología Educativa: La ciencia de la enseñanza y aprendizaje*, México, Editorial Trillas.
- Juan José Haro (2016) *Redes Sociales para educación*, Venezuela, Editorial Estrella.
- Manuel Moreno (2013) *¿Cómo triunfar en las redes sociales?*, Argentina, Editorial Trecebits
- Juan Espinoza (2015) *Redes Sociales, Instrumentos de participación democrática*, Perú, Editorial El Sol.
- Alejandro Sánchez (2017) *Desnudando a Google*, Perú, Editorial Deusto