



**UNIVERSIDAD  
SAN IGNACIO  
DE LOYOLA**

**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PERCEPCIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN COLABORADORES DE UNA  
UNIVERSIDAD PRIVADA**

**PROFESORA:**

**ANA CECILIA SALGADO LÉVANO**

**INTEGRANTES:**

**BRYAN CASTRO MALCA**

**SEBASTIAN ESPIRITU QUISPE**

**GIUSEPPI GAMARRA FERNANDEZ**

**LIMA – PERÚ**

**2018**

A Dios Todo Poderoso que ilumina nuestros caminos día a día.

A nuestras madres que constantemente nos han brindado su apoyo y aconsejado a lo largo de este proyecto.

A nuestros padres que escuchan nuestras dudas y nos dan las herramientas para absolverlas.

A nuestras parejas que siempre están ahí para levantarnos de nuestras caídas.

## **AGRADECIMIENTOS**

Deseamos expresar nuestro más sincero agradecimiento a Dios Padre que siempre nos guía por los buenos caminos para ser mejores personas con el paso de los años.

A nuestras madres que nos dan cada día su amor y afecto, provocando hermosos sentimientos en nuestros corazones, además son parte fundamental de nuestras vidas, sin ellas nada de esto hubiese sido posible.

A nuestros padres que con sus opiniones nos han fortalecido en el transcurso de nuestras vidas, sirviéndonos como modelos a seguir y expresándonos su más profundo amor.

A nuestros amigos que siempre están cerca de nosotros para ayudarnos a mejorar en lo que fallamos.

También agradecemos a nuestras parejas que son nuestro soporte en los buenos y malos momentos, demostrándonos que a pesar de no ser los hombres perfectos, ellas serán perfectas para nosotros, hoy y siempre.

Por último, queremos agradecer a los autores citados en este proyecto debido a que sus investigaciones nos han ayudado a profundizar en nuestro tema y contribuir a futuros avances en la ciencia.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
<b>Dedicatoria</b>	2
<b>Agradecimiento</b>	3
<b>I. Planteamiento del problema</b>	6
1.1 Descripción de la realidad problemática	6
1.2 Formulación del problema	7
1.3 Justificación de la investigación	7
<b>II. Marco referencial</b>	8
2.1 Antecedentes	8
2.2 Marco Teórico	13
2.2.1 Percepción	13
Definiciones	13
Características	14
Factores	14
2.2.2 Redes sociales	14
Definiciones	14
Teorías	15
Características	15
Uso	16
Clasificación	16
Importancia	16
Análisis en adolescentes	17

	<b>Pág.</b>
2.2.3 Percepción de las redes sociales	17
Definición	17
Problemática	17
2.3 Marco Conceptual	18
<b>III.    Objetivos</b>	19
3.1 Objetivo General	19
3.2 Objetivos Específicos	19
<b>IV.    Hipótesis</b>	19
4.1 Hipótesis General	19
4.2 Hipótesis Específicas	19
<b>V.     Método</b>	20
5.1 Tipo de investigación	20
5.2 Diseño de investigación	20
5.3 Variables	21
5.4 Población y muestra	22
5.5 Instrumento	23
5.6 Procedimiento	23
<b>Referencias</b>	25
<b>Apéndice</b>	

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

Actualmente, las redes sociales están presentes en la vida diaria de toda persona porque están a la par de la tecnología y lo último de la modernidad. A nivel mundial, en el 2017, hubieron 6049 millones de usuarios de distintas redes sociales y la población mundial era de 7347 millones de personas (Moreno, 2017). Esto da a entender que la gran mayoría de personas dependen de las redes sociales y se han vuelto una rutina diaria que poco a poco los aleja de su realidad. Tantas familias sentadas en la mesa con un celular a la mano olvidando a sus seres queridos que están cerca de ellos; por otro lado, un grupo de amigos que simplemente están juntos físicamente porque lo único que hacen es observar la pantalla de su móvil para sentirse “conectados”.

En el caso de América Latina, las redes sociales se han vuelto parte indispensable en la vida de todos y las estadísticas muestran que el 72,6% de la población latinoamericana que usa internet entró al mundo de las redes sociales (Statista, 2018). Esto no solo se ve reflejado en la vida cotidiana, sino también en las mismas parejas que al tener una cita, prefieren estar tomándose fotos para publicarlo en su red social y olvidan lo importante que significa una relación afectiva, para que se puedan quedar como gratos y memorables recuerdos y no solo en imágenes que pueden ser borradas más adelante.

Sin embargo, en el Perú, debido a una encuesta hecha por Aptitus en el 2017 (El Comercio, 2017), se dio a conocer el dato que el 70% de colaboradores cuenta con acceso a las redes sociales dentro de su ámbito laboral. El principal problema que se presenta es la distracción causada por las redes sociales ya que en consecuencia de esto, las funciones de cada colaborador no se realizan eficazmente, por lo que se genera un bajo nivel de productividad, poniendo en riesgo su puesto de trabajo y el desarrollo de la empresa.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿Cuál es la percepción de las redes sociales en colaboradores de una universidad privada?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- ¿Cuál es la percepción de la red social “Facebook” en colaboradores de una universidad privada?
- ¿Cuál es la percepción de la red social “Whatsapp” en colaboradores de una universidad privada?
- ¿Cuál es la percepción de la red social “Youtube” en colaboradores de una universidad privada?
- ¿Cuál es la percepción de la red social “Instagram” en colaboradores de una universidad privada?
- ¿Cuál es la percepción de la red social “Twitter” en colaboradores de una universidad privada?

## **1.3 Justificación de la investigación**

### **Justificación práctica**

Esta investigación es importante porque a partir de los resultados que se obtenga, en el futuro, se podrán implementar alternativas de solución y campañas de sensibilización y concienciación para demostrar las consecuencias que tienen el uso excesivo de las redes sociales sobre la salud y evitar que se generen enfermedades que perjudiquen la vista, la espalda, los dedos, entre otros.

## **Justificación metodológica**

Este estudio es relevante porque va a ofrecer la construcción de un instrumento de medición acerca de la percepción de las redes sociales sirviendo como base a futuras investigaciones acerca del mismo tema, lo cual se constituye en un aporte para la ciencia.

## **II. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1 Antecedentes**

#### **A nivel internacional**

Después de una exhaustiva búsqueda de la literatura científica en las bases de datos Scopus, Dialnet, Scielo, Redalyc, Redib, Latindex, el repositorio español de ciencia y tecnología, y los repositorios institucionales de la Universidad de Sevilla y Alicante, durante los últimos 5 años no se han encontrado reportes de investigación que se relacionan de manera directa; sin embargo, a continuación se presentan aquellos estudios que se relacionan de manera indirecta.

Valdemoros, Alonso y Codina (2018) investigaron sobre las actividades de ocio y su presencia en las redes sociales en jóvenes potencialmente vulnerables en España. El objetivo general fue determinar la influencia que ejerce las actividades de ocio sobre su presencia en redes sociales. La muestra estuvo conformada de 140 estudiantes españoles de ambos sexos entre 17 y 18 años de una universidad pública. El instrumento usado fue un cuestionario estructurado. Entre sus conclusiones se encuentra que se puede optimizar la educación del ocio digital para un uso constructivo y crítico de las redes sociales. (En el reporte original no aparecen datos sobre el diseño).

Sanz, Alonso, Sáenz, Ponce y Valdemoros (2018) realizaron una investigación acerca del ocio, redes sociales y estudiantes en España. El objetivo general de este estudio



fue determinar las actividades principales de ocio más publicadas en las redes sociales por los jóvenes españoles, identificando las características sociodemográficas asociadas. El diseño fue descriptivo. La muestra estuvo conformada de 1764 estudiantes españoles de ambos sexos con 17,6 años en promedio. El instrumento usado fue un cuestionario adaptado. La conclusión que resaltó fue que la mayoría de estudiantes publican sus actividades de ocio en sus redes sociales.

Valdemoros, Sanz y Ponce (2017) indagaron sobre el ocio digital y ambiente familiar en estudiantes de educación postobligatoria en España. El objetivo general fue valorar la relación entre el funcionamiento familiar percibido por estudiantes españoles de educación secundaria postobligatoria y su práctica de ocio digital. El diseño fue descriptivo. La muestra estuvo conformada de 1764 estudiantes de ambos sexos de 15 a 18 años. Los instrumentos usados según los autores fueron una pregunta abierta y un cuestionario adaptado de FACES IV. Entre las conclusiones se resalta que la cohesión, la flexibilidad y el funcionamiento familiar gozan de mejor salud cuando los hijos no apuntan actividades digitales entre sus prácticas preferentes de ocio.

Tudela y Barrón (2017) averiguaron acerca del ciberacoso a los grupos de apoyo online con víctimas de acoso escolar en España. El objetivo general fue revisar las técnicas empleadas para intervenir con víctimas de acoso escolar y estudiar la posible implantación de técnicas de grupos de apoyo utilizando redes sociales como herramientas de intervención. El diseño fue cualitativo. La muestra estuvo conformada de dos madres de víctimas de acoso, dos psicólogos, una orientadora y un jefe de estudios entre 30 y 40 años. El instrumento usado fue una entrevista semiestructurada. Entre las conclusiones demuestran aceptación de los adultos respecto a los grupos como una estrategia eficaz, tanto por sus efectos como por las ventajas que pueden ofrecer las redes sociales, pero se necesitaría de futuras investigaciones para corroborarlo.

Cuevas y Feliciano (2016) realizaron una investigación acerca de grupos de trabajo administrados por redes sociales como apoyo a la práctica docente en México. El objetivo general fue demostrar la importancia del uso de las redes sociales en el ámbito educativo para el aprendizaje colaborativo. La muestra estuvo conformada por 350 estudiantes de ingeniería y algunos del sector salud de ambos sexos distribuidos en 10 grupos con 35 alumnos en cada uno. El instrumento usado fue una encuesta. Entre las conclusiones se halló que los estudiantes se sienten cómodos usando las redes sociales para sus grupos de trabajo y los docentes tienen la posibilidad de hacer seguimiento, tener control y evaluar a los alumnos. (En el reporte original no aparecen datos sobre el diseño).

López, Sarrate y Lebrero (2016) examinaron acerca del ocio de los jóvenes en situación de vulnerabilidad en España. El objetivo general fue determinar cuál es el significado de ocio para los jóvenes vulnerables. Se utilizó un diseño cualitativo. La muestra estuvo conformada de 21 agentes sociales y 28 jóvenes de ambos sexos de 16 a 19 años socialmente vulnerables. El instrumento usado fue una entrevista personal. Dentro de sus conclusiones se encuentra que el significado de ocio para los jóvenes es participar constantemente en las redes sociales para sentirse parte de su círculo de amigos y no quedar marginados del resto.

Suriá (2015) exploró acerca de las redes sociales como nuevos espacios para el desarrollo de habilidades sociales en jóvenes con discapacidad motora en España. El objetivo general fue determinar si las redes sociales son nuevos espacios para el desarrollo de habilidades sociales. La muestra estuvo conformada de 134 jóvenes con discapacidad motora de ambos sexos de 18 a 32 años. El instrumento usado fue un cuestionario. La conclusión fue que las redes sociales pueden cubrir un papel como estrategia facilitadora de interacción social en los programas de entrenamiento de habilidades sociales para

personas con discapacidad motora. (En el reporte original no aparecen datos sobre el diseño).

Álvarez, Marín, Martez y Toro (2015) investigaron acerca del uso de análisis de redes sociales para el estudio y determinación de capital social entre jóvenes en Panamá. El objetivo general fue determinar cuál es la relación entre el uso de las redes sociales y capital social. La investigación fue mixta con un diseño cualitativo por un lado y por otro, correlacional no causal. La muestra estuvo conformada por cuatro salones de diferentes carreras dictadas en dos facultades de una universidad pública panameña, además el instrumento usado fue una encuesta y entrevista personal. Entre las conclusiones destaca que no existen vínculos entre la relación de los individuos de la red y frecuencia con que se comunican, tipo de relación y medio de comunicación, y frecuencia de comunicación y método utilizado para comunicarse.

García, Del Hoyo y Fernández (2014) inspeccionaron sobre el papel de las redes sociales en la participación social activa en España. El objetivo general fue determinar la influencia que ejerce las redes sociales sobre la participación social. La muestra estuvo conformada más de 1300 jóvenes de ambos sexos. Los instrumentos usados fueron un cuestionario adaptado y una encuesta. Entre sus conclusiones está la necesidad de superar la dicotomía que opone online y offline en el ámbito de la participación social. (En el reporte original no aparecen datos sobre el diseño).

Rial, Gómez, Braña y Varela (2014) profundizaron acerca de las actitudes, percepciones y uso del internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega en España. El objetivo general fue determinar cuál es la actitud y percepción del uso del internet y redes sociales en estos jóvenes. El diseño fue descriptivo y la muestra estuvo conformada de 2339 estudiantes de ambos sexos entre los 11 y 18 años de un

colegio público. El instrumento usado fue un cuestionario. Entre las conclusiones resalta que el internet y las redes sociales forman parte fundamental de la vida de los jóvenes estudiados.

Cabero y Marín (2014) examinaron sobre las posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo en alumnos universitarios en España. El objetivo general fue determinar la percepción acerca de las posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. El diseño fue descriptivo no experimental y no correlacional. La muestra estuvo conformada por 525 estudiantes de ambos sexos de una universidad de 17 a 24 años. El instrumento usado fue un cuestionario. La conclusión fue que el alumnado está interesado en el empleo del trabajo en grupo como metodología de aula, así como su escaso conocimiento de las herramientas tecnológicas, salvo de las redes sociales.

### **A nivel nacional**

Después de una exhaustiva búsqueda de la literatura científica en las bases de datos Renati, Alicia, Researchgate y el repositorio institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad Peruana Unión, durante los últimos 5 años no se han encontrado reportes de investigación que se relacionan de manera directa; sin embargo, a continuación se presentan aquellos estudios que se relacionan de manera indirecta.

Challco, Rodríguez y Jaimes (2016) analizaron sobre el riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. El objetivo general fue determinar la relación entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol. Tuvo un diseño no experimental, de corte transversal y de alcance correlacional. La muestra estuvo conformada por 135 estudiantes de ambos sexos entre 14 y 16 años de una institución educativa pública. Los instrumentos usados fueron el

cuestionario de Adicción a Redes Sociales, el cuestionario de Autoestima de Coopersmith y el cuestionario de Autocontrol Infantil y Adolescente. La conclusión obtenida fue a medida que los estudiantes muestren inseguridad, aislamiento, poco dominio propio sobre sus conductas, mayor será el riesgo de adicción a las redes sociales.

Salas y Escurra (2014) realizaron una investigación acerca del uso de las redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. El objetivo general fue determinar la percepción de las redes sociales. El diseño fue no experimental y transeccional descriptivo. La muestra estuvo conformada por 380 estudiantes universitarios de ambos sexos de 16 a 26 años. El instrumento usado fue un cuestionario sobre el uso de redes sociales. Entre las conclusiones se encuentra que los estudiantes son usuarios constantes de las redes sociales desde sus móviles y lo usan para fines de socialización y no, en su mayoría, para fines académicos.

Matalinares et al. (2013) escudriñaron sobre la influencia de los estilos parentales en la adicción al internet en alumnos de secundaria. El objetivo general fue establecer la influencia de los estilos parentales en la adicción al internet. El diseño fue no experimental y transeccional causal. La muestra estuvo conformada de 2370 adolescentes escolares de ambos sexos de 13 a 18 años. El instrumento usado fue un cuestionario adaptado y un test de adicción al internet adaptado. Entre las conclusiones obtenidas se encuentra que los estilos parentales disfuncionales (abuso e indiferencia) influyen en la adicción al internet.

## **2.2 Marco Teórico**

A continuación, se presentan las principales bases teóricas que fundamentan el proyecto de investigación, en primer lugar se abordarán las conceptualizaciones relacionadas a la percepción, en segundo lugar las ligadas a redes sociales y por último, las que se refieren con percepción de redes sociales.

Oviedo (2004) define a la percepción como “la descripción de los criterios con base en los cuales el aparato perceptual selecciona información relevante, la agrupa dentro de la mayor armonía posible (pregnancia) y genera representaciones mentales” (p.96).

Por otro lado, García (como se citó en Torres et al., 2010) define que la percepción es un componente del conocimiento donde el sujeto interactúa con el mundo objetivo de la manera como lo percibe.

Por otra parte, Vargas (1994) ha definido a la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que se encarga de reconocer e interpretar distintas situaciones para generar un análisis crítico de ello. A su vez, añade que la percepción se caracteriza por ser subjetiva (varía dependiendo del sujeto), selectiva (depende que quiere percibir el sujeto) y temporal (es de corto plazo). Por otro lado añade que otra característica resaltante es la elaboración de juicios o análisis crítico.

A su vez, Morris y Maisto (2014) señalan que existen factores que se relacionan con la percepción, las cuales son la motivación y emoción, los valores, las expectativas, el estilo cognitivo, la experiencia y cultura, la personalidad.

Después de lo mencionado, Álvarez, Marín, Martez y Toro definen a las redes sociales como estructuras o conjuntos sociales las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, estos a su vez comparten gustos y preferencias (2015).

Hütt (2012) percibe a la red social como “un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas” (p.123). Constantemente aumentan las relaciones personales que se generan por medio de las redes sociales debido al boom de la web 2.0.

De la misma manera, Ponce (2012) explica que la red social es una estructura social formada por personas y están unidas entre sí por algún tipo de relación o interés que compartan.

De igual forma, Boyd y Ellison (como se citó en Flores, Morán y Rodríguez, 2009) afirman que la red social es un servicio donde uno puede crear su perfil público dentro de un sistema para así compartir información con su lista de usuarios.

Por otro lado, Flores (2009) conceptualiza de una manera coloquial que “la red social virtual es un punto, lugar de encuentro, de reuniones de amigos o personas de intereses comunes” (p.74). Todo esto se logra a base de mensajes que se envían uno al otro para poder conversar y socializar.

En adición, Orihuela (2008) acota que las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en la que se socializa y se construye la propia identidad con quienes se decide compartir información. Si hay gustos y preferencias en común, se genera una relación de amistad virtual que puede consolidarse con el tiempo.

Cabe recalcar, que una de las primeras teorías que surgieron sobre redes sociales es “La teoría de los seis grados de separación”, propuesta por Frigyes Karinthy en 1930 (como se citó en Ponce, 2012). Esta consistía en que toda la gente del mundo está conectada por 6 personas generándose cadenas entre ellas; por consiguiente, se basa en un crecimiento exponencial con el número de enlace de cadenas (Llanos y Tronsoco, 2009, p.146). Actualmente, se siguen realizando estudios e investigaciones para poner a prueba esta teoría, una de ellas fue liderada por Backstrom (2011) acerca de Facebook para encontrar cuantos enlaces existen entre un usuario y otro, dando como resultados 4 grados de separación entre ellos.

Campos (2008) menciona que las principales características de las redes sociales son concepto de comunidad, tecnología flexible y arquitectura modular. Por consiguiente, afirma que los jóvenes de la web 2.0 producen contenidos, son participativos (por el proceso de comunicación) y colaboradores en el desarrollo de tecnología.

Caldevilla (2010) señala que la web 2.0 trae consigo una variedad de actualizaciones y cambios que consiste, mayormente, en la socialización mutua entre las personas. A su vez, el autor añade términos claves que son cruciales para entender de mejor manera a las redes sociales: interactividad, personalización, multimedialidad, multiedición y retroalimentación, revolución lingüística y revolución legal.

En el 2005, Del Moral (como se citó en Caldevilla, 2010) clasificó cuatro fines con el que se usa las redes sociales: mantenimiento de amistades, nueva creación de amistades, entretenimiento y gestión interna de organizaciones empresariales.

Espuny, González, Lleixà y Gisbert (2011) concuerdan que el uso educativo de las redes sociales no se aplica de la manera esperada, ya que su uso está dirigido, en su mayoría, al ocio y socialización; por consiguiente, el uso académico se debe profundizar de manera progresiva con el fin que se intensifique en colegios y universidades porque existe el potencial para hacerlo.

Fernández (2009) clasifica a las redes sociales en dos grandes grupos: analógicas (off-line) y las digitales (on-line). A su vez, presenta otras clasificaciones que también se utilizan para las redes sociales: por sus públicos objetivos y temáticos, por el sujeto principal de la relación, por la localización geográfica y por su plataforma.

A su vez, García (2008) explica que las redes sociales se han convertido en poderoso lugares de interacción de grupos sociales donde se puede conocer gente que comparta los mismos gustos e intereses. En adición, el autor asegura que la parte más importante en las redes sociales es el usuario, ya que debido a él se genera contenido (videos, imágenes, mensajes, entre otros) con el fin de hacer crecer a la red y más gente pueda unirse porque encuentra distintos puntos que llaman la atención y sean de su preferencia, uniendo a la gente de distintas partes del mundo.



Por otro lado, Sanz (2003) señala que el análisis de redes sociales estudia la forma en que los individuos se relacionan y socializan entre ellos, de igual forma estudia cómo afecta el empleo de estas redes en las creencias y conductas de los jóvenes quienes son los usuarios más frecuentes de estas redes.

Por otra parte, Echeburúa y de Corral (2010) afirman que actualmente los jóvenes buscan en las redes sociales una respuesta rápida e interactividad para realizar distintas actividades de ocio. El adolescente del siglo XXI puede conversar con sus amigos, ver publicaciones, escuchar música, entre otra serie de actividades porque se siente capaz de realizarlas. A su vez, los jóvenes están familiarizados con la tecnología y los dispositivos móviles porque están a su alcance y se sienten identificados con su círculo social.

De igual manera, Almansa, Fonseca y Castillo (2013) afirman acerca de la forma en que se comunican los adolescentes y señalan:

Los adolescentes, para comunicarse en Facebook, han generado una serie de códigos nuevos de escritura, que no tienen en cuenta a gramática y las reglas ortográficas, sino que obedecen a otras condiciones como la velocidad de la escritura y especialmente las estéticas digitales. (p.129)

En adición, Cruz (2016) se basa de varios autores (Cachia, 2008; Ortega & Gacitúa, 2008; Santamaría, 2008; Camacho, 2010; De Haro, 2010; Romero, 2011; Joosten, 2012; Cabero & Marín, 2013; Rodríguez, 2013) para poder mostrar la variedad de percepciones acerca de las redes sociales: “permiten la creación natural de una inteligencia colectiva, amplían las fronteras del proceso de enseñanza aprendizaje, facilitan la comunicación, favorecen la construcción colaborativa del conocimiento (...) (p.166)”.

La percepción de redes sociales se define como el proceso cognitivo que reconoce e interpreta a la estructura social formada por personas que están unidas por relación o interés común (elaboración propia).

Por otro lado, es importante señalar que actualmente las redes sociales se estudian como adicción, también relacionado con adicción al internet, celular u otro dispositivo móvil debido a que el uso excesivo de estas redes genera consecuencias sobre la salud. Raigón (2017) menciona que el equipo de Elogia y el Interactive Advertising Bureau realizaron un estudio anual de las redes sociales y muestran estadísticas acerca del tiempo semanal de uso de las redes sociales en España, colocando en primer lugar a Whatsapp con 5 horas y 13 minutos por semana, además afirma que el 97% de las personas usan Whatsapp y el 82% usa Facebook diariamente, comprobándose así la adicción y dependencia que puede generar estas redes.

### **2.3 Marco Conceptual**

#### **Percepción**

Es el proceso cognitivo de la conciencia que se encarga de reconocer e interpretar distintas situaciones para generar un análisis crítico de ello (Vargas, 1994).

#### **Red Social**

Es una estructura social formada por personas y están unidas entre sí por algún tipo de relación o interés que compartan (Ponce, 2012).

#### **Percepción de la red social**

Es el proceso cognitivo que reconoce e interpreta a la estructura social formada por personas que están unidas por relación o interés común (Elaboración propia).

#### **Universidad Privada**

Es una institución de enseñanza superior que no es gestionada ni financiada por el estado; por consiguiente, sus bases de financiamiento son sus ingresos (Ministerio de Educación Nacional de Colombia, 2011).

### **III. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo General**

Identificar la percepción de las redes sociales en colaboradores de una universidad privada.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la percepción de la red social “Facebook” en colaboradores de una universidad privada.
- Identificar la percepción de la red social “Whatsapp” en colaboradores de una universidad privada.
- Identificar la percepción de la red social “Youtube” en colaboradores de una universidad privada.
- Identificar la percepción de la red social “Instagram” en colaboradores de una universidad privada.
- Identificar la percepción de la red social “Twitter” en colaboradores de una universidad privada.

### **IV. HIPÓTESIS**

#### **4.1 Hipótesis General**

H<sub>1</sub>: Existe una percepción favorable de las redes sociales en colaboradores de una universidad privada.

#### **4.2 Hipótesis Específicas**

H<sub>1</sub>: Existe una percepción favorable de la red social “Facebook” en colaboradores de una universidad privada.

H<sub>2</sub>: Existe una percepción favorable de la red social “Whatsapp” en colaboradores de una universidad privada.

H<sub>3</sub>: Existe una percepción favorable de la red social “Youtube” en colaboradores de una universidad privada.

H<sub>4</sub>: Existe una percepción favorable de la red social “Instagram” en colaboradores de una universidad privada.

H<sub>5</sub>: Existe una percepción favorable de la red social “Twitter” en colaboradores de una universidad privada.

## **V. MÉTODO**

### **5.1 Tipo de investigación**

El presente estudio corresponde a una investigación básica porque se ocupa del objeto de estudio que, a partir de los resultados y descubrimientos, pueden surgir nuevos productos, avances y mejoras científicas (Vargas, 2009).

A su vez es una investigación cuantitativa dado que “ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de estos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.16).

### **5.2 Diseño de investigación**

El diseño del presente estudio es no experimental ya que se realiza sin la manipulación de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente original. Asimismo es transversal debido a que son investigaciones que recopilan datos e información de un momento preciso (Hernández et al., 2010).

Por otro lado, es descriptivo porque busca identificar la percepción de las redes sociales en colaboradores de una universidad privada.

### 5.3 Variables

#### Variable Atributiva

##### Percepción de las redes sociales:

Definida por los resultados obtenidos en la Escala de Percepción de Redes Sociales, cuyo proceso de operacionalización se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 1

##### *Proceso de operacionalización de la variable*

Variable	Definición Nominal	Dimensiones	Indicadores
Percepción de las redes sociales.	Es el proceso cognitivo que reconoce e interpreta a la estructura social formada por personas que están unidas por relación o interés común (elaboración propia).	Facebook	- N° de horas diarias de estar conectado. - N° de publicaciones semanalmente.
		Whatsapp	- N° de horas diarias de uso. - N° de contactos agregados.
		Youtube	- N° de videos vistos por día. - N° de canales seguidos.
		Instagram	- N° de fotos subidas por semana.
		Twitter	- N° de usuarios seguidos. - N° de “tweets” al día. - N° de horas diarias conectado.

Elaboración propia.

#### Variables a controlar

##### Estímulos Medioambientales:

Serán controlados dado que el ambiente de aplicación contará con una adecuada iluminación y ventilación; así como también, se retirarán todos aquellos estímulos distractores que pudieran interferir con la atención y concentración de los participantes.

**Deseabilidad Social:**

Se controlará dado que la aplicación del instrumento se realizará en forma anónima, por lo que se presume que existen mayores probabilidades para que los participantes respondan de forma honesta.

**Fatiga y/o Cansancio Físico y Mental:**

Será controlado debido a que se aplicará el instrumento durante las primeras horas de la jornada laboral.

**5.4 Población y muestra****Población**

Estará conformada por 2850 colaboradores varones y mujeres de una universidad privada del distrito de La Molina.

**Muestra**

El muestreo a utilizarse será no probabilístico de tipo intencional, dado que consiste en escoger una muestra sin usar métodos aleatorios, además sus características son parecidas a la población objetivo (Casal y Mateu, 2003).

La muestra estará conformada por 120 colaboradores: 70 varones y 50 mujeres, cuyas edades oscilan de 25 a 50 años que laboran como docentes en la facultad de Ciencias Empresariales de una universidad privada del distrito de La Molina.

**Criterios de inclusión**

- De 25 a 50 años.
- Ser docente.
- Pertenecer a la facultad de Ciencias Empresariales de una universidad privada del distrito de La Molina.

**Criterios de exclusión**

- No haber firmado el consentimiento informado.

- Haber respondido el instrumento con errores (doble marca o ítems en blanco).

### **5.5 Instrumento**

Nombre del Instrumento: Escala de Percepción de Redes Sociales

Autor(es): Giuseppe Gamarra Fernández, Sebastián Espíritu Quispe y Bryan Castro Malca

Año: 2018

Procedencia: Lima - Perú

Objetivo: Identificar la percepción de redes sociales

Dirigido a: personas de 16 años a más.

Dimensiones: Facebook, Whatsapp, Youtube, Instagram y Twitter.

Número de ítems: 22 preguntas

Duración: 11 minutos

Validez: Se hallarán las evidencias de la validez de contenido a través de la consulta a 10 jueces expertos, para lo cual se utilizará el coeficiente V de Aiken.

Confiabilidad: Se hallará la consistencia interna de los ítems a través del coeficiente Alfa de Cronbach.

### **5.6 Procedimiento**

#### **Coordinaciones previas**

Se realizarán las coordinaciones respectivas con las autoridades de la universidad privada con el fin de brindar información detallada del proyecto, aclarar los términos de la participación y solicitar su colaboración.

## **Presentación**

La presentación se realizará de la siguiente manera:

“Buenos días somos Giuseppe Gamarra, Sebastián Espíritu, Bryan Castro y estamos realizando una investigación con la finalidad de identificar la percepción de redes sociales; por lo que solicitamos su colaboración”.

## **Consentimiento informado**

Se aplicará el consentimiento informado a los participantes, en el cual se indicarán los nombres de los investigadores responsables: Giuseppe Gamarra, Sebastián Espíritu, Bryan Castro, cuál es el objetivo del estudio: identificar la percepción de redes sociales; además se les indicará que la participación es anónima y los datos serán manejados de modo estrictamente confidencial; finalmente se les brindará un correo electrónico: [giuseppi.gamarraf@gmail.com](mailto:giuseppi.gamarraf@gmail.com) a través del cual puedan hacer las consultas que estimen pertinentes a los investigadores.

## **Instrucciones**

Se administrará el instrumento de acuerdo a las instrucciones de sus autores.

## **Plan de análisis**

Para el análisis de los datos se utilizará el programa estadístico Minitab 17, con el cual se llevarán a cabo los análisis descriptivos e inferenciales como se detalla a continuación:

Se procederá en primer lugar a realizar el análisis descriptivo de las variables especificando los valores obtenidos de la media, la desviación típica, el coeficiente de variación, así como los puntajes mínimo y máximo obtenidos.



Posteriormente para decidir el tipo de análisis inferencial que se llevará a cabo (paramétrico o no paramétrico) se aplicará el procedimiento de Kolmogorov-Smirnov, se examinará la distribución de los datos (simétrica o no), el tipo muestreo utilizado y el coeficiente de variación.

## REFERENCIAS

- Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 20 (40), 127-135. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>
- Álvarez, H., Marín, F., Martez, N. y Toro, D. (julio de 2015). Uso de análisis de redes sociales para el estudio y determinación de capital social entre jóvenes panameños. *13th LACCEI Annual International Conference: "Engineering Education Facing the Grand Challenges, What Are We Doing?"*. Santo Domingo, República Dominicana. DOI: [dx.doi.org/10.18687/LACCEI2015.1.1.114](http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2015.1.1.114)
- Backstrom, L., Boldi, P., Rosa, M., Ugander, J. y Vigna, S. (2011). *Four degrees of separation*. Recuperado de <https://arxiv.org/abs/1111.4570>
- Cabero, J. y Marín, V. (2014). Las posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. *Revista Comunicar*, 21 (42), 165-172. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-16>
- Caldevilla, D. (2010). Las redes sociales: Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11 (63), 277-286.
- Casal, J. y Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Revista Epidémica y Medicina Preventiva*, 1, 3-7.

- Challco, K., Rodríguez, S. y Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista científica de Ciencias de la Salud*, 9 (1), 9-15. DOI: <http://dx.doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Cruz, I. (2016). Percepciones en el uso de las redes sociales y su aplicación en la enseñanza de las matemáticas. *Revista de Medio y Educación*, 48, 165-186
- Cuevas, R. y Feliciano, A. (2016). Grupos de trabajo administrados por redes sociales como apoyo a la práctica docente. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7 (13), 183-196.
- Echeburúa, E. y de Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones*, 22 (2), 91-95.
- El Comercio (2017). *70% de los peruanos tiene acceso a redes sociales en su trabajo*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/70-peruanos-acceso-redes-sociales-noticia-484394>
- Espuny, C., González, J., Lleixà, M., y Gisbert, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 8 (1), 171-185.
- Fernández, P. (2009). *Clasificación de las redes sociales*. Recuperado de <http://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Revista Comunicar*, 17 (33), 73-81. DOI: [dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-007](http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-007)
- Flores, J., Morán, J. y Rodríguez, J. (2009). *Las redes sociales*. Boletín electrónico de la unidad de virtualización académica. Universidad San Martín de Porres. Recuperado de <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.html>

- García, A. (2008). Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook. *Revista Re-presentaciones*, 5, 49-59.
- García, M., Del Hoyo, M. y Fernández C. (2014). Jóvenes comprometidos en la red: El papel de las redes sociales en la participación social activa. *Revista Comunicar*. 22 (43), 35-43. DOI: [dx.doi.org/10.3916/C43-2014-03](https://doi.org/10.3916/C43-2014-03)
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta. ed.). México D.F.: McGraw Hill.
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91 (2), 121-128.
- Llanos, C. y Tronsoco, M. (2009). Movimientos sociales: Claves y propuestas del trabajo social. *Revista Rumbos TS*, 4 (4), 143-149.
- López, F., Sarrate, L. y Lebrero, P. (2016). El ocio de los jóvenes en situación de vulnerabilidad. *Revista española de pedagogía*, 74 (263), 127-145. DOI: [https://doi.org/10.7179/PSRI\\_2018.31.07](https://doi.org/10.7179/PSRI_2018.31.07)
- Matalinares, M., Díaz, G., Raymundo, O., Baca, D., Fernández, E., Uceda, J.,... Díaz, A. (2013). La influencia de los estilos parentales en la adicción al internet en alumnos de secundaria del Perú. *Revista de Investigación en Psicología*, 16 (2), 195-220. DOI: <http://dx.doi.org/10.15381/rinvp.v16i2.6554>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2011). *¿Qué diferencias hay entre las universidades privadas y las universidades públicas?* Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-269805.html>

- Moreno G. (2017). *Los usuarios de redes sociales se acercan al total de la población mundial*. Recuperado de <https://es.statista.com/grafico/9139/los-usuarios-de-redes-sociales-se-acercan-al-total-de-la-poblacion-mundial/>
- Morris, C. y Maisto, A. (2014). *Psicología* (Trad. M. Ortiz) (10a ed.). México D.F.: Pearson. (Original en inglés, 2013).
- Orihuela, J. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, 119, 57-65.
- Oviedo, G. (2004). La definición de concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de estudios sociales*, 18, 89-96.
- Ponce, I. (2012). *Monográfico: Redes Sociales*. Recuperado de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales>
- Raigón, J. (2017). *Estudio Anual Redes Sociales 2017*. Recuperado de <https://blog.elogia.net/estudio-anual-redes-sociales-2017>
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T. y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso del internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega. *Revista Anales de Psicología*. 30 (2), 642-655. DOI: [dx.doi.org/10.6018/analesps.30.2.159111](https://doi.org/10.6018/analesps.30.2.159111)
- Salas, E. y Ecurra, M. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3 (1), 75-90.
- Sanz, E., Alonso, R., Sáenz, M., Ponce, A. y Valdemoros San Emeterio, M. (en prensa). Ocio, redes sociales y estudiantes españoles. *Educación XXI*. DOI: <https://doi.org/10.5944/educxx1.19538>

- Sanz, L. (2003). Análisis de las redes sociales: como representar las estructuras sociales subyacentes. *Revista Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 7, 21-29.
- Statista (2018). *Penetración de las redes sociales en América Latina entre 2013 y 2018*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/598526/america-latina-penetracion-redes-sociales--2018/>
- Suriá R. (2015). Jóvenes con discapacidad motora y redes sociales online, ¿nuevos espacios para el desarrollo de habilidades sociales?. *Revista The UB Journal of Psychology*, 45 (1), 71-85.
- Torres, R., Domínguez, G., Hooft, A., Díaz, F. y Cubillas, A. (2010). Análisis de la percepción de la exposición a riesgos ambientales para la salud, en dos poblaciones infantiles, mediante la elaboración de dibujos. *Revista Salud Colectiva*, 6(1), 65-81.
- Tudela, S. y Barrón, A. (2017). Redes sociales: del ciberacoso a los grupos de apoyo online con víctimas de acoso escolar. *Revista Escritos de Psicología*, 10 (3), 167-177. DOI: <http://dx.doi.org/10.5231/psy.writ.2017.3011>
- Valdemoros, A., Alonso, R. y Codina, N. (2018). Actividades de ocio y su presencia en las redes sociales en jóvenes potencialmente vulnerables. *Revista interuniversitaria Pedagogía Social*, 31, 71-80. DOI: <http://dx.doi.org/10.7179/PSRI>
- Valdemoros, M., Sanz, E. y Ponce A. (2017). Ocio digital y ambiente familiar en estudiantes de educación postobligatoria. *Revista Comunicar*, 25 (50), 99-108. DOI: <https://doi.org/10.3916/C50-2017-09>
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Revista Alteridades*, 4 (8), 47-53.
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33 (1), 155-165.

# APÉNDICE

## Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis
<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es la percepción de las redes sociales en colaboradores de una universidad privada?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Identificar la percepción de las redes sociales en colaboradores de una universidad privada.</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Existe una percepción favorable de las redes sociales en colaboradores de una universidad privada.</p>
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la percepción de la red social “Facebook” en colaboradores de una universidad privada?</li> <li>• ¿Cuál es la percepción de la red social “Whatsapp” en colaboradores de una universidad privada?</li> <li>• ¿Cuál es la percepción de la red social “Youtube” en colaboradores de una universidad privada?</li> <li>• ¿Cuál es la percepción de la red social “Instagram” en colaboradores de una universidad privada?</li> <li>• ¿Cuál es la percepción de la red social “Twitter” en colaboradores de una universidad privada?</li> </ul>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la percepción de la red social “Facebook” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Identificar la percepción de la red social “Whatsapp” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Identificar la percepción de la red social “Youtube” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Identificar la percepción de la red social “Instagram” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Identificar la percepción de la red social “Twitter” en colaboradores de una universidad privada.</li> </ul>	<p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una percepción favorable de la red social “Facebook” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Existe una percepción favorable de la red social “Whatsapp” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Existe una percepción favorable de la red social “Youtube” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Existe una percepción favorable de la red social “Instagram” en colaboradores de una universidad privada.</li> <li>• Existe una percepción favorable de la red social “Twitter” en colaboradores de una universidad privada.</li> </ul>