

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Educación, Comunicación y Humanidades

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

**WEB 3.0 EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS
EGRESADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNJBG,
TACNA - 2021**

TESIS

Presentado por la:

Bach. Bianca Daisa Laura De La Cruz

Para optar el Título Profesional de:

Licenciado en Comunicación Social en la especialidad de
Periodismo y Relaciones Públicas

TACNA – PERÚ

2022

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

FACULTAD DE EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**WEB 3.0 EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EGRESADOS
DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UNJBG, TACNA - 2021**

TESIS

PRESENTADA POR LA BACHILLER BIANCA DAISA LAURA DE LA
CRUZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ESPECIALIDAD DE PERIODISMO Y
RELACIONES PÚBLICAS**

Aprobada por unanimidad ante el jurado siguiente:

PRESIDENTE

:


.....
Dr. Martin Pedro Llapa Medina

MIEMBRO

:


.....
Dr. Francisco Rubén Mamani Cañazaca

SECRETARIO

:


.....
Mg. Edgard Hugo Ramírez Fernández

ASESOR

:


.....
Mg. Maria Ruth Rozas Flores

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a Dios, por cuidarme durante una coyuntura de salubridad mundial complicada, así como a mi familia por su apoyo y ánimos para continuar formándome como profesional. Finalmente, a mi asesora, por ser mi soporte académico en esta investigación.

Agradecimiento

La presente investigación fue realizada bajo la supervisión de la Mg. María Ruth Rozas Flores, a quien expreso mi más profundo agradecimiento, por hacer posible la realización del presente estudio.

Agradezco su tiempo y dedicación para que resultara de manera exitosa

A los expertos, por brindarme sus observaciones y aportes en la elaboración de los instrumentos de recolección de datos.

A los egresados, por tomarse el tiempo de responder el cuestionario pertinente para la obtención de los datos.

Finalmente agradecer a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, por darnos la oportunidad de desarrollarnos tanto en el ámbito personal y profesional.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Resumen.....	XI
Abstract.....	XII
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Descripción de la realidad observada.....	3
1.2. Formulación del problema.....	8
1.2.1. Problema general.....	8
1.2.2. Problemas específicos.....	8
1.3. Justificación e importancia.....	9
1.4. Formulación de objetivos.....	10
1.4.1. Objetivo general.....	10
1.4.2. Objetivos específicos.....	10
1.5. Formulación de hipótesis.....	11
1.5.1. Hipótesis general.....	11
1.5.2. Hipótesis específicas.....	11
CAPÍTULO II.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Antecedentes de la investigación.....	12
2.2. Bases teóricas científicas.....	20
2.2.1. La web.....	20
2.2.2. Web 1.0.....	20
2.2.3. Web 2.0.....	22
2.3. Web 3.0.....	24
2.3.1. Conectividad de múltiples dispositivos.....	27
2.3.2. Base de datos.....	43
2.3.3. Redes sociales.....	50
2.4. Desempeño laboral.....	58

2.4.1. Rendimiento	59
2.4.2. Competencias	63
2.4.3. Puesto de trabajo.....	65
2.5. Definición de conceptos básicos	69
CAPÍTULO III.....	71
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	71
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación.....	71
3.1.1. Tipo de investigación	71
3.1.2. Nivel de investigación	71
3.1.3. Diseño de investigación.....	71
3.2. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	72
3.2.1. Relación variable, dimensiones e ítems.....	75
3.2.2. Escalas de valoración	75
3.3. Población y muestra	77
3.3.1. Población	77
3.3.2. Muestra	78
3.4. Técnicas de procedimiento y análisis de datos	78
3.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	78
3.4.2. Técnicas de procesamiento y presentación de datos	78
3.5. Técnicas de análisis e interpretación de datos.....	78
CAPÍTULO IV	79
RESULTADOS	79
4.1. Presentación de resultados	79
4.1.1. Aplicación de coeficiente de Alfa de Cronbach	79
4.1.2 Datos generales.....	80
4.1.3. Análisis de los ítems de la variable Web 3.0.....	83
4.1.4. Análisis de la variable Desempeño laboral	89
4.5. Contraste de hipótesis	94
4.5.1. Supuestos de normalidad.....	94
4.6. Comprobación de Hipótesis general	95
4.7. Comprobación de Hipótesis específicas.....	96
4.7.1. Planteamiento de la primera hipótesis específica.....	96
4.7.2. Planteamiento de la segunda hipótesis específica	98

4.4.3. Planteamiento de la tercera hipótesis específica	99
CAPÍTULO V	101
DISCUSIÓN	101
CONCLUSIONES	105
RECOMENDACIONES.....	107
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
ANEXOS	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	72
Tabla 2 Variable web 3.0: dimensiones – ítems	75
Tabla 3 Variable desempeño laboral: dimensiones – ítems.....	75
Tabla 4 Escala de valoración para la web 3.0.....	76
Tabla 5 Escala de valoración para conectividad de múltiples dispositivos	76
Tabla 6 Escala de valoración para base de datos	76
Tabla 7 Escala de valoración para redes sociales	76
Tabla 8 Escala de valoración para desempeño laboral	76
Tabla 9 Escala de valoración para rendimiento	77
Tabla 10 Escala de valoración para competencias.....	77
Tabla 11 Escala de valoración para puesto de trabajo	77
Tabla 12 Escala de Alfa de Cronbach.....	79
Tabla 13 Prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach de instrumento de la variable web 3.0.....	79
Tabla 14 Prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach de instrumento de la variable desempeño laboral	80
Tabla 15 Escala de edad de los encuestados.....	80
Tabla 16 Género de los encuestados.....	81
Tabla 17 Título y grado académico de encuestados	82
Tabla 18 Escala de nivel del uso de conectividad de múltiples dispositivos.....	83
Tabla 19 Nivel del uso de la base de datos	85
Tabla 20 Nivel del uso de las redes sociales.....	86
Tabla 21 Nivel de uso de la web 3.0.....	88

Tabla 22 Escala de nivel de rendimiento	89
Tabla 23 Nivel de competencias	90
Tabla 24 Puesto de trabajo	92
Tabla 25 Desempeño laboral	93
Tabla 26 Prueba de normalidad	94
Tabla 27 Comprobación de hipótesis general.....	96
Tabla 28 Comprobación de hipótesis específica 1.....	97
Tabla 29 Comprobación de hipótesis específica 2.....	98
Tabla 30 Comprobación de hipótesis específica 3.....	99
Tabla 31 - Matriz de consistencia	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ilustración de la web 1.0.....	21
Figura 2 Ilustración de la web 2.0.....	23
Figura 3 Edad de los encuestados	81
Figura 4 Género de los encuestados	82
Figura 5 Título y grado académico de encuestados.....	83
Figura 6 Nivel del uso de conectividad de múltiples dispositivos.....	84
Figura 7 Nivel del uso de la base de datos.....	85
Figura 8 Nivel del uso de las redes sociales	87
Figura 9 Nivel de uso de la web 3.0	88
Figura 10 Nivel del rendimiento	89
Figura 11 Nivel de competencias.....	91

Figura 12 Nivel de puesto de trabajo	92
Figura 13 Nivel de desempeño laboral	93
Figura 14 Cuestionario de Google Forms- Consentimiento de participación	115
Figura 15 Cuestionario de Google Forms- Datos sociodemográficos	115
Figura 16 Cuestionario sobre el uso de la web 3.0	116
Figura 17 Cuestionario de Google Forms- Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG	117
Figura 18 Protocolo de validación de contenido	118
Figura 19 Validación de juicio de experto I- Validación de datos sociodemográficos	119
Figura 20 Validación de juicio de experto 1- Validación de Cuestionario sobre el uso de la web 3.0	120
Figura 21 Validación de juicio de experto 1- Validación de Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG	121
Figura 22 Validación de juicio de experto 1I- Validación de Datos sociodemográficos	122
Figura 23 Validación de juicio de experto 1I- Validación de Cuestionario sobre el uso de la web 3.0	123
Figura 24 Validación de juicio de experto 1I- Validación de Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG	124
Figura 25 Validación de juicio de experto 1II- Validación de Datos sociodemográficos	125
Figura 26 Validación de juicio de experto 1II- Validación de Cuestionario sobre el uso de la web 3.0	126

Figura 27 Validación de juicio de experto II1- Validación de Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG.....	127
Figura 28 Validación de juicio de experto 1V- Validación de Datos sociodemográficos	128
Figura 29 Validación de juicio de experto IV- Validación de Cuestionario sobre el uso de la web 3.0	129
Figura 30 Validación de juicio de experto 1V- Validación de Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG.....	130

Resumen

El presente estudio es resultado de una ardua investigación, que tiene como objetivo principal identificar la relación que existe entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann en el año 2021. La investigación, según su finalidad, fue básica; con respecto al manejo de datos se trabajó con una investigación de tipo cuantitativa y de nivel relacional. La población fue de 195 egresados del periodo 2015-2019 y mediante el muestreo probabilístico aleatorio simple se seleccionó a 115 egresados. Para la recolección de datos, se trabajó con la técnica de la encuesta y se aplicó como instrumentos dos cuestionarios validados por 4 jueces expertos y con adecuada confiabilidad. Los resultados evidencian una relación directa y significativa ($r_s = 0.66$; $p > 0.05$) entre la web 3.0 y el desempeño laboral, asimismo, las relaciones entre la conectividad de múltiples dispositivos ($r_s = 0.480$), la base de datos ($r_s = 0.581$) y las redes sociales ($r_s = 0.461$) tienen el mismo nivel de relación con el desempeño laboral ($p < 0.05$). Por tanto, se concluye que la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann se relacionan directa y significativamente.

Palabras clave: Web 3.0, desempeño laboral, egresados, conectividad de múltiples dispositivos, base de datos, redes sociales.

Abstract

This study is the result of an arduous research, whose main objective is to identify the relationship between the use of web 3.0 and job performance of graduates of the Professional School of Communication Sciences of the Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann in the year 2021. The research, according to its purpose, was basic; with respect to data management, we worked with a quantitative and relational research. The population was 195 graduates from the 2015-2019 period and 115 graduates were selected by means of simple random probability sampling. For data collection, the survey technique was used and two questionnaires validated by 4 expert judges and with adequate reliability were applied as instruments. The results show a direct and significant relationship ($r_s = 0.66$; $p > 0.05$) between web 3.0 and job performance, likewise, the relationships between connectivity of multiple devices ($r_s = 0.480$), database ($r_s = 0.581$) and social networks ($r_s = 0.461$) have the same level of relationship with job performance ($p < 0.05$). Therefore, it is concluded that Web 3.0 and job performance of graduates of the Professional School of Communication Sciences of the Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann are directly and significantly related.

Key words: Web 3.0, job performance, graduates, multi-device connectivity, database, social networks.

Introducción

El inicio de la pandemia en el año 2020 develó en grandes dimensiones las capacidades del profesional en lo que refiere a la aplicación de tecnologías en su ámbito laboral. En ese sentido, para el profesional de la Comunicación social es imprescindible, conocer, manejar y adaptarse a las nuevas formas de comunicación y aplicación de herramientas en beneficio de su desempeño laboral, independiente de la especialidad que ejerza.

En esa misma línea, la web 3.0 permite acceder a nuevas herramientas que admiten a sus usuarios agilizar la manera de conectarse a la red, demostrar versatilidad y flexibilidad de adaptarse al proceso que el usuario requiera, superando barreras de estructura y formato. Por lo tanto, el profesional de la comunicación social debe considerar adaptar estas nuevas herramientas en su desempeño laboral.

El presente trabajo de investigación pretende identificar la relación que existe entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann en el año 2021. En ese sentido, se distribuye en cinco capítulos que se detallan de la siguiente manera:

El primer capítulo titulado planteamiento del problema está referido a la descripción del problema en un contexto de nivel nacional y local, el planteamiento del problema, aquellas explicaciones que justifican la razón del estudio, así como los objetivos que se pretenden lograr.

El segundo capítulo denominado marco teórico aborda los aportes de investigaciones preliminares, las bases teóricas que son sustento de la investigación y la definición de los conceptos relevantes para el estudio.

El tercer capítulo titulado metodología de la investigación comprende el cómo se desarrolló la investigación a través del planteamiento de la hipótesis, así como el tipo de investigación, nivel, población y finalmente la muestra de la investigación, considerando aquellos procedimientos, técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de datos.

El cuarto capítulo denominado resultados presenta los hallazgos de la investigación en tablas y figuras, la interpretación y análisis de los resultados, así como el proceso de verificación de las hipótesis de la investigación y por último la discusión de los resultados del estudio.

El quinto capítulo titulado conclusiones y recomendaciones se evidencian los aportes de la presente investigación a la comunidad.

Por último, se considera las referencias bibliográficas y los anexos donde se expone las evidencias de la presente investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD OBSERVADA

Es inevitable negar la influencia de la tecnología en distintos aspectos de la vida diaria, incluso en la actualidad, se podría considerar como tecnológico, debido a que la mayoría de personas vive altamente influenciada por la tecnología y en una interacción continua, es decir, la tecnología tiene una repercusión considerable en la población activa, por su capacidad de facilitar la vida de las personas y mejorar sus relaciones laborales y personales. De este modo, se demuestra lo amplio y trascendental que puede ser por su potencial de transformar vidas y organizaciones.

El Parlamento Europeo (2020) evidenció a través de un informe, un mayor crecimiento de algunas tecnologías que se experimentó durante la pandemia de la COVID-19, representando una oportunidad idónea para reflexionar, tanto actores políticos, como empresarios y la población en general sobre la viabilidad legal y la efectividad del despliegue de tecnologías emergentes en situaciones de riesgo. La necesidad por reactivar la economía, preservando la salud y minimizando los riesgos, permitió la aceleración de la creación de nuevos puestos de trabajos digitales.

En esta época, el mundo de las telecomunicaciones y tecnología de la información y comunicación (TIC) está creciendo rápidamente. Uno de estos desencadenantes principales del desarrollo tecnológico es el internet, que es utilizado ampliamente por la población mundial; una de las partes interesantes de internet es la web.

Según Rodríguez (2018) como se cita en Llano Arango & Montoya Betancur (2019), la web 3.0 permite un mejor uso de la tecnología, ya que esta web es la versión mejorada de la web 2.0 y web 1.0 de internet, donde los aparatos tecnológicos están conectados en una red dispersa y centrada en el usuario. Es importante diseminar que la web permite al usuario acceder a un fragmento limitado de la internet, es decir, la web y la internet no son lo mismo: la web solo simboliza una parte importante de la internet. Asimismo, otro de los beneficios que ofrece la web 3.0 es permitir que todos los usuarios accedan a la información sin importar el dispositivo del cual se conecten, esto simboliza una disposición para el usuario que le permite utilizar sus dispositivos de manera innovadora para mejorar diversos aspectos de su vida.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020), en un informe sobre el avance de la importancia de las TIC en los hogares a nivel nacional durante los meses de julio a septiembre de 2020, el 98,4% de las viviendas del país cuenta con por lo menos con una TIC, a diferencia del mismo trimestre en el año anterior, se observa un incremento de 4.7 puntos porcentuales. Asimismo, el estudio reveló que en los domicilios con jefes de hogar y que cuentan con una educación superior no universitaria y educación secundaria, casi el 100% tienen acceso a cualquier tipo de TIC, mientras que en los domicilios con jefes de educación superior universitaria el 99.6% cuenta con al menos una TIC. Además, de cada 100 hogares perteneciente a una zona urbana, en 99 existe al menos una persona que cuenta con celular, mientras que en las zonas rurales de cada 100 solo 94. Es importante resaltar que, la adquisición de una laptop o computadora según estrato socioeconómico disminuyeron en los estratos D y E; a diferencia de los estratos A, B y C que incrementaron. Con relación al servicio de internet, a nivel nacional se incrementó en 4,6 puntos porcentuales.

Asimismo, se logra analizar que la población más usuaria de internet se encuentra entre los 19 a 24 años, con un 90,9%. mientras la población de 60 y más años de edad que usa internet es de un 33,1%. De esto, se puede desprender que los ciudadanos con educación superior universitaria y no universitaria, tienen mayor acceso a los servicios de internet, en cuanto al uso del internet la mayor parte de la población lo utiliza para comunicarse; entre ellos las redes sociales, así como para realizar actividades de entretenimiento como juegos, videos, películas y música, y un porcentaje menor a estos, lo utiliza para obtener información. En cuanto a la conectividad de múltiples dispositivos de la población total con acceso a internet, solo el 87,9% lo hace desde un teléfono móvil, mientras que un 14,6% lo hace desde una laptop o notebook, por otro lado, un 13,3% desde un computador de escritorio y finalmente desde una tablet o iPad, solo el 1,9% de la población. Sin embargo, a diferencia del mismo trimestre en el año anterior se muestra un incremento significativo del acceso a internet desde el celular.

En un último estudio del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) con respecto al incremento de las TIC y el acceso a internet a nivel departamental, Tacna se encuentra entre los tres únicos departamentos que gozan del servicio de internet en más de la mitad de sus hogares, asimismo, se encuentra entre los departamentos con hogares que tienen mayor acceso a un teléfono móvil. Por otro lado, solo un mínimo porcentaje de los hogares tacneños (3,2%) no tienen acceso a ningún tipo de TIC (IEDEP, 2019).

Es importante analizar la realidad nacional y local, en cuanto al acceso de conexión a internet y la conectividad de múltiples dispositivos, como se evidencia en

los párrafos anteriores. A nivel mundial, la tecnología ha transformado por completo el mundo laboral, gracias a sus beneficios, en diferentes instituciones han podido expandirse de forma rápida, siendo de gran apoyo en cuanto a tareas específicas, reduciendo errores y transmitiendo instantáneamente la información necesaria. Sin embargo, a nivel local antes de la pandemia no se evidenciaba el aporte crucial del acceso y aplicación de la tecnología en el ámbito laboral.

En efecto, la tecnología ha transformado todos los ámbitos, cambios desde la forma en que el usuario busca información, consume y comparte. Tal como se evidencia en un informe del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), 66% de la población peruana en promedio elige informarse y acceder a la información a través de internet. (Andina, 2021).

El periodismo, en los últimos años, ha sufrido cambios vertiginosos en consecuencia del avance tecnológico y cabe preguntarse de qué forma y en qué medida estos cambios han repercutido en el desempeño de las funciones del profesional del periodismo.

En respuesta al párrafo anterior, en el periodismo uno de los factores del avance tecnológico es la inmediatez, las personas buscan y necesitan información instantánea, o de ser el caso la primicia y contar con información de primera mano en cualquier momento del día. En el caso de la web y las redes sociales, estas funcionan las veinticuatro horas del día, brindando lo que busca la audiencia.

El periodismo digital llegó a nuestro país para revolucionar las salas de prensa, el lenguaje, la expresión en las redes sociales y la capacidad de informar a los usuarios son el denominador común de las noticias en la agenda de los medios de

comunicación. De igual forma, la transformación tecnológica ha traído consigo grandes cambios en las funciones de las relaciones públicas, desde una perspectiva de oportunidad, la web ofrece múltiples posibilidades de desarrollar nuevas funciones en su desempeño laboral. Sin embargo, desde una perspectiva de seguridad existen riesgos sobre su utilidad.

A lo largo de los años, las empresas y organizaciones han tenido que adaptarse a los cambios y avances tecnológicos. Las herramientas utilizadas para interactuar con el público en general hace unos años fueron variadas. Hoy en día, el surgimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales representan nuevos escenarios en línea que brinda la web 3.0, ayudan al trabajo de los equipos de comunicación y relaciones públicas de las organizaciones.

Asimismo, Fernández (2016) sostiene que las plataformas digitales son el medio de difusión de información y comunicación, con el poder de llegar a todas las audiencias que su organización necesita en cuestión de segundos. El objetivo actual de la organización es ganar apoyo y lealtad mediante la creación y el fortalecimiento de conexiones con su público, objetivo que se logra gracias a los medios digitales. Por ello, se debe considerar la utilización de la tecnología con un propósito específico, cualquier usuario debe considerar los fines de su uso.

Bajo este contexto, las universidades como centro de estudios superiores están sujetas a impulsar y gestionar conocimientos innovadores, referentes al uso adecuado de la tecnología y la internet, así como el manejo de las redes y base de datos en referencia a las funciones y ventajas que pueden ofrecer tanto en su vida académica, laboral y personal.

Por este motivo, se planteó que la web 3.0 podría tener relación con el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, ya que el apogeo de la tecnología en consecuencia al aislamiento social, ha demostrado la importancia del acceso y uso que se debe dar al manejo de la web 3.0 en las funciones que podrían facilitar el desempeño laboral del egresado.

El objetivo del presente estudio es analizar la situación en la que se encuentran los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG e identificar la relación del uso de la web 3.0 y el desempeño laboral. Por tanto, se espera que los egresados presenten una relación directa y significativa entre ambas variables.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el uso de la **web 3.0** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021?

1.2.2. Problemas específicos

✓ ¿Cuál es la relación que existe entre el uso de **conectividad de múltiples dispositivos** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021?

✓ ¿Cuál es la relación que existe entre el uso de **base de datos** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021?

✓ ¿Cuál es la relación que existe entre el uso de **redes sociales** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021?

1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La presente investigación se enfoca en estudiar la relación entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados en Ciencias de la Comunicación, debido a que el empleo de la tecnología en el ejercicio profesional del comunicador social de la especialidad de Periodismo y Relaciones Públicas constituye un eje fundamental que no ha sido abordado de manera consciente. Este trabajo permitirá demostrar el grado de asociación que presentan ambas variables de estudio en el contexto de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG. Por lo tanto, el estudio se justifica desde tres enfoques:

Desde el enfoque teórico, pretende contribuir en el campo del conocimiento especializado en la web 3.0 (colectividad de múltiples dispositivos, base de datos y redes sociales) y el desempeño laboral (rendimiento, competencias y puesto de trabajo) en función al ejercicio profesional de las especialidades de la comunicación social. Asimismo, la revisión de la literatura evidencia que el usuario debe mostrar destreza y utilizar la tecnología con un propósito. En ese sentido, los hallazgos constituyen un antecedente que permitirán futuros contrastes de estudios para incentivar el desarrollo de investigaciones que sigan la misma línea investigativa.

Desde el enfoque práctico, los resultados del presente estudio brindarán información al profesorado académico universitario, directivos de la escuela profesional

y agentes relacionados a las variables de estudio. Por tal motivo, trabajos como este permiten al profesional poner en práctica y actualizar los conceptos, teorías y técnicas que fueron aprendidas durante la carrera profesional. Además, favorecerá a que los colegios profesionales de Periodismo y Relaciones Públicas conozcan la realidad de los egresados y futuros colegiados para proponer programas de capacitación que garanticen el fortalecimiento de las habilidades profesionales del comunicador social.

Desde el enfoque metodológico, para llevar a cabo la investigación se elaboró y consolidó un cuestionario que permite medir tanto la variable «web 3.0» y la variable «desempeño laboral», que fueron validados por especialistas. La presente investigación será un aporte para estudios análogos que se ejecuten a futuro por investigadores interesados en la misma línea de investigación.

1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Identificar la relación que existe entre el uso de la **web 3.0** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021

1.4.2. Objetivos específicos

✓ Demostrar la relación que existe entre el uso de **conectividad de múltiples dispositivos** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021.

✓ Demostrar la relación que existe entre el uso de **base de datos** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021.

✓ Demostrar la relación que existe entre el uso de **redes sociales** y el **desempeño laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021.

1.5. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis general

Existe relación directa y significativa entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

1.5.2. Hipótesis específicas

Existe relación directa y significativa entre el uso de conectividad de múltiples dispositivos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

Existe relación directa y significativa entre el uso de base de datos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

Existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Cahui, L. (2015) en su investigación titulada «Utilización de herramientas web en estudiantes de enfermería de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann-Tacna- 2013» para optar el título de Licenciada en Enfermería en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna. Este antecedente considera las siguientes metodologías: exploratoria, descriptiva y transversal.

La formulación del problema que presenta es: ¿Cuál es la utilidad de las herramientas Web en los estudiantes de Enfermería de la UNJBG, Tacna 2013?

Entre los objetivos más relevantes se tienen:

- Determinar la utilidad de herramientas web en los estudiantes de enfermería de la UNJBG de Tacna en el año 2013.
- Identificar las herramientas web en enfermería utilizadas por estudiantes de la escuela de enfermería.

A continuación, se detallan los aportes y conclusiones más relevantes:

- Las herramientas web para comunicación más utilizadas por los estudiantes fueron las redes sociales, específicamente Facebook; en herramientas de información, los medios tradicionales como los periódicos y la televisión; respecto a enciclopedias virtuales fueron de interés paginas no verificadas como Wikipedia. En cuanto a investigación, se observa desinterés por utilizar base de datos referente a la especialidad de Ciencias de la Salud.

- Con respecto a la utilización de herramientas web 2.0 por los estudiantes, se demuestra que es deficiente, dado que más de la mitad tuvo una baja frecuencia de uso.

Las similitudes que este antecedente tiene con la investigación en desarrollo son:

- En cuanto al ámbito de estudio, se encuentra similitud en el desarrollo de la investigación en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna.

- Por otro lado, el propósito del antecedente es evidenciar la utilización de herramientas web de los estudiantes, así como demostrar la importancia de desarrollar competencias digitales en la formación universitaria.

Las diferencias de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Con respecto a la población, este antecedente considera a los estudiantes de pregrado de la Escuela Profesional de Enfermería de la UNJBG.
- Con relación al tiempo de ejecución, esta investigación se realizó hace 5 años.
- El recojo de los datos se realizó de manera presencial.

Nina, L (2019) en su tesis titulada «Las Relaciones Públicas 2.0 y la imagen institucional en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de la ciudad de Tacna, 2013» para alcanzar el título profesional de Licenciado en Comunicación Social en la especialidad de Periodismo y Relaciones Públicas de la UNJBG. Este antecedente se presenta bajo las siguientes metodologías: investigación relacional y transversal, aplicado a un total de 364 estudiantes de pregrado pertenecientes a la misma casa superior de estudios. La formulación general del problema que presenta es ¿Cómo influye la valoración del uso de las Relaciones Públicas 2.0 en la imagen institucional que tienen los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna en el año 2013?

El objetivo general de la investigación es:

- Determinar la influencia de la importancia del uso de Relaciones Públicas 2.0 en la imagen institucional que tienen los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna, en el año 2013.

A continuación, se detallan los aportes y conclusiones más relevantes:

- El antecedente demuestra que existe una percepción de relevancia del desarrollo de las Relaciones Públicas 2.0 incide significativamente en la imagen institucional que asumen los alumnos de la casa superior de estudios.
- Asimismo, recomienda implementar y aprovechar el uso de las herramientas que brinda la Internet, así como impulsar la constante capacitación de los profesionales de la Oficina de Relaciones Públicas de la universidad, para un correcto desarrollo de sus funciones.

Las similitudes de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Desarrolla la investigación con relación a las funciones de la web 2.0 aplicados en las Relaciones Públicas.
- De la misma forma, propone aportar a la teoría de Relaciones Públicas con enfoques que aprovechan de la tecnología en función de las actividades propias del relacionista.

Las diferencias de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Con respecto a la población, el antecedente desarrolla su investigación en estudiantes de pregrado de distintas facultades pertenecientes a la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Las variables que desarrolla el antecedente son diferentes a la investigación.

Ttito N. (2012) en su investigación «El internet como herramienta estratégica para el mejoramiento de las funciones de Relaciones Públicas en el Cusco», para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. La formulación general del problema que presenta es ¿de qué manera el uso del internet como una herramienta contribuye al desempeño de las funciones de los jefes de Relaciones Públicas de las instituciones estatales de Cusco? Este antecedente se presenta bajo las siguientes metodologías: investigación aplicada y descriptiva, cuya población cuenta con 37 profesionales de Relaciones Públicas de instituciones estatales de Cusco.

Entre los objetivos más relevantes se tiene:

- Determinar el aporte del internet en las funciones que desempeñan los jefes de Relaciones Públicas de las instituciones estatales en Cusco.
- Medir el nivel de capacitación de los jefes Relaciones Públicas en la utilización del Internet.

A continuación, se detallan los aportes y conclusiones más relevantes:

- El antecedente demuestra que gran parte de los profesionales de Relaciones Públicas de las instituciones estatales de Cusco utiliza de manera cotidiana el internet, sin embargo, no están capacitados para utilizar esta herramienta en su desarrollo profesional.
- Asimismo, recomienda a la casa superior de estudios de Cusco a implementar competencias digitales durante la vida universitaria, a fin de formar profesionales capacitados en las tendencias tecnológicas.

Las similitudes de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Desarrolla la investigación en función de la utilización del internet como herramienta estratégica de apoyo en las funciones del Relacionista Público.

Las diferencias de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Con respecto a la población, el antecedente desarrolla su investigación en jefes de Oficinas de Relaciones Públicas de instituciones estatales en Cusco.
- Las variables que desarrolla el antecedente son diferentes a la investigación.

Rodríguez, K; & Surco K. (2017) en su tesis denominada «Gestión de medios online: espacio de visibilidad estratégica en la reputación corporativa de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa-2017», con la finalidad de alcanzar el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en la especialidad de Relaciones Públicas de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Este antecedente se presenta bajo las siguientes metodologías: investigación correlacional y transversal.

Entre los objetivos más relevantes se tiene:

- Conocer la repercusión de las características de los medios de comunicación online en los valores intangibles de la reputación corporativa de la Universidad Nacional de San Agustín (UNSA), por la comunidad universitaria del Área de Sociales.
- Identificar el efecto de la gestión de las plataformas digitales en la imagen corporativa de la UNSA, percibida por la comunidad universitaria del Área de Sociales.

A continuación, se detallan los aportes y conclusiones más relevantes:

- El antecedente concluye que las particularidades presentadas de las plataformas digitales de la UNSA, respecto a la multimedialidad, hipertextualidad y digitalización, no cuentan con el resultado esperado para lograr retroalimentación y agrado en su

público objetivo. Estas insuficiencias ocasionan un efecto negativo a la universidad en sus valores intangibles.

- Además, el antecedente demuestra que el trabajo en los medios digitales de la UNSA, presentan numerosas carencias respecto al bosquejo y distribución, características que contribuyen a una experiencia negativa de navegación.

Las similitudes de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- El desarrollo del antecedente se basa en la gestión de medios online, cuyo propósito también es demostrar la importancia del desarrollo y manejo de los medios online.

Las diferencias de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Con respecto a la población, el antecedente desarrolla su investigación en personal administrativo, docentes y estudiantes de pregrado del área de Sociales de la casa superior de estudios de Arequipa.

- Las variables que desarrolla el antecedente son diferentes a la investigación.

Cabrera M. (2017) en su investigación «Las Relaciones Públicas y redes sociales online, en el área de Comunicación de las empresas públicas del GADMA», para optar el título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato de Ecuador. Este antecedente se presenta bajo las siguientes metodologías: descriptiva y correlacional.

Entre los objetivos más relevantes se tiene:

- Estudiar el manejo de las relaciones públicas utilizando las redes sociales online en el área de comunicación de las empresas en GADMA.

- Conocer la utilización de las redes sociales en el área de comunicación de las empresas en GADMA.

A continuación, se detallan los aportes y conclusiones más relevantes:

- El estudio evidencia que las webs y redes sociales no son gestionadas adecuadamente, debido a que existen valoraciones negativas en cada una de las empresas de GADMA.

- Asimismo, el autor del antecedente resalta la importancia de la utilización de las redes sociales online en el área de Comunicación de las empresas, por la necesidad de compartir información a través de un medio accesible a todos.

Las similitudes de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- La variable independiente del antecedente guarda relación con el desarrollo del presente estudio, por el desempeño laboral de los egresados con especialidad en Relaciones Públicas. Asimismo, la variable dependiente del antecedente tiene similitud con una de las dimensiones planteadas en la investigación.

Las diferencias de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Con respecto a la población, el antecedente desarrolla su investigación en las áreas de Comunicación de empresas de GADMA; además se realiza en el país de Ecuador. Por otro lado, los instrumentos aplicados difieren de la presente investigación.

Betancur, R; & Llano, A. (2019) en su investigación denominada “El uso pedagógico y didáctico de la web 3.0 para dinamizar la práctica docente en el programa de comunicación audiovisual del politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid”, para optar el grado académico de Magister en Comunicación Educativa de la Universidad

Tecnológica de Pereira de Medellín. Este antecedente se presenta bajo las siguientes metodologías: descriptivo.

Entre los objetivos más relevantes se tiene:

- Definir las posibilidades didácticas de la web 3.0 en el uso pedagógico y didáctico que dinamice la práctica docente, en el programa de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

- Determinar el nivel y manejo de herramientas Web 3.0 que utilizan los docentes del programa de comunicación audiovisual de Facultad de Comunicación Audiovisual.

A continuación, se detallan los aportes y conclusiones más relevantes:

- El antecedente llega a la conclusión que las posibilidades didácticas de la web 3.0 son de relevancia en el proceso de formación, porque permite a docentes y estudiantes la posibilidad para el correcto trabajo independiente y colaborativo, crítico y creativo de expresión personal, investigativo.

- Asimismo, el autor del antecedente denota que la web 3.0 es un instrumento ventajoso e inevitable de aplicar en cada método educativo, que estimulan la competencia de los graduados en el medio profesional y posiciona positivamente la institución en su centro de labores.

Las similitudes de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- La variable dependiente del antecedente tiene similitud con la variable web 3.0 de la presente investigación.

Las diferencias de este antecedente con la investigación que se presenta son:

- Con respecto a la población del antecedente, participan docentes y estudiantes del Politécnico Jaime Isaza Cadavid de la Facultad de Comunicaciones en Medellín – Colombia durante el año 2019.

2.2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

2.2.1. La web

Se entiende a la web como un conglomerado de archivos interrelacionados a través de enlaces de hipertextualidad, disponibles solo con acceso a internet, que se pueden interpretar por medio de la tecnología digital. En ese sentido, Latorre, M. (2018) se refiere a la “hipertextualidad” como el conjunto de textos, gráficos y distintos tipos de archivos, todos incluidos en un documento.

La web suele confundirse con internet, sin embargo, internet es la red de redes donde se encuentra todo tipo de información. Entendiéndose a la web como un subconjunto de internet que brinda información de fácil acceso a través de un navegador. Según Latorre, M. (2018) considera a la web como un organismo vivo que evoluciona; desde su creación no ha dejado de evolucionar y perfeccionarse a lo largo del tiempo.

2.2.2. Web 1.0

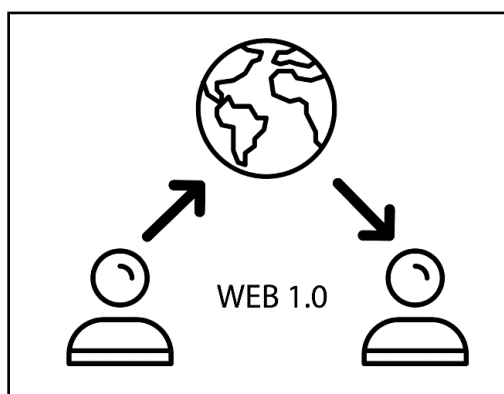
La web 1.0 surgió en 1990, al ser la primera web e inicio de la misma, era unidireccional, es decir, era posible acceder a la información, pero con el impedimento de poder interactuar, siendo la forma más básica de navegadores de texto que existió.

Asimismo, Khanzode et al. (2016) consideran a la web 1.0 como un almacén de información, donde los «recursos» que son identificados a través de un identificador

global, conocido en sus siglas como URL (Localizador de recursos uniforme); en este espacio los usuarios utilizaban sus medios web únicamente para informarse, una red estática, unidireccional y de solo lectura. El usuario era un consumidor pasivo, es decir, recibía información y podía publicarla, sin embargo, no había posibilidad de generar interacción con el contenido de la página. Por ello, Wolfgang (2006) denominaba a la web 1.0 como «la web de las empresas» (p.20).

Figura 1

Ilustración de la web 1.0



Cabe mencionar que Khanzode et al. (2016) clasifica a la web 1.0 en las siguientes características:

- Incluye páginas web estáticas y utiliza un lenguaje de hipertexto básico.
- Sus recursos solo incluyen contenido de lectura.
- Tiene presencia en línea y mantiene su información disponible para cualquier usuario, sin límite de tiempo.

Por otro lado, la web 1.0 presenta limitaciones en su uso, como los clasifica Khanzode et,al. (2016) en el siguiente listado:

- Las páginas de la web 1.0 solo pueden ser comprendidas por humanos, no tienen contenido compatible con las máquinas.
- El web master es el único responsable de la actualización de los usuarios y de la gestión de los contenidos del sitio web.
- Falta de representación dinámica, es decir, no hay posibilidad de interacción en los contenidos compartidos.

2.2.3. Web 2.0

La segunda generación de la web fue definida en el año 2004 por Dougherty, denominada la web de lectura, es decir, las programaciones de la web 2.0 permitía congrega, administrar información y utilizar archivos multimedia globales a gran escala.

Por otro lado, Tim O'Reilly define a la web 2.0 como la revolución empresarial en la industria informática, esta generación de la web creaba un entorno centrado en el usuario y en la colaboración; una plataforma de conectividad dinámica y bidireccional, con un alto grado de participación de los usuarios en la creación de contenidos y en el intercambio de los mismos (Ibrahim, 2021).

El ingreso de la web 2.0 ocasionó un cambio en la forma de relacionarnos con la información y la comunicación, debido a que estos sitios web actuaban como un lugar en común entre los usuarios, por ser bidireccionales, a diferencia de la primera generación, que fue unidireccional. Por ese motivo, la web 2.0 tuvo una mejor vinculación con los servicios que permitían compartir datos e interactuar con gran facilidad, tales como las redes sociales, que constituían la base de esta evolución.

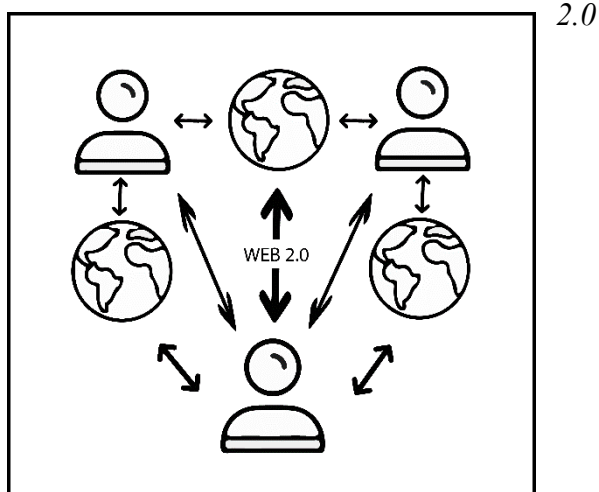
Wolfgang (2006) se refiere a la web 2.0 como «la web de las personas», en esta web surgió una cultura de participación a través de los sistemas abiertos que permitía la creación cooperativa de contenidos, es decir, usuarios proporcionan una masa de conocimientos, pero los mismos usuarios u otros evitan el mal uso de los conocimientos y eliminan contenidos incorrectos, un buen ejemplo de la creación cooperativa de conocimientos es Wikipedia, una enciclopedia en línea en la que cualquier usuario puede publicar una información y cualquier usuario puede modificarla.

Cabe mencionar que Khanzode et al. (2016) clasifica a la web 2.0 en las siguientes características:

- La web se ha convertido en una plataforma que permite la interacción de más de un usuario.
- Permite la administración de contenidos, así como nuevas formas de comunicación entre los usuarios.
- La web permite la creación colectiva de conocimientos, la participación en redes sociales y aumenta los intercambios de información entre usuarios.

Figura 2

Ilustración de la web



Sin embargo, al cumplir la web con las expectativas del usuario, existe la posibilidad que la web 2.0 se enfrente a muchas consecuencias del entorno externo que pueda limitar el flujo de la tecnología en su conjunto, tales como:

- Constantes cambios y actualizaciones de los servicios.
- Cuestiones éticas relacionadas con la construcción de contenidos.
- El intercambio de conocimientos entre plataformas a través de la comunidad sigue siendo limitados.

2.3. WEB 3.0

La tercera generación de la web surgió con la idea básica de definir la estructura de los datos y vincularlos para el descubrimiento, automatización, integración y la reutilización de los datos sean más eficaces en diversas aplicaciones. Esta generación tuvo la capacidad de mejorar la gestión de datos y la accesibilidad de internet móvil, fomentando el factor de la globalización.

Khantzode & Sarode (2016), refiere a la web 3.0 como una web en la que desaparece el concepto de sitio o página web, donde los datos no son propios sino compartidos, donde los servicios muestran diferentes vistas para la página web. Estos servicios pueden ser dispositivos de aplicaciones u otros, es decir, la tercera generación de la web soporta una base de datos mundial, que le permite albergar una variedad de conjunto de datos que incluyen datos enciclopédicos, música, libros, artículos académicos, información geoespacial, redes sociales y muchos otros tipos de información que se incluyen en una base de datos global.

Asimismo, la web 3.0 se ve relacionada al concepto de caracterización personalizada al ofrecer un flujo de información y de contenidos oportunos a nuestros

gustos y preferencias, debido a su interfaz que registra toda nuestra actividad en la red; con el propósito de que la información y las herramientas de internet sean accesibles a todos sin importar el dispositivo al que nos conectemos. La web 3.0 busca versatilidad y flexibilidad superando las barreras de estructura y formato, sin embargo, para manejar de manera adecuada la web, se demanda la atención y destreza del usuario.

Asimismo, Lee et al. (2001) citado en Mayer y Leis (2010) consideran que con la llegada de la web y su transformación, el internet se convertirá en la herramienta que se pretendía desde un inicio, por su extraordinaria y considerable base de datos, con una estructura organizada, perceptible, útil y de acceso fácil.

Siendo la web 3.0 un vocablo nuevo para referirse al manejo del avance e interacción de la red por medio de otras vías, que domina la conversión a base de datos, la tendencia de brindar acceso a aplicaciones de múltiple contenido, el desarrollo de las tecnologías de inteligencia artificial, la web semántica, entre otras variables. Se debe considerar que una de las principales funciones de la web 3.0 es buscar crear un medio virtual universal que permita el intercambio de datos y brindar un significado que logre ser descifrado por las máquinas.

Por otro lado, Hernández & Küster (2013) mencionan que esta web está proporcionada para brindar mayor significado a cualquier usuario que busque localizar respuestas a sus inquietudes de manera acelerada y fácil, debido a que brinda un mejor desarrollo de información definido de acuerdo a su exploración, gracias a que brinda información mejor definida sobre lo que se explore.

En ese sentido, la web 3.0 lograría ser una vinculación de iniciativas tecnológicas destinada a trabajar en ordenadores y dispositivos móviles que puedan

procesar la información, es decir, encontrarla, representarla y gestionarla, como si estos ostentarán inteligencia propia.

La web actual tiene un sistema de almacenamiento propio, porque podemos encontrar e interpretar toda la información del mundo, y exhibe un acceso inmediato a la propia, desde cualquier lugar del mundo con una conexión a internet.

Cabe mencionar que Khanzode et al. (2016) clasifica a la web 3.0 en las siguientes características:

- Base de datos distribuida
- Personalización de la web
- Recursos en común
- Web inteligente

Por otro lado, la web 3.0 se enfrenta a varias limitaciones y retos, tales como:

- La web soporta gran cantidad de páginas, que pueden producir redundancia en los datos que aún no han podido eliminar todos los términos semánticamente duplicados.
- El productor de la información puede engañar intencionalmente al consumidor de la misma.
- La imprecisión de los contenidos y la combinación de diferentes bases de conocimiento, no permite generar credibilidad por parte del usuario hacia el proveedor de contenidos.

Nova (2011) citado en Ibrahim (2021) refiere que el principal objetivo de la web 3.0 es personalizar y optimizar la búsqueda en línea en función del historial, los

intereses y deseos de los usuarios. La web 3.0 garantiza que toda la información y los datos de la web estén asociados a descripciones, esta nueva tecnología pretende entrelazar contenidos y palabras clave. Podemos inferir que la web 3.0 es llamada por muchos autores como la web inteligente, porque sus funciones van más allá de los servicios de búsqueda tradicionales. Los comportamientos de los internautas y búsquedas en la web pueden ser ordenados y personalizados según sus preferencias.

Con la web 3.0 hubo un gran avance en la formación de la base de datos que muchas instituciones y organizaciones quieren tener en la actualidad; en la recopilación de datos, para satisfacer las expectativas de sus usuarios o clientes y con estas características las instituciones se benefician de las oportunidades que ofrece esta tecnología en sus fases de toma de decisiones.

2.3.1. Conectividad de múltiples dispositivos

La tarea principal de la tecnología web 3.0 es integrar todos los formatos utilizados en el medio y crear un formato extensible común que haga comprensibles todos los datos que el usuario pueda acceder a través de internet.

Asimismo, Dupuy (1993) como se citó en Duarte & Pires (2011) afirma que «la conectividad es la existencia simultánea de conexiones directas y alternas entre diferentes puntos de la red» (p.16). Esta vista es específicamente parte de la red de tecnología de servidor de computadora, usuario, entre otros.

En ese sentido, la conectividad es parte fundamental del internet y por ende del desarrollo de la web 3.0 porque permite crear vínculos entre usuarios, dispositivos y

servidores; siendo el usuario eje fundamental para que las características de la web 3.0 puedan ser utilizadas con base en la conectividad múltiple.

Asimismo, esta conectividad múltiple permite y da poder al usuario para acceder desde cualquier dispositivo sin importar el lugar donde se encuentre toda la información que necesite de internet y en otros casos como el del comunicador, informar y publicar de un suceso de manera instantánea a través de las redes sociales, sin límites ni restricciones.

La web 3.0 permite que distintos dispositivos puedan estar interconectados con la finalidad de brindar al usuario rapidez en las actividades o funciones que desempeñe. Asimismo, la conectividad de múltiples dispositivos ha revolucionado el internet y su aplicación en diversos dispositivos más allá de solo buscar información o para un uso de entretenimiento, la web 3.0 ha permitido esta movilidad de información sin importar el tiempo ni lugar.

2.3.1.1. Smartphone

Hace más de veinte años, el consumo de información a través de los medios tradicionales apenas era lo que es hoy. Una rutina típica antes era representada por una persona que lee el periódico temprano en la mañana, mira las noticias en el canal de siempre al mediodía o por la noche y escucha las noticias de la radio durante todo el día. Después de la llegada de Internet, estos medios masivos pronto tuvieron versiones digitales en la web. En este contexto, cualquier persona en una PC (computadora personal) puede consultar la información que desee cuando quiera, por lo que el consumo se libera de restricciones temporales, pero permanece limitado a nivel espacial.

En ese sentido, el teléfono móvil, según Baz et al. (2011) «es un dispositivo inalámbrico electrónico, que cuenta con las funciones de cualquier teléfono fijo» (p.2). Sin embargo, la principal característica es su portabilidad, ya que no requiere de ningún tipo de cable para conectarse a una red telefónica.

Una de sus funciones principales es la comunicación por voz, su rápido desarrollo ha hecho que se integre con características adicionales como mensajería de texto, calendario, juegos, calendario, acceso a internet, cámara, reproducción de video y reproductor de música.

Castro (2012) hace referencia que los teléfonos móviles son la tecnología más rápida y generalizada de la sociedad. Su crecimiento es significativo como plataforma de comunicación y acceso a contenidos. Aunque originalmente, los dispositivos móviles se diseñaron solo para la comunicación por voz, posteriormente los fabricantes agregaron nuevas aplicaciones y los operadores los servicios.

El teléfono móvil es uno de los dispositivos tecnológicos de gran importancia en las personas de la sociedad actual. Este objeto está a nuestra disposición y le prestamos la mayor atención. La rápida expansión y el uso de teléfonos móviles ha creado cambios sociales y culturales en la sociedad, cambiando las formas de comunicación, el acceso a la información y las relaciones entre los individuos. Los teléfonos móviles han provocado un cambio en la etiqueta de interacción social. El uso de las TIC ha cambiado la forma en que las personas trabajan, aprenden, colaboran, juegan, pasan tiempo y socializan, este constante avance de los teléfonos móviles lo convierte en la principal tecnología convergente, una especie de «control remoto universal», que es capaz de tener en cuenta los diferentes usos y ventajas de los distintos sistemas.

Después de tener claro la definición del teléfono móvil, se ahonda en la definición de un teléfono móvil con características poco convencionales, denominado teléfono inteligente (smartphone), este teléfono móvil posee particularidades similares a las de una computadora. Tal como refiere Baz (2011) estos teléfonos inteligentes permiten la instalación de un software para agilizar el procesamiento de datos y la comunicación. Los teléfonos inteligentes tienen muchas funciones, incluidas pantallas táctiles y sistemas operativos, así como conectividad a internet y acceso a mensajes. Estas aplicaciones pueden ser desarrolladas por el fabricante, el operador o un tercero de su dispositivo.

Otras aplicaciones que se encuentran comúnmente son la cámara incorporada, un administrador de contactos, software multimedia para reproducir música y mostrar fotos y videos, algún software de navegación y, a veces, la capacidad de leer documentos en varios formatos como un documento portátil (PDF). Una característica común de la mayoría de los «teléfonos inteligentes» es la lista de contactos, que puede almacenar tantos contactos como lo permita la memoria disponible, a diferencia de los teléfonos tradicionales que tienen un límite en el número de contactos. Por otro lado, los teléfonos inteligentes permiten a los usuarios instalar un software adicional.

a. Aplicaciones móviles

Las aplicaciones móviles son programas creados con el objetivo de funcionar en los dispositivos móviles, es decir, proporciona la capacidad de acceder a datos, aplicativos y dispositivos en cualquier ubicación.

Tal como describe Allen (2003) citado en Aguado et al. (2015) un aplicativo móvil es un software diseñado con la finalidad de ser utilizado en dispositivos móviles,

adaptándose a las limitantes que puedan tener los dispositivos, pero con la capacidad de aprovechar sus capacidades tecnológicas.

Asimismo, Aguado et al. (2015) indica que estas aplicaciones pueden agruparse en las siguientes categorías:

- Creación y edición: crear mecanismos de texto y modificar su apariencia.
- Gestión: permite acopiar, organizar y articular archivos de texto y comunicación.
- Reproducción: proporcionar acceso a un lector de texto u otro tipo de formato.
- Comunicación: incluir unidades de texto en cadenas dialógicas que pueden formar un texto con sus propios significados.

Por otro lado, Frokjaer et al. (2000) citado en Enriquez & Casas (2013) agrupan las consideraciones que deben tener los aplicativos a través de atributos, entre los que considera principales se encuentran:

- Efectividad: Se preocupa por la precisión y la integridad en cómo los usuarios administran los aplicativos para lograr objetivos específicos.
- Eficiencia: Hace referencia a la relación entre la eficiencia y el esfuerzo, así como a los recursos utilizados para lograrlo. En las medidas del desempeño están incluidas el tiempo para culminar tareas, así como el tiempo para aprenderlas. Si hay menor esfuerzo o utilización de medios, mayor será la eficiencia del trabajo realizado.
- Satisfacción: Hace referencia al nivel donde los usuarios demuestran que están satisfechos y tienen una actitud positiva a la hora de utilizar la aplicación para alcanzar objetivos concretos.

Asimismo, Enriquez et al. (2013) refiere que hay dos categorías por las que se pueden clasificar las aplicaciones para móviles:

- **Aplicaciones nativas:** Son desarrollados para un tipo específico de dispositivo y su sistema operativo. Con la posibilidad de acceder a funciones del dispositivo, tales como: almacenamiento, servicio de ubicación, servicio de mensajes, correo electrónico y otros. Existen tiendas virtuales donde se puede descargar e instalar estas aplicaciones, dependiendo del sistema operativo. Una de las desventajas de estas aplicaciones es que tienen que ser desarrolladas para cada plataforma.

- **Aplicaciones web:** Estas aplicaciones se ejecutan en servidores, donde están incluidas las páginas web que están optimizadas para su visualización en los dispositivos móviles y se pueden desarrollar utilizando HTML, Java Script y otros.

En ese sentido, estas aplicaciones deben ser accesibles mediante un navegador web. La ventaja del desarrollo de aplicaciones web para móviles es que son fáciles para efectuar; además, se integra con aquellas aplicaciones existentes y solicita menos requerimientos de hardware para los móviles. Por otro lado, la dificultad al que se enfrentan es que no pueden acceder a las funciones originales del dispositivo, por lo tanto, la llegada de internet comprometió a los medios a pasar de lo analógico a lo digital. La transformación digital significa no solo la expansión y creación de nuevos medios, sino también la promoción de nuevas formas de contar historias, formas de expresión y sistemas complejos de interacción y comunicación. Tras la llegada de los teléfonos inteligentes, las empresas de medios avanzan hacia un nuevo paradigma que es difícil de llamar la atención.

Las aplicaciones móviles han evolucionado en los últimos años, en una dirección cada vez más multifuncional, con funciones típicas en las áreas de gestión y comunicación. Este desarrollo trae una concepción positiva y social, que ya no es el consumidor final sino un lenguaje y un recurso. El contenido ya no es solo algo para leer, ver o escuchar: es cada vez más algo que hacer (compartir, enlaces, comentarios, valoraciones, reseñas, entre otras) para la interacción social.

Tal como refiere Márquez (2017), en la actualidad los medios de comunicación son considerados como «postmedios, hipermedios o multimedios», dentro de redes transmediáticas que permite llevar la información de un soporte a otro. El autor nos indica que el smartphone representaría un nuevo paradigma.

Los teléfonos inteligentes se han convertido en un canal directo de comunicación entre los medios y los usuarios. Así, la sociedad posee las herramientas que le permiten participar de manera efectiva, en el contenido y la información de los medios, modificando las relaciones de poder tradicionales, donde el sector público es el objetivo de los medios. Esta tecnología ha sacudido el monopolio de la información en manos de los medios tradicionales.

Por ello, Reigosa (2007) menciona que «el periodista ya no controla la agenda, ni elige los contenidos, ni jerarquiza la información» (p.19). Tras el alcance de la tecnología, se ha logrado transformar profundamente las bases y relaciones en los que se regía la creación, producción y distribución de la comunicación en generaciones anteriores.

Como se referían los autores anteriores, la prensa no ha escapado al giro que impone el smartphone en sus procesos productivos. Los teléfonos inteligentes imponen hoy en día muchos otros deberes a la profesión. Los dispositivos móviles como

teléfonos inteligentes y tabletas suman un nuevo elemento, la movilidad, con capacidad suficiente para transformar las habilidades de los profesionales del periodismo. Los profesionales de la comunicación en la era de la convergencia deben estar equipados y preparados con las habilidades para cubrir un evento y luego adaptarlo a los medios en los que labore.

2.3.1.2. Computadora

Los profesionales de la comunicación deben actualizar constantemente sus conocimientos para adaptarse a las necesidades, oportunidades y desafíos del entorno. Vivir en un mundo cada vez más interconectado, más dinámico en el trabajo práctico e intelectual, con información de fácil acceso y actualización constante en internet, acelera todo tipo de conocimiento. Por tanto, es fundamental garantizar que la tecnología pueda utilizarse para mejorar y ampliar las capacidades de los profesionales.

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y los cambios que provocan. Estos avances se ven fundamentados en los cambios de desempeño laboral de los profesionales, tales como las noticias de hoy se leen principalmente en la web, tanto en computadoras como en dispositivos móviles (smartphones). Las necesidades de la audiencia en estos medios son diferentes: no solo quieren información escrita, sino también imágenes, video y audio. No solo quieren leer, también quieren participar de alguna manera, tener la opción de comentar y compartir. Estos son los nuevos hábitos de consumo a los que los profesionales de la comunicación deben prestar atención para no perder el desarrollo de los medios.

La Real Academia Española (2005) define al computador(a) como una máquina electrónica capaz de procesar información de forma automática y resolver problemas

matemáticos y lógicos de forma muy rápida mediante programas informáticos. Asimismo, la UNLP (2013) refiere a la computadora como máquinas digitales y síncronas, es decir, que por digital se entiende a las señales eléctricas dentro de la computadora, así como la información que procesa es de manera confidencial, en el caso de síncronas hace referencia a todo tipo de operaciones internas que se realizan en coordinación con el reloj, en tiempo real. Además, la computadora demuestra capacidad de lógica numérica, controladas por un programa almacenado y con capacidades de comunicación con el mundo exterior.

Entendiéndose, la computadora como una máquina que permite el intercambio de información de una forma a otra, es decir, recibir información, transformarla y facilitar la información a otro medio. La información puede presentarse de muchas formas, convirtiéndole en un medio versátil.

La digitalización ha permitido centralizar diversos contenidos en plataformas con acceso a internet, es decir, la web 3.0 a través de la computadora, una tablet o teléfono inteligente nos permite, escuchar radio, música, ver televisión o videos en vivo o acceder a archivos de texto. Esto significa que los profesionales del periodismo y la comunicación se enfrentan hoy a estos nuevos desafíos.

El ciclo de procesamiento de información de las computadoras se puede resumir en cuatro funciones básicas, tal como refiere CCA (2021) :

- Aceptar entradas: por entrada se refiere a diversos tipos de datos que se introducen a la computadora, tales como: palabras y/o símbolos en un archivo, números para cálculos, sonidos, etc. Dentro de ellos destacan dispositivos como, el mouse, el micrófono y/o el teclado de la computadora.

- Procesar datos: Implica procesar datos de varias formas para: efectuar procesamiento de datos, transformar palabras, imágenes y organizar los datos.
- Almacenar datos: La computadora tiene la capacidad de almacenar datos que perduren y sean disponibles para su procesamiento.
- Produce salidas: Estos resultados se generan a través de la computadora. Por ejemplos podemos mencionar a los informes, gráficos, imágenes, entre otros. Para ello es necesario utilizar dispositivos como pantallas, impresoras y parlantes.

En el computador se localizan dos tipos de elementos, entre ellos: físicos (hardware) y lógicos (programa), ambos necesarios para su procesamiento (Larcher, 2007).

El hardware permite ejecutar el software, es decir, existen elementos físicos que se utilizan para permitir el ingreso de datos, elementos que se utilizarán para procesar estos datos y elementos que lograrán el resultado obtenido. Estos elementos que conforman el hardware se dividen en dispositivos de entrada, dispositivos de salida y de almacenamiento.

Los dispositivos de entrada son elementos que permiten la interacción con la computadora para ingresar datos, para mencionar algunos ejemplos, tenemos al uso del teclado, al permitir ingresar texto, otros como el mouse, el escáner, el micrófono y cámara web.

Los dispositivos de salida son elementos que permiten la interacción con una computadora para obtener datos. Por ejemplo, el uso de monitores, altavoces e impresoras.

Por último, los dispositivos de almacenamiento, que permiten almacenar datos dentro y fuera de la computadora en diferentes unidades, tales como el CD, DVD, disco duro y unidades de memoria.

Mientras el software, está compuesto por programas informáticos que le permiten realizar tareas específicas en su computadora. Algunos ejemplos como una aplicación, un navegador web, juegos y/o un programa, estas características funcionan de manera conjunta. Por otro lado, el software proporciona operaciones, mientras el hardware es el canal físico en el que se pueden efectuar estas operaciones.

Entre los servicios que usualmente se utiliza en internet, UNLP (2013) menciona a las más frecuentes:

- Correo electrónico.
- Ingreso a varias computadoras.
- Acceso a sitios web específicos por usuarios de todo el mundo, como repositorios de información. Por ejemplo, el acceso a bibliotecas virtuales en forma remota.
- Información online de medios de información como diarios, revistas, canales de noticias, entre otros.
- Ecommerce (compra y venta) a través de la web, presentando los productos, catálogos, precios, así como distintas pasarelas de pago para culminar la venta.
- Capacidad para organizar reuniones con usuarios interesados en un tema (conferencias virtuales).

La era digital representa un cambio de paradigma para la humanidad. Al utilizar las nuevas tecnologías digitales significa afrontar caminos diferentes para la gestión de la información y creación de nuevos lenguajes y formas de interacción con ellos.

a. Plugin

Lo mejor de crear algo para usar en la web, es que los usuarios se forman sus propias opiniones. Por tal motivo, los plugin son la solución para que una aplicación amplíe su funcionalidad y beneficios.

Coppola (2021) refiere al plugin como un complemento al que se pueden agregar funciones a un programa o herramienta. Este es un archivo que no se ejecuta por sí solo, sino que se agrega, como un administrador de contenido, por lo que tiene la capacidad de mejorar la experiencia de usuario y agregar acciones útiles para ver el rendimiento de una página web y sus páginas.

Entendiéndose al plugin como complementos que amplían la funcionalidad de las aplicaciones web y los programas de escritorio, es decir, cuando instalamos un complemento, el programa en cuestión obtiene una nueva funcionalidad. Por ejemplo, si se desea abrir un documento PDF, primero se debe instalar el complemento Adobe Acrobat Reader (u otro programa para archivos PDF); de lo contrario, el navegador no podrá procesar los datos.

Sin embargo, los complementos no solo se utilizan en navegadores web, se instalan en cualquier tipo de software y aplicaciones. El proceso es el mismo: instalar un plugin implica extender el programa con nuevas funcionalidades sin tener que modificar todo el código del programa.

Coppola (2021) refiere que el plugin demuestra las siguientes funcionalidades:

- **Amplía las funciones de un software o aplicación web:** permite insertar videos relacionados con el contenido. Dependiendo de las necesidades del usuario se agregan opciones para rastrear, recopilar datos o recopilar información valiosa sobre su estrategia de contenido y rendimiento.

- **Facilita el uso del programa:** el complemento puede convertir cualquier operación en una sola acción, simplemente presionando un botón o marcando una casilla. Los códigos de los complementos están diseñados para funcionar en programas específicos, y en muchos casos se actualizan constantemente.

- **Evita que la aplicación se vuelva pesado:** es preferible evitar instalar software que ocupa mucho espacio, el plugin es un complemento liviano creado para la aplicación, lo que lo obliga a ser más eficiente.

Asimismo, Coppola (2021) en su publicación sostiene que existen distintos tipos de plugin, tales como:

- **De navegador:** estos plugin permiten personalizar el navegador utilizado en la computadora, agregar funcionalidad que le permite ver ciertos tipos de formatos (por ejemplo, PDF o videos) y también ayuda a administrar anuncios, es decir, permite la mejora de la interfaz, la accesibilidad y la seguridad de la navegación por internet.

- **De gráficos o video:** permiten incrustar imágenes o videos en otro contenido, como publicaciones de blog, o realizar conversiones de archivos para animaciones o imágenes.

- **De audio:** Estos complementos permiten apoyar especialmente a músicos, Djs y productores a retocar y editar música de manera eficiente.

- **De redes sociales:** con los plugin es posible agregar botones para compartir contenido del sitio instantáneamente en el perfil del usuario, si lo desea, en su red social favorita.

- **De correo electrónico:** estos le permiten administrar la recepción y entrega de correo electrónico, así como realizar un seguimiento de las campañas de marketing por correo electrónico.

Por lo tanto, es importante considerar cuidadosamente los beneficios del tipo de plugin a utilizar. Además, se debe asegurar que se está instalando complementos de fuentes serias, así como verificar que los complementos que se han instalado se actualicen con regularidad para corregir cualquier vulnerabilidad que se detecte y solucione.

b. Extensiones de navegador web

La gran demanda por adquirir más funciones del navegador ha llevado al origen de las extensiones, desde realizar tareas simples como buscar una palabra en un diccionario online hasta más complejas.

La Oficina de Seguridad del Internauta (2019) define a la extensión como un software que permite personificar un navegador web. En ese sentido, existen diferentes tipos de complementos según su funcionalidad y el navegador donde están instalados. En otras palabras, no existen necesariamente las mismas extensiones para un navegador u otro. Asimismo, entre sus funciones, es cambiar la apariencia de la interfaz del navegador, bloquear anuncios o notificaciones e incluso mejorar la seguridad y privacidad.

La World Wide Web (3W) reconoce a cinco navegadores más utilizados en su web, muchos de ellos pueden ejecutarse en múltiples sistemas, estos navegadores son:

- Mozilla Firefox: es considerado uno de los navegadores web más populares en el mundo. En la actualidad tiene 500 millones de usuarios, y se basa en el motor de búsqueda Gecko, que siempre aplica estándares web actualizados. Como programa gratuito, este motor se puede cambiar a voluntad, en ese sentido, su sistema operativo es preferido por los programadores.

- Chrome: es un navegador web, estimado como uno de los navegadores más veloces de todo el mundo, cumple con fines primordiales, velocidad, seguridad, estabilidad y una interfaz exclusiva, que le ofrece al usuario la tranquilidad de navegar en su web.

- Opera: navegador web gratuito, dentro de sus propiedades más destacadas, son la rapidez, soporte de estándares, personalización, vista de las pantallas en miniaturas, defensa antifraude y navegación por medio de sesiones.

- Safari: es un navegador preinstalado para todos los usuarios de productos Apple, uno de los más atractivos es su apariencia visual, que a pesar de ser elegante es muy ligera, permitiendo tener una vista agradable del navegador web.

- Microsoft Internet Explorer: es un navegador que se creó por la organización Microsoft en 1995, únicamente para los sistemas Microsoft Windows. Sin embargo, desde el año 2016 sus actualizaciones fueron canceladas, teniendo como sustituto a Microsoft Edge.

- Microsoft Edge: este navegador fue desarrollado especialmente para el actual sistema operativo de las computadoras Windows 10, esta fue construida con base en los nuevos estándares de la web. Edge fue diseñado para trabajar en múltiples dispositivos; además tiene una mejor administración de memoria en los mismos, teniendo mayor posibilidad de ahorro en la batería.

La revolución de internet ha transformado a los navegadores, convirtiéndose en una aplicación con una interfaz cada vez más moderna, por gestionar muchas facetas de la experiencia en línea del usuario y satisfacer las diferentes necesidades de una amplia población de usuarios, las extensiones de los navegadores amplían su funcionalidad interviniendo en los programas y datos del navegador e interactuando con ellos y los datos del navegador.

El bloqueo de ventanas emergentes, el rellenado de formularios y muchas otras funciones de los navegadores web modernos se introdujeron por primera vez como extensiones de terceros. Las nuevas extensiones siguen enriqueciendo los navegadores de maneras sorprendentes. Sin embargo, las extensiones potentes requieren capacidades, como el acceso a la red entre dominios y el almacenamiento local, que, si se utilizan de forma inadecuada, suponen un riesgo para la seguridad. Las extensiones de navegador manejan los mismos tipos de formatos que los plugin, la diferencia es que las extensiones son únicamente para los navegadores y los plugin pueden ser aplicados a diversos software o programa preestablecidos de un dispositivo.

En ese sentido, los especialistas de la comunicación se enfrentan al desafío de adaptarse o desaparecer, este proceso implica encontrar nuevos lenguajes y dominar

nuevas herramientas tecnológicas. La modernización del trabajo puede tener lugar tanto en el espacio académico como en el ejercicio diario de la profesión. Hay muchas opciones en línea, desde máster a distancia hasta cursos gratuitos, lo principal es abordar con compromiso y disciplina.

2.3.2. Base de datos

Una base de datos logra identificarse como un almacenador de información, sin embargo, sus características van más allá de ser como una hoja de cálculos, al ser diseñados para contener masivas colecciones de información organizada, permitiendo a diversos interesados de manera simultánea acceder y analizar los datos de forma rápida y segura. Con la llegada de la web 3.0, la internet se convirtió en una herramienta inmensa de base de datos, es decir, bien estructurada, organizada, eficaz y comprensible, con facilidad de acceso.

Según Mannino (2007), las bases de datos son vitales en el funcionamiento de las organizaciones, estamos en contacto con ellas diariamente desde acciones como hacer compras en determinada tienda, ordenar un libro en línea y registrarse en un webinar. La facilidad en nuestra rutina, debido a la proliferación de bases de datos y tecnologías informáticas dependerá del correcto manejo de las bases de datos.

Por otro lado, la base de datos resulta imprescindible en las funciones del periodismo, ya que permite la selección, consulta y aprovechamiento de informaciones periodísticas anunciadas y/o compartidas en la web, esto permite facilitar opciones de comprobación, archivo y de realizar producciones periodísticas de mayor calidad y mejor fundamentadas al servicio de la población

Asimismo, Fernández (1977) citado en Trentín (1998), define a la base de datos como la compilación o depósito de datos, es decir, los datos están interrelacionados lógicamente, tienen definiciones y explicaciones comunes y están estructurados de una manera bien definida. Además, debido a que las bases de datos son modelos del mundo real, deben servir para una variedad de usos y aplicaciones. (p.81)

Se entiende que, una base de datos es un vínculo estructurado de representación unificada de entidades de datos y sus interrelaciones, mientras que al mismo tiempo permite múltiples usos en competencia.

Por otro lado, en las Relaciones Públicas, una base de datos cumple como principal objetivo reunir la información de los clientes, proveedores y de los medios de comunicación, para implementar estrategias efectivas con base a la información que compartan sus distintos públicos de interés para con la organización.

La base de datos tiene la posibilidad de clasificarse de diferentes maneras, según el contexto o la necesidad que desea cubrir, comprendida por dos principales tipos de base de datos, aquellas que se fundamentan en la variabilidad del registro y las que dependen de manera directa del contenido. Los dos tipos poseen propiedades primordiales que se deben conocer para trabajar de manera correcta los datos.

2.3.2.1. Clasificación de tipos de bases de datos

a. Variabilidad de datos almacenados

Esta primera clasificación es dependiente de la manera en que los datos sean organizados en la base de datos, estas se subdividen en base de datos fijas y dinámicas, tal como refiere la comunidad de expertos de la Universidad Internacional de Valencia (2016):

- **Base de datos estáticas:** Son bases de datos diseñadas de manera especial para la lectura, datos que no van a modificar en todo el tiempo. Son datos históricos utilizados para la investigación con la intención de predecir tendencias futuras. Su utilización por lo general es con el fin de guardar y registrar datos históricos, que le permita desarrollar estudios para comprender su proceder en el transcurso del tiempo, por lo tanto, se recomienda ser utilizado en las organizaciones que aspiran hacer proyecciones estadísticas, así como encaminar las de tomas de decisión a partir del entorno.
- **Base de datos dinámicas:** Esta base permite que los datos sean modificables de manera atemporal, que le permite constantes actualizaciones, versiones y supresión de los datos. Por ejemplo, los catálogos de tiendas son una base de datos que requieren ser dinámicas para su conveniente manejo. En esta situación tenemos la posibilidad de ver que la información es voluble y que se va modificando dependiendo de la necesidad que exista en cada situación.

b. Clasificación de datos según su contenido

Esta clasificación es más específica; este tipo de bases de datos se relacionan a la prioridad del archivo y/o información a examinar. Dentro este tipo de datos resaltan tres, según profundiza Gutiérrez (2017):

- **Base de datos bibliográficas:** Es un registro que nos permite clasificar varios datos a través de autor, fecha, título, etcétera. Estas clasificaciones tienen la posibilidad de consultarse de manera separada o conjunta. Sin embargo, es fundamental destacar que en esta clase de base de datos no se tendrá en cuenta de manera integral la información contenida en el archivo.

- **Bases de datos de texto completo:** Es una base de datos absolutamente útil, debido a que posibilita la búsqueda de términos específicos, que permite la posibilidad de consultar el término preciso que se encuentra archivado.
- **Directorios:** Son base de datos con las que tratamos a diario. Incluso, se encuentra en los dispositivos móviles, una base de datos personal y probablemente cuenta con una copia de seguridad en la nube.

Habitualmente son usadas con objetivos empresariales. Cuentan con recursos básicos que permiten ordenar y acomodar la información tales como:

- Datos personales
- Número telefónico y direcciones de correo electrónico
- Datos de facturación, entre otros.

Los datos e información se encuentran de manera digital, circulando en gran parte de la sociedad, así como en diversos tipos de dispositivos a través de servidores, para recolectar y/o administrar este tipo de datos se debe apoyar de otras herramientas que son permitidas en la web 3.0.

2.3.2.2. Almacenamiento en la nube

Aún no hay una definición universal aceptada; no obstante, hay organismos internacionales cuyos fines son la estandarización de Tecnologías de la Información y, en especial, de la nube. Según Aguilar (2011), el Instituto Nacional de Estándares y Tecnología (NIST) y el Laboratorio de Tecnología de la Información, mencionan que el almacenamiento en la nube está constituido por el hardware y software, interfaces y servicios que permiten recepcionar información como un servicio.

No se necesita contar con un equipo de múltiples propiedades, no obstante, se necesita cualquier dispositivo que permita acceder a internet; además, los archivos tienen la posibilidad de guardarse en la nube. Con la utilización de la nube no hay necesidad por parte del cliente de conocer la infraestructura detrás de esta, donde las aplicaciones y servicios tienen la posibilidad de ser más eficientes, confiables y transparentes.

Hernandez & Florez (2014) describen las características que se encuentran en la nube, tales como:

- **Autoservicio a la carta:** Los usuarios pueden adquirir capacidades tecnológicas, como el tiempo en el servidor y almacenamiento en línea.
- **Acceso a la red:** sus atributos tienen disponibilidad en toda la red y se puede acceder a través de cualquier dispositivo, para ser utilizada por plataformas de distintos usuarios, ya sean ligeras y/o pesadas.
- **Reservas de recursos en común:** Los recursos de la cuenta del proveedor se agrupan para que puedan ser utilizados por varios usuarios a través de diferentes recursos físicos y virtuales establecidos según sus necesidades.
- **Rapidez:** En algunos casos, la extensión se puede distribuir de forma automática y dinámica, así como rápida y flexible. Para los usuarios, la capacidad disponible en stock suele ser ilimitada y se puede comprar en todo tipo de capacidad, sin tiempo limitado.
- **Servicio con supervisión:** El sistema de la nube controla y optimiza de manera automática los recursos para clasificarlos en un nivel de abstracción apropiado para el tipo de servicio. El uso de recursos se puede monitorear,

controlar y reportar, brindando transparencia tanto a los proveedores del servicio utilizado como a sus usuarios.

- **Es auto reparable:** Si esto falla, la última copia de seguridad de la aplicación se convierte automáticamente en la principal y se crea una nueva.
- **Es escalable:** Todo el sistema y su arquitectura son previsibles y eficientes. El nivel de servicio se crea para establecer nuevas instancias basadas en las necesidades operativas actuales para reducir los tiempos de espera y tráfico en la web.
- **Virtualización:** Las aplicaciones no dependen de los dispositivos en los que se ejecutan, incluso varias aplicaciones pueden ejecutarse en el mismo dispositivo o una aplicación puede usar varios dispositivos al mismo tiempo. El usuario es libre de usar la plataforma que desee en su terminal, al usar las aplicaciones en la nube, puede tener la seguridad que el archivo mantendrá sus propiedades bajo un base diferente.
- **Nivel de seguridad alto:** Permite a diferentes usuarios compartir la información, sin la necesidad de comprometer su seguridad y privacidad.
- **Disponibilidad de información:** Los documentos editados por el usuario en su computadora se ubicarán en internet permitiendo el acceso desde cualquier dispositivo conectado a la red.

Hay muchas opciones de plataforma, y cada una ofrece un servicio diferente, desde almacenamiento gratuito o de pago, flexibilidad del servidor, cómo usar cada una y con qué propósito. Actualmente, las principales plataformas de almacenamiento son:

a. Google Drive

Se genera una cuenta que automáticamente cuando creamos nuestra cuenta de correo electrónico para acceder a Google Play Services en nuestro teléfono inteligente.

Google Drive brinda un servicio gratuito que se limita a 15 GB una vez que crea una cuenta, proporciona una gran cantidad de funciones relevantes, que pocos usuarios usan para hacer copias de seguridad a sus teléfonos y otros dispositivos. Otra gran ventaja es poder compartir archivos entre cuentas personales o las de contactos sin ocupar espacio adicional y tener acceso completo a ellos.

Es muy útil para la vida profesional o para investigaciones porque incluye programas de edición de textos, hojas de cálculo y presentaciones, donde se puede editar al mismo tiempo con otros usuarios, y guardar el contenido de forma automática. También es posible participar en encuestas y asociarlas con otras funciones de la cuenta personal de Google, para mayor almacenamiento de memoria el usuario puede pagar un monto extra para acceder a esa y otras funciones de paga.

b. Dropbox

Este servicio de almacenamiento en la nube es el más utilizado por los usuarios de la web, la suscripción gratuita ofrece 2,75 GB de espacio de almacenamiento, una gran diferencia a la suscripción gratuita que ofrece Google Drive.

Es compatible con todos los sistemas, incluidos Mac y Android, y a diferencia de otros, es sencillo en términos de funcionalidad e interfaz, y está completamente dedicado al hosting. Ahora tiene algunos servicios excepcionales como la transferencia para enviar archivos grandes a otros usuarios a través de un mensaje por correo electrónico y un editor de texto básico que permite crear documentos.

c. Mega

MEGA ofrece 50 GB por registrarse a una suscripción gratuita, es una de las plataformas más rápidas para cargar y descargar archivos. Como nube personal, brinda la oportunidad para descargar distintos archivos y crear carpetas compartidas con los contactos agregados. No existe un editor de documentos como en otros almacenamientos, por lo tanto, solamente se utiliza de almacenamiento en la nube, demostrando una interfaz sencilla e intuitiva.

Asimismo, permite un chat de mensajería con los contactos agregados en la nube, una papelera de reciclaje y la capacidad de agregar contenido compartido por otros usuarios sin ocupar el espacio de la nube personal.

2.3.3. Redes sociales

La web 3.0 y parte de ella, las redes sociales, son una nueva forma de comunicarse en donde se puede encontrar información trascendental, así como el riesgo de un exceso de información que probablemente no sea del todo verídica, donde la información se altera, minimiza y condensa, a una velocidad diferente a cualquier medio de comunicación tradicional.

Las redes sociales son un método interactivo que se utiliza para compartir diferentes tipos de información que tienen en común o que se quiera mostrar.

En la misma línea, Gandasegui (2011) considera que, las redes sociales son un medio alternativo a los medios tradicionales. Esto a causa de su simplicidad y al manejo de la interacción dentro de la comunidad virtual que posibilita abarcar diversas temáticas, desde el ámbito amical hasta los temas de interés, político, económico y social de un determinado lugar a incluso temas de índole global. Donde el usuario puede

compartir, seleccionar y comentar diversos contenidos, complementado de la información contribuida por los medios tradicionales.

En ese sentido, las redes sociales nacen y se reproducen no a partir de características individuales, sino de las diversas relaciones que se establecen entre las personas. Christakis & Fowler (2010) sostienen que «una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos» (p. 27); es decir, la red depende de enfatizar cómo construyes o visualizas los enlaces más interesantes, pero hay todo tipo de redes sociales porque hay todo tipo de enlaces sociales.

Gallego (2010), también se refiere a este tipo de relaciones que definen las redes sociales. como un grupo de personas relacionadas. En el mundo de las tecnologías de la información, las redes sociales se refieren a las plataformas digitales que los usuarios manejan, donde crean perfiles, difunden y comparten información, ayudan y crean contenido y, finalmente participan en movimientos de coyuntura del momento.

Los vínculos con los usuarios son de diversa naturaleza, desde las actividades comerciales hasta los sociales. Como mencionaba Christakis en párrafos anteriores, la red social es una estructura social formada por grupos de usuarios conectados por uno o más tipos de relaciones que comparten, interactúan y crean una comunidad de contenido de ideas afines. Como resultado, se crearon redes sociales dedicadas a la cultura, el trabajo y las relaciones de ocio, algunas enfocadas en temas especializados.

2.3.3.1. Comunicación en red

Las redes sociales son un espacio para el intercambio de información y la creación de relaciones que cobran cada vez más importancia y definitivamente es un

espacio donde no solo se interactúa para socializar, sino para producir conocimiento real. Tal como menciona Rodríguez (2008), con la aparición de las nuevas tecnologías y conexiones de red, estos comportamientos han sido mediados por nuevas formas y nuevos roles relacionales.

No cabe duda que las redes sociales han cambiado en gran parte la comunicación; ya que nos brinda más oportunidades para interactuar con más personas de las que podemos imaginar, sin necesidad de mantener un contacto físico.

Cabe resaltar que la globalización, el internet, la web 3.0 y las redes sociales son factores que han provocado muchas transformaciones en las relaciones de todo ámbito, desde personales hasta de las organizaciones con los ciudadanos. En ese sentido, la comunicación corporativa debe ir más allá del modelo de comunicación lineal y unidireccional, para generar procesos de relaciones públicas basados en la retroalimentación en los que las personas juegan un papel cada vez más importante. Para lograr esto, se necesita crear contenido de calidad y destacar en la red, estar ya no es suficiente: es necesario participar en la red.

En la literatura revisada se considera nuevos medios y formatos para compartir información y/o transmitir un sentimiento en redes sociales, tales como:

- **Historias:** es un formato de video o imagen que se puede adjuntar en un perfil social por 24 horas con una duración de 15 a 30 segundos.
- **Gifs:** es una animación creada a partir de un grupo de varias imágenes en una imagen que se reproduce como un video reiterado, suele durar de 5 a 10 segundos, son utilizados para crear interacciones, ya que a menudo se usan como memes.

- **Emoticones:** gráfico digital que muestra expresiones faciales para sugerir un estado de ánimo. Estos diseños se utilizan en diversos sistemas de mensajería instantánea, redes sociales u otras plataformas, también se utilizan para disminuir el mensaje suplantando un texto por un emoticón. El remitente, en lugar de escribir que está satisfecho o feliz por algo, puede incluir un emoticón sonriente y de esta forma, transmitirá sus sentimientos al destinatario.

- **Memes:** se refiere a la percepción, idea, contexto o sentimiento que se expresa a través de plataformas digitales. Las imágenes con textos y gifs son tipos de memes, pero también pueden utilizarse en diversos formatos como vídeos, canciones y audios. Además, un meme puede trascender en la misma imagen o video, pero añadiendo un texto propio.

a. Personalidad en redes sociales

La personalidad de una marca u organización en las redes sociales se refiere a las características o rasgos humanos de personalidad que los usuarios o seguidores le atribuyen a organizaciones y marcas al interactuar con ellas. Así, los usuarios eligen a las marcas u organizaciones a seguir, de la misma manera en que prefieren a los individuos a su alrededor, como los amigos o familia; en otras palabras, humanizan a las marcas otorgándole rasgos similares a los de las personas. En este sentido, cuanto más el consumidor perciba un asentimiento entre su personalidad y la personalidad de la marca u organización, más valor y aceptación de la marca será.

De la misma forma, Aaker (2014) citado en Noriega et,al. (2020) destaca que la personalidad de marca es un conjunto de asociaciones que el estratega o especialista de comunicación aspira crear o mantener para una marca u organización, representando

una dirección de la marca, lo que implica una promesa de los miembros de la marca u organización a los clientes. Así, la personalidad ayudará a construir la relación entre ellos y el cliente, creando una propuesta de valor relacionada con los beneficios funcionales, emocionales o la autoexpresión.

Por otro lado, la personalidad de una marca u organización dentro de las redes sociales no es algo que se pueda elegir, se tiene que descubrir y considerar cuál se adapta adecuadamente a los valores y en consecuencia a la razón de ser de la marca u organización, para transmitirlos a través del contenido y las acciones que se realizan en la red, creando así una historia que permita mantener una comunicación sólida con sus seguidores.

b. Tono en redes sociales

Elegir el tono y el estilo de las comunicaciones debe ser una de las principales prioridades de cualquier administrador de una comunidad en redes sociales. El tono dependerá del canal y del público en particular. Incluso lo ideal en redes sociales es que la marca se comunique con el mismo tono de su público, para llamar más la atención de este. Sin embargo, de manera excepcional hay marcas u organizaciones que, por su propia identidad, deben mantener un cierto nivel de profesionalidad que no permite un estilo más directo y un tono más lúdico.

La Universidad de Almería (2020) explica en el interior de su manual institucional de uso y estilos en las redes sociales, que el tono de comunicación en las redes sociales hace referencia a «cómo se comunica», para así a tener en consideración el tipo de estilo para la redacción del contenido y mensaje que se debe publicar, por tanto, se plantean distintos tonos de comunicación en redes sociales, tales como:

Cercano: este tipo de tono utiliza un lenguaje amical que busca incrementar el sentimiento de cercanía en los usuarios. Por tanto, se manifiesta en segunda persona (por ejemplo, te recomendamos que escuches este interesante podcast de...)

Emocional: este tono tiene la finalidad de constituir un vínculo con el usuario. Para ello, se recomienda emplear palabras que involucren cercanía con el usuario y así, los seguidores se sentirán identificados, estos mensajes deben despertar júbilo, seguridad, empatía, entre otros similares.

Corporativo o formal: el contenido y tono que se emplea es de carácter informativo, este tipo de tono es recomendado emplear en redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter, esta información puede implicar diversos temas de distintos ámbitos, desde académicos a culturales.

Informal o coloquial: Se caracteriza por un aporte muy personal al mensaje e incluso añadir un poco de humor, demuestra empatía y entretenimiento para la audiencia. Este tipo de tono se recomienda utilizar en mensajes cuyo propósito es interactuar en igualdad de condiciones con los usuarios y proporcionar a la organización una imagen más humana.

Demostrativo: este tono se orienta a mensajes de orientación, brindar una explicación detallada de lo que se desea transmitir, se basa en generar confianza en los temas que se difunden para la audiencia.

2.3.3.2. Comunidad en red

Una comunidad red o comunidad virtual hace referencia a las personas que tienen un contacto o determinada preferencia a un contenido en internet, demostrando valores e intereses comunes.

Serri (2018) manifiesta que las comunidades virtuales que se desarrollan en la web, crean sociabilidad y relaciones entre sus miembros porque las plataformas digitales ayudan a trascender los límites físicos, permitiendo que personas con intereses similares se conecten y formen relaciones. La armonía social es menos común en entornos tradicionales y materiales, y cada vez surgen más relaciones interpersonales sin vínculos materiales, pero con intereses comunes.

En ese sentido, las comunidades en redes sociales son capaces de producir un escenario de contagio emocional que se genera entre personas con interés comunes, es decir el contenido compartido tiene un efecto positivo o negativo en la comunidad, lo que demuestra que un componente emocional también suele estar presente en estos contextos. Asimismo, otro aspecto sugerente y en crecimiento, es el uso de internet por parte de los grupos sociales, que utilizan la red como medio de organización. Hay una transición de los movimientos sociales organizados en el entorno físico al entorno digital y las redes sociales están emergiendo como un importante medio de comunicación para este tipo de movimientos. Por otro lado, se debe considerar una forma de regular el comportamiento de las comunidades virtuales, como la definición de normas, restricciones y gestión de conflictos.

En este sentido, se hace referencia a los elementos que se consideran dentro de una comunidad en red:

Seguidor o Follower: es el usuario que se ha suscrito a los perfiles de otros usuarios dentro de las redes sociales. Los suscriptores reciben notificaciones de otros usuarios que van apareciendo en su línea de tiempo, que les permite publicar o responder. El número de seguidores es una medida de la popularidad o gestión de la

reputación. Desde el punto de vista del marketing, el número de seguidores es igual al alcance de la marca u organización. Sin embargo, esto solo es útil si cada seguidor es una persona real, es decir, que no con cuentas creadas con información falsa.

Like o me gusta: es una función incorporada en las redes sociales, que permite a los usuarios dar una retroalimentación positiva sobre cualquier tipo de contenido y así conectarse con lo que le interesa. La palabra «me gusta» es uno de esos símbolos en internet que se ha integrado en la forma en que las personas se comunican.

Comentarios: según la repercusión del contenido que se publique en el perfil de una red social, se adquirirán una cantidad de opiniones o comentarios, pueden ser a favor o en contra del contenido publicado.

Compartidos: es una opción en la publicación de las redes sociales que nos permite compartir un determinado contenido de otro usuario. Este contenido puede ser desde informativo hasta de entretenimiento.

Live: este formato permite realizar una transmisión en formato video en tiempo real desde una cuenta de usuario. Asimismo, permite que los seguidores del perfil que transmite, puedan comentar en tiempo real y sean correspondidos durante la transmisión.

Tras la transformación en los procesos de comunicación en consecuencia del avance tecnológico, se ha creado valor en las personas u organizaciones, teniendo presencia en las plataformas digitales de interés social, donde expresan su opinión de un determinado servicio, producto o experiencias percibidas de una organización o un medio.

2.4. DESEMPEÑO LABORAL

Hay varios aspectos que afectan los objetivos organizacionales e impactan en la productividad laboral, pero uno de los factores más importantes es el comportamiento de los colaboradores y la forma en que trabajan.

Robbins y Coulter (2000) sustentan que el desempeño es el proceso de medir la rentabilidad de una organización (o de un individuo) para lograr sus actividades y objetivos organizacionales. En ese sentido, el autor destaca la importancia de la voluntad y compartimiento personal de los colaboradores, así como el contexto donde desempeñe su labor será determinante en su rendición. Los determinantes del desempeño y la ejecución, en su centro de labores, no se sujetan sólo a la productividad lograda por el colaborador, sino que incluyen las destrezas y rasgos del mismo, la motivación hacia el trabajo y el tipo de voluntad que la persona cree esencial para realizar un buen trabajo.

Por otro lado, Robbins y Judge afirman que, en las instituciones y/o entidades, solo se evalúa la manera en que los colaboradores desempeñan sus actividades donde se especifica la descripción y perfil del trabajo, sin embargo, las instituciones modernas, menos jerárquicas y más encaminadas al servicio, requieren de más información sobre sus colaboradores para optar por un puesto (2013).

En las definiciones presentadas, se puede inferir que el desempeño laboral es el grado en que las personas logran en el trabajo o los resultados que alcanzan los trabajadores que les permite desarrollarse en el proceso de trabajo.

Además, las herramientas y servicios que ofrece la web presentan constantes actualizaciones, en ese sentido, es necesario que el profesional de las Comunicaciones,

independiente de su especialidad, sea Periodismo y/o Relaciones Públicas, demuestre habilidades en el manejo de las plataformas digitales; ello le permitirá tener ventaja competitiva en el desempeño laboral. Como menciona Ferrero (2016) «la clave del éxito institucional está en no darle la espalda a la web» (p.101).

El desempeño se refleja en las actividades que realizan en un ámbito laboral, dependiendo de cómo y qué motiva a los colaboradores de una organización. La motivación y un ambiente laboral con las suficientes herramientas para un desempeño óptimo ayuda a un rendimiento y comportamiento ideal de los colaboradores para cumplir las metas y objetivos.

2.4.1. Rendimiento

El rendimiento refiere a cómo el colaborador demuestra aptitudes personales y profesionales en su centro de labores, actuando como un sistema de conocimientos, capacidades, experiencias, emociones, estímulos y valores que contribuyen a conseguir resultados esperados, siendo correspondidos con las exigencias técnicas y productivas de la organización.

En ese sentido, Aliaga (2000) citado en Terán (2017) refiere que las organizaciones continúan transformando la manera de ver a sus colaboradores, pasando de ser solamente empleadores, a ser parte importante en las organizaciones.

Es de esta forma, que la manera administrativa de distinguir la capacidad de los recursos humanos ha evolucionado a una perspectiva considerablemente más proactiva, enfocando la administración de los recursos humanos al logro de la tarea y perspectiva de la organización.

D'Alessio (2002) manifiesta que el rendimiento es la caracterización, medición y administración del rendimiento de los colaboradores dentro de una organización. La evaluación por ende es una actividad encaminada al futuro de los colaboradores, como una información eficaz y de apoyo para manifestar a las áreas superiores la situación laboral, con la finalidad de modificar o replantear los objetivos del área y de la organización.

Es por esto que en las organizaciones se califica la efectividad de los colaboradores según los objetivos que logran o los resultados que generan. Por ello, el rendimiento influye en el cuánto, relacionándose con el logro de las metas y resultados personales como profesionales, de un área o de equipos corporativos. En lo que el funcionamiento incide en el cómo se realizan las cosas.

La organización debe asegurar correctas condiciones de trabajo, donde los colaboradores puedan ser calificados según su rendimiento según su puesto de trabajo, sabiendo en qué momento se necesita realizar correctivos adecuados.

a. Aspecto personal

Actualmente, las organizaciones no cuentan con herramientas necesarias para optimizar un rendimiento levemente menor o por abajo de la media implantada. No obstante, para que la compañía sea competitiva y exitosa en un mundo globalizado, la administración de sus colaboradores debería ser óptima en todo instante.

Por ello se debe considerar que el colaborador, asista a su centro de labores en las mejores condiciones emocionales y profesionales, para así evitar inconvenientes y resultados insustanciales en el puesto de trabajo. Así lo manifiesta Palací (2005), el aspecto personal se evidencia en el comportamiento y realización del trabajo de un

colaborador y del impacto de sus resultados, tanto de forma efectiva como negativa dentro de un lapso de tiempo.

A diferencia de Socorro (2006) citado en Pedraza et al. (2010) manifiesta que debe existir responsabilidad compartida, tanto del empleador como del colaborador o, el encargado de garantizar su desempeño positivo en el ambiente laboral, a medida que ambos garanticen un rendimiento óptimo en las actividades, servicios o productos que realicen o brinden. En ese sentido, si se consigue un grado de satisfacción, el colaborador podría ostentar a una mejor condición personal y profesional, ya que estaría cumpliendo varios deberes y después pasaría a escalar otros que le permitan continuar creciendo hasta conseguir superarse.

b. Aspecto profesional

El ámbito profesional de los colaboradores en relación a su ambiente laboral resulta esencial para su manejo y actualmente es uno de los puntos más relevantes que posibilita comprender la gestión de las organizaciones. Desde esta perspectiva, Espinoza & Pérez (2003) consolidan que la formación humana de manera íntegra es fundamental en la transformación del ser humano dentro de la sociedad entre otros actores relacionados en su entorno.

Las profesiones y especialidades de cada uno de los ámbitos del intelecto ocupan un espacio importante en la sociedad, puesto que aportan bienes y servicios se necesitan. Su funcionamiento y actuación permanecen constantemente en la mira de los sectores, grupales y personales (a nivel local, regional, nacional e internacional). La formación profesional es parte intrínseca de la vida y de los proyectos de que se trazan

las personas. Constituye, además, una competencia profesional, lo cual los individuos tienen mejor posibilidad de comparar sus atributos profesionales.

La multimedialidad de los medios de comunicación online no se limita solamente a criterios periodísticos, sino a las tácticas de los medios en la red, con la intención de captar más audiencia y crear más tráfico a sus respectivas redes sociales. Además, ha incidido en la tarea de los especialistas en la comunicación, teniendo la necesidad de desarrollar nuevas capacidades asociadas con la imagen: hacer fotografías, filmar y editar videos, entre otros.

Así también, lo manifiesta Calvo (2011) para comprender los procesos del mundo virtual que anteriormente resultaban complejos, la internet brinda el apoyo suficiente para acceder y/o compartir cantidad de información; de televisión a dispositivos móviles y viceversa. Estos recursos de multimedia, contribuyen ventajas en el ámbito laboral del profesional de las comunicaciones, así como al usuario que recibe determinada información, por lo tanto, ambos permanecen comprometidos a las tendencias tecnológicas.

En la actualidad, este avance tecnológico se ve reflejado en la posibilidad de escuchar radio, ver televisión y leer noticias, desde nuestro computador u otro dispositivo móvil y de manera simultánea a partir de medios locales hasta internacionales, en ese sentido, la posibilidad de mencionar que los medios de comunicación continuaran accediendo a diversos cambios es real, porque cada vez se integra un público más interactivo y exigente que demanda nuevas posibilidades de recibir información.

2.4.2. Competencias

Las competencias de un profesional posibilitan un desempeño satisfactorio en su centro de labores, estas competencias son constituidas por la capacidad de identificar ámbitos de referencia para tomar decisiones acertadas y demostrar actitudes, habilidades y valores que requiere el profesional.

Asimismo, Escobar (2005) asevera que el ser humano está conformado por experiencias (que forman parte del camino para desarrollar las competencias), estas se adquieren en el transcurso del desarrollo profesional de la persona. Sin embargo, durante este proceso, cada individuo participa de manera activa en su propia formación, aprovechando al máximo estas experiencias, que son necesarias no solo para desarrollar las habilidades existentes, sino también para adquirir nuevas. Finalmente, enfatiza en el papel importante de la organización para la creación de condiciones favorables y posterior efectividad del proceso.

El crecimiento profesional que llevó al desarrollo de la profesión de las comunicaciones, hoy se enfoca en aprovechar diversas oportunidades, tanto tecnológicas, políticas y económicas, con un nuevo conjunto de habilidades para el perfil profesional de las relaciones públicas, periodismo u otra especialidad.

Por otro lado, la formación de un relacionista público según Lattuada (2011) citado en Trincherro (2016), con respecto a la competencia existente en el mercado laboral es importante que un profesional de las comunicaciones debe continuar su preparación de manera constante. Y que ineludiblemente, se debe profundizar más que nunca en el desarrollo de habilidades relacionadas a la creatividad, innovación, proactividad y la capacidad de resolución de problemas.

Las competencias laborales asumen el desarrollo de habilidades básicas. Estas habilidades son las que cada individuo necesita adquirir al estar presente en diferentes áreas sociales desde la familia hasta la comunidad y compartir el tiempo libre en eventos culturales. Además, forman una similitud progresiva porque dependen de ellos para la capacidad de desarrollarse, profundizarse y designarse como mejores métodos para su progreso laboral.

a. Capacidades

Las competencias laborales involucran el progreso de habilidades y destrezas para efectuar actividades que demandan conocimientos que ayudan a lograr metas individuales y grupales. Estas competencias son proporcionadas por las capacidades que están relacionadas con el desarrollo social y personal. Por lo tanto, las competencias son una expresión de las capacidades heredadas, a nivel biológico y la psicosocial.

Asimismo, Borrus, M. y Zysman (1997) citado en Cardona (2005) manifiestan que el desarrollo de capacidades no solo está impulsado por los requisitos de habilidades en el puesto de trabajo, sino también por las necesidades humanas relacionadas con la socialización y la personalización desde una perspectiva cultural y política.

Se entiende como capacidad a las cualidades que una persona va desarrollando en el transcurso de su vida personal y profesional, solo el propio individuo tiene la voluntad de iniciar y evolucionar esas cualidades, ya sean intelectuales o personales. En ese sentido, la capacidad laboral es un conjunto de cualidades y capacidades potenciales de un individuo para formarse y estar dispuesto a realizar una determinada actividad en función a su puesto laboral.

b. Habilidades

El manejo de herramientas virtuales se ha convertido en un factor importante en el desarrollo económico de los países, especialmente en el sector empresarial y a nivel estatal, cuya implementación y uso desarrolla la competitividad, teniendo efectos positivos tanto para el colaborador como la para organización.

Por su parte, Gontero et al. (2019) manifiesta que la habilidad es un conjunto de aspectos económicos, sociales y psicológicos, sin embargo, en el ámbito laboral se diferencia que no es suficiente contar con conocimientos o la capacitación adecuada para cumplir con una determinada tarea, sino tener la capacidad de manejar ese conocimiento para responder a situaciones peculiares y la resolución de posibles problemas que se presenten.

Asimismo, Gontero et al. (2019) refiere que existen diversos tipos de habilidades, según su clasificación, cada habilidad puede ser perfeccionada en el tiempo, de acuerdo a las características psicológicas del individuo. En su mayoría, estas habilidades se adquieren durante la niñez, pero pueden ser consolidadas durante la vida adulta, es decir, que las habilidades son la capacidad de efectuar una tarea o actividad con destreza y aptitud, en correspondencia a la capacidad inherente del ser humano, se puede inferir que una persona está calificada cuando realiza con éxito una actividad en virtud de su competencia, la cual ha sido obtenida con la práctica y utilizando su propia metodología o técnica.

2.4.3. Puesto de trabajo

Se entiende como puesto de trabajo aquel que define el perfil del colaborador y su actividad a realizar, esto sugiere a las cualidades y características solicitadas para una

determinada actividad. Tal como refiere Bilbao (2000) «el puesto de trabajo se entiende como una compleja estructura que tiene múltiples dimensiones. Unas lo colocan en un contexto coordinado con otros puestos de trabajo» (p.72). Estas características apuntan al cumplimiento de la razón de ser de la organización, donde se manifiestan otros niveles de cualificación, demostrando cambios visibles.

El surgimiento y expansión de los medios digitales en los últimos años cambiaron el concepto de la comunicación y el ejercicio laboral del comunicador. Por ello, se apertura nuevas oportunidades laborales para los profesionales de la comunicación. En estos últimos años continúan apareciendo nuevos puestos de trabajo, desde gestores de redes sociales hasta editores audiovisuales, que hace años atrás se desconocía su labor.

En la actualidad, la comunicación ocupa una posición central en la sociedad, por ello es importante que el profesional de las comunicaciones tenga el deber de conocer las áreas de labor profesional y poder reformular sus destrezas. El comunicador social de la especialidad de Periodismo y Relaciones Públicas actualmente se desempeña en diferentes ámbitos, explora varias formas de ejercer su profesión a través de diferentes ocupaciones que realiza.

a. Crecimiento profesional

La experiencia y el conocimiento son considerados aspectos claves para el éxito profesional, pero las competencias y las habilidades emocionales son fundamentales para un sólido crecimiento profesional.

Zalba & Bustos (2001) citado en Bohórquez (2013) enfatizan que quienes desempeñan el papel profesional de comunicador social, así como quienes han sido

capacitados en estas áreas, deben conocer el tipo de profesional que exige el mercado laboral.

El profesional tiene que ser competente para afrontar y solucionar circunstancias típicas de su campo; asimismo, debe considerar hacer uso de los medios tecnológicos, y, por otro lado, demostrar capacidad de enfrentarse a escenarios políticos, sociales y culturales. No solo como mediador o escritor, ni como gestor, sino como un profesional capaz de observar, interpretar, gestionar, planificar y ejecutar, con idoneidad y experiencia, en los diversos contextos requeridos.

El crecimiento profesional es un proceso cuya esencia se centra en descubrir y desarrollar aptitudes humanas para una vida productiva y satisfactoria. Por otra parte, el crecimiento profesional también deriva a un proceso de tipo educativo, es decir, orientado a alcanzar nuevos conocimientos y destrezas necesarias para desempeñarse de manera óptima en el mercado laboral.

En ese sentido, esta actividad tiene como objetivo, desarrollar las competencias laborales de los profesionales para su inserción, reinserción y actualización en un mundo laboral competitivo. El constante avance de las competencias profesionales en el ámbito laboral, especialmente en la especialidad de las comunicaciones, ha sufrido y sufre cambios vertiginosos a causa de la tecnología y la globalización, por ende, es recomendable que los profesionales de la comunicación mantengan una actitud constante y activa en relación a su formación y crecimiento profesional.

b. Proactividad

En un ámbito laboral, la conducta personal juega un papel significativo en el logro del éxito profesional, por lo que los profesionales de la comunicación deben

desarrollar actitudes, habilidades y competencias específicas, para consolidar una toma de decisión con una conducta proactiva en términos de productividad y rendimiento en su puesto de trabajo.

Asimismo, Francke (2013) citado en Abanto & Santillan (2019) manifiesta que la proactividad es una variable determinante para perdurar y competir en un entorno profesional y en constante cambio. Las organizaciones están en la búsqueda de profesionales que sean flexibles para adaptarse ante cualquier situación y que sepan cómo manejarla. Un gran ejemplo de proactividad son los microempresarios y las personas emprendedoras, al adaptarse al ritmo del mercado de manera exitosa.

Por lo expuesto, la proactividad tiene como eje principal mejorar no solo la eficiencia del trabajo, sino también el entorno donde se logran los objetivos individuales, de equipo y organizacionales. La proactividad se basa en optimizar el desempeño individual con la finalidad de potenciar el desempeño en equipo, que finalmente se manifiesta en resultados positivos para sus objetivos y la organización, es decir, la proactividad implica 3 esencias importantes, el colaborador, su entorno y la organización.

En ese sentido, los profesionales de la comunicación social deben estar atentos y prepararse para los cambios. Existe una amplia oferta de formación educativa a nivel virtual y presencial, sobre especialidades y disciplinas complementarias de la profesión, desde cursos y grado de posgrado. En otras palabras, ante la diversa y compleja competencia de puestos de trabajo, la preparación constante y frecuente son una opción. Sin embargo, tener la voluntad de prepararse y asumir nuevos retos, es parte del camino profesional.

2.5. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS

✓ **Relaciones públicas**

La fundación para la Educación e Investigación de las Relaciones públicas, citado en Rojas (2008) manifiesta que «las relaciones públicas son una función directiva específica que ayuda a establecer y a mantener líneas de comunicación, comprensión y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos» (p.38).

✓ **Periodismo**

Real et al. (2007) consideran al periodismo como «una clase de comunicación colectiva, de índole informativo y opinativo, que responde a una clara función social: la necesidad que todo hombre tiene de estar informado y de saber cuánto ocurre, se idea y opina en el mundo» (p.193).

✓ **Multimedialidad**

Abadal & Guallar citado en Ruiz et al. (2010) manifiesta que la multimedialidad es manifestada a través del uso en forma conjunta a las formas de la comunicación, por lo tanto, implica audio, imagen, video y texto, en un mismo contexto. Asimismo, consideran que «la multimedialidad es una de las características fundamentales de la prensa digital» (p.2).

✓ **Web 3.0**

Hernández & Küster (2013) la web 3.0 brinda mayor significado a cualquier usuario que busque encontrar la respuesta a sus inquietudes es más rápido y fácil porque le brinda información más precisa sobre lo que está navegando.

✓ **Conectividad de múltiples dispositivos**

Lévy (1993) sostiene que la conectividad «consiste en su totalidad a los dispositivos físicos que admiten interactuar entre el mundo digital de la información y comunicaciones con el mundo en general» (p.3).

✓ **Base de datos**

La base de datos es una colección o almacén de datos. Estos conjuntos de datos están relacionados lógicamente entre sí, tienen definiciones, descripciones en común y están estructurados de manera definida.

✓ **Redes sociales**

Gandasegui (2011) sostiene que las redes sociales se están presentando como una alternativa a los medios tradicionales de comunicación.

✓ **Desempeño laboral**

El desempeño laboral es el valor que los colaboradores quieren aportar a una organización a través de diferentes eventos de comportamiento que ocurren durante un período de tiempo (Palací Descals, 2005).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Tipo de investigación

El presente estudio según su finalidad es una investigación pura o básica, puesto que se pretende ampliar los conocimientos acerca del uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación. Asimismo, según el manejo de datos, se trabajó con una investigación de tipo cuantitativa, ya que se pretende probar e interpretar la hipótesis con base al análisis estadístico.

3.1.2. Nivel de investigación

Conforme a los propósitos de la presente investigación, se trabajó el nivel relacional, cuya finalidad es determinar el grado de relación existente entre dos o más variables, conocer el comportamiento de una variable a través del comportamiento de otras.

3.1.3. Diseño de investigación

La presente investigación trabajó con el diseño no experimental, puesto que se proyecta realizar la recopilación de datos sin manipulación intencional de las variables. Asimismo, la investigación es de tipo transversal, ya que la recopilación de los datos se dará en un solo momento, como menciona Liu, 2008 y Tucker, 2004, citado por Hernández et al. (2017) «Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado» (p.154).

3.2. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES
WEB 3.0	Hernández & Küster (2013) mencionan que esta web está proporcionada para brindar mayor significado a cualquier usuario que busque localizar respuestas a sus inquietudes de manera acelerada y fácil, debido a que brinda un mejor desarrollo de información definido de acuerdo a su exploración, gracias a que brinda información mejor	La web 3.0 se ve relacionada al concepto de caracterización personalizada al ofrecer un flujo de información y de contenidos oportunos a nuestros gustos y preferencias, debido a su interfaz que registra toda nuestra actividad en la red; a través de la conectividad de múltiples dispositivos, base de	Conectividad de múltiples dispositivos	Uso de smartphone	<p>Tiene a disposición un smartphone</p> <p>Descarga y accede a los aplicativos de su smartphone para cumplir sus funciones como profesional.</p> <p>Utiliza su smartphone para acceder desde su computador (por ejemplo, whatsapp web, google mensajes ,entre otros).</p> <p>Considera a su smartphone como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.</p>
				Uso de la computadora	<p>Tiene a disposición un computador de múltiples funciones.</p> <p>Descarga y accede a plugin o extensiones para mejorar sus funciones profesionales en su computador. (Por ejemplo, Adobe reader, lector de pdf, extensiones para buscador, entre otros)</p> <p>Vincula las cuentas de su computador para tener acceso desde su smartphone. (por ejemplo, cuentas de Google y/o cuentas de Microsoft)</p> <p>Considera a su computador como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.</p>

definida sobre lo que se explore.	datos y las redes sociales, con el propósito de que la información y las herramientas de internet sean accesibles a todos sin importar el dispositivo al que nos conectemos. La web 3.0 busca versatilidad y flexibilidad superando las barreras de estructura y formato.	Base de datos	Variabilidad de datos almacenados	La organización donde labora aplica instrumentos virtuales para obtener información. (Por ejemplo, formularios, encuestas, entre otros).
			Clasificación de datos según su contenido	La información obtenida virtualmente, es almacenada en: una nube virtual. (Google Drive, Dropbox, Mega, MediaFire, entre otros). Siendo actualizadas en las páginas de almacenamiento.
		Redes sociales	Comunicación en red	Clasifica la información de sus actividades o campañas profesionales en una base de datos virtual.
			Comunidad en red	Mantiene un archivo actualizado sobre los públicos con relación a los productos/servicios de su organización.
				En las redes sociales de su organización se emplea personalidad y tono dentro de las comunicaciones que sostiene.
				En las redes sociales de su organización comparte e interactúa con informaciones que incluyen formatos variados, como: texto, video, imagen, sonido, fotografía. Asimismo, utiliza elementos sustitutos, como: emoticones, memes, stickers.
				Considera relevante la cantidad de seguidores, likes, comentarios y compartidos en las redes sociales de su organización.
				La comunidad de seguidores en las redes sociales reconocen la credibilidad de los contenidos que publica su organización.
				Realiza actividades virtuales a través de las plataformas sociales de su organización con la participación de su comunidad de seguidores.

DESEMPEÑO LABORAL	Robbins y Coulter (2000), sustentan que el desempeño es el proceso de medir la rentabilidad de una organización (o de un individuo) para lograr sus actividades y objetivos organizacionales. La voluntad, compartimiento personal de los colaboradores y el contexto donde desempeñe su labor será determinante en su rendición. La ejecución en su centro de labores, no se sujeta solo a la productividad lograda por el colaborador, sino que incluyen las destrezas y rasgos del mismo, la motivación hacia el trabajo, y el tipo de voluntad que la persona cree esencial para realizar un buen trabajo.	Las herramientas y servicios que ofrece la web presentan constantes actualizaciones, por eso es necesario que el profesional de las Comunicaciones en la especialidad de Periodismo y Relaciones Públicas, demuestre rendimiento y competencias en su puesto, así como habilidades en el manejo de las plataformas digitales; ello le permitirá tener ventaja competitiva en el desempeño laboral.	Rendimiento	Aspecto personal	La organización le proporciona oportunidades para mejorar su desempeño en el uso de la web 3.0. Reconoce las fortalezas y debilidades frente a sus competencias tecnológicas en el uso de la web 3.0 para el logro de los objetivos de su organización.
				Aspecto profesional	Ejecuta actividades y funciones profesionales con el uso de la web 3.0. Sugiere alternativas tecnológicas en el uso de la web 3.0 para corregir errores para obtener mejores resultados.
			Competencias	Capacidades	Mantiene actitud proactiva para el logro de los objetivos del área de su función a través de la web 3.0. Acepta sugerencias para corregir errores y superarlos con apoyo del uso de la web 3.0.
				Habilidades	Trasmite de forma clara y oportuna la información a los públicos de su organización con el uso de la web 3.0 Maneja profesional y éticamente el acceso a: información, archivo de datos y aplicación de documentos.
			Puesto de trabajo	Crecimiento profesional	Investiga y se capacita de las tendencias tecnológicas en referencia al uso de la web 3.0. Se actualizan los software en la organización donde labora que le permitan mejorar sus funciones profesionales.
				Proactividad	Demuestra destreza, conocimientos y aplicación en el uso de la web 3.0. Sugiere mejoras en su desempeño laboral en función al uso de la web 3.0.

3.2.1. Relación variable, dimensiones e ítems

Se considera significativo precisar la relación que existe entre la variable, las dimensiones y los ítems trabajados en los instrumentos, de tal forma que se evidencie la relación de la variable con el número de ítems que incluye cada dimensión.

Tabla 2

Variable web 3.0: dimensiones – ítems

Variable	Dimensiones	Ítems
Web 3.0	Conectividad de múltiples dispositivos	1 - 8
	Base de datos	9 - 12
	Redes sociales	13 - 17

Tabla 3

Variable desempeño laboral: dimensiones – ítems

Variable	Dimensiones	Ítems
Desempeño laboral	Rendimiento	1 - 4
	Competencia	5 - 8
	Puesto de trabajo	9 -12

3.2.2. Escalas de valoración

Para comprobar el nivel alcanzado en cada una de las variables y dimensiones, se plantearon escalas de valoración que favoreció el análisis general de las variables en estudio. Las escalas de valoración implican los niveles de acuerdo al puntaje acumulado en el proceso de tabulación de respuestas de la muestra encuestada.

Tabla 4**Escala de valoración para la web 3.0**

Variable	Bajo	Medio	Alto
Web 3.0	46-58	59-71	72-85

Tabla 5**Escala de valoración para conectividad de múltiples dispositivos**

Variable	Bajo	Medio	Alto
Conectividad de múltiples dispositivos	22 - 27	28 - 33	34 - 40

Tabla 6**Escala de valoración para base de datos**

Variable	Bajo	Medio	Alto
Base de datos	6 - 10	11 - 15	16 - 21

Tabla 7**Escala de valoración para redes sociales**

Variable	Bajo	Medio	Alto
Redes sociales	8 - 13	14 - 19	20 - 26

Tabla 8**Escala de valoración para desempeño laboral**

Variable	Bajo	Medio	Alto
Desempeño laboral	21-33	34-46	47-60

Tabla 9***Escala de valoración para rendimiento***

Variable	Bajo	Medio	Alto
Rendimiento	5 - 9	10 - 14	15 - 20

Tabla 10***Escala de valoración para competencias***

Variable	Bajo	Medio	Alto
Competencias	7 - 10	11 - 14	15 - 19

Tabla 11***Escala de valoración para puesto de trabajo***

Variable	Bajo	Medio	Alto
Puesto de trabajo	8 - 11	12 - 15	16 - 20

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**3.3.1. Población**

La población de estudio fue constituida por egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG del periodo 2015-2019, sumando un total de 195 egresados, base de datos otorgada por la oficina de Dirección Académica de Actividades y Servicios Académicos (DASA).

3.3.2. Muestra

La muestra está conformada por 115 egresados; el cual representa el 58% de la población, esta muestra es de tipo probabilística, aleatorio simple; en ese sentido toda la población a estudiar tiene la misma posibilidad de formar parte de la muestra.

3.4. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Con respecto a la recolección de datos, se empleó la técnica de la encuesta, esta busca averiguar el juicio que asume determinado fragmento de la población sobre las variables de la investigación. El instrumento de aplicación para el recojo de información que se utilizó es el cuestionario, esta herramienta está compuesta por un conjunto de interrogantes formuladas de manera textual a determinadas personas que opinan sobre el tema de estudio, relacionada sobre las variables de investigación. Además, fue validado por juicio de expertos y se demostró su confiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach mediante la prueba piloto proporcionada.

3.4.2. Técnicas de procesamiento y presentación de datos

La información recolectada a través del cuestionario se procesó de manera sistemática con el programa SPSS versión 26, con el fin de facilitar los procesos estadísticos y lograr una precisión de los resultados.

3.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El análisis e interpretación de los datos fueron efectuados en congruencia a los resultados conseguidos en las técnicas anteriores. Asimismo, con la finalidad de comprobar las hipótesis se tomó en consideración el coeficiente de Correlación de Rho de Spearman, por ser una prueba no paramétrica.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo, se considera y discuten los resultados alcanzados durante el proceso de recolección de información.

4.1.1. Aplicación de coeficiente de Alfa de Cronbach

Con la finalidad de comprobar la confiabilidad de los instrumentos aplicados, se efectuó el coeficiente de Alfa de Cronbach, su estimación oscila entre 0 y 1.

Tabla 12

Escala de Alfa de Cronbach

Escala	Significado
-1 a 0	No es confiable
0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
0.50 a 0.69	Moderada confiabilidad
0.70 a 0.89	Fuerte confiabilidad
0.90 a 1.00	Alta confiabilidad

Nota: Valores determinados por el Alfa de Cronbach.

Según la tabla 12, se demuestra que los valores contiguos a 1 son considerados instrumentos de alta confiabilidad y si tiene aproximación a cero se interpreta que no es confiable.

Tabla 13

Prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach de instrumento de la variable web 3.0

Alfa de Cronbach	N de elementos
,931	17

Nota: Resultados de la estadística de fiabilidad

En la tabla 13, se demuestra que la prueba de coeficiente Alfa de Cronbach resultó 0,931 demostrando que el instrumento aplicado a la variable «web 3.0» es de alta confiabilidad.

Tabla 14

Prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach de instrumento de la variable desempeño laboral

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,935	12

Nota: Resultados de la estadística de fiabilidad

En la tabla 14, se evidencia que en la prueba de coeficiente Alfa de Cronbach resultó 0,935 demostrando que el instrumento de la variable «desempeño laboral» es de alta confiabilidad.

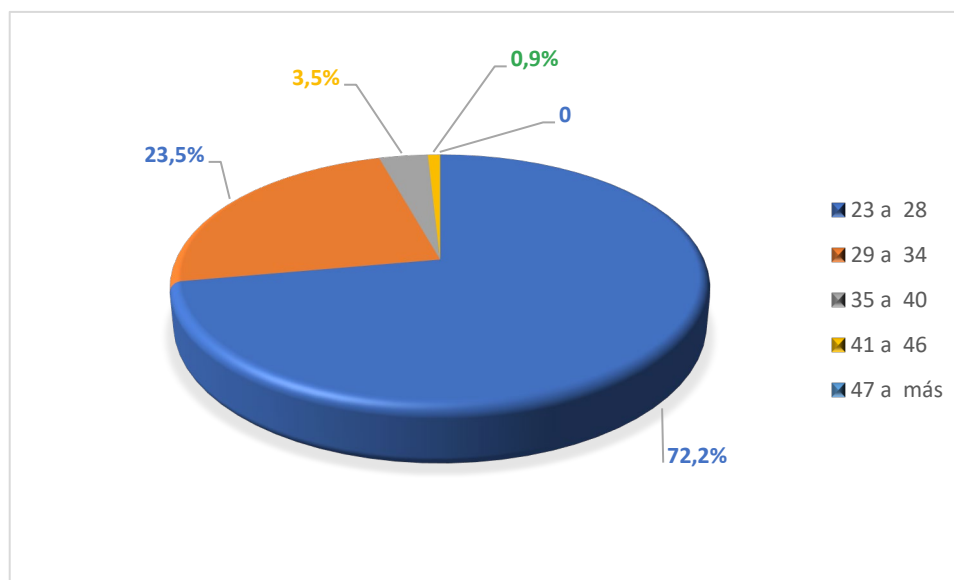
4.1.2 Datos generales

Tabla 15

Escala de edad de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
23 a 28	83	72,20	72,20
29 a 34	27	23,50	95,70
35 a 40	4	3,50	99,10
41 a 46	1	0,90	100,00
47 a más	0	0	
Total	115	100,00	

Nota: Datos obtenidos de la muestra encuestada

Figura 3**Edad de los encuestados**

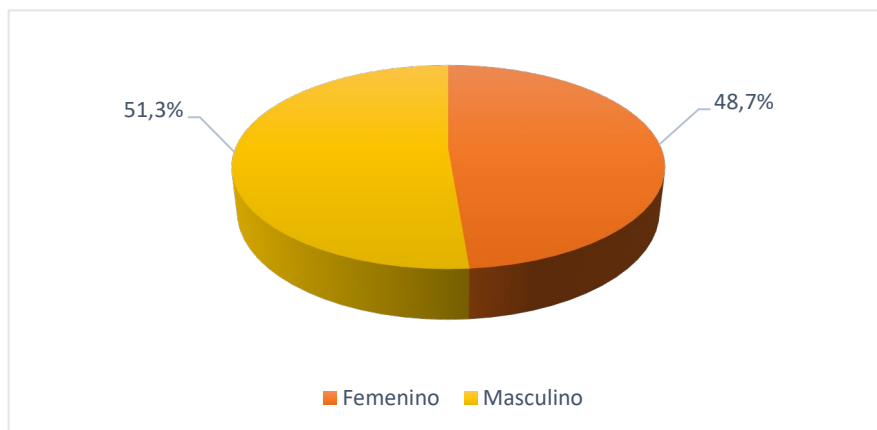
Nota: Gráfico de la Tabla 15.

Del 100 % de la muestra de egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, el 72, % está comprendido entre las edades de 23 a 28 años, el 23,5 % se encuentra entre los 29 a 34 años de edad, el 3.5 % está entre los 35 a 40 años de edad y el 0,9 % se encuentra entre los 41 a 46 años de edad. Como se puede apreciar, se trata de personas jóvenes y adultas que integran la muestra.

Tabla 16**Género de los encuestados**

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Femenino	56	48,70	48,70
Masculino	59	51,30	100,00
Total	115	100,00	

Nota: Datos obtenidos de la muestra encuestada

Figura 4*Género de los encuestados*

Nota: Gráfico de la Tabla 16.

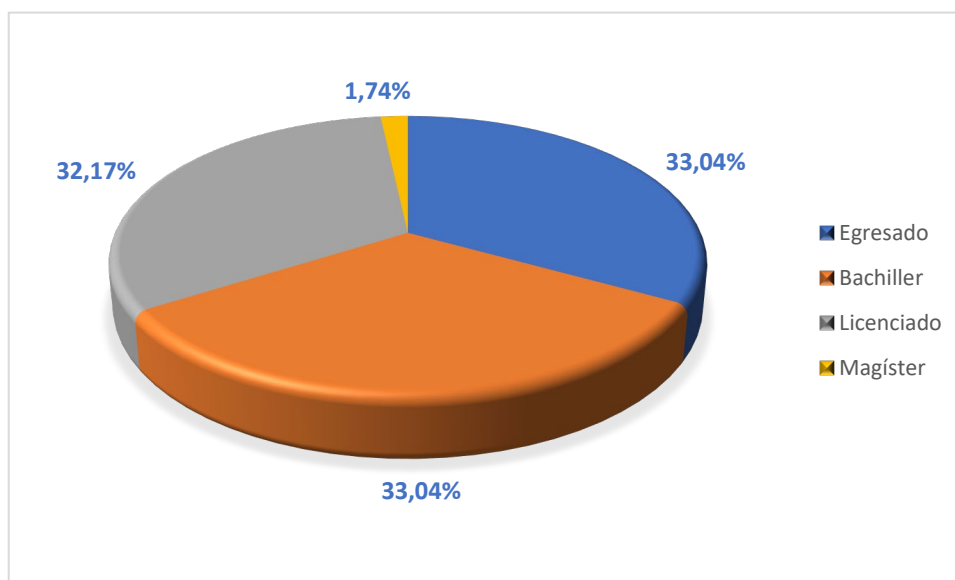
Análisis e interpretación

Del 100 % de la muestra de egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, el 48,70 % son de género femenino y el 51,30 % representa al género masculino.

Tabla 17**Título y grado académico de encuestados**

Título/Grado Académico	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Egresado	38	33,04	33,04
Bachiller	38	33,04	66,09
Licenciado	37	32,17	98,26
Magíster	2	1,74	100,00
Total	115	100,00	

Nota: Datos obtenidos de la muestra encuestada

Figura 5*Título y grado académico de encuestados*

Nota: Gráfico de la Tabla 17.

Análisis e interpretación

Del 100 % de la muestra de egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, existe similitud en la cantidad de egresados y bachilleres (33,04%), mientras otro porcentaje similar (32,17%) se encuentran los licenciados encuestados y apenas un 1,74% se encuentran los encuestados con grado académico de Magíster.

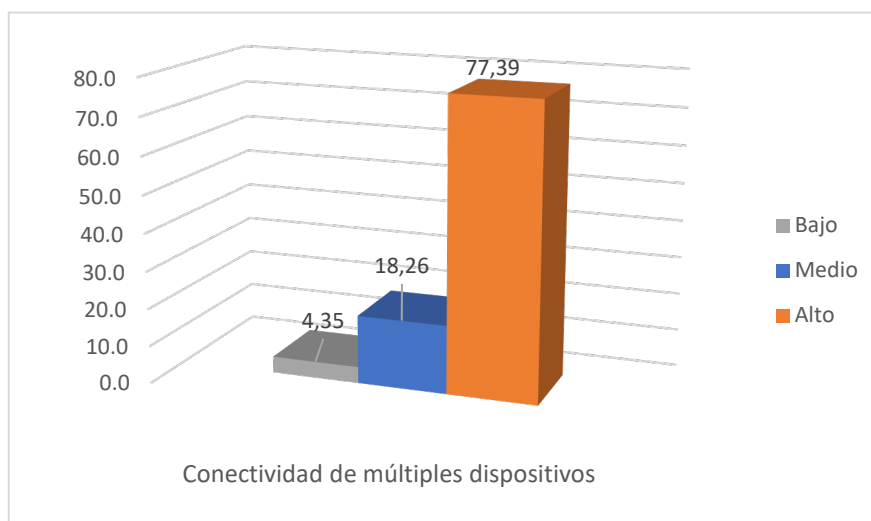
4.1.3. Análisis de los ítems de la variable Web 3.0

Tabla 18*Escala de nivel del uso de conectividad de múltiples dispositivos*

Niveles	n	%	Porcentaje acumulado
Bajo	5	4,35	4,35
Medio	21	18,26	22,61
Alto	89	77,39	100,00
Total	115	100,00	

Figura 6

Nivel del uso de conectividad de múltiples dispositivos



Nota: Gráfico de la Tabla 18.

En la Tabla 18, se observa información sobre el nivel del uso de la conectividad de múltiples dispositivos en cuanto a la variable web 3.0, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

En esta tabla, se demuestra que la mayoría (77,39 %) de egresados se encuentran en un nivel alto en la dimensión Conectividad de múltiples dispositivos correspondiente a la variable web 3.0, mientras un 18,26% se encuentra en un nivel medio y una minoría (4,35 %) en un nivel bajo.

Con base en esta información, se considera que la mayoría de los egresados presentan un nivel alto en cuanto al uso del smartphone y el computador, indicadores de la presente dimensión. Esto se debe a que, en sus funciones como profesionales tienen a disposición estas herramientas, aprovechando de manera adecuada los beneficios de su

aplicación, a diferencia de la minoría de egresados, que pocas veces accede a estas herramientas en su desempeño laboral.

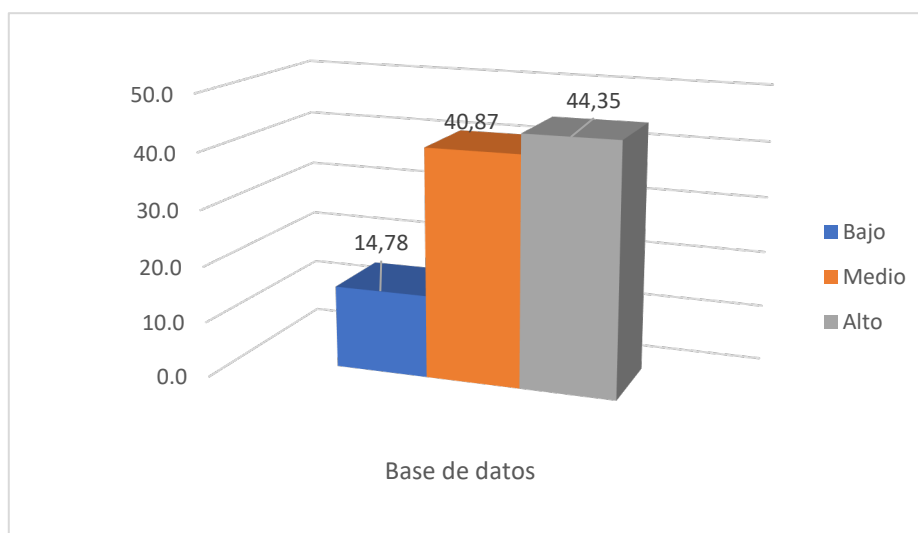
Tabla 19

Nivel del uso de la base de datos

Niveles	n	%	Porcentaje acumulado
Bajo	17	14,78	14,78
Medio	47	40,87	55,65
Alto	51	44,35	100,00
Total	115	100,00	

Figura 7

Nivel del uso de la base de datos



Nota: Gráfico de la Tabla 19.

En la Tabla 19, se observa información sobre el nivel del uso de base de datos en cuanto a la variable web 3.0, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la

Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

En esta tabla, se aprecia que un 14,78% de los egresados presentan un nivel bajo sobre el uso de la base de datos, mientras más de la mitad de los egresados (40,87% y 44, 35%), se ubican en un nivel medio y alto respectivamente.

Con esta información, se puede considerar que la mayoría de los egresados presentan un nivel alto en cuanto al uso de base de datos en sus funciones laborales. Esto quiere decir que los egresados, aplican instrumentos virtuales con la finalidad de obtener información para posteriormente clasificarlos y almacenarlos en una nube virtual, manteniendo actualizada su propia base de datos.

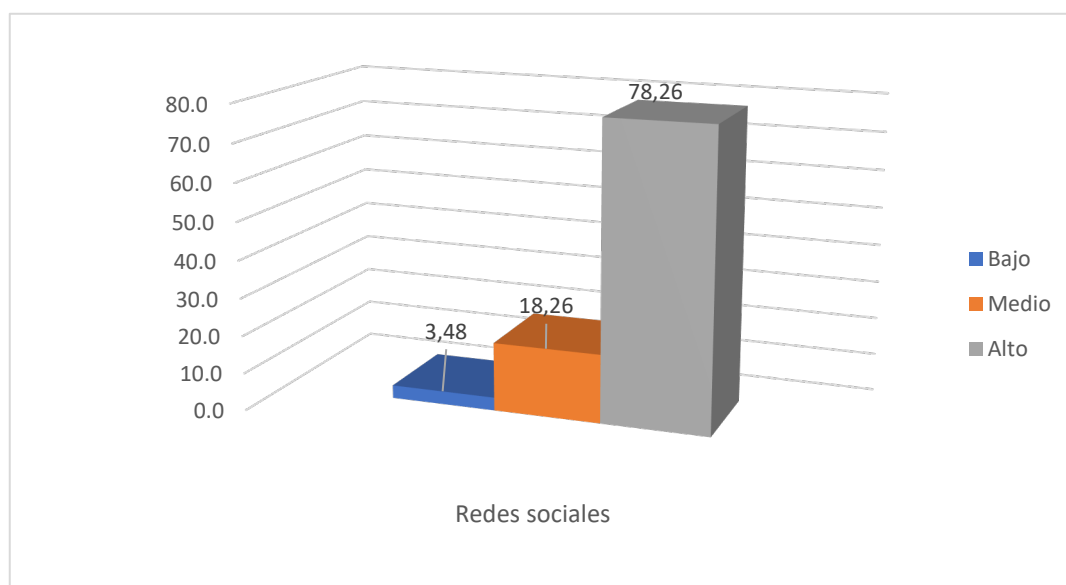
Tabla 20

Nivel del uso de las redes sociales

Niveles	n	%	Porcentaje acumulado
Bajo	4	3,48	3,48
Medio	21	18,26	21,74
Alto	90	78,26	100,00
Total	115	100,00	

Figura 8

Nivel del uso de las redes sociales



Nota: Gráfico de la Tabla 20.

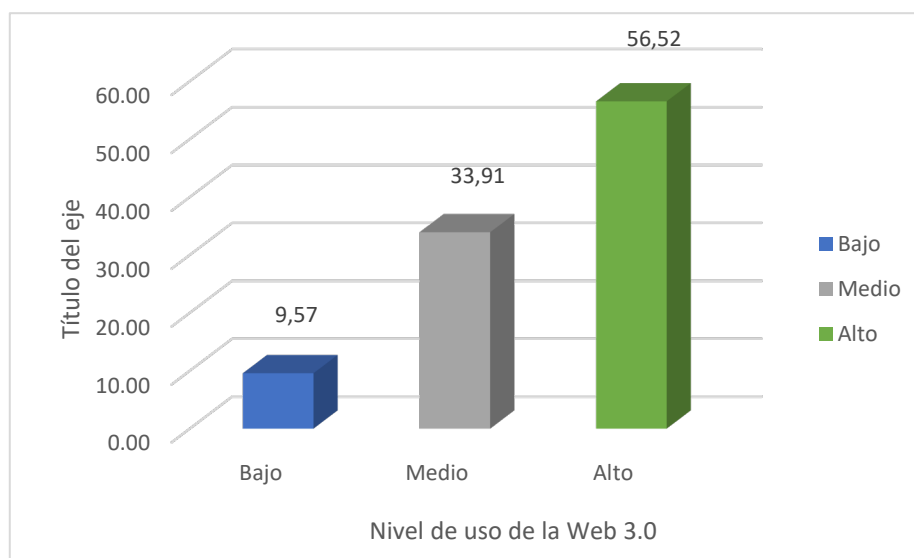
En la tabla 20, se presenta información sobre el nivel del uso de redes sociales en cuanto a la variable web 3.0, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

En la mencionada tabla, se observa que apenas un 3,48% de los egresados se encuentra en un nivel bajo en cuanto al uso de las redes sociales, mientras un 18,26% se encuentran en un nivel medio y más de la mitad (78,26%) en un nivel alto.

De acuerdo con esta información, la mayoría de los egresados presenta un nivel alto en el uso de las redes sociales. Esto quiere decir, que los egresados manejan un buen nivel en la aplicación de las nuevas formas de comunicación en las redes sociales, además reconocen la importancia de trabajar el contenido de sus redes para generar credibilidad en su comunidad en red.

Tabla 21**Nivel de uso de la web 3.0**

Niveles	n	%	Porcentaje acumulado
Bajo	11	9,57	9,57
Medio	39	33,91	43,48
Alto	65	56,52	100,00
Total	115	100,00	

Figura 9**Nivel de uso de la web 3.0**

Nota: Gráfico de la Tabla 21.

En la tabla 21, se presenta información sobre el nivel de uso de la web 3.0, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

En la mencionada tabla, se observa que apenas un 9,57% de los egresados se encuentra en un nivel bajo en cuanto al uso de la web 3.0, mientras un 33,91% se encuentran en un nivel medio y más de la mitad (56,52%) en un nivel alto.

De acuerdo con esta información, la mayoría de los egresados presenta un nivel alto en el uso de la web 3.0. Esto quiere decir, que los egresados manejan un buen nivel en cuanto a la aplicación de la conectividad de múltiples dispositivos, el uso de base de datos y el manejo de redes sociales en función a su desempeño laboral.

4.1.4. Análisis de la variable Desempeño laboral

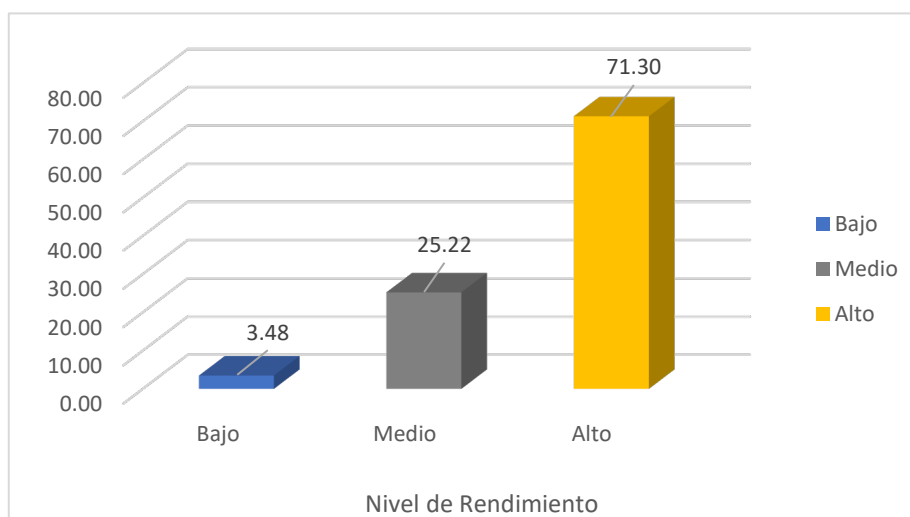
Tabla 22

Escala de nivel de rendimiento

Niveles	n	%	Porcentaje acumulado
Bajo	4	3,48	3,48
Medio	29	25,22	28,70
Alto	82	71,30	100,00
Total	115	100,00	

Figura 10

Nivel del rendimiento



Nota: Gráfico de la Tabla 22.

En la tabla 22, se presenta información sobre el nivel del rendimiento en cuanto a la variable desempeño laboral, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

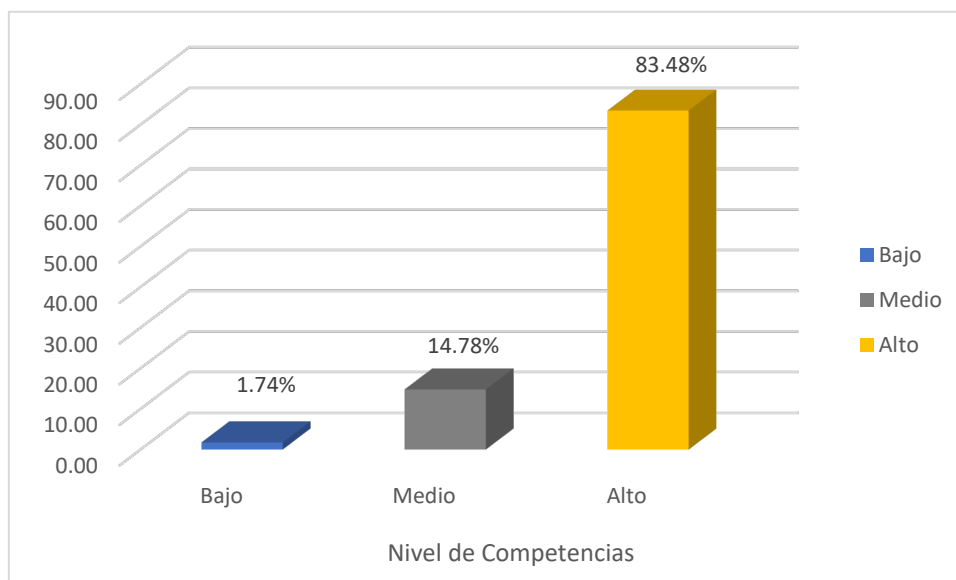
En la mencionada tabla, se observa que apenas un 3,48% de los egresados se encuentra en un nivel bajo, mientras un 25,22% se encuentran en un nivel medio y más de la mitad (71,30%) en un nivel alto.

De acuerdo con esta información, la mayoría de los egresados presenta un nivel alto en su rendimiento de su desempeño laboral gracias a la web 3.0. Esto quiere decir, que los egresados ejecutan actividades y funciones profesionales con el uso de la web 3.0, además su centro de labores le proporciona oportunidades de mejora en su desempeño con el uso de la web 3.0.

Tabla 23

Nivel de competencias

Niveles	N	%	Porcentaje acumulado
Bajo	2	1,74	1,74
Medio	17	14,78	16,52
Alto	96	83,48	100,00
Total	115	100,00	

Figura 11*Nivel de competencias*

Nota: Gráfico de la Tabla 23.

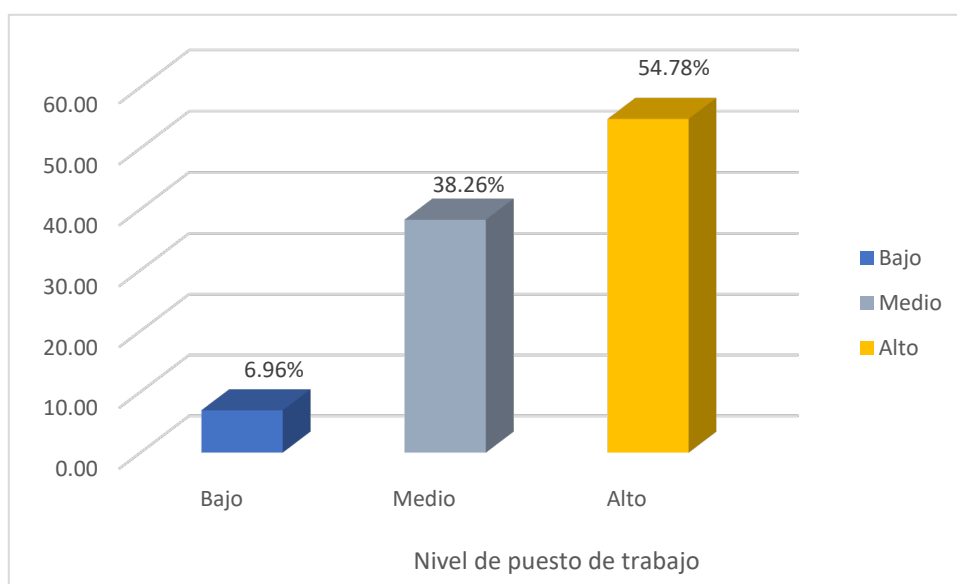
En la tabla 23, se presenta información sobre el nivel de competencias en cuanto a la variable desempeño laboral, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

En esta tabla, se observa que apenas un 1,74% de los egresados se encuentra en un nivel bajo en cuanto al uso de las redes sociales, mientras un 14,78% se encuentran en un nivel medio y más de la mitad (83,48%) en un nivel alto.

De acuerdo con esta información, la mayoría de los egresados presenta un nivel alto en sus competencias con respecto a su desempeño laboral. Esto quiere decir, que los egresados mantienen una actitud proactiva frente a las características que ofrece la web 3.0, demostrando sus capacidades y habilidades de manera profesional y ética frente a sus funciones profesionales.

Tabla 24**Puesto de trabajo**

Niveles	N	%	Porcentaje acumulado
Bajo	8	6,96	6,96
Medio	44	38,26	45,22
Alto	63	54,78	100,00
Total	115	100,00	

Figura 12**Nivel de puesto de trabajo**

Nota: Gráfico de la Tabla 24.

En la tabla 24, se presenta información sobre el nivel de la dimensión puesto de trabajo en cuanto a la variable desempeño laboral, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

En la presente tabla, se observa que una minoría de 6,96% de los egresados se encuentra en un nivel bajo en cuanto a su puesto de trabajo, mientras un 38,26% se encuentran en un nivel medio y un poco más de la mitad (54,78%) en un nivel alto.

De acuerdo con esta información, un poco más de la mitad de los egresados presenta un nivel alto en su puesto de trabajo con respecto a su desempeño laboral. Esto quiere decir, que los egresados investigan y se capacitan entorno a las tendencias tecnológicas, demostrando destreza de sus conocimientos en sus puestos de trabajo.

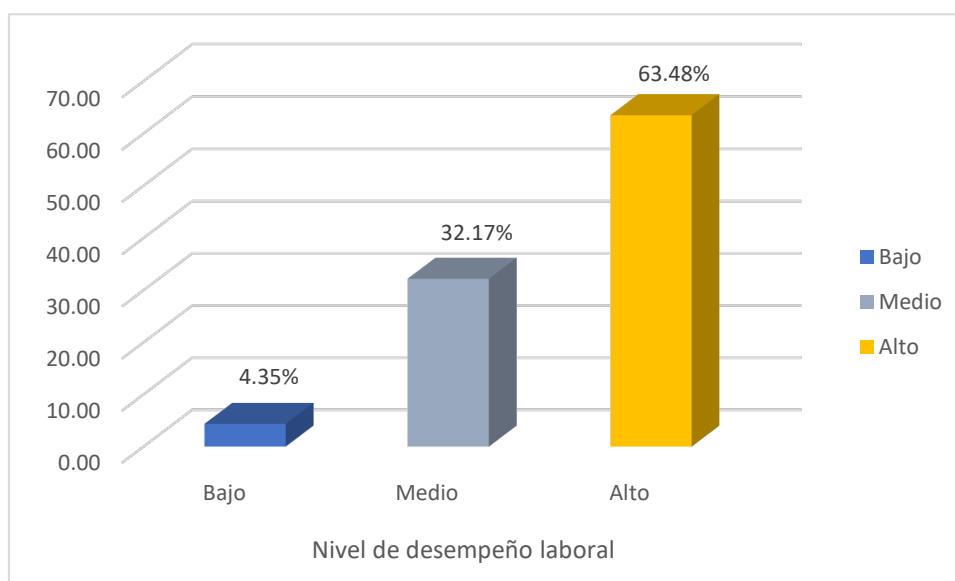
Tabla 25

Desempeño laboral

Niveles	n	%	Porcentaje acumulado
Bajo	5	4,35	4,35
Medio	37	32,17	36,52
Alto	73	63,48	100,00
Total	115	100,00	

Figura 13

Nivel de desempeño laboral



Nota: Gráfico de la Tabla 24.

En la tabla 25, se presenta información sobre el nivel de la variable desempeño laboral, que presentan los 115 egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, que a su vez conforman la muestra de la presente investigación.

En esta tabla, se observa que una minoría de 4,35% de los egresados se encuentra en un nivel bajo en cuanto a su desempeño laboral, mientras un 32,17% se encuentran en un nivel medio y un más de la mitad (63,48%) en un nivel alto.

De acuerdo con esta información, más de la mitad de los egresados presenta un nivel alto en su desempeño laboral con respecto al uso de la web 3.0. Esto quiere decir, que los egresados consideran que las organizaciones donde laboran les proporcionan herramientas en función a la web 3.0, permitiéndoles desarrollar un rendimiento óptimo y demostrar sus competencias tecnológicas y profesionales en su puesto de trabajo.

4.5. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

4.5.1. Supuestos de normalidad

Con la finalidad de establecer la distribución de normalidad, se realizó una prueba de normalidad:

Tabla 26

Prueba de normalidad

Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	Gl	Sig.
Web 3.0	0,114	115	0,001
Desempeño laboral	0,095	115	0,012

Nota: Datos obtenidos a través del software estadístico SPSS

En ese sentido, se presentan los datos de la siguiente manera:

P-valor (0,001) < α (0,05) ► No existe normalidad

P-valor (0,012) < α (0,05) ► No existe normalidad

Decisión

En la tabla 26, se evidencia que la muestra es mayor a cincuenta, en ese sentido, se empleó la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Asimismo, teniendo en consideración los datos obtenidos tras la prueba, se evidencia que el p-valor de la variable web 3.0 (0,001) es menor al nivel de significancia (0,05); asimismo, el p-valor de la variable desempeño laboral (0,012), por lo tanto, se concluye que no existe normalidad. Considerando emplear la prueba estadística de Rho de Spearman para comprobar la hipótesis general.

4.6. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

4.6.1. Planteamiento de la hipótesis

Ho: No existe relación directa y significativa entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

H1: Existe relación directa y significativa entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

b) Nivel de significancia

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\% = 0,05$

Tabla 27**Comprobación de hipótesis general**

Nota: Datos obtenidos a través del software estadístico SPSS

			Web 3.0	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Web 3.0	Coefficiente de correlación	1,000	,622
		Sig.(bilateral)	.	,000
	Desempeño laboral	N	115	115
		Coefficiente de correlación	,622	1,000
		Sig.(bilateral)	,000	.
		N	115	115

c) Decisión

Se demuestra que p-valor (0,000) es menor al nivel de significancia ($\alpha=0,05$); se rechaza H_0 .

d) Conclusión

Con un nivel del 5% de significancia, se concluye que la variable web 3.0 se relaciona directa y significativamente con el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, en el año 2021.

4.7. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**4.7.1. Planteamiento de la primera hipótesis específica**

H_0 : No existe relación directa y significativa entre el uso de conectividad de múltiples dispositivos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

H1: Existe relación directa y significativa entre el uso de conectividad de múltiples dispositivos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

b) Nivel de significancia

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\% = 0,05$

Tabla 28

Comprobación de hipótesis específica 1

			Conectividad de múltiples dispositivos	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Conectividad de múltiples dispositivos	Coefficiente de correlación	,480	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	-
		N	115	115
	Desempeño laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,480
		Sig. (bilateral)	-	,000
		N	115	115

Nota: Datos obtenidos a través del software estadístico SPSS

c) Decisión

Se demuestra que p-valor (0,000) es menor al nivel de significancia ($\alpha=0,05$); entonces se rechaza H_0 .

d) Conclusión

Con un nivel del 5% de significancia, se demuestra que la dimensión Conectividad de múltiples dispositivos se relaciona directa y significativamente con el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, en el año 2021.

4.7.2. Planteamiento de la segunda hipótesis específica

Ho: No existe relación directa y significativa entre el uso de base de datos y desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

H1: Existe relación directa y significativa entre el uso de base de datos y desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

b) Nivel de significancia

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\% = 0,05$

Tabla 29

Comprobación de hipótesis específica 2

			Base de datos	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Base de datos	Coeficiente de correlación Sig.(bilateral)	1,000 .	,581 ,000
		N	115	115
	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación Sig.(bilateral)	,581 ,000	1,000 .
		N	115	115

Nota: Datos obtenidos a través del software estadístico SPSS

c) Decisión

Se demuestra que el p-valor=0,000 es menor al nivel de significancia $\alpha=0,05$; entonces se rechaza Ho.

d) Conclusión

Con un nivel del 5% de significancia, se concluye que la dimensión base de datos tiene relación directa y significativamente con el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, en el año 2021.

4.4.3. Planteamiento de la tercera hipótesis específica

Ho: No existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

H1: Existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.

b) Nivel de significancia

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\% = 0,05$

Tabla 30

Comprobación de hipótesis específica 3

			Redes sociales	Desempeño laboral
Rho de Spearman	Redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,461
		Sig. (bilateral)	-	,000
		N	115	115
	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación	,461	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	-
		N	115	115

Nota: Datos obtenidos a través del software estadístico SPSS

c) Decisión

Se demuestra que p-valor (0,000) es menor al nivel de significancia ($\alpha=0,05$); entonces se rechaza H_0 .

d) Conclusión

Con un 5% de significancia, se concluye que la dimensión redes sociales se relaciona directa y significativamente con el desempeño laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, en el año 2021.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

A partir de los resultados obtenidos y analizados estadísticamente, se rechaza la hipótesis nula general llegando a la conclusión que existe relación directa y significativa del uso de la web 3.0 en el desempeño laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG de Tacna en el año 2021. Esta decisión se determinó tras la prueba no paramétrica de Kolmogorov-Smirnov, donde el p-valor=0,00 (tabla 26) es menor al nivel de significancia=0,05.

Estos resultados presentan similitud con lo reportado en la investigación de Ttito (2012), quien concluyó que el uso del internet influye y contribuye en gran medida a optimizar el desempeño de los relacionistas públicos en sus funciones profesionales en las instituciones estatales de la provincia de Cusco. De igual forma, Betancur et al. (2019), considera que la web 3.0 es de gran importancia en el proceso de formación de los estudiantes por la tecnología que ofrece, permitiendo un desenvolvimiento autónomo, colaborativo y de investigación por parte del docente y estudiante. Estos autores concuerdan que el uso del internet y la web 3.0 contribuyen con el desempeño profesional y laboral de quienes lo aplican.

La coincidencia de los resultados se debe a que la web 3.0 es una herramienta que concede un espacio de apoyo para sus usuarios, en ese sentido se adapta a las funciones que el usuario desea emplear en la web tras ingresar al internet. Además, permite el desarrollo de competencias y habilidades digitales, desarrollando funciones más eficientes. De este modo, Ttito N. (2012) afirma que la influencia del internet en el

trabajo de los relacionistas públicos, les permite ahorrar tiempo y disminuir costos en la ejecución de actividades de comunicación.

Lo anteriormente expuesto, permite deducir que existe considerable influencia de la web 3.0 y sus características en el ámbito laboral y de formación académica. Tal como refiere Cabrera (2017), en su comprobación de hipótesis general sus resultados demuestran a través de la prueba de T de Student (4,27) que rechaza su hipótesis nula, en tal sentido demuestra que las funciones de relaciones públicas sí mejoran con el uso de las redes sociales online.

En lo que respecta a la primera hipótesis específica, de acuerdo a la tabla 28, los resultados señalan que existe relación directa y significativa entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados. Asimismo, en la tabla 12, se evidencia que un 56,52% de la muestra un nivel alto sobre el uso de la web 3.0, por lo tanto, los egresados conocen y manejan las herramientas que ofrece la web 3.0 tras mantener un nivel alto en sus dimensiones, como: uso de la conectividad de múltiples dispositivos, base de datos y redes sociales. Estos resultados son diferentes a los expuestos por Cahui (2015), en su investigación respecto al uso de la web 2.0 en los estudiantes de enfermería de la UNJBG en el año 2013, sus resultados demuestran que la utilización de herramientas web 2.0 es deficiente, dado que más de la mitad (58,49%) tuvo una baja frecuencia de uso.

Los resultados de las diversas investigaciones se dan en distintas realidades y en otros tiempos, donde se manifiesta el desarrollo de la web, así como el incremento de interés por parte de los profesionales por aplicar las herramientas que ofrece la web en distintos escenarios. Por lo tanto, frente a las investigaciones expuestas, los

investigadores proponen a la web como una herramienta estratégica de apoyo frente a las actividades académicas y profesionales.

En lo que respecta a la comprobación de la segunda hipótesis específica, en la tabla 29, se comprueba que existe relación directa y significativa entre el uso de base de datos y el desempeño laboral de los egresados, siendo p-valor (0,000) menor al nivel de significancia (0,05), rechazándose la hipótesis nula. Asimismo, en la tabla 19 se aprecia que un 14,78% de los egresados presentan un nivel bajo sobre el uso de la base de datos, mientras más de la mitad de los egresados (40,87% y 44,35%), se ubican en un nivel medio y alto respectivamente.

Desde el punto de vista propuesto en el presente trabajo, se identifica a la base de datos como un almacenador de información, con características que van más allá de una hoja de cálculos, al ser diseñados para contener masivas colecciones de información de manera organizada, permitiendo de manera simultánea el acceso a diversos usuarios, así como analizar los datos de forma rápida y segura. Asimismo, para Mannino (2007) «las bases de datos son vitales en el funcionamiento de las organizaciones» (p.3), debido a que facilita el manejo de los datos y la información en la rutina administrativa. Por otro lado, resulta imprescindible en la especialidad del periodismo, ya que permite la selección y consulta de informaciones periodísticas anunciadas y/o compartidas en la web.

En cuanto a la tercera hipótesis específica, cuyos resultados se presentan en la tabla 30 indican que existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales y el desempeño laboral de los egresados. Este resultado se comprueba con la prueba

estadística de Rho de Spearman; obteniéndose un p-valor (0,000) menor al nivel de significancia ($\alpha=0,05$), es decir, se rechaza la hipótesis nula.

Estos resultados guardan similitud con lo expuesto por Cabrera (2017), que comprueba la importancia de la utilización de las redes sociales para los departamentos de relaciones públicas, respaldado en su verificación de hipótesis donde menciona que las relaciones públicas si mejoran al hacer uso de las redes sociales, en el área de comunicación de las empresas públicas de la Municipalidad de Ambato en Ecuador.

En la misma línea, la presente investigación demuestra en la tabla 20, que más de la mitad de la muestra (78,26%) demuestran un nivel alto con el uso de las redes sociales y su desempeño laboral.

La hipótesis general planteada en la investigación fue demostrar que existe relación directa y significativa entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG de Tacna, en el año 2021. Gracias a la prueba no paramétrica de Rho de Spearman, se ha podido comprobar que existe relación directa y significativa, con un p-valor=0,000 inferior al nivel de significancia $\alpha=0,05$. Estos resultados permiten afirmar que es importante el uso de la web 3.0 en el desempeño laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, al demostrarse la relación entre ambas variables.

CONCLUSIONES

Primera.

Se ha podido demostrar con la prueba Rho de Spearman, que la variable web 3.0 se relaciona directa y significativamente con el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, en el año 2021. Con un resultado de un p-valor = 0,000, siendo menor al nivel de significancia 0,05; rechazando la hipótesis nula.

Segunda.

Se ha demostrado que existe relación directa y significativa entre el uso de conectividad de múltiples dispositivos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG. Estos resultados se evidencian en la tabla 18, donde más de la mitad de la muestra encuestada responden al 77,39% presenta un nivel alto de esta conectividad con el desempeño laboral; asimismo, solo el 4,35% de egresados de la muestra se ubican en un nivel bajo. Esto refleja que en el desempeño de sus funciones profesionales utilizan al menos un smartphone y/o un computador, sirviéndose de las funcionalidades que éstos medio brindan para el logro de un desempeño eficiente.

Tercera.

Se ha comprobado que existe relación directa y significativa entre el uso de base de datos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG. Esto se comprueba en la tabla 19, donde el 44,35% demuestra un nivel alto con relación al uso de la base de datos; mientras, en un nivel

bajo se aproxima a un 14,78% de egresados que no manejan en su desempeño laboral la aplicación de la base datos.

Cuarta.

Finalmente, se demuestra que existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación de la UNJBG. Esto se evidencia en la tabla 20, donde el 78,26% más de la mitad de los egresados tiene un nivel alto en el uso de las redes sociales en su desempeño laboral; a diferencia de un 3,48% que encuentran en un nivel bajo.

RECOMENDACIONES

Primera.

Se considera importante que, los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, independientemente de la especialidad de periodismo o relaciones públicas que ejerzan en el mercado laboral, consideren el uso de herramientas como el smartphone y el computador en sus funciones profesionales. Por lo tanto, se sugiere a los profesionales de la comunicación social mantener una actitud activa en aprovechar las virtudes y beneficios de estas herramientas, con la finalidad de desempeñar de manera eficiente sus funciones laborales.

Segunda.

Se recomienda, a las organizaciones públicas y privadas, implementen el uso de la base de datos en las actividades que sean necesarias, con relación al desempeño laboral de los comunicadores de la especialidad de periodismo y relaciones públicas, de esta forma, los miembros de la organización o personal autorizado mantienen información en una nube de almacenamiento que le permite monitorear, actualizar y tener acceso de manera segura, omitiendo archivos en físico y agilizando el envío de la información.

Tercera.

Los profesionales de la comunicación social de la especialidad de periodismo y relaciones públicas, deban continuar aprendiendo, adecuándose y aplicando las herramientas virtuales, como las redes sociales en sus funciones profesionales, si bien presentan un nivel alto en el uso de las mismas, se requiere además de adaptar las formas de comunicación, implementar nuevas estrategias especialmente para las redes sociales. Asimismo, resulta importante que las organizaciones consideren relevante la

participación de sus públicos en las redes sociales, en ese sentido, la organización deberá mantener informada a su comunidad generando, contenido relevantes en sus actividades virtuales. Por lo tanto, es importante que las organizaciones tengan presencia en las redes sociales y que éstas sean manejadas por un profesional de las comunicaciones.

Cuarta.

Al existir una relación directa y un nivel alto del uso de la web 3.0 en el desempeño laboral de egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, se sugiere a los profesionales de la comunicación social de la especialidad de periodismo y relaciones públicas que no aplican las herramientas que ofrece la web 3.0 considerarlas en sus funciones laborales, con el propósito de agilizar actividades y adecuarse cada vez más a un mundo laboral tecnológico.

Quinta.

Se recomienda a los profesionales de la comunicación social de la especialidad de periodismo y relaciones públicas continuar formándose en lo que refiere a sus competencias tecnológicas, para contribuir al desempeño de sus funciones profesionales. Asimismo, es importante considerar investigaciones referentes al aporte de la tecnología en el ejercicio laboral de los comunicadores sociales, independientemente de su especialidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto Correa, K. Y., & Santillan Rodas, M. B. (2019). Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43584/Abanto_CKY-Santillan_RMB.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aguado, J. M., Martínez, I., & Cañete Sanz, L. (2015). Tendencias evolutivas del contenido digital en aplicaciones móviles. *El profesional de la información*, 1-10.
- Aguilar Joyanes, L. (2011). Computación en la Nube e innovaciones tecnológicas. *Dialnet UNIRIOJA*, 1-22.
- Andina. (abril de 2021). *Agencia de noticias andina*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-estudio-revela-que-66-peruanos-prefiere-internet-para-informarse-707454.aspx>
- Baz Alonso, A., Ferreira, I., Álvarez Rodríguez, M., & García Baniello, R. (2011). Dispositivos móviles. *E.P.S.I.G: Ingeniería de Telecomunicación. Universidad de Oviedo*, 1-12.
- Bilbao, A. (2000). *Revista UCM Política y sociedad*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0000230069A/24543>
- Bohórquez Pereira, G. (2013). Reflexión sobre el ejercicio del comunicador social y periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la profesión. *Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura*, 1-8.
- Cabrera Tobar, M. A. (2017). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25340/1/FJCS-CS-450.pdf>
- Cahui Aduviri, L. (2015). *Repositorio de la UNJBG*. Obtenido de Repositorio de la UNJBG: http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/2157/645_2015_cahui_aduviri_1_facs_enfermeria.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calvo, E. (2011). Información Audiovisual, Multimedia y Educación. *Etica Net*, 1-21.
- Cardona Acevedo, M. (2005). Las capacidades en las competencias laborales: una mirada desde las inteligencias múltiples en los jóvenes. *Universidad EAFIT*, 1-18.
- Castro Rojas, S. R. (2012). Ubicuidad y comunicación: los smartphones. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 3-8.
- Centro Comunitario de Aprendizaje. (2021). *Centro virtual de aprendizaje*. Obtenido de Centro virtual de aprendizaje: http://www.cca.org.mx/cca/cursos/informatica-basica/html/concep_introd/concep_compu_tutor.htm
- Christakis, N., & Fowler, J. (2010). *CONECTADOS, el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. México: Santillana.

- Coppola, M. (28 de enero de 2021). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot:
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plugin>
- D'Alessio Ipinza, F. (2002). *Academia*. Obtenido de
https://www.academia.edu/34814268/Administracion_y_direccion_de_la_produccion_Enfoque_estrategico
- Duarte, F., & Pires, H. (2011). INCLUSIÓN DIGITAL, TRES CONCEPTOS CLAVE: CONECTIVIDAD, ACCESIBILIDAD, COMUNICABILIDAD. *Ar@cne*.
- Enriquez, J. G., & Casas, S. I. (2013). Usabilidad en aplicaciones móviles. *Informes Científicos Técnicos-UNPA*, 25-47.
- Escobar Pérez, J., & Cuervo Martínez, Á. (2008). VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUICIO DE EXPERTOS: UNA APROXIMACIÓN A SU UTILIZACIÓN. *Avances en Medición*, 27-36.
- Escobar Valencia, M. (2005). Las competencias laborales: ¿ La estrategia laboral para la competitividad de las organizaciones? *Estudios gerenciales*, 1-25.
- Espinoza, N., & Pérez, M. (2003). *Saber ULA*. Obtenido de
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gtVeMznD-uMJ:www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/20562/1/articulo3.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe>
- Fernández, R. (2016). *Fido Palermo*. Obtenido de Fido Palermo:
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=622&id_articulo=12947
- Ferrero, L. (2016). *Fido Palermo*. (K. F., Ed.) Obtenido de
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/622_libro.pdf
- Gallego, J. (2010). *Tecnologías de la Información y de la comunidad. Técnicas básicas*. Madrid: EDITEX.
- Gandasegui, V. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma Social: revista de ciencias sociales*, 340-366.
- Gontero, S., & Albornoz, S. (noviembre de 2019). *Repositorio CEPAL*. Obtenido de
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44437/S1900029_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gutierrez Díaz, A. (15 de febrero de 2017). *Aiu.edu*. Recuperado el 10 de octubre de 2021, de Centro Cultural Itaca:
<https://www.aiu.edu/cursos/base%20de%20datos/pdf%20leccion%201/lecci%C3%B3n%201.pdf>
- Hernandez Quintero, N. L., & Florez Fuente, A. S. (2014). Computación en la nube. *Revista Mundo FESC*, 1-6.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2017). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.

- Ibrahim, K. (2021). Evolución de la web: desde la web 1.0 a 4.0. *Tecnología de la Información Universidad Politécnica de Duhok*, 20-28.
- IEDEP. (2019). *Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial*. Obtenido de Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial: <https://lacamara.pe/urgen-medidas-para-ampliar-el-acceso-de-las-tic-en-el-peru/>
- INEI. (diciembre de 2020). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática: <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-tic-iii-trimestre2020.pdf>
- Khanzode, A., & Sarode, R. (2016). Evolución de la World Wide Web: de la web 1.0 a la 6.0. *International Journal of Digital Library Services*, 1-11.
- Kuster, I., & Hernández, A. (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la web semántica. *Universia Business Review*, 104-119.
- Larcher, L. (2007). *Facultad de Agronomía y Agroindustrias de la Universidad Nacional de Santiago del Estero*. Obtenido de <http://faa.unse.edu.ar/apuntes/ccauunidad1.pdf>
- Latorre Nariño, M. (2018). Historia de las webs, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. *Universidad Marcelino Champagnat*, 1-8.
- LÉVY, P. (1993). La conexión móvil. *Ar@cne*.
- Llano Arango, A. P., & Montoya Betancur, R. (2019). *Repositorio UTP*. Obtenido de Repositorio UTP: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/12025/T371.334%20L791.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mannino, M. V. (2007). *Administración de base de datos, diseño y desarrollo de aplicaciones* (Tercera edición ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://profesorezequielruizgarcia.files.wordpress.com/2017/05/administracion-de-bases-de-datos-disec3b1o-y-desarrollo-de-aplicaciones-autor-michael-v-mannino-3ra-edicion-ac3b1o-2007-libro-de-apoyo.pdf>
- Márquez, I. (2017). Observatorio Journal. *Scielo*. Obtenido de <https://goo.gl/mWY8pW>
- Mayer, M., & Leis, Á. (2010). Concepto y aplicaciones de la Web 3.0: una introducción para médicos. *EL SEVIER DOYMA*, 5.
- Montoya Betancur, R., & Llano Arango, A. P. (2019). *Repositorio de la Universidad Tecnológica de Pereira*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Tecnológica de Pereira: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/12025/T371.334%20L791.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nina Apaza, S. J. (2019). *Repositorio de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann*. Obtenido de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3866>

- Noriega Tovilla, N. A., Marín Álvarez, M. A., & Rojas Caldelas, F. R. (2020). La personalidad de marca, un componente conceptual de la comunicación gráfica. *Scielo*, 1-8.
- OSI. (20 de noviembre de 2019). *Oficina de Seguridad del Internauta*. Obtenido de <https://www.osi.es/es/actualidad/blog/2019/11/20/extensiones-superpoderes-para-los-navegadores>
- Palací Descals, F. J. (2005). *Psicología de la organización*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall. Obtenido de <http://biblioteca.univalle.edu.ni/files/original/4a496c31185035c509e39b267269593f34a2956b.pdf>
- Parlamento Europeo. (2020). *Europa RL*. Obtenido de [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/641543/EPRS_IDA\(2020\)641543_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/641543/EPRS_IDA(2020)641543_EN.pdf)
- Pedraza, E., Amaya, G., & Conde, M. (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia. *Revista de Ciencias Sociales Scielo*, 2-3.
- Real Academia Española. (2005). *RAE*. Recuperado el 10 de setiembre de 2021, de RAE: <https://www.rae.es/dpd/computador>
- Real Rodríguez, E., Agudiez Calvo, P., & Príncipe Hermoso, S. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 189-212. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Elena-Real-Rodriguez/publication/27593724_Periodismo_ciudadano_versus_Periodismo_profesional_somos_todos_periodistas/links/561d54fd08ae50795afd7d2d/Periodismo-ciudadano-versus-Periodismo-profesional-somos-todos-periodi
- Reigosa, C. G. (2007). La actualidad contra el periodismo. En R. Mendizábal, *Cuadernos de Periodistas* (págs. 19-28). Madrid: APM- Asociación de la Prensa de Madrid.
- Robbins, & Coulter. (2000). *Cuadernos de administración*.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez García, A. B. (2008). Comunicación en las Redes Sociales. *Congreso Internacional de Tecnología, Formación y Comunicación* (págs. 19-22). Salamanca: eUniverSALearning.
- Rodríguez Mendoza, K. E., & Surco Labra, K. S. (2017). *Repositorio de Universidad Nacional San Agustín*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4739/CCromeke.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas Orduña, O. I. (2008). *RELACIONES PÚBLICAS- La eficacia de la influencia*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

- Ruiz, S., Rovira, C., & Guallar, J. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El profesional de la información*, 1-12. doi:10.3145/epi.2010.nov.08
- Serri Venegas, M. (2018). Redes sociales y Salud. *Scielo*.
- Terán Ruelas, J. L. (2017). *Repositorio de la Universidad Católica San Pablo*. Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15473/2/TER%C3%81N_RUELAS_JUA_TRA.pdf
- Trentín, G. (1998). *Estructura y organización de datos*. Barcelona.
- Trincherero, L. M. (21 de febrero de 2016). *Researchgate*. Obtenido de <https://acortar.link/SLpLiD>
- Tito Llamocca, N. (2012). *Repositorio de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco*. Obtenido de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/UNSAAC/869>
- Universidad de Almería. (julio de 2020). *UAL*. Obtenido de UAL: <https://www.ual.es/application/files/5715/9585/9134/Manual-RRSS-UAL.pdf>
- Universidad Internacional de Valencia. (06 de 09 de 2016). *Universidadviu*. Obtenido de Universidadviu: <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/los-principales-tipos-de-base-de-datos>
- Universidad Nacional de la Plata. (2013). *Universidad Nacional de la Plata*. Obtenido de Universidad Nacional de la Plata: <http://weblidi.info.unlp.edu.ar/catedras/ingreso/Material2013/COC/Capitulo1-COC.pdf>
- Wolfgang Wahlster, A. D. (2006). Convergencia de la web 2.0 y la web semántica. *Technology Radar Feature Paper*, 2-20.

ANEXOS

ANEXO 1.

Tabla 31 - Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HÍPOTESIS	VARIABLES
¿Cuál es la relación que existe entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021?	General: Identificar la relación entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021.	Existe relación directa y significativa entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.	WEB 3.0 <ul style="list-style-type: none"> • Conectividad de múltiples dispositivos Uso del smartphone Uso del computador • Base de datos Variabilidad de datos almacenados Clasificación de datos según contenido • Redes sociales Comunicación en red Comunidad virtual Desempeño laboral <ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento Aspecto personal Aspecto profesional • Competencias Capacidades Habilidades • Puesto de trabajo Crecimiento profesional Proactividad
¿Cuál es la relación que existe entre el uso de conectividad de múltiples dispositivos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021?	Específicos Demostrar la relación que existe entre el uso de conectividad de múltiples dispositivos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021.	Específicos H₁: Existe relación directa y significativa entre el uso de conectividad de múltiples dispositivos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.	
¿Cuál es la relación que existe entre el uso de base de datos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021?	Específicos Demostrar la relación que existe entre el uso de base de datos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021.	Específicos H₁: Existe relación directa y significativa entre el uso de base de datos y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.	
¿Cuál es la relación que existe entre el uso de redes sociales y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021?	Específicos Demostrar la relación que existe entre el uso de redes sociales y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna-2021.	Específicos H₁: Existe relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNJBG, Tacna -2021.	

ANEXO 2. Cuestionario virtual

Figura 14

Cuestionario de Google Forms- Consentimiento de participación

Sección 1 de 4

“WEB 3.0 EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNJBG, TACNA – 2021”

La presente encuesta tiene por finalidad obtener información que permita identificar la relación que existe entre el uso de la web 3.0 y el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG-2021. De las respuestas que tenga a bien brindar depende el éxito de la presente investigación.

El estudio no persigue fines comerciales y se adecúa a las normas establecidas por la Comisión Internacional de Pruebas (ITC), por lo que mantiene el carácter anónimo y confidencial de los participantes. Para ser participe voluntario en el estudio, es necesario que brinde su consentimiento informado.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

Brinda consentimiento de participar en la presente investigación *

Si

Nota: Cuestionario de Google Forms online

Figura 15

Cuestionario de Google Forms- Datos sociodemográficos

Sección 2 de 4

1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Descripción (opcional)

a. Sexo: *

Masculino

Femenino

b. Edad: *

23 a 28 años

29 a 34 años

35 a 40 años

41 a 46 años

47 a más

c. Experiencia profesional *

6 meses - 1 año

1 - 2 años

3 - 5 años

5 - a más

d. Especialidad profesional *

Periodismo

Relaciones Públicas

Otra...

e. Desempeño laboral en organización: *

Público

Privado

f. Organización donde labora actualmente *

Texto de respuesta corta

g. Título y grado académico *

Egresado (e)

Bachiller

Licenciado (a)

Magister

Doctor (a)

Nota: Cuestionario de Google Forms online

Figura 16

Cuestionario sobre el uso de la web 3.0

Sección 3 de 4

CUESTIONARIO SOBRE EL USO DE LA WEB 3.0

Marque de acuerdo al número de su elección

Nunca (1) Pocas veces (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

CONECTIVIDAD DE MÚLTIPLES DISPOSITIVOS

Uso del smartphone

Tiene a disposición un smartphone *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Descarga y accede a los aplicativos de su smartphone para cumplir sus funciones como profesional. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Utiliza su smartphone para acceder desde su computador (por ejemplo, whatsapp web, google mensajes ,entre otros). *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Considera a su smartphone como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

BASE DE DATOS

Variabilidad de datos almacenados

La organización donde labora aplica instrumentos virtuales para obtener información. (Como formularios, encuestas, entre otros) *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

La información obtenida virtualmente, es almacenada en: una nube virtual. (Google Drive, Dropbox, Mega, MediaFire, entre otros). Siendo actualizadas en las páginas de almacenamiento. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Clasificación de datos según su contenido

Descripción (opcional)

Clasifica la información de sus actividades o campañas profesionales en una base de datos virtual. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

REDES SOCIALES

Comunicación en red

Mantiene un archivo actualizado sobre los públicos con relación a los productos/servicios de su organización. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

En las redes sociales de su organización se emplea personalidad y tono dentro de las comunicaciones que sostiene. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

En las redes sociales de su organización comparte e interactúa con informaciones que incluyen * formatos variados, como: texto, video, imagen, sonido, fotografía. Asimismo, utiliza elementos sustitutos, como: emoticones, memes, stickers.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Comunidad en red

Descripción (opcional)

Considera relevante la cantidad de seguidores, likes, comentarios y compartidos en las redes sociales de su organización. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Nota: Cuestionario de Google Forms online

Figura 17

Cuestionario de Google Forms- Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG

La comunidad de seguidores en las redes sociales reconocen la credibilidad de los contenidos que publica su organización. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Realiza actividades virtuales a través de las plataformas sociales de su organización con la participación de su comunidad de seguidores. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Después de la sección 3 Ir a la siguiente sección

Sección 4 de 4

CUESTIONARIO SOBRE EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESCC DE LA UNJBG

Marque de acuerdo al número de su elección
Nunca (1) Pocas veces (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

RENDIMIENTO
Aspecto Personal

La organización le proporciona oportunidades para mejorar su desempeño en el uso de la web 3.0. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Reconoce las fortalezas y debilidades frente a sus competencias tecnológicas en el uso de la web 3.0 para el logro de los objetivos de su organización. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Aspecto profesional
Descripción (opcional)

Ejecuta actividades y funciones profesionales con el uso de la web 3.0. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Sugiere alternativas tecnológicas para corregir errores con la finalidad de obtener mejores resultados. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

COMPETENCIAS
Ejecución

Mantiene actitud proactiva para el logro de los objetivos del área de su función a través de la web 3.0. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Acepta sugerencias para corregir errores y superarlos con apoyo del uso de la web 3.0. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Habilidades
Descripción (opcional)

Trasmite de forma clara y oportuna la información a los públicos de su organización con el uso de la web 3.0 *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Investiga y se capacita de las tendencias tecnológicas en referencia al uso de la web 3.0. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Se actualizan los software en la organización donde labora que le permitan mejorar sus funciones profesionales. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Proactividad
Descripción (opcional)

Demuestra destreza, conocimientos y aplicación en el uso de la web 3.0. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

Sugiere mejoras en su desempeño laboral en función al uso de la web 3.0. *

1 2 3 4 5
Nunca Siempre

PUESTO DE TRABAJO
Crecimiento profesional

Nota: Cuestionario de Google Forms online

ANEXO 3. Protocolo de validación de contenido

Figura 18

Protocolo de validación de contenido

JUICIO DE EXPERTOS

Instrucciones:

La matriz adjunta está compuesta por dos componentes: el primer componente comprende la calificación, valoración cuantitativa con su respectivo valor estructurado, como: no cumple con el criterio (1), bajo nivel (2), moderado nivel (3) y alto nivel (4). El segundo corresponde al indicador que determina la especificidad y esencia de la naturaleza y validez del instrumento.

A continuación, teniendo en cuenta básicamente los indicadores descritos en el cuadro de valoración, califique cada uno de los ítems según corresponda en la plantilla de calificación.

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN¹

SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta.	1. No cumple con el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo nivel.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3. Moderado nivel.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel.	Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente; es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Bajo nivel.	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel.	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos del ítem.
	4. Alto nivel.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo nivel.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel.	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo nivel.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	3. Moderado nivel.	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Nota: Adaptado de Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización.

ANEXO 4. Validación de instrumentos

Figura 19

Validación de juicio de experto I- Validación de datos sociodemográficos

VALORACIÓN DE DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.

Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Datos demográficos	a. Sexo: • Masculino • Femenino	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	b. Edad: • 23 a 28 • 29 a 34 • 35 a 40 • 41 a 46 • 47 a más	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (X)	
	c. Experiencia • 6 meses - 1 año • 1 - 2 años • 3 - 5 años • 5 años a más	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	d. Desempeño laboral en organización • Privado • Público	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	e. Institución donde labora	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	f. Título y grado académico de estudios • Egresado • Bachiller • Licenciado (a) • Magister • Doctor (a)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	

Observaciones: _____

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

Nombre del evaluador: Marcos Reynaldo Chambilla Cotrado DNI: 004345661

Firma:  Especialidad profesional del evaluador: Ciencias de la Comunicación

Nominación del grado académico de magister o doctor: Magister en Gestión Pública

Figura 20

Validación de juicio de experto 1- Validación de Cuestionario sobre el uso de la web

3.0

VALORACIÓN DEL CUESTIONARIO SOBRE EL USO DE LA WEB 3.0

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.

Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Conectividad de múltiples dispositivos	1. Tiene a disposición un smartphone.	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	2. Descarga y accede a los aplicativos de su smartphone para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	3. Utiliza su smartphone para acceder desde su computador (por ejemplo, whatsapp web, google mensajes, entre otros).	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	4. Considera a su smartphone como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	5. Tiene a disposición un computador de múltiples funciones.	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	6. Descarga y accede a plugin o extensiones para mejorar sus funciones profesionales en su computador. (Por ejemplo, Adobe reader, lector de pdf, extensiones para buscador, entre otros)	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	7. Vincula las cuentas de su computador para tener acceso desde su smartphone. (por	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>
	ejemplo, cuentas de Google y/o cuentas de Microsoft)					
	8. Considera a su computador como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/> (4)	
Base de datos	9. La organización donde labora aplica instrumentos virtuales para obtener información. (Por ejemplo, formularios, encuestas, entre otros)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	10. La información obtenida virtualmente, es almacenada en: una nube virtual. (Google Drive, Dropbox, Mega, MediaFire, entre otros). Siendo actualizadas en las páginas de almacenamiento.	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	
	11. Clasifica la información de sus actividades o campañas profesionales en una base de datos virtual.	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	
	12. Mantiene un archivo actualizado sobre los públicos con relación a los productos/servicios de su organización.	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	
Redes Sociales	13. En las redes sociales de su organización se emplea personalidad y tono dentro de las comunicaciones que sostiene.	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	14. En las redes sociales de su organización comparte e interactúa con informaciones que incluyen formatos variados, como: texto, video, imagen, sonido, fotografía. Asimismo, utiliza elementos sustitutos, como: emoticones, memes, stickers.	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/>	
	15. Considera relevante la cantidad de seguidores, likes, comentarios y compartidos en las redes sociales de su organización.	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	
	16. La comunidad de seguidores en las redes sociales reconocen la credibilidad de los contenidos que publica su organización.	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="radio"/> (4)	
	17. Realiza actividades virtuales a través de las plataformas sociales de su organización con la participación de su comunidad de seguidores.	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	(1) (2) <input checked="" type="radio"/> (4)	

Observaciones: _____

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

Nombre del evaluador: **Marcos Reynaldo Chambilla Cotrado** DNI: **00434561**

Firma:  Especialidad profesional del evaluador: **Ciencias de la Comunicación**

Nominación del grado académico de magister o doctor: **Magister en Gestión Pública**

Figura 21

Validación de juicio de experto 1- Validación de Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG

VALORACIÓN DEL CUESTIONARIO SOBRE EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESCC DE LA UNJBG

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.


(2) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.

Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Rendimiento	18. La organización le proporciona oportunidades para mejorar su desempeño en el uso de la web 3.0.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (X) (4)	
	19. Reconoce las fortalezas y debilidades frente a sus competencias tecnológicas en el uso de la web 3.0 para el logro de los objetivos de su organización.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	
	20. Ejecuta actividades y funciones profesionales con el uso de la web 3.0.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	21. Sugiere alternativas tecnológicas en el uso de la web 3.0 para corregir errores para obtener mejores resultados.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
Competencias	22. Mantiene actitud proactiva para el logro de los objetivos del área de su función a través de la web 3.0.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	23. Acepta sugerencias para corregir errores y superarlos con apoyo del uso de la web 3.0.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	
	24. Transmite de forma clara y oportuna la información a los públicos de su organización con el uso de la web 3.0	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	25. Maneja profesional y éticamente el acceso a: información, archivo de datos y aplicación de documentos.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
Puesto de trabajo	26. Investiga y se capacita de las tendencias tecnológicas en referencia al uso de la web 3.0.	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	27. Se actualizan los software en la organización donde labora que le permitan mejorar sus funciones profesionales.	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	28. Demuestra destreza, conocimientos y aplicación en el uso de la web 3.0.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	
	29. Sugiere mejoras en su desempeño laboral en función al uso de la web 3.0.	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (X) (4)	(1) (2) (3) (X)	(1) (2) (3) (X)	

Observaciones: _____

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

Nombre del evaluador: Marcos Reynaldo Chambilla Cotrado DNI: 00434561

Firma:  Especialidad profesional del evaluador: Ciencias de la Comunicación

Nominación del grado académico de magister o doctor: Magister en Gestión Pública

Figura 24

Validación de juicio de experto II- Validación de Cuestionario sobre el desempeño laboral de los egresados de la ESCC de la UNJBG

VALORACIÓN DEL CUESTIONARIO SOBRE EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESCC DE LA UNJBG

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.


(2) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.

Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Rendimiento	18. La organización le proporciona oportunidades para mejorar su desempeño en el uso de la web 3.0.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	19. Reconoce las fortalezas y debilidades frente a sus competencias tecnológicas en el uso de la web 3.0 para el logro de los objetivos de su organización.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	20. Ejecuta actividades y funciones profesionales con el uso de la web 3.0.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	21. Sugiere alternativas tecnológicas en el uso de la web 3.0 para corregir errores para obtener mejores resultados.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
Competencias	22. Mantiene actitud proactiva para el logro de los objetivos del área de su función a través de la web 3.0.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	23. Acepta sugerencias para corregir errores y superarlos con apoyo del uso de la web 3.0.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	24. Trasmite de forma clara y oportuna la información a los públicos de su organización con el uso de la web 3.0	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	25. Maneja profesional y éticamente el acceso a: información, archivo de datos y aplicación de documentos.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
Puesto de trabajo	26. Investiga y se capacita de las tendencias tecnológicas en referencia al uso de la web 3.0.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	27. Se actualizan los software en la organización donde labora que le permitan mejorar sus funciones profesionales.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	28. Demuestra destreza, conocimientos y aplicación en el uso de la web 3.0.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	29. Soluciona y sugiere mejoras en su desempeño laboral en función al uso de la web 3.0.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones: _____

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

Nombre del evaluador: Gregorio Cusihamán Sisa DNI: 29349694

Firma:  Especialidad profesional del evaluador: Lic. Relaciones Industriales y Públicas: Economista

Nominación del grado académico de magister o doctor: Doctor en Ciencias Sociales

Figura 25

Validación de juicio de experto III- Validación de Datos sociodemográficos

VALORACIÓN DE DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.


Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Datos demográficos	a. Sexo: • Masculino • Femenino	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	
	b. Edad: • 23 a 28 • 29 a 34 • 35 a 40 • 41 a 46 • 47 a más	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	
	c. Experiencia • 6 meses - 1 año • 1 - 2 años • 3 - 5 años • 5 años a más	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	
	d. Desempeño laboral en organización • Privado • Público	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	
	e. Institución donde labora	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	

	f. Título y grado académico de estudios • Egresado • Bachiller • Licenciado (a) • Magister • Doctor (a)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/> (4)	

Observaciones: _____

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

Nombre del evaluador: Lic. Angela Calapuja Guevara DNI: 70480895

Firma:  Especialidad profesional del evaluador: Relaciones Públicas y Marketing

Nominación del grado académico de magister o doctor: Lic. en Ciencias de la Comunicación, Especialidad Relaciones Públicas

Figura 26

Validación de juicio de experto III- Validación de Cuestionario sobre el uso de la web

3.0

VALORACIÓN DEL CUESTIONARIO SOBRE EL USO DE LA WEB 3.0

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.

Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Conectividad de múltiples dispositivos	1. Tiene a disposición un smartphone.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	2. Descarga y accede a los aplicativos de su smartphone para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	3. Utiliza su smartphone para acceder a otro dispositivo (por ejemplo, whatsapp web, entre otros).	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	4. Considera a su smartphone como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	5. Tiene a disposición un computador de múltiples funciones.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	6. Descarga y accede a plugin o extensiones para mejorar sus funciones profesionales en su computador. (Por ejemplo, Adobe reader, lector de pdf, extensiones para buscador, entre otros)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
Base de datos	7. Vincula las cuentas de su computador para tener acceso desde su smartphone. (por ejemplo, cuentas de Google y/o cuentas de Microsoft)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	8. Considera a su computador como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	9. La organización donde labora se aplican instrumentos virtuales para obtener información. (Por ejemplo, formularios, encuestas, entre otros).	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	10. La información obtenida virtualmente, es almacenada en: una nube virtual. (Google Drive, Dropbox, Mega, MediaFire, entre otros). Siendo actualizadas en las páginas de almacenamiento.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
Redes Sociales	11. Clasifica la información de sus actividades o campañas profesionales en una base de datos virtual.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	12. Mantiene un archivo actualizado sobre los públicos con relación a los productos/servicios de su organización.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	13. En las redes sociales de su organización se emplea personalidad y tono dentro de las comunicaciones que sostiene.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	14. En las redes sociales de su organización comparte e interactúa con informaciones que incluyen formatos variados, como: texto, video, imagen, sonido, fotografía. Asimismo, utiliza elementos sustitutos, como: emoticones, memes, stickers.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	15. Considera relevante la cantidad de seguidores, likes, comentarios y compartidos en las redes sociales de su organización.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	16. La comunidad de seguidores en las redes sociales reconocen la credibilidad de los contenidos que publica su organización.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	17. Realiza actividades virtuales a través de las plataformas sociales de su organización con la participación de su comunidad de seguidores.	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones: Sin observaciones

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

Nombre del evaluador: LIC. Angela Calapuja Guevara DNI: 70480895

Firma:  Especialidad profesional del evaluador: Relaciones Públicas y Marketing

Nominación del grado académico de magister o doctor: Lic. en Ciencias de la Comunicación, Especialidad Relaciones Públicas

Figura 28

Validación de juicio de experto IV- Validación de Datos sociodemográficos

VALORACIÓN DE DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.


(1) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.

Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Datos demográficos	a. Sexo: • Masculino • Femenino	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	b. Edad: • 23 a 28 • 29 a 34 • 35 a 40 • 41 a 46 • 47 a más	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	c. Experiencia • 6 meses - 1 año • 1 - 2 años • 3 - 5 años • 5 años a más	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	d. Desempeño laboral en organización • Privado • Público	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	e. Institución donde labora	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	
	f. Título y grado académico de estudios • Egresado • Bachiller • Licenciado (a) • Magister • Doctor (a)	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	(1) (2) (3) <input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones: — NINGUNA DE LAS RECOMENDACIONES PUEDE CONSIDERARSE AL INICIO DE LA ENCUESTA COLOCAR LOS SIGNIFICADOS DE LAS VARIABLES, SOBRE WEB S.O Y DESARROLLO (FORMA)

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

Nombre del evaluador: LIC. SOC. PARRA LUNA CASTILLO DNI: 76238901

Firma:  Especialidad profesional del evaluador: RELACIONISTA PÚBLICO

Nominación del grado académico de magister o doctor: MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ENFOQUE EN ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS

Figura 29

Validación de juicio de experto IV- Validación de Cuestionario sobre el uso de la web

3.0

VALORACIÓN DEL CUESTIONARIO SOBRE EL USO DE LA WEB 3.0

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

(1) = No cumple con el criterio (2) = Bajo nivel (3) = Moderado nivel (4) = Alto nivel.

Dimensiones	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Conectividad de múltiples dispositivos	1. Tiene a disposición un smartphone.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	2. Descarga y accede a los aplicativos de su smartphone para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	3. Utiliza su smartphone para acceder desde su computador (por ejemplo, whatsapp web, google mensajes, entre otros).	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (X) (3) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	4. Considera a su smartphone como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	5. Tiene a disposición un computador de múltiples funciones.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	6. Descarga y accede a plugin o extensiones para mejorar sus funciones profesionales en su computador. (Por ejemplo, Adobe reader, lector de pdf, extensiones para buscador, entre otros).	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (X) (3) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	SE PUEDE CONSIDERAR EXTENSIÓN O SEÑALADOR DE PLUGIN
	7. Vincula las cuentas de su computador para tener acceso desde su smartphone. (Por ejemplo, cuentas de Google y/o cuentas de Microsoft).	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	8. Considera a su computador como herramienta fundamental para cumplir sus funciones como profesional.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
Base de datos	9. La organización donde labora aplica instrumentos virtuales para obtener información. (Por ejemplo, formularios, encuestas, entre otros).	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (X) (3) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	10. La información obtenida virtualmente, es almacenada en: una nube virtual. (Google Drive, Dropbox, Mega, MediaFire, entre otros). Siendo actualizadas en las páginas de almacenamiento.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	11. Clasifica la información de sus actividades o campañas profesionales en una base de datos virtual.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	12. Mantiene un archivo actualizado sobre los públicos con relación a los productos/servicios de su organización.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
Redes Sociales	13. En las redes sociales de su organización se emplea personalidad y tono dentro de las comunicaciones que sostiene.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	14. En las redes sociales de su organización comparte e interactúa con informaciones que incluyen formatos variados, como: texto, video, imagen, sonido, fotografía. Asimismo, utiliza elementos sustitutos, como: emoticones, memes, stickers.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	15. Considera relevante la cantidad de seguidores, likes, comentarios y compartidos en las redes sociales de su organización.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	16. La comunidad de seguidores en las redes sociales reconocen la credibilidad de los contenidos que publica su organización.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	
	17. Realiza actividades virtuales a través de las plataformas sociales de su organización con la participación de su comunidad de seguidores.	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	(1) (2) (3) (X) (4)	

Observaciones: CONSIDERAR LAS OBSERVACIONES DE LA PESQUISA. OK

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Nombre del evaluador: CEL. SOL PARA LA UNIV. CASTRUCO DNI: 96278901

Firma: [Firma] Especialidad profesional del evaluador: REGISTRISTA PÚBLICO

Nominación del grado académico de magister o doctor: MAESTRÍA EN REGISTRO EN MATERIA DE OFICINA REGISTRAL DE RECURSOS HUMANOS

