

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Victor Rodrigo Deza Celis

ASESOR

Valeria Tamara Llontop Hernandez

<https://orcid.org/0000-0003-0417-0544>

Chiclayo, 2025

**Efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de asesores de
ventas de motocicletas y repuestos - 2023**

PRESENTADA POR

Victor Rodrigo Deza Celis

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Valicha Cuadra Morales

PRESIDENTE

Calos Daniel Garcia Toro

SECRETARIO

Valeria Tamara Llontop Hernandez

VOCAL

Efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de asesores de ventas de motocicletas y repuestos - 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

| | | | |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 23% | 21% | 11% | 13% |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|----------|---|---------------|
| 1 | hdl.handle.net Fuente de Internet | 2% |
| 2 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 2% |
| 3 | www.593dp.com Fuente de Internet | 2% |
| 4 | umpir.ump.edu.my Fuente de Internet | 1% |
| 5 | tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 6 | repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 7 | Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante | <1% |
| 8 | upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet | <1% |
| 9 | iceb2023.johogo.com Fuente de Internet | |

Índice

| | |
|------------------------|----|
| Resumen | 5 |
| Abstract | 6 |
| Introducción | 7 |
| Revisión de literatura | 11 |
| Materiales y métodos | 16 |
| Resultados y discusión | 18 |
| Conclusiones | 25 |
| Recomendaciones | 26 |
| Referencias | 28 |
| Anexos | 34 |

Resumen

El presente trabajo apunta como objetivo general determinar el efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023. Además, esta investigación metodológicamente tuvo enfoque cuantitativo, ya que para llegar a las conclusiones se empleó información de data numérica con el fin de dar por válidos los resultados recabados en el ámbito espacial y temporal donde se realizó el estudio, con lo que pudo darse constancia del efecto existente entre las variables redes sociales y desempeño laboral; mientras el diseño fue transversal no experimental pues la información se recolectó en un solo lugar y momento y no se manipuló la información encontrada. Se hizo uso de una muestra configurada por 233 asesores de venta, a los que se aplicó el instrumento utilizado para la investigación, determinándose así que, en efecto, existe un impacto significativo de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores, y que la empresa debe considerar los factores que de alguna manera han afectado ambas variables, en pro de la eficiencia laboral.

Palabras clave: Redes sociales, desempeño laboral, gestión de personal, gestión de la tecnología de la información, gestión de tiempo.

Códigos: Z13, M54, M12, M15

Abstract

The general objective of this study is to determine the effect of social networks on the work performance of motorcycle and spare parts sales consultants - 2023. In addition, this research methodologically had a quantitative approach, since to reach the conclusions, numerical data information was used in order to validate the results collected in the spatial and temporal environment where the study was carried out, so that the existing effect between the variables social networks and job performance could be confirmed; while the design was nonexperimental cross-sectional because the information was collected in a single place and time and the information found was not manipulated. A sample of 233 sales consultants was used, to whom the instrument used for the research was applied, thus determining that, in effect, there is a significant impact of social networks on the work performance of consultants, and that the company should consider the factors that have somehow affected both variables, in favor of work efficiency.

Keywords: Social networks, job performance, personnel management, information technology management.

Codes: Z13, M54, M12, M15

Introducción

A nivel mundial las empresas van acogiendo variaciones de acuerdo a los estilos que presentan en el mercado, no obstante, pocas son las que actualizan sistemas exclusivamente enfocados en el talento humano, por lo que el rendimiento laboral de los colaboradores tiene por finalidad cumplir con las funciones establecidas dentro de sus políticas laborales en un tiempo determinado, por ende, mejorar sus procesos de producción con éxito. Además, las redes sociales van modificando el panorama actual de las organizaciones, donde la tecnología contribuye a la mejora de la organización, y por otro lado ha generado desventajas que no aportan positivamente en el quehacer de los colaboradores (Bohórquez, et al., 2020).

Las redes sociales están teniendo una mayor presencia, a raíz de ello las empresas las están supliendo en sus métodos de índole comercial. Además, el empleo de las redes sociales dentro del ámbito laboral puede variar, de acuerdo a los objetivos de su uso; por ello los directivos de las organizaciones deben tratar de sacar el máximo beneficio del uso de las RR.SS. para el crecimiento de su negocio (Pavithra & Deepak , 2021).

Las herramientas de las redes sociales han penetrado cada vez más en los lugares de trabajo, y las empresas han estado implementando estratégicamente dichas herramientas para apoyar a sus empleados y mejorar sus actividades comerciales (Huang et al., 2018). Por ejemplo, las compañías manejan redes sociales populares, públicas y personales, entre las que figuran Facebook, Twitter y LinkedIn, para mejorar la participación de los empleados, el intercambio de conocimientos, la innovación, el servicio al cliente, el marketing y la contratación de talentos (Dong & Wub, 2018). Esta tendencia de las redes sociales en el lugar de trabajo se refiere al empleo de apps sociales emergentes por parte de empresas en la búsqueda de sus objetivos y actividades comerciales (Benítez et al., 2018), y se considera no sólo beneficioso para los empleados sino también prometedor para un desempeño superior de la empresa (Kumar et al., 2018).

El desempeño de índole laboral se define por la dimensión en que el empleado ejecuta efectiva y eficientemente sus deberes laborales y las tareas requeridas (Turel & Qahri, 2018). Benítez et al. (2018) acota que las redes de naturaleza social orientadas al trabajo se refieren a plataformas basadas en la web que se pueden usar en el lugar de trabajo para facilitar la creación de recursos, la participación en el trueque de información y contenido básicos relacionados con

el trabajo, como la gestión de tareas, el seguimiento del trabajo, los eventos y la información corporativa.

La tasa de personas que utilizan redes sociales dentro del lugar de trabajo es de aproximadamente 60 a 80%, lo que ha reducido la productividad de los empleados en aproximadamente un 30-40% (Alharthi et al., 2019). Por la cual, autores afirman que el uso de redes sociales no solo trae resultados sociales y psicológicos positivos, sino que también disminuye el rendimiento del empleado, por lo que es importante explorar cómo se deteriora la utilización de redes sociales con el rendimiento de los empleados (Luqman y otros, 2020).

Asimismo, según Appignani et al. (2018) acotó que el 73% de los colaboradores están al pendiente de las redes sociales debido a motivos personales, así como que el 63% utiliza principalmente Facebook y el 37% utiliza Twitter. Se encontró que un 40% utiliza las redes sociales con fines laborales. Por otro lado, un estudio demostró que el uso de la red social Facebook altera el confort del trabajador. Los resultados muestran que existen diferencias entre el uso de Facebook y la edad, también se resaltó que los adolescentes en su mayoría emplean más Facebook que los de mayor edad. Además, se identifica que los adultos se vieron afectados de manera emocional debido al continuo uso de redes sociales en semejanza con los adultos mayores (Hayes et al., 2018). Esto muestra que los millennials son los que usan en su mayoría las redes, en contraste de otras generaciones.

De acuerdo a los hallazgos de una investigación realizada en el año 2018, el 43,7% del total de organizaciones cree que construir el logo de la organización o nicho del mercado es el beneficio más importante que determinan las redes sociales. El 32,9% de las organizaciones afirma utilizar las redes sociales para tener en cuenta comentarios constructivos de los clientes, mientras que el 24,8% utiliza más las redes sociales para compartir reseñas de la empresa. Las empresas también informaron que utilizan las redes sociales para reclutar (21,0%) e implicar a los clientes en la formación e innovación de servicios y productos (11,2%). También es de destacar el nivel de utilidad que las empresas le brindan a la red social, encontrándose que el 42,9% de estas son muy útiles, mientras que el 28,5% las encontró útiles para fines dentro de una empresa o institución; finalmente, solo el 2,0 % no las consideró útiles en absoluto (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2018).

Se realizó la investigación debido a la carencia de estudios similares a nivel nacional y regional, Asimismo, Es de conocimiento que en el pasado, el empleo de redes sociales solía ser

visto como una actividad distractora, tipo de pensamiento que ha quedado grabado en el entorno laboral de muchas organizaciones, así como en las gerencias de las mismas, que no visualizan la necesidad de interacción de índole social en el lugar de labores, así como el desconocimiento de la manera de cómo obtener beneficios de ello en sus procesos comerciales, ocasionando la prohibición de plataformas digitales tradicionales y solo limitando el empleo de las redes internas de la misma organización, conocidas también como redes sociales empresariales, para canalizar la necesidad de actividad social pero a baja escala (Villar & Hermoso, 2018). Además Hugo et al. (2020) destaca que la rutina inadecuada de estar las redes sociales en el trabajo resulta perjudicial; dado que el encontrarse navegando constantemente en facebook, twitter, instagram o whatsapp, compartiendo historias, estados, manteniendo una conversación con amigos, etc.; se conlleva a que los colaboradores no cumplan con sus actividades, ya que están perdiendo minutos hasta horas en esas conversaciones; lo que retrasa la productividad de la compañía y la prestación de servicios se puede dar de manera inadecuada. Para evitar ello, el área de administración es responsable de trazar políticas regulatorias que extiendan los beneficios y resten los costes; esto implica que solo los delegados del manejo de las redes sociales tengan acceso a ellas y controlen los tiempos, en función a los demás empleados, ya que se considera que en horario laboral no deben emplearse.

Por ello, las redes sociales han cambiado radicalmente y las compañías están complementando las técnicas de índole comercial. Su uso puede transformarse, dentro del trabajo, en pro de las causas empresariales, así como en beneficios o desventajas sobre el desempeño del colaborador dentro de las compañías, ya que un alto número de empresas tienden a cambiar la perspectiva de sus funcionalidades, utilizándolo como recurso potencial para atraer clientes y mejorar las relaciones con los colaboradores y otras partes involucradas. Debido a ello, es necesario reconocer el nivel de interacción social en el lugar de trabajo, las plataformas de redes sociales internas al que tienen acceso, entre otros factores con el propósito de potenciar el impacto en el rendimiento laboral (Curay, 2023).

Se destaca que el efecto del uso de las redes sociales va a depender de la gestión que a esta se le brinde; en el ambiente de trabajo, si esta gestión es ineficiente, puede conllevar a que el personal descuide sus labores, no trabaje con eficiencia o eficacia por dedicarle tiempo a las redes sociales; la gestión va a depender también del acceso que tengan los colaboradores, ya que hoy en día algunas áreas realizan sus trabajos por medio herramientas tecnológicas y por medio de las redes, pero esto debe ser también regulado para que se usen con fines laborales;

porque si no es así se conlleva a que estos colaboradores no cumplan sus funciones y no se generen los resultados esperados (Shakki et al., 2019). Bajo ese panorama; la empresa de motocicletas y repuestos, cuenta con personal que cumple con sus funciones, pero no de acuerdo a las políticas establecidas, los vendedores tienen acceso a las diferentes redes sociales a través de celulares inteligentes, tablets, pc y/o laptops donde muchos de ellos realizan sus registros de ventas, cotizaciones, seguimientos de postventa, etc.; pero se pudo detectar que el rendimiento no es el correcto ya que no se cumplen con las metas establecidas por las empresas, con ello se pudo percibir que los asesores emplean sus redes sociales para entretenimiento personal.

Finalmente se formuló la pregunta del problema ¿Cuál es el efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023?

El desarrollo de la investigación permitirá conocer el efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los colaboradores; dado que las redes sociales han aumentado su presencia en todos los ámbitos y con una adecuada gestión trae grandes beneficios, lo cual en el contexto laboral puede permitir la eficiencia y eficacia, sin embargo una inadecuada gestión trae consigo efectos negativos; en base a ello el presente estudio busca conocer la realidad y brindar recomendaciones de mejora que pueden replicarse en todas las empresas e incluso pueden servir como base para sus planes de trabajo. Así mismo es necesario mencionar que existe una relevancia social, porque los beneficiados fueron los colaboradores dado que se identificaron las falencias respecto al uso de redes sociales, se buscó mejorar el nivel de desempeño y su salud, así mismo, se beneficia el área de recursos humanos porque podrá implementar políticas del uso de smartphones con la finalidad de mejorar los procesos de rendimiento laboral dentro de la organización.

Para lograr los propósitos del estudio se estableció como objetivo general: Determinar el efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023, con los siguientes objetivos específicos: Identificar el nivel de uso de las redes sociales en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023, Identificar el nivel de desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023 y; Determinar el efecto de las redes sociales sobre las dimensiones del desempeño laboral de los asesores de ventas de la empresa de motocicletas y repuestos – 2023.

Revisión de literatura

Curay, et al., (2023) llevaron a cabo un estudio cuyo propósito era evaluar si las redes sociales ejercen una influencia directa en el rendimiento laboral de los trabajadores del sector cooperativo financiero de la provincia de Tungurahua. Los resultados revelaron una fuerte correlación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento laboral de los empleados (KMO=94%). Esto se evidenció aún más a través de las correlaciones significativas entre la utilidad de las redes sociales y el desempeño en las tareas (0.557) y el desempeño contextual (0.514). Estos hallazgos indicaron que los empleados consideran que las redes sociales son una herramienta valiosa en el entorno laboral y tienen un impacto positivo en su rendimiento. Por otro lado, Babu et al. (2020), en su artículo tuvo el propósito de determinar el impacto de las redes sociales. Demostraron que la importancia de las redes sociales va en aumento, ya que más y más organizaciones han comenzado a utilizarlas para apoyar la comunicación y la colaboración en el lugar de trabajo. Además, se demuestra a partir de esta investigación que las redes sociales pueden promover la formación de capital social en la organización a través de lazos de red, visión compartida y confianza; y que aportan a la formación de capital social de empleados ligada a la construcción de conocimientos relacionados con el trabajo y la mejora del rendimiento laboral.

Song et al. (2019) en artículo científico se propusieron analizar cómo el uso de las redes sociales en el entorno laboral afecta el rendimiento de los equipos y los empleados. Para llevar a cabo esta investigación. Su estudio indicó que las redes sociales desempeñan un papel complementario en el ámbito laboral y generan efectos sinérgicos positivos que contribuyen a mejorar tanto el rendimiento de los equipos como el de los empleados. Esta mejora se atribuye a la combinación de su valor instrumental y expresivo, que demuestra ser más beneficiosa en términos de desempeño en comparación con la mera suma de estas dos dimensiones. Además, Curay et al. (2022) quienes en su artículo consideraron como objetivo investigar si las redes sociales ejercen una influencia directa en el rendimiento laboral. Para abordar este propósito, sus hallazgos revelaron una correlación significativa del 94% (KMO) entre las variables examinadas. Asimismo, su estudio señaló la necesidad de establecer procedimientos, normativas, regulaciones y políticas relacionadas con el uso de las redes sociales con un enfoque exclusivamente laboral. Por otro lado, Alkhateeb y Abdalla (2020) planearon como objetivo analizar cómo influye el propósito del uso de las redes sociales en el desempeño de los colaboradores. Los resultados obtenidos muestran que el impacto del uso de las redes sociales

en el desempeño de los colaboradores depende de dos factores: Si el uso es con fines laborales el desempeño es eficiente; sin embargo, si el uso es personal en horario de trabajo si tiene un impacto negativo. También, Siraye et al. (2022) quienes tuvieron como objetivo de explorar el propósito con el cual los empleados usan los sitios de redes sociales y examinar su efecto en su desempeño. Como resultados encontró que los empleados usan redes sociales para actividades relacionadas con el trabajo; sin embargo, se suelen emplear más para uso personal como comentar y actualizar el estado; lo cual tiene un impacto negativo en el desempeño laboral. Del mismo modo Cetinkaya y Muhammad (2018) llevaron a cabo una investigación con el propósito de evaluar el impacto de las redes sociales en el rendimiento de los empleados. Sus resultados pusieron de manifiesto que el uso de las redes sociales se asocia de manera positiva con el desempeño laboral, especialmente cuando se utilizan exclusivamente con fines laborales.

Por otro lado, Demuner (2021), en su artículo planteó el objetivo de examinar las elecciones de las microempresas en cuanto al uso de las redes sociales en respuesta a los desafíos ocasionados por la pandemia del COVID-19. Como resultado, se encontró evidencia empírica de cómo la pandemia influyó en la adopción de las redes sociales como una alternativa crucial para la supervivencia de las microempresas. Del mismo modo Alcívar y Yáñez (2021) llevaron a cabo un estudio con el propósito de evaluar cómo las redes sociales impactan en la vida escolar de alumnos que cursan sexto y séptimo grado en la EGB de una Unidad Educativa Para esta investigación. Los resultados revelaron que los estudiantes utilizan principalmente las redes sociales como medio de comunicación en línea. Sin embargo, este uso no se percibió como una distracción significativa que pudiera interferir con sus actividades académicas. Por lo tanto, se concluyó que el uso adecuado y responsable de las redes sociales no tiene un impacto negativo en el rendimiento académico de los estudiantes.

Las teorías relacionadas a las redes sociales se remontan a 1995, mucho antes de la Web 2.0, con la creación de ClassMates.com, pero no fue hasta 2003 cuando se hizo conocido, además de sitios web como MySpace y Xing. Siendo de gran impacto y aumentando su extensión hasta llegar a la aparición de grandes empresas como Google y Yahoo! Se metieron en las redes sociales en Internet, pero no fue hasta la creación de Facebook en 2004 que el empleo de redes sociales comenzó a extenderse a nivel mundial y el número de usuarios comenzó a crecer exponencialmente (Hugo et al., 2020). También se tiene lo afirmado por Pan y Crotts (2012), quienes sostienen que el intercambio social entendido en el marco de las redes sociales se centra únicamente en los contenidos que se publican por parte de los usuarios, lo que ofrece una base

sólida para la mejor comprensión de cómo los individuos desarrollan esta clase de redes y la forma en que comparten la información, pero todo ello enfocado a una relación costo-beneficio.

Se considera que las redes sociales son una tribuna que facilita la comunicación en línea; son un grupo de apps establecidas en internet donde los usuarios crean o intercambian contenido. Estas se encuentran compuestas de tres componentes: dispositivos que producen y difunden los contenidos; dispositivos que obtienen los contenidos y personas que utilizan la información para su uso oficial y personal. Crovi et al (2013, como se citó en Domínguez y López, 2019) afirman que una red social significa la existencia de al menos dos elementos, ya sean personas u objetos, para intercambiar materiales o bienes intelectuales. Se puede hacer más pequeño o más grande, dependiendo de la necesidad del trabajo a realizar. Además, para Lemus et al. (2019) las redes sociales constituyen estructuras desarrolladas en internet por organizaciones o individuos que se vinculan a partir de valores o intereses en común. Mediante ellas se relacionan los sujetos de manera rápida y sin límites.

En cuanto las redes sociales se pueden clasificar: redes funcionales, considerados como lugares donde personas con actividades similares en diferentes partes de la empresa pueden compartir conocimientos y experiencias relacionadas con el trabajo; redes de índole crossfuncionales, donde las personas de campos o funciones disímiles se reúnen para discutir un tema interesante, como el lanzamiento de un nuevo producto; redes interpersonales, considerado facilitadores de la participación y comunicación informal, afrontando problemas individuales, así como características sociales no directamente vinculadas con el trabajo; redes de innovación: definidos como estimulaciones presentadas y discutidas con la finalidad de dar ideas en diversos temas para generar actividad innovadora en la organización; redes entre unidades de negocios: Están diseñados para impulsar la mejora continua y la solución para problemas en todas las unidades de negocio y; redes de clientes, son los que trabajan para conseguir ideas, sugerencias o propuestas de perfeccionamiento de los clientes en cuanto a los bienes que brinda la empresa (Hugo et al., 2020).

De acuerdo con Cetinkaya y Muhammad (2018) el uso de las redes sociales comprende dos dimensiones: La utilidad, hace referencia al tipo de uso que se le dan a las redes sociales. Cada red social tiene una utilidad direccionada, pero esta utilidad también depende de la que emplee un individuo. Tal individuo puede usar las redes sociales para uso personal y para uso laboral; en relación al uso personal puede ser para contactarse con los demás, para compartir experiencias y/o estados con los demás; así mismo como para informarse de sucesos. El

provecho de las redes sociales estriba en que son consideradas como lugares que acentúan una relación entre individuos sin discernir entre género y edad; además de constituirse en sitios que generan visitas, información y reciprocidad. Sin embargo, en determinados momentos se puede ver que la comunicación en línea se lleva a cabo en un tiempo considerable, por lo que el vínculo físico y presencial se ve disminuido (Chunga, 2018). La utilidad percibida, por su parte, es la medida en que los individuos creen que usar un sistema de información en particular, mejora su performance laboral, en cuyo contexto, “performance” se refiere a los méritos derivados de adquirir un producto mediante redes sociales a comparación de adquirirlos en tiendas físicas. Las diferencias de potencialidades entre los vendedores por redes sociales pueden presentar respuestas favorables o desfavorables en la compra online, ya que la intención de compra depende de su elección cognitiva, es así como dichos vendedores que emplean redes sociales creen útil adaptarse dichas redes (Information Resources Management Association, 2018). Por otro lado, la dimensión de facilidad hace referencia a la distribución de los componentes de la red social, lo que hace que dicha red sea fácil de manejar o difícil; además se relaciona con la capacidad que poseen los individuos para manejar las redes sociales. Es así que la facilidad percibida refleja la medida en que el individuo considera que el uso de un determinado sistema es libre o en realidad demanda esfuerzo mental. La facilidad percibida de uso se relaciona con una web “fácil de usar”, por lo que, en este caso, la web queda representada en una plataforma de social-media, cuyos clientes reconocen que las ventajas de adquirir mediante redes sociales pesan más que la complejidad que pueda presentar dicha red (Information Resources Management Association, 2018).

En cuanto a las teorías sobre el desempeño laboral se encuentra vinculado con la posibilidad de un empleado en pro de lograr ciertas metas, cumplir con las expectativas, lograr metas o completar un conjunto de actividades para la organización (Santillán y Saavedra, 2021). Ramos et al. (2019) considera que tanto, la observación del efecto y el análisis del trabajo son fortalezas de varias actividades en una organización que pueden optimizar el reclutamiento, los paquetes de compensación o el desarrollo de capacidades. Al desempeño laboral se le estima como un sistema integrado que se encuentra encaminado al desarrollo de éxito y efectividad organizacional. Este sistema integrado comprende el accionar de los participantes y de las instituciones (Bautista et al., 2020). Por otro lado, Pashanasi et al. (2021) mencionaron que esta es la respuesta para completar el trabajo asignado que se adapte adecuadamente a sus necesidades y los requisitos de la organización para ser eficiente, productiva y eficaz y ayudará a llevar a cabo el deber asignado para lograr el objetivo planteado.

De acuerdo con Cetinkaya y Muhammad (2018) el desempeño laboral comprende tres dimensiones: La gestión del tiempo en el desempeño de índole laboral se refiere a la habilidad y estrategias utilizadas por los individuos para planificar, organizar y priorizar sus actividades laborales y recursos temporales con el fin de maximizar su productividad, eficiencia y efectividad en el trabajo. Incluye el manejo consciente y deliberado del tiempo y la atención en el entorno laboral, con el objetivo de lograr un equilibrio adecuado entre las demandas laborales y personales, y alcanzar los objetivos y metas establecidos. A su vez la gestión temporal en el desempeño de índole laboral implica una serie de habilidades y técnicas, como la planificación, establecimiento de metas, priorización de tareas, delegación, organización, manejo de interrupciones y distracciones, y utilización efectiva de herramientas y tecnologías de apoyo. También implica la capacidad de tomar decisiones informadas sobre cómo asignar y utilizar el tiempo disponible de acuerdo con las prioridades y necesidades laborales, así como la capacidad de adaptarse y ajustar la gestión del tiempo en función de las variaciones en el entorno laboral (Lin et al., 2020).

Por otro lado, el desempeño de habilidades destaca la jerarquía del desempeño de habilidades en el entorno laboral como un componente clave para conseguir el éxito en el trabajo. Esto implica la aplicación efectiva de habilidades técnicas, interpersonales y conceptuales, la capacidad de adaptarse y aprender nuevas habilidades en respuesta a los cambios laborales, y la aplicación de habilidades específicas y relevantes para cumplir con las demandas laborales y lograr resultados exitosos. El desempeño de habilidades en el trabajo se refiere a la capacidad y competencia de un individuo para ejecutar labores y actividades laborales de manera efectiva, utilizando las habilidades y conocimientos necesarios para lograr los objetivos y metas laborales (Tannenbaum y Salas, 2020) mientras que en el entorno laboral implica la aplicación y uso efectivo de habilidades técnicas, interpersonales y conceptuales, así como la capacidad de adaptarse y aprender nuevas habilidades en contestación a las variaciones en el ambiente laboral (Borman y Motowidlo, 2019). Por último, de desempeño contextual se considera que es un factor clave para contribuir al funcionamiento efectivo de la organización. Esto implica acciones y comportamientos voluntarios y proactivos que van más allá de las tareas formales del trabajo, como ayudar a otros, participar en actividades de mejora, mostrar iniciativa y adecuarse a los cambios laborales. El desempeño contextual contribuye a la cultura organizacional positiva, el trabajo en equipo efectivo y la adaptación al entorno laboral, lo cual puede tener gran impacto en el éxito organizacional. Borman, y Motowidlo (2019) acotan que el desempeño contextual en el trabajo se refiere a las operaciones y conductas de un colaborador que van más allá de las

tareas formales del trabajo, y que contribuyen al funcionamiento efectivo de la organización, como la ayuda a otros empleados, la participación en actividades de mejora y la adaptación al entorno laboral.

Materiales y métodos

La siguiente exploración tuvo un enfoque de índole cuantitativo, puesto que emplea la recopilación de datos para comprobar la hipótesis; fue de tipo básica pues se centra en observación y solución de problemáticas en relación a uso de redes sociales y desempeño laboral, con especial énfasis en lo social. En cuanto al nivel fue explicativo, el cual supera la descripción de conceptos, de fenómenos o relaciones entre conceptos; se encuentran dirigidos a dar respuesta a los orígenes de los eventos. Asimismo, fue un diseño transversal no experimental porque la información se recolectó en un solo lugar y momento y no se manipuló la información sobre las variables en estudio (Hernández et al., 2018).

La población estuvo constituida por los 556 colaboradores de la empresa de motocicletas y repuestos, para obtener una muestra, se aplicó el muestreo probabilístico, por lo que se utilizó la fórmula de población infinita; al realizar el cálculo se obtuvo una muestra de tamaño $n=233$ asesores de venta, con lo que queda plenamente identificado el tamaño de la muestra con relevancia estadística para explicar el fenómeno observado en el presente estudio.

Respecto a las técnicas y herramientas, se emplearon la encuesta que sirvió para recolectar la información. Se emplearon dos cuestionarios para cada variable de los autores (Cetinkaya y Muhammad, 2018), el primer cuestionario conformado por 2 dimensiones: utilidad con 12 ítems y facilidad con 8 ítems, con un total de 20 ítems; y el segundo cuestionario estuvo conformado por tres dimensiones: gestión de tiempo con 7 ítems, desempeño de habilidades con 5 ítems y desempeño contextual con 8 ítems, con un total de 20 ítems. Además, fue medido en escala de Likert de 1= nunca al 5=siempre, que fueron aplicados los asesores de venta de la empresa de motocicletas y repuestos. Se calculó el alfa de Cronbach mayor a 0.7 y se calificó como muy bueno con ayuda del coeficiente Beta de Rajú, donde se pudo demostrar la confiabilidad de los cuestionarios.

Posteriormente se procedió a llevar a cabo el procedimiento de recopilación de datos, siguiendo los pasos a continuación: Empleando la muestra conseguida, se utilizó un cuestionario virtual que se subió a Google Drive y el periodo de disponibilidad fue de 10 días. Luego se bloqueó la posibilidad de completar el cuestionario en línea.

Por último, se pasó la información recolectada al software estadístico SPSS V.26, los cuales fueron recolectados a través de los instrumentos para luego procesar la data en concordancia con los ítems del cuestionario y obtener los resultados en tablas y gráficos barras (Análisis Descriptivo), para la parte inferencial se usó la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov para contrastar la hipótesis y posteriormente se aplicó la técnica no paramétrica conocido como análisis de varianza (ANOVA), para dar cumplimientos de los objetivos.

Resultados y discusión

PARA EL PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO: Identificar el nivel de uso de las redes sociales en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023.

Tabla 1

Nivel de uso de las redes sociales en la empresa de motocicletas de repuestos en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023

| Nivel de uso de las redes sociales | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Bajo | 79 | 33,9% |
| Medio | 88 | 37,8% |
| Alto | 66 | 28,3% |
| Total | 233 | 100,0 |

Nota: Encuesta aplicada a los asesores de venta de motocicletas y repuestos.

Según la tabla 1 se observa que el 37,8% de los asesores de ventas de la empresa de motocicletas y repuestos demostraron un nivel medio en cuanto al uso de las redes sociales para interactuar en el trabajo, lo que pone de manifiesto que los asesores no usan suficientemente las redes sociales para vender lo que la empresa de motocicletas ofrece, como seguramente sí lo hacen a nivel informativo y en el uso personal; el 33,9 % de los trabajadores lo califican con el nivel bajo; además, hay un grupo de asesores de ventas que califican a las redes sociales con el nivel alto. Esto significa que los trabajadores de la empresa motocicletas y repuestos, si emplean las redes sociales como medio informativo, pero no en gran medida. Esto se contradice con lo encontrado por Demuner (2021), donde el uso de redes sociales se hizo con tal grado de consciencia, que ayudó incluso a mitigar los efectos de la pandemia del COVID-19. Lo acá analizado se basa con lo afirmado por Pavithra & Deepak (2021), quienes sustentan que el empleo de redes sociales varía en función a los objetivos de su uso, por ejemplo, en cómo plantean su empleo los colaboradores de una empresa, como en esta investigación, y en cómo

se emplea en empresas u organizaciones de otros rubros, buscando siempre la maximización del beneficio.

Tabla 2

Uso de las redes sociales por edad de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023

| Redes sociales que más usa | Genero | | | | Edad | | | | | | Tiempo Laborando | | | | | |
|----------------------------|--------|------|-------|------|--------------|------|----------------|------|----------|------|------------------|------|------------|------|--------------|------|
| | Hombre | | Mujer | | 21 - 35 años | | 36 - a 45 años | | 46 a más | | 1 a 2 años | | 3 a 5 años | | 5 años a más | |
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| WhatsApp | 70 | 38,7 | 24 | 46,2 | 47 | 39,2 | 4 | 17,4 | 43 | 47,8 | 27 | 42,9 | 30 | 38,5 | 37 | 40,2 |
| Facebook | 40 | 22,1 | 5 | 9,6 | 17 | 14,2 | 13 | 56,5 | 15 | 16,7 | 8 | 12,7 | 13 | 16,7 | 24 | 26,1 |
| Instagram | 44 | 24,3 | 16 | 30,8 | 37 | 30,8 | 4 | 17,4 | 19 | 21,1 | 22 | 34,9 | 24 | 30,8 | 14 | 15,2 |
| Twitter | 1 | 0,6 | 1 | 1,9 | 1 | 0,8 | 0 | 0 | 1 | 1,1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2,2 |
| Tik Tok | 21 | 11,6 | 6 | 11,5 | 17 | 14,2 | 2 | 8,7 | 8 | 8,9 | 6 | 9,5 | 10 | 12,8 | 11 | 12 |
| Otros | 5 | 2,8 | 0 | 0 | 1 | 0,8 | 0 | 0 | 4 | 4,4 | 0 | 0 | 1 | 1,3 | 4 | 4,3 |
| Total | 181 | 100 | 52 | 100 | 120 | 100 | 23 | 100 | 90 | 100 | 63 | 100 | 78 | 100 | 92 | 100 |

Nota: Encuesta aplicada a los asesores de venta de motocicletas y repuestos.

En la tabla 2 se aprecia el mayor porcentaje (56,5%) de los asesores de ventas que tienen edad entre 36-45 años, indicaron Facebook como red social para el uso personal, laboral, informativo y le asignan mucho más tiempo a este aplicativo, seguido a otro grupo del 47,8% de los trabajadores que tiene edad más de 46 años usan WhatsApp como red social y el 39,2% de los encuestados con edades entre 21- 35 años también respondieron

dar más uso a WhatsApp como red social para comunicarse y emplearlo en uso laboral. Además, en general el mayor número de trabajadores emplean o consideran al aplicativo WhatsApp como red social.

También, se puede observar que el 46,2% de los asesores de ventas de sexo femenino indicaron que usan WhatsApp como red social de uso personal, instrumento de trabajo y como medio de comunicación, el 38,7% de los encuestados de sexo masculino también respondieron que usan el aplicativo WhatsApp como red social e Instagram (30,8%) es otra red social más usados por los encuestados de sexo femenino. En cambio, Twitter y Tik Tok son menos usados por los asesores de ventas de la empresa motocicletas y repuestos.

Además, se puede apreciar que los trabajadores que tienen menos tiempo trabajando (1 a 2 años) en la empresa (42,9%) usan WhatsApp para interactuar en su mayoría, el 40,2% de los encuestados que tienen más de 5 años también emplean WhatsApp ya sea como uso personal, en el trabajo y para comunicarse. Además, se observa que el WhatsApp es el medio más usado por los asesores de la empresa de motocicletas y repuestos.

Lo encontrado en el análisis de esta tabla concuerda con lo encontrado por Dong & Wub, (2018) respecto a Facebook, pero contrasta con el poco empleo que se le da a Twitter en el Perú, a diferencia de la gran aceptación que esta red social tiene en el extranjero. Lo acá analizado encuentra sustento teórico en lo afirmado por Pan y Crotts (2012), quienes sostienen que los contenidos compartidos dentro de un grupo que envuelva colaboradores en un marco laboral, se enfoca sobre todo a la relación costo-beneficio, y, según lo encontrado en este estudio, la mayor cantidad de empleados confía más en Facebook, ya que esta plataforma es muy conocida y se tiene una mejor comprensión de cómo funciona a diferencia de Twitter, que no es muy apreciada por la fuerza laboral de la empresa estudiada.

PARA EL SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO: Identificar el nivel de desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023

Tabla 3

Nivel de desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas de repuestos en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023

| Nivel de desempeño laboral | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Bajo | 70 | 30,0 |
| Medio | 96 | 41,2 |
| Alto | 67 | 28,8 |
| Total | 233 | 100,0 |

Nota: Encuesta aplicada a los asesores de venta de motocicletas y repuestos.

Según la tabla 3 se puede apreciar que el desempeño laboral tiene una calificación de nivel medio, por el 41,2% de los trabajadores de la empresa motocicletas y repuestos, por otra parte, 30% de trabajadores califican con el nivel bajo en cuando al desempeño, esto nos indica que los colaboradores no muestran ánimos para realizar las actividades otorgados por la organización. Asimismo, el 28.8% de los empleados tienen una calificación de nivel alto en el desempeño laboral. Por su parte, Siraye et al, (2022), encontraron que el impacto de las redes sociales en el desempeño laboral de los empleados analizados fue negativo, ya que esas redes eran más empleadas para el uso personal que para el laboral, lo que se relaciona bastante con lo encontrado en este estudio. En el mismo sentido, Alcívar-Moreira y Yáñez-Rodríguez (2021) encontraron que el empleo de las redes sociales no constituye un distractor dentro de las actividades realizadas, por lo que su uso no infiere negativamente en el desempeño laboral. Teóricamente, Santillán y Saavedra (2021) afirman que la capacidad del empleado para cumplir metas guarda relación con el logro de metas y expectativas, y en este caso la mayoría de los colaboradores encuestados considera que el nivel de tal desempeño es medio, por lo que, en relación a esta teoría, también puede decirse que la capacidad que tiene el colaborador para la consecución de objetivos es considerada media.

Tabla 4

Nivel de desempeño laboral por dimensiones de los asesores de ventas de motocicletas de repuestos en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023.

| | Dimensiones | | | | | |
|-------|--------------------------|----------|---------------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| | Gestión de Tiempo | | Desempeño de habilidades | | Desempeño contextual | |
| | n | % | n | % | n | % |
| Bajo | 73 | 31,3 | 77 | 33 | 81 | 34,8 |
| Medio | 92 | 39,5 | 99 | 42,5 | 88 | 37,8 |
| Alto | 68 | 29,2 | 57 | 24,5 | 64 | 27,5 |
| Total | 233 | 100 | 233 | 100 | 233 | 100 |

Nota: Encuesta aplicada a los asesores de venta de motocicletas y repuestos.

En la tabla 4 se puede apreciar que el 42,5% de los asesores de ventas de la empresa motocicletas y repuestos califican con el nivel medio la dimensión desempeño de habilidades, el 33% con el nivel bajo, puesto que los colaboradores no planifican su tiempo y no emplean de

manera adecuada los recursos para realizar sus actividades. Además, se puede observar el 39,5% de los encuestados califican con el nivel medio la gestión de tiempo, el 31,5% con el nivel bajo y el 29,2% en cuanto al desempeño de habilidades, esto significa que los asesores de empresa de motocicletas y repuestos no perciben constantemente la adquisición o reforzamiento para mejorar sus habilidades técnicas. Por último, el 37,8% de los asesores califican con el nivel medio el desempeño contextual, el 34,8% califican con el nivel bajo, esto indica que este grupo de asesores no emplean una buena actitud frente a las actividades o es difícil en cuanto a la adaptación a los cambios que se presentan dentro de la empresa. De este modo queda patente una diferencia con lo encontrado por Song et al, (2019) para quienes las redes sociales sirven como complemento en el trabajo y le da aún más valor instrumental y expresivo al trabajo que realizan, lo que no se condice con el desempeño de habilidades, gestión de tiempo y la realización de actividades en general de este estudio. Teóricamente, los resultados encuentran sustento en lo sostenido por Cetinkaya y Muhammad (2018), quienes afirman que la gestión temporal busca un equilibrio entre demanda laboral y personal, lo que puede deducirse a partir de que la mayor parte de encuestados sostuvo que esta gestión era medianamente aceptable; así como también fue el caso del desempeño de habilidades, es decir, aplicarlas debidamente de tal forma que resulten efectivas; y, por último, lo que sostienen sobre el desempeño contextual, es decir, voluntariedad y proactividad, y que en este caso resultaron también por mayoría, medianamente consideradas por los empleados. Estos indicadores mejorarían, siempre según esta teoría, si hubiera más iniciativa y adaptación por parte de los empleados.

PARA EL TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO: Determinar el efecto de las redes sociales sobre las dimensiones del desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023.

Tabla 5

Efecto de las dimensiones de redes sociales sobre el desempeño laboral en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023.

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|-----------|-----------|-------------------|-----|------------------|-------|------|
| Utilidad | Regresión | 8,219 | 2 | 4,110 | 7,342 | ,001 |
| | Residuo | 128,742 | 230 | ,560 | | |
| | Total | 136,961 | 232 | | | |
| Facilidad | Regresión | 6,770 | 2 | 3,385 | 5,980 | ,003 |
| | Residuo | 130,191 | 230 | ,566 | | |
| | Total | 136,961 | 232 | | | |

Nota: Software estadístico SPSS v.26.

En la tabla 5 se puede apreciar el ANOVA con los valores de significancia, donde se demostró que la dimensiones utilidad y facilidad cumplen con los parámetros establecidos con el valor p menor a 0.05, en consecuencia, se evidencio que existe un efecto con el desempeño laboral de los asesores de venta de motocicletas y repuestos, deduciéndose que los asesores de venta presentan bajo desempeño al realizar sus actividades dentro de la organización, por efecto de diversos factores. Los resultados obtenidos coinciden con Cetinkaya y Muhammand (2018), donde plantearon el siguiente objetivo de conocer el efecto de las redes sociales en el desempeño de los colaboradores, bajo la metodología empírica con una muestra de 205 colaboradores, pudo demostrar que el uso de las redes sociales se correlaciona de manera positiva con el desempeño laboral. Además, Alkhateeb y Abdalla (2020), realización su investigación, con el objetivo de analizar cómo influye el propósito del uso de las redes sociales en el desempeño de los colaboradores, tomó 228 colaboradores como muestra, donde demostró que los empleados usan redes sociales relacionadas con el trabajo, también, coinciden con nuestra investigación. Teóricamente, estos resultados se basan en lo afirmado por Chunga (2018), quien sostiene que la utilidad y la facilidad de estas redes se basa en cómo estas incrementan los lazos entre individuos y en qué tanto pueden distribuirse dentro de un grupo de personas.

PARA EL OBJETIVO GENERAL: Determinar el efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023.

Tabla 6

Efecto de las redes sociales en el desempeño laboral en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023.

| ANOVA | | | | |
|-----------|-------------------|-----|------------------|------------|
| | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F Sig. |
| Regresión | 8,491 | 2 | 4,245 | 7,600 ,001 |
| Residuo | 128,471 | 230 | ,559 | |
| Total | 136,961 | 232 | | |

a. Variable d: Desempeño laboral

b. Predictores: Redes sociales

Nota: Software estadístico SPSS v.26.

En la tabla 6 se observa el valor de significancia igual 0.001, que es un valor $p < 0.05$, en el uso de las redes sociales, donde se puede evidencia la existencia del efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos, esto indica que los asesores de ventas si le dan un buen uso a las redes sociales para realizar sus actividades y de igual manera existe facilidad de uso de la misma, además al organizar sus actividades pueden cumplir y priorizar entregas en corto tiempo y a su vez asistiendo a reuniones y capacitaciones, todo lo mencionado influye positivamente en el desempeño laboral. Estos hallazgos concuerdan con la investigación llevada a cabo por Seleem et al. (2020), la cual se propuso analizar el impacto del uso excesivo de las redes sociales en el entorno laboral, los conflictos relacionados con la tecnología y el desempeño de los empleados. El estudio demostró que la utilización de las redes sociales tiene una influencia en la generación de preocupación emocional y cognitiva, lo que a su vez desencadena tres tipos de conflictos: conflicto relacionado con las tareas laborales, conflicto en los procesos de trabajo y conflicto en las relaciones interpersonales. Estos conflictos, a su vez, resultan en una disminución del rendimiento laboral.

De igual manera, en un estudio realizado por Jong et al. (2021), se planteó la finalidad de evaluar la influencia de las redes sociales en desempeño empresarial, y sus resultados indicaron que el uso apropiado de las redes sociales tiene un impacto positivo en el rendimiento laboral.

También, Song et al. (2019) Su objetivo principal era analizar las consecuencias del uso de las redes sociales dentro del espacio laboral en el desempeño del equipo y de los empleados, donde determinaron que las redes sociales son complementarias en el trabajo y generan sinergias positivas para aumentar el rendimiento del equipo y del colaborador, encontrando también coincidencias con nuestros resultados obtenidos. cuyo propósito era averiguar si las redes sociales impactan directamente en el rendimiento laboral de los empleados en el sector cooperativista, evidenció una fuerte correlación entre el uso de las redes sociales y el desempeño laboral de los empleados. Estos resultados encuentran sustento teórico en lo planteado por Lemus et al. (2019), que afirma que las organizaciones o estructuras basadas en redes sociales, nacen y se relacionan desde una serie de intereses y valores en común. Todo ello en nuestro estudio se encuentran representado por los colaboradores de la empresa, y el uso que ellos le dan a dichas redes, el mismo que nace a partir de los intereses comunes que todos los trabajadores tienen para con la empresa y para con la forma de captar clientes de manera inmediata y sin límites, lo que se ve beneficiado gracias a su facilidad de uso de estas redes sociales y cuyo correcto empleo se encuentra reflejado en el efecto que dichas redes tienen en el desempeño laboral de los colaboradores.

Conclusiones

En relación al uso de las redes sociales por parte de los asesores de ventas, se puede concluir que su adopción es moderada, lo que indica que estas herramientas se consideran relativamente importantes para la comunicación en el ámbito laboral. Además, se da el hecho de no emplear debidamente dichas redes a manera de instrumento de difusión de información relacionada a estrategias de venta, entre los asesores, con la empresa y con los mismos clientes.

Con respecto a desempeño laboral de los asesores de ventas, se concluye que es insuficiente, sobre todo considerando el asunto de la inadecuada gestión del tiempo en las funciones encomendadas, lo que lleva a pensar en la poco eficaz gestión de la empresa sobre el tema. Esto podría incidir negativamente en la planificación y organización llevada a cabo por los asesores de ventas, con las consecuencias negativas derivadas de ello, como incumplimiento de metas y menor producción, por lo que es evidente la necesidad de realizar cambios en ese sentido.

En lo que respecta al impacto de las redes sociales en las dimensiones del desempeño laboral, tanto la utilidad como la facilidad de uso de estas herramientas tienen una influencia predominante en el desempeño de los asesores de ventas. Lo que implica que la empresa tendrá un impacto significativo en todas las áreas del desempeño laboral, si es que prioriza el uso de

estas herramientas digitales, mejorando la comunicación entre todas las partes involucradas en el proceso empresarial y, en última instancia, impulsando las ventas.

En conclusión, se ha demostrado que las redes sociales tienen un impacto significativo en el desempeño laboral de los asesores de ventas de la empresa analizada. Esto subraya la importancia de considerar constantemente todos los factores e indicadores relacionados con ambas variables, ya que la gestión adecuada de las redes sociales puede mejorar el desempeño laboral, pero su negligencia también puede empeorarlo. Por lo tanto, es fundamental una gestión efectiva de las redes sociales en el entorno laboral.

Recomendaciones

Realizar una capacitación a través de un focus group sobre la correcta utilización de las redes sociales en el entorno laboral es fundamental. Durante esta sesión, se debe enfatizar la relevancia de estas plataformas para mejorar la comprensión del entorno de trabajo, identificar posibles colaboradores con intereses laborales afines y compartir avances y proyectos conjuntos. Esta práctica no solo fomenta la eficiencia, sino que también ahorra tiempo, ya que permite continuar tareas desde donde se dejaron, gracias a la información previamente compartida en la red social.

Programar una sesión de capacitación con un “community manager” sobre el uso de aplicaciones para aumentar la productividad. Esta capacitación debe incluir explicaciones detalladas sobre aplicaciones como Focus To-Do, una herramienta especializada en la planificación y organización de tareas en entornos de trabajo colaborativo. También se abordarán aplicaciones como Google Drive, que facilita la visualización ordenada y estructurada de las tareas asignadas.

Diseñar sesiones de coaching que se centren en resaltar la utilidad y la facilidad de uso de las RR. SS., con la finalidad de motivar a los colaboradores a aprovechar estas herramientas. Es esencial mantener un enfoque racional en su uso, enfocándose en su aplicación en el ámbito laboral para mejorar el desempeño y aumentar la productividad del equipo. Además, es importante transmitir que esta adquisición de habilidades no solo beneficia a la empresa, sino que también enriquece la vida de los colaboradores en un mundo cada vez más influenciado por las redes sociales.

Se recomienda a la empresa que debería considerar la implementación progresiva de estrategias de gestión de redes sociales, lo que fomentaría la comunicación efectiva entre los asesores de ventas y sus clientes potenciales, aumentando la percepción de las redes sociales

como herramientas útiles en el lugar de trabajo. Además, es fundamental proporcionar formación a los asesores para fortalecer sus habilidades en el uso de las redes sociales, respaldando su capacidad para aprovechar al máximo estas plataformas.

Referencias

- Alcívar, A. V. y Yáñez, M. A. (2021). *Las redes sociales y su impacto en el rendimiento académico de los estudiantes de primaria*. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2537>
- Alharthi, S., Levy, Y., Wang, L., & Hur, I. (2019). Ciberlibertad móvil para los empleados y su compromiso con la organización. *Revista de sistemas de información informática*, 61(2), 141-153.
<https://doi.org/10.1080/08874417.2019.1571455>
- Alkhateeb, M., & Abdalla, R. (2020). Innovations in human resources management: impact of social media use on employees' performance. *Marketing and Management of Innovations*, 2(32), 1-15. <http://doi.org/10.21272/mmi.2020.2-10>
- Appignani, T., Jones, S., Watson, M., & Welch, E. (2018). Social media in the workplace. *The 16 th Annual Meeting of the Association of Internet Researchers.*, 21-24.
- Babu, S., Hareendrakumar , V., & Suresh , S. (2020). La influencia de las redes sociales en el desempeño laboral en los parques tecnológicos de la India.. *SAGE Journals*, 19(1). <https://doi.org/10.1177/0972622520962949>
- Bautista, R., Cienfuegos, R., & Aquilar, J. (2020). El desempeño laboral desde un punto de vista teórico. *Revista Científica Valor Agregado*, 7(1), 24-29.
<https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1417>
- Benítez , J., Castillo , A., Llorens, J., & Braojos, J. (2018). IT-enabled knowledge ambidexterity and innovation performance in small U.S. firms: The moderator role of social media capability. *Gestión de la información*, 55(1), 131-143.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2017.09.004>
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W. y Benavidez Rodriguez, A. (2020) *Motivación y desempeño laboral: El capital humano como elemento clave en las organizaciones*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-385.pdf>
- Braojos, J., Benítez, J., & Llorens, J. (2019). ¿Cómo impactan las capacidades de TI del comercio social en el desempeño empresarial? Teoría y evidencia empírica. *Gestión de la información*, 56(2), 155-171.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2018.04.006>

- Campbell, J., & Wiernik, B. (2015). The Modeling and Assessment of Work Performance. *In Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2. 10.1146/annurev-orgpsych-032414-111427
- Cetinkaya, A., & Muhammad, R. (2018). The effect of social media on employees' job performance: The mediating role of organizational structure. *MPRA*, 1(91354), 1-21. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/91354/1/MPRA_paper_91354.pdf
- Choi, J., Miao, C., Oh, I., Berry, C., & Kim, K. (2018). Relative Importance of Major Job Performance Dimensions in Determining Supervisors' Overall Job Performance Ratings. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 36(3), 377–389.
- Chunga, G. (2018). Estrategias para integrar Facebook en el apoyo de la educación universitaria. *Educare et comunicare*, 6(1). <https://revistas.usat.edu.pe/index.php/educare/article/view/185/419>
- Curay, C., Poveda, D., & Beltrán, C. (2022). La influencia de las redes sociales en el desempeño laboral de los empleados del sector cooperativo. *Digital Publisher*, 8(1), 1-9. doi.org/10.33386/593dp.2023.1-1.1598
- Demuner Flores, M. R. (2021). *Uso de redes sociales en microempresas ante el impacto del COVID-19*. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e660>
- Domínguez, F., & López, R. (2019). Interacción social, jóvenes universitarios y redes sociales digitales. *Rencuentro*, 30(77), 75-92. <https://www.redalyc.org/journal/340/34065218005/html/>
- Dong, J., & Wub, W. (2018). El valor empresarial de las tecnologías de redes sociales: evidencia de comunidades de usuarios innovadores en línea. *El Diario de Sistemas de Información Estratégica*, 24(2), 113-127. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.04.003>
- Haqea, A., Aston, J., & Kozlovski, E. (2018). *The Impact of Stressors on Organizational Commitment of Managerial and Non-Managerial Personnel in Contrasting Economies: Evidences from Canada and Pakistan*. *International Journal of Business*: <https://www.researchgate.net/profile/Adnan->

Haque/publication/324728417_The_Impact_of_Stressors_on_Organizational_C
ommi tment_of_Management_and_Non-
Managerial_Personnel_in_Contrasting_Economies_Evidences_from_Canada_a
nd_Pakistan/links/5ae06ca30f7e9b28594702

- Harari, M., Reaves, Á., & Viswesvaran, C. (2016). Desempeño innovador y creativo: un metanálisis de las relaciones con la tarea, la ciudadanía y los aspectos contraproducentes del desempeño laboral.. *Revista Europea de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 25(4), 495-511. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2015.1134491>
- Hayes, M., Van Stolk, K., & Muench, F. (2018). Comprender el uso de Facebook y el impacto psicológico del uso intergeneracional. *Computers in Human Behavior*, 49, 507-511. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.040>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, L. (2018). Metodología de la investigación. *McGraw-Hill Interamericana.*, 4, 310 - 386. <https://dspace.scz.ucb.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/21401/1/11699.pdf>
- Huang, J., Baptista, J., & Newell, S. (2018). La ambidestreza comunicacional como una nueva capacidad para gestionar la comunicación en las redes sociales dentro de las organizaciones. *El Diario de Sistemas de Información Estratégica*, 24(2), 49-64. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.03.002>
- Hugo, F., Jimenez, C., Holovaty, M., & Lara, P. (2020). La influencia de las redes sociales en la administración empresarial. *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, 4(1). [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.173-182](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.173-182)
- INEI. (2018). *Tecnologías de comunicación e información empresarial, 2017: Encuesta Económica Anual año 2018*. INEI: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1719/1ibro.pdf
- Information Resources Management Association (2018). *Social Marketing: Breakthroughs in Research and Practice*. IGI Global. Hershey. USA.

- Jimenez, C., Holovaty, M., & Lara, P. (2020). La influencia de las redes sociales en la administración empresarial. *ReciMundo*, 1(2), 173-182. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.173-182](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.173-182)
- Jong, D., Chich, S., Ruangkanjanases, A., & Hsuan, Y. (2021). The Impact of Social Media Usage on Working Efficiency: The Perspectives on Media Synchronicity and Gratifications. *Frontiers in Psychology*, 12(7). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.693183>
- Kumar, V., Loonam, J., Allen, J., & Sawyer, S. (2018). Exploring Enterprise Social Systems & Organisational Change: Implementation in the Digital Age. *Journal of Information Technology*, 31(2). <https://doi.org/10.1057/jit.2016>.
- Lemus, M., Bárcenas, C., & Gómez, J. (2019). Juventud y tecnologías digitales. Diagnóstico del uso y apropiación de las plataformas digitales en la metrópoli sur de Tamaulipas. *Ciencia UAT*, 14(2), 87-103. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v14i2.1359>
- Luqman, A., Masood, A., Shahzad, F., Imran, M., & Xiong, Q. (2020). Redes sociales corporativas y Cyber-Slack: una perspectiva integradora. *Revista internacional de interacción humano-computadora*, 36(15), 1426-1436. <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1752475>
- Mahmood, J. (2015). La relación entre la idoneidad personal y el desempeño laboral: un estudio entre empleados del sector de servicios para PYMES en Malasia.,. *Int. J. Bus., Hum. Tecnología*, 1(2), 95-105.
- Pan, B. y Crotts, JC (2012). Modelos teóricos de redes sociales, implicaciones de marketing y direcciones futuras de investigación. sobre el tema “Redes sociales en viajes, turismo y hotelería: práctica, teoría y casos”, 73-85, Ashgate, Reino Unido.
- Pashanasi, B., Gárate, J., & Palomino, G. (2021). Productividad laboral en instituciones de educación superior: una revisión de la literatura latinoamericana. *SciElo*, 12(3), 12-28. <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.3.537>

- Pavithra, S., y Deepak , K. (2021). Impacto de las redes sociales en la productividad de los empleados en el sector de tecnología de la información (TI) en Bangalore. *Materials Today: Proceedings*, 14(5), 1-5.
<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.11.067>
- Ramos, P., Fernández, J., Barrada, J., & Koopmans, L. (2019). Assessing job performance, using brief self-report scales: The case of an individual work performance questionnaire. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35(3), 195-205.
- Ros, S., Hernández, R., Caminero, A., Robles, A., Barbero, I., Maciá, A., & Holgado, F. (2015). On the use of extended TAM to assess students' acceptance & intent to use third-generation learning management systems. *British Journal of Educational Technology*, 46(6), 1250-1271. 10.1111/bjet.12199.
- Rueda , L., Benítez, J., & Braojos , J. (2018). De la tecnología educativa tradicional a la satisfacción de los estudiantes en la educación gerencial: una teoría sobre el papel de las aplicaciones de redes sociales. *Gestión de la información*, 54(8), 1059-1071. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.06.002>
- Saleem, S., Fenga, Y., & Luqman, A. (2020). *Uso excesivo de las redes sociales en el lugar de trabajo, conflictos tecnológicos y desempeño de los empleados: una perspectiva sociocognitiva-conductual*. Tecnología en la Sociedad: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X21000592>
- Santillán, K., & Saavedra, R. (2021). Productividad del personal administrativo en la Municipalidad Provincial de Moyobamba, San Martín, Perú. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 5(6), 15-25. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1227
- Shakki, F, A Nia, y N Bai. «Negative consequences of using social networks at the workplace, from the point of view of the sports & youth departments staff.» *AASS Journal* 7, nº 3 (2019): 1-10.
- Siraye, Z., Elias, T., Abebe, T., & Andualem, M. (2022). Employees' use of social networking sites and job performance. *Research Square*, 2(12), 1-16. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1897251/v1>

- Song, Q., Chen, Y., Benítez, J., & Hu, J. (2019). Impacto del empleo de las redes sociales en el área de trabajo en el desempeño del equipo y de los colaboradores. *Gestión de la información*, 56(8). <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.04.003>
- Stone, E., Álvarez, K., & Foster, L. (2016). La validez de constructo de las definiciones conceptuales y operativas del desempeño contextual y constructos relacionados. *Revisión de la gestión de recursos humanos*, 19(2), 104-116. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2008.10.003>
- Tamayo, M. (2003). *El proceso científico de la investigación (4ta ed.)*. México: Limusa S.A.
- Turel, O., & Qahri, H. (2018). Uso problemático de las redes sociales: antecedentes y consecuencias desde la visión de la teoría del sistema dual. *Revista de sistemas de información de gestión*, 33(4), 1087-1116. <https://doi.org/10.1080/07421222.2016.1267529>
- Vidgen, R., & Barnes, S. (2017). *Un enfoque integrador para evaluar la calidad del comercio electrónico*. *Revista de investigación sobre comercio electrónico*, 14127.
- Villar, A., & Hermoso, R. (2018). Uso de redes sociales: capturar y crear imagen de marca. *Universidad de Zaragoza*. doi:<https://zaguan.unizar.es/record/86069>

Anexos

Anexo 3. Operacionalización de Variables

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIÓN | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|----------------------------|--|--|--------------------------|--|-------------------------------------|
| Redes sociales | Crovi et al (2013, como se citó en Domínguez y López, 2019) afirman que una red social significa la existencia de al menos dos elementos, ya sean personas u objetos, para intercambiar materiales o bienes intelectuales. Se puede hacer más pequeño o más grande dependiendo de la necesidad del trabajo a realizar. | La variable Redes sociales se estableció con la escala de Cetinkaya y Muhammad; constituida por dos dimensiones. | Utilidad | Uso personal Uso laboral Uso informativo Tiempo asignado a las redes sociales Cumplimiento de tareas asignadas | Nunca (1) |
| | | | Facilidad | Percepción Facilidad para aprender Facilidad para interactuar Manejo en el horario de trabajo | Casi nunca (2) Algunas veces (3) |
| Desempeño de los empleados | El desempeño laboral es considerado como un sistema integrado que se encuentra orientado al desarrollo de la efectividad y el éxito de las organizaciones. Este sistema integrado comprende el accionar de los colaboradores y de las organizaciones (Bautista et al., 2020) | La variable desempeño laboral se estableció por tres dimensiones planteadas por Cetinkaya y Muhammad. | Gestión del tiempo | Planificación Organización Priorización de tareas Equilibrio | Casi siempre (4) |
| | | | Desempeño de habilidades | Habilidades técnicas Habilidades interpersonales Habilidades conceptuales | Siempre (5) |
| | | | Desempeño contextual | Participación Iniciativa Actitud Adaptación al cambio | |

Anexo 4. Matriz de Consistencia

| Título de Investigación | Problema de Investigación | Objetivo General | Hipótesis | Variable | Dimensión | Indicadores |
|---|--|---|---|-------------------|--|--|
| Efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023 | ¿Cuál es el efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023? | Determinar el efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023. | Existe efecto de las redes sociales en el desempeño laboral de los asesores de ventas de una empresa de motocicletas y repuestos – 2023 | Redes sociales | Utilidad Facilidad | Uso personal Uso laboral Uso informativo Tiempo asignado a las redes sociales Cumplimiento de tareas asignadas Percepción Facilidad para aprender Facilidad para interactuar Manejo en el horario de |
| | | <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar el nivel de uso de las redes sociales en los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023. - Identificar el nivel de desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023 - Determinar el efecto de las redes sociales sobre las dimensiones del desempeño laboral de los asesores de ventas de motocicletas y repuestos – 2023. | | Desempeño laboral | Gestión del tiempo Desempeño de habilidades Desempeño contextual | Planificación Organización Priorización de tareas Equilibrio Habilidades técnicas Habilidades interpersonales Habilidades conceptuales Participación Iniciativa Actitud Adaptación al cambio |

| Población, muestra y muestreo | Instrumentos de recolección de datos | Procedimiento | Procesamiento |
|---|---|---|---|
| <p>Población 556 asesores de venta de la empresa de motocicletas y repuestos</p> <p>Muestra Por ser pequeña la población se toma toda como la muestra. n=233 asesores de ventas</p> | <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Se le explica el objetivo de la investigación y se les pide el consentimiento para responder el cuestionario virtual localizado en Drive de Google - Se establecerá fecha límite para responder el cuestionario virtual. | <p>La información recolectada por encuestas se vaciará en el SPSS V. 26 tal cual se muestran en los cuestionarios, luego de analizado y constatado con las teorías planteadas para proceder a la discusión.</p> |

Anexo 03: Cuestionario en función a la escala del uso de las redes sociales según Cetinkaya y Muhammad (2018)

Objetivo: El presente cuestionario tiene como finalidad medir opiniones y actitudes de la variable uso de las redes sociales de los empleados de una empresa de motocicletas y respuestas – 2023.

Instrucciones:

1. A continuación, se presentan 20 ítems con atención cada uno de ellos.
2. Responda cada ítem marcando con un aspa (X) la opción que mejor describa su nivel de frecuencia. Las opciones de respuesta son las siguientes:

| Nunca | Casi nunca | Algunas veces | Casi siempre | Siempre |
|-------|------------|---------------|--------------|---------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

3. Recuerde que las respuestas son opiniones basadas en SU experiencia de trabajo actual, por lo tanto, NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS.
4. No debe quedar ningún ítem sin ser respondido.
5. Responda con sinceridad, este cuestionario es estrictamente confidencial.

| | | | |
|------------------|---|---|--|
| Edad | | | |
| Género | M | F | |
| Puesto que ocupa | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------|------------|-----------------|--------------|---------|------------|-------------|
| Tiempo laborando en la empresa | 1 a 2 años | 3 años a 5 años | 5 años a más | | | |
| Redes sociales que emplea | WhatsApp | Face book | Instagram | Twitter | Tik Tok | Otra: _____ |



| DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTE MS | RESPUESTAS | | | | |
|----------------------------------|--|---|------------|------------|---------------|--------------|---------|
| | | | Nunca | Casi nunca | Algunas veces | Casi siempre | Siempre |
| Utilidad | Uso personal | 1. ¿Emplea las redes sociales para uso personal? | | | | | |
| | | 2. ¿Considera que emplear las redes sociales para su uso personal es significativo para el desarrollo de su trabajo? | | | | | |
| | Uso laboral | 3. ¿Emplea las redes sociales para desarrollar su trabajo? | | | | | |
| | | 4. ¿Considera que emplear las redes sociales le permite desarrollar su trabajo con más agilidad? | | | | | |
| | Uso informativo | 5. ¿Emplea las redes sociales para uso informativo? | | | | | |
| | | 6. ¿Considera que mantenerse informado por medio de las redes sociales es beneficioso para su trabajo? | | | | | |
| | Tiempo asignado a las redes sociales | 7. ¿Asigna un tiempo determinado para usar de forma personal sus redes sociales en su trabajo? | | | | | |
| | | 8. ¿Asigna un tiempo determinado para usar las redes sociales requeridas para el desarrollo de su trabajo? | | | | | |
| | | 9. ¿Asigna un tiempo determinado para informarse mediante el uso de sus redes sociales en su trabajo? | | | | | |
| Cumplimiento de tareas asignadas | 10. ¿Considera que el uso de las redes sociales en su horario laboral lo distrae del cumplimiento de sus tareas? | | | | | | |
| | 11. ¿Considera que el uso de las redes sociales en su horario laboral contribuye a que realice errores en su trabajo? | | | | | | |
| | 12. ¿Considera que el uso de las redes sociales en su horario laboral implica en la entrega retrasada de sus actividades o tareas? | | | | | | |
| Facilidad | Percepción | 13. ¿Usted percibe que en el trabajo los colaboradores incumplen con sus actividades por usar las redes sociales? | | | | | |
| | | 14. ¿Considera que es necesario la aplicación de políticas para gestionar el uso de las redes sociales en su centro de trabajo? | | | | | |
| | Facilidad para aprender | 15. ¿Considera que es fácil aprender a usar las redes sociales? | | | | | |
| | | 16. ¿Le resulta a usted, fácil emplear las redes sociales? | | | | | |
| | Facilidad para interactuar | 17. ¿Considera que es fácil interactuar con sus compañeros de trabajo por medio de las redes sociales? | | | | | |
| | | 18. ¿Interactuar mediante las redes sociales es necesario para cumplir con su trabajo? | | | | | |
| | Manejo en el horario laboral | 19. ¿Considera fácil emplear las redes sociales en su horario de trabajo? | | | | | |
| | | 20. ¿Se cumple con alguna normativa que regule el uso de las redes sociales en su trabajo o puesto laboral? | | | | | |

Anexo 04: Cuestionario en función a la escala de desempeño laboral según Cetinkaya y Muhammad (2018)

Objetivo: El presente cuestionario tiene como finalidad medir opiniones y actitudes de la variable desempeño de los empleados de una empresa de motocicletas y respuestas – 2023.

Instrucciones:

1. A continuación, se presentan 20 ítems con atención cada uno de ellos.
2. Responda cada ítem marcando con un aspa (X) la opción que mejor describa su nivel de frecuencia. Las opciones de respuesta son las siguientes:

| Nunca | Casi nunca | Algunas veces | Casi siempre | Siempre |
|-------|------------|---------------|--------------|---------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

3. Recuerde que las respuestas son opiniones basadas en SU experiencia de trabajo actual, por lo tanto, NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS.
4. No debe quedar ningún ítem sin ser respondido.
5. Responda con sinceridad, este cuestionario es estrictamente confidencial.

| | | | |
|--------------------------------|------------|-----------------|--------------|
| Edad | | | |
| Género | M | F | |
| Puesto que ocupa | | | |
| Tiempo laborando en la empresa | 1 a 2 años | 3 años a 5 años | 5 años a más |

| | | | | | | |
|---------------------------|----------|--------------|-----------|---------|------------|-------------|
| Redes sociales que emplea | WhatsApp | Face book | Instagram | Twitter | Tik Tok | Otra: _____ |
|---------------------------|----------|--------------|-----------|---------|------------|-------------|

| DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTE MS | RESPUESTAS | | | | |
|--------------------------|---|---|------------|------------|---------------|--------------|---------|
| | | | Nunca | Casi nunca | Algunas veces | Casi siempre | Siempre |
| Gestión del tiempo | Planificación | 1. ¿Planifica su trabajo para cumplir con sus actividades? | | | | | |
| | Organización | 2. ¿Gestiona adecuadamente los recursos que va a emplear para el desarrollo de sus actividades? | | | | | |
| | | 3. ¿Considera que existen contratiempos que no le permiten cumplir con su organización previa? | | | | | |
| | Priorización de tareas | 4. ¿Realiza sus actividades priorizando las más importantes? | | | | | |
| | | 5. ¿Realiza sus actividades priorizando aquellas se entregan en un corto tiempo? | | | | | |
| | Equilibrio | 6. ¿Considera que incumple con su planificación y organización de actividades debido a contratiempos de la planificación general de la empresa? | | | | | |
| | | 7. ¿Usar las redes sociales no le permite cumplir con sus actividades programadas? | | | | | |
| Desempeño de habilidades | Habilidades técnicas | 8. ¿Considera que sus habilidades técnicas le permiten desarrollar sus actividades eficientemente? | | | | | |
| | | 9. ¿Considera que se encuentra en constante <u>adquisición o</u> reforzamiento de habilidades técnicas? | | | | | |
| | Habilidades interpersonales | 10. ¿Considera que sus habilidades interpersonales le permiten desarrollar sus actividades eficientemente? | | | | | |
| | | 11. ¿Considera que se las redes sociales son necesarias para relacionarse con los demás? | | | | | |
| Habilidades conceptuales | 12. ¿Considera que sus habilidades conceptuales le permiten desarrollar sus actividades eficientemente? | | | | | | |
| Desempeño contextual | Participación | 13. ¿Participa activamente en las reuniones laborales? | | | | | |
| | | 14. ¿Participa en la solución a problemas? | | | | | |
| | Iniciativa | 15. ¿Toma la iniciativa para desarrollar un nuevo proyecto o generar nuevas ideas en beneficio de la empresa? | | | | | |
| | | 16. ¿Afronta retos? | | | | | |
| | Actitud | 17. ¿Desempeña sus funciones con una actitud positiva? | | | | | |
| | | 18. ¿Considera que la actitud del entorno es buena para un ambiente laboral adecuado? | | | | | |
| | Adaptación al cambio | 19. ¿Ante cualquier desafío usted sigue adelante? | | | | | |
| | | 20. ¿Se ha adaptado al uso de las redes sociales en su trabajo? | | | | | |

Anexo 05: Validación de Expertos



Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas, presentado por el estudiante, Víctor Rodrigo Deza Celis; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 17 de mayo de 2023.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Vilma Celis", with a horizontal line extending to the right.

Vilma Cristina Celis
DNI: 41964053



Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas, presentado por el estudiante, Víctor Rodrigo Deza Celis; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 22 de mayo de 2023.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Edwing Adilson Bruno Mechato', is written over a light gray rectangular background.

Mg. Edwing Adilson Bruno Mechato




Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas, presentado por el estudiante, Víctor Rodrigo Deza Celis; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 19 de mayo de 2023.

a redes sociales



Liliana Milagros Portilla Capuñay



Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas, presentado por el estudiante, Víctor Rodrigo Deza Celis; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 24 de mayo de 2023.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Milagros Velasco G', is written over a light-colored rectangular background.

Mg, Milagros Velasco G



Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas, presentado por el estudiante, Víctor Rodrigo Deza Celis; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente,

Chiclayo, 25 de mayo de 2023.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Luis Saavedra", is written over a horizontal line.

Dr. Luis Alberto Saavedra Carrasco
Dni: 42933119