



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y  
EDUCACIÓN**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCTIVIDAD POR EL USO DE LAS  
REDES SOCIALES EN HORARIO DE TRABAJO DE LA EMPRESA MARCO  
ALDANY. S. A. C. TRUJILLO – 2018”**

Tesis para optar el título profesional de:  
**Licenciada en administración y negocios internacionales.**

**AUTORA:**

Br. Alvarado Vega, Neli Ester

**ASESORA:**

Dra. Adm. Rivera Begazo, Angela Martha

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Recursos Humanos

**TRUJILLO – PERÚ**

**2018**

## **DEDICATORIA**

### **A mi madre Justina.**

Por haberme apoyado en todo momento, por sus valores, y principios, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y cariño de madre, que ahora me cuida desde el cielo.

### **A mi padre Eucario.**

Por los ejemplos de perseverancia, responsabilidad y constancia que lo caracterizan y que me ha inculcado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

Alvarado Vega, Neli Ester.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitir llegar a este punto tan especial de mi vida. Por los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado ser fuerte, caer y levantar una y otra vez.

A la asesora de tesis, Angela Martha Rivera Begazo por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, experiencia, paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar el desarrollo de mi presente tesis.

A la universidad, doy gracias a los docentes de todas las áreas que me formaron como profesional inculcándome con buenos modales y sobre todo el valorar y tener ética profesional

Y por último al señor Felipe Cadierno Luengo. Gerente general. Marco Aldany Perú S.A.C., por su apoyo, quien me apoyo facilitando datos de la empresa para la investigación y desarrollo de tesis.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a los que me encantaría agradecer su apoyo, amistad, cariño, solidaridad y sobre todo su compañía en momentos de angustia de mi vida. Son tantos recuerdos que llevo dentro de mi corazón, sin importar en donde estén solo quiero decirles gracias por estar conmigo y formar parte de mi historia profesional, y por todas sus bendiciones.

## RESUMEN

La investigación de la presente tesis tuvo como objetivo determinar la influencia del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. en la ciudad de Trujillo departamento la Libertad, no obstante, en los últimos años la empresa ha tenido una merma en la productividad. Lo cual nos facilita encontrar una posible solución problemática de baja producción por parte de los colaboradores. Para ello se investigó las posibles causas de esta problemática a través de la realización de una investigación aplicada, descriptiva-correlacional no experimental.

En esta investigación se utilizó el instrumento la guía de cuestionario de entrevista, lista de cotejo dirigida al personal incluyendo al administrador, estilistas, esteticistas y cliente fidelizado, incluyendo recepción. Es por eso, que factores influyen en la productividad por el uso de las redes sociales, afectan en la calidad de servicio que brindan los estilistas de la empresa. Los resultados obtenidos de dicha entrevista fueron discutidos y analizados para poder elaborar conclusiones, recomendaciones y plan de mejora que puedan ser útiles para una buena dirección administrativa de la empresa “Marco Aldany S.A.C”. Trujillo - 2018.

La investigación de este estudio, se realizó una observación a los estilistas, al administrador y clientes fidelizados dentro de la empresa, aportando así su punto de vista y se brindó un enfoque de la realidad actual de la empresa “Marco Aldany S.A.C. Trujillo -2018.

En este estudio se llegó a la conclusión que el nivel del uso de las redes sociales influye en horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la empresa “Marco Aldany S.A.C.” filiar Trujillo, es alto, en el sentido de que la merma de la productividad que muestra los colaboradores se debe justamente por distracción en el momento de realizar un servicio al cliente; por lo tanto, no es competitivo en temas de atención de parte de los colaboradores.

## **ABSTRACT**

The objective of this thesis research was to determine the influence of the use of social networks during working hours on the productivity of the employees of Marco Aldany S.A.C. in the city of Trujillo department the freedom, nevertheless, in the last years the company has had a decrease in the productivity. Which makes it easier for us to find a possible problematic solution of low production by the collaborators. For this purpose, the possible causes of this problem were investigated through the realization of an applied, descriptive-correlational non-experimental investigation.

In this research, an interview questionnaire guide was made, a checklist for personnel including the administrator, stylists, beauticians and customer loyalty including reception. That is why factors that influence productivity through the use of social networks affected the quality of service provided by the stylists of the company. The results obtained from this interview were discussed and analyzed in order to draw conclusions, recommendations and improvement plans that could be useful for a good administrative direction of the company "Marco Aldany S.A.C". Trujillo

The research of this study, an observation was made to the stylists and the administrator and loyal customers within the company, thus contributing their point of view and providing an approach to the current reality of the company "Marco Aldany S.A.C".

In this study it was concluded that the level of the use of social networks influences the productivity in working hours of the company "Marco Aldany SAC" filiar Trujillo, is high or significant, in the sense that the decline of the The productivity that the collaborators show is justly due to distraction at the moment of performing a customer service, it is not competitive in terms of attention from the collaborators.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRAFÍCOS.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
1.1. Planteamiento del problema. ....	11
1.3. Objetivo de la investigación. ....	12
1.3.1. Objetivo general. ....	12
1.3.2. Objetivos específicos. ....	12
1.4. Justificación del estudio. ....	12
1.5. limitaciones de la investigación. ....	13
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. Antecedentes Del Estudio.....	14
2.2. Bases teóricas.....	16
2.3. Definición de términos .....	27
2.4. Hipótesis.....	28
2.4.1. Hipótesis general.....	28
2.4.2. Hipótesis específica.....	28
2.5. Variables.....	28
2.5.1. Definición conceptual de la variable.....	28
2.5.2. Definición operacional de variables.....	29
2.5.3. Operacionalización de la variable.....	30
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	31

3.1. Tipo y nivel de investigación.....	31
3.2. Descripción del ámbito de la investigación. ....	32
3.3. Población y Muestra.....	32
3.4. Técnicas e instrumento para la recolección de datos. ....	33
Técnica e instrumento. ....	33
3.5. Valides y confiabilidad del instrumento.....	34
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos: .....	35
CAPITULO IV: RESULTADOS .....	36
CAPITULO V: DISCUSIÓN.....	45
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES .....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
ANEXOS: .....	58

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	36
Tabla 2.....	37
Tabla 3.....	38
Tabla 4.....	39
Tabla 5.....	40
Tabla 6.....	41
Tabla 7.....	42
Tabla 8.....	43
Tabla 9.....	44

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1 .....	36
Figura 2 .....	37
Figura 3 .....	38
Figura 4 .....	39
Figura 5 .....	41
Figura 6 .....	42
Figura 7 .....	43
Figura 8 .....	44



## INTRODUCCIÓN

En la última década, el entorno empresarial obliga a que las empresas desarrollen calidad de servicio para mantener la productividad y fidelidad de sus clientes frente a la competencia existente. Por ende, requiere hacer un trabajo de que muestra la calidad de servicio y producción que brinda para obtener la fidelización de sus clientes logrando éxito en el mercado de la belleza y ser reconocido, caracterizado por un rápido crecimiento y una competencia más exigente y minuciosa.

En el Perú, hoy en día se ha vuelto un país más productivo, es por eso en los departamento existen diferentes tipos de productos y servicios que se ofrecen de acuerdo a la necesidad, así mismo el ser humano ha vuelto más observador en tema de personalidad e imagen, en la ciudad de Trujillo, existen diferentes tipos de salones de belleza, los cuales tenemos las peluquerías como su mismo nombre lo dice, solo realizan servicios de corte de cabello, es decir ubicados en cualquier lugar de la ciudad, por lo que servirá como materia de estudio de investigación para conocer factores que influyen del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Ubicado en la ciudad de Trujillo, provincia la Libertad.

Los salones cuya característica distintas es el servicio que ofrecen, la competencia a un entorno de servicios acelerados, entre los que podemos destacar la competitividad, debido a la aparición y expansión de los salones y spa, el crecimiento económico, las nuevas tendencias y estilos de vida, hacen posible establecer un relación con los clientes y como estos pueden convertirse en un punto clave para determinar la comodidad o aparición de otros salones, por tanto, hay una necesidad cada vez mayor en los salones de analizar el mercado desde la perspectiva de los clientes para brindar un servicio que sea capaz de satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes.

El desarrollo de la presente investigación, se ha basado que factores influyen en la productividad del uso de las redes sociales en horario de trabajo de los salones ya que en la actualidad el boom de la estética es más exigente así lo muestra la exigencia de cada cliente, de esta manera dependerá la fidelización que tienen los clientes hacia el salón de belleza. Es así que en el presente estudio se investigó el uso de las redes sociales en horario de trabajo y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa” Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

El uso de las redes sociales, es un conjunto de características que influyen en la productividad y/o calidad de servicio es necesario para satisfacer necesidades y exigencias de los consumidores esto es primordial ya que va a determinar merma de los clientes y fidelización.

Las empresas buscan alcanzar sus objetivos para lograr conseguir un desarrollo eficaz en todas sus áreas obteniendo rentabilidad en cartera de clientes y fidelizar, esto se obtiene brindando un servicio de calidad, logrando de esta manera un óptimo desarrollo empresarial. En los últimos tiempos existe una tendencia por parte de las personas a formar su pequeña o mediana empresa, en especial en el rubro de salón spa ya que actualmente las personas se preocupan por su imagen ante la sociedad, esto hace la importancia boom estética tiene una amplia variedad de arte y culinario desde los antiguo Egipto, no obstante, las personas que incurren a este tipo de negocios de salón de belleza son motivados por el gran valor de sí mismo y la personalidad en crear arte y mostrar hacia los demás, los nuevos estilos de vida, la migración de las personas de otros países y la tecnología etc., lo cual hace que la demanda de los salones sea cada vez más notorias, esto genera consumidores con necesidades diferentes a las tradicionales y hace que las personas se desarrolle cada vez más, sintiendo la necesidad de brindar un servicio de calidad en los centros de salón de belleza, como es el caso de los spa, adaptándose a las nuevas tendencias de los consumidores y a poder cubrir sus necesidades como expectativas. En la ciudad de Trujillo, actualmente prevalece el problema de uso de la tecnología por ende la carencia de atención adecuado a disminuido hacia el cliente, por lo tanto, es motivo de interés saber el nivel de productividad por el uso de las redes sociales ha disminuido notoriamente por parte de los colaboradores, el objetivo de esta investigación es determinar qué factores influyen del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S. A. C. Trujillo-2018, para ello ha sido necesario recaudar información a través del instrumento de entrevista, que han sido aplicados a los colaboradores de la empresa y a los clientes fidelizados; complementado con la técnica de observación en el establecimiento por parte de la investigadora, teniendo como hipótesis el uso de redes sociales influye durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la empresa Marco Aldany SAC. Trujillo-2018

El presente trabajo expone los resultados y evidencias que apoyan la hipótesis planteada, presentando de manera concisa el estado del conocimiento en este campo de estudio, describiendo los procedimientos metodológicos, analizando y discutiendo datos de campo y en base a los resultados obtenidos se fórmula una propuesta de mejora con el fin de superar los puntos críticos encontrados para incrementar y mantener la productividad y el interés de sus colaboradores.

## **CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema.**

La Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018, ubicado en el Mall Aventura Plaza Trujillo, departamento La Libertad, provincia de Trujillo la empresa se dedica a servicios de belleza y fidedigna nuevas tendencias a diferentes tipos de personas, de ambos sexos, como tercero con respaldo de los directores y gerentes, entre otros.

En la actualidad la empresa brinda servicios a personas que le gusta arreglarse y estar en nuevas tendencias por temporada ya sea color de cabello o con mechas de acuerdo a su personalidad, llevando siempre esa mirada sutil ante la sociedad y el entorno que lo rodea; asimismo, llevando expectativa al lugar que labora y a cambio recibir halagos de sus colegas, este tipo de personas siempre van viendo modas, color de cabello, tipos de mechas, diseño de uñas entre otro, etc.

El servicio que brinda la Empresa de Marco Aldany tiene que ser a nivel de sus expectativas de cada tipo de clientes, no obstante, a nivel local se ha visto influenciado por redes sociales, de manera desfavorable, el modo de servicio ha sido clave para ver este problema que va presentando internamente, sabemos que su propósito es de dar un buen servicio a diferencia de otros locales, pero el trato hace que sea difícil de conseguir y el afán hacer un buen servicio personalizado.

Todas estas características ha sido parte de distracción de los colaboradores de la empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018, por el uso de las redes sociales, en nuestro país hoy en día se ha vuelto más tentativo en temas de tecnología; y en nuestra localidad es necesario conocer dicha situación que está afectando de manera notoria en horas de trabajo de la Empresa Marco Aldany, la atención, carisma y servicio en general se fueron perdiendo, es por eso, principalmente conocer la problemática de los colaboradores de la empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018, por que como futuro centro de belleza más reconocido a nivel Internacional, en su forma correcta de atención y servicio .

Si ponemos en práctica el conocimiento de los colaboradores de Marco Aldany S.A.C., en servicio que realizan, de los diferentes centros de belleza en nuestra

localidad, podríamos notar una sorprendente calidad de servicio que transmite cada trabajador, tanto recepción como el servicio, los trabajadores, con la finalidad de hacer un servicio de manera más sencillo, por ende, es necesario recordar el procedimiento, sabiendo el protocolo, o simplemente no cumplen en horas de trabajo, inclusive disminuyen procedimiento o tiempo para llegar a la meta, entre otros aspectos que impiden un adecuado manejo administrativo .

## **1.2. Formulación del problema.**

¿De qué manera influye el uso de las redes sociales en horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S. A. C. Trujillo - 2018?

## **1.3. Objetivo de la investigación.**

### **1.3.1. Objetivo general.**

Determinar la influencia del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

### **1.3.2. Objetivos específicos.**

- ✓ Conocer el nivel de uso de las redes sociales durante el horario de trabajo de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.
- ✓ Identificar el nivel de productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.
- ✓ Evaluar el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo y su relación con la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

## **1.4. Justificación del estudio.**

El objetivo de esta investigación es con la finalidad de analizar sobre qué factores influyen del uso de redes sociales, en los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo - 2018, con la finalidad de obtener resultado en uso de redes sociales

ya sea internos y externos, lograr de esa manera la fidelidad de sus clientes de la Empresa y por consecuencia obtener mayor rentabilidad; para el beneficio de la empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo - 2018, de esta manera ayudara de guía para futuras investigaciones sobre el tema y demostrar en que forma son útiles las redes sociales por los trabajadores de la compañía. Esta investigación es muy importante para ver el servicio que brindan los trabajadores de Marco Aldany S.A.C. en el aspecto de atención al cliente con relación a las redes sociales.

### **1.5. limitaciones de la investigación.**

En el desarrollo de la presente investigación se espera dar soluciones a las siguientes limitaciones.

- Limitación de uso de internet para poder buscar información para la investigación
- Dificultad para encontrar antecedentes teóricas.
- Limitación de recursos económicos.
- Limitación del tiempo por el personal de la empresa.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes Del Estudio.**

#### **Internacional.**

Tesis: Título.

“Análisis de la influencia de las redes sociales en formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi”

Autor: Viviana Jessenia Mejía Zambrano.

Objetivo: establecer la influencia que tienen las redes sociales en formación de los jóvenes por medio del análisis, para demostrar en qué medida afectan estos espacios cibernéticos a los estudiantes del colegio Cartón Yuguachi

Metodología:

En el presente estudio de investigación se aplicará distintas técnicas, y ellas se encuentran en estudio o investigación de campo, la observación, el modelo de la encuesta los cuales son factores importantes para llegar a un resultado eficaz y confiable sobre el tema a desarrollarse.

País: Guayaquil – 2015

Conclusiones:

En este estudio los estudiantes desconocen lo influyente que puede ser una red social, el modo por el cual se vuelven más adictos a las mismas y olvidan sus obligaciones como estudiantes situación que se puede volver incomoda tanto para los maestros y padres de familia.

También se puede verificar que los estudiantes están más interesados a estar al frente de un celular o de una computadora, y que las redes sociales más visitadas por ellas es facebook donde pueden realizar publicaciones, publicar fotos y enviar mensajes o chatear, al igual por el twitter y también Instagram en donde es una nueva red social con mucha influencia hacia un usuario.

Nacional.

Tesis: Título.

“Influencia de las redes sociales en la productividad laboral de los trabajadores del Ministerio Público del Callao – 2017”

Autor: Br. Carlos Huacho Aranda

Objetivo: Determinar la influencia de las redes sociales en la productividad laboral de los trabajadores del Ministerio Publico del Callao – 2017.

Metodología.

El método empleado en este estudio fue hipotético deductivo y un enfoque cuantitativo.

País: Perú- 2017

Conclusión:

Según Harold y Heinz (Décima Edición) define, las redes sociales son sitios de web que ofrecen un servicio que permite a los usuarios de internet relacionarse entre sí. Se basan en un software que integra un conjunto de funcionalidades en una misma interfaz a través de la cual se genera la comunicación entre usuario o grupos de usuario (p., 785).

### **Hipótesis sociales**

Según Haroid y Heinz las comunidades han existido desde los orígenes del ser humano, pero nunca habían alcanzado un grado de popularidad tan grande lo han hecho las redes sociales en internet. La teoría de los seis grados de separación, la experiencia la sabiduría colectiva de grafos, suponen tres de las hipótesis más influyentes en la moderna comunicación 2.0 (p., 788).

### **Teoría de los seis grados de separación.**

Según húngaro Frigyes, K. en el año 1930, planeo en uno de sus relatos la hipótesis de que cualquier persona del planeta podía comunicarse con cualquier otra persona a través de una cadena de relaciones que no poseía más de cinco contactos, en solo seis enlaces (p., 788)

### **Ventajas e inconvenientes**

Como cualquier herramienta tecnológica, los usos de las redes sociales presentan numerosas ventajas y algunos riesgos.

Regional.

Tesis: Título.

“Influencia del uso de las redes sociales en el manejo del lenguaje en estudiantes de ciencias de la comunicación, 2016”

Autor: Br. Alexandra Miñano Gonzales Otoy.

Objetivo: Conocer cuál es el nivel de poder de la función de la red social en el uso de aplicación del lenguaje en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad católica de Trujillo Benedicto XVI.

Metodología.

El estudio tiene un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo porque se utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar los ítems de la investigación y probar la hipótesis establecida previamente. El análisis cuantitativo del presente estudio confía en la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para establecer los patrones de comportamiento de la población en el estudio.

Conclusión:

En la investigación se demostró que la mayor parte de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad católica de Trujillo Benedicto XVI usan las redes sociales con frecuencia, concluyendo que su lengua se ve influenciado desfavorablemente en su formación profesional. No obstante, es necesario resaltar que no existe relación alguna entre la frecuencia de uso de la red social y el logro de la influencia en el lenguaje que se maneja del alumnado.

## **2.2. Bases teóricas.**

Bases teóricas de redes sociales.

Según Harold y Heinz (Décima Edición) define, a las redes sociales como sitios de web que ofrecen servicios que nos permiten a los usuarios por este medio (internet) relacionarse entre sí. Se justifican en un software que integra un conjunto de jerarquía en una misma conexión a través de la cual se genera la comunicación entre usuario o grupos de usuario (p., 785).



### **Hipótesis sociales.**

Según Harold y Heinz las comunidades han existido desde los orígenes del ser humano, pero nunca habían alcanzado un grado de popularidad tan grande lo han hecho las redes sociales en internet. La teoría de los seis grados de separación, la experiencia la sabiduría colectiva de grafos, suponen tres de las hipótesis más influyentes en la moderna comunicación 2.0 (p., 788).

### **Teoría de los seis grados de separación.**

Según húngaro Frigyes, K. en el año 1930, planeo en uno de sus relatos la hipótesis de que cualquier persona del planeta podía comunicarse con cualquier otra persona a través de una cadena de relaciones que no poseía más de cinco contactos, en solo seis enlaces (p., 788)

### **Ventajas e inconvenientes.**

Como cualquier herramienta tecnológica, los usos de las redes sociales presentan numerosas ventajas y algunos riesgos.

#### **Ventajas:**

- Permiten mantener un contacto fluido con amigos y familiares que viven lejos.
- Facilitan a la empresa de las agendas personales.
- Aparece intercambio de opiniones.
- Ayuda a facilitar el desarrollo de actividades de ocio.
- facilita a encontrar personas
- facilitan las relaciones comerciales de las organizaciones
- publican oportunidades profesionales.

#### **Inconvenientes.**

- Pérdida de la comunidad real en favor de la virtual. Algunas personas principalmente adolescentes que han crecido en medio de la evolución explosiva.
- El falseamiento de identidades predispone al usuario al chantaje, acoso o engaños de distintos tipos
- Aumenta las posibilidades de invasión de la privacidad.

- Disminuye la seguridad de los datos personales de los usuarios (p., 793)

## **Ciberacoso.**

### **Generalidades.**

Según Haroid y Heinz el ciberacoso representa el mayor riesgo de las redes sociales, es uno de los principales riesgos que se expone un usuario y en algunos países ha despertado la alarma social. Esta situación ha motivado la implementación de enérgicas campañas de concienciación de organizaciones sin ánimo de lucro, que comparten el ciberacoso en España, Argentina Estados Unidos e Inglaterra entre otros países (P., 795)

### **Tipos de redes y usuarios.**

El conocimiento de los tipos de redes sociales y usuarios sirve para entender mejor las nuevas necesidades comunicativas de las personas y permite un mayor acercamiento al fenómeno de las redes sociales (P., 796)

### **Clasificación.**

No existe unanimidad a la hora de clasificar las redes sociales, ya que son numerosas y dispares, es muy difícil buscar criterios a fines para unificarlas.

- a) Redes sociales para el ocio: es aquel donde el usuario se relaciona entre sí en su hora libres o tiempo de ocio, ya sea generando relaciones profesionales: Facebook.
- b) Redes sociales con orientación profesional: son utilizadas por personas profesionales, ya sea información o de relación. Ejemplo: LinkedIn: para clasificar las más complejas, también se puede utilizar criterios avanzados.

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007) una red social se define como un servicio que ayuda a los individuos, concebir un perfil semipúblico o publico dentro del sistema limitado, agregar una lista de usuarios con los que comparte una conexión, ver su lista de conexión y de las realizadas por otros dentro del sistema. La naturaleza de esta conexión puede variar de un lado a otro lado.

Según Caldivilla (2010) define como grandes protagonistas actuales de la sociedad digital a las redes sociales, no cuestiona ya el imparable poder que está

obteniendo y la importancia que tiene, esto no mucho tiempo, como generador mundial, universal que aún no somos capaces de imaginar.

Según Santana, Cabello, Cubas y Medina (2011) son relaciones interpersonales, no jerárquicas e informales que se forman de manera espontánea dentro de una organización, influyen en el centro de trabajo y el comportamiento del ser humano que forma ahora se apoyan en las nuevas tecnologías. (p., 45)

Las redes sociales están cambiando nuestra realidad social y económica más de lo que Internet lo hizo nunca.

Según García, M. P. (2010) una empresa debe estar donde están sus clientes actuales o aquellos que pueden llegar a serlo a través del tiempo, hoy en día las cifras así lo indican, y también los expertos de la tecnología, estos están en Facebook, Twitter, YouTube e internet, entre otros. Hay que hacer un hincapié en cuidar y difundir nuestra marca.

En el ámbito empresarial la comunicación a través de los medios tradicionales y de modo unidireccional, esto son otras modalidades más frecuentes y específicas, ellos hacen el uso de las redes sociales como herramienta más expansiva a través del cual inician compartir mensajes y fotos entre otros.

Esto permite a los consumidores formar parte de la comunicación, esto se convierte en productores de contenidos que pueden traspasar a otras redes sociales digital. (p., 159)

### **Redes sociales.**

Según Acoli, A. R. (2014) principales redes sociales que son más utilizadas se pueden mencionar Facebook, Twitter, WhatsApp y YouTube, etc.; éstas han tenido un crecimiento radical con el pasar de los años, son usuarios con interés más deseado a ingresar e investigar. Para entender un poco más sobre cómo acceder a de lo que son estas redes sociales. (P., 13)

## **La productividad.**

Según Fuentes Navarro, S. M. (2012) reconocen como el camino para que una organización pueda crecer y aumentar su rentabilidad o sus utilidades es aumentar su productividad. En la empresa el instrumento fundamental que origina mayor productividad es la utilización de método, el estudio de tiempo y un sistema de pago salario. (p., 31)

Según Cequea Rodríguez, y Nunez (2011) ellos analizan las decisiones humanas:

Los factores humanos que inciden en la productividad, mediante la revisión de la literatura que recientemente a bordado el tema de la productividad y la influencia de los factores humanos sobre la misma.

Según Chiavenato, I. (s.f.) definen a la productividad, es decir, relación entre insumos y productos, es una medida de eficiencia liderado por un administrador o encargado en cuanto al desarrollo de los servicios escasos de la organización para producir bienes y servicios. Cuando mayor sea el valor numérico de este porcentaje, tanto mayor será la eficacia (p., 642).

## **Tipos de porcentajes de la productividad.**

Hay dos tipos básicos de la productividad:

La productividad total, relaciona el valor de todos los productos y el valor de todo el insumo, usando el porcentaje total de productos / total de insumos.

La productividad parcial, relaciona el valor total de productos y el valor de categorías principales de insumos, usando el porcentaje total de productos / insumos parciales (p., 643)

## **Problemas y medición de la productividad.**

Según James. A.F. Stoner, R.E. (s.f.) la productividad en una organización es la mayor preocupación de los administradores en el año de 1990 y probablemente después. Esta preocupación se extiende más allá de la frontera de Estados Unidos y diferentes partes del mundo (P., 631).

### **Problema de la producción.**

La productividad involucra la medida que, a su vez, es un paso importante del procedimiento de control. Aun cuando existe acuerdo general sobre la necesidad de perfeccionar la producción.

Medición de la productividad de los trabajadores intelectuales.

La productividad es la comprensión entre materia prima-ganancia en un periodo con la importancia de la calidad. Este concepto se puede utilizar a la productividad de organización. Administradores, personal “staff” y operarios (p., 631).

### **La productividad.**

Según Soto, J. E. (2010) la “forma de utilización de los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad”

La productividad es un objetivo estratégico de las empresas y una meta de cumplir, debido a que sin ella los productos y servicios no alcanzan sus objetivos los niveles de compatibilidad en el mundo globalizado (p., 3)

### **Beneficios de La productividad.**

Según Br. Alva zapata José Luis, B. J. (2014) la productividad tiene una gran influencia en diferentes fenómenos sociales y económicos, el aumento de los niveles de vida, la mejor balanza de pago de la nación, el control de la inflación e incluso el volumen y la calidad de servicios las actividades creativas (p.,18)

### **Concepto y medida de La productividad sistema Bedaux.**

Según Ruiz, J.A. (2012) la productividad es una ratio que mide el grado de aprovechamiento de los factores que influyen al momento de realizar un producto; por ende, es necesario la verificación de la productividad. En Cuanto mayor sea la productividad de la organización, menos serán los costes de producción.

La productividad es una ratio que mide la relación existente entre la producción realizada y la cantidad de factores empleadas en conseguirlas. (p., 8)

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Producción}}{\text{Factores}}$$

En la formulación de la productividad pueden planearse de tres maneras:

**Productividad total:** es el cociente entre la producción total y todos los factores empleados

**Productividad multifactorial:** la producción final con varios factores, trabajo y capital

**Productividad parcial:** cociente entre la producción final y un solo factor.

En la productividad de una empresa inciden una gran cantidad de factores. Algunos están lejos de control, y otras son controladas por ellas.

<b>Factores que afectan a la productividad de una empresas</b>	
<b>Factores que la empresa no controla</b>	<b>Factores que la empresa controla</b>
Demanda	Terrenos y edificios
Cargas sociales	Materiales almacenados
Tipos de interés	Inversión en tecnología y maquinarias
Disponibilidad de materia prima	Mano de obra contratada
Disponibilidad de equipos	
Disponibilidad de mano de obra calificada	
Normas legales y políticas	

Fuente: Elaboración propia.

De todos los recursos que controla una empresa en el proceso de transformación de un producto, el más importante es el hombre, el factor mano de obra. (p., 9)

### **Factores humanos y su influencia en la productividad.**

Según Fernando Alfaro Bertrán, M. A. (1999) consideran sobre la productividad y los factores productivos, que se puede asegurar, el factor humano es de vital importancia para conseguir la meta a nivel de óptimo de eficiencia tan necesario en la empresa para hacer más competitivos sus productos o servicios. (p., 27)

### **Productividad.**

Según Damián, y J. M. (2008) el conocimiento de productividad (o producto medio) hace referencia el volumen físico de valores de uso que generan en una hora de trabajo o, tal como ocurre en esta investigación, lo que produce un trabajador a lo largo de un determinado período de tiempo ya sea en corto, mediano o largo plazo (por lo general, un mes o un año). Actualmente, la productividad se puede calcular exactamente de esta manera si consideramos un valor específico en productos y/o servicios. (p., 15)

### **Crecimiento sectorial de la productividad en los servicios.**

Según José Martínez, M.S. (2000) Con el ánimo de profundizar en el estudio de las causas del débil crecimiento de la productividad de los servicios, en este epígrafe se analiza, con la desagregación sectorial disponible, el comportamiento de las distintas actividades dentro del sector. (P., 135)

### **Indicadores de productividad.**

Según Koontz y weihrich (2004) Señalan dos indicadores utilizados en la evaluación del desempeño de un sistema laboral, los cuales están relacionados con la productividad.

### **Eficiencia.**

Es la relación de los recursos o cumplimiento de actividades que se realizan dentro de la organización, también es la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad puesto a disposición para en el uso de las labores dentro de la empresa aprovechando los recursos necesidad o productos complementarios. (P., 4)

La eficiencia es la fórmula de la productividad; no obstante, si sólo se utilizara como indicador para la medición de la productividad la cual se usará únicamente se puede asociaría con la productividad, al usar los recursos necesarios y únicos, sólo se tomaría en cuenta la cantidad y no la calidad de los productos producidos esto puede poner un límite mayor interno de la organización, no obstante, busca la disciplina para ser más eficiente y obtener un resultado eficaz en todas las áreas de la organización. (p., 5)

### **Eficacia.**

Es “hacer lo correcto; para llegar al objetivo o meta” hacer del producto o servicio un 100% efectividad del producto que se realiza, tanto en calidad o cantidad, sino también es necesario y adecuado para el mismo propósito; ser aquel que logra realmente satisfacer al cliente y cubrir sus necesidades o impactar en el mercado de competitivo. (p., 6)

Analizando estos dos indicadores se desprende, que no pueden ser considerados ninguno de forma independiente, ya que cada uno brinda una medición parcial de los resultados. Esto se debe considerar como los indicadores que sirven para medir de forma integral la productividad.

### **La productividad.**

Según Br. Carlos Alejandro Medina Ramírez, B. G. (2014) los conceptos más relevantes en la actualidad de la productividad a lo que se refiere ya que es central en el crecimiento económico de un país.

La confusión frecuente de los términos la productividad, la eficiencia y efectividad: eficiencia es la producción real obtenida y la producción esperada y la efectividad que se logran los objetivos. En otras palabras, la eficiencia es la forma en que se utilizan los recursos para lograr un producto o servicio, la efectividad es la forma que se va obtener un conjunto de resultados y la productividad es la combinación de los dos, ya que la efectividad se relaciona con desempeño y la eficiencia con la utilización de los recursos. (p., 11)

### **Los factores de la producción: Una visión global.**

Según Levitan y wreneke identifican a los factores que afectan a la productividad a la tecnología, educación y fuerza de trabajo, los cambios en el equipo y la organización y la utilización de la planta. Señalan dos corrientes en torno a la caída de la productividad a nivel global.



## **Las estilistas.**

### **Historia de la estilista o peluquería.**

Según la mitología griega, el rey Midas era capaz de ocultar sus orejas todos menos a su barbero, quien escondió el secreto en un agujero hecho en la tierra.

Cuando el viento soplabá, las cañas que crecían sobre el agujero repiten las historias. Otro dato interesante en la historia de la barbería es que el rizado del cabello era tan popular en Atenas que dio a la aparición de los primeros peluqueros (p., 2)

### **Egipto.**

Los sacerdotes de determinadas castas podrían separarse completamente el pelo o, por el contrario, dedicarse a cultivar largas y cuidadas melenas. Así pues, podrían diferenciarse los oficiantes del culto a uno u otro dios.

### **Grecia.**

Los griegos convirtieron el culto a la belleza en uno de los pilares de su cultura.

Al contrario que los Egipto, los griegos adoraban el movimiento expresado a través de múltiples rizos y ondas. Gracias a estatuas y monumentos funerarios se han podido observar detalles (p., 2)

### **Roma.**

Entre las múltiples costumbres adoptamos diferentes culturales que los romanos tomaron de los griegos, se encuentran, la belleza, higiene y los criterios estéticos, y entre ellos el de mostrar cabellos peinados y con brillo llamativo.

### **La edad media (s. VII - s. XV).**

Durante la primavera, La edad media, la gente acudía al centro de bellezas y barberías de los pueblos y ciudades no necesariamente por cortarse el pelo o a afeitarse si no también a arreglarse para verse bien. (p., 3)

### **El renacimiento (s. XVI s. XVIII).**

El culto a la belleza personal fue uno de los valores más antiguos de la época clásica que se recuperaron durante el renacimiento de las décadas.

El afrontamiento de la nueva economía y el interés, y preocupación por volver a un modelo de sociedad más civilizada hizo restablecer el valor de la persona a creer en sí mismo por ende hace importante el aspecto en aseo y el cuidado personal (p., 4)

Hoy en día existen de toda tradición de estilista a nivel mundial, quienes son más buscados por todo tipo de personas en diferentes lugares, por eso, las personas de hoy en día ven su personalidad individual en la sociedad, mediante los años que pasan en el mundo de la belleza siempre ha resaltado importantes cambios y nuevas expectativas.

### **Definición.**

El estilismo, que engloba o participa en las labores del diseñador, del personal shopper, del asesor de imagen hasta el maquillador o el peluquero, carece de cauces habituales de enseñanza, pero en estos tiempos es cada vez más solicitada esta carrera es fundamental para el cuidado de la imagen. Dado por el nombre como “liberalismo de la moda” (¿tenías conocimiento que en algunos comercial hacen una cadena para ofrecer un personal shopper para realizar compras en su centro?) y la idea de un “neo proletariado” que aspira mejores bienes de consumo para mejorar su imagen, el estilismo se está convirtiendo en una profesión cada vez más demandada en estos tiempos donde la sociedad es cada vez más prisionero de su imagen en el trayecto que se proyecta hacia los demás. Según Gonzales, P. (2000 - P., 288)

### **Importancia.**

Según Domínguez, M. L. (s. f.) Define a los profesionales estilistas de la belleza, son aquellas personas con un don artístico: el ser humano confía en nosotros y se pone en nuestras manos porque quiere lucir bien. Escuchan nuestras recomendaciones eficazmente los consejos que brindan. No importa cuán famoso, rica o bella es una persona, siempre tiene su lado a un estilista que le dice sus secretos para lucir mejor. (p., 3)

### **Estética:**

Según Serrano, C.T. (2002) define la estética es el estudio de la esencia de las cosas hermosas y es la parte de la filosofía que nos ayuda a entenderlas. Y en el arte como lenguaje se estudia la estética como el vehículo para compartir el conocimiento se los sentimientos, los proyectos y los valores en busca de la verdad de la belleza (p., 12)

El lenguaje del arte, se tiene una experiencia de estética que es un conocimiento sensible, una percepción que se encuentra en lo más profundo de la sensibilidad universal humana.

La belleza es la diversidad y riqueza de las impresiones humanas que se expresan a través de las obras de arte. Este mundo es rico y diversificado, similar al que se aprecia a través de efectos iconográficos de diferentes colores, “con muchos diseños, con los tonos, las tonalidades y los matices con los que se puede manifestar la naturaleza humana” (p., 12)

### **Ética y estética.**

La ética es el camino a la plenitud humana, y de la misma manera, se puede decir que el arte es la expansión que la persona corre en el camino hacia la plenitud.

La percepción se constituye con inferencias del mundo real, en cada percepción hay una expectativa, de cómo sería el mundo con el transcurso de las experiencias de las emociones, sentimientos y pensamiento de quien percibe. (p., 13)

### **La actualidad del pensamiento griego sobre la belleza:**

Decía platón que la verdad es el deseo de engendrar la belleza, porque la verdad es bella y despierta el deseo de expresar y reproducirla, esta es la inspiración del arte, y la belleza en sí, que es la de los sabios. (p., 17)

### **2.3. Definición de términos**

- Las redes sociales.
- La productividad.
- Las estilistas.
- La estética y/o esteticista.

## **2.4. Hipótesis.**

### **2.4.1. Hipótesis general.**

El uso de redes sociales influye durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la empresa Marco Aldany SAC. Trujillo-2018

### **2.4.2. Hipótesis específica.**

- ✓ H1: El uso de las redes sociales influye durante el horario de trabajo de los colaboradores de la empresa Marco Aldany SAC. Es de nivel medio.
- ✓ H2: La productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. es de nivel medio.
- ✓ H3: El uso de las redes sociales durante el horario de trabajo se relaciona con la productividad de los colaboradores de la empresa Marco Aldany SAC. Trujillo – 2018

## **2.5. Variables.**

V1: Redes sociales.

V2: La productividad.

### **2.5.1. Definición conceptual de la variable.**

#### **Redes sociales:**

Según Ceyala (2008) define a las redes sociales lugares en internet donde las personas publican y comparten tipos de información, personal o profesional, con otras personas, conocidos y absolutos desconocidos.

#### **La productividad:**

Según Galindo y Viridiana Ríos (2005) es la medida de que tal efectivamente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico. Una productividad implica que se logra el objetivo económico con un poco trabajo o poco capital. En la productividad implica producir más con lo mismo.

En la economía, la productividad es todo crecimiento en producción que no se explica por aumentos de trabajo, capital o en cualquier otro insumo intermedio utilizado para producir.

### **2.5.2. Definición operacional de variables**

#### **Redes sociales.**

Según Harold y Heinz (Décima Edición) define:

Las redes sociales son sitas de web que ofrecen un servicio que permite a los usuarios de internet relacionarse entre sí. Se basan en un software que integra un conjunto de funcionalidades en una misma interfaz a través de la cual se genera la comunicación entre usuario o grupos de usuario (p., 785)

#### **La productividad.**

Koontz y weihrich (2004), señalaron que la eficiencia y la eficacia son:

Eficiencia es “hacer algo correctamente; as la relación que hay entre insumo y producto. Buscar reducir al minino costo de los recursos”.

Eficacia es “hacer lo correcto; para llegar a la meta”. (p.6).

### 5.3. Operacionalización de la variable.

Matriz de Operacionalización de la Variable Redes Sociales.

Variables	Definición	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Redes sociales	Las redes sociales son sitios de web que ofrecen un servicio que permite a los usuarios de internet relacionarse entre sí. Se basan en un software que integra un conjunto de funcionalidades en una misma interfaz a través de la cual se genera la comunicación entre usuario o grupos de usuario	Servicio	Software	Intervalo
		Comunicación	Internet	
		Riesgo	Usuario	

Fuente: Elaboración propia.

Matriz de Operacionalización de la Variable Productividad.

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Escala de medición
la productividad	La productividad es una medida de que tan eficientemente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico	Eficiencia	Recursos	Intervalo.
		Eficacia	metas	
		Control	Calidad	

Fuente: Elaboración propia.

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA.**

### **3.1. Tipo y nivel de investigación.**

- a) Tipo de investigación: cuantitativa – descriptiva.
- b) Nivel de investigación: no experimental.
- c) Diseño de investigación: correlacional.

Con respecto a este diseño se busca establecer que factores influyen en la productividad por el uso de las redes sociales en horario de trabajo, indicando sus características y rasgos más diferenciadores.

#### **Tipo de estudio.**

Tipo de estudio que se empleo es la aplicada, constructiva ya que se utiliza por su capacidad en la aplicación de los conocimientos teóricos con determinada ocasión concreta y las dificultades en prácticas que se derivan.

#### **Diseño.**

Investigación de dependencia.

En esta investigación solo mediremos dos variables, establecido su grado de dependencia, pero sin dar explicación concreta (de efecto y causa) al estudio investigado, solo estudia sección de dependencia.

En el siguiente formula podemos ver el grado de intensidad y la unión de dos variables cuyo interés, es la misma muestra, ya existente entre dos fenómenos o eventos observados:

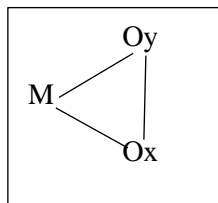


Diagrama del diseño correlacional - descriptiva

M: muestra en quien se realiza el estudio de la investigación

Oy: observación de la variable redes sociales

Ox: observación de la variable la productividad

r: posible relación entre las dos variables del estudio

Donde,

V1: Redes sociales

V2: la productividad

Se explica: la variable independiente (número de trabajadores y clientes fidelizados que utilizan redes sociales en el momento de trabajo), y variable dependiente (demostrar la merma de la productividad a comparación de otros años).

### **3.2. Descripción del ámbito de la investigación.**

La Empresa de Marco Aldany S.A.C. Trujillo ubicado en el Centro Comercial Mall Aventura Plaza, a los que asisten clientes de 10 a 90 años.

Asimismo, es importante los motivos por qué se ha investigado el ámbito laboral y no otro; es decir que el investigador fundamente claramente la viabilidad o factibilidad del lugar seleccionado. es un punto muy importante en esta Empresa es que se analice la accesibilidad con la que cuenta el investigador para entrar en campo.

### **3.3. Población y Muestra.**

La población se considera todo el personal de Marco Aldany SAC. Trujillo - 2018, y clientes fidelizados quienes son afectados del uso de las redes sociales sin duda en situaciones diferentes, en este caso en horas de trabajo.

#### **a) Población.**

Se tiene 15 colaboradores de la Empresa Marco Aldany SAC. Trujillo, y 27 clientes fidelizados por lo que la población (N) es igual a 42, es decir.



N=42

### **b) Muestra**

La población se considera todo el personal de la Empresa Marco Aldany SAC. Trujillo – 2018 y clientes fidelizados quienes son partícipes de esta investigación sobre qué factores incluyen del uso de las redes sociales y la productividad sin duda en situaciones diferentes.

Se ha considerado personas de ambos sexos, entre 18 a 85 años los que laboran y clientes fidelizados de la Empresa de Marco Aldany SAC. Trujillo – 2018.

### **Excluidos:**

- Personal contratado a prueba.
- Clientes eventuales

### **3.4. Técnicas e instrumento para la recolección de datos.**

#### **Técnica e instrumento.**

<b>Variables</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Redes sociales, la productividad	Entrevista, observación	Guía de cuestionario de entrevista (preguntas), lista de cotejo

Con el fin de obtener la información necesaria para poder llevar a cabo el presente proyecto de observación y entrevista dirigida al personal incluyendo al administrador, estilistas, esteticistas, recepción y para complementar la investigación al cliente fidelizado.

#### **Instrumento de recolección de datos**

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de guía de cuestionario de entrevista y observación (lista de cotejo) por la modalidad de estudio y el tiempo de aplicación, por ende, se utilizó cuestionario del desarrollo de redes sociales y la productividad

Como instrumento de investigación se realizó una entrevista y observación que se aplicó a todo el personal y clientes fidelizados de Marco Alnany S.A.C. Ciudad de Trujillo específicamente a los que laboran en la empresa y a los que se atienden constante en el SPA, 15 trabajadores y 27 clientes fidelizados un total 42. Esta entrevista y observación correlacional se realizará con la finalidad de presenciar y cuantificar y conocer el nivel de producción de cada servicio que brindamos diariamente al cliente, para un trabajo eficiente.

### **3.5. Validez y confiabilidad del instrumento.**

Validez:

El presente proyecto se empleó la técnica de validación denominada juicio de expertos, crítica de los jueces, a través de cuatro magísteres y doctores con conocimientos académicos muy profesionales en la especialidad que convenga. Para el proceso de evaluación de los resultados.

Expertos	Nombre y Apellido	Aplicable
1	Dr. José German Salinas Gamboa	Aplicable
2	Dra. María Elizabeth Díaz Gamarra	Aplicable
3	MBA. Segundo Vergara Castillo	Aplicable
4	Mag. Francisco Vigo López	Aplicable

### **Confiabilidad.**

De un total a 15 trabajadores de la empresa Collage salón SPA, pruebas realizadas a nivel piloto muy ajena de la nuestra para medir la confiabilidad de los instrumentos se obtuvo para el instrumento total un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de  $\alpha = 0.936$  ( $\alpha > 0.70$ ) para el instrumento que evalúa las redes sociales y un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de  $\alpha = 0.922$  ( $\alpha > 0.70$ ) para el instrumento que evalúa la productividad, lo cual indica que los instrumentos que evalúan las redes sociales y la productividad son confiables. (Ver anexo N° 3 - 4).

### **3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos:**

Se planteó que la recolección y procedimiento de datos fuera ejecutado por la autora de la investigación, para ello se utilizó como instrumentos de recolección: Lista de cotejo, guía de cuestionario de entrevista (preguntas) aplicada a los estilistas y clientes fidelizados de la empresa “Marco Aldany SAC. Trujillo la Libertad.

Con respecto al procedimiento de los datos obtenidos se empleó el programa de Excel. Para la tabulación, obtención de resultados y confiabilidad, no obstante, evidenciaron la validez de la investigación en su metodología.

#### **Método de análisis de datos:**

✓ **Estadística descriptiva.**

A través de la Estadística descriptiva permitió sistematizar la información recogida en los instrumentos de la presente investigación, en donde se presenta los elementos de la estadística descriptiva siguientes:

- Tablas de Frecuencia.
- Gráficos.
- Se realizó a través del Excel.

✓ **Estadística inferencial.**

Aquí se utilizó algunos instrumentos estadísticos, para demostrar la validez de la investigación, a través de confiabilidad de sus instrumentos, tipos de variables, los niveles de correlación e influencia de las variables, tales como:

- El estadístico del Alpha de Cronbach
- La prueba de Shapiro - Wilk.
- El estadístico de Karl Pearson.

En Todo esto se utilizó el software de estadística para ciencias sociales (SPSS V. 25).

## CAPITULO IV: RESULTADOS

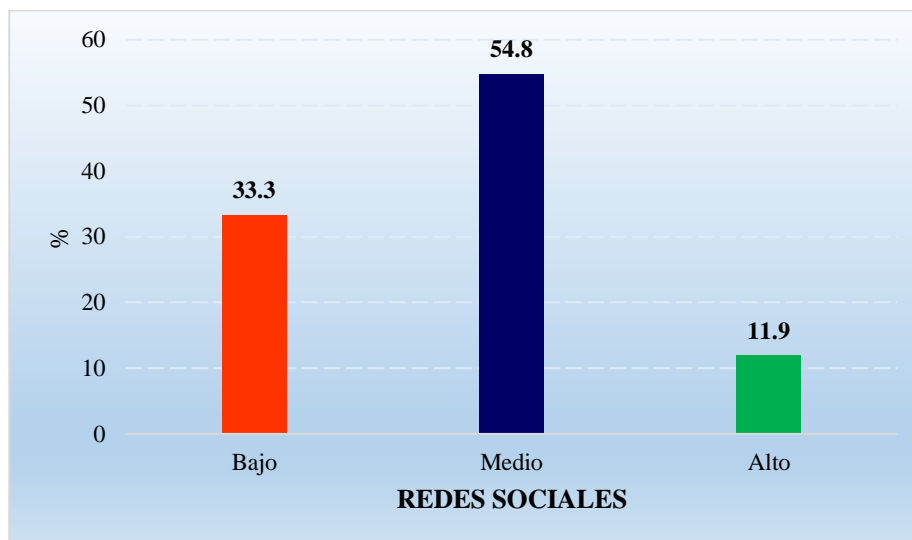
Tabla 1

Nivel del uso de las Redes Sociales de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Variable 1	Escala	N°	%
<b>Redes Sociales</b>			
Bajo	12 - 20	14	33.3
Medio	21 - 28	23	54.8
Alto	29 - 36	5	11.9
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 1 se observa que el 54.8% de los colaboradores obtienen nivel medio en las redes sociales, el 33.3% tienen nivel bajo, en tanto que el 11.9% de los colaboradores obtienen nivel alto en las redes sociales. determinándose que el uso de las redes sociales de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. es de nivel medio (54.8%).



Fuente: Tabla 1.

Figura 1. Nivel del uso de las Redes Sociales de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018

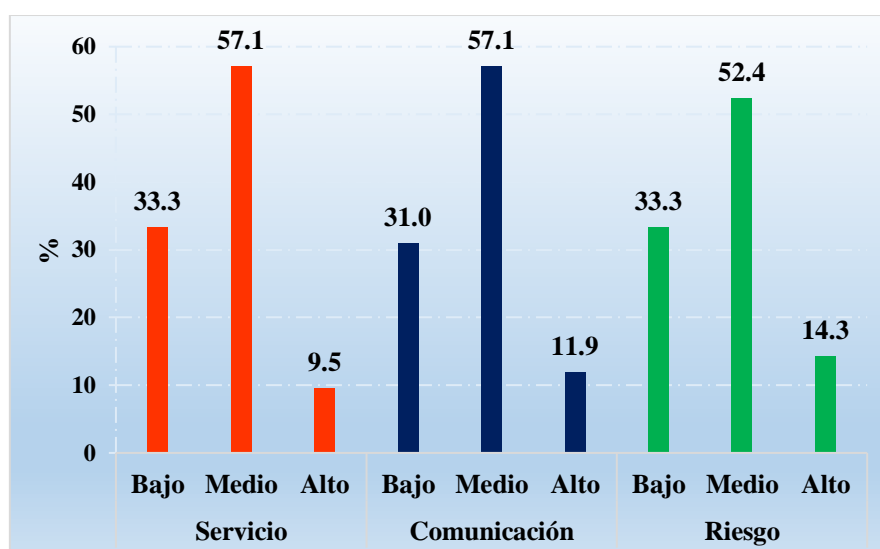
Tabla 2

Nivel de las dimensiones sobre el uso de las Redes Sociales de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Nivel de Redes Sociales	Servicio		Comunicación		Riesgo	
	N°	%	N°	%	N°	%
Bajo	14	33.3	13	31.0	14	33.3
Medio	24	57.1	24	57.1	22	52.4
Alto	4	9.5	5	11.9	6	14.3
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 2 se observa que el 57.1% de los colaboradores obtienen nivel medio en el servicio y el 33.3% tienen nivel bajo, el 57.1% obtienen nivel medio en la comunicación y el 31.0% tienen nivel bajo, en tanto que el 52.4% obtienen nivel medio de riesgo y el 33.3% tienen nivel bajo. Determinándose que las dimensiones de las redes sociales de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. es en promedio de nivel medio (55.6%).



Fuente: Tabla 2.

Figura 2. Nivel de las dimensiones sobre el uso de las Redes Sociales de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

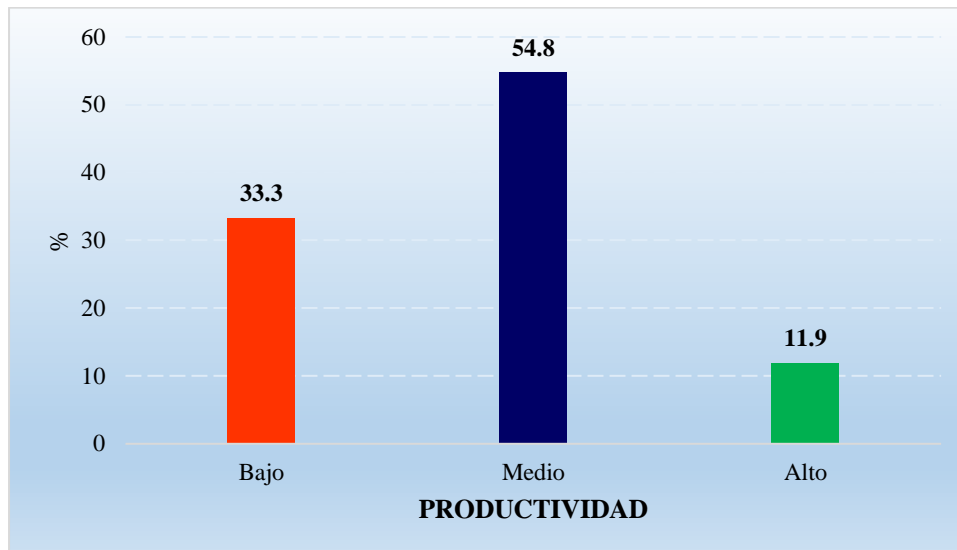
Tabla 3

Nivel de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Variable 2	Escala	N°	%
<b>Productividad</b>			
Bajo	12 - 20	14	33.3
Medio	21 - 28	23	54.8
Alto	29 - 36	5	11.9
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 3 se observa que el 54.8% de los colaboradores obtienen nivel medio en la productividad, el 33.3% tienen nivel bajo, en tanto que el 11.9% de los colaboradores obtienen nivel alto de productividad. Determinándose que la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. es de nivel medio (54.8%).



Fuente: Tabla 3.

Figura 3. Nivel de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

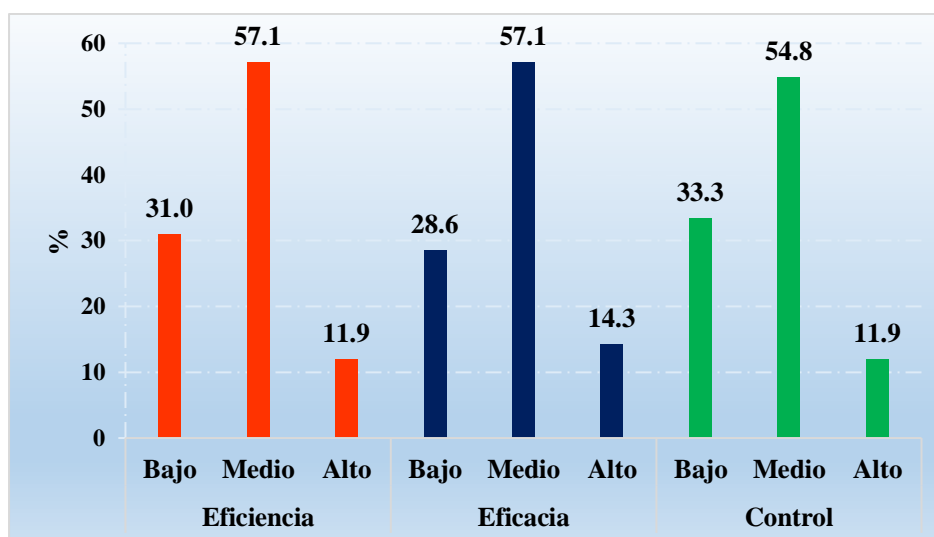
Tabla 4

Nivel de las dimensiones de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Nivel de Productividad	Eficiencia		Eficacia		Control	
	N°	%	N°	%	N°	%
Bajo	13	31.0	12	28.6	14	33.3
Medio	24	57.1	24	57.1	23	54.8
Alto	5	11.9	6	14.3	5	11.9
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, los dalos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 4 se observa que el 57.1% de los colaboradores obtienen nivel medio en la eficiencia y el 31.0% tienen nivel bajo, el 57.1% obtienen nivel medio en la eficacia y el 28.6% tienen nivel bajo, en tanto que el 54.8% obtienen nivel medio de control y el 33.3% tienen nivel bajo. Determinándose que las dimensiones de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. es en promedio de nivel medio (56.3%).



Fuente: Tabla 4.

Figura 4. Nivel de las dimensiones de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Tabla 5

Prueba de Normalidad de Shapiro Wilk de las Redes Sociales y la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

<b>PRUEBA DE NORMALIDAD</b>			
<b>VARIABLE / DIMENSIONES</b>	<b>Shapiro -Wilk</b>		
	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
<b>Redes Sociales</b>	<b>0.961</b>	<b>42</b>	<b>0.166</b>
Servicio	0.950	42	0.063
Comunicación	0.946	42	0.058
Riesgo	0.907	42	0.052
<b>Productividad</b>	<b>0.973</b>	<b>42</b>	<b>0.413</b>
Eficiencia	0.947	42	0.059
Eficacia	0.962	42	0.172
Control	0.956	42	0.103

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 5 se observa que la prueba de Shapiro Wilk para muestras menores a 50 ( $n < 50$ ) que prueba la normalidad de los datos de variables en estudio, donde se muestra que los niveles de significancia para ambas variables son mayores al 5% ( $p > 0.05$ ), demostrándose que los datos se distribuyen de manera normal; por lo cual es necesario utilizar la prueba paramétrica correlación de Pearson, para determinar la relación entre las variables redes sociales y la productividad.



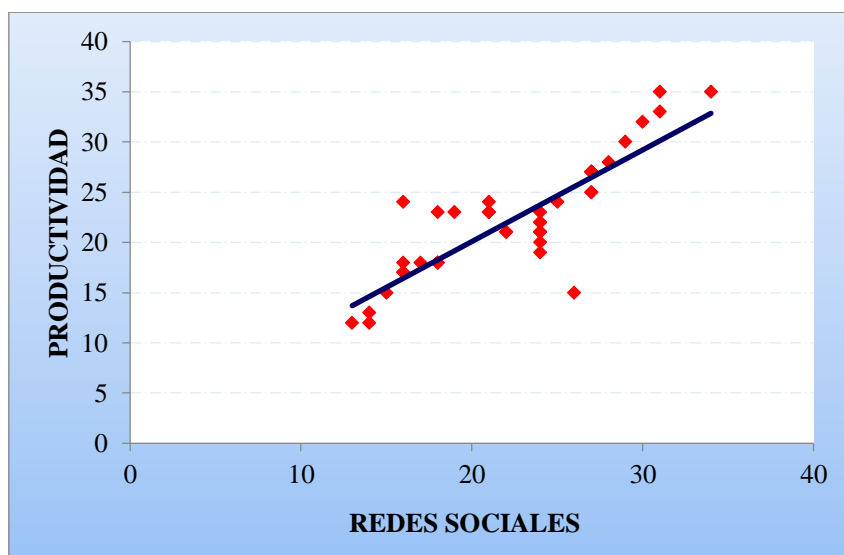
Tabla 6

Las redes sociales y su influencia en la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Correlación R de Pearson	REDES SOCIALES
<b>PRODUCTIVIDAD</b>	
Coefficiente de correlación de R Pearson	0.855**
Sig. (bilateral)	0.000
N	42

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 6 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es  $R = 0.855$  (existiendo una alta relación directa) con nivel de significancia  $p = 0.000$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) la cual quiere decir que el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., Trujillo - 2018.



Fuente: Tabla 6.

Figura 5. Las redes sociales y su influencia en la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

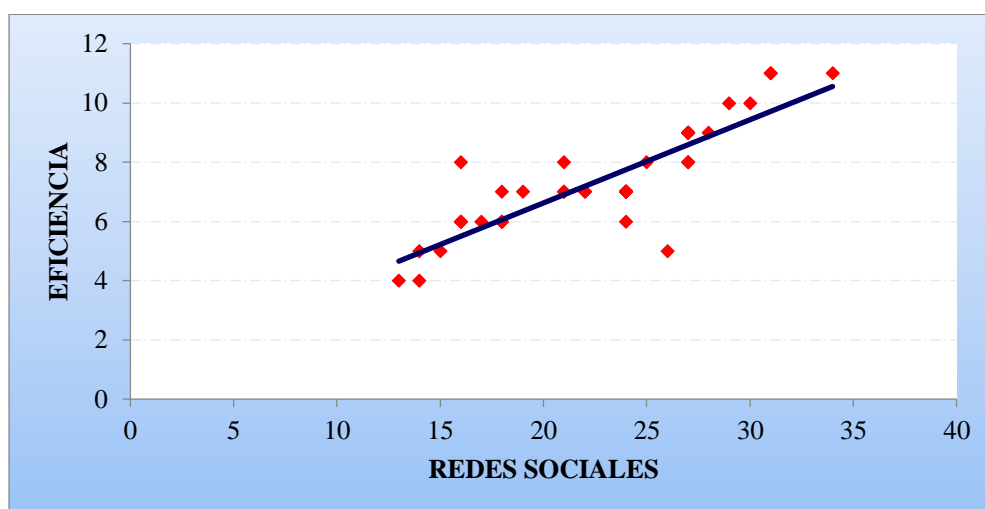
Tabla 7

Las redes sociales y su influencia en la eficiencia de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Correlación R de Pearson	REDES SOCIALES
<b>EFICIENCIA</b>	
Coefficiente de correlación de R Pearson	0.852**
Sig. (bilateral)	0.000
N	42

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 7 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es  $R = 0.852$  (existiendo una alta relación directa) con nivel de significancia  $p = 0.000$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) la cual quiere decir que el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con la eficiencia de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., Trujillo - 2018.



Fuente: Tabla 7.

Figura 6. Las redes sociales y su influencia en la eficiencia de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

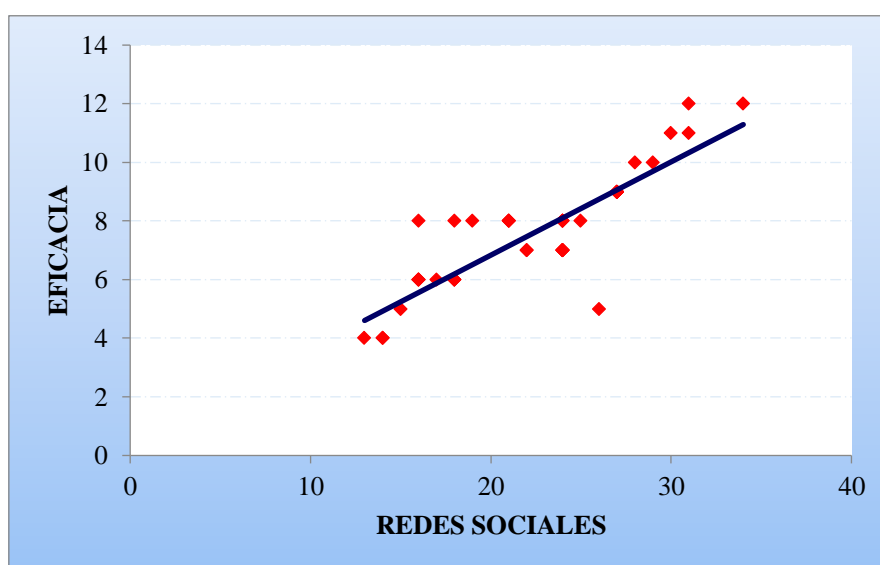
Tabla 8

Las redes sociales y su influencia en la eficacia de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Correlación R de Pearson	REDES SOCIALES
<b>EFICACIA</b>	
Coefficiente de correlación de R Pearson	0.859**
Sig. (bilateral)	0.000
N	42

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 8 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es  $R = 0.859$  (existiendo una alta relación directa) con nivel de significancia  $p = 0.000$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) la cual quiere decir que el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con la eficacia de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., Trujillo - 2018.



Fuente: Tabla 8.

Figura 7. Las redes sociales y su influencia en la eficacia de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

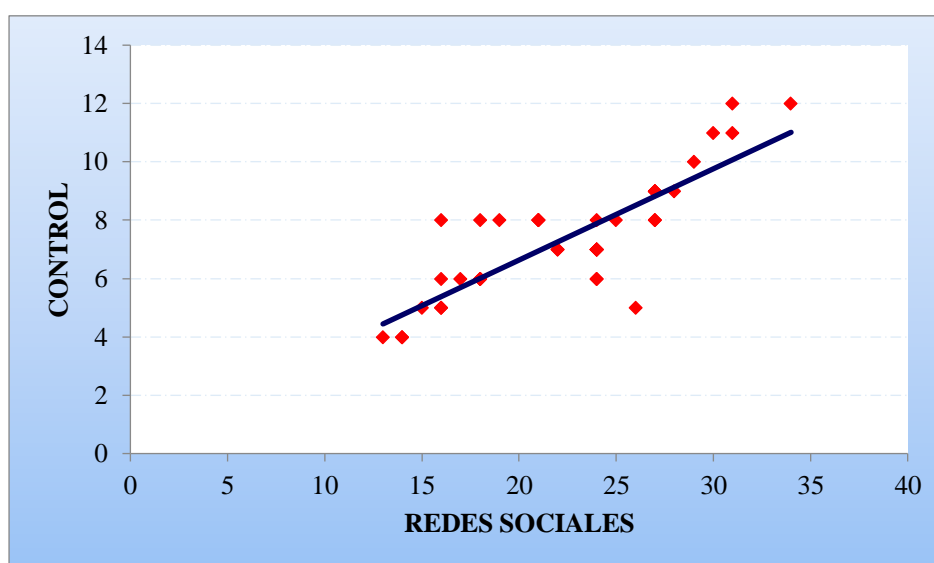
Tabla 9

Las redes sociales y su influencia en el control de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

Correlación R de Pearson	REDES SOCIALES
<b>CONTROL</b>	
Coefficiente de correlación de R Pearson	0.831**
Sig. (bilateral)	0.000
N	42

Fuente: Elaboración propia, los datos provienen del programa estadístico SPSS.

**Descripción.** En la Tabla 9 se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es  $R = 0.831$  (existiendo una alta relación directa) con nivel de significancia  $p = 0.000$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ) la cual quiere decir que el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con el control de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., Trujillo - 2018.



Fuente: Tabla 9.

Figura 8. Las redes sociales y su influencia en el control de la Productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.

## **CAPITULO V: DISCUSIÓN**

### **Discusión**

Después de presentar los resultados en la presente investigación, pasamos a realizar la discusión de los mismos:

El uso de las redes sociales durante el horario de trabajo se comporta de nivel medio (54.8%), nivel bajo (33.3%) y nivel alto (11.9%); denotándose que los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., aún presentan nivel medio sobre el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo (54.8%). Ver Tabla 1.

Éstos resultados difieren con el estudio realizado por Huacho (2017) en su investigación “Influencia de las redes sociales en la productividad laboral de los trabajadores del Ministerio Público del Callao – 2017”, donde demuestra que, de los 200 participantes, el 8.5% un nivel bajo de uso de redes, el 40% un nivel medio y el 51.5% percibió nivel alto de uso de redes percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao.

Según Harold y Heinz (2015) define, a las redes sociales como sitios de web que ofrecen servicios que nos permiten a los usuarios por este medio (internet) relacionarse entre sí. Se justifican en un software que integra un conjunto de jerarquía en una misma conexión a través de la cual se genera la comunicación entre usuario o grupos de usuario.

Con respecto a las dimensiones del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo; el servicio se comporta de nivel medio (57.1%), nivel bajo (33.3%) y nivel alto (9.5%), la comunicación se comporta de nivel medio (57.1%), nivel bajo (31.0%) y nivel alto (11.9%), el riesgo se comporta de nivel medio (52.4%), nivel bajo (33.3%) y nivel alto (14.3%); denotándose que los

colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., aún presentan nivel medio sobre las dimensiones del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo (55.6%). Ver Tabla 2.

Éstos resultados pueden sustentarse con el estudio realizado por Huacho (2017), donde demuestra que, las dimensiones del uso de las redes sociales; el 19% un nivel bajo de compulsión en el uso de redes, el 41.5% un nivel medio y el 39.5% percibió nivel alto de compulsión del uso de redes percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao, el 8.5% un nivel bajo de prioridad en el uso de redes, el 27% un nivel medio y el 64.5% percibió nivel alto de prioridad del uso de redes percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao, el 11.5% un nivel bajo de frecuencia en el uso de redes, el 63% un nivel medio y el 25.5% percibió nivel alto de frecuencia del uso de redes percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao.

La productividad se comporta de nivel medio (54.8%), nivel bajo (33.3%) y nivel alto (11.9%); denotándose que los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., aún presentan nivel medio sobre la productividad (54.8%). Ver Tabla 3.

Éstos resultados concuerdan con el estudio realizado por Huacho (2017) en su investigación “Influencia de las redes sociales en la productividad laboral de los trabajadores del Ministerio Público del Callao – 2017”, donde demuestra que, de los 200 participantes, el 23.5% un nivel inadecuado de productividad, el 38.5% un nivel regular y el 38% percibió nivel adecuado de productividad percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao.

Según Ramirez (2014) asegura que los conceptos las relevantes en la actualidad de la productividad a lo que se refiere ya que es central en el crecimiento

económico de un país. La confusión frecuente de los términos la productividad, la eficiencia y efectividad: eficiencia es la producción real obtenida y la producción esperada y la efectividad que se logran los objetivos.

Con respecto a las dimensiones de la productividad; la eficiencia se comporta de nivel medio (57.1%), nivel bajo (31.0%) y nivel alto (11.9%), la eficacia se comporta de nivel medio (57.1%), nivel bajo (28.6%) y nivel alto (14.3%), el control se comporta de nivel medio (54.8%), nivel bajo (33.3%) y nivel alto (11.9%); denotándose que los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., aún presentan nivel medio sobre las dimensiones de la productividad (56.3%). Ver Tabla 4.

Éstos resultados es similar con el estudio realizado por Huacho (2017), donde demuestra que, las dimensiones de la productividad; el 26.5% un nivel inadecuado de eficiencia en la productividad, el 26% un nivel regular y el 47.5% percibió nivel adecuado de eficiencia en la productividad percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao, el 27% un nivel inadecuado de eficacia en la productividad, el 39% un nivel regular y el 34% percibió nivel adecuado de eficacia en la productividad percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao, el 7.5% un nivel inadecuado de efectividad en la productividad, el 13.5% un nivel regular y el 79% percibió nivel adecuado de efectividad en la productividad percibida por los trabajadores del Ministerio público del Callao.

Al evaluar la normalidad de los datos de las variables de estudio mediante la prueba de Shapiro Wilk, para muestra menor a 50 ( $n < 50$ ), los niveles de significancia son mayores al 5% ( $p > 0.05$ ), la cual determinar que las variables se distribuyen de manera normal, por lo cual es necesario utilizar la prueba no

paramétrica correlación de Pearson para determinar la relación del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo y la productividad. Ver Tabla 5.

Este resultado difiere con el estudio realizado por Huacho (2017), donde utilizo criterios de ajuste de modelo Logaritmo de la verosimilitud de modelo reducido, con nivel de significancia  $p < 0.05$  donde demuestra que los datos tienen una distribución no normal.

En estadística, el Test de Shapiro–Wilk se usa para contrastar la normalidad de un conjunto de datos. Se plantea como hipótesis nula que una muestra  $x_1, \dots, x_n$  proviene de una población normalmente distribuida. Fue publicado en 1965 por Samuel Shapiro y Martin Wilk. Se considera uno de los test más potentes para el contraste de normalidad, sobre todo para muestras pequeñas ( $n < 50$ ).

Al cruzar los datos del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo y la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., se encontró que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es  $R = -0.875$  con nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), ello demuestra que la relación entre las variables se comporta de manera inversa y significativa; es decir, a un alto nivel de uso de las redes sociales durante el horario de trabajo entonces se espera un bajo nivel de productividad, demostrándose que el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo se relaciona significativamente con la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Ver Tabla 6.

Éstos resultados concuerdan con el estudio realizado por Huacho (2017), donde concluye que el modelo de regresión multinomial es estadísticamente significativa,  $X^2 = 166,005$ ;  $p = 0.000 < 0.05$  y el modelo explica el 56.4% ( $R^2$  de Nagelkerke) se debe al uso de redes y productividad, por lo tanto, se toma



la decisión de aceptar la hipótesis alterna, es decir: El uso de redes influye en la productividad de los trabajadores del Ministerio público del Callao.

Para Damian (2008), el conocimiento de productividad hace referencia al volumen físico de valores de uso que generan en una hora de trabajo o, tal como ocurre en esta investigación, lo que produce un trabajador a lo largo de un determinado período de tiempo ya sea en corto, mediano o largo plazo.

Al cruzar los datos del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo y la eficiencia de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., se encontró que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es  $R = -0.856$  con nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), ello demuestra que la relación entre la variable y la dimensión se comporta de manera inversa y significativa; es decir, a un alto nivel de uso de las redes sociales durante el horario de trabajo entonces se espera un bajo nivel de la eficiencia de la productividad, demostrándose que el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo se relaciona significativamente con la eficiencia de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Ver Tabla 7.

Éstos resultados concuerdan con el estudio realizado por Huacho (2017), donde concluye que el modelo de regresión multinomial es estadísticamente significativa,  $X^2 = 93,836$ ;  $p = 0.000 < 0.05$  y el modelo explica el 56.4% ( $R^2$  de Nagelkerke) se debe al uso de redes y eficiencia en la productividad, por lo tanto, se toma la decisión de aceptar la hipótesis alterna, es decir: El uso de redes influye en la eficiencia de la productividad de los trabajadores del Ministerio público del Callao.

Según Koontz y weihrich (2004), la eficiencia es la relación de los recursos o cumplimiento de actividades que se realizan dentro de la organización, también es la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad puesto a disposición para en el uso de las labores dentro de la empresa aprovechando los recursos necesidad o productos complementarios.

Al cruzar los datos del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo y la eficacia de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., se encontró que el valor del coeficiente de correlación de pearson es  $R = -0.872$  con nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), ello demuestra que la relación entre la variable y la dimensión se comporta de manera inversa y significativa; es decir, a un alto nivel de uso de las redes sociales durante el horario de trabajo entonces se espera un bajo nivel de la eficacia de la productividad, demostrándose que el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo se relaciona significativamente con la eficacia de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Ver Tabla 8.

Éstos resultados concuerdan con el estudio realizado por Huacho (2017), donde concluye que el modelo de regresión multinomial es estadísticamente significativa,  $X^2 = 102,536$ ;  $p = 0.000 < 0.05$  y el modelo explica el 40.2% ( $R^2$  de Nagelkerke) se debe al uso de redes y la eficacia de la productividad, por lo tanto, se toma la decisión de aceptar la hipótesis alterna, es decir: El uso de redes influye en la eficacia de la productividad de los trabajadores del Ministerio público del Callao.

Según Koontz y weihrich (2004), la eficacia es “hacer lo correcto; para llegar al objetivo o meta” hacer del producto o servicio un 100% efectividad del

producto que se realiza, tanto en calidad o cantidad, sino también es necesario y adecuado para el mismo propósito; ser aquel que logra realmente satisfacer al cliente y cubrir sus necesidades o impactar en el mercado de competitivo.

Al cruzar los datos del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo y el control de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., se encontró que el valor del coeficiente de correlación de pearson es  $R = -0.871$  con nivel de significancia menor al 5% ( $p < 0.05$ ), ello demuestra que la relación entre la variable y la dimensión se comporta de manera inversa y significativa; es decir, a un alto nivel de uso de las redes sociales durante el horario de trabajo entonces se espera un bajo nivel de control de la productividad, demostrándose que el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo se relaciona significativamente con el control de la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Ver Tabla 9.

Éstos resultados concuerdan con el estudio realizado por Huacho (2017), donde concluye que el modelo de regresión multinomial es estadísticamente significativa,  $X^2 = 372,247$ ;  $p = 0.000 < 0.05$  y el modelo explica el 44% ( $R^2$  de Nagelkerke) se debe al uso de redes y la efectividad de la productividad, por lo tanto, se toma la decisión de aceptar la hipótesis alterna, es decir: El uso de redes influye en la efectividad de la productividad de los trabajadores del Ministerio público del Callao.

El control de la producción tiene que establecer medios para una continua evaluación de ciertos factores: la demanda del cliente, la situación de capital, la capacidad productiva, etc. Esta evaluación deberá tomar en cuenta no solo el estado actual de estos factores, sino que deberá también proyectarlo hacia el

futuro. Podemos definir el control de producción, como "la toma de decisiones y acciones que son necesarias para corregir el desarrollo de un proceso, de modo que se apegue al plan trazado". Una definición más amplia, según el diccionario de términos para el control de la producción y el inventario, sería: "Función de dirigir o regular el movimiento metódico de los materiales por todo el ciclo de fabricación, desde la requisición de materias primas, hasta la entrega del producto terminado, mediante la transmisión sistemática de instrucciones a los subordinados, según el plan que se utiliza en las instalaciones del modo más económico".

## CONCLUSIONES

- ✓ Se determinó que el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la empresa Marco Aldany SAC Trujillo – 2018 es de nivel medio 54.8%, lo cual quiere decir que hay desconcentración al momento de atender al cliente, asimismo los colaboradores están pendientes al uso de las redes sociales, de igual modo en atender al cliente durante su permanencia dentro del salón.
- ✓ Se conoció que el uso de las redes sociales de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. es de nivel medio (54.8%), el 33.3% tienen el nivel bajo, en tanto el 11.9% de los colaboradores obtienen el nivel alto en uso de redes sociales en momento de atender al cliente.
- ✓ Se identificó la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018 es de nivel medio 54.8%, el 33.3% tienen el nivel bajo, en tanto que el 11.9% de los colaboradores obtienen nivel alto de productividad.
- ✓ Se evaluó que el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo se relaciona significativamente con la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C., Trujillo – 2018 esto quiere decir que existe una alta relación directa comprobado con Pearson es de  $R = 0.855$  con un nivel de significancia  $p = 0.000$  siendo esto menor al 5% ( $p < 0.05$ ).

## **RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda colocar normas que deben cumplir los colaboradores que laboran dentro de la empresa Marco Aldany SAC. Trujillo - 2018, indicando que el uso de celulares no es permitido mientras permanezcan dentro del salón o al momento de atender al cliente, y dar a conocer a los colaboradores que es importante llegar cumplir los objetivos de la empresa, por medio de capacitaciones.
  
- ✓ Se sugiere no facilitar la contraseña de wifi a los colaboradores de la empresa Marco Aldany SAC. Trujillo -2018, en caso de que los clientes necesitan utilizar wifi se deberá facilitar en forma directo al celular del cliente, la dicha labor lo puede desempeñarlo uno de recepción de la empresa.
  
- ✓ Se recomienda al director de la empresa Marco Aldany SAC. Trujillo – 2018 motivar a sus trabajadores mediante premios y reconocimientos, direccionándolos al compromiso que tienen con su centro de trabajo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### bibliografía

- Ascoli, A. R. (2014). Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan adicción a las mismas. Guatemala.
- Br. Alva Zapata Jose Luis, B. J. (2014). "Relacion entre el nivel de satisfaccion laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la Empresa Chimu agropecuaria S.A.C. del Distrito de Trujillo - 2014". trujillo.
- Br. Carlos Alejandro Medina Ramirez, B. G. (2014). "Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la Clínica Sánchez Ferrer en el periodo. Trujillo.
- Br. Gonzales Otoyá, A. M. (2016). Influencia del uso de las redes sociales en el manejo del lenguaje en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, 2016. Trujillo - Perú.
- Br. Huacho Aranda, C. (2017). Influencia de las redes sociales en la productividad laboral de los trabajadores del ministerio publico del callao - 2017. Perú.
- Br. Alva Zapata Jose Luis, B. (2014). "Relacion entre el nivel de satisfaccion laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa chimu agropecuaria s.a.c. del distrito de trujillo - 2014". Trujillo.
- Caldevilla Dominguez, D. (2010). "las redes sociales. tipología uso y consumo de las 2.0 en la sociedad digital actual".
- Cequea Marvel, M. :, Bottini, N., & Angel, M. (2011). "la productividad desde una perspectiva humana: dimensiones y factores". Madrid.
- Chiavenato, I. (s.f.). Administracion proceso administrativo. Sexta Edicion.
- Dominguez, M. L. (s.f.). Un nuevo negocio para estilistas. Mexico.
- Edward R. Freeman, J. A. (s.f.). Admonistracion. Octava Edicion.
- Fernando Alfaro Bertrán, M. A. (1999). Diagnosticos de la productividad por multimomentos. España.
- Fuentes Navarro, S. M. (2012). "satisfaccion laboral y su influencia en la productividad" (estudio realizado en la delegacion de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango). Quetzaltenango.
- Galindo, M. y. (2015). "productitividad" en serie de estudios economicos, vol. 1, agosto de 1015 MF. Mexico.
- Garcia, M. P. (2010). El Impacto de las Redes Sociales. Tecnologia y Gestion, 159.
- Gonzales hermandez, M. (2015). "las redes sociales y su influencia en la forma en que los jovenes se comunican y utilizan la lengua: perspectiva de los docentes de lenguaje y comunicacion". gonzales hermandez.
- Gonzales, P. (2000). Manual del Estilistas. Almuzara.

- Harold Koontz, H. W. (s.f.). Administracion una perspectiva Global. Decima Edicion.
- James A. F. Stoner, R. E. (s.f.). Administracion . Octava Edicion .
- Jose Martinez, M. S. (2000). La Productividad en los Servicios. ICE Sector Servicios, 135.
- Mejia Zambrano, V. J. (20115). "Analisis de la influencia de las redes sociales en la formacion de los jovenes de los Colegios deL Canton Yahuaqui". Ecuador.
- Perez, J. (2003). Historia de las historias de la peluqueria. Madrid .
- Ruiz, J. A. (2012). productividad e incentivos: como hacer que los tiempos de fabricacion se cumplan. 1ra. Edicion .
- santana, c. c. (2011). redes sociales como soporte a la gestion del conosimiento. ESAN / cendoc.
- Serrano, C. T. (2002). La estética , el arte y el language visual. Chía, Cundinamarca.
- soto, J. E. (2010). Modelo integral de productividad, aspectos importantes para su implementación. Bogotá: Revista EAN.Nº69.
- Y, J. M. (2008). Salario Real, Costo Laboral y Productividad. Argentina 1947-2006. Argentina.
- Zambrano, V. J. (2015). Analisis de la influencia de las redes sociales en la formacion de los jovenes de los colegiosdel Canton Yuguachi. Guayaquil \_ Ecuador.



## **Páginas web**

<https://books.google.com.pe/books?id=keXDrXAU5YYC&printsec=frontcover&dq=CONTROL+EN+LA+PRODUCTIVIDAD+LIBRO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM5JuOpZDbAhXEplkKHUtVCooQ6AEIKjAA#v=onepage&q=CONTROL%20EN%20LA%20PRODUCTIVIDAD%20LIBRO&f=false>

<https://books.google.com.pe/books?id=JgqyUwNg434C&printsec=frontcover&dq=Control+en+la+productividad+libro&hl=es&sa=x&ved=0ahukewjsjfkxtpdbahwrxfkhhxkpdzoq6aeiujah#v=onepage&q=control%20en%20la%20productividad%20libro&f=false>

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8641/Gianella\\_CRG.pdf?sequence1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8641/Gianella_CRG.pdf?sequence1)

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7468>

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9961/Huacho\\_AC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9961/Huacho_AC.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

[http://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/225/1/INFLUENCIA%20DEL%20USO%20DE%20LAS%20REDES%20SOCIALES%20T074A\\_47206230.pdf](http://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/225/1/INFLUENCIA%20DEL%20USO%20DE%20LAS%20REDES%20SOCIALES%20T074A_47206230.pdf).

<https://search.proquest.com/openview/e7d3470475d9d64edfccfe202d9e547b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=55424>.

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>.

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/11316/marvel%20cequea.pdf>

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>.

<http://biblioteca.soymercadorologo.com/wp-content/uploads/2016/05/Administraci%C3%B3n-14ed-Harold-Koontz-Wehrich-y-Cannice.pdf>.

## ANEXOS:

### ANEXO N° 1 GUÍA DE CUESTIONARIO DE ENTREVISTA (PREGUNTAS)

#### GUÍA DE CUESTIONARIO DE ENTREVISTA (PREGUNTAS): EMPRES “MARCO ALDANY SAC. TRUJILLO 2018”

A continuación, le presento un conjunto de cuestionario que servirán para el desarrollar el trabajo de investigación que tiene como objetivo, Analizar de qué manera influyen la productividad en el uso de las redes sociales durante el horario de trabajo de la empresa Marco Aldany. S. A. C. Trujillo – 2018, por lo cual le agradezco que me responda con mayor sinceridad posible, las siguientes preguntas:

Género: a) Masculino  b) Femenino

1. ¿Se presenta problemas con el uso de software instalado en su sistema de trabajo?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
2. ¿Los programas Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger son herramientas claves para tu trabajo?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
3. ¿Ingresa al WhatsApp, Facebook, etc. de tu celular mientras esperas al cliente?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
4. ¿Visitas internet o tus redes sociales sin ningún propósito laboral?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
5. ¿La empresa no restringe la comunicación por internet?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
6. ¿Ha utilizado los medios de comunicación para fidelizar al cliente?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
7. ¿Emplea herramienta de WhatsApp e internet para comunicarse entre sus compañeros en hora de trabajo?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
8. ¿Utiliza internet para indagar información sobre las tendencias de belleza actualizadas en horario de trabajo?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
9. ¿Según usted estar conectado en redes sociales más de 12 horas es un riesgo de pérdida que ocasiona en tu centro de trabajo?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
10. ¿Cree usted Comprar herramientas de trabajo por internet es un riesgo?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
11. ¿Para realizar un mantenimiento de su herramienta de trabajo investiga por YouTube, internet, etc.?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca
12. ¿Indagas por internet sobre los productos tóxicos que pueda generar un riesgo en tu centro de trabajo?  
a) Siempre  b) A veces  c) Nunca

13. ¿En tu centro de trabajo buscar videos en YouTube, te enseña a usar insumos con precisión?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
14. ¿Cree usted que la tecnología es un medio que permite verificar recursos existentes en tu centro de trabajo?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
15. ¿Empleas recursos tecnológicos para reducir tiempos al momento de atender al cliente?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
16. ¿Existe una página por internet donde explique de cómo usar los recursos en horas de trabajo?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
17. ¿La empresa por medio de redes sociales publica sus ofertas de servicios en su centro de trabajo?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
18. ¿la red social te ayuda a desarrollar tu creatividad para mejor y cumplir la meta en tu centro de trabajo?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
19. ¿En tu centro de trabajo hay grupo en WhatsApp, Facebook para opinar sobre nuevas tendencias del año?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
20. ¿La tecnología te facilita reservar cita para clientes en horario de trabajo?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
21. ¿En tu centro de trabajo utiliza tecnología para medir producto?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
22. ¿Según usted hay un tiempo disponible para coordinar con el cliente sobre promociones y vales en su centro de labor?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
23. ¿Cree usted que el servicio de redes sociales te ayuda llevar control, para que no se agoten los productos en tu centro de trabajo?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca
24. ¿Cree usted que YouTube es importante para autocapacitarse en temas para mejorar la calidad de servicio en centro de trabajo?
- a) Siempre       b) A veces       c) Nunca

Le agradezco por su tiempo y colaboración

ANEXO N° 2 LISTA DE COTEJO, OBSERVACIÓN.

**LISTA DE COTEJO, OBSERVACIÓN.**

<b>INDICADORES</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
El ambiente del salón es agradable para el cliente.	X		
La decoración del salón está acorde al lugar.	X		
El personal utiliza celular dentro de salón.	X		
Dentro del salón ponen música de YouTube.	X		
Los estilistas muestra imagines de internet a los clientes		X	
Se realiza rotación de turnos en momento de atender al cliente	X		
Los estilistas conocen las normas de la empresa	X		
Facilitan la contraseña de internet a los clientes.		X	
Los estilistas saben la contraseña de wifi.	X		
Los clientes utilizan wifi de la Empresa.	X		
Los estilistas utilizan redes sociales en horario de trabajo.	X		
Es comunicativo los estilistas con el cliente		X	
Los estilistas muestran amabilidad al momento de atender al cliente.		X	
El internet es accesible para utilizar redes sociales dentro de la empresa.	X		
Los estilistas muestra estar capacitado para dicha labor		X	
Se evidencia personal sin amabilidad dentro de la empresa.	X		
El nivel de ruido de la música es el deseado para el cliente	X		
Los estilistas muestran estar capacitada para dicho servicio.	X		
Los clientes muestran deseos de regresar a consumir el servicio		X	
Los clientes muestran su malestar por el servicio recibido.	X		
Los estilistas salen a realizar compras personales en horario de trabajo.	X		
El equipamiento y la limpieza de baño es adecuada		X	
Los estilistas se autocasitanen temas de belleza por medio del servicio en internet.		X	

NEXO N° 3 FORMATO DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS.

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE TESIS	FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCTIVIDAD POR EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN HORARIO DE TRABAJO DE LA EMPRESA MARCO ALDANY. S. A. C. TRUJILLO – 2018		Objetivo		Determinar la influencia del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.														
	VARIABLES	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	OPINIÓN de las respuestas			CRITERIO DE EVALUACIÓN						Observación y/o recomendaciones					
					Siempre	A veces	Nunca	Relación entre la variable y la dimensión	Relación entre la dimensión y el indicador	Relación entre el indicador y el ítems	Relación entre el ítems y la opción de respuesta	Si	No	Si	No				
Redes sociales	Servicio	Software		1. ¿Se presenta problemas con el uso de software instalado en su sistema de trabajo?				X	X	X	X			X					
				2. ¿Los programas Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger son herramientas claves para tu trabajo?				X	X	X	X			X					
				3. ¿Ingresas al WhatsApp, Facebook, etc. de tu celular mientras esperas al cliente?				X			X	X	X	X					
				4. ¿Visitas internet o tus redes sociales sin ningún propósito laboral?				X			X	X	X	X					
				5. ¿La empresa no restringe la comunicación por internet?				X			X	X	X	X					
				6. ¿Ha utilizado los medios de comunicación para fidelizar al cliente?				X			X	X	X	X					
				7. ¿Emplee herramienta de WhatsApp e internet para comunicarse entre sus compañeros en hora de trabajo?		Internet						X	X	X	X			X	





**MATRIZ DE VALIDACIÓN**

TÍTULO O DE TESIS	FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCTIVIDAD POR EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN HORARIO DE TRABAJO DE LA EMPRESA MARCO ALDANY. S. A. C. TRUJILLO – 2018																	
	Determinar la influencia del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.																	
VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPINIÓN de las respuestas			CRITERIO DE EVALUACIÓN						Observación y/o recomendaciones					
				Siempre	A veces	Nunca	Relación entre la variable y la dimensión	Relación entre la dimensión y el indicador	Relación entre el indicador y el ítems	Relación entre el ítems y la opción de respuesta	Si	No		Si	No			
Redes sociales	Servicio	Software	1. ¿Se presenta problemas con el uso de software instalado en su sistema de trabajo? 2. ¿Los programas Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger son herramientas claves para tu trabajo? 3. ¿Ingresa al WhatsApp, Facebook, etc. de tu celular mientras esperas al cliente? 4. ¿Visitas internet o tus redes sociales sin ningún propósito laboral? 5. ¿La empresa no restringe la comunicación por internet? 6. ¿Ha utilizado los medios de comunicación para fidelizar al cliente?	Siempre	A veces	Nunca	Relación entre la variable y la dimensión	Relación entre la dimensión y el indicador	Relación entre el indicador y el ítems	Relación entre el ítems y la opción de respuesta	Si	No						
								X	X	X	X	X	X					
								X	X	X	X	X	X	X	X			
								X	X	X	X	X	X	X	X			
								X	X	X	X	X	X	X	X			
								X	X	X	X	X	X	X	X			







**MATRIZ DE VALIDACIÓN**

TÍTULO DE TESIS	FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCTIVIDAD POR EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN HORARIO DE TRABAJO DE LA EMPRESA MARCO ALDANY. S. A. C. TRUJILLO – 2018														
	Objetivo	Determinar la influencia del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.													
VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPINIÓN de las respuestas			CRITERIO DE EVALUACIÓN						Observación y/o recomendaciones		
				Siempre	A veces	Nunca	Relación entre la variable y la dimensión	Relación entre la dimensión y el indicador	Relación entre el indicador y el ítems	Relación entre el ítems y la opción de respuesta	Si	No		Si	No
Redes sociales	Servicio	Software	1. ¿Se presenta problemas con el uso de software instalado en su sistema de trabajo?				X	X	X	X	X	X			
			2. ¿Los programas Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger son herramientas claves para tu trabajo?				X	X	X	X	X	X	X		
			3. ¿Ingresas al WhatsApp, Facebook, etc. de tu celular mientras esperas al cliente?				X	X	X	X	X	X	X		
			4. ¿Visitas internet o tus redes sociales sin ningún propósito laboral?				X	X	X	X	X	X	X		
			5. ¿La empresa no restringe la comunicación por internet?				X	X	X	X	X	X	X		
			6. ¿Ha utilizado los medios de comunicación para fidelizar al cliente?				X	X	X	X	X	X	X		



Eficacia	Metas	17. ¿La empresa por medio de redes sociales publica sus ofertas de servicios en su centro de trabajo?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		18. ¿la red social te ayuda a desarrollar tu creatividad para mejor y cumplir la meta en tu centro de trabajo?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		19. ¿En tu centro de trabajo hay grupo en WhatsApp, Facebook para opinar sobre nuevas tendencias del año?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		20. ¿La tecnología te facilita reservar cita para clientes en horario de trabajo?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Control	Calidad	21. ¿En tu centro de trabajo utiliza tecnología para medir producto?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		22. ¿Según usted hay un tiempo disponible para coordinar con el cliente sobre promociones y vales en su centro de labor?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		23. ¿Cree usted que el servicio de redes sociales te ayuda llevar control, para que no se agoten los productos en tu centro de trabajo?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		24. ¿Cree usted que YouTube es importante para capacitarse en temas para mejorar la calidad de servicio en centro de trabajo?	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**VALIDACIÓN:**

Luego de evaluar el instrumento:  **PROCEDE**  **NO PROCEDE**

para su validación

*Francisco Migo López*  
.....

Firma de Evaluador  
DNI. 18092630

**Francisco Migo López**

**MATRIZ DE VALIDACIÓN**

TÍTULO O DE TESIS	FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCTIVIDAD POR EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN HORARIO DE TRABAJO DE LA EMPRESA MARCO ALDANY. S. A. C. TRUJILLO – 2018																
	Determinar la influencia del uso de las redes sociales durante el horario de trabajo en la productividad de los colaboradores de la Empresa Marco Aldany S.A.C. Trujillo – 2018.																
VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPINIÓN de las respuestas			CRITERIO DE EVALUACIÓN						Observación y/o recomendaciones				
				Siempre	A veces	Nunca	Relación entre la variable y la dimensión	Relación entre la dimensión y el indicador	Relación entre el indicador y el ítems	Relación entre el ítems y la opción de respuesta	Si	No		Si	No		
Redes sociales	Servicio	Software	1. ¿Se presenta problemas con el uso de software instalado en su sistema de trabajo? 2. ¿Los programas Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger son herramientas claves para tu trabajo? 3. ¿Ingresas al WhatsApp, Facebook, etc. de tu celular mientras esperas al cliente? 4. ¿Visitas internet o tus redes sociales sin ningún propósito laboral? 5. ¿La empresa no restringe la comunicación por internet? 6. ¿Ha utilizado los medios de comunicación para fidelizar al cliente?	Siempre	A veces	Nunca	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	







ANEXO N° 4:

MUESTRA PILOTO PARA EL ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE EVALÚA LAS REDES SOCIALES.

N°	SERVICIO				COMUNICACIÓN				RIESGO			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1
2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3
3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3
5	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1
6	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2
7	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1
8	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2
9	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
10	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3
11	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1
12	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2
13	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1
14	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2
15	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1

Fuente: Muestra Piloto

1. Prueba de Confiabilidad del instrumento que evalúa las redes sociales “ $\alpha$ ” de Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right)$$

**Dónde:**

$\alpha$ : Coeficiente de Confiabilidad

K: Número de ítems

$S_i^2$ : Varianza de cada ítem

$S_t^2$ : Varianza del total de ítems

$\sum$ : Sumatoria

Cálculo de los datos:

$$K = 12 \qquad \sum S_i^2 = 6.638 \qquad S_t^2 = 46.638$$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{12}{12-1} \times \left( 1 - \frac{6.638}{46.638} \right) = 0.938 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

#### CONFIABILIDAD SEGÚN DIMENSIONES:

ÍTEMS	SERVICIO	COMUNICACIÓN	RIESGO
Ítem 1	0.741		
Ítem 2	0.775		
Ítem 3	0.810		
Ítem 4	0.757		
Ítem 5		0.765	
Ítem 6		0.685	
Ítem 7		0.717	
Ítem 8		0.823	
Ítem 9			0.796
Ítem 10			0.724
Ítem 11			0.850
Ítem 12			0.819
<b>Confiabilidad</b>	<b>0.819</b>	<b>0.805</b>	<b>0.845</b>

ANEXO N° 5:

MUESTRA PILOTO PARA EL ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE EVALÚA LA PRODUCTIVIDAD.

N°	EFICIENCIA				EFICACIA				CONTROL			
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1
2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1
4	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3
5	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2
6	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2
7	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
8	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
10	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
11	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
12	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
13	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
14	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
15	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2

Fuente: Muestra Piloto.

1. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa la Productividad “α” de Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

**Dónde:**

α: Coeficiente de Confiabilidad

K: Número de ítems

$S_i^2$ : Varianza de cada ítem

$S_t^2$ : Varianza del total de ítems

$\Sigma$ : Sumatoria

Cálculo de los datos:

$$K = 12 \qquad \Sigma S_i^2 = 5.010 \qquad S_t^2 = 32.429$$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{12}{12-1} \times \left( 1 - \frac{5.010}{32.429} \right) = 0.922 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

CONFIABILIDAD SEGÚN DIMENSIONES:

ÍTEMS	EFICIENCIA	EFICACIA	CONTROL
Ítem 13	0.747		
Ítem 14	0.694		
Ítem 15	0.814		
Ítem 16	0.739		
Ítem 17		0.735	
Ítem 18		0.726	
Ítem 19		0.703	
Ítem 20		0.600	
Ítem 21			0.735
Ítem 22			0.722
Ítem 23			0.782
Ítem 24			0.851
<b>Confiabilidad</b>	<b>0.802</b>	<b>0.754</b>	<b>0.822</b>

ANEXO N° 6: BASE DE DATOS DE LAS REDES SOCIALES.

N°	Servicio						Comunicación						Riesgo						REDES SOCIALES	
	1	2	3	4	Ptje	Nivel	5	6	7	8	Ptje	Nivel	9	10	11	12	Ptje	Nivel	Total	Nivel
1	2	1	1	3	7	Medio	1	2	2	2	7	Medio	2	1	2	2	7	Medio	21	Medio
2	1	2	1	2	6	Bajo	2	1	1	1	5	Bajo	2	1	1	1	5	Bajo	16	Bajo
3	3	3	2	1	9	Medio	2	2	2	2	8	Medio	2	3	2	1	8	Medio	25	Medio
4	1	2	2	2	7	Medio	2	2	1	2	7	Medio	2	2	2	1	7	Medio	21	Medio
5	3	2	1	1	7	Medio	2	2	2	1	7	Medio	1	2	1	3	7	Medio	21	Medio
6	2	2	2	3	9	Medio	2	3	2	1	8	Medio	2	3	1	3	9	Medio	26	Medio
7	2	3	1	2	8	Medio	2	3	2	1	8	Medio	3	3	1	1	8	Medio	24	Medio
8	3	2	1	3	9	Medio	1	3	3	2	9	Medio	3	2	3	1	9	Medio	27	Medio
9	2	3	3	2	10	Alto	2	3	2	3	10	Alto	2	2	3	3	10	Alto	30	Alto
10	2	2	3	2	9	Medio	3	1	3	2	9	Medio	3	3	2	1	9	Medio	27	Medio
11	1	2	3	2	8	Medio	2	1	2	3	8	Medio	1	1	3	3	8	Medio	24	Medio
12	1	2	2	1	6	Bajo	1	1	1	2	5	Bajo	1	1	1	2	5	Bajo	16	Bajo
13	3	3	2	1	9	Medio	3	2	2	2	9	Medio	2	2	3	2	9	Medio	27	Medio
14	3	2	2	2	9	Medio	2	1	3	3	9	Medio	3	1	2	3	9	Medio	27	Medio
15	3	2	3	3	11	Alto	3	1	3	3	10	Alto	3	3	2	2	10	Alto	31	Alto
16	2	3	3	1	9	Medio	3	2	2	2	9	Medio	1	2	3	3	9	Medio	27	Medio
17	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	2	5	Bajo	13	Bajo
18	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	2	5	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	14	Bajo
19	2	2	1	2	7	Medio	1	2	3	1	7	Medio	2	1	3	2	8	Medio	22	Medio
20	1	3	2	3	9	Medio	2	3	2	2	9	Medio	3	1	3	2	9	Medio	27	Medio
21	2	2	3	1	8	Medio	1	1	3	3	8	Medio	2	3	1	2	8	Medio	24	Medio
22	1	2	1	2	6	Bajo	1	3	1	1	6	Bajo	2	2	1	1	6	Bajo	18	Bajo
23	3	3	2	3	11	Alto	3	1	3	3	10	Alto	3	1	3	3	10	Alto	31	Alto
24	2	3	1	3	9	Medio	1	3	3	2	9	Medio	2	3	1	3	9	Medio	27	Medio
25	2	2	1	1	6	Bajo	1	1	1	2	5	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	16	Bajo
26	1	1	1	3	6	Bajo	1	1	2	1	5	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	16	Bajo
27	3	3	3	3	12	Alto	3	2	3	3	11	Alto	3	3	2	3	11	Alto	34	Alto
28	2	2	3	2	9	Medio	1	3	3	2	9	Medio	3	3	2	2	10	Alto	28	Medio
29	1	1	2	2	6	Bajo	2	1	1	2	6	Bajo	1	1	3	1	6	Bajo	18	Bajo
30	1	2	3	2	8	Medio	3	3	1	1	8	Medio	1	3	1	3	8	Medio	24	Medio

N°	Servicio						Comunicación						Riesgo						REDES SOCIALES	
	1	2	3	4	Ptje	Nivel	5	6	7	8	Ptje	Nivel	9	10	11	12	Ptje	Nivel	Total	Nivel
31	1	2	3	2	8	Medio	1	3	1	3	8	Medio	2	3	1	2	8	Medio	24	Medio
32	2	1	3	3	9	Medio	2	3	3	2	10	Alto	2	3	3	2	10	Alto	29	Alto
33	2	1	2	2	7	Medio	1	2	2	2	7	Medio	1	2	3	2	8	Medio	22	Medio
34	1	1	1	3	6	Bajo	2	1	1	2	6	Bajo	1	1	1	2	5	Bajo	17	Bajo
35	2	2	1	1	6	Bajo	3	1	1	1	6	Bajo	1	1	2	2	6	Bajo	18	Bajo
36	2	2	1	1	6	Bajo	1	2	2	1	6	Bajo	1	3	1	1	6	Bajo	18	Bajo
37	1	1	1	1	4	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	1	1	2	1	5	Bajo	14	Bajo
38	1	2	2	1	6	Bajo	2	1	3	1	7	Medio	2	1	1	2	6	Bajo	19	Bajo
39	1	1	1	2	5	Bajo	1	1	2	1	5	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	15	Bajo
40	1	1	3	3	8	Medio	3	1	2	2	8	Medio	1	2	2	3	8	Medio	24	Medio
41	2	2	2	2	8	Medio	1	2	3	2	8	Medio	1	2	2	3	8	Medio	24	Medio
42	1	3	3	1	8	Medio	1	3	1	3	8	Medio	3	1	1	3	8	Medio	24	Medio

ANEXO N° 7: BASE DE DATOS DE LA PRODUCTIVIDAD.

N°	Eficiencia						Eficacia						Control						PRODUCTIVIDAD	
	13	14	15	16	Ptje	Nivel	17	18	19	20	Ptje	Nivel	21	22	23	24	Ptje	Nivel	Total	Nivel
1	2	3	1	1	7	Medio	3	2	2	1	8	Medio	3	1	1	3	8	Medio	23	Medio
2	2	1	2	3	8	Medio	1	3	3	1	8	Medio	2	2	2	2	8	Medio	24	Medio
3	1	3	2	2	8	Medio	1	3	2	2	8	Medio	1	3	3	1	8	Medio	24	Medio
4	2	2	1	2	7	Medio	3	1	3	1	8	Medio	3	1	1	3	8	Medio	23	Medio
5	1	2	3	2	8	Medio	2	3	1	2	8	Medio	2	2	3	1	8	Medio	24	Medio
6	2	1	1	1	5	Bajo	2	1	1	1	5	Bajo	2	1	1	1	5	Bajo	15	Bajo
7	1	2	1	3	7	Medio	3	1	1	3	8	Medio	2	2	1	2	7	Medio	22	Medio
8	3	1	1	3	8	Medio	3	1	3	2	9	Medio	2	2	1	3	8	Medio	25	Medio
9	2	3	2	3	10	Alto	2	3	3	3	11	Alto	2	3	3	3	11	Alto	32	Alto
10	2	2	2	2	8	Medio	3	3	1	2	9	Medio	2	3	1	2	8	Medio	25	Medio
11	3	1	2	1	7	Medio	3	3	1	1	8	Medio	2	3	1	1	7	Medio	22	Medio
12	1	1	3	1	6	Bajo	1	1	2	2	6	Bajo	1	1	2	1	5	Bajo	17	Bajo
13	1	3	3	2	9	Medio	2	2	2	3	9	Medio	2	2	2	3	9	Medio	27	Medio
14	2	2	3	2	9	Medio	3	1	3	2	9	Medio	2	2	2	3	9	Medio	27	Medio
15	3	2	3	3	11	Alto	3	2	3	3	11	Alto	3	3	2	3	11	Alto	33	Alto
16	2	1	3	3	9	Medio	2	3	1	3	9	Medio	3	2	3	1	9	Medio	27	Medio
17	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	1	4	Bajo	12	Bajo
18	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	1	4	Bajo	12	Bajo
19	2	1	2	2	7	Medio	2	1	3	1	7	Medio	3	2	1	1	7	Medio	21	Medio
20	2	2	3	2	9	Medio	3	2	2	2	9	Medio	2	3	2	2	9	Medio	27	Medio
21	2	2	1	2	7	Medio	1	3	1	3	8	Medio	1	2	2	3	8	Medio	23	Medio
22	2	1	2	1	6	Bajo	1	2	2	1	6	Bajo	2	2	1	1	6	Bajo	18	Bajo
23	3	3	2	3	11	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	35	Alto
24	2	3	1	3	9	Medio	3	3	2	1	9	Medio	2	2	2	3	9	Medio	27	Medio
25	2	1	2	1	6	Bajo	3	1	1	1	6	Bajo	1	1	1	2	5	Bajo	17	Bajo
26	1	1	3	1	6	Bajo	1	2	1	2	6	Bajo	1	3	1	1	6	Bajo	18	Bajo
27	3	3	2	3	11	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	35	Alto
28	3	3	1	2	9	Medio	2	2	3	3	10	Alto	3	2	3	1	9	Medio	28	Medio
29	3	1	2	1	7	Medio	1	2	2	3	8	Medio	3	2	2	1	8	Medio	23	Medio
30	1	1	2	2	6	Bajo	3	2	1	1	7	Medio	1	2	1	2	6	Bajo	19	Bajo

N°	Eficiencia						Eficacia						Control						PRODUCTIVIDAD	
	13	14	15	16	Ptje	Nivel	17	18	19	20	Ptje	Nivel	21	22	23	24	Ptje	Nivel	Total	Nivel
31	2	1	1	3	7	Medio	1	1	2	3	7	Medio	3	1	1	1	6	Bajo	20	Bajo
32	2	3	2	3	10	Alto	3	1	3	3	10	Alto	3	3	3	1	10	Alto	30	Alto
33	2	1	2	2	7	Medio	1	3	2	1	7	Medio	3	2	1	1	7	Medio	21	Medio
34	2	1	1	2	6	Bajo	2	1	2	1	6	Bajo	1	1	2	2	6	Bajo	18	Bajo
35	1	1	3	1	6	Bajo	2	1	2	1	6	Bajo	2	1	2	1	6	Bajo	18	Bajo
36	2	1	2	1	6	Bajo	1	2	2	1	6	Bajo	2	2	1	1	6	Bajo	18	Bajo
37	2	1	1	1	5	Bajo	1	1	1	1	4	Bajo	1	1	1	1	4	Bajo	13	Bajo
38	2	3	1	1	7	Medio	2	2	2	2	8	Medio	2	2	1	3	8	Medio	23	Medio
39	1	2	1	1	5	Bajo	1	2	1	1	5	Bajo	2	1	1	1	5	Bajo	15	Bajo
40	2	1	2	2	7	Medio	1	1	3	2	7	Medio	1	2	3	1	7	Medio	21	Medio
41	2	1	1	3	7	Medio	2	2	1	2	7	Medio	1	2	1	3	7	Medio	21	Medio
42	1	3	1	2	7	Medio	1	1	2	3	7	Medio	1	1	3	2	7	Medio	21	Medio