



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TURISMO Y ARQUEOLOGÍA



NUMERO:

009- 2025

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

"Herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024".

presentado por: **ZAPATA CESPEDES GABRIELA GRISELDA**, del nivel de Pre Grado de la Facultad de CCTYA, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, El resultado obtenido es: PORCENTAJE DE SIMILITUD **0 %** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 24 de febrero de 2025



Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”

Vicerrectorado de Investigación

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología



Tesis:

Herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham
Valdelomar de Ica, al 2024

Autora:

Bach. ZAPATA CÉSPEDES, Gabriela Griselda
(orcid.org/0000-0001-9461-0683)

Asesor:

Mg. MAMANI QUISPE, Pablo César (orcid.org/0000-0002-2531-8459)

Línea de investigación institucional:

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales.

Ica, Perú

2024

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres, por su amor incondicional , apoyo constante y por ser mi mayor inspiración en cada paso de este camino.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a los promotores y directivos de la Biblioteca Abraham Valdelomar, por las facilidades otorgadas y permitir la realización del presente trabajo de investigación.

Asimismo, a mis docentes que permitieron mi formación académica y mi consolidación profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRAC	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	5
III. RESULTADOS.....	9
IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	27
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32
ANEXOS	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de la variable independiente: Herramientas digitales	6
Tabla 2	Operacionalización de la variable dependiente: Comunicación externa	7
Tabla 3	Prueba de confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach, a octubre 2023.....	7
Tabla 4	Actividad en las redes sociales de la Biblioteca Abraham Valdelomar en internet entre julio y setiembre 2023.	9
Tabla 5	Publicaciones e interacción en las redes sociales, entre julio y setiembre 2023.	10
Tabla 6	Formatos publicados en las redes sociales Facebook e Instagram, entre julio y setiembre 2023.	12
Tabla 7	Distribución de encuestados, según edad y género, a mayo 2024.	13
Tabla 8	Distribución de herramientas digitales, segmentados por uso de redes sociales, a mayo 2024.....	14
Tabla 9	Distribución de la población por horas de permanencia en redes sociales, a mayo 2024.....	15
Tabla 10	Distribución del uso de la herramienta digital: redes sociales de la BAV, a mayo 2024.....	17
Tabla 11	Distribución del uso de la herramienta digital: sitio web de la BAV, a mayo 2024.	18
Tabla 12	Distribución del uso de la herramienta digital: correo electrónico , a mayo 2024. ..	19
Tabla 13	Distribución del efecto de la comunicación externa: realización de vídeos , a mayo 2024.....	20
Tabla 14	Distribución del efecto de la comunicación externa: realización de talleres , a mayo 2024.....	21
Tabla 15	Distribución del efecto de la comunicación externa: asistencia a actividades , a mayo 2024.....	22
Tabla 16	Prueba de correlación Rho de Spearman entre Herramientas digitales y Comunicación externa, a mayo 2024	24
Tabla 17	Cuadro de correlación Rho de Spearman entre las dimensiones Redes sociales, Sitio web y Correo electrónico con Participación en vídeos, Asistencia a talleres y Asistencia a actividades, a mayo 2024.....	24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Representación de la actividad e interacción en las redes sociales, entre julio y setiembre 2023.	11
Figura 2	Representación del tipo de formatos utilizados en redes sociales, a octubre 2023. ...	12
Figura 3	Representación de encuestados, según edad y género, a mayo 2024.	14
Figura 4	Distribución del uso de herramientas en línea, segmentados por el uso de las redes sociales, a mayo 2024.	15
Figura 5	¿Cuántas horas promedio al día dedicas a tus redes sociales, a mayo 2024?	16
Figura 6	Distribución sobre la herramienta digital Redes sociales de la BAV, a mayo 2024. ...	17
Figura 7	Distribución sobre la herramienta digital Sitio web de la BAV, a mayo 2024.	18
Figura 8	Distribución sobre la herramienta digital correo electrónico de la BAV, a mayo 2024.	19
Figura 9	Distribución de los encuestados sobre la realización de vídeos de la BAV, a mayo 2024.	20
Figura 10	Distribución del efecto de la comunicación externa sobre realización de talleres, a mayo 2024.	22
Figura 11	Distribución del efecto de la comunicación externa en la asistencia a las actividades de la BAV, a mayo 2024.	23

RESUMEN

La investigación se realizó con el objetivo de identificar y analizar la relación entre las herramientas digitales y la comunicación externa en una biblioteca de acceso público en la región Ica. Metodología. Se trata de una investigación básica del tipo exploratoria y descriptiva. Se realizó en dos momentos. Primero a través de una lista de cotejo para observar la actividad en internet y luego, se encuestó a una muestra de 349 estudiantes del nivel superior a través de un cuestionario validado con expertos y con coeficiente Alfa de Cronbach 0.819 excelente confiabilidad.

Resultados. Se tuvo que la biblioteca observada registra pobre actividad en sus redes sociales Facebook e Instagram, así como su sitio web, publicando principalmente noticias y convocatorias. La interacción del público es más en Instagram. En tanto, las redes sociales más utilizadas por los encuestados son Instagram, WhatsApp y TikTok. La cuarta parte, el 25.8%, le dedica 3 horas al día en promedio a sus redes sociales, mientras el 30.4%, las utiliza 4 horas diarias. Se concluye que, de acuerdo con la prueba no paramétrica Rho de Spearman, existe una correlación significativa muy fuerte 0.752 entre las herramientas digitales y la comunicación externa que realiza sobre sus actividades la Biblioteca Abraham Valdelomar, al 2024.

Palabras clave:

Redes sociales; Internet; Medios de comunicación; Huacachina;

ABSTRAC

The research was carried out with the objective of identifying and analyzing the relationship between digital tools and external communication in a public access library in the Ica region. Methodology. This is a basic research of the exploratory and descriptive type. It was done in two moments. First through a checklist to observe internet activity and then, a sample of 349 high school students was surveyed through a questionnaire validated with experts and with Cronbach's Alpha coefficient 0.819, excellent reliability.

Results. The observed library recorded poor activity on its social networks Facebook and Instagram, as well as its website, mainly publishing news and calls. Public interaction is more on Instagram. Meanwhile, the social networks most used by respondents are Instagram, WhatsApp and TikTok. The fourth part, 25.8%, dedicates 3 hours a day on average to their social networks, while 30.4% use them 4 hours a day. It is concluded that, according to the non-parametric Spearman's Rho test, there is a very strong significant correlation 0.752 between digital tools and the external communication carried out about its activities by the Abraham Valdelomar Library, as of 2024.

Keywords:

Social networks; Internet; Media: Huacachina

I. INTRODUCCIÓN

A finales del milenio pasado internet creció de forma exponencial y, con el paso de los años, dio paso a la llamada web social, permitiendo nuevas y más audiencias (Yezers'ka y Zeta, 2017).

La tecnología móvil de fácil acceso desde la década pasada favoreció dicho proceso, sin embargo, alejó a los lectores de las bibliotecas (Rendón-Galvis y Jarvio-Fernández, 2020).

Al respecto, las bibliotecas implementaron estrategias y tácticas comunicativas para su público objetivo (Sáez, 2014), para aprovechar la tecnología y buscar promover la lectura. Las bibliotecas digitales son la piedra angular de una sociedad, pues almacenan, comparten y difunden el conocimiento (Stefanova y Stefanov, 2022).

Sin embargo, esto no ocurre en Perú. Quispe (2020) ha evidenciado el desfase de las bibliotecas públicas de Lima y plantea la necesidad de que se diseñen e implementen nuevas estrategias en base a las tendencias actuales y con miras hacia el futuro (p. 110).

Ica no es la excepción y hay trabajos que demuestran el pobre uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las diversas instituciones (Collazos, 2021; Huamán, 2021), a pesar de que se sabe que la tecnología hizo más fácil el acceso a las TIC y existe la necesidad de incorporarlos a los procesos de enseñanza (Oviedo y Zúñiga, 2014) y, desde luego, para promocionar la lectura. No obstante, son pocas las investigaciones realizadas sobre estos temas.

Como **antecedentes** internacionales se tiene que Sáez (2014) en España identifica las falencias de la comunicación externa de la Universidad de Cádiz y proponen un plan de acciones para mejorar su comunicación. Por su parte, Oviedo y Zúñiga (2014) investigaron en Costa Rica en una Escuela de Bibliotecología y reconocen la necesidad de incorporar tecnología en sus procesos de enseñanza.

En **Perú**, Quequejana (2018), investigó en Huancayo la satisfacción de los usuarios de la biblioteca de una universidad privada y halla una medición negativa tanto en calidad como en el acceso a la información. Igualmente, Zegarra (2017) en Arequipa, investiga en otra universidad particular y halló insatisfacción en los usuarios de posgrado, propone un plan de marketing para difundir mejor los servicios que ofrece.

En la **región Ica**, Collazos (2021), investigó sobre la influencia de las redes sociales e internet en el rendimiento académico y concluye que las redes sociales e internet influyen significativamente en el rendimiento académico de los estudiantes de Economía de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga". De otro lado, Luna (2021), identificó los factores que influyen en la implementación del uso de las TICs en la educación básica regular y concluye que la adopción del *Proyecto Aula Digital* permitió la transferencia tecnológica con la participación de diversos actores, posibilitando su crecimiento en el tiempo.

Como **marco conceptual** se tiene que las herramientas digitales se definen como todo software alojado en aparatos que sirven para diversas tareas diarias. Las más populares incorporan redes sociales y blogs. (ADEX, 2023). Son también todos los recursos lógicos que nos ofrecen las computadoras y dispositivos a través de programas que nos facilitan la interacción del hombre con la tecnología (Alegsa, 2023), estas nuevas tecnologías emergentes, son sistemas automáticos, dispositivos, recursos tecnológicos y de analítica de datos (PCM, 2023).

La dimensión de las herramientas digitales son los aplicativos digitales. Capriotti (2021) los denomina canales digitales por los cuales se comparte informes, eventos, folletos, boletines, intranets, websites, etc. (p. 422). Como indicadores se consideran las redes sociales, los sitios web y el E-mail o correo electrónico.

Las redes sociales son uno de los productos de la denominada web 2.0 y gozan de popularidad pues permiten conectarse e interactuar en la red a personas, grupos e instituciones, dándoles acceso y sociabilidad (Quispe, 2020). Estos espacios ofrecen acceso a la información de toda índole y permiten interactuar entre semejantes (p. 128).

Los sitios web o llamadas comúnmente páginas web en internet permiten transmitir información en la web 2.0 que se caracteriza por su operatividad y colaboración (Editorial Etecé, 2023). En tanto, los E-mail o correos electrónicos son un medio digital de comunicación por escrito que requiere de internet para el envío y recepción de mensajes (Editorial Etecé, 2023).

La comunicación externa es la difusión de información de una organización para su público externo, llámese consumidores actuales y potenciales, la competencia, el gobierno, los medios de comunicación y, en general, todo en su entorno (Rincón, 2014, p. 50). Su dimensión se da en las relaciones públicas que es toda comunicación corporativa que realiza una organización para sus públicos de interés, internos y externos (Capriotti, 2021). Sus indicadores son las diversas actividades que realizan con tal finalidad.

Las bibliotecas son lugares dedicados a la construcción de una sociedad lectora ávida de conocimiento. Rendón-Galvis y Jarvio-Fernández (2020) las catalogan como “el puente entre ciudadanos, lectores potenciales y los libros” (p. 131), mientras para Quispe (2020, p. 110) la biblioteca en la sociedad de la información deja de ser un mediador y proveedor de la información y pasa a ser un distribuidor y usuario a la vez.

Como **marco teórico**, la investigación se fundamenta en la teoría del conectivismo de George Siemens (2005), que complementa las teorías del aprendizaje cuando no había internet, vale decir, el conductismo, el cognitivismo y el constructivismo.

La teoría del conectivismo incorpora los cambios generados por la tecnología en el proceso de enseñanza, aborda los desafíos de las empresas para gestionar la información y en el ámbito del aprendizaje prioriza las conexiones que nos permiten aprender más. Entre sus principios señala

que el aprendizaje implica la conexión de nodos o fuentes de información que pueden ser aparatos no humanos (Siemens, 2005). Al respecto, Solórzano y García (2016) sostienen que “si antes el suministro de información estaba concentrado en pocas manos, hoy cualquiera puede crear y emitir información a través de las redes” (p. 103).

Como **justificación** la investigación se realizó por su novedad y valor práctico ya que los resultados aportan al conocimiento teórico y práctico sobre las herramientas digitales, las redes sociales, la comunicación externa y la labor que cumplen las bibliotecas públicas en Ica en favor del fomento de la lectura y la cultura. Su relevancia es de índole social y cultural, ya que permiten saber las buenas prácticas en favor del fomento de la cultura y la lectura, uno de los fines de la academia conforme al art. 6 de la Ley N.º 30220, la Ley Universitaria.

El lugar elegido para realizar la investigación fue la región Ica, específicamente los campus universitarios de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP), la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica (UNICA) y la Biblioteca Abraham Valdelomar (BAV) que se ubica en Huacachina donde se ofrecen más de 10 mil títulos en estantería abierta (BAV, 2013). Está a cargo del escritor César Panduro que estima un promedio semanal de 300 visitantes entre estudiantes y público en general, de los cuales 50 son lectores netos. La atención es todos los días de 9.00 a 18.00 horas.

La investigación se realizó en dos momentos. En el primer momento se aboca en la observación de las herramientas digitales de la BAV entre el 01 de julio y el 30 de setiembre de 2023 y el segundo momento, entre marzo y mayo 2024, respecto a la percepción de los estudiantes del nivel superior respecto a las actividades que se comunican en las redes sociales de la BAV, así como en su sitio web: <https://beacons.ai/biblioteca.abraham.valdelomar> y otras herramientas digitales. Así se observó la convocatoria para la participación en vídeos, talleres y otras actividades. Esos fueron los 3 indicadores de la dimensión de las relaciones públicas: participación en vídeos, asistencia a talleres y asistencia a actividades.

Como se ha visto, en la región Ica se conoce de esfuerzos que realiza la BAV por promover grupos de lectura y otras actividades a través de las redes sociales. ¿Darán resultados estos esfuerzos?, ¿se podrá replicar esta estrategia de comunicación externa en otras demás bibliotecas públicas de la ciudad?, ¿tendrán éxito? Esta investigación se realiza con el propósito de dar respuestas a estas interrogantes.

En tal sentido, **el objetivo general** de la investigación fue analizar la relación entre las herramientas digitales y la comunicación externa en una biblioteca de acceso público en la región Ica al 2023-2024. Asimismo, conocer la relación entre las redes sociales, los sitios web y el E-mail con la comunicación externa y las actividades programadas por dicha biblioteca.

La estructura del presente informe inicia con la introducción y la estrategia metodológica, luego se presentan los resultados donde se detalla la parte descriptiva y se realiza el análisis inferencial que sirvieron para interpretar los resultados encontrados, para luego seguir con la discusión de resultados y se precisan las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, en los anexos se presentan los certificados expedidos por los expertos para validar la encuesta, los instrumentos validados y las pruebas de normalidad.

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La investigación realizada es del tipo básica, tipo exploratorio descriptivo (Hernández *et al.*, 2014) ya que no se hallaron investigaciones específicas sobre los temas que atañen a nuestras dos variables de estudio herramientas digitales y comunicación externa.

En esa línea, el enfoque de la presente investigación es cuantitativo de diseño no experimental (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018) dado que no se pretende manipular ninguna de las variables estudiadas.

2.1. Población y muestra

La población promedio semanal que acude a la BAV, de acuerdo con sus registros internos según informa Panduro (2023), es de 300 personas, de las cuales 50 son lectores netos.

Sobre esa información se calcula en 43 personas como promedio diario y 3870 asistentes en los tres meses que fue el tiempo de observación. Con esa información se calculó la muestra con la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{[E^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q]}$$

Donde: n= muestra

Z= nivel de confianza (1.96, 95%)

N= población 3870

p= probabilidad de éxito 0.51

q= probabilidad de fracaso 0.49

E= error máximo permitido 0.05%

Aplicamos la fórmula obtuvimos el siguiente resultado:

$$n = \frac{1.96^2 \times 3870 \times 0.51 \times 0.49}{[0.05^2(3870 - 1) + 1.96^2 \times 0.51 \times 0.49]}$$

$$n = \frac{3715.2613008}{10.63251584} = 349.42447833$$

Comentario: Con un nivel de confianza al 95%, la muestra a aplicar es de 349 personas como mínimo.

- **Muestreo**

Para efectos de lograr una mayor representación y un mejor análisis se elige el muestreo por racimos, no probabilístico del tipo por conveniencia al azar, siendo la prioridad los ambientes de

la biblioteca durante el período de observación y luego los campus universitarios de la UTP y la UNICA hasta completar la muestra mínima de 349 participantes.

Criterio de inclusión. Se establece que para participar de la encuesta la condición de inclusión es que curse estudios de nivel superior y que desee participar de forma voluntaria.

Criterio de exclusión. No fueron considerados los estudiantes que cursen estudios de secundaria, primaria u otra modalidad de estudio, así como los no deseen participar de forma voluntaria.

Con todo lo antes señalado, la muestra estuvo conformada por 349 estudiantes del nivel superior que fueron encuestados de la siguiente manera: 83 en las instalaciones de la BAV, 143 en la UTP y 123 en la UNICA.

2.2. Operacionalización de variables

Las variables de investigación aquí planteadas, para una mejor estrategia metodológica, se operacionalizaron de la siguiente manera:

Tabla 1

*Operacionalización de la variable independiente: **Herramientas digitales***

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítem
Son todas las tecnologías emergentes, sistemas automáticos, dispositivos, recursos tecnológicos y de analítica de datos para interactuar con el público (PCM, 2023).	Todo aplicativo digital instalado en equipos de acceso libre que se utilizan para la difusión y control de contenidos digitales.	Aplicativos digitales	✓ Redes sociales ✓ Sitios web ✓ E-mail	1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre

Nota. Cuadro de definiciones con dimensión, indicadores e ítems.

Tabla 2

Operacionalización de la variable dependiente: Comunicación externa

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítem
Parte de la comunicación organizacional dirigida a los consumidores actuales y potenciales, la competencia, el gobierno, los medios de comunicación y, en general, a todo su entorno (Rincón, 2014).	Es toda comunicación que la organización realiza para su público externo.	Relaciones públicas	✓ Participación en vídeos ✓ Asistencia a talleres ✓ Asistencia a actividades	1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre

Nota. Cuadro de definiciones con dimensión, indicadores e ítems.

2.3. Técnicas e instrumentos

Las técnicas utilizadas en la presente investigación fueron la observación y la encuesta.

Para la observación se aplicó una lista de cotejo (ver anexo N.º 8.1) que permitió conocer las herramientas digitales utilizadas por los servidores de la Biblioteca Abraham Valdelomar. Este instrumento está compuesto por dos partes: la primera sobre la actividad en internet y el tipo de uso que se le da, ya sea en redes sociales, sitios web y E-mail; mientras la segunda se centra en la interacción en Redes sociales, categorizado por reacciones, comentarios y compartidos.

El segundo instrumento fue un cuestionario de 23 preguntas en total, 6 de ellas son preguntas generales y 17 específicas referidas a nuestras variables de investigación. Para las respuestas se utilizó la escala de Likert (Ñaupas *et al.*, 2018). El contenido del cuestionario fue validado por la modalidad del Juicio de expertos (ver anexos N.º 8.3) y para medir su confiabilidad se aplicó una prueba piloto con 20 participantes elegidos al azar la primera semana de setiembre 2023.

La información recabada en la prueba piloto se analizó con el software Statistical Package for the Social Sciences – SPSS versión 25 y se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 3

Prueba de confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach, a octubre 2023

Alfa de Cronbach	N de elementos
.819	17

Nota. Resultado en SPSS v25, sobre la base de 17 ítems, se excluyeron variables nominales.

De acuerdo con tabla de Kuder Richardson, citado por Ñaupas (2018), el valor obtenido se ubica en el rango de 0,72 y 0,99 de excelente confiabilidad; por lo cual se concluyó que el instrumento fue aplicable al presentar un excelente coeficiente de confiabilidad.

III. RESULTADOS

Aplicados los instrumentos de investigación, como son la lista de cotejo y el cuestionario, se obtuvieron los siguientes resultados:

3.1. Análisis descriptivo

En primer orden presentamos la información cuantitativa de carácter descriptiva observada a las redes sociales entre el 01 de julio y el 30 de setiembre 2023.

Tabla 4

Actividad en las redes sociales de la Biblioteca Abraham Valdelomar en internet entre julio y setiembre 2023.

Actividad en internet	Publicaciones julio - setiembre	Publicaciones antiguas	Última publicación
Red social Facebook BAV https://www.facebook.com/Biblioteca.Abraham.Valdelomar	48	No aplica	26/09/2023
Red social BAV Instagram https://www.instagram.com/biblioteca_av/	35	1345	26/09/2023
Red social Twitter BAV https://twitter.com/biblioteca_av/	0	No aplica	04/11/2022
Red social BAV TikTok https://www.tiktok.com/@biblioteca_av	0	No aplica	s/f
Sitio web https://beacons.ai/biblioteca.abraham.valdelomar	0	No aplica	s/f
E-mail biblioteca.valdelomar@gmail.com	0	No aplica	s/f
Revista regional Quebranta y Acholao https://drive.google.com/drive/folders/1fzcoWol3MHPapoe5Zgmjg-IODWkjWN6U	0	4	06/03/2022
Red social YouTube BAV https://www.youtube.com/@bibliotecaabrahamvaldeloma1170/featured	0	9	13/07/2022
Boletín de poesía ZAHA RAJA https://linktr.ee/biblioteca.valdelomar	0	15	07/08/2021

Nota. Información obtenida de las fichas de observación.

Comentario. La tabla nos muestra el consolidado de la información observada durante el período elegido de las redes sociales, sitio web, correo electrónico, así como otros medios informativos digitales que emplea la Biblioteca Abraham Valdelomar y que se pueden considerar como herramientas digitales.

De acuerdo con el registro realizado, se observa actividad únicamente en las redes sociales Facebook e Instagram.

Las otras publicaciones en línea observadas presentan información producida tiempo atrás al período elegido, pero se consignan como referencia. Se evidencia que la información registrada corresponde a años atrás y es mínima.

Tabla 5

Publicaciones e interacción en las redes sociales, entre julio y setiembre 2023.

	Facebook					Instagram				
Publicaciones	Jul.	Ago.	Set.	Total	%	Jul.	Ago.	Set.	Total	%
Noticias	10	12	6	28	58.33	13	9	4	26	74.29
Convocatorias	1	2	9	12	25	3	1	5	9	25.71
Otros	0	7	1	8	16.67	-	-	-	-	-
Total	11	21	16	48	100	16	10	9	35	100
Interacciones	Jul.	Ago.	Set.	Total	%	Jul.	Ago.	Set.	Total	%
Me gusta	76	198	151	425	84.83	274	508	268	1050	97.4
Comentar	4	13	1	18	3.59	7	11	10	28	2.6
Compartir	9	34	15	58	11.58	-	-	-	-	-
Total	89	245	167	501	100	281	519	278	1078	100

Nota. Información obtenida de las fichas de observación.

Comentario. La tabla nos evidencia en la parte superior la cantidad de publicaciones realizadas en las dos redes sociales donde se observó actividad de la Biblioteca Abraham Valdelomar durante el tiempo observado y, al mismo tiempo, en la parte inferior se aprecia la interacción, siendo notoria una mayor interacción en Instagram.

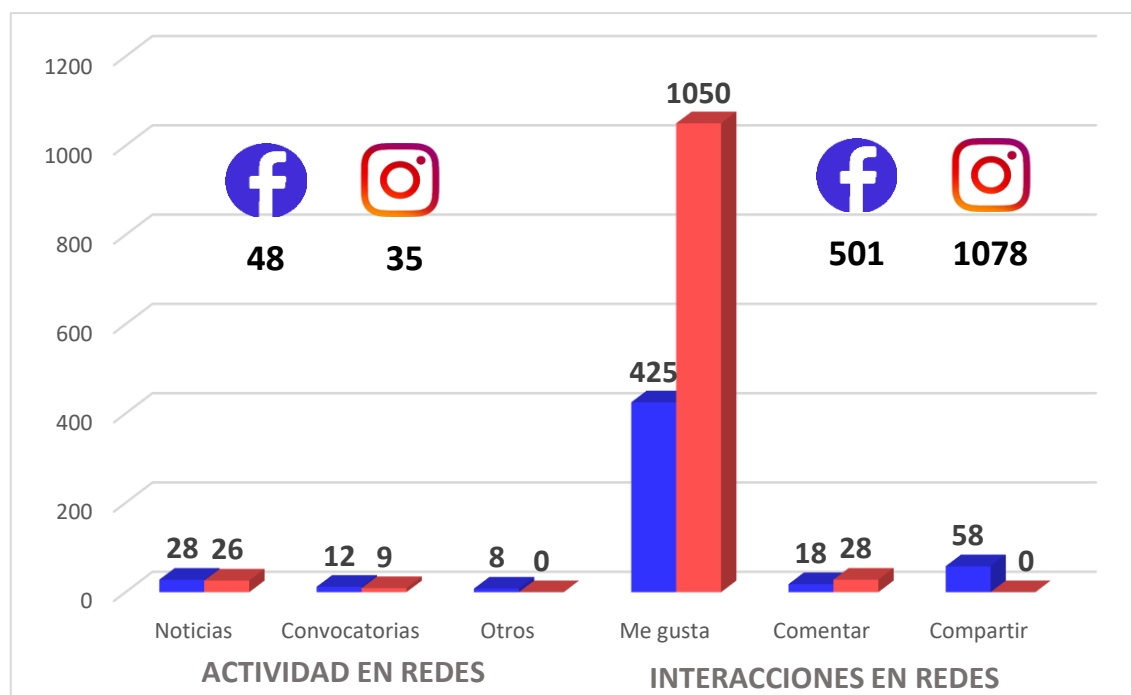
En Facebook más de la mitad de las publicaciones son de noticias (n=28, 58.33%), la cuarta parte corresponde a convocatorias (n=12, 25%) y en menor cantidad son otro tipo de publicaciones como efemérides, semblanzas y transmisiones en vivo (n=8, 16.67%). En esta red social la mayor interacción se registra en las reacciones que se conocen como *Me gusta*. En mínima cantidad se presentan los *Compartir* y *Comentar*.

En Instagram, las tres cuartas partes de las publicaciones realizadas en el lapso observado corresponden a las noticias (n=26, 74.29%), mientras las convocatorias ocupan la cuarta parte de las publicaciones (n=9, 25.71%). La interacción es absolutamente mayor en la reacción *Me gusta* y nada significativa en los *Comentarios*. No se registrada nada en los *Compartir*.

La siguiente figura nos permite una mejor observación.

Figura 1

Representación de la actividad e interacción en las redes sociales, entre julio y setiembre 2023.



Nota. Información obtenida de las fichas de observación.

Interpretación. La presente figura nos demuestra que, a pesar de la poca actividad en las redes sociales de la Biblioteca Abraham Valdelomar durante el tiempo observado, existe una significativa interacción por parte de los seguidores y público en general en estas redes sociales.

La mayor interacción ocurre en Instagram en la categoría de *Me gusta* que suma 1050 (97.4%) reacciones frente a los *Me gusta* de Facebook que sumaron 425 (84.83%) reacciones durante los tres meses de observación, a penas un poco menos de la mitad de los registrados en la red social Instagram.

Esto nos permite deducir que en el Instagram de la Biblioteca Abraham Valdelomar hay una mayor interacción de sus seguidores en cuanto a *Me gusta*, no así en la categoría de *Compartir*, donde no hubo un solo registro en Instagram mientras en Facebook se hicieron 58 compartidos, el 11.58% de las interacciones. Asimismo, existen mayores comentarios en Facebook con 28 casos frente a los 18 casos en Instagram.

Sobre el tipo de contenido de las publicaciones, priman más las noticias en ambas redes sociales con 28 y 26 en Facebook e Instagram, respectivamente, y en segundo orden están las convocatorias a diferentes actividades, con 12 y 9 publicaciones en Facebook e Instagram, igualmente. En la categoría de otros en Facebook ubicamos las transmisiones en vivo, los conversatorios, las semblanzas y la publicación de pensamientos.

Tabla 6

Formatos publicados en las redes sociales Facebook e Instagram, entre julio y setiembre 2023.

Formatos publicados	Facebook					Instagram				
	Jul.	Ago.	Set.	Total	%	Jul.	Ago.	Set.	Total	%
Flayer	9	10	8	27	56.25	11	4	3	18	51.43
Vídeo	0	3	4	7	14.58	0	2	4	6	17.14
Foto	2	3	2	7	14.58	5	2	2	9	25.71
Fotos	0	0	2	2	4.167	0	2	0	2	5.714
En Vivo	0	5	0	5	10.42	0	0	0	0	0
Total	11	21	16	48	100	16	10	9	35	100

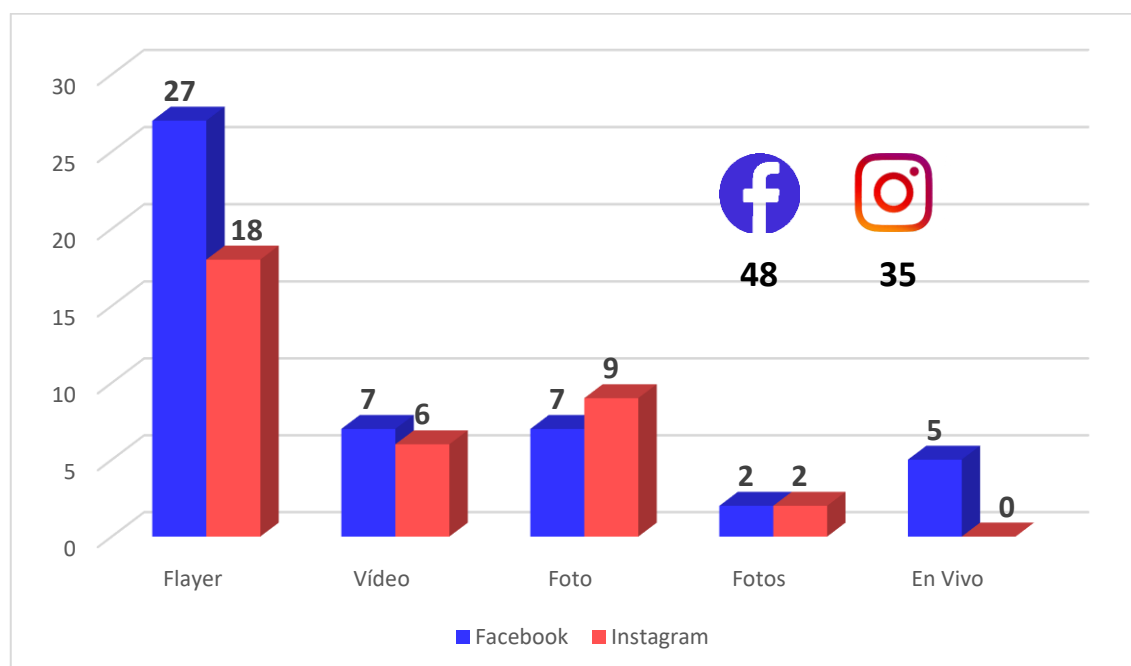
Nota. Información obtenida de las fichas de observación.

Comentario. La tabla nos presenta los tipos de formatos empleados en las redes sociales de la Biblioteca Abraham Valdelomar y sobresale en ambos casos los *Flayer* en más de la mitad en ambos casos.

La figura siguiente nos permite un mejor análisis.

Figura 2

Representación del tipo de formatos utilizados en redes sociales, a octubre 2023.



Nota. Información obtenida de las fichas de observación.

Interpretación. La figura nos representa la cantidad de publicaciones según los formatos utilizados en las dos redes sociales que utiliza la Biblioteca Abraham Valdelomar donde se observó actividad en los tres meses de observación. Claramente se aprecia que los Flayer fueron

los más utilizados en ambas redes sociales, 27 (56.25%) en Facebook frente a los 18 (51.43%) utilizados en Instagram.

En segundo formato más utilizado fue una foto sola, 9 (25.71%) casos en Instagram y 7 (14.58%) en Facebook, seguido de los vídeos, en el caso de Facebook 7 (14.58%) mientras que en Instagram fueron 6 (17.14%) durante el trimestre observado. También se publicó la galería de fotos, con una frecuencia de 2 publicaciones en ambos casos que representan el 4.17% en Facebook y el 5.71% en Instagram.

Otro formato utilizado, únicamente en Facebook, fue las transmisiones *En Vivo* que ciertamente tienen aceptación en la audiencia que permite acumular también algunas reacciones ya sea en comentarios, compartidos o *Me gusta*.

En consecuencia, podemos deducir que los nuevos formatos digitales predominan sobre los tradicionales como son la nota de prensa. El diseño realizado en programas digitales es fundamental para la difusión de actividades.

Tabla 7

Distribución de encuestados, según edad y género, a mayo 2024.

Años	Género				Total	%	Prom	Md	$\bar{X}$
	Masculino	%	Femenino	%					
18	26	7.45	43	12.32	69	19.77	34.5	34.5	32.41
19	6	1.72	22	6.30	28	8.02	14	14	9.429
20	15	4.30	25	7.16	40	11.46	20	20	18.75
21	13	3.72	36	10.32	49	14.04	24.5	24.5	19.1
22	20	5.73	32	9.17	52	14.90	26	26	24.62
23	78	22.35	33	9.46	111	31.81	55.5	55.5	46.38
Total	158	45.27	191	54.73	349	100.00			

Nota. Información recabada de las encuestas.

Comentario. La muestra encuestada fue mayoritariamente femenina. El 54.73% (n= 191) son mujeres, mientras el 45.27 (n=151) son hombres.

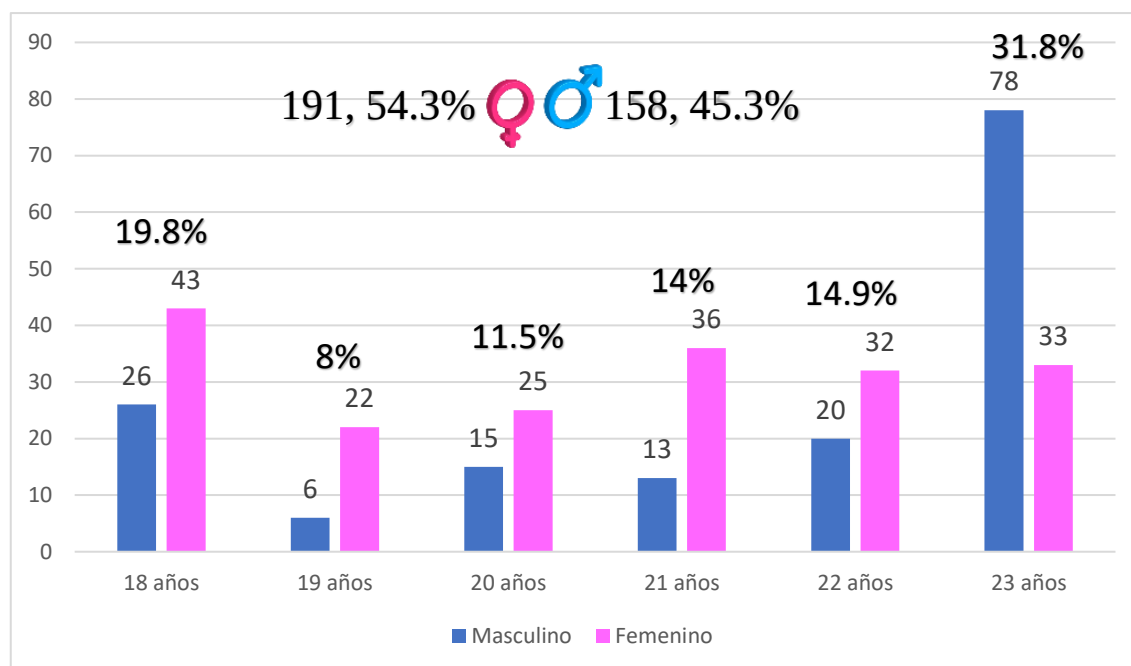
Sobre la distribución de la variable edad, se trata de jóvenes estudiantes entre los 18 y 23 años, la mayor cantidad de encuestados son de 23 años (31.81%) y el segundo grupo mayoritario son jóvenes de 18 años (19.77%). La menor cantidad de encuestados son los estudiantes de 19 años (8.02%).

Sobre el grado de instrucción de los encuestados, en su totalidad son de educación superior y sobre su procedencia, también en su totalidad, son de la ciudad de Ica.

Gráficamente se puede representar de la siguiente manera:

Figura 3

Representación de encuestados, según edad y género, a mayo 2024.



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La figura nos muestra la predominancia del género femenino sobre el masculino, incidiendo los grupos poblacionales de la edad de 18 y 23 años.

Tabla 8

Distribución de herramientas digitales, segmentados por uso de redes sociales, a mayo 2024.

Herramientas digitales	Redes sociales						Total	%	Prom	Md	$\bar{X}$
	WS	TT	FB	IG	X	YT					
E-mail	24	8	7	24	10	7	80	22.9	13	9	10.10
Sitio web	12	16	6	34	7	14	89	25.5	15	13	10.79
Redes sociales	39	35	27	58	6	15	180	51.6	30	31	17.55
Total	75	59	40	116	23	36	349	100.0			
Promedio	25.0	19.7	13.3	38.7	7.7	12.0					
%	21.49	16.91	11.46	33.24	6.59	10.32	100				

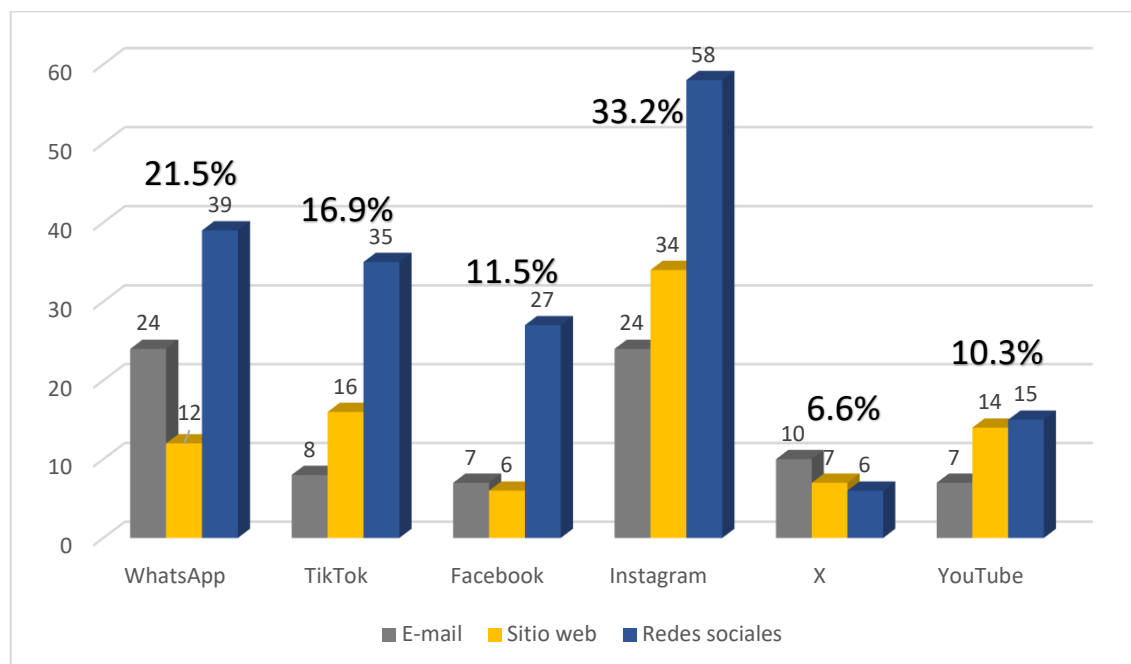
Nota. WS, WhasApp; TT, Tik Tok; FB, Facebook; IG, Instagram, YT, YouTube. Elaboración propia.

Comentario. La presente tabla muestra el uso de las herramientas digitales con la preferencia de las redes sociales por parte de la población encuestada. Más de la mitad, el 51.6% (n=180) usan redes sociales, la cuarta parte, el 25.5% (n=89) utilizan los sitios web y un poco menos, el 22.9% el correo electrónico, también conocido como E-mail.

La red social de mayor uso por la población encuestada es el Instagram, con el 33.2% (n=116). Le siguen WhatsApp con el 21.5% (n=75) y TikTok con el 16.9% (n=59). Las redes sociales menos utilizadas son Facebook con el 11.5% (n=40), YouTube con el 10.3% (n=36) y X con el 6.6% (n=23).

Figura 4

Distribución del uso de herramientas en línea, segmentados por el uso de las redes sociales, a mayo 2024.



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. De acuerdo con la figura, se deduce que la población encuestada utiliza herramientas digitales en línea, principalmente las redes sociales y, de ellas, mayormente los aplicativos Instagram, WhatsApp y TikTok, en ese orden.

Tabla 9

Distribución de la población por horas de permanencia en redes sociales, a mayo 2024

Horas en red social	Género				Total	%	Prom	Md	$\bar{X}$
	Masculino	%	Femenino	%					
2	28	8.02	20	5.73	48	13.75	24	24	23.33
3	40	11.46	50	14.33	90	25.79	45	45	44.44
4	49	14.04	57	16.33	106	30.37	53	53	52.7
5	32	9.17	30	8.60	62	17.77	31	31	30.97
6	9	2.58	34	9.74	43	12.32	21.5	21.5	14.23
Total	158	45.27	191	54.73	349	100.00			

Nota. Información recabada de las encuestas.

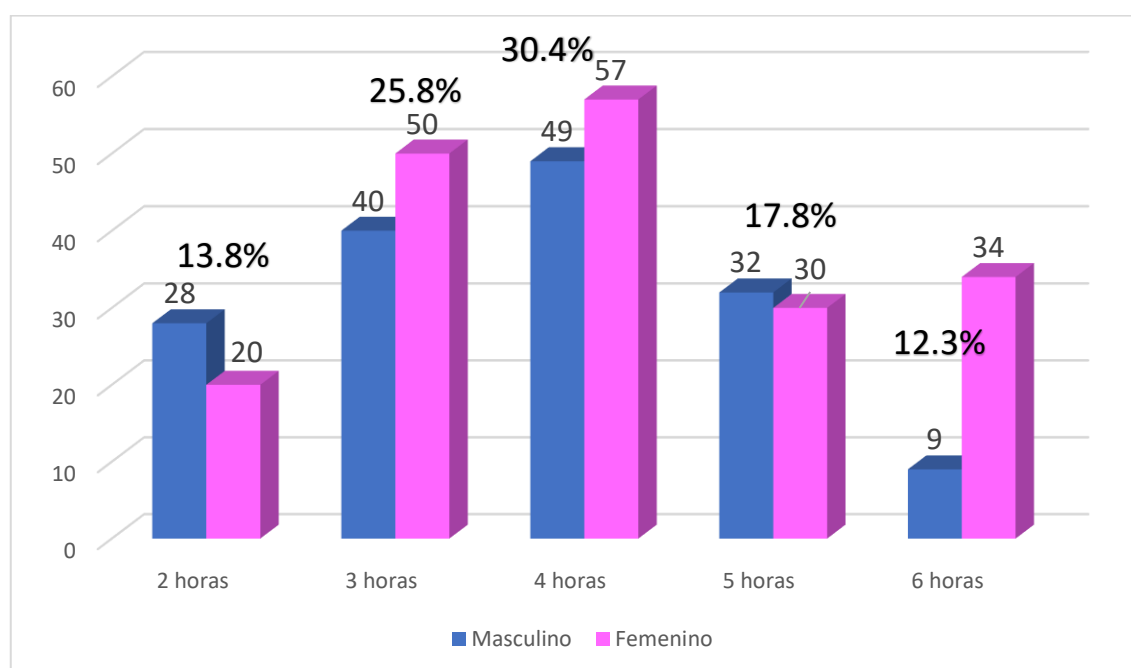
Comentario. Como se aprecia en la presente tabla, la mayor cantidad de jóvenes, el 30.4% (n=106), dedican 4 horas al día en promedio a sus redes sociales, la mayor parte de ellos son mujeres (n=57) sobre los hombres (n=49). La cuarta parte de los encuestados, es decir, 25.8% (n=90), dedican en promedio 3 horas al día, igualmente son más las mujeres (n=50) que los hombres (n=40).

Juntos, vale decir el 56.2%, más de la mitad de los jóvenes encuestados, dedican entre 4 y 3 horas al día a sus redes sociales.

En menor cantidad, el 17.8% (n=62), de jóvenes dedican 5 horas en promedio al día, mientras el 13.8% (n=48), dedican en promedio 2 horas al día a las redes sociales y el 12.3% (n=43), dedica 6 horas en promedio a sus redes sociales.

Figura 5

¿Cuántas horas promedio al día dedicas a tus redes sociales, a mayo 2024?



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La presente figura nos permite distinguir con facilidad que más de la mitad de los jóvenes encuestados utilizan las redes sociales entre 3 y 4 horas diarias, con mayor prevalencia las mujeres respecto a los hombres.

La cuarta parte de los jóvenes encuestados, el 25.8%, navegan en las redes sociales 3 horas y cerca de la tercera parte de encuestados, el 30.4%, visita sus redes sociales 4 horas al día en promedio.

Tabla 10

Distribución del uso de la herramienta digital: redes sociales de la BAV, a mayo 2024.

Ítems	Nunca	Casi nunca	Indeciso	Casi siempre	Siempre	Total	Md
¿Revisa las redes sociales de la biblioteca?	122	85	65	60	17	349	65
¿Comenta en sus redes sociales sobre la biblioteca?	149	77	64	52	7	349	64
¿Comparte en sus redes sociales sobre la biblioteca?	129	95	82	32	11	349	82
Promedios	133.3	85.7	70.3	48.0	11.7	349	
%	38.2	24.5	20.2	13.8	3.3	100	

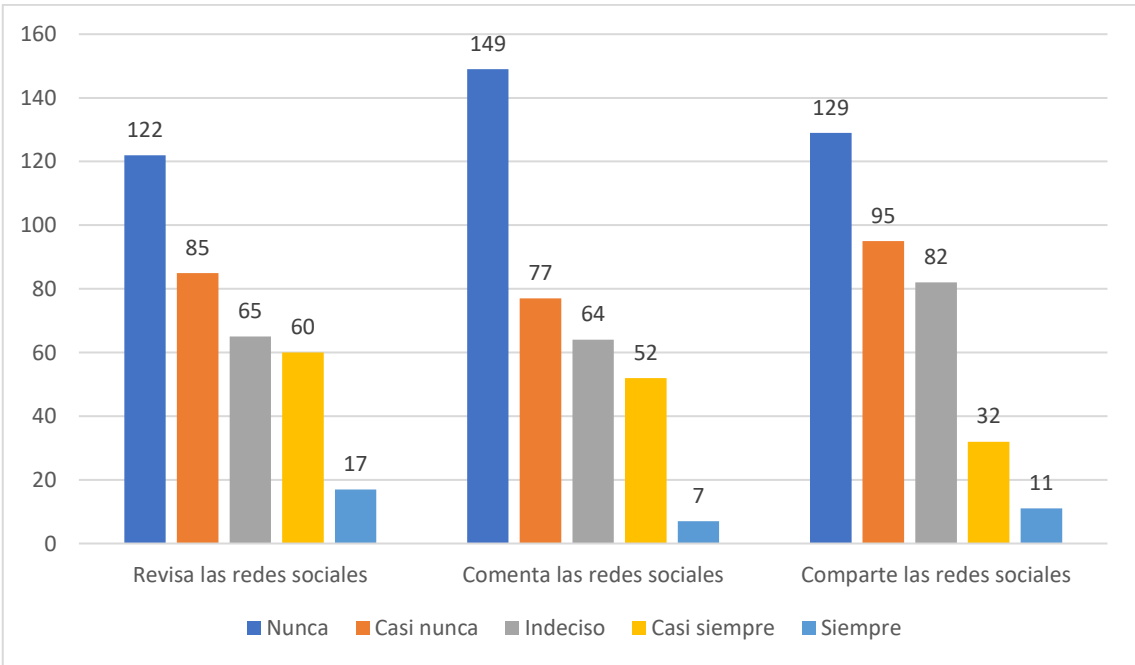
Nota. Información recabada de las encuestas.

Comentario. La presente tabla nos muestra los 3 ítems referidos al uso de las redes sociales de la Biblioteca Abraham Valdelomar. En su gran mayoría nunca (38.2%) y casi nunca (24.5%) las revisa, las comenta o comparte. El 20.2% son indecisos. Una mínima parte, 13.8%, las revisa, comenta o comparte casi siempre y solo una mínima parte que representa en promedio el 3.3% las revisa (n=17), comenta (n=7) y comparte (n=11), de un total de 349 encuestados.

Gráficamente lo representamos de la siguiente manera:

Figura 6

Distribución sobre la herramienta digital Redes sociales de la BAV, a mayo 2024.



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La figura nos evidencia que es mínima, el 3.3%, la cantidad de universitarios que siempre revisan, comentan o comparten la actividad de la BAV en las redes sociales.

Tabla 11

Distribución del uso de la herramienta digital: sitio web de la BAV, a mayo 2024.

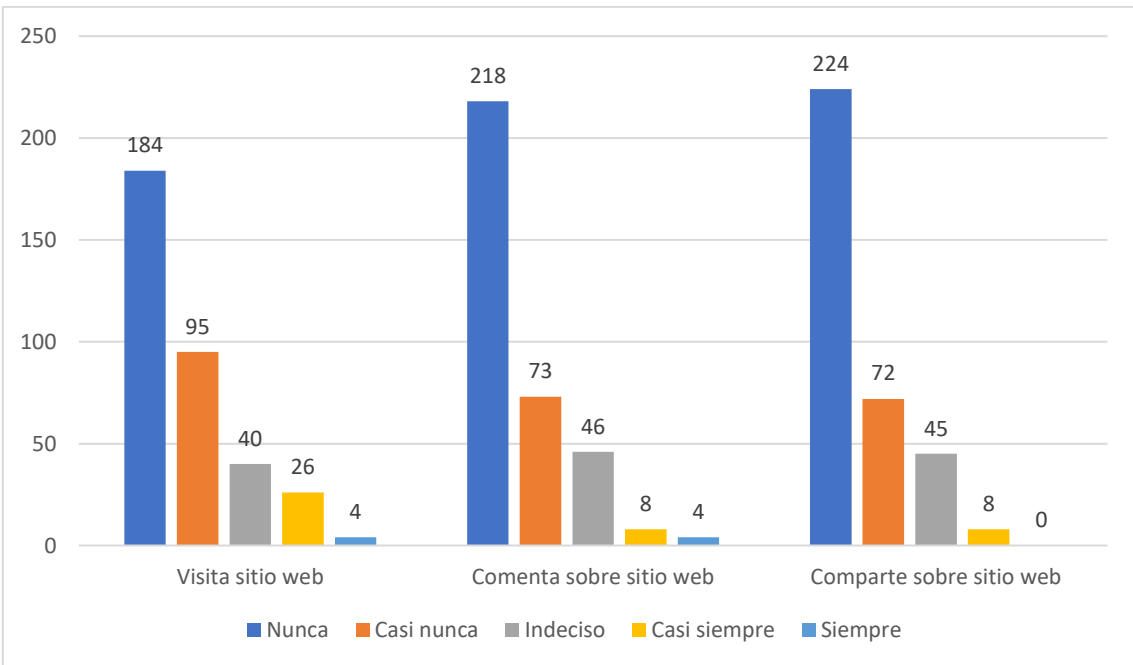
Ítems	Nunca	Casi nunca	Indeciso	Casi siempre	Siempre	Total	Md
¿Visita el sitio web de la biblioteca?	184	95	40	26	4	349	40
¿Comenta sobre el sitio web de la biblioteca?	218	73	46	8	4	349	46
¿Comparte sobre el sitio web de la biblioteca?	224	72	45	8	0	349	45
Promedios	208.7	80.0	43.7	14.0	2.7	349.0	
%	59.8	22.9	12.5	4.0	0.8	100.0	

Nota. Información recabada de las encuestas.

Comentario. La tabla nos permite observar la actividad de los encuestados respecto al sitio web de la Biblioteca Abraham Valdelomar. De forma abrumadora Nunca y Casi nunca, con el 59.8% (n=209) y el 22.9% (n=80), respectivamente, visitan el sitio web, comentan o comparten los contenidos que allí se publican. El 12.5% (n=44) son indecisos y solo el 4% (n=14) Casi siempre visitan, comentan o comparten el sitio web y una mínima parte, el 0.8% (n=3) visitan o comentan el mencionado sitio web. El gráfico nos permite un mejor análisis:

Figura 7

Distribución sobre la herramienta digital Sitio web de la BAV, a mayo 2024.



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La figura nos hace deducir que entre Casi siempre y Siempre, apenas un 4.8% de encuestados visitan, comentan o comparten contenido publicado en el sitio web de la BAV.

Tabla 12

Distribución del uso de la herramienta digital: correo electrónico, a mayo 2024.

Ítems	Nunca	Casi nunca	Indeciso	Casi siempre	Siempre	Total	Md
¿Ha recibido algún e-mail de la biblioteca?	259	40	38	8	4	349	38
¿Ha compartido algún e-mail de la biblioteca?	257	41	31	8	12	349	31
Promedios	258	40.5	34.5	8	8	349	
%	73.9	11.6	9.9	2.3	2.3	100	

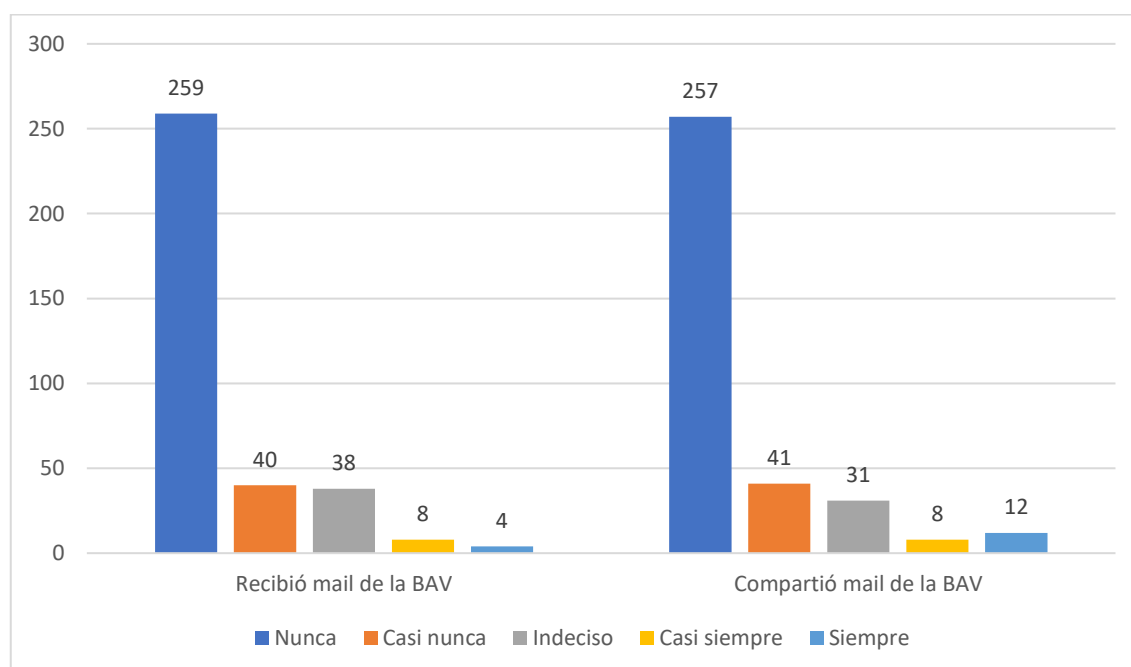
Nota. Información recabada de las encuestas.

Comentario. La presente tabla nos muestra la actividad de la herramienta digital *correo electrónico* de la Biblioteca Abraham Valdelomar, la cual se evidencia tiene significancia muy débil. Mayoritariamente, cerca de las 2/3 partes Nunca, el 73.9% (n=258), han recibido o compartido algún e-mail. El 11.6% (n=41) Casi nunca recibió o compartió algún e-mail, mientras el 9.9% (n=35) es indeciso, mientras solo el 2.3% (n=8) recibió o compartió un e-mail y un porcentaje igual en la opción Siempre.

Gráficamente se representa de la siguiente manera:

Figura 8

Distribución sobre la herramienta digital correo electrónico de la BAV, a mayo 2024.



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La figura nos muestra la muy débil actividad de la población encuestada respecto a la herramienta digital correo electrónico, siempre apenas el 2.8% de 349 encuestados.

Tabla 13

Distribución del efecto de la comunicación externa: *realización de vídeos*, a mayo 2024.

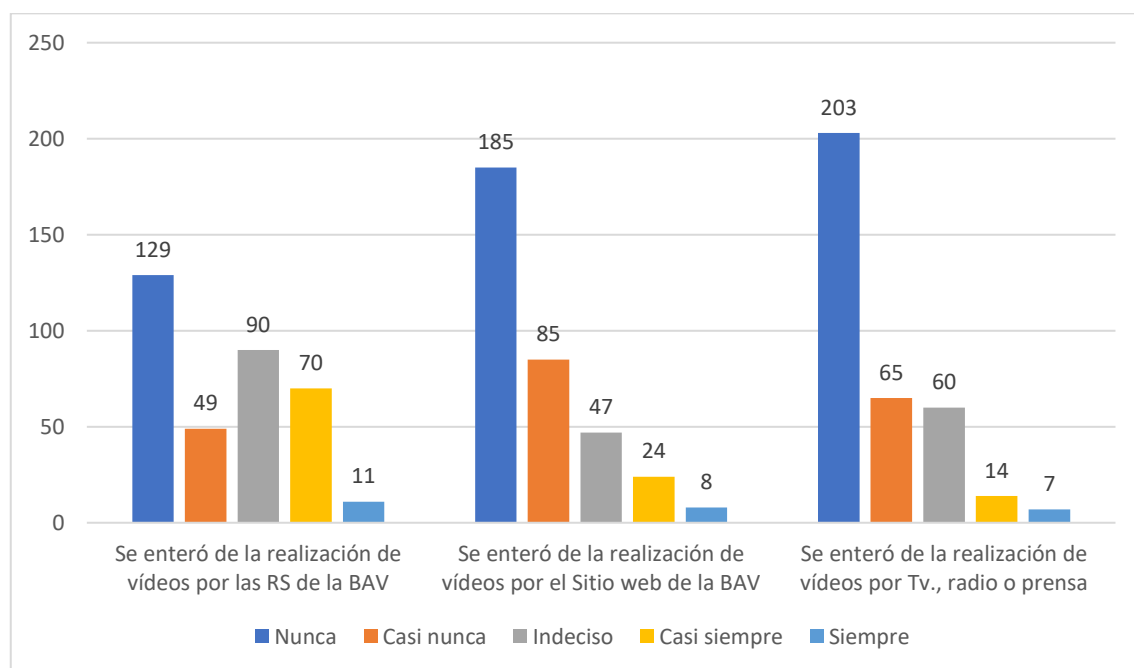
Ítems		Nunca	Casi nunca	Indeciso	Casi siempre	Siempre	Total	Md
¿Se enteró de la realización de vídeos por las redes sociales de la biblioteca?	FA	129	49	90	70	11	349	70
	%	37.0	14.0	25.8	20.1	3.2	100	
¿Se enteró de la realización de vídeos por el sitio web de la biblioteca?	FA	185	85	47	24	8	349	47
	%	53.0	24.4	13.5	6.9	2.3	100	
¿Se enteró de la realización de vídeos por los medios tradicionales como Tv, radio o prensa?	FA	203	65	60	14	7	349	60
	%	58.2	18.6	17.2	4.0	2.0	100	
Promedios		172.3	66.3	65.7	36.0	8.7	349.0	
		49.4	19.0	18.8	10.3	2.5	100.0	

Nota. Información recabada de las encuestas. FA: frecuencia absoluta; Md: mediana.

Comentario. La tabla nos presenta información que concuerda con los resultados de la variable herramientas digitales. Se evidencia un bajo efecto Casi siempre 20.1% (n=70) y Siempre 3.2% (n=11), respecto a la información difundida en redes sociales de la BAV sobre la realización de vídeos. Los efectos son muy bajos respecto a esa misma información en la herramienta digital sitio web, Casi siempre 6.9% (n=24) y Siempre 2.3% (n=8), y con muy débil significancia en los medios tradicionales Casi siempre 4% (n=14) y Siempre 2% (n=7).

Figura 9

Distribución de los encuestados sobre la realización de vídeos de la BAV, a mayo 2024.



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La figura nos permite deducir que el efecto de la comunicación externa en los estudiantes encuestados en el promedio general tiene débil significancia, Casi siempre 10.3% (n=36) y Siempre 2.5% (n=9), siendo menor la significancia frente a las redes sociales, en los medios tradicionales como son televisión, radio y prensa, como se observa en la comparación en las barras de ambos indicadores.

Tabla 14.

Distribución del efecto de la comunicación externa: realización de talleres, a mayo 2024.

Ítems		Nunca	Casi nunca	Indeciso	Casi siempre	Siempre	Total	Md
¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por las redes sociales de la biblioteca?	FA	109	75	82	76	7	349	76
	%	31.2	21.5	23.5	21.8	2.0	100	
¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por el sitio web de la biblioteca?	FA	177	45	94	25	8	349	45
	%	50.7	12.9	26.9	7.2	2.3	100	
¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por medios tradicionales como Tv, radio o prensa?	FA	188	87	46	16	12	349	46
	%	53.9	24.9	13.2	4.6	3.4	100	
Promedios		158	69	74	39	9	349	
		%	45.3	19.8	21.2	11.2	2.6	100

Nota. Información recabada de las encuestas. FA: frecuencia absoluta; Md: mediana.

Comentario. La tabla nos presenta información sobre los efectos de la comunicación externa respecto a los talleres de lectura que organiza la Biblioteca Abraham Valdelomar. En la herramienta digital redes sociales se observa que Casi siempre 21.8% (n=76) y Siempre 2% (n=7) tienen un efecto débil.

Los efectos son muy bajos respecto a esa misma información que se difunde en la herramienta digital sitio web, Casi siempre 7.2% (n=25) y Siempre 2.3% (n=8), mientras los efectos tienen una significancia muy débil en los medios tradicionales Casi siempre 4.6% (n=16) y Siempre 3.4% (n=12).

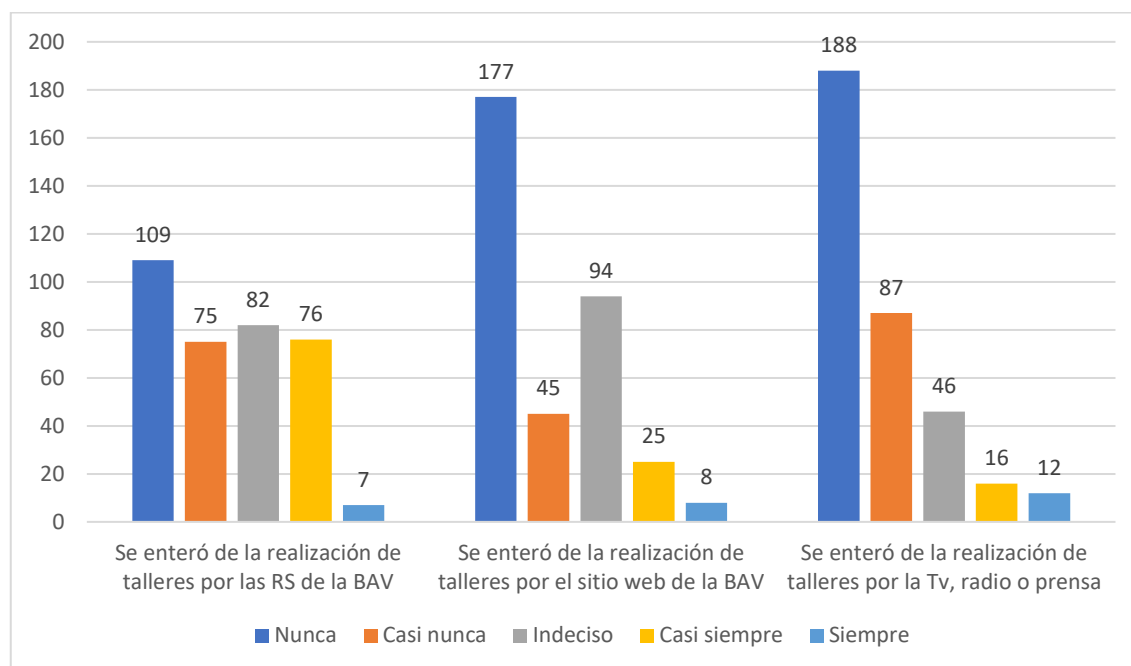
Reuniendo entre los encuestados que respondieron Nunca, Casi nunca y los Indecisos, en los casos del uso de las redes sociales supera el 75%, mientras en la herramienta sitio web y los llamados medios tradicionales, superan el 80% de los 349 estudiantes encuestados.

Los porcentajes obtenidos en la investigación constituyen evidencia de un bajo efecto de la comunicación externa que realiza la BAV a través de sus herramientas digitales Redes sociales y sitio web, mientras en muy bajo en el caso de los medios tradicionales como son la televisión, la radio y la prensa.

Gráficamente lo representamos de la siguiente manera:

Figura 10

Distribución del efecto de la comunicación externa sobre realización de talleres, a mayo 2024



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La figura nos grafica el efecto de la comunicación externa respecto a la realización de talleres de lectura, el cual se muestra muy débil en el índice de Siempre tanto en Redes sociales 2%, Sitio web 2.3% y medios tradicionales 3.4%, mientras en el índice Casi siempre el efecto es bajo 21.8% en Redes sociales y débil 7.2% en sitio web y en medios tradicionales 4.6%.

Tabla 15

Distribución del efecto de la comunicación externa: asistencia a actividades, a mayo 2024.

Ítems		Nunca	Casi nunca	Indeciso	Casi siempre	Siempre	Total	Md
¿Asiste a la biblioteca por decisión propia?	FA	109	49	60	10	121	349	60
	%	31.2	14.0	17.2	2.9	34.7	100	
¿Asiste a la biblioteca por obligación?	FA	219	49	22	10	49	349	49
	%	62.8	14.0	6.3	2.9	14.0	100	
Promedios		164	49	41	10	85	349	
		%	47.0	14.0	11.7	2.9	24.4	100

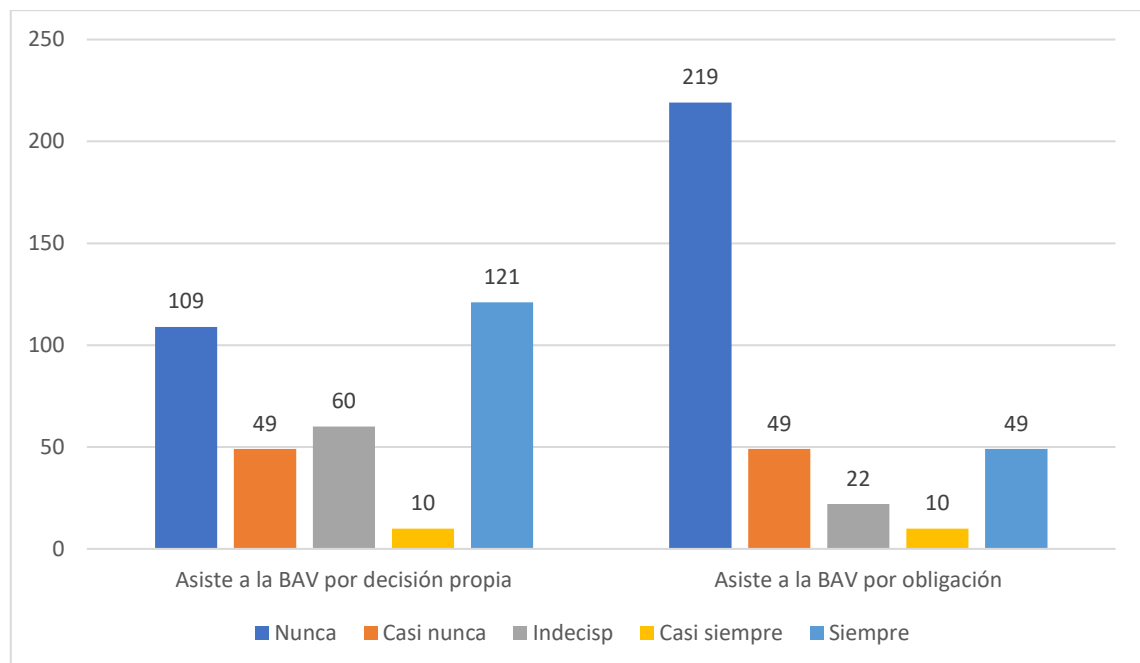
Nota. Información recabada de las encuestas.

Comentario. La presente tabla nos evidencia la asistencia a actividades de la Biblioteca Abraham Valdelomar por parte de los encuestados. La tercera parte, 34.7% (n=121), asiste siempre a la biblioteca por decisión propia, mientras una mínima parte, el 14% (n=49) acude Siempre por obligación.

Gráficamente se representa de la siguiente manera:

Figura 11

Distribución del efecto de la comunicación externa en la asistencia a las actividades de la BAV, a mayo 2024.



Nota. Información recabada de las encuestas.

Interpretación. La figura permite deducir que los estudiantes encuestados en su gran mayoría, 62.8% (n=219), nunca acuden a la biblioteca por obligación, más bien lo hacen en su mayoría, 34.7% (n=121), por decisión propia.

3.2. Análisis inferencial

Antes de probar las hipótesis planteadas se sometió a prueba de normalidad las dos variables herramientas digitales y comunicación externa, así como sus respectivos indicadores, los cuales, de acuerdo con la prueba Kolmogorov-Smirnov ($n < 30$), se obtuvo que no conservan una distribución de normalidad (valor $p = 0,00 < 0,05 = \alpha$; ver anexos), por lo que se decide aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman para probar la hipótesis. El programa SPSS permitió realizar el análisis inferencial para comprobar las hipótesis de trabajo planteadas, obteniendo los siguientes resultados:

- **Hipótesis general**

H.G.: **Existe relación significativa entre las herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.**

El resultado que arrojó el programa SPSS fue el siguiente:

Tabla 16

Prueba de correlación Rho de Spearman entre Herramientas digitales y Comunicación externa, a mayo 2024

			Comunicación Externa
Rho de Spearman	Herramientas Digitales	Coeficiente de correlación	,752
		Sig. (bilateral)	,000
		N	349

Nota. Elaborado en el programa SPSS v25

Regla de decisión:

Si valor $\rho < 0.05=\alpha$; se acepta H_a y se rechaza la H_0

Si valor $\rho \geq 0.05=\alpha$; se acepta H_0 y se rechaza la H_a

Decisión: De acuerdo con la prueba no paramétrica Rho de Spearman se evidencia una correlación significativa muy fuerte 0.752 entre las herramientas digitales y la comunicación externa que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_a , se rechaza la H_0).

- **Hipótesis específicas**

Para probar las hipótesis específicas se aplicó la prueba de normalidad a las dimensiones, la cual evidenció que no conservan una distribución de normalidad en todos los casos (ver anexos), por ello, se decidió aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman. La regla de decisión es la misma que en el caso de hipótesis general. En esa línea, se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 17

Cuadro de correlación Rho de Spearman entre las dimensiones Redes sociales, Sitio web y Correo electrónico con Participación en vídeos, Asistencia a talleres y Asistencia a actividades, a mayo 2024.

			Participa en vídeos	Asiste a talleres	Asiste a actividades
Rho de Spearman	Redes Sociales	Coeficiente de correlación	,630	,475	,412
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
		N	349	349	349
	Sitio Web	Coeficiente de correlación	,545	,488	,213
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
		N	349	349	349

	Correo Electrónico	Coeficiente de correlación	,351	,244	,042
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,433
		N	349	349	349

Nota. Elaborado en el programa SPSS v25, los indicadores se explican en la introducción

La decisión sobre las hipótesis planteadas fueron las siguientes:

H.E.1: Existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y la participación en vídeos de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.

Decisión: De acuerdo con la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman se evidencia una correlación positiva considerable en 0.63 entre las redes sociales y la participación en vídeos que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_1 , se rechaza la H_0).

H.E.2: Existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y la asistencia a talleres de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.

Decisión: La prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman nos permite evidenciar una correlación positiva media en 0.475 entre las redes sociales y la asistencia a los talleres que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_2 , se rechaza la H_0).

H.E.3: Existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y la asistencia a actividades de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.

Decisión: Conforme a la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman se evidencia una correlación positiva media en 0.412 entre las redes sociales y la asistencia a actividades que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_3 , se rechaza la H_0).

H.E.4: Existe relación significativa entre el uso del sitio web y la participación en vídeos de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.

Decisión: Como se puede evidenciar a través de la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman existe una correlación positiva considerable en 0.545 entre el uso del sitio web y la participación en vídeo que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_4 , se rechaza la H_0).

H.E.5: Existe relación significativa entre el uso del sitio web y la asistencia a talleres de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.

Decisión: La prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman nos permite evidenciar una correlación positiva media en 0.488 entre el uso del sitio web y la asistencia a talleres que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_5 , se rechaza la H_0).

H.E.6: **Existe relación significativa entre el uso del sitio web y la asistencia a actividades de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.**

Decisión: Conforme a la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman se evidencia una correlación positiva media en 0.213 entre el uso del sitio web y la asistencia a actividades que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_6 , se rechaza la H_0).

H.E.7: **Existe relación significativa entre el uso del correo electrónico y la participación en vídeos de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.**

Decisión: Según la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman se evidencia una correlación positiva media en 0.351 entre el uso del correo electrónico y la participación en vídeos que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_7 , se rechaza la H_0).

H.E.8: **Existe relación significativa entre el uso del correo electrónico y la asistencia a talleres de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.**

Decisión: La prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman nos permite inferir una correlación positiva débil en 0.244 entre el uso del correo electrónico y la asistencia a talleres que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.000 < 0.05=\alpha$, se acepta la H_8 , se rechaza la H_0).

H.E.9: **Existe relación significativa entre el uso del correo electrónico y la asistencia a actividades de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.**

Decisión: De acuerdo con la prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman no se evidencia una correlación muy débil 0.042 entre el uso del correo electrónico y la asistencia a actividades que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar al 2024 (valor $\rho=0.433 > 0.05=\alpha$, se acepta la H_0 , se rechaza la H_9).

IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación se ejecutó con el objetivo de analizar la relación entre las herramientas digitales y la comunicación externa que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar (BAV) en la región Ica. En efecto, con la prueba no paramétrica Rho de Spearman se evidencia una correlación significativa muy fuerte 75,2% entre las herramientas digitales y la comunicación externa que realiza entre el 2023-2024. Esto contrasta con la investigación de Stefanova y Stefanov (2022), en la Unión Europea, sobre cómo utilizar mejor las bibliotecas digitales para acceder al conocimiento y compartirlo en el nuevo mercado digital y hallaron que los países han implementado uno o más repositorios digitales con recursos educativos y de investigación.

En América Latina, Rendón-Galvis y Jarvio-Fernández (2020), realizaron talleres con un grupo de estudiantes que acuden a las bibliotecas y hallaron que para el 98% de encuestados el uso de los nuevos dispositivos, sus aplicaciones y herramientas son útiles para promover la lectura. De hecho, en esta investigación se halló que la BAV utiliza las herramientas digitales como son las redes sociales, los sitios web y el E-mail con una forma de comunicación externa.

La investigación evidencia un creciente uso de las tecnologías por parte de la población estudiantil, como precisa la teoría del conectivismo (Siemens, 2005) y otros varios autores citados en la introducción y se da, principalmente, a través de los dispositivos móviles. Esta situación obliga a las bibliotecas de acceso público aprovechar estos espacios digitales para acercar su oferta bibliográfica a los lectores, como ocurre en otras parte del mundo.

Como objetivo específico la investigación buscó conocer la relación entre las redes sociales con la comunicación externa de las actividades que realiza la BAV. De acuerdo con la prueba no paramétrica Rho de Spearman se evidencia una correlación positiva considerable del 63% entre las redes sociales y la participación en vídeos, correlación positiva media del 47,5 con la asistencia a los talleres y correlación positiva media del 41,2 con la asistencia a actividades.

Como ya se mencionó, son pocas las investigaciones realizadas en la región Ica sobre el uso de herramientas digitales para una mejor comunicación externa, sin embargo, Collazos (2021), investigó sobre la influencia de las redes sociales e internet en el rendimiento académico de estudiantes de Economía y halló que el 93% conoce las redes sociales y más de la mitad, el 55.9%, utiliza como dispositivo el celular para acceder a ellos. Lo propio ocurre en la presente investigación, el 51.6% de los 349 encuestados utiliza de manera exclusiva las redes sociales y prefiere más los aplicativos Instagram, WhatsApp y TikTok. La cuarta parte de los estudiantes encuestados, el 25.8%, le dedica 3 horas al día en promedio y el 30.4%, utiliza las redes sociales 4 horas diarias.

Las cifras son mayores a las halladas por Collazos (2021), se deduce que debido a la mayor facilidad para acceder a las nuevas tecnologías en nuestros días. Si bien las redes sociales e internet influyen significativamente en el rendimiento académico de los estudiantes de Economía de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”, ahora se sabe que también tienen una alta correlación con la comunicación externa como se ha evidenciado en la presente investigación.

Las redes sociales, como evidenciaron Graverán *et al.* (2019) en Cuba, son espacios que deben ser aprovechados por las organizaciones dado su alto consumo a efectos de lograr sus fines y propósitos institucionales. La realidad descrita en la Unión Europea y América Latina se corrobora con la correlación positiva considerable y positiva media (75,2%) hallada en esta investigación cuando se correlaciona el uso de las herramientas digitales con los talleres, vídeos y otras actividades que programó la BAV.

Otro objetivo fue conocer la relación entre los sitios web y la comunicación externa de las actividades programadas por la BAV. La prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman evidencia una correlación positiva considerable del 54,5% entre el uso del sitio web con la participación en vídeos, correlación positiva media del 48,8% con la asistencia a talleres y correlación positiva media del 21,3% con la asistencia a actividades. Los resultados se contraponen a lo hallado por Quispe (2020) que investigó las bibliotecas públicas en Lima y halló que la innovación es pobre, por lo tanto, la correlación con la satisfacción del usuario es pobre. Cosa similar ocurre en Huancayo cuando Quequejana (2018), tras encuestar a 1526 estudiantes, evidencia una inadecuada calidad de los servicios que ofrece una de las bibliotecas de la Universidad Peruana Los Andes, por no estar modernizadas.

Por lo señalado, se puede confirmar que la teoría de la conectivismo de Siemens (2005), cuando se aplica adecuadamente como es el caso de la comunicación externa realizada por la BAV, genera una correlación positiva considerable y media, no obstante, años atrás no se habría aplicado en otras bibliotecas del país, por lo cual la satisfacción de sus usuarios es pobre.

Un tercer objetivo específico fue conocer la relación entre los E-mail y la comunicación externa de las actividades programadas por la BAV. La prueba de correlación no paramétrica Rho de Spearman evidencia una correlación positiva media del 35,1% entre el uso del correo electrónico con la participación en vídeos y correlación positiva débil del 24,4% entre el uso del correo electrónico y la asistencia a talleres. No obstante, no se halló correlación (valor $p=0.433 > 0.05=\alpha$) entre el uso del correo electrónico y la asistencia a actividades que realiza la BAV.

Lo mismo se halló en Arequipa, cuando Zegarra (2017), investiga la satisfacción de los estudiantes que asisten a la biblioteca de Post Grado de la Universidad Católica de Santa María que si bien halló que la biblioteca cuenta con tecnologías y bases de datos, lo cierto es que los

estudiantes no las perciben bien ya que no se evidenció el uso de las nuevas herramientas digitales como son las redes sociales.

Como se evidencia en esta investigación, el uso de las herramientas digitales y las tecnologías en particular, deben ser socializadas y aprovechadas al máximo para una mejor comunicación externa de las actividades que se realizan como estrategia para incrementar el número de lectores. Por ello, se puede concluir que existe la necesidad de implementar en las bibliotecas de acceso público intervenciones similares al Proyecto Aula Digital, como resalta Luna (2021), para permitir la transferencia tecnológica en los estudiantes que le permita mejorar sus capacidades tecnológicas como sugiere también Huamán (2021), que investigó la relación de las aplicaciones web en la gestión documentaria en una facultad de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”.

V. CONCLUSIONES

Primera. Existe una correlación significativa muy fuerte 0.752 entre las herramientas digitales y la comunicación externa que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar sobre sus actividades al 2024, de acuerdo con la prueba no paramétrica Rho de Spearman. Los nuevos formatos digitales, principalmente el Flayer, predominan como herramientas digitales y tienen mayor relevancia respecto a los formatos tradicionales como la nota de prensa que se difunden en los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa.

Segunda. Según la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se evidencia que las redes sociales presentan una correlación positiva considerable 0.63 con la participación en vídeos, positiva media 0.475 con la asistencia a los talleres y positiva media 0.412 con la asistencia a las actividades que realizó la Biblioteca Abraham Valdelomar, al 2024. La población encuestada prefiere más los aplicativos Instagram, WhatsApp y TikTok. La cuarta parte, el 25.8%, le dedica 3 horas al día en promedio y el 30.4%, las utiliza 4 horas diarias.

Tercero. Sobre el uso del sitio web, la prueba no paramétrica Rho de Spearman evidencia que existe una correlación positiva considerable 0.545 con la participación en vídeos, una correlación positiva media 0.488 con la asistencia a talleres y una correlación positiva media 0.213 con la asistencia a actividades que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar, al 2024.

Cuarto. Sobre el uso del E-mail o correo electrónico la correlación es positiva media 0.351 con la participación en vídeos, positiva débil 0.244 con la asistencia a talleres y no se evidencia correlación con la asistencia a las actividades que realiza la Biblioteca Abraham Valdelomar, al 2024.

VI. RECOMENDACIONES

Primera. A las autoridades a cargo de las bibliotecas, se recomienda gestionar herramientas digitales que hoy permite la tecnología, en especial las redes sociales, sitios web y otros recursos en línea, para fortalecer la comunicación de sus actividades con su público externo.

Segunda. A la academia, implementar en sus cátedras competencias digitales para la gestión de herramientas digitales para que los egresados puedan alcanzar los objetivos comunicacionales de las organizaciones en las cuales vayan a desarrollar sus capacidades.

Tercera. A los investigadores sociales y en particular a los futuros comunicadores sociales, realizan nuevas investigaciones sobre las herramientas digitales, en razón de que son pocos los trabajos desarrollados sobre estas materias.

Cuarta. A los responsables del área de comunicaciones de la BAV, reforzar su estrategia comunicacional en vista que se evidencia en la presente investigación, el 3.3% de los 349 estudiantes encuestados, representa una mínima cantidad que siempre revisan, comentan o comparten la actividad de la BAV en las redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADEX. (20 de marzo de 2023). *¿Qué son las herramientas digitales?* Obtenido de Asociación de Agroexportadores: <https://adex.edu.pe/nota/que-son-herramientas-digitales>
- Alegsa, L. (19 de junio de 2023). *Definición de herramientas digitales*. Obtenido de Portal web de noticias y artículos sobre Tecnología, Informática, Web: https://www.alegsa.com.ar/Dic/herramientas_digitales.php#gsc.tab=0
- BAV. (7 de mayo de 2013). *Perfil Facebook*. Obtenido de Biblioteca Abraham Valdelomar: https://www.facebook.com/Biblioteca.Abraham.Valdelomar/about_details
- Capriotti, P. (2021). *DircomMAP. Dirección estratégica de comunicación*. Barcelona: Bidireccional. Obtenido de www.dircommap.com
- Castellano, A. (2013). La comunicación de lo público. En J. Cerezo Gilarranz, & P. Cerezo (Ed.), *Colección: Cuadernos de comunicación Evoca* (págs. 41-46). Madrid: Evoca Comunicación e Imagen. Obtenido de www.evocaimagen.com
- Collazos Loli, C. A. (2021). Redes sociales e internet y rendimiento académico de los alumnos de la Escuela de Economía-UNICA, en el periodo 2019. *[Tesis de posgrado]*. Universidad Nacional "San Luis Gonzaga", Ica. Recuperado el 12 de junio de 2023, de <https://hdl.handle.net/20.500.13028/3512>
- Editorial Etecé. (19 de noviembre de 2023). *Correo electrónico*. Recuperado el 14 de abril de 2025, de Concepto: <https://concepto.de/correo-electronico/>
- Editorial Etecé. (19 de noviembre de 2023). *Web 2.0*. Recuperado el 14 de abril de 2025, de Concepto: <https://concepto.de/web-2-0/>
- Graverán Ruiz, D., Sánchez Díaz, M., & Portuondo Vázquez, J. C. (2019). El proceso de comunicación externa del Centro Nacional de Biopreparados en las redes sociales Facebook y Twitter. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud (ACIMED)*, 30(2), 01-10. Recuperado el 10 de junio de 2023, de <https://www.medigraphic.com/pdfs/acimed/aci-2019/aci192b.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). México: Mc Graw Hill Education.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

- Huamán Carrera, C. A. (2021). Aplicación web y la gestión documentaria en la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica. *[Tesis de posgrado]*. Universidad Nacional "San Luis Gonzaga", Ica. Recuperado el 12 de junio de 2023, de <https://hdl.handle.net/20.500.13028/3344>
- Luna Rojas, D. (2021). Hacia una educación digital: factores que influyen en el proceso de implementación de la competencia TIC en la educación básica regular. El caso del Proyecto Aula Digital en Ica en el 2017 – 2019. *[Tesis de pregrado]*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Ica, Perú. Recuperado el 10 de junio de 2023, de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17951>
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (4ta. ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Recuperado el 09 de 01 de 2023
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, V., Palacios Vilela, J., & Romero Delgado, H. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (5ta. ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Oviedo González, F., & Zúñiga Benavides, J. F. (2014). El uso de las TIC en la carrera de Bibliotecología y Documentación. *Revista Bibliotecas*, XXXII(2), 16-31. Recuperado el 10 de junio de 2023, de <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/bibliotecas/article/view/6457/6523>
- Panduro Astorga, C. (28 de junio de 2023). Entrevista sobre cantidad de asistentes. Ica.
- PCM. (25 de junio de 2023). *Qué son las tecnologías digitales*. Obtenido de Presidencia del Consejo de Ministros: <https://www.gob.pe/29101-que-son-las-tecnologias-digitales>
- Quequejana Camasita, J. L. (2018). Evaluación de la calidad de los servicios de la Biblioteca de la Facultad de Derecho de la Universidad Peruana Los Andes (UPLA), sede central Huancayo-(2017). Aplicando la metodología LibQual +. *[Trabajo de suficiencia profesional]*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/8260>
- Quispe Farfán, G. A. (2020). Innovación tecnológica en bibliotecas públicas. *Tesis doctoral*. Universidad Carlos III de Madrid, Lima. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30115/bibliotecas_quispe_tesis_2020.pdf
- Rendón-Galvis, S. C., & Jarvio-Fernández, A. O. (2020). El uso de las TIC para promover la lectura en bibliotecas públicas con la intervención de los bibliotecarios. *Investigación*

Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información, 34(83), 129-144.
doi:10.22201/iibi.24488321xe.2020.83.58095

- Rincón Quintero, Y. (2014). Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y Logística. *Revista Encuentros*, 12(1), 47-58. Recuperado el 10 de junio de 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476655657003>
- Sáez Fernández, J. A. (2014). La comunicación externa de la Biblioteca de la Universidad de Cádiz. *Tesis de maestría*. Universidad de Cádiz, Cádiz, España. Recuperado el 06 de enero de 2023, de <https://rodin.uca.es/handle/10498/15931>
- Siemens, G. (enero de 2005). *Connectivism: a Learning Theory for the Digital Age*. Recuperado el 14 de abril de 2025, de Revista internacional de tecnología educativa y aprendizaje a distancia: http://www.itdl.org/Journal/Jan_05/article01.htm
- Solórzano, F., & García, A. (2016). Fundamentos del aprendizaje en red desde el conectivismo y la teoría de la actividad. *Revista Cubana de Educación Superior*, 35(3), 98-112. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v35n3/rces08316.pdf>
- Stefanova, E., & Stefanov, K. (2022). Knowledge Access through Libraries in the United Digital Market. *Presentación digital y preservación del patrimonio cultural y científico*, 12, 19-28. doi:10.55630/dipp.2022.12.1
- Yezers'ka, L., & Zeta de Pozo, R. (2017). Integración de la cultura digital en la formación de comunicadores en Perú. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 61-80. Recuperado el 10 de junio de 2023, de <https://comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/125>
- Zegarra Alarcón, A. d. (2017). Nivel de Satisfacción por los Servicios Brindados en la Biblioteca a los Estudiantes de la Escuela de Postgrado de la Universidad Católica de Santa María, Arequipa-2016. *[Tesis de pregrado]*. Universidad Católica de Santa María, Arequipa. Obtenido de <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/7164>

ANEXOS

8.1. Instrumentos de recolección de información.



Universidad Nacional "San Luis Gonzaga"
Vicerrectorado de Investigación
Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología



LISTA DE COTEJO (Check List)

Investigación: Herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.

La presente lista permite identificar el uso de las herramientas digitales y la actividad que genera la organización observada en sus diversas plataformas.

Nombre de la organización:

Lugar y Fecha:

I. ACTIVIDAD

Redes sociales (*)		Sitio web (*)		E-mail (*)	
BAV de TikTok		Noticia		Noticia	
BAV de Instagram		Informes		Informes	
Twitter BAV		Ensayos		Ensayos	
Facebook BAV		Convocatorias		Convocatorias	
YouTuve BAV		Efemérides		Efemérides	
Otro...		Otro...		Otro...	
TOTAL		TOTAL		TOTAL	

Nota. Colocar un *check* o la cantidad observada, según corresponda.

*Detallar la red social y el tipo de publicación:

Noticia	Informes	Ensayos	Convocatoria	Efemérides	Otro...
---------	----------	---------	--------------	------------	---------

II. INTERACCIÓN EN LAS REDES SOCIALES

Red social	Comentarios	Reacciones	Compartidos	Otros
TikTok				
Instagram				
Twitter				
Facebook				
YouTuve				
Otro...				
TOTAL				

Nota. Colocar un *check* o la cantidad observada, según corresponda.



Estimado(a) participante, la presente encuesta es ANÓNIMA por lo cual le rogamos responder el siguiente cuestionario con toda sinceridad. Los resultados, a los que usted podrá tener total acceso, forman parte del Proyecto de investigación: *Herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023*; el cual se aplica para que la autora acceda al título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

CUESTIONARIO

I. DATOS GENERALES

1. Edad:..... 3. Grado de instrucción:.....
2. Sexo: 4. Lugar de residencia:.....
5. ¿A cuál o cuáles de las siguientes herramientas tiene acceso? (RESPONDA UNA O MÁS OPCIONES QUE APLIQUEN)
(a) E-mail (b) Sitios web (c) Redes sociales (d) Otro
6. ¿Cuál es su red social favorita? (RESPONDA UNA O MÁS QUE APLIQUEN)
(a) WhatsApp (b) TikTok (c) Facebook (d) Instagram
(e) Twitter (f) YouTube (g) Otro:
7. ¿Cuántas horas promedio al día dedica para revisar sus redes sociales?

II. HERRAMIENTAS DIGITALES

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre						
N.º	Ítems	1	2	3	4	5
8.	¿Revisa las redes sociales de la biblioteca?					
9.	¿Comenta en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
10.	¿Comparte en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
11.	¿Visita el sitio web de la biblioteca?					
12.	¿Comenta sobre el sitio web de la biblioteca?					
13.	¿Comparte sobre el sitio web de la biblioteca?					
14.	¿Ha recibido algún e-mail de la biblioteca?					
15.	¿Ha compartido algún e-mail de la biblioteca?					

III. COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre						
N.º	Ítems	1	2	3	4	5
16.	¿Se enteró de la realización de vídeos por las redes sociales de la biblioteca?					
17.	¿Se enteró de la realización de vídeos por el sitio web de la biblioteca?					
18.	¿Se enteró de la realización de vídeos por los medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
19.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por las redes sociales de la biblioteca?					
20.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por el sitio web de la biblioteca?					
21.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
22.	¿Asiste a la biblioteca por decisión propia?					
23.	¿Asiste a la biblioteca por obligación?					

8.2. Matriz de consistencia

Proyecto: Herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Nacional Abraham Valdelomar de Ica, al 2024.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN				
GENERAL: P.G.: ¿Cuál es la relación entre las herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024?	GENERAL: O.G.: Analizar la relación entre las herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024.	GENERAL: H.G.: Existe una relación significativa entre las herramientas digitales y la comunicación externa en la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024.	Independiente: Herramientas digitales	Aplicativos digitales	Variable Independiente: ➤ Redes sociales ➤ Sitios web ➤ E-mail	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativo. TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Exploratoria descriptiva. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No-experimental. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN: Hipotético – deductivo.	OBSERVACIÓN. Instrumento 1: Lista de cotejo. Instrumento 1: Cuestionario. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Estadística descriptiva e inferencial. Microsoft Excel SPSS - Statistical Package for the Social Sciences.				
ESPECÍFICOS: P.E.1: ¿Qué relación hay entre las redes sociales y la comunicación externa de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024? P.E.2: ¿Qué relación hay entre los sitios web y la comunicación externa de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024? P.E.3: ¿Qué relación hay entre el correo electrónico y la comunicación externa de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024?	ESPECÍFICOS: O.E.1: Conocer la relación entre las redes sociales y la comunicación externa de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024. O.E.2: Determinar la relación entre los sitios web y la comunicación externa de la Biblioteca Nacional Abraham Valdelomar de Ica 2023-2024. O.E.3: Determinar la relación entre el correo electrónico y la comunicación externa de la Biblioteca Nacional Abraham Valdelomar de Ica 2023-2024.	ESPECÍFICAS: H.E.1: Existe relación significativa entre las redes sociales y la comunicación externa de la Biblioteca Abraham Valdelomar de Ica, al 2023-2024. H.E.2: Existe relación significativa entre los sitios web y la comunicación externa de la Biblioteca Nacional Abraham Valdelomar de Ica 2023-2024. H.E.3: Existe relación significativa entre el correo electrónico y la comunicación externa de la Biblioteca Nacional Abraham Valdelomar de Ica 2023-2024.	Dependiente: Comunicación externa	Relaciones públicas	Variable Dependiente: ➤ Participación en videos ➤ Asistencia a talleres de lectura ➤ Asistencia a actividades	<table><tr><th>POBLACIÓN</th><th>MUESTREO</th></tr><tr><td>Se estima un promedio semanal de 300 personas que visitan la biblioteca, 1290 de forma mensual y 3870 el trimestre. Para hallar la muestra se aplica la estadística para muestras finitas.</td><td>Se aplicará la muestra no probabilística – del tipo por conveniencia al azar. El cuestionario se aplicará a 349 estudiantes de educación superior entre marzo y mayo 2024.</td></tr></table>		POBLACIÓN	MUESTREO	Se estima un promedio semanal de 300 personas que visitan la biblioteca, 1290 de forma mensual y 3870 el trimestre. Para hallar la muestra se aplica la estadística para muestras finitas.	Se aplicará la muestra no probabilística – del tipo por conveniencia al azar. El cuestionario se aplicará a 349 estudiantes de educación superior entre marzo y mayo 2024.
POBLACIÓN	MUESTREO										
Se estima un promedio semanal de 300 personas que visitan la biblioteca, 1290 de forma mensual y 3870 el trimestre. Para hallar la muestra se aplica la estadística para muestras finitas.	Se aplicará la muestra no probabilística – del tipo por conveniencia al azar. El cuestionario se aplicará a 349 estudiantes de educación superior entre marzo y mayo 2024.										

Nota. Material elaborado durante la formulación del proyecto de investigación

8.3.Certificados de validación de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE HERRAMIENTAS DIGITALES Y COMUNICACIÓN EXTERNA

CUESTIONARIO

I. DATOS GENERALES

- | | |
|---|--------------------------------|
| 1. Edad: | 3. Grado de instrucción: |
| 2. Sexo: | 4. Lugar de residencia: |
| 5. ¿A cuál o cuáles de las siguientes herramientas tiene acceso? | |
| (a) E-mail | (b) Sitios web |
| (c) Redes sociales | (d) Otro: |
| 6. ¿Cuál es su red social favorita? (Puede marcar más de una opción) | |
| (a) WhatsApp | (b) TikTok |
| (c) Facebook | (d) Instagram |
| (e) Twitter | (f) YouTube |
| (g) Otro: | |
| 7. ¿Cuántas horas promedio al día dedica para revisar sus redes sociales? | |
| | <input type="text"/> |

II. HERRAMIENTAS DIGITALES

1. Nunca | 2. Casi nunca | 3. Indeciso | 4. Casi siempre | 5. Siempre

Indicador	N.º	Ítems	1	2	3	4	5
Redes sociales	8.	¿Revisa las redes sociales de la biblioteca?					
	9.	¿Comenta en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
	10.	¿Comparte en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
Sitios web	11.	¿Visita el sitio web de la biblioteca?					
	12.	¿Comenta sobre el sitio web de la biblioteca?					
	13.	¿Comparte sobre el sitio web de la biblioteca?					
E-mail	14.	¿Ha recibido algún e-mail de la biblioteca?					
	15.	¿Ha compartido algún e-mail de la biblioteca?					

III. COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Nunca | 2. Casi nunca | 3. Indeciso | 4. Casi siempre | 5. Siempre

Indicador	N.º	Ítems	1	2	3	4	5
Participa en vídeos	16.	¿Se enteró de la realización de vídeos por las redes sociales de la biblioteca?					
	17.	¿Se enteró de la realización de vídeos por el sitio web de la biblioteca?					
	18.	¿Se enteró de la realización de vídeos por los medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
Asiste a talleres	19.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por las redes sociales de la biblioteca?					
	20.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por el sitio web de la biblioteca?					
	21.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
Asiste a actividades	22.	¿Asiste a la biblioteca por decisión propia?					
	23.	¿Asiste a la biblioteca por obligación?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr. / Mg : DNI:

Especialidad del validador: *Profesor de Lengua y Literatura*

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Pertinencia		Relevancia		Claridad		SUGERENCIAS
Sí	No	Sí	No	Sí	No	
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

[illegible]

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

[illegible]

Ica, 30 de agosto del 2023


Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA HERRAMIENTAS DIGITALES Y LA COMUNICACIÓN EXTERNA

CUESTIONARIO

I. DATOS GENERALES

1. Edad: 3. Grado de instrucción:
2. Sexo: 4. Lugar de residencia:
5. ¿A cuál o cuáles de las siguientes herramientas tiene acceso?
(a) E-mail (b) Sitios web (c) Redes sociales (d) Otro:
6. ¿Cuál es su red social favorita? (Puede marcar más de una opción)
(a) WhatsApp (b) TikTok (c) Facebook (d) Instagram
(e) Twitter (f) YouTube (g) Otro:
7. ¿Cuántas horas promedio al día dedica para revisar sus redes sociales?

II. HERRAMIENTAS DIGITALES

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre							
Indicador	N.º	Ítems	1	2	3	4	5
Redes sociales	8.	¿Revisa las redes sociales de la biblioteca?					
	9.	¿Comenta en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
	10.	¿Comparte en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
Sitios web	11.	¿Visita el sitio web de la biblioteca?					
	12.	¿Comenta sobre el sitio web de la biblioteca?					
	13.	¿Comparte sobre el sitio web de la biblioteca?					
E-mail	14.	¿Ha recibido algún e-mail de la biblioteca?					
	15.	¿Ha compartido algún e-mail de la biblioteca?					

III. COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre							
Indicador	N.º	Ítems	1	2	3	4	5
Participa en videos	16.	¿Se enteró de la realización de videos por las redes sociales de la biblioteca?					
	17.	¿Se enteró de la realización de videos por el sitio web de la biblioteca?					
	18.	¿Se enteró de la realización de videos por los medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
Asiste a talleres	19.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por las redes sociales de la biblioteca?					
	20.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por el sitio web de la biblioteca?					
	21.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
Asiste a actividades	22.	¿Asiste a la biblioteca por decisión propia?					
	23.	¿Asiste a la biblioteca por obligación?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg : Edwin Martín Cordero Tataje DNI: 40818160

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Ica, 22 de setiembre del 2023

Firma del Experto Informante

Pertinencia		Relevancia		Claridad		SUGERENCIAS
Sí	No	Sí	No	Sí	No	
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Pertinencia		Relevancia		Claridad		SUGERENCIAS
Sí	No	Sí	No	Sí	No	
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Pertinencia		Relevancia		Claridad		SUGERENCIAS
Sí	No	Sí	No	Sí	No	
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		
X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE HERRAMIENTAS DIGITALES Y COMUNICACIÓN EXTERNA

CUESTIONARIO

I. DATOS GENERALES

1. Edad: 3. Grado de instrucción:
2. Sexo: 4. Lugar de residencia:
5. ¿A cuál o cuáles de las siguientes herramientas tiene acceso?
 (a) E-mail (b) Sitios web (c) Redes sociales (d) Otro
6. ¿Cuál es su red social favorita? (Puede marcar más de una opción)
 (a) WhatsApp (b) TikTok (c) Facebook (d) Instagram
 (e) Twitter (f) YouTube (g) Otro:
7. ¿Cuántas horas promedio al día dedica para revisar sus redes sociales?

II. HERRAMIENTAS DIGITALES

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre							
Indicador	N.º	Ítems	1	2	3	4	5
Redes sociales	8.	¿Revisa las redes sociales de la biblioteca?					
	9.	¿Comenta en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
	10.	¿Comparte en sus redes sociales sobre la biblioteca?					
Sitios web	11.	¿Visita el sitio web de la biblioteca?					
	12.	¿Comenta sobre el sitio web de la biblioteca?					
	13.	¿Comparte sobre el sitio web de la biblioteca?					
E-mail	14.	¿Ha recibido algún e-mail de la biblioteca?					
	15.	¿Ha compartido algún e-mail de la biblioteca?					

III. COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Indeciso 4. Casi siempre 5. Siempre							
Indicador	N.º	Ítems	1	2	3	4	5
Participa en videos	16.	¿Se enteró de la realización de videos por las redes sociales de la biblioteca?					
	17.	¿Se enteró de la realización de videos por el sitio web de la biblioteca?					
	18.	¿Se enteró de la realización de videos por los medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
Asiste a talleres	19.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por las redes sociales de la biblioteca?					
	20.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por el sitio web de la biblioteca?					
	21.	¿Se enteró de la realización de talleres de lectura por medios tradicionales como Tv, radio o prensa?					
Asiste a actividades	22.	¿Asiste a la biblioteca por decisión propia?					
	23.	¿Asiste a la biblioteca por obligación?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg / Lic. : Carlos Javier Mendoza Machaca DNI: 22303126

Especialidad del validador: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Ica, 30 de agosto del 2023

Firma del Experto Informante

Perti-nencia	Rele-vancia	Claridad	SUGERENCIAS
Sí	No	Sí	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Perti-nencia	Rele-vancia	Claridad	SUGERENCIAS
Sí	No	Sí	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Perti-nencia	Rele-vancia	Claridad	SUGERENCIAS
Sí	No	Sí	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	
X		X	

8.4.Base de datos respecto a la actividad de la Biblioteca Abraham Valdelomar en las redes sociales, a octubre 2023.

Noticias Convocat Conversa Pensamir Semblan: FotoPort: Tipo							TOTAL / TEMA			Me gusta	Comentar	Compartir
							48			425	18	58
1	30/09/2023		1			Flayer	Compartido, Quechua castellano			3		
2	29/09/2023	1				Flayer	Compartido, La Sociedad Filarmónica de Lima			5		1
3	29/09/2023		1			Flayer	Quechua castellano			1		1
4	27/09/2023		1			Flayer	Compartido, Lectura en voz alta			4		
5	27/09/2023		1			Vídeo	Compartido, BAV+SumaqRimay: Taller "LECTURA EN VOZ ALTA"			4		2
6	27/09/2023	1				Flayer	Compartido, Invitación Museos Abiertos			2		
7	26/09/2023	1				Flayer	La Sociedad Filarmónica de Lima			28		2
8	13/09/2023		1			Flayer	Taller "MEDIACIÓN DE LECTURA"			12		1
9	13/09/2023		1			Vídeo	BAV+SumaqRimay: Taller "LECTURA EN VOZ ALTA"		1	7		2
10	13/09/2023		1			Vídeo	Lectura en voz alta			2		
11	13/09/2023		1			Vídeo	Lectura en voz alta			4		
12	11/09/2023	1				Foto	Agradecimiento a Yashyra Aguilar			9		
13	9/09/2023			1		Foto	Compartido, Camino a la paz pasa por las bibliotecas			6		1
14	7/09/2023		1			Flayer	BAV+SumaqRimay: Taller "LECTURA EN VOZ ALTA"			12		3
15	3/09/2023	1				Fotos	Compartido, Visita de estudiantes de la I.E. Cristo Moreno			14		
16	2/09/2023	1				Fotos	Visita de estudiantes de la I.E. Cristo Moreno			38		2
17	29/08/2023	1				En Vivo	Compartido, Biblioteca Nacional del Perú			5		
18	28/08/2023				1	Foto	Semblanza sobre la BAV			95	13	23
19	28/08/2023	1				En Vivo	Compartido, Biblioteca Nacional del Perú			5		2
20	28/08/2023	1				En Vivo	Compartido, Biblioteca Nacional del Perú			3		1
21	23/08/2023			1		En Vivo	Compartido, Samaca orgánico			4		
22	23/08/2023	1				Vídeo	Compartido, Visita de niños de I.E. 20 Pachacutec			4		
23	23/08/2023				1	Foto	Compartido, "Señor no me gusta ese libro..."			3		
24	23/08/2023			1		En Vivo	Compartido, Samaca orgánico			3		
25	23/08/2023		1			Flayer	Presentación de novela "El rey de los hombres"			5		
26	21/08/2023			1		Vídeo	Compartido, Diálogo con Alberto Ganoza			5		1
27	17/08/2023		1			Flayer	Presentación de poemario			16		3
28	16/08/2023					1 Foto	Actualización foto portada			12		
29	15/08/2023	1				Flayer	Inicio charla "Samaca Poética: donde se alienta el crear"			13		4
30	10/08/2023			1		Vídeo	Compartido, Vídeos inspiradores			4		
31	5/08/2023	1				Flayer	Compartido, Disponibilidad del libro			2		
32	2/08/2023	1				Flayer	Compartido, Disponibilidad del libro			9		
33	2/08/2023	1				Flayer	Compartido, Feria Internacional del Libro: Poema Vallejo			2		
34	2/08/2023	1				Flayer	Compartido, Feria Internacional del Libro: Frágil			1		
35	2/08/2023	1				Flayer	Compartido, Feria Internacional del Libro: 3x2			1		
36	2/08/2023	1				Flayer	Compartido, Feria Internacional del Libro: falta pocos días			6		
37	1/08/2023	1				Flayer	Compartido, Feria Internacional del Libro: croquis			0		
38	28/07/2023	1				Foto	Saludo por fiestas patrias y anuncio de la BAV en la FIL		2	32		2
39	28/07/2023	1				Flayer	Saludo por fiestas patrias y anuncio de la BAV en la FIL			1		
40	25/08/2023	1				Foto	Anuncio de la participación de la BAV en la FIL			5		1
41	24/07/2023	1				Flayer	Regreso de la BAV a la FIL			9		1
42	21/07/2023	1				Flayer	Encuétranos en el Stand 10 de la FIL			7		
43	20/07/2023	1				Flayer	Horario de atención			2		
44	20/07/2023	1				Flayer	Cuenta regresiva para la FIL			1		
45	17/07/2023	1				Flayer	Regreso de la BAV a la FIL		2	10		2
46	15/07/2023		1			Flayer	Taller Lee cuentos			4		2
47	14/07/2023	1				Flayer	Compartido, FIL, ya viene el día			4		
48	14/07/2023	1				Flayer	Compartido, FIL, ya viene el día			1		1



Vídeo	7
En Vivo	5
Flayer	27
Fotos	2
Foto	7
TOTAL	48

	MeGusta	Come	Comp
Set	151	1	15
Ago	198	13	34
Jul	76	4	9
Total	425	18	58

Noticias Convocat Conversa Pensamie Semblanz FotoPort: Tipo							TOTAL / TEMA	Me gusta	Comentar	Compartir	
26 9 0 0 0 0							35	1050	28	0	
1	26/09/2023		1			Flayer	Concierto Cuarteto Allego	16			Vídeo 6 Flayer 18 Fotos 9 Foto 2 TOTAL 35
2	13/09/2023		1			Vídeo	BAV+SumaqRimay: Taller "LECTURA EN VOZ ALTA"	16	2		
3	13/09/2023		1			Vídeo	BAV+SumaqRimay: Taller "LECTURA EN VOZ ALTA"	13	1		
4	13/09/2023	1				Flayer	Taller Mediación de Lectura	25	1		
5	13/09/2023		1			Vídeo	Lectura en voz alta	13	3		
6	11/09/2023	1				Foto	Agradecimiento a diario Correo	26	1		
7	7/09/2023		1			Flayer	BAV+SumaqRimay: Taller "LECTURA EN VOZ ALTA"	33	1		
8	4/09/2023	1				Vídeo	BAV Los esperamos	44			
9	2/09/2023	1				Foto	Visita de estudiantes de la I.E. Cristo Moreno	82	1		
10	27/08/2023	1				Vídeo	Presentación de libro Gonzalo Martín de Marcos	34			MeGust Comen Set 268 10 Ago 508 11 Jul 274 7 Total 1050 28
11	25/08/2023	1				Flayer	Reconocimiento Basadre	35	1		
12	23/08/2023	1				Flayer	Presentación de novela "El rey de los hombres"	10			
13	21/08/2023	1				Foto	Visita de estudiantes de I.E. de Santiago	50			
14	15/08/2023	1				Flayer	Inicio charla "Samaca Poética: donde se alienta el crear"	18			
15	14/08/2023	1				Fotos	Sesión Merienda Dibujo	82	3		
16	14/08/2023	1				Vídeo	Sesión Merienda Dibujo	97	1		
17	13/08/2023	1				Fotos	Sesión Merienda Dibujo	102	3		
18	10/08/2023		1			Flayer	Taller Merienda dibujo	61	3		
19	9/08/2023	1				Foto	Espacios en Huacachina	19			
20	31/07/2023		1			Flayer	Presentación Catálogo BAV	15			Total 1050 28
21	28/07/2023	1				Foto	Saludo por fiestas patrias y anuncio de la BAV en la FIL	35	1		
22	25/08/2023	1				Foto	Anuncio de la participación de la BAV en la FIL	14	1		
23	25/07/2023	1				Flayer	Regreso de la BAV a la FIL - descuentos	3			
24	25/07/2023	1				Foto	Regresamos a la FIL	5			
25	25/07/2023	1				Flayer	50% de descuento	6			
26	25/07/2023	1				Flayer	Regresamos a la FIL Lima	8			
27	25/07/2023	1				Flayer	20% de descuento	3			
28	25/07/2023	1				Foto	Regresamos a la FIL Lima	9			
29	21/07/2023	1				Flayer	Encuétranos en Stand 10	5			
30	21/07/2023	1				Foto	Gracias por la visita	32			
31	20/07/2023	1				Flayer	Horario de atención	13			
32	17/07/2023	1				Flayer	Regresamos a la FIL Lima	33	1		
33	15/07/2023		1			Flayer	Taller Lee cuentos	34	1		
34	14/07/2023		1			Flayer	Chatea con Vallejo	38	3		
35	14/07/2023	1				Flayer	Ya vine el día	21			

8.5.Pruebas de normalidad

Prueba de normalidad sobre la distribución *Herramientas digitales*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Herramientas digitales* no sigue una distribución normal (valor $p=0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

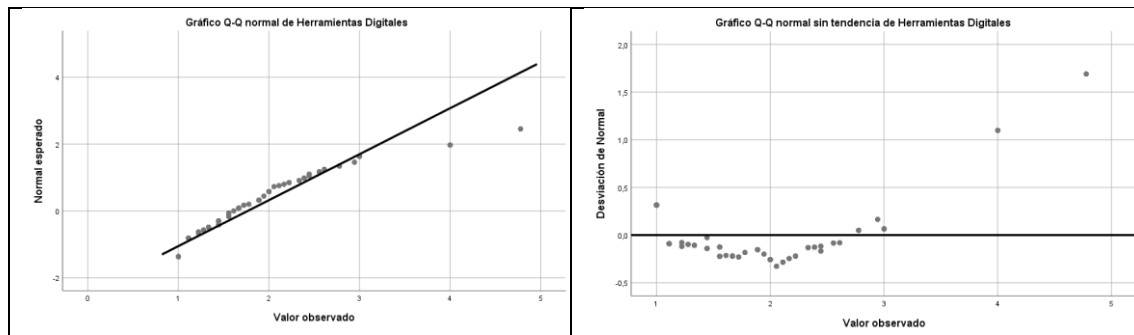
H_0 : Las herramientas digitales siguen una distribución normal.

H_i : Las herramientas digitales no siguen una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Herramientas Digitales	,146	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



Prueba de normalidad sobre la distribución *Comunicación externa*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Comunicación externa* no sigue una distribución normal (valor $p=0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

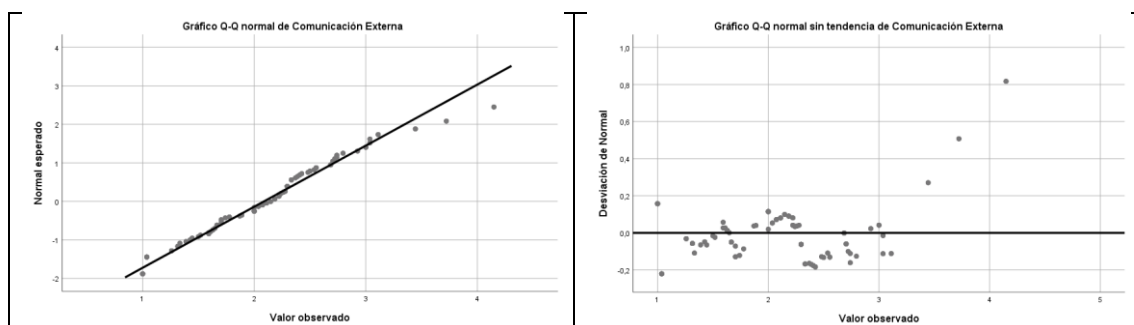
H_0 : La comunicación externa sigue una distribución normal.

H_i : La comunicación externa no sigue una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación Externa	,078	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



Prueba de normalidad sobre la distribución *Redes sociales*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Redes sociales* no sigue una distribución normal (valor $p = 0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

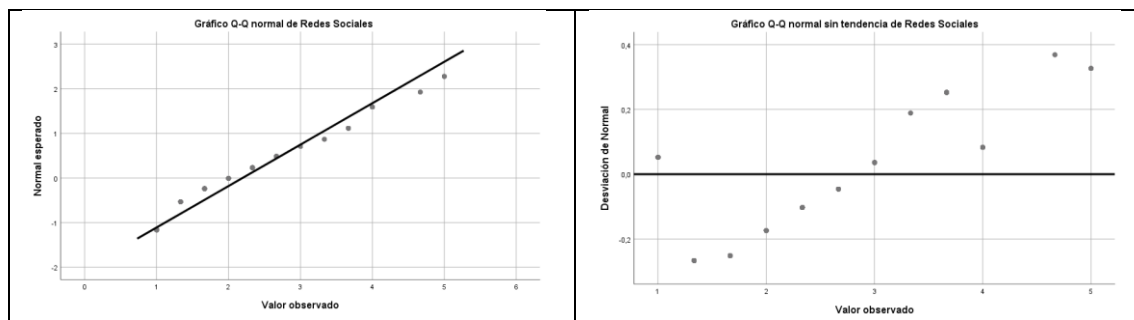
H_0 : Las redes sociales siguen una distribución normal.

H_i : Las redes sociales no siguen una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Redes sociales	,149	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



Prueba de normalidad sobre la distribución *Sitios web*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Sitios web* no sigue una distribución normal (valor $p = 0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

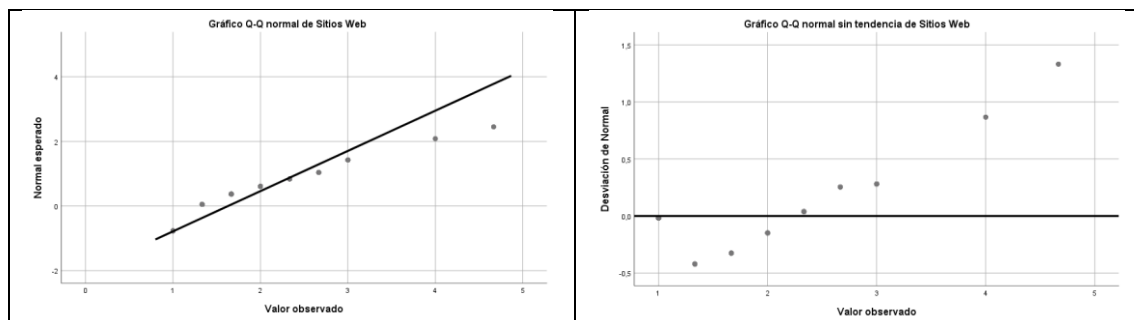
H_0 : La sitios web sigue una distribución normal.

H_i : La sitios web no sigue una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Sitios web	,243	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



Prueba de normalidad sobre la distribución *Correo electrónico*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Correo electrónico* no sigue una distribución normal (valor $p = 0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

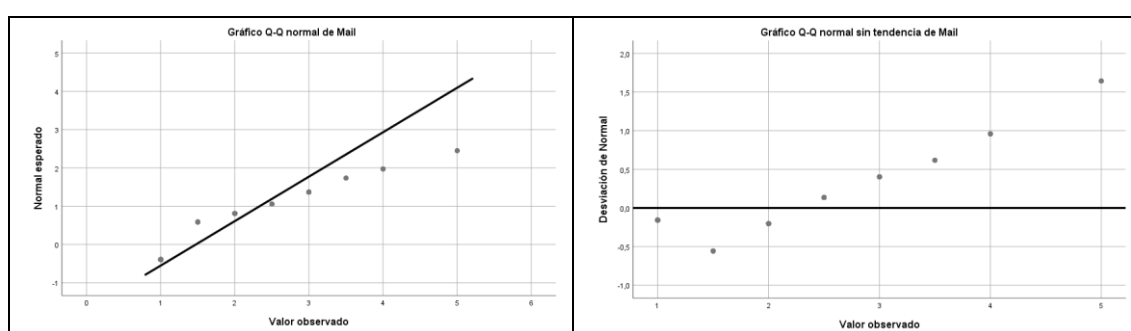
H_0 : Las correo electrónico siguen una distribución normal.

H_i : Las correo electrónico no siguen una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Correo electrónico	,402	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



Prueba de normalidad sobre la distribución *Participación en vídeos*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Participación en vídeos* no sigue una distribución normal (valor $p = 0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

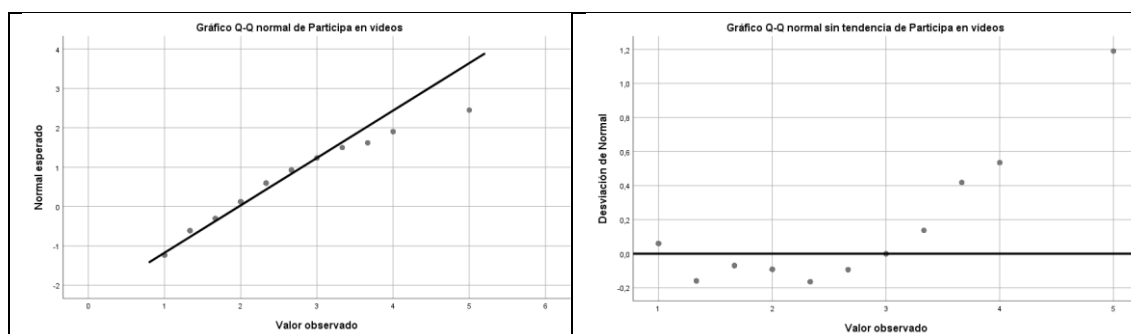
H_0 : La participación en vídeos sigue una distribución normal.

H_i : La participación en vídeos no sigue una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Participación en vídeos	,147	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



Prueba de normalidad sobre la distribución *Asiste a talleres*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Asiste a talleres* no sigue una distribución normal (valor $p = 0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

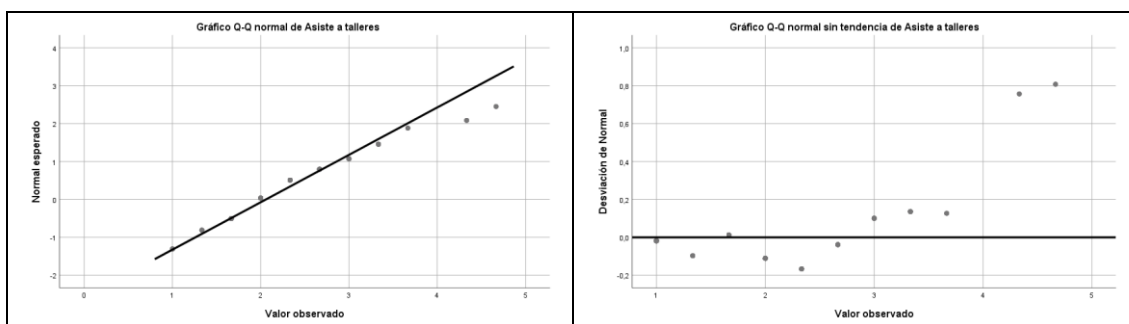
H_0 : Las asiste a talleres siguen una distribución normal.

H_i : Las asiste a talleres no siguen una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Asiste a talleres	,172	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



Prueba de normalidad sobre la distribución *Asiste a actividades*

Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para probar la normalidad de la distribución y se contrastó que la variable *Asiste a actividades* no sigue una distribución normal (valor $p = 0,000 < 0,05 = \alpha$, se rechaza la hipótesis nula). Por lo tanto, debemos utilizar estadística no paramétrica.

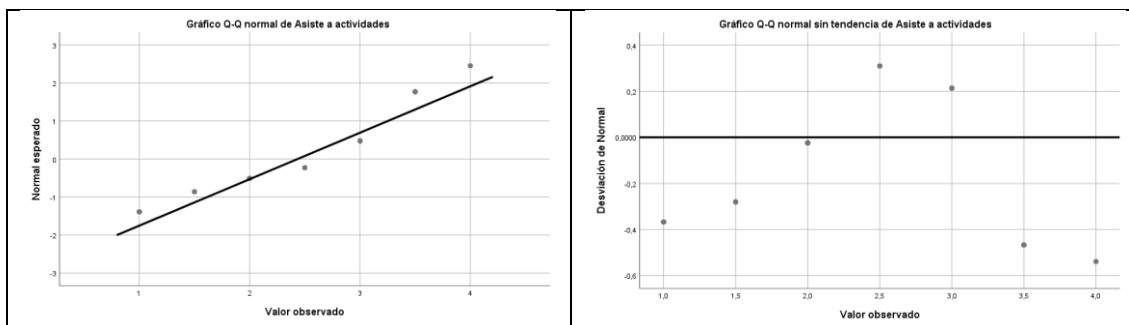
H_0 : La asiste a actividades sigue una distribución normal.

H_i : La asiste a actividades no sigue una distribución normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Asiste a actividades	,325	349	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors



8.6. Galería fotográfica

Evidencia de la aplicación del instrumento

