



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Relaciones interpersonales y prejuicios sociales en el contexto de la
virtualidad académica de la comunidad Isil año 2021 – 2022”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

PRESENTADO POR:

Castro Ramis, Ariadne - Comunicación Estratégica

López Rengifo, Víctor - Comunicación Estratégica

ASESORA

Albarracín Aparicio, Roxana

LIMA, PERÚ

2022

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Mg. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio

MIEMBROS DEL JURADO

Eduardo Enrique Haro Yanqui

Félix Fernando Felipa Huamán

DEDICATORIA

A todo aquel quien reflexiona, cuestiona y defiende su postura, a pesar de que no siempre sea escuchada y valorada. A aquellos que, inconformes con alguna situación que afecta a su entorno, se animan a alzar la voz, a poner un alto, con valores como la justicia, equidad, respeto y tolerancia siempre por delante. A quienes buscan el beneficio colectivo, más allá del personal. A quienes poseen la apertura necesaria para no basar sus decisiones en prejuicios.

Así como a aquellos que, a pesar de sus buenas intenciones, no tuvieron el impulso suficiente para mostrar su desacuerdo.

Este trabajo está dedicado a todos ustedes.

AGRADECIMIENTOS

A nuestros profesores, quienes nos inspiraron con su experiencia, sus lecciones y su actitud de servicio, permitiéndonos reconocer el valor de cada materia tratada a lo largo de la carrera. Con especial agradecimiento, queremos destacar la labor de nuestra profesora Roxana Albarracín, María Cecilia Quintana y del profesor Marco Antonio Pareja. Mantendremos siempre presentes aquellos valiosos aprendizajes.

Víctor López y Ariadne Castro

A mi compañero Víctor, quien fue el complemento ideal durante el desarrollo del trabajo, aportando valiosos puntos de vista y confianza hacia nuestras capacidades. A mi madre Lisseth Ramis, por ser mi apoyo incondicional en todo sentido, por inspirarme con sus grandes logros académicos, por ser alguien a quien admirar. A Gabriel Merino, por su disposición, su honestidad, paciencia y sus apreciados aportes. Por ser fuente de motivación y sacar lo mejor de mí. A mi hermano y a mi familia, por su presencia, su interés y

su amor. A mis buenos amigos por permitirnos compartir alegrías, preocupaciones y tristezas; por ser soporte emocional.

Ariadne Castro Ramis

A mi compañera Ariadne, por el compromiso e ímpetu que mantuvo con el trabajo, su valor como persona es incalculable. A mis padres Raquel y Tomás por el apoyo y motivación que me han brindado a través de mi vida, podremos ser diferentes, pero hay mucho de ustedes en mí. A mis hermanos por el amor y complicidad que nunca dejaremos atrás. Agradezco a todas esas personas con las cuales no comparto un lazo sanguíneo, sin embargo, los considero como a mi familia por nunca dudar de mis capacidades.

Víctor López Rengifo

ÍNDICE

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xiv
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	20
INFORMACIÓN GENERAL.....	23
1.1 Título del Proyecto	23
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	23
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	23
1.4 Alcance de la solución	25
DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA.....	26
2.1. Descripción de la realidad problemática	26
2.1.2. Formulación del problema	29
2.1.2.1. Problema general.....	29
2.1.2.2. Problemas específicos	29
2.1.3. Objetivos de investigación	30
2.1.3.1. Objetivo general	30
2.1.3.2. Objetivos específicos.....	30
2.1.4. Justificación de la investigación	31
2.1.4.1. Justificación teórica	31
2.1.4.2. Justificación metodológica.....	31
2.1.4.3. Justificación práctica	31
2.1.5. Limitaciones de la investigación	32
2.1.6. Viabilidad de la investigación	33
MARCO REFERENCIAL	34
3.1. Antecedentes	34
3.1.1. Antecedentes nacionales	34
3.1.2 Antecedentes internacionales	36
3.2 Marco teórico	37

3.2.1. Relaciones interpersonales.....	37
3.2.2. Prejuicios sociales	44
3.3 Definición de términos básicos	52
HIPOTESIS Y VARIABLES	55
4.1. Formulación de hipótesis principales y derivadas.....	55
4.1.1. Hipótesis principal	55
4.1.2. Hipótesis derivadas	55
4.2. Operacionalización de variables	56
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	57
5.1. Diseño metodológico	57
5.2. Diseño Muestral.....	58
5.3. Población	58
5.4. Muestra	58
5.5. Técnica de recolección de datos.....	59
5.6. Técnicas estadísticas de procesamiento de información.....	59
5.7. Resultados.....	60
5.7.1. Análisis descriptivo.....	60
DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN.....	94
6.1. Alcance esperado	94
6.2. Descripción de la propuesta de innovación	94
6.3 Diagnóstico situacional.....	97
6.4. Procedimiento para la propuesta de mejora	102
6.4.1. Desarrollo del proyecto de innovación	102
6.4.2. Presupuesto	120
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIONES.....	125
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	127
ANEXOS	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	¿A qué rango de edad perteneces?	60
Tabla 2	¿Cuál es tu género?	61
Tabla 3	¿Cuál es tu rol dentro de la comunidad Isil?	62
Tabla 4	Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida	63
Tabla 5	Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	64
Tabla 6	Los prejuicios sociales no son un impedimento para el desarrollo de mis relaciones afectivas.	65
Tabla 7	Percibo en mis relaciones laborales una jerarquización horizontal.	67
Tabla 8	En mi ambiente laboral, he percibido cuestionamientos hacia mis capacidades, que respondían a prejuicios sociales.	68
Tabla 9	Considero que los prejuicios sociales forman parte de la toma de decisiones en mi ambiente laboral	69
Tabla 10	Considero que mis relaciones familiares han sido un entorno de aprendizaje.	71
Tabla 11	Recibo, aprecio y aplico los comentarios y consejos que me brinda mi entorno familiar, los mantengo involucrados en mi vida.	72
Tabla 12	He notado cómo los prejuicios sociales han afectado a algún miembro de mi entorno familiar.	73
Tabla 13	Los prejuicios sociales desarrollados dentro de	74

	mis relaciones familiares han impedido que cumpla algunos de mis ideales.	
Tabla 14	He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social	76
Tabla 15	He difundido algún prejuicio de origen negativo sobre alguna persona de mi entorno.	77
Tabla 16	He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad Isil.	78
Tabla 17	Considero que la brecha socioeconómica en mi país es muy amplia y favorece solo a una minoría	80
Tabla 18	La pandemia hizo que sintiera un golpe fuerte en mi economía y me permitió reflexionar sobre lo que poseo.	81
Tabla 19	He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.	82
Tabla 20	Considero relevante reflexionar sobre los efectos negativos que traen los prejuicios de género.	83
Tabla 21	Prefiero no intervenir cuando soy testigo de comentarios que refuerzan los prejuicios de género.	85
Tabla 22	Me involucro activamente en las acciones que buscan equilibrar las diferencias de género.	86
Tabla 23	He sido víctima de algún tipo de violencia (física, psicológica o verbal) relacionada a mi género dentro de la comunidad Isil.	87

Tabla 24	He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.	88
Tabla 25	Alfa de Cronbach	90
Tabla 26	Correlación hipótesis general	90
Tabla 27	Correlación hipótesis específica 1	91
Tabla 28	Correlación hipótesis específica 2	92
Tabla 29	Correlación hipótesis específica 3	93
Tabla 30	Matriz FODA	97
Tabla 31	Matriz EFI	98
Tabla 32	Matriz EFE	100
Tabla 33	Estrategia de difusión	107
Tabla 34	Estrategia de promoción de la interacción	110
Tabla 35	Diagrama de Gantt	114
Tabla 36	Presupuesto	120
Tabla 37	Matriz de consistencia	134

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Operacionalización de variables	56
Figura 2	¿A qué rango de edad perteneces?	60
Figura 3	¿Cuál es tu género?	61
Figura 4	¿Cuál es tu rol dentro de la comunidad Isil?	62
Figura 5	Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida	63
Figura 6	Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	64
Figura 7	Los prejuicios sociales no son un impedimento para el desarrollo de mis relaciones afectivas.	66
Figura 8	Percibo en mis relaciones laborales una jerarquización horizontal.	67
Figura 9	En mi ambiente laboral, he percibido cuestionamientos hacia mis capacidades, que respondían a prejuicios sociales.	68
Figura 10	Considero que los prejuicios sociales forman parte de la toma de decisiones en mi ambiente laboral	70
Figura 11	Considero que mis relaciones familiares han sido un entorno de aprendizaje.	71
Figura 12	Recibo, aprecio y aplico los comentarios y consejos que me brinda mi entorno familiar, los mantengo involucrados en mi vida.	72
Figura 13	He notado cómo los prejuicios sociales han afectado a algún miembro de mi entorno familiar.	73

Figura 14	Los prejuicios sociales desarrollados dentro de mis relaciones familiares han impedido que cumpla algunos de mis ideales.	75
Figura 15	He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social	76
Figura 16	He difundido algún prejuicio de origen negativo sobre alguna persona de mi entorno.	77
Figura 17	He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad Isil.	79
Figura 18	Considero que la brecha socioeconómica en mi país es muy amplia y favorece solo a una minoría	80
Figura 19	La pandemia hizo que sintiera un golpe fuerte en mi economía y me permitió reflexionar sobre lo que poseo.	81
Figura 20	He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.	82
Figura 21	Considero relevante reflexionar sobre los efectos negativos que traen los prejuicios de género.	84
Figura 22	Prefiero no intervenir cuando soy testigo de comentarios que refuerzan los prejuicios de género.	85
Figura 23	Me involucro activamente en las acciones que buscan equilibrar las diferencias de género.	86
Figura 24	He sido víctima de algún tipo de violencia (física, psicológica o verbal) relacionada a mi género	87

	dentro de la comunidad Isil.	
Figura 25	He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.	89
Figura 26	Prototipo de gráfica 1	96
Figura 27	Prototipo de gráfica 2	111
Figura 28	Prototipo de gráfica 3	112
Figura 29	Prototipo de gráfica 4	113
Figura 30	Pirámide de Schein	116

RESUMEN

La presente investigación fue desarrollada con la intención de comprender la percepción de la comunidad ISIL, como miembros de la institución, en cuánto a su grado de satisfacción en el ámbito social, es decir, hacia la formación de las relaciones interpersonales que se dan entre docentes, alumnos y personal administrativo. El problema general que se halló giró en torno a lograr identificar de qué manera estas relaciones influyen en la generación de prejuicios sociales en el contexto de virtualidad académica del centro educativo, en el periodo 2021 – 2022. En base a ello, se definió como objetivo principal determinar la veracidad, el motivo y las consecuencias de esta problemática. Para la elaboración de este trabajo se realizó una selección de autores que plantearon independientemente cada variable de estudio. El enfoque fue cuantitativo, presentó un diseño descriptivo y nivel correlacional. Asimismo, las variables desarrolladas en la investigación permitieron visibilizar dicha problemática de carácter fundamental para el progreso académico y bienestar social. Se implementó un diseño muestral probabilístico por conveniencia, mientras que la encuesta, desarrollada a través de un cuestionario, fue la técnica de recolección de datos seleccionada. Por otro lado, la población abordada fue la Comunidad Isil, dividida en tres audiencias: docentes, alumnos y personal administrativo; mientras que la muestra englobó a 64 alumnos de carreras recientemente introducidas, como tecnología de la investigación, dirección de negocios globales y dirección publicitaria; 50 docentes y 30 colaboradores administrativos. La información obtenida a través de la encuesta fue sometida a un análisis que permitió visualizar la correlación entre las

variables de estudio, utilizando como herramienta el índice de correlación de Pearson. Como resultado, se encontraron correlaciones bajas entre las principales variables de investigación. En primer lugar, entre la variable relaciones interpersonales y la variable prejuicios sociales se halló un 29% de coincidencia, por lo cual se pudo interpretar que existió una baja influencia entre ambas. Por otro lado, con respecto a las variables relaciones interpersonales y prejuicios de origen se halló un 34% de coincidencia, razón por la cual se determinó una baja influencia entre ellas. Asimismo, en cuanto a las variables relaciones interpersonales y prejuicios socioeconómicos se halló un 31% de coincidencia, por lo que también se atribuyó una baja influencia. Finalmente, entre las variables relaciones interpersonales y prejuicios de género se obtuvo una correlación baja del 39%, exponiendo una vez más la baja influencia.

Una vez interpretados los resultados, se comenzó a trabajar en la propuesta de innovación, buscando hacer frente a la situación, por lo que se ideó el desarrollo de una campaña de comunicación interna que impacte efectivamente en el público objetivo, y cuyo objetivo principal sea la incorporación de un nuevo valor institucional: la inclusión, contribuyendo así con el desarrollo de la cultura organizacional de Isil y aportando a la mejora en la satisfacción social de sus integrantes.

Para finalizar, se llegó a la conclusión de que, a pesar de no representar un riesgo alarmante, las relaciones interpersonales sí tienen influencia en la generación de prejuicios sociales dentro del centro educativo, situación que lo situaría, según la teoría de la gestión de crisis, en una etapa de precrisis, en la que será necesario emplear estrategias para aumentar el bienestar social de sus integrantes y prevenir conflictos mayores, principalmente el daño a su reputación institucional.

Palabras claves: Relaciones interpersonales, Prejuicios sociales, Virtualidad Académica, Bienestar social, Inclusión, Isil.

ABSTRACT

This research was developed with the intention of understanding the perception of the ISIL community, as members of the institution, regarding their degree of satisfaction in the social sphere, meaning, towards the formation of interpersonal relationships between teachers, students and administrative staff. The general problem that was found revolved around identifying how these relationships influence the generation of social prejudices in the context of academic virtuality of the educational center, in the period 2021 - 2022. Based on this, the main objective was to determine the veracity, the reason and the consequences of this problem. For the elaboration of this work, a selection of authors was made who independently proposed each study variable. The approach was quantitative, with a descriptive design and correlational level. Likewise, the variables developed in the research made it possible to visualize this fundamental problem for academic progress and social welfare. A probabilistic sample design by convenience was implemented, while the survey, developed through a questionnaire, was the selected data collection technique. On the other hand, the population approached was the Isil Community, divided into three audiences: teachers, students and administrative staff; while the sample included 64 students of recently introduced careers, such as research technology, global business management and advertising management; 50 teachers and 30 administrative collaborators. The information obtained through the survey was subjected to an analysis that made it possible to visualize the correlation between the study variables, using Pearson's correlation index as a tool. As a result, low correlations were found between the

main research variables. Initially, between the interpersonal relations variable and the social prejudice variable, a 29% coincidence was found, so it could be interpreted that there was a low influence between the two. On the other hand, with respect to the variable's interpersonal relationships and prejudice of origin, 34% coincidence was found, which is why a low influence between them was determined. Likewise, with respect to the variable's interpersonal relationships and socioeconomic prejudices, 31% coincidence was found, for which reason a low influence was also attributed. Finally, a low correlation of 39% was obtained between the interpersonal relations and gender bias variables, once again showing a low influence.

Once the results were interpreted, work began on the innovation proposal, seeking to address the situation, so the development of an internal communication campaign that effectively impacts the target audience, and whose main objective is the incorporation of a new institutional value: inclusion, thus contributing to the development of Isil's organizational culture and contributing to the improvement in the social satisfaction of its members was devised.

Finally, it was concluded that, despite not representing an alarming risk, interpersonal relationships do have an influence on the generation of social prejudices within the educational center, a situation that would place it, according to the theory of crisis management, in a pre-crisis stage, in which it will be necessary to employ strategies to increase the social welfare of its members and prevent major conflicts, mainly the damage to its institutional reputation.

Key words: Interpersonal relationships, Social prejudice, Academic Virtuality, Social welfare, Inclusion, Isil.

INTRODUCCIÓN

Partiendo desde una realidad que compete a todo ser humano, el hecho de que la vida en sociedad conlleva a la necesidad de socializar e interrelacionarse con otras personas; siempre se ha querido analizar cómo optimizar estas relaciones, para conseguir una convivencia armónica, en la que la mayor cantidad de personas puedan sentirse a gusto. Y es ese deseo de pertenencia, de aceptación característico del ser humano, el que lo lleva a establecer vínculos que le permitan intercambiar experiencias, sentimientos y conocimientos, obteniendo a cambio sensaciones placenteras.

Así pues, innegablemente, las relaciones interpersonales son un asunto de vital importancia, por lo que no habrá momento en el que no sea necesario trabajar y esforzarse por mantener vínculos positivos.

Con el paso de los años, las relaciones sociales han ido evolucionando y adaptándose a la realidad y contexto coyuntural. En la actualidad, con la llegada de la pandemia se hizo evidente el desafío por preservar el contacto a pesar de la distancia que se impuso. Fue en ese momento donde la virtualidad cobró más relevancia que nunca, alterando, para bien o para mal, la manera en la que se acostumbraba a interactuar. Todos los espacios en donde se compartía con otras personas fueron transferidos a plataformas virtuales, siendo las redes sociales uno de los principales medios de socialización. Sin embargo, las plataformas educativas y laborales también se hicieron presentes haciendo uso de los mejores recursos posibles para asemejarse a la realidad física presencial.

Para esta investigación se pretendieron analizar los efectos de las relaciones interpersonales, en el contexto virtual, sobre la generación de prejuicios sociales.

Se escogió como población a Isil, un espacio con el que los investigadores se sintieron familiarizados, y como objeto de estudio a la Comunidad que lo conforma.

El objetivo general de investigación fue determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyeron en la generación de prejuicios sociales, en el contexto de la virtualidad académica de la comunidad Isil, durante el periodo 2021-2022.

La hipótesis que se planteó hizo énfasis en la suposición de que estas relaciones sí tenían influencia en la formación de prejuicios sociales. Tras realizar un análisis cuantitativo, haciendo uso de la encuesta, desarrollada a través de un cuestionario, como técnica de recolección de datos y el índice de correlación de Pearson como herramienta para evaluar el porcentaje de correlación entre las variables de estudio, se pudo lograr comprobar la hipótesis.

La investigación consta de seis capítulos. En el primer capítulo se determina el título del proyecto de investigación, el área estratégica de desarrollo prioritario, la actividad económica en la que se aplicará la investigación y el alcance esperado que se plantea.

El segundo capítulo, titulado descripción de la investigación aplicada, aborda la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema general y problemas específicos, el objetivo general y los objetivos específicos en base a la investigación, así como la justificación teórica, metodológica y práctica del proyecto y sus limitaciones y viabilidad.

El tercer capítulo comprende los antecedentes nacionales e internacionales, es decir, expone investigaciones que se han desarrollado con relación al tema;

plantea también el marco teórico, el cual explica las principales variables de estudio, relaciones interpersonales y prejuicios sociales, así como sus respectivas dimensiones. En este capítulo también se hallan las definiciones de términos básicos de la investigación.

El cuarto capítulo contiene la hipótesis principal y derivadas, así como la matriz que determina la operacionalización de las variables

En el quinto capítulo se desarrolla el diseño metodológico, el diseño muestral de la investigación, así como la población y muestra escogida para el trabajo. Del mismo modo se explican las técnicas de recolección de datos, técnicas estadísticas de procesamiento de información y el análisis descriptivo de los resultados obtenidos.

El sexto y último capítulo comprende el desarrollo de la propuesta de innovación, en el cual se presenta la campaña de comunicación interna nombrada Somos+ y se plantea su alcance esperado y su diagnóstico situacional a través de las matrices FODA, EFI y EFE. Asimismo, en este capítulo encontramos el procedimiento para el desarrollo de la campaña, dividido en seis fases, conformadas por contextualización, planeamiento, objetivos de la campaña, estrategias de comunicación, implementación de la campaña, gestión del cambio y medición de resultados. Por último, se encuentra el presupuesto proyectado para la campaña a realizar.

La investigación finaliza con la presentación de las conclusiones y recomendaciones que se proponen para la mejora constante de la institución. Del mismo modo, se presentan las fuentes de información utilizadas para dar sustento al trabajo y los anexos.

INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Relaciones interpersonales y prejuicios sociales en el contexto de la virtualidad académica de la Comunidad Isil. Año 2021 – 2022.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

La presente investigación se enfoca en las áreas de comunicación, marketing y recursos humanos del Instituto San Ignacio de Loyola, teniendo como eje central el desarrollo social en temas como los prejuicios sociales.

La línea de investigación aplicada, orientada a la comunicación, sociedad y cultura, busca formular y poner en marcha estrategias comunicativas que repercutirán en la mejora de procesos internos del centro educativo, con la intención de crear un ambiente académico óptimo, tanto para alumnos como para el personal docente y administrativo, en el que el respeto mutuo, la tolerancia y la inclusión sean pilares.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

La presente investigación se desarrolla dentro del área social, siendo esta una actividad económica de nivel terciario. Este desarrollo se plantea debido a que se presentarán propuestas que permitirán incluir a los prejuicios sociales como un tema de interés a ser destacado en la construcción de estrategias de comunicación efectiva.

En el año 2019, la Encuesta Nacional de Relaciones Sociales (ENARES) realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) junto al Ministerio de la mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), se apoyó en ciertas afirmaciones, que representan comentarios populares, para analizar estadísticamente el pensar y sentir de la sociedad peruana.

El 33.2% de personas entrevistadas estuvieron de acuerdo con la afirmación “Mujer infiel debe tener alguna forma de castigo por pareja”, mientras que el 31.1% de personas entrevistadas están de acuerdo con la afirmación “Mujer que viste provocativamente busca que la acosen sexualmente”. Otro dato impactante pertenece al 52.7% de personas entrevistadas, quienes estuvieron de acuerdo con la afirmación “La mujer debe cumplir primero con su rol de madre, esposa o ama de casa, y después realizar sus propios sueños”.

Se pudieron rescatar también datos estadísticos sobre la violencia de género, donde se hace evidente el incremento de esta situación con el pasar de los años, siendo 52.1% el indicador de violencia hacia las mujeres en el año 2013, 54.8% en el año 2015 y 58.9% en el 2019. Estos hechos se delimitan por factores psicológicos, sexuales, económicos y físicos, los que se dan en espacios como el hogar, y las instituciones educativas.

La descripción de los resultados del estudio ENARES nos permite conocer solo una parte de lo que representan las afirmaciones ligadas a prejuicios sociales. Por

lo que el presente trabajo de investigación aborda este y otros tipos de dimensiones de los prejuicios sociales para evitar la propagación de los mismos.

1.4 Alcance de la solución

El alcance de la presente investigación abarca la comunidad que conforman los alumnos, profesores, administrativos y demás sujetos vinculados al Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), donde se pretende desarrollar una estrategia de comunicación efectiva, a modo de campaña comunicativa, orientada tanto a la mejora de procesos internos como a la comunicación externa e interna de la institución, que tenga como resultado una reforma en la cultura organizacional para fortalecer valores como el respeto, tolerancia e inclusión con enfoque en los prejuicios sociales.

Dicha reforma pretende garantizar un ambiente educativo seguro y horizontal para los alumnos, en el que puedan sentirse cómodos y donde se incentive su participación y libre expresión. Finalmente, los cambios generados con la propuesta de solución permiten a la comunidad ISIL alinearse a la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible propuesta por la Asamblea General de las Organización de las Naciones Unidas (ONU).

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1. Descripción de la realidad problemática

Para Allport (1954) citado por Ungaretti et al (2016), el prejuicio es “Una antipatía basada en una generalización inflexible y errónea, que puede ser sentida o expresada, dirigido hacia un grupo como totalidad o hacia un individuo por ser miembro de un grupo” (p. 77). De acuerdo a ello, esta variable representa una problemática que se desarrolla en distintos contextos, logrando afectar a cualquier individuo por una condición subjetiva. Para lograr una definición más exacta de los individuos afectados, Capotorti y Deschênes, nos mencionan que las minorías están constituidas por grupos que poseen ciertas características específicas: etnia, religión, raza, condición sexual y no se encuentran en una posición socialmente dominante (San Juan Velasco et al., 2016, p. 28). Es aquí donde encontramos que las minorías se sitúan de manera pasiva frente a los estándares hegemónicos. El estado de desfavorecimiento de las minorías se puede ejemplificar en oposiciones como las de hombre-mujer, migrante-inmigrante, rico-pobre. Consideramos que los prejuicios sociales, se encargan de mantener en vigencia estas oposiciones al encasillar negativamente a las minorías.

En un contexto internacional, la problemática de los prejuicios sociales ha representado un tema de estudio de gran relevancia para distintos investigadores, esto es debido a la significancia negativa que toman los prejuicios sociales frente al desarrollo de una sociedad más igualitaria. Asimismo, diversos países han creado organismos que hacen frente al prejuicio como la Comisión Europea contra

el Racismo y la intolerancia (ECRI), mientras que el Perú aún no presenta ninguna ley que pueda hacer frente, prevenga o sancione a las distintas dimensiones de los prejuicios sociales.

Respecto a un contexto nacional, Brañez (2015) nos menciona que las personas socializan en los espacios virtuales tal y como lo harían en contextos comunicativos presenciales, por lo que presenta un trabajo de investigación que reflexiona acerca de la creación de estereotipos en distintos escenarios virtualizados o no, gracias a las jerarquizaciones sociales que aún se dan en las mismas. De acuerdo a dicha reflexión el presente trabajo de investigación indaga la relación entre las relaciones interpersonales de la comunidad Isil y su influencia dentro de los prejuicios sociales.

Durante los dos primeros años del contexto de la pandemia del Covid-19, la comunidad Isil, reconocida como aquel conjunto de personas conformado por distintos representantes del Instituto San Ignacio de Loyola, se vio afectada por el confinamiento, teniendo que migrar de los espacios físicos que la institución brinda para el desarrollo de sus actividades académicas, a una plataforma de trabajo y socialización totalmente virtual. A partir de ese momento, la comunidad se introdujo en un espacio denominado como virtualidad académica, la cual produjo un quiebre en la espacialidad y en el desenvolvimiento del ámbito social debido a que las diferentes dimensiones de las mismas se desarrollan únicamente en un espacio virtual.

A raíz de ello, los integrantes de la comunidad Isil tuvieron que adecuarse a una nueva metodología de estudios donde el contacto físico y la interacción se vieron reducidos. En este contexto, se pudo evidenciar un impacto en las relaciones interpersonales, que en ocasiones conlleva a situaciones negativas. La figura del docente pudo ser percibida de manera lejana, a pesar de los esfuerzos por remediarlo, ocasionando cierta desconfianza o falta de apertura por parte del estudiante. Por otro lado, para el docente, se perdió significativamente la conexión con el alumno.

Este escenario propició una variedad de circunstancias que buscaban acercar la nueva normalidad a los antiguos procesos académicos. Lamentablemente, la repentinidad con la que se dio el cambio no dejó mucho espacio para la correcta capacitación del personal. El hecho de tener que desarrollar actividades académicas en un espacio donde el ocio y el descanso están también presentes ocasionó un quiebre en la espacialidad, favoreciendo, a la desestabilización de la sociabilidad.

Dicho quiebre incentivó además cierta libertad en las formas en las que el docente se expresaba, empezando a visibilizar en mayor medida sus opiniones y puntos de vista personales, con la intención de conectar con su audiencia. En oportunidades, estos comentarios añadidos resultaron desafortunados y causaron incomodidad en los alumnos, pues dieron espacio a la interpretación y pudieron ser percibidos dentro del espectro de los prejuicios o estereotipos sociales.

En consideración con lo antes expuesto, se decidió abordar la investigación partiendo de esta problemática.

2.1.2. Formulación del problema

2.1.2.1. Problema general

¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios sociales en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?

2.1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de origen en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?

¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios socio económicos en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?

¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de género en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?

2.1.3. Objetivos de investigación

2.1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios sociales en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

2.1.3.2. Objetivos específicos

Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de origen en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios socioeconómicos en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de género en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

2.1.4. Justificación de la investigación

2.1.4.1. Justificación teórica

En el presente trabajo de investigación, se propone reflexionar sobre la forma en la que las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios sociales en la virtualidad académica en base al concepto teórico de los problemas conceptuales y de medición del prejuicio como estrés propuesto por Meyer (2003) quien considera que la colaboración de diversos autores aporta al entendimiento y estudio del prejuicio.

2.1.4.2. Justificación metodológica

El presente trabajo de investigación presenta una justificación de tipo metodológica, pues aplicará elementos propios del método científico, los cuales nos ayudarán al aporte del conocimiento de las variables planteadas. Para el logro de los objetivos propuestos utilizaremos técnicas cuantitativas las cuales nos permitirán proponer mejores estrategias de solución a la problemática.

2.1.4.3. Justificación práctica

La presente investigación muestra una justificación práctica que será desarrollada una vez que haya sido realizado el trabajo teórico, permitiendo aplicar una solución de mejora para el problema presentado.

Dicha solución abordaría la administración de los procesos académicos que se ejecutan dentro del Instituto San Ignacio de Loyola, proponiendo mejoras que favorezcan al desarrollo y desenvolvimiento de cada integrante clave en la comunidad Isil, generando así un ambiente de respeto, tolerancia e inclusión social.

2.1.5. Limitaciones de la investigación

A pesar de que las restricciones impuestas por el gobierno para salvaguardar el bienestar de las personas, en el contexto de la pandemia del Covid-19 han disminuido, siguieron existiendo algunas limitaciones para coordinar reuniones con los entrevistados claves para el desarrollo de esta investigación. En muchas ocasiones, establecidas por ellos mismos, pues el miedo al contagio permanece.

Además, la adaptación a esta nueva normalidad, que favorece a los espacios virtuales, ha ocasionado que la gente se sienta más cómoda ahora utilizando plataformas digitales, las cuales ciertamente pueden fallar.

Coordinar horarios también se convirtió en un reto, pues pareciera que este contexto favorece además al “multitasking”, y causa un efecto en la cantidad de cosas que se quieren hacer a la vez, dificultando la disponibilidad de las personas.

2.1.6. Viabilidad de la investigación

A pesar de las limitaciones que pudieron surgir, la presente investigación resultó viable pues fue posible solucionar cada inconveniente que se presentaba. Desde temas de conectividad al momento de realizar las entrevistas hasta reprogramaciones de las mismas, todo pudo ser manejado tanto en espacios digitales como físicos y presenciales.

Adicionalmente, se pudieron consultar y abordar abundantes fuentes de información, así como puntos de vista de profesionales y personas clave, los cuales tuvieron un aporte significativo y enriquecedor en el desarrollo de la investigación.

MARCO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes

3.1.1. Antecedentes nacionales

Durante el proceso de revisión de fuentes que den sustento a esta investigación, no se encontraron estudios nacionales que se hayan encargado de explicar la vinculación específica entre las relaciones interpersonales y los prejuicios sociales dentro del contexto académico, sin embargo, se hallaron diversos estudios individuales sobre las relaciones interpersonales y los prejuicios sociales. Tal es el caso de Rueda (2021) en su investigación “Identificación de prejuicio del docente en estudiantes migrantes venezolanos en Perú: Un abordaje interpretativo”, cuyo objetivo fue abordar la narrativa de los docentes de educación básica sobre el contexto escolar de los estudiantes inmigrantes venezolanos en el Perú. La metodología utilizada para la investigación cuenta con enfoque fenomenológico y se utilizó la técnica de entrevistas a profundidad a una población de 16 docentes. Los resultados mostraron que se necesita de estrategias y actividades dentro del espacio académico que promuevan la transición entre población endógeno y la población de origen foráneo, para reducir la formación de actitudes relacionadas al prejuicio.

Por otro lado, un estudio del grupo de psicología política y social de la Pontificia Universidad Católica del Perú, titulado “Bases psicosociales del prejuicio étnico en el Perú: el caso de las categorías afroperuanos, peruanos andinos y peruanos blancos” muestra un análisis entre la relación de variables ideológicas,

emocionales y estereotípicas comparándolas con las percepciones y valoraciones personales de diferentes grupos étnico raciales, concluyendo que dichas variables tienen un impacto significativo en la creación de prejuicios y estereotipos, tales como la competencia, el sentido de moralidad y de calidez humana, así como los niveles de conservadurismo diferenciados por género. Ello permite visibilizar la propensión del peruano para crear prejuicios que, como mencionan (Espinosa et al., 2007; Rottenbacher, Espinosa & Magallanes, 2011) citados por (Guillén, Cueto y Olano, 2018) podrían generar respuestas discriminatorias, sustentadas en estereotipos negativos, valoraciones no favorables e ideologías que promueven la jerarquía y la tradición.

Finalmente, se revisó un estudio titulado “Inmigración venezolana y estigmatización laboral en el Perú” de autoría de Loayza (2020) en el que se aborda nuevamente la temática de la inmigración venezolana, esta vez centrada en el ámbito laboral, y a través de un enfoque cualitativo y una muestra estratificada, se analizan las relaciones entre peruanos y venezolanos, dejando ver enfrentamientos, rencores y prejuicios, potenciados por los medios de comunicación. Se mencionan además situaciones como el contraste cultural, cuyas consecuencias giran en torno a la xenofobia y el patriarcalismo. Asimismo, se destaca la constancia del migrante venezolano para reinventarse y mantenerse firme en los objetivos que lo motivaron a abandonar su país y lo hicieron encontrar en el Perú ciertos beneficios económicos, que los incentivan en su búsqueda de aceptación e inserción laboral y les permiten quebrar poco a poco los prejuicios que los encasillan.

3.1.2 Antecedentes internacionales

En el artículo de título “Educar La Virtualidad” de la Universidad Pablo de Olavide de España, en el que el objetivo fue definir un modelo pedagógico holístico, se encontró la siguiente discusión: “Hoy reconocemos que es necesario desarrollar la inteligencia emocional para regular las propias emociones y entender las de los demás. Es necesario trabajar más en profundidad desde la escuela la inteligencia emocional” (Domínguez, Martínez, Ceballos, 2017). Para el desarrollo de la investigación se encontró pertinente revisar el artículo mencionado, pues busca el involucramiento holístico de las habilidades blandas a la educación virtual como una estrategia que logre convertir el espacio virtual en un lugar en donde el bienestar emocional de las personas sea una prioridad.

En el informe titulado “Crece el odio en línea dirigido contra las minorías, afirma un experto” presentado por la Organización de las Naciones Unidas, el Dr. Fernand de Varennes quién es relator especial sobre cuestiones de minorías nos habla sobre un incremento de los discursos de odio en los espacios virtuales, teniendo como víctimas principales a las mujeres u otros grupos minoritarios. “Este discurso puede allanar fácilmente el camino para la deshumanización y el uso como chivos expiatorios de las minorías, además de para normalizar el odio. Tenemos que aprender de la historia y enfocar todos nuestros esfuerzos a eliminar el discurso de odio del espacio en línea” (Varennnes, 2021). El artículo, además de visibilizar esta realidad, propone que se tomen acciones para proteger a las minorías, con tolerancia cero a las personas que incurran en cualquier tipo de agresión. La pertinencia de la fuente gira entorno al contexto de virtualidad

propuesto, y a la posibilidad de que el mismo, esté generando un espacio óptimo para reforzar estereotipos y prejuicios y caer en un territorio grave que tenga como consecuencia la promoción de la discriminación y el racismo. Finalmente, en el artículo titulado “Las competencias docentes en el siglo XXI de cara a la virtualidad de la educación con ocasión del Covid-19” de Garzón (2021) se profundizó sobre la calidad educativa y docencia en una realidad Latinoamericana que no dista mucho de la nuestra. La autora menciona un sistema educativo no preparado para la educación virtual y hace referencia a las nuevas exigencias a las que el personal educativo se debe someter, como la reinención académica y pedagógica e integración a las herramientas tecnológicas. Además, se reafirma el aumento de la estigmatización y actos de incitación al odio contra ciertos grupos de personas, mencionando que la combinación de acusaciones con prejuicios endémicos los ha expuesto a actos de violencia. Esto también conlleva a un aumento de situaciones discriminatorias, denegación de servicios y exclusión agravada. El informe propone medidas y prácticas concretas que los gobiernos deberían considerar para frenar mayores repercusiones. Este estudio se encontró pertinente debido a que, se busca manifestar un cambio en los requerimientos académicos que guarda relación con el Covid-19, así como el desarrollo de prejuicios en el contexto virtual.

3.2 Marco teórico

3.2.1. Relaciones interpersonales

El ser humano a través de su proceso de evolución, fue adaptándose a entornos cada vez más sociables e interrelacionales. “Dicha adaptación lograría implicar la

aparición de la capacidad de formar relaciones o interacciones interpersonales que posibilitan el desarrollo de comunicación eficiente y sofisticada, basada en la cooperación y la confianza de los miembros” (Gámez, Marrero, 2005, p.240).

Para (Calderón, 2011), citado por (Flores, 2014) “las relaciones interpersonales se conceptualizan como relaciones que establecemos con diferentes individuos como familiares, amistades, compañeros en dónde se da un constante intercambio de experiencias, sentimientos y conocimientos” (Flores, 2014, p.44). De acuerdo a estas definiciones consideramos que las relaciones interpersonales nos otorgan la habilidad de generar procesos comunicacionales eficaces con las diferentes esferas sociales en las que nos vemos inmersos.

Las esferas sociales de una persona comprenden a sujetos que comparten factores en común como parentesco familiar, relación amical, relación laboral, etc. Sin embargo, este factor en común no es lo único que caracteriza la individualidad de los sujetos. Factores como el género, el origen, la orientación sexual, etc, también se hacen presentes dentro de las personas y sus esferas sociales. Por lo tanto, se requiere un manejo correcto de las relaciones interpersonales, para que las personas logren una mejor convivencia en los diferentes entornos sociales a los que se sienten pertenecidos.

La importancia de esta variable en el ámbito académico se ve reflejada en el decreto supremo N°010-2012-ED de la ley N°29719 que promueve la convivencia sin violencia en las instituciones educativas, en donde se busca garantizar las condiciones adecuadas de convivencia democrática entre los miembros de la

comunidad educativa. Esta convivencia democrática se ve definida como relaciones interpersonales horizontales, caracterizadas por el respeto y la valoración del otro.

Relaciones interpersonales durante la virtualidad

A pesar de que el entorno virtual lleva un buen tiempo siendo un medio en el que se desarrollan las relaciones interpersonales, se ha hecho evidente el incremento de esta clase de vínculos, que reemplazan a la interacción física/presencial, durante la pandemia por el Covid -19. Por ello, se ha considerado relevante analizar cómo han evolucionado y qué efectos han tenido en las personas.

Las redes sociales, sitios que incentivan el contacto social virtual por excelencia, no són el único medio donde este se lleva a cabo. Tanto en el contexto laboral como en el académico, se ha dado esta migración de espacios presenciales hacia ambientes virtuales. Con relación a los diversos beneficios de este entorno, (Sánchez, Prendes y Serrano, 2011) citados por (Bohórquez y Rodríguez, 2014) y (Ikemiyashiro, 2017) hablan sobre las bondades de estas plataformas como “espacios de interacción y desenvolvimiento para jóvenes con ansiedad social, ya que a través de los dispositivos electrónicos pueden tener fluidez en la comunicación”. (Ikemiyashiro, 2017, p.6) Además, como señala (Ross, 2006) citado por (Araujo, 2016) la importancia de las redes sociales y el impacto que tienen en los adolescentes y jóvenes adultos se basa en el hecho de que sus necesidades de comunicación, soporte y entretenimiento son saciadas mediante su uso. De igual forma, según (Echeburúa y Requesens, 2012) el hecho de poder

reafirmar su identidad ante el grupo, divertirse o sentirse cerca a sus amigos a través de las fotos y el contenido que publican, son factores fundamentales en estas etapas; sin embargo, existe también una amplia gama de aspectos negativos relacionados a su uso excesivo. Recientemente se ha podido corroborar la transformación que han sufrido las relaciones interpersonales durante la virtualidad, visibilizando el hecho de que la gente ha empezado a preferir la comodidad y facilidad del contacto no presencial por sobre el cara a cara. Para Cartagena (2019) esta situación permite identificar que:

“la conexión constante a redes sociales hace que las relaciones interpersonales con las personas que están de manera presencial se vean truncadas u obstaculizadas por una no presencia total del individuo ocasionando que el nexo empático en la era de la virtualidad haya transformado significativamente las relaciones con los demás; pues están más preocupados por las relaciones virtuales que por las relaciones con sus seres más cercanos.” (p.54)

Ello permite exponer un contexto que se vive hoy en día, en el cual las relaciones interpersonales podrían estar sufriendo modificaciones y alteraciones ocasionadas por la necesidad de conexión virtual y la satisfacción y beneficios que ella otorga a las personas, creando una realidad artificial ideal para ellos. Por otro lado, (Bauman, 2004) citado por (Cartagena, 2019) indica que “la cercanía virtual es más rápida y no exige mayor esfuerzo que otro tipo de cercanía, sin

embargo, para muchos sujetos esta no satisface de manera importante la necesidad de compañía.” (Cartagena, 2019, p.55)

Finalmente, basado en el estudio realizado por (Sánchez, Prendes y Serrano, 2011) citado por (Ikemiyashiro, 2017), donde se encontró que muchas de las interacciones que se llevan a cabo en las redes sociales virtuales son de carácter hostil y agresivo, poniendo como ejemplo a los blogs interactivos, “en los cuales los usuarios pueden realizar comentarios sobre diferentes temas y a menudo, personas con perfiles anónimos, utilizan sus cuentas para realizar críticas groseras y comentarios soeces” (Ikemiyashiro, 2017, p.7), se podría afirmar que no siempre son espacios seguros, y que a pesar de lo efectivo que puedan resultar para la comunicación, no se deberían perder las conexiones humanas presenciales.

Tipos de relaciones interpersonales

En lo que respecta a las relaciones interpersonales, se ha podido destacar tres tipos de ellas que guardan relación y relevancia con el trabajo de investigación.

Relaciones afectivas

Desde tiempos inmemoriales, el ser humano se ha visto catalogado, más allá de su individualidad, como un ser social. Su interacción con otros sujetos, ya sean miembros de su familia, amigos, compañeros de trabajo, o pareja juega un rol importante dentro de su desarrollo personal, delimitando rasgos de su identidad.

Se conoce como relación afectiva a todos aquellos vínculos sociales que se manifiestan mediante expresiones de afecto.

“Las distintas comunidades afectivas en las que interactúa el sujeto contemporáneo contribuyen de manera central para tejer el entramado emocional que rebasa al sujeto individual y le ubica en un entorno socio afectivo complejo y heterogéneo.” (Enriquez y López, 2018, p. 10). En base a esta afirmación las autoras dan a entender que la generación de generar relaciones afectivas es de vital importancia para el desenvolvimiento de un individuo en el entorno social en el que habita, viéndose esto reflejado en su capacidad para la convivencia en sociedad.

En tiempos donde la tecnología y la virtualidad han tomado un papel primordial en el día a día de las personas, se ha evidenciado el impacto que ello ha causado en las relaciones afectivas. Para (Marana, 2015) estos cambios esbozan un panorama donde los vínculos y las relaciones afectivas asumen nuevas características y se vuelven un ámbito de elección y cambio permanente, con el desarrollo de estos espacios virtuales y el avance de las herramientas para relacionarse en ellos.

Queda claro que este tipo de relaciones constituyen parte de la esencia de cada persona y son la base de su individualidad, por lo que es necesario reconocerlo, aceptarlo y brindarle la atención necesaria para la óptima formación del ser humano.

Relaciones familiares

Una definición muy próxima de las relaciones familiares a través del concepto de

relaciones intrafamiliares en donde afirman que estas son “las interconexiones que se dan entre los integrantes de cada familia. Incluye la percepción que se tiene del grado de unión familiar y el estilo de la familia para afrontar problemas o expresar emociones” (Pairumani, 2017, p.91). Asimismo, se rescata que en el Perú, se considera a la familia como “una comunidad donde conviven, crecen y se desarrollan las personas. Personas de diferente sexo, edad y nivel educativo. Personas formadas y en proceso de formación.” (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2007).

De esta manera, se puede comprender que las relaciones familiares no son un tipo de relación que se da únicamente por el lazo sanguíneo. La manera más adecuada de encontrar una relación familiar es a través de elementos como la convivencia y el desarrollo, por lo que se puede interpretar que las relaciones familiares representan un entorno de constantes enseñanzas y aprendizajes para la construcción de ideas del individuo. La comunicación dentro de las relaciones familiares, puede ser transmitida entre muchas generaciones por lo que la categorización de percepciones o también llamados prejuicios “no están determinados por el tipo de personalidad de cada uno, sino que todos nosotros lo empleamos porque lo aprendemos desde pequeños” (Olmo, 2015, p.14).

Relaciones laborales

Las relaciones laborales son un concepto que hace referencia “al sistema que las empresas, los trabajadores y sus representantes y, directa o indirectamente, la administración, interactúan con el fin de establecer las normas básicas que rigen las relaciones del trabajo” (Trebilcock, 2012, p.21.2). Este tipo de relación

interpersonal se encuentra únicamente en espacios de trabajo y puede desarrollarse de manera vertical como horizontal gracias a las jerarquizaciones que son propias del sistema empresarial. Asimismo, en las relaciones laborales encontramos una interactividad entre los sujetos que expone en el intercambio de diferentes tipos de habilidades, así como el intercambio de ideas construidas en otros ambientes sociales.

Los prejuicios son un factor que no se ve alejado de las relaciones laborales, estos muchas veces se convierten en una barrera para la diversidad en las relaciones, haciendo que solo existan vínculos con personas similares a uno mismo (Cabirta, 2019). Esta barrera dificulta al factor inclusión dentro de las relaciones laborales como es explicado en la teoría del gusto por la discriminación del economista Becker (1971), en dónde se plantea que “al empleador, al contar con prejuicios respecto a ciertas características personales, se le hace complejo tolerar la presencia de candidatos o trabajadores con estos rasgos, y prefiere sacrificar la productividad a cambio de ejercer sus prejuicios.” (Guataquí, Baquero y Sarmiento, 2000) citado en Meza (2018).

3.2.2. Prejuicios sociales

Origen de los prejuicios sociales

Se habla sobre los orígenes de los prejuicios sociales partiendo de una situación en la que se ve involucrado el hombre, quien siente la necesidad de recibir aprobación social y establecer vínculos que le permitan posicionarse en la

sociedad, hecho que puede llevarlo a cometer actos crueles en honor a esta postura. Se destaca también la relevancia de la religión con relación al origen, “casi siempre el prejuicio y la persecución han tenido otro fundamento; a menudo se han basado en la religión” (Allport, 1954, p.10). A pesar de rechazar por naturaleza propia el conflicto y la crueldad, prefiriendo la perspectiva de la bondad y amistad, el peso de la aceptación tiene gran influencia en el actuar del hombre. (Allport, 1954).

Con base en este dilema moral se empiezan a crear los prejuicios sociales, empleados como herramienta para que un individuo pueda demostrar su dominancia o superioridad sobre otro. Por otro lado, el mismo autor sostiene que:

“Llevó años de labor y miles de millones de dólares obtener el secreto del átomo, pero, aún mayores habrán de ser las inversiones necesarias para descubrir los secretos de la naturaleza irracional del hombre. Alguien ha dicho que es más fácil destruir un átomo que un prejuicio.” (p.9)

Se hace evidente que el campo de las relaciones humanas demuestra ser bastante amplio y complejo y probablemente quede mucho por estudiar y analizar, por lo que será necesario comprender, en primera instancia, de donde surgen estos prejuicios, para así evaluar sus posibles beneficios o las consecuencias negativas que podrían acarrear. El autor, además, hace énfasis en un concepto

enfocado en destacar la postura de no adscribir el prejuicio ni sus efectos, como la discriminación, a una sola fuente originaria, sino más bien a una causalidad múltiple, en la que los factores psicológicos se encuentran presentes, así como la explotación económica, la estructura social, las costumbres, el miedo, entre otros. (Allport, 1954).

En cuanto al significado de este concepto, el mencionado autor sostiene que una breve definición podría ser: “pensar mal de otras personas sin motivo suficiente” (Allport, 1954, p.21), pues se resaltan los dos factores esenciales que abarcan las demás definiciones; lo infundado del juicio y el tono afectivo. Sin embargo, la considera poco clara y unilateral, porque sólo hace referencia al aspecto negativo del prejuicio. “La gente puede ser prejuiciosa a favor de otros; puede pensar bien de ellos sin motivo suficiente” (p.21)

De esta forma, se podría llegar a concluir la importancia de tener la claridad de que las predisposiciones puedan ser tanto positivas como negativas, además del hecho de hacer el análisis profundo para comprender el fundamento o motivo que existe detrás de cada prejuicio.

Finalmente, se menciona la diferencia entre el error común de juicio y el prejuicio, afirmando que cuando una persona es capaz de reconocer y rectificar sus errores de juicio a la luz de nueva información, no se llega a formar un prejuicio, mientras que el prejuicio formado se resistirá activamente a toda evidencia que pueda perturbarlo. “Estamos propensos a reaccionar emocionalmente cuando se amenaza a un prejuicio con una contradicción. De modo que la diferencia entre los pre-juicios corrientes y el prejuicio está en que se puede discutir y rectificar un pre-juicio sin resistencia emocional”. (Allport, 1954; p. 24)

Como se mencionó anteriormente, resulta ser bastante complicado destruir prejuicios sociales formados, pues el factor emocional juega en contra, el orgullo de las personas y su necesidad de verse bien y tener la razón son puntos clave que nos remiten al origen de los prejuicios con la búsqueda de la aprobación. Será trabajo del hombre, si lo requiere o lo desea, encontrar la motivación suficiente para quebrarlos.

Tipos de prejuicios sociales

En lo que respecta a los prejuicios sociales, se ha podido destacar tres tipos de ellos que guardan relación y relevancia con el trabajo de investigación.

Prejuicios de origen

Los prejuicios de origen consisten en una generalización injustificada de individuos por ser parte de alguna región del Perú, algún otro país, por la etnia del sujeto e inclusive por el acento en el tono de comunicación verbal. La Defensoría del Pueblo asegura que gracias a los prejuicios de origen “sectores sociales restringen los derechos de determinadas personas por considerarlas diferentes e inferiores, debido a la apariencia física o a la pertenencia a un grupo étnico distinto al paradigma occidental. “(2007). De esta manera, los prejuicios de origen representan una problemática social que tiene como fin estigmatizar a las personas por una condición que los mismos no eligieron obtener. A pesar que en el marco jurídico peruano existen leyes en contra de actos de discriminación a las personas por su lugar de origen, diariamente en nuestros entornos y en nuestra comunicación se presentan casos de incidentes discriminatorios que toman como base a los prejuicios de origen. Espinosa et al. (2007) desarrolló un estudio sobre

estereotipos, prejuicios y exclusión social en el contexto peruano en donde afirma que:

“Se identificó la forma en que personas de niveles socioeconómicos medios y medio altos de Lima Metropolitana valoraban más a categorías sociales cuyas representaciones estereotípicas las posicionaban en una situación de alto estatus, como a los peruanos blancos, a los descendientes de asiáticos y a los mestizos, antes que, a grupos asociados a categorías sociales de bajo estatus, como los peruanos de origen andino, amazónico y los afroperuanos.”
(p.315)

De acuerdo a este estudio, los prejuicios de origen otorgan representaciones estereotípicas que hacen al lugar de procedencia un valor determinante para la asociación de la condición social de la persona.

En la actualidad un estudio presentado por Vilca-Quiroz et al. (2022) indica que “Los universitarios limeños no presentan una repulsión absoluta por ninguno de los tipos de migrantes y los prejuicios que se exponen no responden a características inherentes a los migrantes, sino a factores externos como el lugar de vivienda o vestimenta.” (p.34) Con relación a la conclusión mencionada, se evidencia una posición en dónde los prejuicios de origen aún se ven reflejados dentro de los espacios académicos, sin embargo, no en grados de aversión o fobia.

Prejuicios de género

Para la definición de la siguiente dimensión, se partirá de la siguiente conceptualización emitida por la Organización Mundial de la Salud (2018)

“El género se refiere a los roles, las características definidas por la sociedad que se consideran apropiados para los hombres, las mujeres, y las personas con identidades no binarias. El género es también producto de las relaciones entre las personas y puede reflejar la distribución de poder entre ellas. No es un concepto estático, sino que cambia con el tiempo y del lugar.”

De acuerdo a esta definición el género pertenece a un constructo social más que a un determinante biológico. De igual manera el género puede guardar relación con el sexo biológico, pero ambas no se corresponden forzosamente entre sí. Precisamente, al ser un constructo social, los prejuicios de género corresponden “a creencias y expectativas compartidas, dentro de una sociedad, acerca de las características que poseen (componente descriptivo) y deben poseer (componente prescriptivo) las mujeres y los hombres como grupos, sexual y genéricamente, diferentes” (Lemus, 2007) citado en (Pla et al 2013, p. 23). Los agentes educadores como la familia, las instituciones educativas y el entorno pueden determinar cuáles son los prejuicios de género que el individuo presentará en su comportamiento como en su tipo comunicación. El reforzamiento de los

prejuicios de género en los agentes anteriormente mencionados de acuerdo a Montes (2008) tienen origen en

“Las condiciones biológicas y sociales comunes a todos los grupos humanos donde, por una parte, los hombres son los que poseen el control estructural de las instituciones económicas, legales y políticas, pero, por otra parte, la reproducción sexual proporciona a las mujeres otro tipo de poder: el poder diádico. Éste se refiere al poder que procede de la dependencia en las relaciones entre dos personas, puesto que los hombres necesitan a las mujeres para la satisfacción de sus necesidades sexuales y la crianza de sus hijos. El poder diádico se refleja en casi todas las sociedades como diferentes formas de ideología: idealización de las mujeres como objetos amorosos, admirándolas por su rol como esposas y madres, y emitiendo conductas que denotan actitudes protectoras hacia ellas.” (p. 16)

Es así como la ideología del poder diádico nos permite encontrar la oposición hombre-mujer dentro de casi todos los entornos sociales. La condición de oposición hace referencia a la predominancia del primer concepto sobre el segundo, en este caso del hombre sobre la mujer. Es por ello que asociaciones a un hombre dominante y proveedor encuentra mayor aceptación frente a otras en dónde las mujeres adquieren una posición de poder o cuando los hombres adoptan condiciones no hegemónicas.

Prejuicios socioeconómicos

Partiendo desde un hecho de conocimiento general, como lo es la brecha de clases sociales que existe en el Perú, donde, según un informe de perfiles socioeconómicos emitido por IPSOS en el 2021, 1 de cada 3 hogares peruanos pertenecen al NSE E, representando al 35.3% de la población, mientras que tan solo un 1.0% pertenece al NSE A; se evidencia que la gran mayoría de personas en el país posee recursos limitados para solventar sus necesidades de vida. La falta de oportunidades a la que se enfrenta esta mayoría los mantiene en una posición marginada de la que no es sencillo salir. Este es el punto de partida para la creación de prejuicios socioeconómicos, los cuales pretenden juzgar o discriminar a las personas por sus limitaciones, creando estereotipos que definan y encasillen sus maneras de actuar y comportarse. Durante el gobierno del presidente Pedro Castillo y la coyuntura de la pandemia, mucho se ha escuchado la frase “el pobre es pobre porque quiere”. Esta no hace más que reafirmar una postura cruel, sesgada y perjudicial hacia este grupo que no tiene el control absoluto sobre su situación financiera.

Un extracto de una investigación publicada por Etchepare (2007) habla sobre la relación que existe entre el nivel socioeconómico y los prejuicios y estereotipos que los padres, consciente o inconscientemente, generan en sus hijos. En este caso, se aborda la perspectiva de género y se concluye que existe un grado de asociación entre el nivel socioeconómico y la presencia de estereotipos de género,

destacando factores como los valores y actitudes que se inculcan.

“Los padres de nivel socioeconómico bajo tienden a incentivar en sus hijas características personales “femeninas” como cariñosa, tierna y coqueta, por sobre otras características personales como valiente, competitiva o líder, atribuibles a los niños y viceversa. Cuando se les interroga sobre quién debe asumir el rol de proveedor económico de hogar, un porcentaje importante señala que es el papá, aun cuando existen las opciones ambos o cualquiera de los dos.” (p. 11)

La explicación que se brinda a esta situación se desarrolla dentro de los parámetros del acceso a la información y educación al que pueden acceder las personas de niveles socioeconómicos más bajos, quienes al tener menos recursos, muchas veces ven frustradas sus posibilidades de aprendizaje con relación a temas relevantes, “...siendo uno de ellos la sexualidad, no logrando producir los cambios necesarios y asumir enfoques más flexibles, razón por la cual se tiende a continuar reproduciendo los modelos aprendidos.” (Etchepare, 2007, p. 15)

3.3 Definición de términos básicos

Relaciones interpersonales: Relaciones que se establecen con distintos individuos como familiares, amistades o compañeros, en las que se expresa un intercambio constante de experiencias, sentimientos y conocimientos.

Relaciones afectivas: Se conoce como relación afectiva a todos aquellos vínculos sociales que se manifiestan mediante expresiones de afecto.

Relaciones laborales: Relaciones que se desarrollan dentro del ambiente de trabajo y en la que se ven involucrados los miembros de una empresa.

Relaciones familiares: Las interconexiones que se dan entre los integrantes de cada familia. Este es un tipo de relación que no está definida por el parentesco biológico.

Prejuicios sociales: Proceso de formación de un juicio que se emite para destacar ciertas características de otras personas o grupos sociales, pudiendo resultar en atribuciones infundadas o generalizadas.

Prejuicios de origen: Los prejuicios de origen consisten en una generalización injustificada de individuos por ser parte de alguna región del Perú, algún otro país, o por la etnia del sujeto.

Prejuicios socioeconómicos: Los prejuicios socioeconómicos pretenden juzgar o discriminar a las personas por sus limitaciones socioeconómicas, creando estereotipos que definan y encasillen sus maneras de actuar y comportarse.

Prejuicios de género: Creencias y expectativas compartidas, dentro de una sociedad, acerca de las características que poseen (componente descriptivo) y

deben poseer (componente prescriptivo) las mujeres y los hombres como grupos, sexual y genéricamente, diferentes.

Virtualidad académica: Desarrollo de las dinámicas académicas, aprendizaje y enseñanza, a través del entorno virtual / digital.

Estereotipos: Concepto o idea que percibe un conjunto de personas y es aceptado socialmente.

HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1. Formulación de hipótesis principales y derivadas

4.1.1. Hipótesis principal

Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios sociales en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

4.1.2. Hipótesis derivadas

Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de origen en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios socioeconómicos en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de género en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.

4.2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
V I: Relaciones Interpersonales	Son los distintos tipos de relaciones que establecemos con individuos en diferentes esferas sociales en donde se encuentran familiares, amigos, compañeros, etc.	Las relaciones interpersonales de un individuo se clasifican de acuerdo a su configuración por lo que en el mismo encontramos relaciones afectivas, relaciones familiares y relaciones laborales.	Relaciones Afectivas	Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida	ORDINAL	1	ENCUESTA	MUY EN DESACUERDO	ALGO EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	ALGO DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
				Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.		2						
				Los prejuicios sociales no son un impedimento para el desarrollo de mis relaciones afectivas.		3						
			Percibo en mis relaciones laborales una jerarquía horizontal.	4								
			He percibido cuestionamientos hacia mis capacidades, que respondan a prejuicios sociales, en mi ambiente laboral	5								
			Relaciones Laborales	Considero que los prejuicios sociales forman parte de la toma de decisiones en mi ambiente laboral		6						
			Relaciones Familiares	Considero que mis relaciones familiares han sido un entorno de aprendizaje		7						
			Recibo, aprecio y aplico los comentarios y consejos que me brinda mi entorno familiar, los mantengo involucrados en mi vida.	8								
			He notado cómo los prejuicios sociales han afectado a algún miembro de mi entorno familiar.	9								
			Los prejuicios sociales desarrollados dentro de mis relaciones familiares han impedido que cumpla algunos de mis ideales.	10								
V D: Prejuicios Sociales	Un pensamiento a priori generalmente negativo sobre un grupo social en su totalidad o hacia un sujeto por su pertenencia a un grupo determinado.	Los prejuicios sociales se pueden determinar de acuerdo a una característica en particular, por lo que existen prejuicios de origen, prejuicios socioeconómicos y prejuicios de género.	Prejuicios de origen	He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social	ORDINAL	1	ENCUESTA	MUY EN DESACUERDO	ALGO EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	ALGO DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
				He difundido algún prejuicio de origen negativo sobre alguna persona de mi entorno		2						
				He sentido que me tratan diferente por el lugar de donde vengo		3						
			He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad ISIL.	4								
			Considero que la brecha socioeconómica en mi país es muy amplia y favorece solo a una minoría.	5								
			La pandemia hizo que sintiera un golpe fuerte en mi economía y me permitió reflexionar sobre lo que poseo	6								
			Prejuicios socioeconómicos	He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad		7						
			Considero relevante reflexionar sobre los efectos negativos que traen los prejuicios de género	8								
			Prejuicios de género	Prefiero no intervenir cuando soy testigo de comentarios que refuerzan los prejuicios de género		9						
			Me involucro activamente en las acciones que buscan equilibrar las diferencias de género	10								
			He sido víctima de algún tipo de violencia (física, psicológica o verbal) relacionada a mi género dentro de la comunidad Isil.	11								
			He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.	12								

Figura 1:

Operacionalización de variables

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Diseño metodológico

El diseño metodológico del trabajo de investigación se estructura de la siguiente manera:

- **Tipo: Aplicada**

La investigación es de tipo aplicada debido a que tiene como objetivo presentar una solución directa hacia una problemática actual y hacer énfasis en su relevancia, pues de no ser abordada con criterio o minimizar su posible impacto, podría resultar en un conflicto social.

- **Enfoque: Cuantitativo**

Tiene un enfoque cuantitativo, debido a que cuenta con herramientas metodológicas de este tipo. En este caso empleamos como instrumento las encuestas.

- **Diseño: Descriptivo**

A través de los instrumentos mencionados anteriormente, el diseño de investigación propuesto es descriptivo porque se identifica y describe la percepción de la muestra en función a las variables desarrolladas a lo largo del estudio.

- **Nivel: Correlacional**

El nivel del presente trabajo es tipo descriptivo-correlacional, pues se pretende determinar una correlación entre las variables seleccionadas: “Relaciones interpersonales” y “Prejuicios Sociales”.

5.2. Diseño Muestral

El tipo de diseño muestral es probabilístico por conveniencia porque existe facilidad de acceso y disponibilidad de los sujetos que formarán parte de la investigación. El campo está determinado por el espacio físico en dónde se desarrollará la investigación, mientras que la población y muestra permiten un acercamiento mayor hacia los sujetos.

5.3. Población

La población del presente trabajo de investigación está conformada por los estudiantes, docentes y personal administrativo de la comunidad Isil, los cuales ejercen distintos roles, pero se ven vinculados por las actividades académicas que realizan y el espacio en el que se encuentran.

5.4. Muestra

La muestra está conformada por 64 alumnos de las carreras de tecnología de la información, dirección de negocios globales y dirección publicitaria, pertenecientes a Escuela Isil, programa que otorga el grado de bachiller a sus egresados. 50 docentes escogidos aleatoriamente y 30 colaboradores

administrativos también escogidos aleatoriamente, miembros de la Comunidad Isil.

5.5. Técnica de recolección de datos

La técnica de recolección de datos fue una encuesta desarrollada a través de la herramienta del cuestionario, el cual fue compuesto por 24 ítems y distribuido de manera aleatoria dentro la muestra seleccionada, siendo difundida con el apoyo de los medios digitales.

5.6. Técnicas estadísticas de procesamiento de información

La técnica estadística de procesamiento de información escogida para el presente trabajo de investigación fue llevada a cabo a través del software SPSS Statistics de IBM (versión 28.0.0.0 (190)), utilizando el análisis estadístico descriptivo y el coeficiente de correlación de Spearman, de acuerdo a los valores y niveles de correlación.

5.7. Resultados

5.7.1. Análisis descriptivo

Tabla 1

¿A qué rango de edad perteneces?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	16-23	11	7.6	7.6	7.6
	24-29	47	32.6	32.6	40.3
	30-35	15	10.4	10.4	50.7
	35-40	15	10.4	10.4	61.1
	40 a más	56	38.9	38.9	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

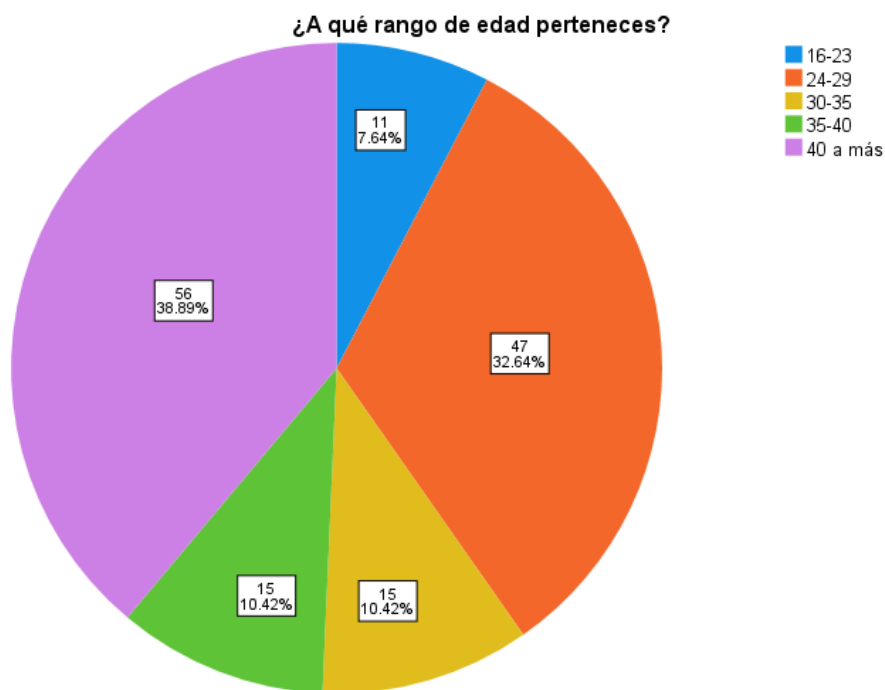


Figura 2:

¿A qué rango de edad perteneces?

De acuerdo a la figura presentada un 38.9% de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 40 años a más. El segundo rango de edad más representativo que mostraron los resultados fue el rango de 24 a 29 años con un

32.64%. Los rangos de edad de 30 a 35 años y 35 a 40 años mantienen el mismo porcentaje de representación con 10.42% respectivamente. El rango de edad con menor porcentaje es el de 16 a 23 años con 7.64%.

Tabla 2

¿Cuál es tu género?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	78	54.2	54.2	54.2
	Femenino	65	45.1	45.1	99.3
	Prefiero no decirlo	1	.7	.7	100.0
Total		144	100.0	100.0	

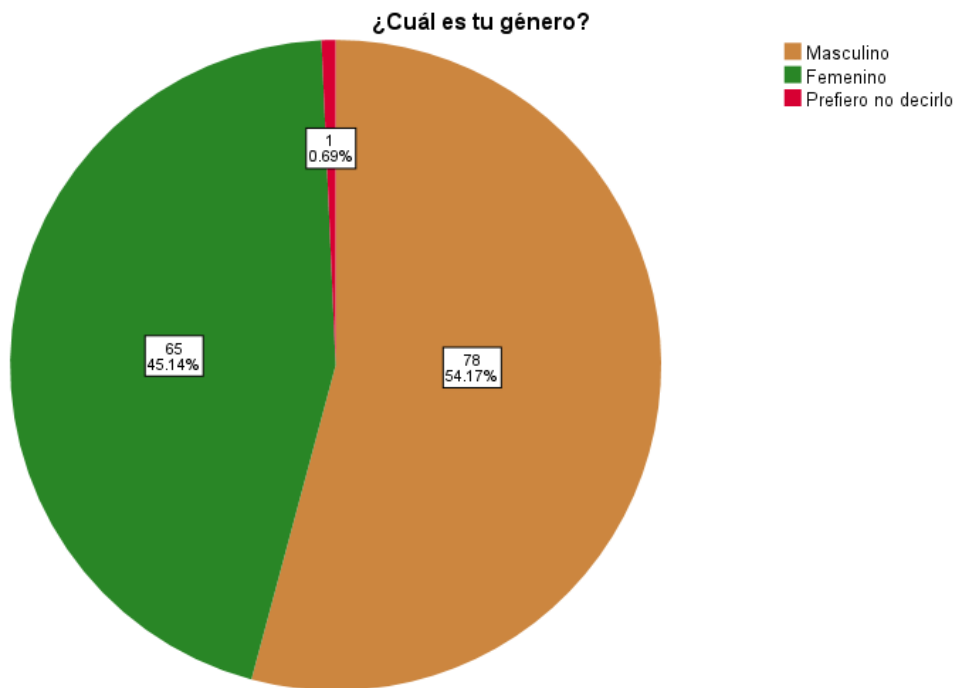


Figura 3:

¿Cuál es tu género?

La figura demuestra que el 54.17% de los encuestados son del género masculino, 45.14% son del género femenino, mientras que 0.69% prefiere no especificar su género.

Tabla 3

¿Cuál es tu rol dentro de la comunidad Isil?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	64	44.4	44.4	44.4
	Docente	50	34.7	34.7	79.2
	Colaborador administrativo	30	20.8	20.8	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

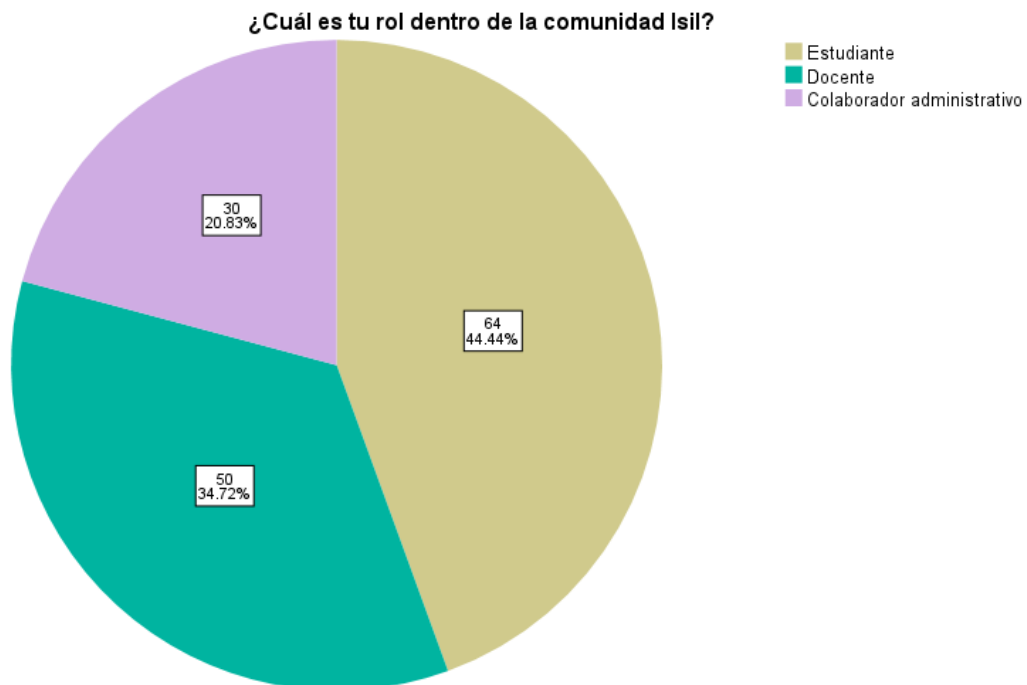


Figura 4:

¿Cuál es tu rol dentro de la comunidad Isil?

La figura determina cuál es el rol que desempeñan los encuestados, distribuyéndose de la siguiente manera. 44.44% de estos son estudiantes de la comunidad Isil. 34.72% de los encuestados son docentes de la comunidad Isil, a

su vez 20.83% de los encuestados son colaboradores administrativos de la comunidad Isil.

Tabla 4

Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Algo en desacuerdo	1	.7	.7	.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	6.9	6.9	7.6
	Algo de acuerdo	39	27.1	27.1	34.7
	Muy de acuerdo	94	65.3	65.3	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

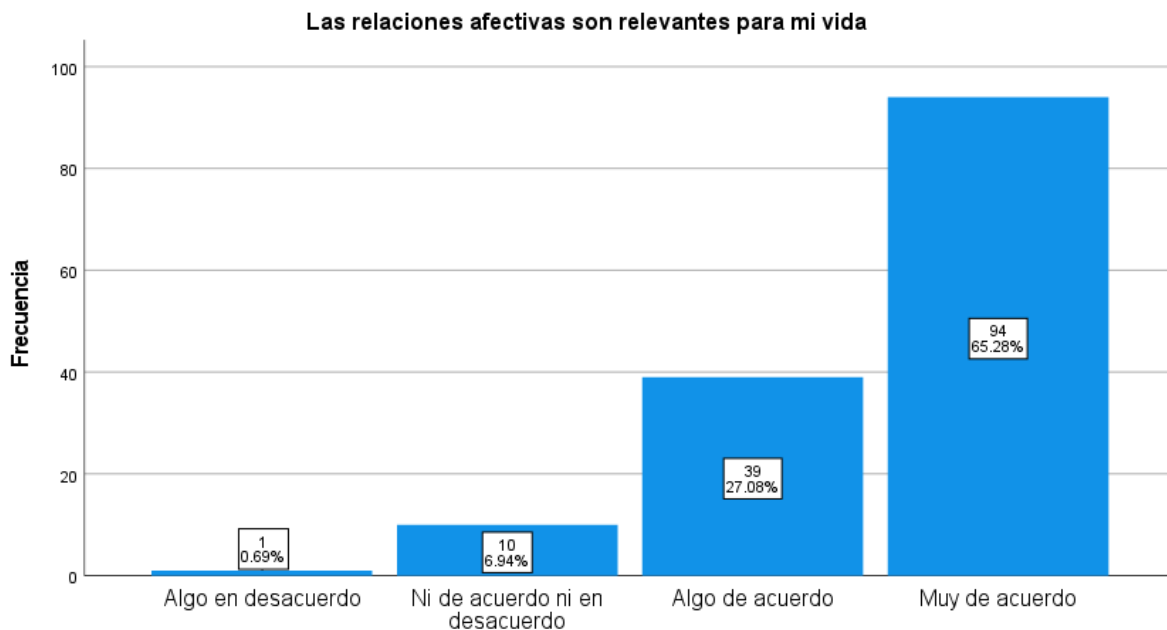


Figura 5:

Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida

En relación a la afirmación “Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida” un 65.28% de los encuestados se mostraron muy de acuerdo con la afirmación. Un 27.08% se muestra algo de acuerdo. El 6.94% de los encuestados se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que un 0.69% se mostraron algo en desacuerdo. Ninguno de los encuestados se mostró

muy en desacuerdo. Respecto a esta distribución porcentual se interpreta que los encuestados, integrantes de la comunidad Isil, en su mayoría considera a las relaciones afectivas importantes para su vida, siendo mínimo el número de encuestados que se muestran en disconformidad con esta afirmación. Por lo tanto, las relaciones interpersonales tienen una gran significancia para el público en cuestión, se podría decir que las valoran.

Tabla 5

Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	24.3	24.3	24.3
	Algo en desacuerdo	21	14.6	14.6	38.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	25.0	25.0	63.9
	Algo de acuerdo	41	28.5	28.5	92.4
	Muy de acuerdo	11	7.6	7.6	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

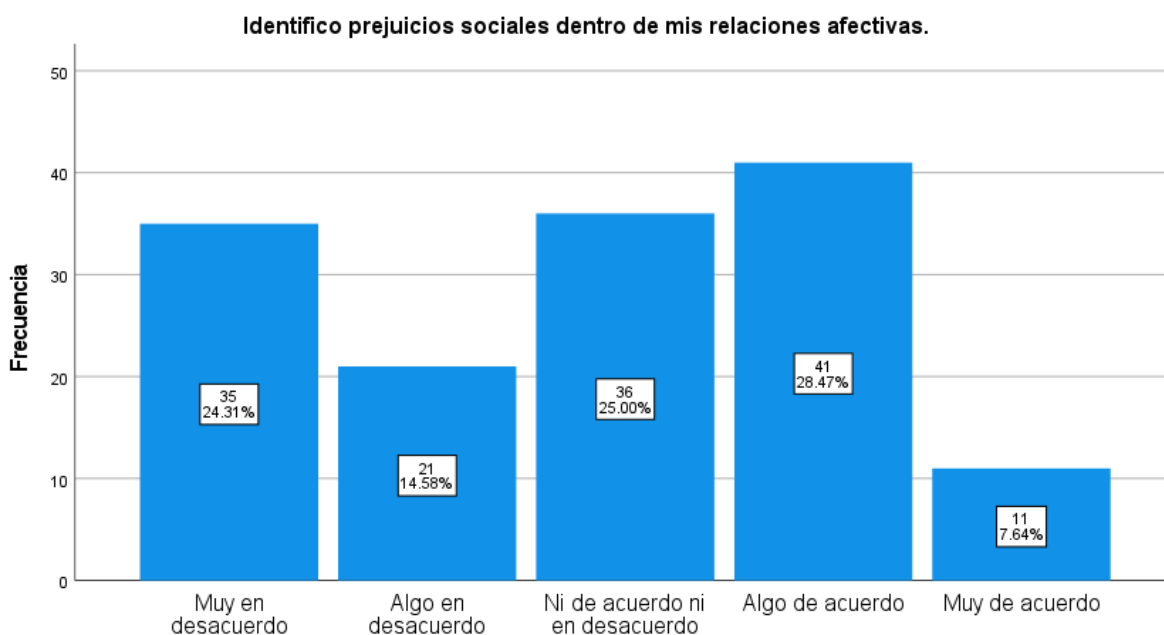


Figura 6:

Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.

En el gráfico presentado se visibiliza a una mayoría del 28.47% demostrando sentirse algo de acuerdo con la afirmación “Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas”. Por otro lado, un 25% se muestra neutral, ni de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que un 24.31% expresa estar muy en desacuerdo, un 14.58% algo en desacuerdo y finalmente un 7.64% muy de acuerdo. Dicha representación porcentual revela que los encuestados, miembros de la comunidad Isil, en su mayoría, son capaces de reconocer con cierta facilidad los prejuicios que se desarrollan dentro de sus relaciones afectivas, por lo tanto, se podría intuir que, al ser capaces de reconocerlos en este aspecto, existe la probabilidad de que puedan reconocerlos también en otros ámbitos de sus vidas.

Tabla 6

Los prejuicios sociales no son un impedimento para el desarrollo de mis relaciones afectivas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	13	9.0	9.0	9.0
	Algo en desacuerdo	9	6.3	6.3	15.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	26.4	26.4	41.7
	Algo de acuerdo	38	26.4	26.4	68.1
	Muy de acuerdo	46	31.9	31.9	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

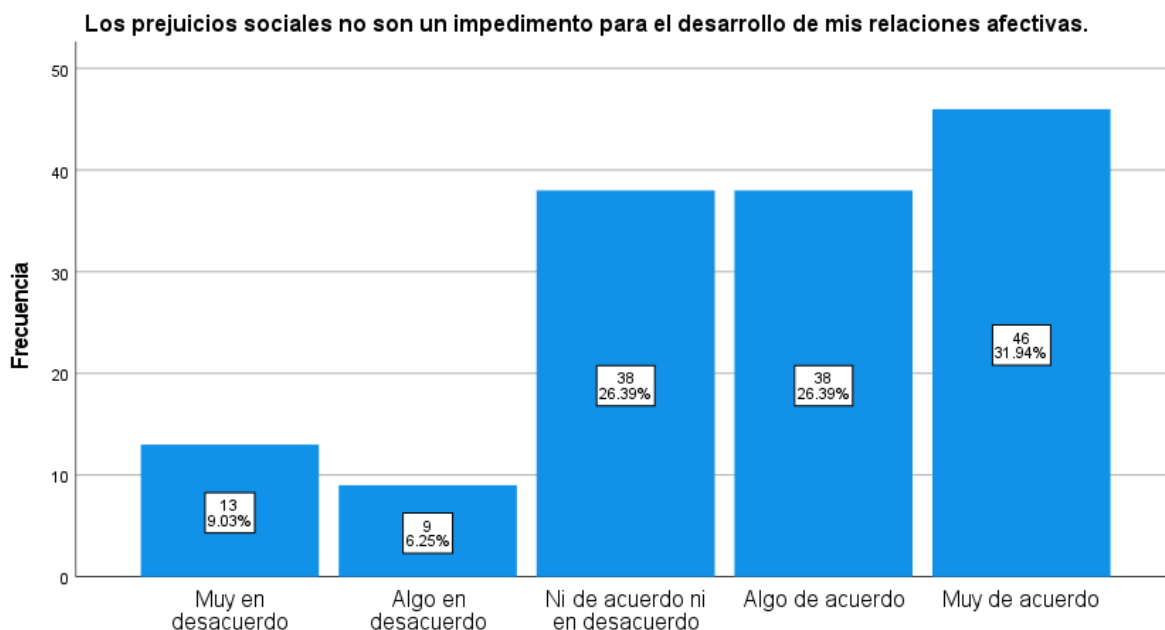


Figura 7:

Los prejuicios sociales no son un impedimento para el desarrollo de mis relaciones afectivas.

Dentro de la figura se determina la frecuencia porcentual de los encuestados frente a la afirmación “Los prejuicios sociales no son un impedimento para el desarrollo de mis relaciones afectivas” un 31.94% de los encuestados se mostraron muy de acuerdo frente a la afirmación. 26.39% de los encuestados de la comunidad Isil se mostraron algo de acuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la afirmación respectivamente. Un 6.25% se mostró algo en desacuerdo y un 9.03% de los encuestados se mostró muy en desacuerdo. De acuerdo a esta representación más del 70% encuestados no consideran a los prejuicios sociales un impedimento para el desarrollo de sus relaciones afectivas, permitiéndose conocer a nuevas personas sin la intervención de los prejuicios sociales.

Tabla 7

Percibo en mis relaciones laborales una jerarquización horizontal.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	6	4.2	4.2	4.2
	Algo en desacuerdo	23	16.0	16.0	20.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	26.4	26.4	46.5
	Algo de acuerdo	49	34.0	34.0	80.6
	Muy de acuerdo	28	19.4	19.4	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

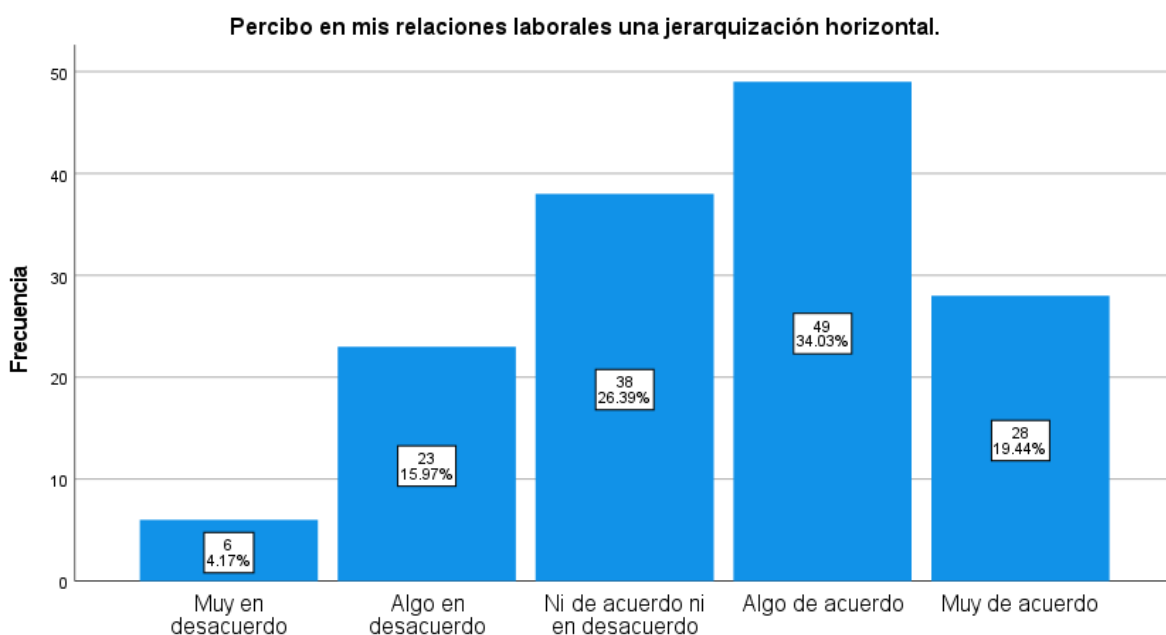


Figura 8:

Percibo en mis relaciones laborales una jerarquización horizontal.

La figura 7 define la percepción de los encuestados frente a la afirmación “Percibo en mis relaciones laborales una jerarquización horizontal”, sosteniendo que una mayoría del 34.03% se identifica como algo de acuerdo en relación a esta. Asimismo, un 26.39% evidencia una postura neutral, mostrándose ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 19.44% manifiesta estar muy de acuerdo, mientras que un 15.97% algo en desacuerdo y un 4.17% muy en desacuerdo con dicha afirmación.

La información porcentual remitida visibiliza el hecho de que, en mayor porcentaje, los encuestados consideran que existe una jerarquización horizontal dentro de sus ambientes laborales, lo que podría llevar a concluir que la mayoría se desenvuelve en espacios de trabajo óptimos, en los que se generan relaciones de respeto, confianza o tolerancia.

Tabla 8

En mi ambiente laboral, he percibido cuestionamientos hacia mis capacidades, que respondían a prejuicios sociales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	76	52.8	52.8	52.8
	Algo en desacuerdo	23	16.0	16.0	68.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	14.6	14.6	83.3
	Algo de acuerdo	18	12.5	12.5	95.8
	Muy de acuerdo	6	4.2	4.2	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

En mi ambiente laboral, he percibido cuestionamientos hacia mis capacidades, que respondían a prejuicios sociales.

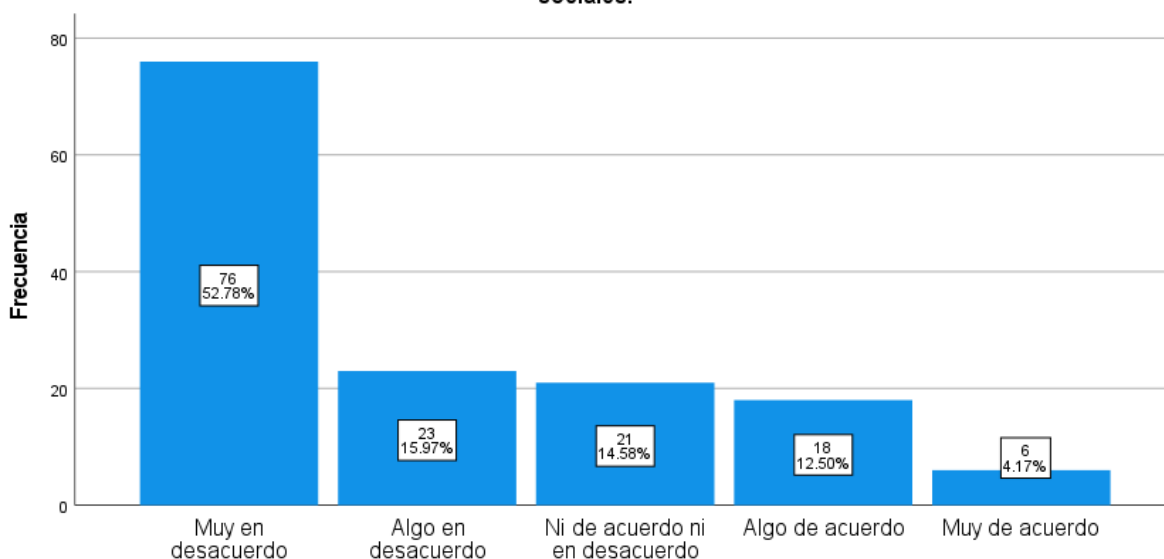


Figura 9:

En mi ambiente laboral, he percibido cuestionamientos hacia mis capacidades, que respondían a prejuicios sociales.

Respecto a la afirmación “En mi ambiente laboral, he percibido cuestionamientos hacia mis capacidades, que respondían a prejuicios sociales” un 52.78% de los encuestados se mostró muy en desacuerdo con la afirmación. Un 15.37% y 14.58% de los encuestados se mostraron algo en desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo respectivamente. Un 12.50% de los encuestados de la comunidad Isil se mostró algo en desacuerdo, mientras que un 4.17% respondió sentirse muy de acuerdo frente a la afirmación. Dichos porcentajes representan la percepción de los encuestados frente a los prejuicios sociales dentro de sus relaciones laborales. Estos en su mayoría no consideran que sus capacidades se vean cuestionadas por los prejuicios sociales, sin embargo, existe un grupo representado por 16.67% de los encuestados que perciben a los prejuicios sociales como un factor de cuestionamiento dentro de sus relaciones laborales. Por lo tanto, se puede afirmar que aún existe la presencia de prejuicios sociales, a pesar de no darse en gran escala, dentro de las relaciones laborales de los encuestados de la comunidad Isil.

Tabla 9

Considero que los prejuicios sociales forman parte de la toma de decisiones en mi ambiente laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	60	41.7	41.7	41.7
	Algo en desacuerdo	33	22.9	22.9	64.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	17.4	17.4	81.9
	Algo de acuerdo	23	16.0	16.0	97.9
	Muy de acuerdo	3	2.1	2.1	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

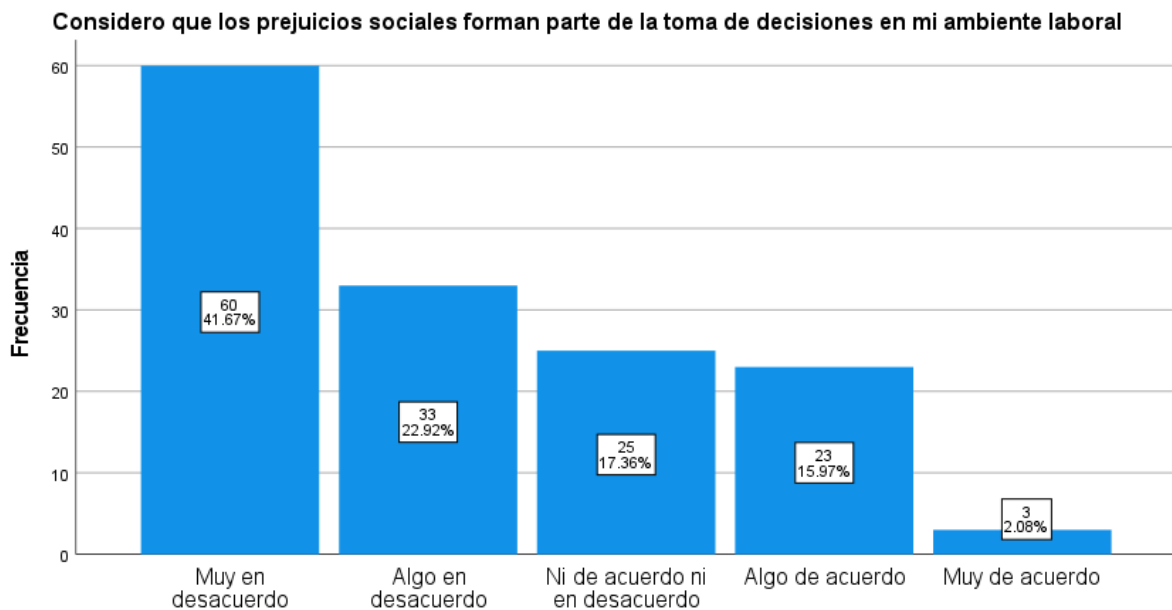


Figura 10:

Considero que los prejuicios sociales forman parte de la toma de decisiones en mi ambiente laboral

En relación a la afirmación “Considero que los prejuicios sociales forman parte de la toma de decisiones en mi ambiente laboral”, se hace evidente que una gran mayoría, el 41.67% se muestra muy en desacuerdo, mientras que un 22.92% manifiesta estar algo en desacuerdo, un 17.36% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 15.97% algo de acuerdo y finalmente un pequeño porcentaje, correspondiente al 2.08% afirma estar muy de acuerdo. Estas percepciones se ven reflejadas en la distribución porcentual que permite concluir que la mayoría de encuestados pertenecientes a la comunidad Isil consideran que los prejuicios sociales no juegan un rol protagónico ni son relevantes al momento de tomar decisiones en el ambiente laboral. Por lo tanto, se refuerza lo descrito en la tabla 7 sobre la jerarquización laboral, que se da de forma horizontal, siendo esto coherente con este análisis, pues ambas situaciones generarían un ambiente de trabajo óptimo.

Tabla 10

Considero que mis relaciones familiares han sido un entorno de aprendizaje.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	.7	.7	.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	5.6	5.6	6.3
	Algo de acuerdo	40	27.8	27.8	34.0
	Muy de acuerdo	95	66.0	66.0	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

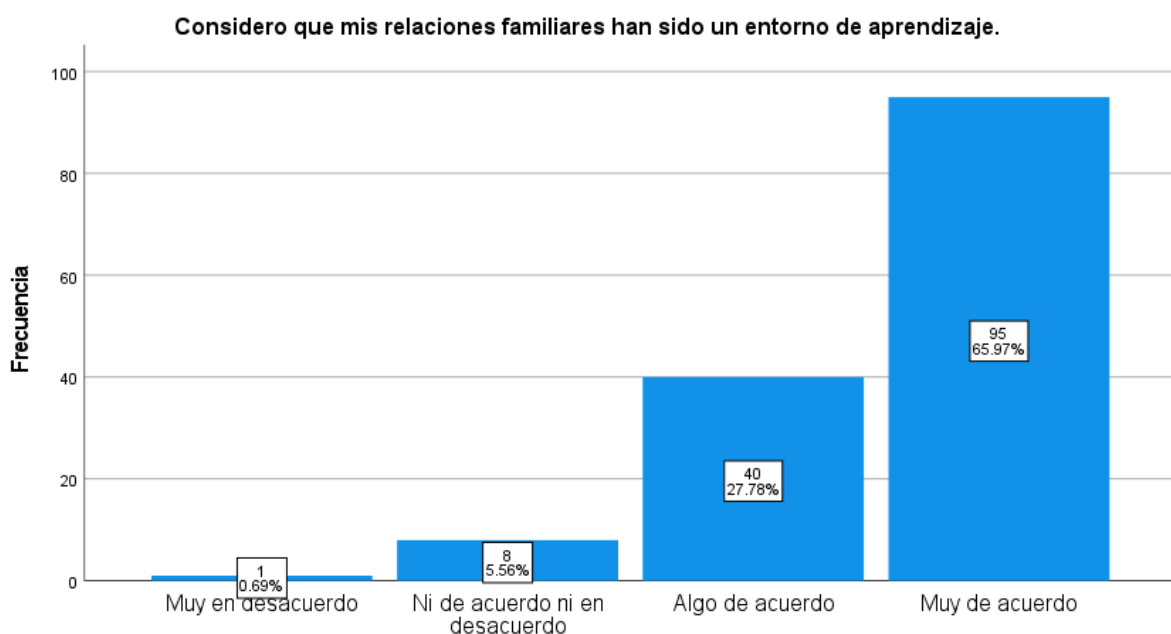


Figura 11:

Considero que mis relaciones familiares han sido un entorno de aprendizaje.

De acuerdo a la figura, un 65.97% de los encuestados se muestran muy de acuerdo frente a la afirmación "Considero que mis relaciones familiares han sido un entorno de aprendizaje". Un 27.76% algo en desacuerdo, mientras que un 5.56% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación. Un bajo 0.69% de los encuestados considera encontrarse muy en desacuerdo con la afirmación presentada. Ninguno de los encuestados se mostró muy en desacuerdo. De esta forma, un 93.76% de los encuestados de la comunidad Isil

se encuentran muy de acuerdo y de acuerdo con la afirmación, demostrando que las relaciones familiares de los sujetos de estudio representan un entorno de aprendizaje para ellos. Esto brinda gran significancia teórica a las relaciones familiares como dimensión de las relaciones interpersonales.

Tabla 11

Recibo, aprecio y aplico los comentarios y consejos que me brinda mi entorno familiar, los mantengo involucrados en mi vida.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	1.4	1.4	1.4
	Algo en desacuerdo	4	2.8	2.8	4.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	11.1	11.1	15.3
	Algo de acuerdo	50	34.7	34.7	50.0
	Muy de acuerdo	72	50.0	50.0	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

Recibo, aprecio y aplico los comentarios y consejos que me brinda mi entorno familiar, los mantengo involucrados en mi vida.

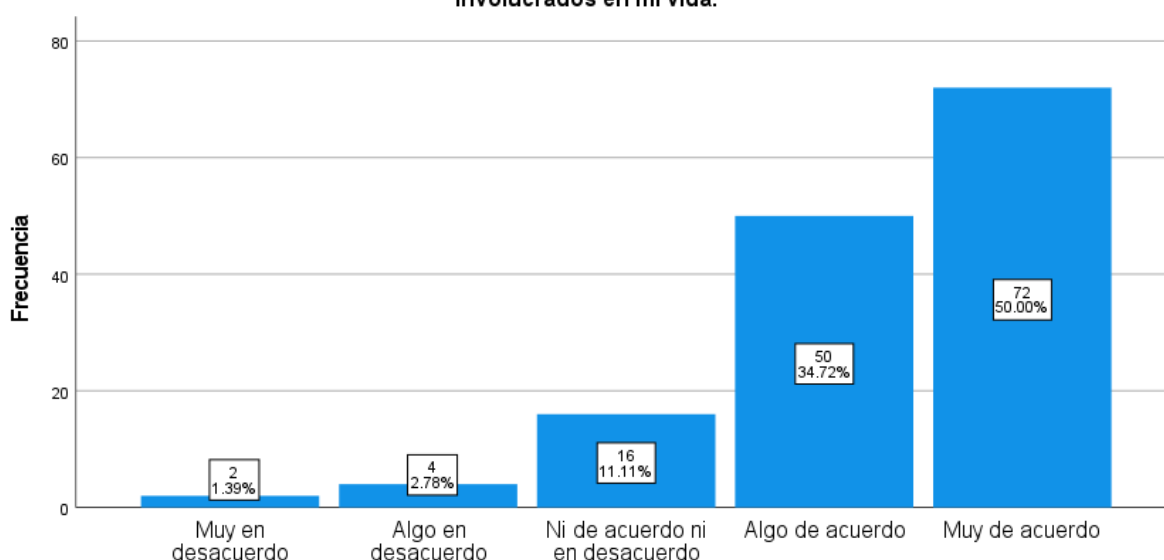


Figura 12:

Recibo, aprecio y aplico los comentarios y consejos que me brinda mi entorno familiar, los mantengo involucrados en mi vida.

La siguiente figura guarda relación con la afirmación “Recibo, aprecio y aplico los comentarios y consejos que me brinda mi entorno familiar, los mantengo involucrados en mi vida.”

involucrados en mi vida” y pone en evidencia que la mitad de encuestados, el 50% se identifica con la expresión muy de acuerdo para darle respuesta. Asimismo, el 34.72% manifiesta sentirse algo de acuerdo, el 11.11% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 2.78% indica estar algo en desacuerdo y el 1.39% muy en desacuerdo. Dichos resultados porcentuales permiten concluir que la gran mayoría de encuestados mantiene vínculos cercanos con sus familiares y aprecian sus consejos, valoran sus relaciones familiares, pues son relevantes para sus vidas.

Tabla 12

He notado cómo los prejuicios sociales han afectado a algún miembro de mi entorno familiar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	25	17.4	17.4	17.4
	Algo en desacuerdo	25	17.4	17.4	34.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	20.8	20.8	55.6
	Algo de acuerdo	39	27.1	27.1	82.6
	Muy de acuerdo	25	17.4	17.4	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

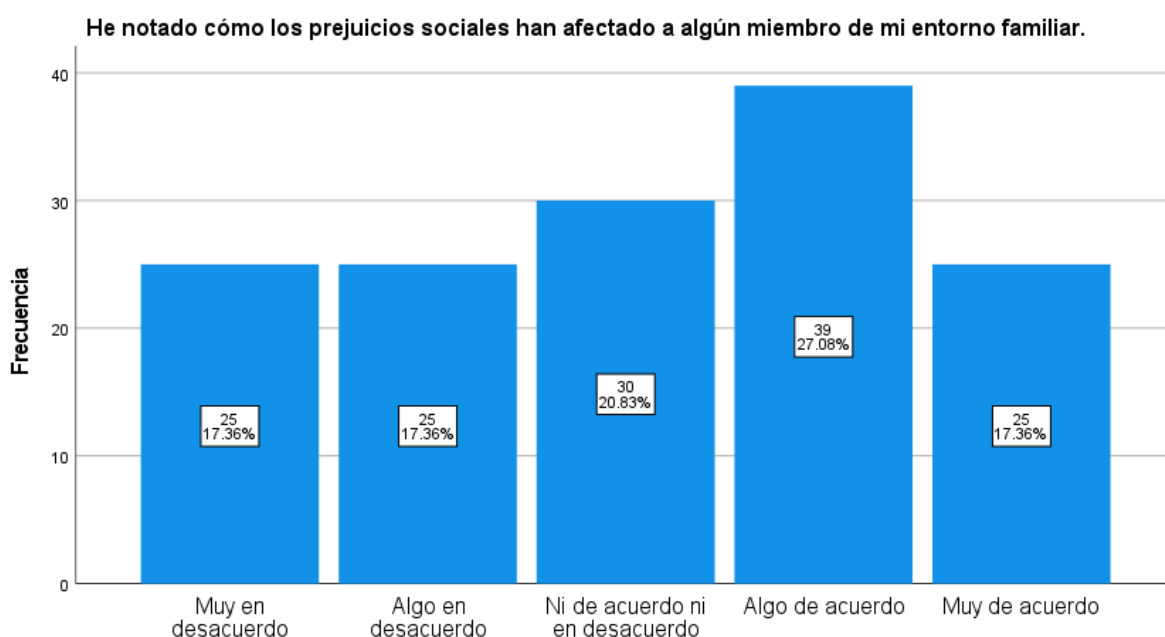


Figura 13:

He notado cómo los prejuicios sociales han afectado a algún miembro de mi entorno familiar.

La siguiente figura detalla la percepción de los encuestados con respecto a la afirmación “He notado cómo los prejuicios sociales han afectado a algún miembro de mi entorno familiar”, dando a entender que una mayoría, representada por el 27.08%, se muestra algo de acuerdo con dicha expresión, mientras que un porcentaje ligeramente menor, 20.83%, toma una postura neutral asegurando que no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo. Finalmente se aprecia un empate entre las opciones restantes, tanto muy en desacuerdo, algo en desacuerdo, como muy de acuerdo alcanzan un porcentaje del 17.36%. Este resultado es bastante peculiar, pues genera una tendencia inconsecuente y variada en la percepción hacia esta afirmación. A pesar de que la mayoría se considere algo de acuerdo, evidenciando el hecho de haber vivido situaciones familiares que llevaron a alguno de los miembros a conformarse con encajar en los prejuicios sociales impuestos, podría decirse que las distintas experiencias de vida generaron este desenlace diverso.

Tabla 13

Los prejuicios sociales desarrollados dentro de mis relaciones familiares han impedido que cumpla algunos de mis ideales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	54	37.5	37.5	37.5
	Algo en desacuerdo	35	24.3	24.3	61.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	16.0	16.0	77.8
	Algo de acuerdo	26	18.1	18.1	95.8
	Muy de acuerdo	6	4.2	4.2	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

Los prejuicios sociales desarrollados dentro de mis relaciones familiares han impedido que cumpla algunos de mis ideales.

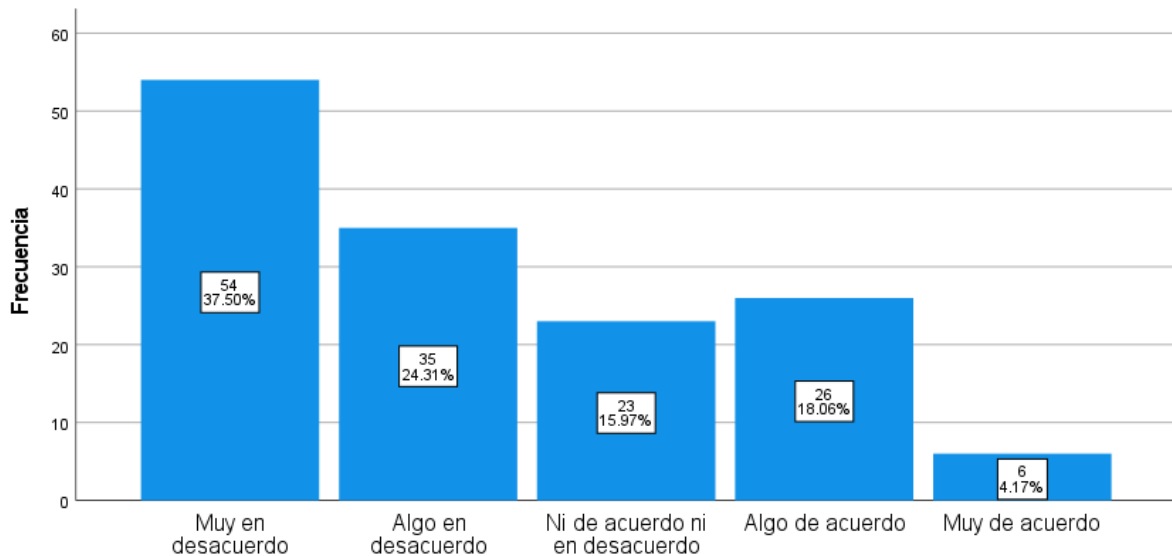


Figura 14:

Los prejuicios sociales desarrollados dentro de mis relaciones familiares han impedido que cumpla algunos de mis ideales.

Con respecto a la afirmación “Los prejuicios sociales desarrollados dentro de mis relaciones familiares han impedido que cumpla algunos de mis ideales”, la figura hace visible el resultado más votado por los encuestados, en el que el 37.50% se manifiesta muy en desacuerdo al darle respuesta. De igual modo, un 24.31% se muestra algo en desacuerdo, mientras que el 15.97% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18.06% algo de acuerdo y el 4.17% muy de acuerdo. Con ello se evidencia que la mayor parte de los encuestados no considera que los prejuicios sociales desarrollados dentro de sus relaciones familiares hayan intervenido o los hayan limitado al momento de cumplir con sus planes e ideales. Sin embargo, destaca un porcentaje relevante de encuestados que indica que si se siente algo de acuerdo ante esta situación. Como se mencionó anteriormente, esto podría responder a las distintas experiencias de vida de los participantes.

Tabla 14

He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	26	18.1	18.1	18.1
	Algo en desacuerdo	33	22.9	22.9	41.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	24.3	24.3	65.3
	Algo de acuerdo	41	28.5	28.5	93.8
	Muy de acuerdo	9	6.3	6.3	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social.

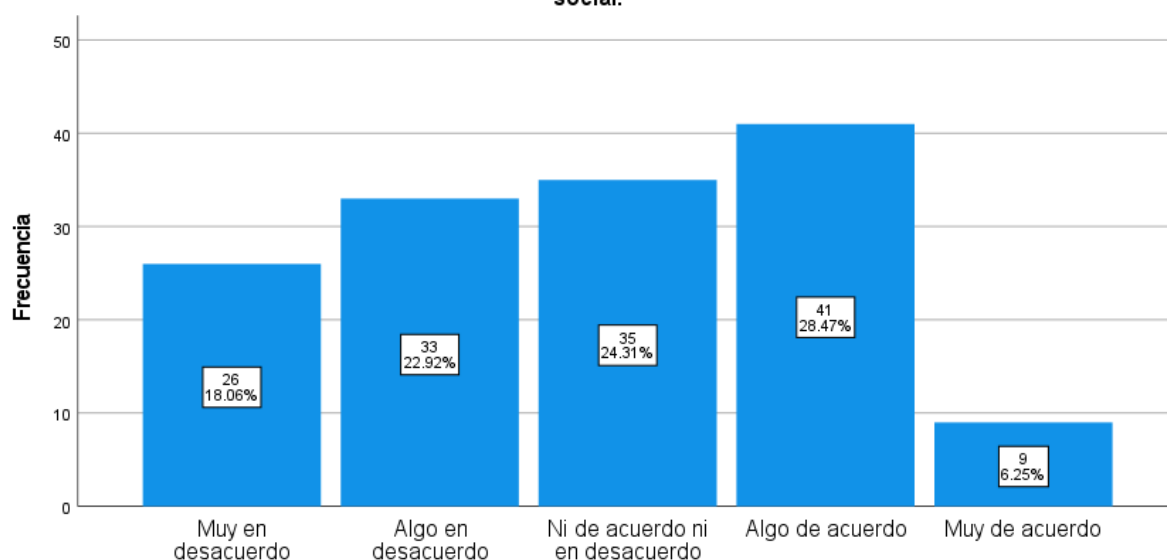


Figura 15:

He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social.

La figura en cuestión precisa los resultados de la percepción de los encuestados con respecto a la expresión “He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social”. Se puede observar que una mayoría representada por el 28.47% afirma mostrarse algo de acuerdo en base a dicha afirmación. Mientras tanto, un 24.31% se mantiene neutral, ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 22.92% sostiene estar algo

en desacuerdo, un 18.06% muy en desacuerdo y finalmente un 6.25% muy de acuerdo. En base a estos resultados se puede interpretar que una mayoría reconoce no haber sido consciente del impacto que los prejuicios de origen pueden representar para las personas de su entorno. La zona imparcial tiene también un porcentaje significativo, lo que podría demostrar cierta falta de interés por parte de los encuestados con relación al tema.

Tabla 15

He difundido algún prejuicio de origen negativo sobre alguna persona de mi entorno.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	58	40.3	40.3	40.3
	Algo en desacuerdo	45	31.3	31.3	71.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	13.9	13.9	85.4
	Algo de acuerdo	17	11.8	11.8	97.2
	Muy de acuerdo	4	2.8	2.8	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

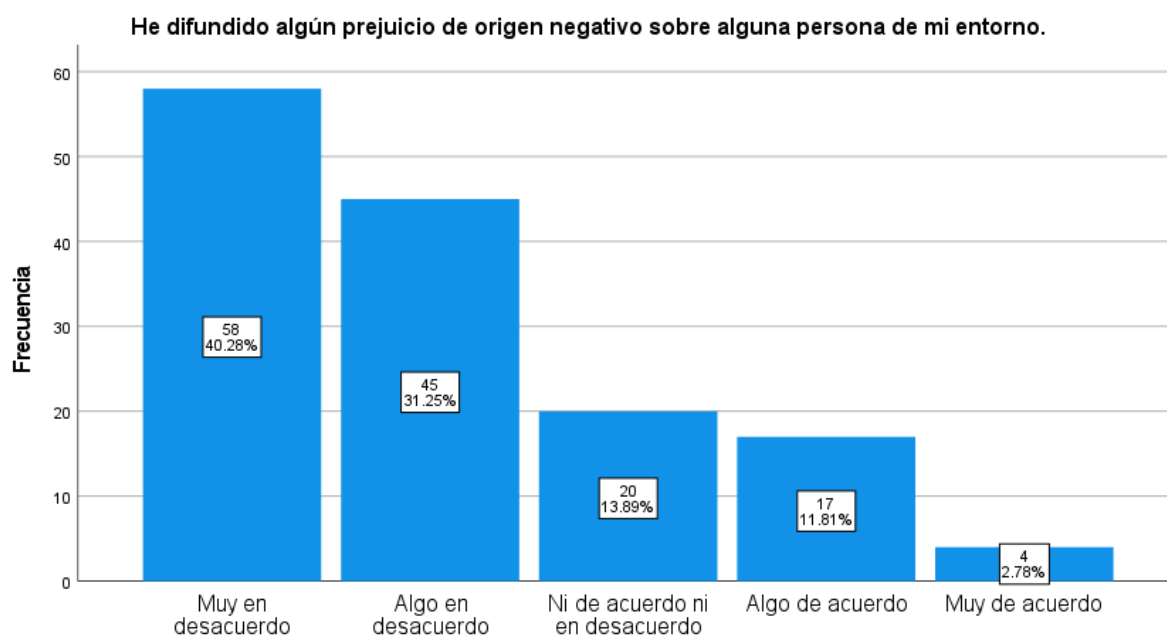


Figura 16:

He difundido algún prejuicio de origen negativo sobre alguna persona de mi entorno.

Tratándose de la afirmación “He difundido algún prejuicio de origen negativo sobre alguna persona de mi entorno” la figura muestra una clara mayoría de encuestados, 40.28%, identificados con la expresión muy en desacuerdo para dar respuesta a dicho tema. A su vez, un 31.25% manifiesta estar algo en desacuerdo, mientras que un 13.89% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 11.81% algo de acuerdo y un 2.78% muy de acuerdo. En base a ello, se puede concluir que gran parte de encuestados reconoce no haber difundido prejuicios de origen negativos sobre las personas de su entorno. Comparado con el porcentaje de personas que están algo de acuerdo con dicha afirmación, el rechazo hacia esta acción sobresale, por lo que se entiende que los encuestados están en contra de la difusión de prejuicios de origen.

Tabla 16

He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad Isil.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	42	29.2	29.2	29.2
	Algo en desacuerdo	30	20.8	20.8	50.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	26.4	26.4	76.4
	Algo de acuerdo	24	16.7	16.7	93.1
	Muy de acuerdo	10	6.9	6.9	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

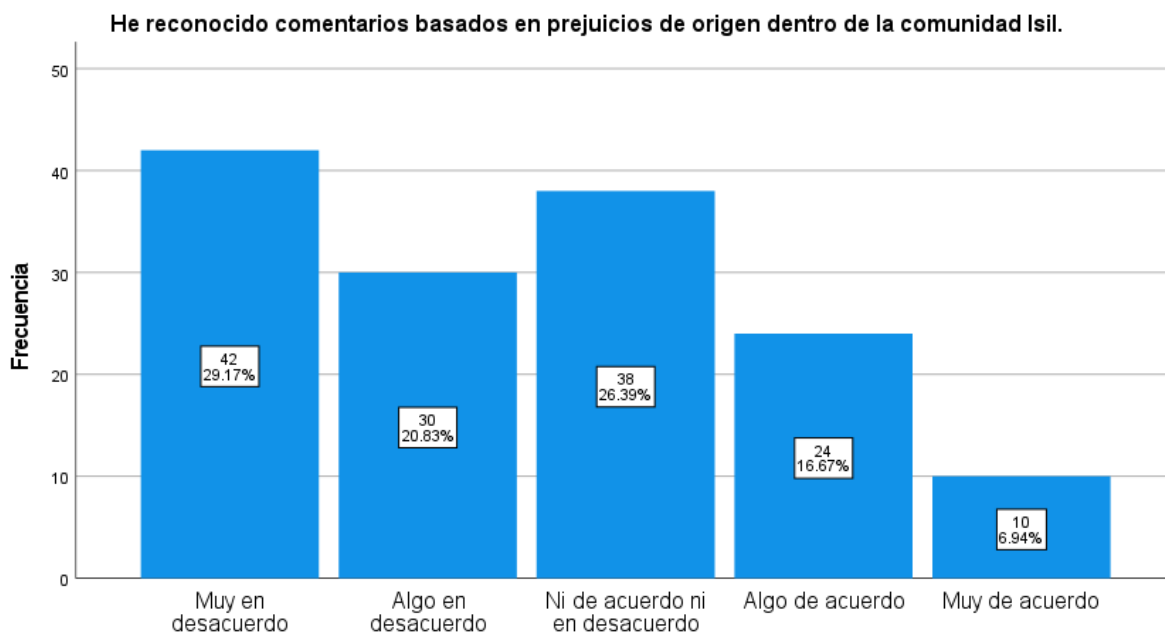


Figura 17:

He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad Isil.

Con respecto a la afirmación “He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad Isil”. Un 29.17% de los encuestados se mostraron muy en desacuerdo con la afirmación. Un 20.83% optaron por la opción de algo en desacuerdo con la afirmación. A su vez, 26.39% de los encuestados decidieron mostrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación. Por otro lado 16.67% y 6.94% de los encuestados se mostraron algo de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente frente a la afirmación. En grandes rasgos, los encuestados de la comunidad Isil no reconocen haber reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de su comunidad. Sin embargo, existe un porcentaje bastante bajo de individuos que sí han sido capaz de reconocer comentarios basados en prejuicios de origen, por lo que la presencia de esta variable se hace presente en pequeñas proporciones dentro de la comunidad Isil.

Tabla 17

Considero que la brecha socioeconómica en mi país es muy amplia y favorece solo a una minoría.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	1.4	1.4	1.4
	Algo en desacuerdo	6	4.2	4.2	5.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	13.9	13.9	19.4
	Algo de acuerdo	49	34.0	34.0	53.5
	Muy de acuerdo	67	46.5	46.5	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

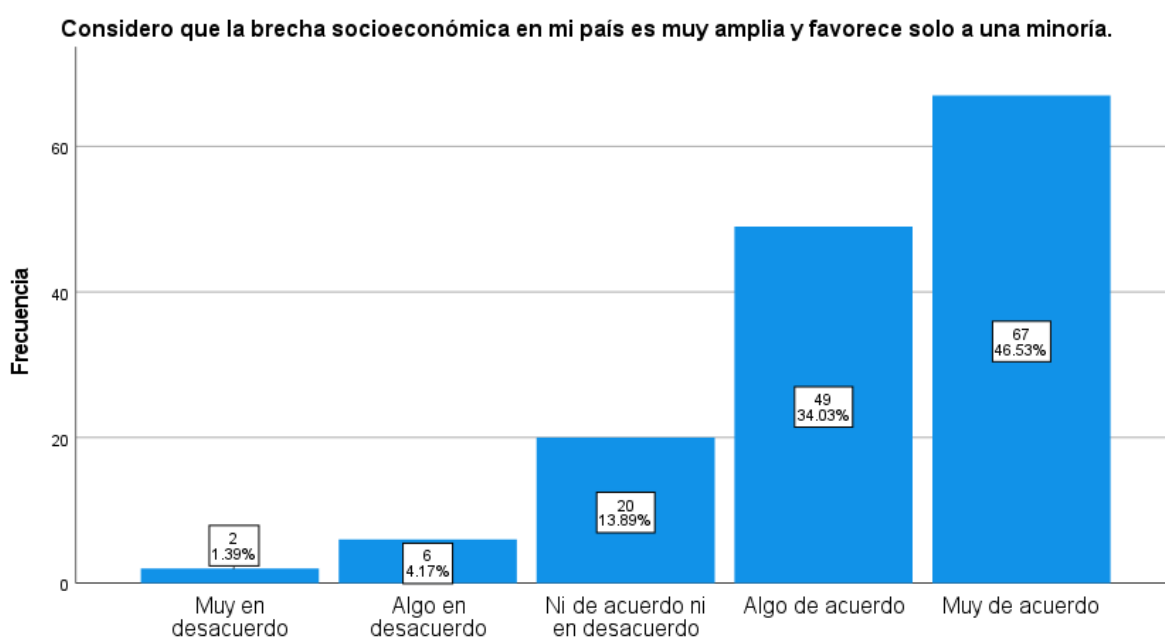


Figura 18:

Considero que la brecha socioeconómica en mi país es muy amplia y favorece solo a una minoría.

Tras analizar los resultados de la afirmación “Considero que la brecha socioeconómica en mi país es muy amplia y favorece solo a una minoría”, es posible visibilizar que una gran mayoría de los encuestados, el 46.53% se identifica con la expresión muy de acuerdo, para darle solución. Asimismo, un 34.03% considera estar algo de acuerdo, un 13.89% neutral ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 4.17% algo en desacuerdo y finalmente un 1.39% muy en desacuerdo. En este caso, es bastante evidente el reconocimiento y la aceptación,

que juzga la afirmación como verdadera. Se podría decir que existe un grado de consciencia en los encuestados sobre la realidad de su país.

Tabla 18

La pandemia hizo que sintiera un golpe fuerte en mi economía y me permitió reflexionar sobre lo que poseo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	1.4	1.4	1.4
	Algo en desacuerdo	14	9.7	9.7	11.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	19.4	19.4	30.6
	Algo de acuerdo	47	32.6	32.6	63.2
	Muy de acuerdo	53	36.8	36.8	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

La pandemia hizo que sintiera un golpe fuerte en mi economía y me permitió reflexionar sobre lo que poseo.

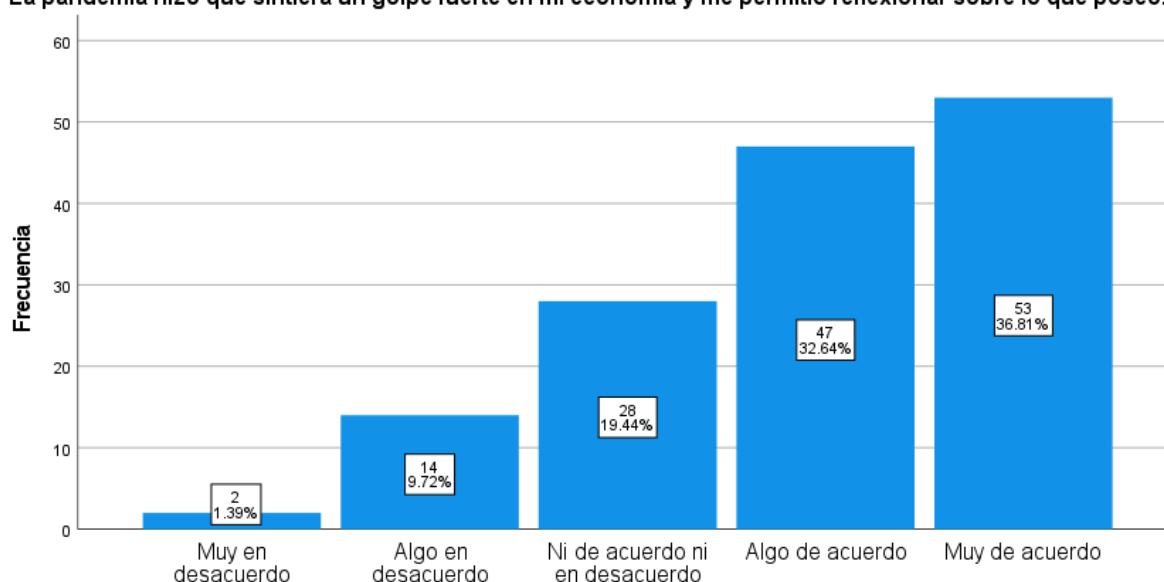


Figura 19:

La pandemia hizo que sintiera un golpe fuerte en mi economía y me permitió reflexionar sobre lo que poseo.

La figura presentada indica que un 36.81% de los encuestados se mostraron muy de acuerdo frente a la afirmación “La pandemia hizo que sintiera un golpe fuerte en mi economía y me permitió reflexionar sobre lo que poseo”. En segundo lugar los encuestados se muestran algo de acuerdo con la afirmación con un 32.64%

de representación. Un 19.44% de los encuestados se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que un 9.72% y 1.39% se mostraron algo en desacuerdo y muy en desacuerdo frente a la afirmación respectivamente. Estos resultados nos indican que los participantes encuestados en su gran mayoría hallan a la pandemia como un momento de reflexión sobre la dimensión de prejuicios socioeconómicos.

Tabla 19

He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	48	33.3	33.3	33.3
	Algo en desacuerdo	27	18.8	18.8	52.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	21.5	21.5	73.6
	Algo de acuerdo	30	20.8	20.8	94.4
	Muy de acuerdo	8	5.6	5.6	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.

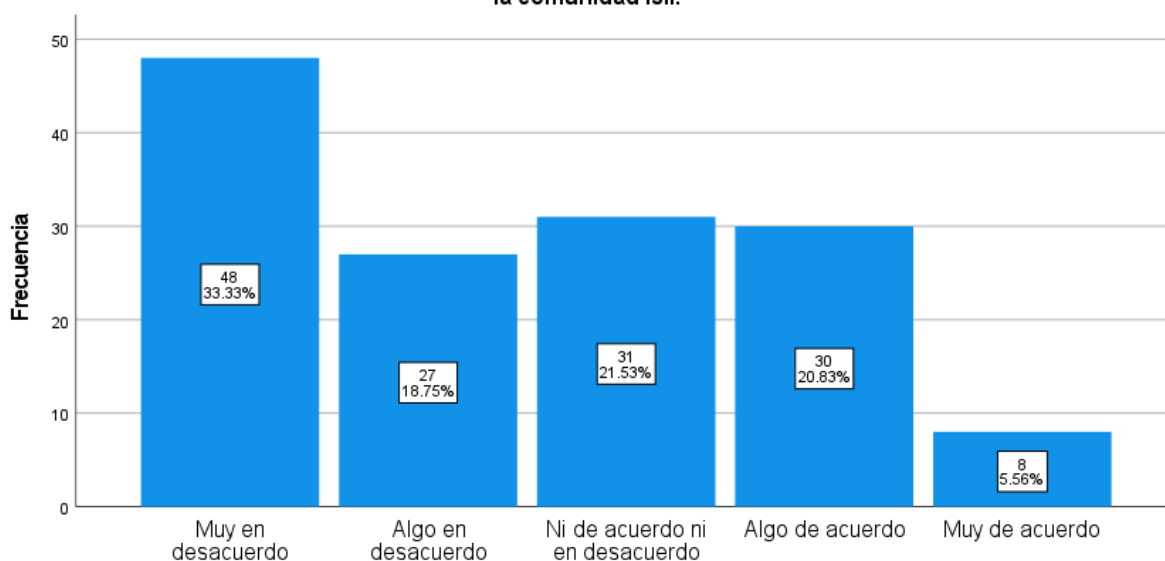


Figura 20:

He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.

De acuerdo a la afirmación “*He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil*”. El 33.33% de los encuestados se mostraron muy en desacuerdo con la afirmación. 18.75% de los participantes señaló estar algo en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 21.53% de los encuestados se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo frente a la afirmación. Un 20.83% de los encuestados indicó estar algo de acuerdo con la afirmación y un muy bajo 5.58% mostró estar muy de acuerdo. Con relación a los prejuicios socioeconómicos, los encuestados mostraron en su mayoría mostrarse en desacuerdo el haber presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos dentro de la comunidad. Aun así, existe un grupo muy bajo que se muestra de acuerdo frente a la afirmación, por lo que no se descarta la presencia de la dimensión prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.

Tabla 20

Considero relevante reflexionar sobre los efectos negativos que traen los prejuicios de género.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	.7	.7	.7
	Algo en desacuerdo	1	.7	.7	1.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	9.0	9.0	10.4
	Algo de acuerdo	33	22.9	22.9	33.3
	Muy de acuerdo	96	66.7	66.7	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

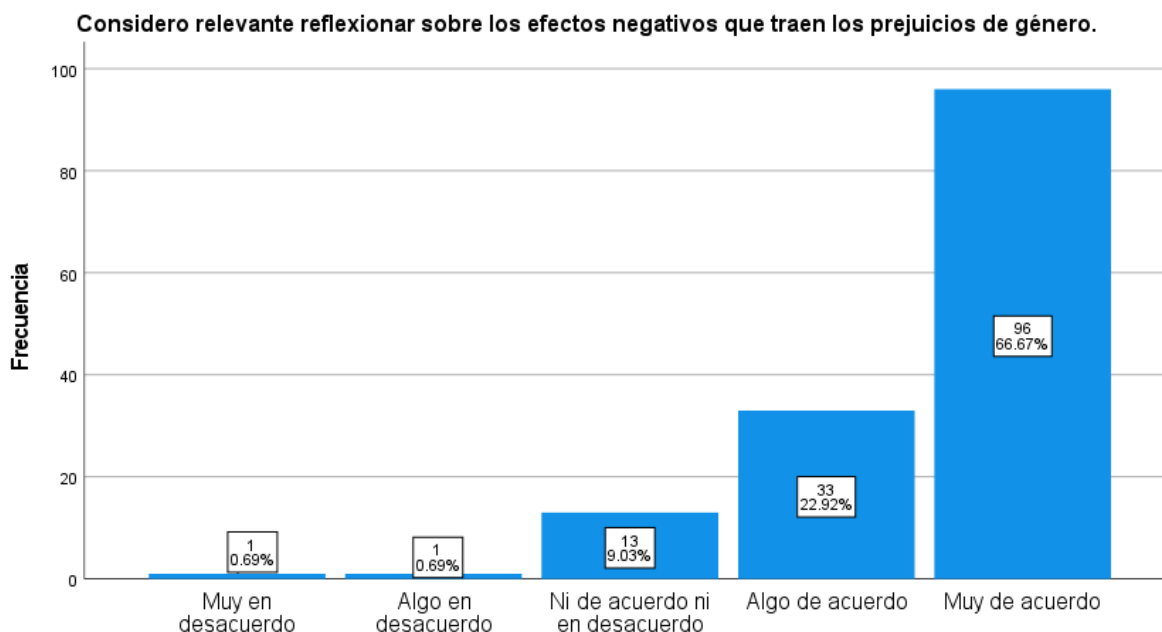


Figura 21:

Considero relevante reflexionar sobre los efectos negativos que traen los prejuicios de género.

La figura analizada indica que el 66.67% de los encuestados se encuentra muy de acuerdo frente a la afirmación “Considero relevante reflexionar sobre los efectos negativos que traen los prejuicios de género”. El 22.92% de los participantes se mostraron algo de acuerdo con la afirmación y un 9.03% de los encuestados indican que se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación propuesta. Por otro lado, en porcentajes muy bajos, los encuestados se mostraron muy en desacuerdo, así como algo en desacuerdo con un un 0.69% de presentación respectivamente. De esta manera, la gran mayoría de los encuestados de la comunidad de Isil otorgan una gran relevancia a la reflexión de los efectos negativos de los prejuicios de género, el nivel de negatividad frente a esta afirmación es muy baja por lo que la lucha en contra prejuicios de género es una dimensión muy valorada dentro de la comunidad Isil.

Tabla 21

Prefiero no intervenir cuando soy testigo de comentarios que refuerzan los prejuicios de género.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	53	36.8	36.8	36.8
	Algo en desacuerdo	39	27.1	27.1	63.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	21.5	21.5	85.4
	Algo de acuerdo	13	9.0	9.0	94.4
	Muy de acuerdo	8	5.6	5.6	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

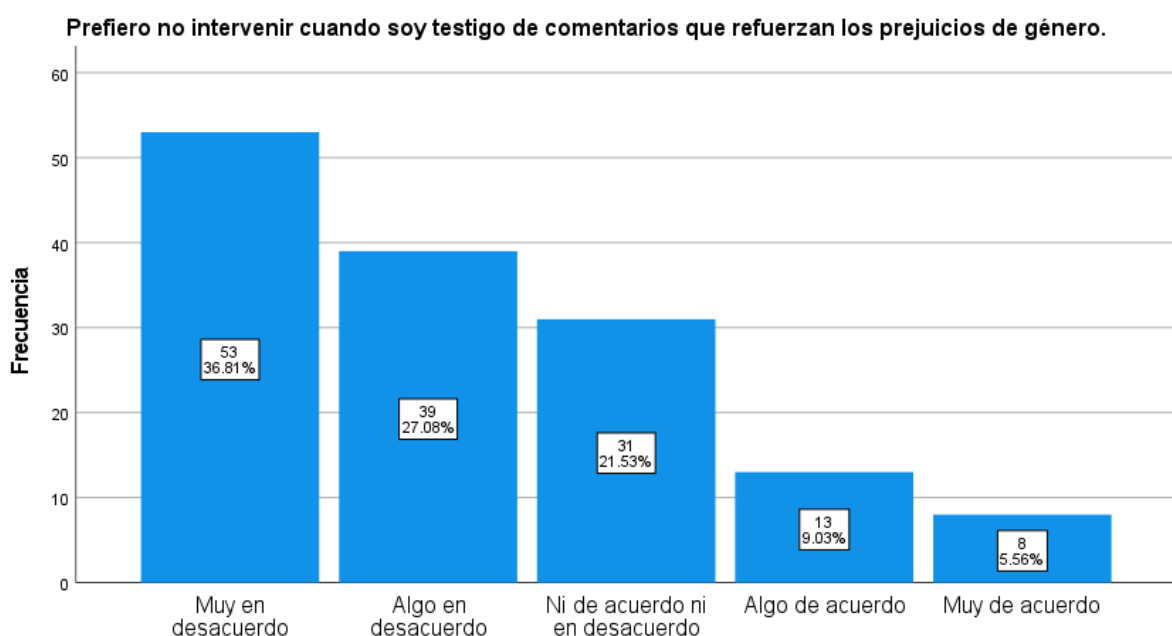


Figura 22:

Prefiero no intervenir cuando soy testigo de comentarios que refuerzan los prejuicios de género.

Con respecto a la afirmación “Prefiero no intervenir cuando soy testigo de comentarios que refuerzan los prejuicios de género”. El 36.81% de los encuestados se mostró muy en desacuerdo con ella. Detrás de esta frecuencia se encuentra un 27.08% de los participantes que indican estar algo en desacuerdo. Asimismo, un 21.53% de los encuestados señalaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma. Por otro lado, un 9.03% y un 5.56% de los encuestados se mostraron algo de acuerdo y muy de acuerdo frente a la afirmación

respectivamente. Los miembros de la comunidad isil encuestados muestran en gran escala un sentido de intervención frente a comentarios que refuerzan los prejuicios de género, mostrando su disconformidad con la afirmación propuesta.

Tabla 22

Me involucro activamente en las acciones que buscan equilibrar las diferencias de género.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	10	6.9	6.9	6.9
	Algo en desacuerdo	11	7.6	7.6	14.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	24.3	24.3	38.9
	Algo de acuerdo	37	25.7	25.7	64.6
	Muy de acuerdo	51	35.4	35.4	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

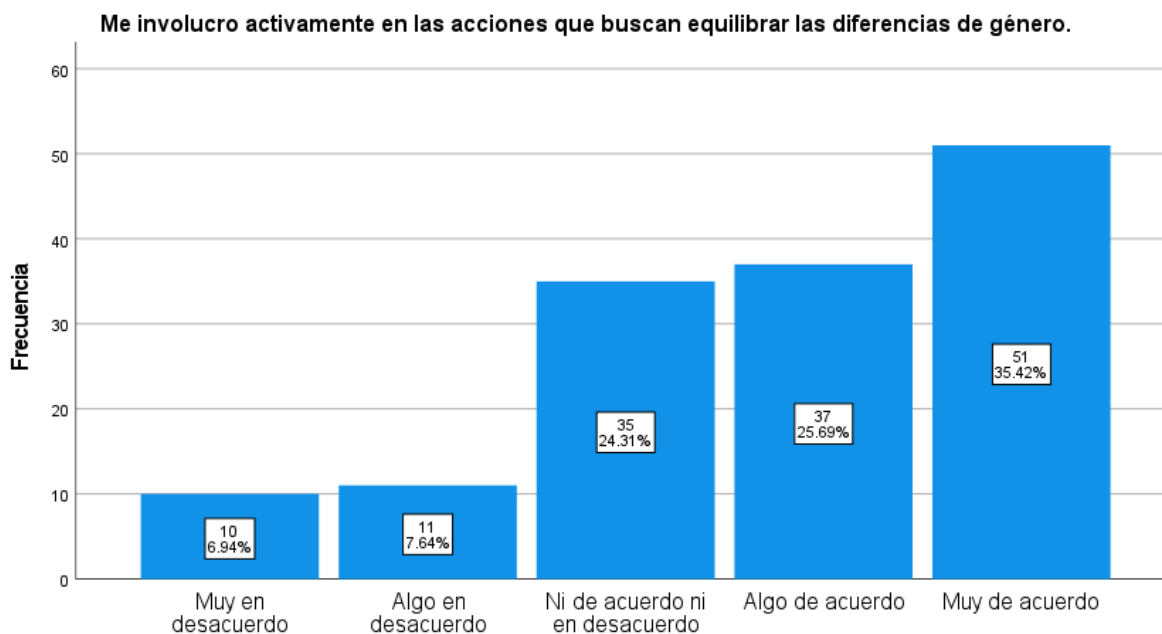


Figura 23:

Me involucro activamente en las acciones que buscan equilibrar las diferencias de género.

En la figura mostrada se interpreta que el 35.42% de encuestados se mostraron muy de acuerdo en relación a la afirmación “Me involucro activamente en las

acciones que buscan equilibrar las diferencias de género”. En proporciones similares un 25.69% de encuestados indicó encontrarse algo de acuerdo. mientras que un 24.31% señaló estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por otro lado, un 7.64% de los encuestados indicaron estar algo en desacuerdo con la afirmación, mientras un 6.94% indicó estar muy en desacuerdo. De acuerdo a estos resultados, se encuentra que una gran parte de los encuestados de la comunidad de Isil se hallan activamente involucrados en acciones que busquen equilibrar las diferencias de género, por lo que se encuentra un sentido de compromiso por parte de los participantes frente a la dimensión prejuicios de género.

Tabla 23

He sido víctima de algún tipo de violencia (física, psicológica o verbal) relacionada a mi género dentro de la comunidad Isil.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	99	68.8	68.8	68.8
	Algo en desacuerdo	30	20.8	20.8	89.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	5.6	5.6	95.1
	Algo de acuerdo	5	3.5	3.5	98.6
	Muy de acuerdo	2	1.4	1.4	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

He sido víctima de algún tipo de violencia (física, psicológica o verbal) relacionada a mi género dentro de la comunidad Isil.

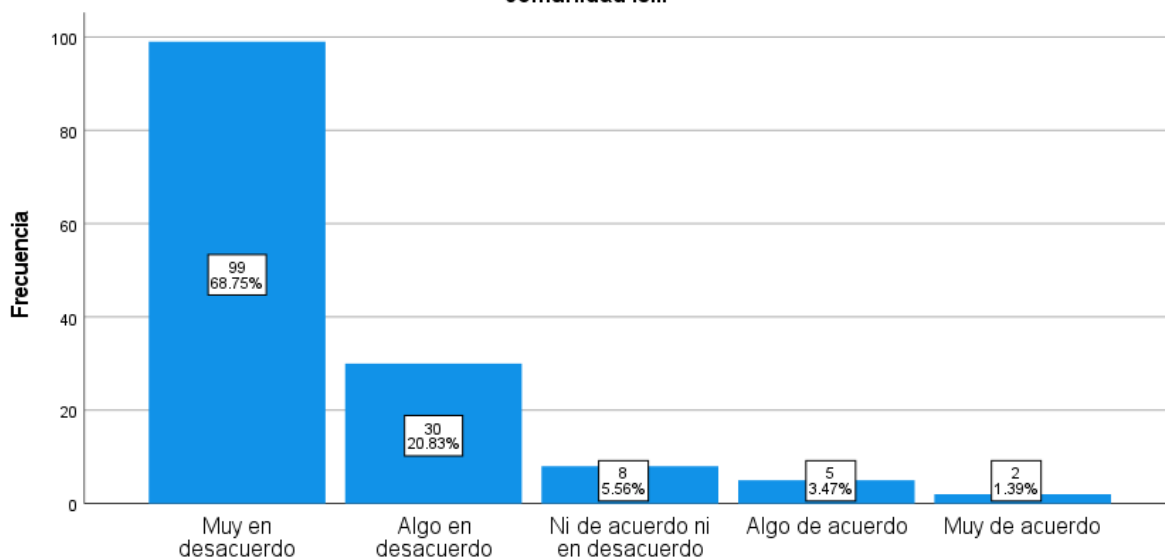


Figura 24:

He sido víctima de algún tipo de violencia (física, psicológica o verbal) relacionada a mi género dentro de la comunidad Isil.

Tratándose de la afirmación “He sido víctima de algún tipo de violencia (física, psicológica o verbal) relacionada a mi género dentro de la comunidad Isil”. El 68.75% de los encuestados señala encontrarse muy en desacuerdo, en consecuencia, el 20.83% señala estar algo en desacuerdo. En escalas muy bajas encontramos al 5.56% de los encuestados se muestran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 3.47% y 1.39% de los encuestados se encuentran algo de acuerdo y muy de acuerdo con la afirmación respectivamente. Respecto a los resultados encontrados, hay un gran porcentaje de encuestados que se encuentra en disconformidad con la afirmación, lo cual demuestra que la comunidad Isil es un espacio en dónde la incidencia de algún tipo de violencia de género es muy baja. Aun así, un mínimo de personas reconoce este tipo de actos en la institución.

Tabla 24

He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	63	43.8	43.8	43.8
	Algo en desacuerdo	20	13.9	13.9	57.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	16.7	16.7	74.3
	Algo de acuerdo	29	20.1	20.1	94.4
	Muy de acuerdo	8	5.6	5.6	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.

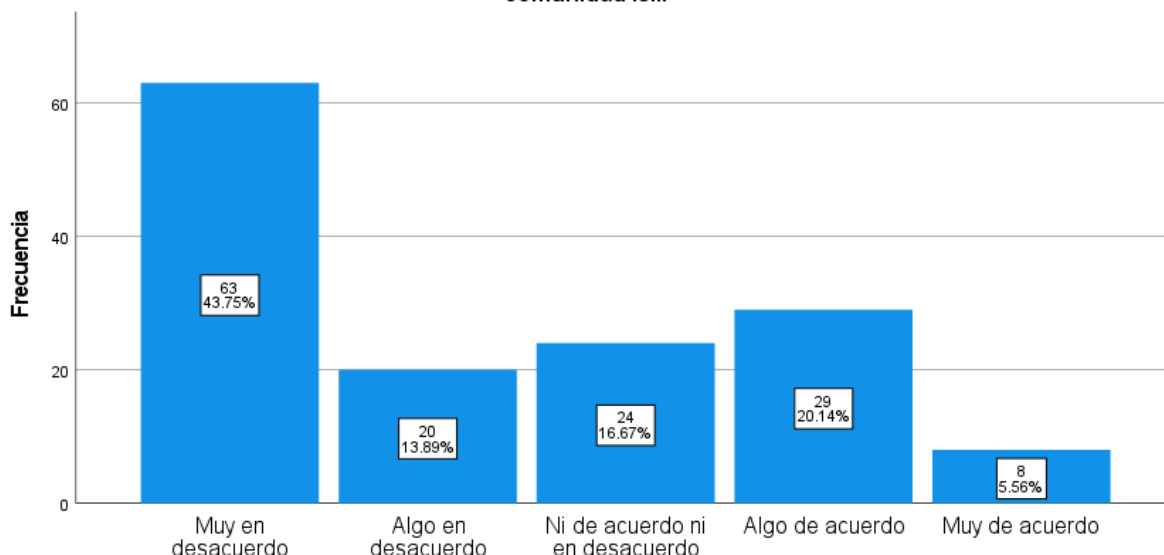


Figura 25:

He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.

La figura analiza la afirmación “He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil”. En esta afirmación el 43.75% de los encuestados señala encontrarse muy en desacuerdo. Un 13.89% indica estar algo en desacuerdo. También encontramos a un 16.67% de los encuestados que indican estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 20.14% y 5.59% de los encuestados se encuentran algo de acuerdo y muy de acuerdo con la afirmación respectivamente. De acuerdo a estos resultados, hay un gran porcentaje de encuestados que se encuentra en disconformidad con la afirmación, por lo que en gran escala no encuentran prejuicios de género en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil, sin embargo, esta vez el porcentaje de encuestados que se muestran algo de acuerdo con la afirmación es mucho mayor que en figuras anteriores, por lo que

se demuestra una pequeña incidencia de hallazgo en prejuicios de género dentro de la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.

Tabla 25

Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
.744	21

La fiabilidad de las puntuaciones de la escala en la muestra es de .74 (74%). El valor mínimo aceptable para el coeficiente del Alfa de Cronbach es de 0.70. De acuerdo a la cantidad de ítems ingresados en el instrumento de investigación, el coeficiente alcanzado representa una buena fiabilidad.

5.7.2 Análisis ligados a la hipótesis

Correlaciones

Tabla 26

Correlación hipótesis general

		Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida	He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social.
Las relaciones afectivas son relevantes para mi vida	Correlación de Pearson	1	293**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	144	144
He sido poco consciente sobre el impacto de los prejuicios de origen que escucho mencionar en mi entorno social.	Correlación de Pearson	293**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	144	144

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según el índice de correlación de Pearson, se presenta una correlación baja (29%) entre la variable relaciones interpersonales y la variable prejuicios sociales, por lo cual se puede decir que existe una baja influencia entre la primera variable sobre la segunda, con una correlación significativa en el nivel 0,01.

Tabla 27

Correlación hipótesis específica 1

		Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad Isil.
Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	Correlación de Pearson	1	.343**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	144	144
He reconocido comentarios basados en prejuicios de origen dentro de la comunidad Isil.	Correlación de Pearson	.343**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	144	144

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según el índice de correlación de Pearson, se tiene una correlación baja (34%) entre la variable relaciones interpersonales y la variable prejuicios de origen, razón por la cual se puede decir que sí existe una baja influencia entre una variable sobre la otra, con una correlación significativa en el nivel 0,01.

Tabla 28

Correlación hipótesis específica 2

		Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.
Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	Correlación de Pearson	1	.392**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	144	144
He sido testigo que los prejuicios de género se ven reflejados en la comunicación de los integrantes de la comunidad Isil.	Correlación de Pearson	.392**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	144	144

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según el índice de correlación de Pearson, se tiene una correlación baja (39%) entre la variable relaciones interpersonales y la variable prejuicios de género. En base a ello, se puede decir que sí existe una baja influencia entre una variable y la otra, con una correlación significativa en el nivel 0,01.

Tabla 29

Correlación hipótesis específica 3

		Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.
Identifico prejuicios sociales dentro de mis relaciones afectivas.	Correlación de Pearson	1	.312**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	144	144
He presenciado la difusión de opiniones o comentarios relacionados con los prejuicios socioeconómicos en la comunidad Isil.	Correlación de Pearson	.312**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	144	144

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según el índice de correlación de Pearson, se muestra una correlación baja (31%) entre la variable relaciones interpersonales y la variable prejuicios socioeconómicos. Bajo esta premisa, se puede decir que sí existe una baja influencia entre una variable y la otra, con una correlación significativa en el nivel 0,01.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1. Alcance esperado

La propuesta de mejora planteada pretende impactar en el público objetivo en cuestión, la comunidad Isil, a través de la segmentación de sus distintas audiencias; alumnos, docentes y personal administrativo, con la intención de promover el bienestar social, reforzar los valores de la cultura organizacional relacionados a este, como el respeto y la integridad y propiciar así un espacio seguro, inclusivo, tolerante y empático. Asimismo, se hará énfasis en la prevención de crisis, evitando así que la reputación corporativa de la institución se vea afectada.

6.2. Descripción de la propuesta de innovación

Con la intención de transmitir la información encontrada a lo largo del trabajo de investigación e impactar efectivamente en el público objetivo, se decidió desarrollar una campaña de comunicación interna dirigida a Isil, como propuesta de innovación. El objetivo general planteado para la campaña a implementar, se basa en la incorporación de un nuevo valor institucional, la “inclusión” el cual busca mostrar a Isil como un lugar que reconoce y celebra la diversidad en todo sentido; ya sea de género, orientación sexual, lugar de origen, posición socioeconómica, entre otras, para alinearse a una postura socialmente responsable, que rechace la generación de prejuicios negativos que afecten el bienestar emocional, social y académico de sus integrantes y promueva el respeto y la empatía. Asimismo, se plantea reforzar los valores establecidos dentro de la cultura organizacional, que

guardan relación con la temática social, como el respeto y la integridad, para que sean aplicados de manera óptima y sobre todo asimilados e interiorizados. Finalmente, se pretende fortalecer la comunicación horizontal, para reducir brechas jerárquicas que dificulten la libertad de expresión y desenvolvimiento. De este modo, Isil estaría alineándose también con el objetivo de “Reducción de Desigualdades” formulado en la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, propuesta por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, el cual busca “potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición” (ONU, 2015).

El nombre creado para la campaña fue “**Somos+**”, diseñado considerando, por un lado, la nueva identidad corporativa de Isil, implementada durante el periodo de la virtualidad académica, así como la incorporación de nuevos programas y carreras. Por otro lado, este buscó fomentar en sus audiencias internas un sentido de identificación y pertenencia con la institución. El mensaje clave desarrollado en base a los objetivos de la campaña fue: “**Isil es una institución académica que ofrece tanto calidad educativa como humana; un espacio seguro, tolerante e inclusivo.**”

Esta evidencia la intención de otorgarle a Isil una imagen de empresa responsable y consciente.

La manera en la que se comunicará el mensaje será haciendo uso del nombre de la campaña “Somos+” pues este engloba su concepto. Los canales que permitirán la transmisión del mensaje serán tanto las plataformas de comunicación interna de Isil como Isil+, Isilnet, Mailing corporativo, Radio Isil,

así como sus instalaciones físicas, para el desarrollo de estrategias BTL, actividades interactivas y difusión de piezas gráficas. Respecto a los plazos de ejecución de la campaña, se considerará al ciclo 2022-2 como el periodo piloto de la realización de la campaña, mientras que los ciclos 2023-1 y 2023-2 serán los semestres de implementación de la propuesta. De este modo, se dejaría un precedente para el 2023, tras evaluar la efectividad del piloto, pues en este periodo la presencialidad podría adquirir un rol más importante, propiciando el desarrollo de las relaciones interpersonales en la institución.



Figura 26:

Prototipo de gráfica 1

6.3 Diagnóstico situacional

Tabla 30
Matriz FODA

FODA SOMOS+	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● El uso de las plataformas internas de Isil facilita la rapidez de la transmisión del mensaje en la comunidad. ● Se promueve el reforzamiento de los valores establecidos por la institución. ● Los espacios híbridos (físico-virtual) son óptimos para la realización de la campaña. ● La campaña se realizará en primera instancia en una prueba piloto para su debida retroalimentación. ● Se impulsa la reflexión de la problemática estudiada a través de diferentes acciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Los integrantes de la comunidad investigados son capaces de reconocer la problemática por abordar. ● Integración de un nuevo valor al listado de valores organizacionales de Isil. ● Inclinação hacia el bienestar general de la persona y el bien común en la comunidad Isil. ● Lograr que la campaña pase a una etapa de comunicación externa como factor de responsabilidad social. ● Obtención de certificación de empresa socialmente responsable.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● La campaña cuenta con un tiempo de piloto muy corto para su realización. ● Falta de actores claves que ejecuten la financiación de la campaña. ● Incertidumbre de la participación de los integrantes de la comunidad Isil en las actividades interactivas. ● Deficiencias técnicas en las plataformas de comunicación interna. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Leyes que promuevan el conservadurismo y limiten el desarrollo de la campaña. ● Incremento de opiniones que fomenten la problemática de prejuicios sociales. ● Reforzamiento de estereotipos ya sea de género, origen o socioeconómicos dentro de la comunidad Isil. ● Invalidación del sistema educativo híbrido debido al aumento de casos por Covid-19.

<ul style="list-style-type: none"> Poca certeza de cuántas personas pertenecientes a la comunidad Isil recibirán a la campaña como un tema serio. 	<ul style="list-style-type: none"> Entorno BANI en el sistema educativo como empresarial.
--	--

Tabla 31:

Matriz EFI

Matriz EFI		PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
Fortalezas				
F1	El uso de las plataformas internas de Isil facilita la rapidez de la transmisión del mensaje en la comunidad.	0.12	4	0.48
F2	Se promueve el reforzamiento de los valores establecidos por la institución.	0.14	4	0.56
F3	Los espacios híbridos (físico-virtual) son óptimos para la realización de la campaña.	0.13	4	0.52
F4	La campaña se realizará en primera instancia en una prueba piloto para su debida retroalimentación.	0.11	3	0.33
F5	Se impulsa la reflexión de la problemática estudiada a través de diferentes acciones.	0.13	4	0.52
Debilidades				
D1	La campaña cuenta con un tiempo de piloto muy corto para su realización.	0.06	1	0.06

D2	Falta de actores claves que ejecuten la financiación de la campaña.	0.08	1	0.08
D3	Incertidumbre de la participación de los integrantes de la comunidad Isil en las actividades interactivas.	0.10	2	0.20
D4	Deficiencias técnicas en las plataformas de comunicación interna.	0.04	1	0.04
D5	Poca certeza de cuántas personas pertenecientes a la comunidad Isil recibirán a la campaña como un tema serio.	0.09	2	0.18
TOTAL		1.00		2.97

En base al análisis de la matriz EFI (análisis interno) se puede concluir que la campaña de comunicación interna Somos+ presenta un puntaje de 2.97, el cual se encuentra en promedio favorable. Eso quiere decir que el peso ponderado total de las fortalezas de la campaña se representa en 2.41, mientras que el ponderado de las debilidades se representa en 0.56. En relación a ello, se puede evidenciar que las fortalezas son superiores a las debilidades. Promover el reforzamiento de los valores establecidos por la institución es uno de los elementos de las fortalezas que permiten una buena ponderación y viabilidad a la campaña.

Tabla 32

Matriz EFE

Matriz EFE		PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
Oportunidades				
O1	Los integrantes de la comunidad investigados son capaces de reconocer la problemática por abordar.	0.13	4	0.52
O2	Integración de un nuevo valor al listado de valores organizacionales de Isil.	0.15	4	0.60
O3	Inclinación hacia el bienestar general de la persona y el bien común en la comunidad Isil.	0.13	3	0.39
O4	Lograr que la campaña pase a una etapa de comunicación externa como factor de responsabilidad social.	0.11	3	0.33
O5	Obtención de certificación de empresa socialmente responsable.	0.11	3	0.33
Amenazas				
A1	Leyes que promuevan el conservadurismo y limiten el desarrollo de la campaña.	0.07	2	0.14
A2	Incremento de opiniones que fomenten la problemática de prejuicios sociales.	0.08	3	0.24

A3	Reforzamiento de estereotipos ya sea de género, origen o socioeconómicos dentro de la comunidad Isil.	0.08	3	0.24
A4	Invalidación del sistema educativo híbrido debido al aumento de casos por Covid-19.	0.06	1	0.06
A5	Entorno BANI en el sistema educativo como empresarial.	0.08	3	0.24
TOTAL		1.00		3.09

En base al análisis de la matriz EFE (análisis externo) se puede concluir que la empresa campaña presenta un puntaje de 3.09, el cual se encuentra muy por encima del promedio. Eso quiere decir que la campaña se puede desarrollar en un entorno óptimo para su desarrollo. En relación a ello, se puede evidenciar que las oportunidades obtuvieron un ponderado de 2.17, mientras que las amenazas se presentaron en 0.92. La oportunidad con mayor relevancia dentro de la campaña es la de integrar un nuevo valor al listado de valores de la institución.

Conclusión del diagnóstico situacional

Para el diagnóstico situacional de la propuesta de innovación se realizaron tres matrices que permiten tener un mejor panorama, tanto de los factores internos como los factores externos de la campaña de comunicación interna. Estos factores fueron propuestos en base a los resultados obtenidos a través del trabajo de investigación. Se tomó en consideración la baja representatividad de la problemática en el entorno, así como el reporte de ciertos comportamientos que

abren paso a la normalización y refuerzo de los prejuicios sociales en la comunidad Isil. De acuerdo a la gestión de crisis comunicacional, lo analizado dentro de las matrices sitúa a Isil dentro de la etapa Precrisis, en dónde las estrategias a futuro tienen que ser elaboradas en aras de construcción de acciones que identifiquen los distintos tipos de riesgos reputacionales a los que se encuentra expuesta la institución, así como el manejo de la formación humana para el control de emociones en tiempos de contingencia. Es por ello que la construcción de la propuesta de la campaña de comunicación interna maneja un enfoque holístico en dónde se involucran temas como la gestión de crisis, la gestión del cambio, responsabilidad social y bienestar social para la institución educativa.

6.4. Procedimiento para la propuesta de mejora

6.4.1. Desarrollo del proyecto de innovación

A continuación, se detallan las fases del proceso para la implementación de la propuesta de mejora.

Fase 0: Contextualización

Tanto el diagnóstico situacional, como los resultados encontrados a lo largo del estudio permitieron contextualizar la problemática encontrada en dicho trabajo de investigación, para así entender cómo abordarla.

En primer lugar, se halló que, a pesar de no representar un porcentaje alto, los encuestados percibieron que las relaciones interpersonales desarrolladas dentro de Isil sí tienen incidencia en la generación de prejuicios sociales. Tomando en consideración este hecho, fue que se decidió atacar la situación a través de

distintas

estrategias.

En este caso, como se menciona anteriormente, se busca alinear a Isil hacia una imagen corporativa inclusiva, tolerante y respetuosa, un lugar en el que las incidencias negativas relacionadas a los prejuicios sociales disminuyan a la mínima expresión y donde la comunidad pueda sentirse valorada, escuchada y parte de la misma. De igual forma, se hace énfasis en la reducción de la probabilidad de riesgo reputacional, es decir, eventos que puedan impactar de manera negativa en las opiniones y percepciones de la imagen pública de Isil. Considerando a la confianza como uno de los activos intangibles más importantes, su pérdida representaría un gran impacto para la institución.

Fase 1: Planeamiento

Para el planeamiento del concepto de campaña se utilizó la metodología design thinking, la cual a través de una lluvia de ideas facilitó la toma de decisión del concepto a desarrollar. Para transmitirlo, se creó el mensaje clave: ***Isil es una institución académica que ofrece tanto calidad educativa como humana; un espacio seguro, tolerante e inclusivo.***

De igual modo, se diseñó la manera en que éste iba a ser expresado, por lo que se seleccionó el nombre “**Somos+**” para la campaña y transmisión del mensaje, pues englobaba la idea de la inclusión y del mayor potencial que tienen los integrantes para superarse que para invertir el tiempo generando prejuicios negativos.

Finalmente se identificaron los objetivos, las acciones, plazos y canales de transmisión del mensaje de la campaña.

Fase 2: Definición de objetivos de la campaña

Durante esta etapa se pretende definir los objetivos de la campaña, los cuales serán la base para el desarrollo de las estrategias y acciones que permitirán la correcta implementación de la misma. Además, trazarán de manera clara y comprensible la meta que se busca alcanzar.

Objetivo general: Incorporar la *inclusión* como nuevo valor institucional en Isil, durante el periodo académico 2022-2 para contribuir al desarrollo de la cultura organizacional de la institución.

El presente objetivo general se planteó buscando complementar la lista de valores institucionales que maneja Isil, brindándoles una nueva propuesta dirigida a la inclusión, la cual permitiría a la institución mostrarse como un espacio donde se reconoce la necesidad de hacer que todos sus miembros se sientan parte de él, sin ninguna clase de distinción. Ello permitiría agregar valor a la cultura organizacional.

Primer objetivo específico: Fortalecer la comunicación horizontal en Isil, durante el periodo académico 2022-2 para promover el bienestar social de la comunidad Isil.

El primer objetivo propuesto, se planteó buscando potenciar el estilo de comunicación que emplea Isil, enfocándolo hacia una horizontalidad en el trato a los integrantes de la comunidad, que les permita sentirse lo suficientemente

cómodos y valorados como para poder cuestionar las situaciones que no les parezcan aceptables, mostrar su aceptación o desacuerdo ante alguna circunstancia y expresar sus opiniones libremente, sin percibir una estructura jerárquica que se los impida. De este modo, se generarían cambios positivos que promuevan el bienestar social en la comunidad.

Segundo objetivo específico: Reforzar los valores institucionales, durante el periodo académico 2022-2 para optimizar el sentido de identificación con los mismos, en la comunidad Isil.

Finalmente, se planteó reforzar los valores institucionales ya existentes, principalmente aquellos vinculados con el bienestar social, como el respeto y la integridad, con la intención de que cada miembro, los tenga presentes y se identifique en mayor medida con ellos, para aplicarlos en su día a día dentro de la institución.

Fase 3: Estrategias de comunicación

Durante esta etapa se pretende definir las estrategias de la campaña Somos+, las cuales permitirán identificar la forma en la que se va a ejecutar y las herramientas necesarias para hacerlo.

- **Estrategia de Lanzamiento E1:** Difundir la campaña Somos+ a través del marketing de contenido en los canales de comunicación internos de la

institución, para otorgarle visibilidad.

Acciones E1:

A1: Desarrollar piezas gráficas para la campaña Somos+ en las distintas plataformas digitales como “Isilnet” e “Isil+” durante el periodo de prueba piloto.

Estas se publicarán en las mencionadas plataformas digitales de Isil y serán también enviadas a los correos corporativos de docentes y administrativos o personales, en el caso de los alumnos. Además, se pretende hacer impresiones estilo poster para colocar en las oficinas administrativas, salas de profesores, pasadizos, entre otros.

Indicador de medición: % de alcance

Esperado: <40%

A2: Implementar piezas audiovisuales para la campaña Somos+ en la plataforma “Isil+” durante el periodo de prueba piloto.

Estas se publicarán en la plataforma Isil+ acompañadas de un diseño y mensaje llamativo que invite a las personas a visualizarlas. Las temáticas a tratar abordarán temas como la presentación de la campaña, la inclusión (sutilmente introducida) y principalmente el incentivo a los alumnos para potenciar habilidades valiosas para su desarrollo académico y social. Siempre incluyendo el concepto de Somos+ y su mensaje clave.

Indicador de medición: % de visualización

Esperado: <40%

A3: Desarrollar un capítulo sobre los efectos de los prejuicios sociales en el podcast “Explícame Esto” de Radio Isil, durante el periodo de prueba piloto.

Este contará con la participación de alguna figura pública a la que se vincule con la promoción de temas sociales. Durante el capítulo se definirán algunos conceptos y se debatirán opiniones al respecto, todo expresado de manera respetuosa, comprensible y cercana. Para ello se desarrollará un pequeño guión y pautas. El programa tendrá una duración aproximada de 25 minutos, tiempo promedio de desarrollo de los capítulos realizados.

Indicador de medición: # de reproducciones

Esperado: 35% del universo de la comunidad Isil

Tabla 33

Estrategia de Difusión

Estrategia: Difundir la campaña Somos+			
Acción	Canal de transmisión	Indicador de Medición	Esperado
Desarrollar piezas gráficas	Isilnet, Isil+ Mailing, Impresas	% de alcance	<40%
Implementar piezas audiovisuales	Isil+	% de visualización	<40%
Desarrollar capítulo en un podcast de Radio Isil	Radio Isil	# de reproducciones	35% del universo

- **Estrategia E2:** Promover la participación e interacción del público objetivo en la campaña Somos+ para involucrarlos con el concepto de la inclusión.

Acciones E2:

A1: Planificar y ejecutar workshops / talleres para atender a cada una de las audiencias de la comunidad Isil: docentes, alumnos y personal administrativo, donde se aborden temas como prejuicios en el ambiente académico o técnicas de expresión y comunicación asertiva, durante el periodo de prueba piloto.

Estos se realizarán en las instalaciones de la sede Isil Miraflores y las temáticas se segmentarán por audiencias, docentes, alumnos y personal administrativo, para abordarlas de manera que cada una pueda asimilar e interiorizar la información apropiadamente. Serán impartidas por un facilitador especialista, externo a la institución, para evitar caer en sesgo y tendrán una duración aproximada de una hora y media por sesión. Se tratarán los siguientes temas:

- Valores de Isil y presentación de la campaña Somos+
- Técnicas de expresión y comunicación asertiva
- Técnicas de escucha activa
- Prejuicios en el ambiente académico
- La inclusión social y sus beneficios

Además, se buscará la interacción de la audiencia mediante dinámicas y juegos. Al finalizar, se realizará una medición, a través de encuestas de satisfacción y participación y un pequeño cuestionario, enviado por correo, que permita evaluar

los conocimientos adquiridos, para evaluar la efectividad de los talleres.

Indicador de medición: % de satisfacción, calificación de participación, resultados de la evaluación.

Esperado: <75%, <7 sobre 10, <15 sobre 20

A2: Implementar la acción BTL de activaciones tanto de forma presencial en los campus de Isil, como de forma virtual mediante la plataforma “Isil+”, durante el periodo de prueba piloto.

Las activaciones de forma presencial contarán con un espacio en la sede Miraflores, dónde las actividades lúdicas e informativas podrán ser realizadas para alumnos, administrativos y profesores. Por otro lado, las activaciones virtuales se llevarán a cabo a través de un espacio informativo, así como de interrelación entre los participantes de la comunidad Isil. Una de las actividades a realizarse será la de habilitar un mural gigante en una de las paredes del instituto, donde las personas puedan escribir sus comentarios relacionados a la temática “¿Qué significa la inclusión para mí?” Para generar recordación y motivar a los asistentes, se otorgarán premios como vales de descuento para restaurantes seleccionados y merchandising relacionado a la campaña, como galletas de la fortuna con mensajes alusivos.

Indicador de medición: % de participación

Esperado: <60%

A3: Planificar y ejecutar una tarde de talentos presencial en Isil, donde mediante expresiones artísticas como el dibujo, escultura, danza o canto, bajo la temática

de “los prejuicios sociales en mi vida”, se exprese el impacto personal de los mismos. Esta acción será desarrollada durante el periodo de prueba piloto.

Estas se realizarán en el campus Miraflores de Isil y tendrán alrededor de 8 horas de duración, de 12:00 a 8:00pm, permitiendo que todos los estudiantes interesados en participar puedan demostrar sus talentos. Este evento se titulará “Somos+ Talentosos”, haciendo énfasis en el hecho de poder expresar el potencial artístico, innovador y creativo de los participantes por sobre las acciones sociales de connotación negativa. Además, permitirá validar y reconocer los dones de cada integrante sin hacer distinciones, premiando la creatividad con propuestas como descuentos en cursos de especialización, cursos cortos y alianzas con otras instituciones educativas de Lima, así como vales para restaurantes y como premio mayor un viaje pagado a un destino nacional.

Indicador de medición: % de participación, % de satisfacción

Esperado: <30%, <75%

Tabla 34

Estrategia de Promoción de la Interacción

Estrategia: Promover la participación e interacción del público objetivo			
Acción	Canal de ejecución/ transmisión	Indicador de Medición	Esperado
Planificar y ejecutar workshops / talleres	Isil sede Miraflores /	% de satisfacción, calificación de	<75%, <7 sobre 10, <15 sobre 20

	Mailing, Isil+, Isilnet	participación, resultados de la evaluación.	
Implementar la acción BTL de activaciones	Isil sede Miraflores, Mailing, Isil+, Isilnet	% de participación	<60%
Planificar y ejecutar una tarde de talentos	Isil sede Miraflores, Mailing, Isil+, Isilnet	% de participación, % de satisfacción	<30%, <75%



Figura 27:

Prototipo de gráfica 2



Figura 28:

Prototipo de gráfica 3



WORKSHOP

Técnicas de expresión y comunicación asertiva


EN VIVO
JUEVES
06
OCTUBRE

En este taller obtendrás tips para mejorar tus técnicas de expresión, así como tu comunicación asertiva tanto en el ámbito personal, académico y laboral.

4:00 P.M.
PLATAFORMA
ISIL+

Inscríbete aquí

PARTICIPACIÓN CERTIFICADA POR ISIL
CUPOS LIMITADOS



EXPOSITOR
Luis Bickel
COACH ONTOLÓGICO

INFORMES:
PLATAFORMA
ISIL+




Figura 29:

Prototipo de gráfica 4

Fase 4: Implementación de la campaña Somos+

Durante esta fase se busca plasmar la manera en que la campaña será implementada. Para ello, se hace uso del siguiente Diagrama de Gantt, en el que se detallan las acciones y descripción de las actividades a realizarse, así como los plazos para su ejecución. Esta muestra la implementación del periodo de prueba piloto 2022-2, septiembre a diciembre.

Tabla 35

Diagrama de Gantt

IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA SOMOS+														
PLAZOS	MESES	SEPTIEMBRE			OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE	
	SEMANAS	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES													
ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN														
ACCIONES														
Desarrollo de piezas gráficas	Reunión de elaboración de propuesta gráfica con diseñador													
	Diseño de propuesta gráfica													
	Presentación de propuestas													
	Aprobación de propuestas													
	Implementación de propuestas gráficas en distintos canales digitales													
	Impresión de propuestas en distintos formatos													
	Instalación de banners + piezas impresas y plazo de permanencia													
Desarrollo de piezas audiovisuales	Reunión de elaboración de propuesta audiovisual con agencia													
	Diseño de propuesta audiovisual													
	Presentación de propuesta audiovisual													
	Aprobación de propuesta audiovisual													
	Implementación de propuesta audiovisual en Isil+ y plazo de permanencia													
Desarrollo de capítulo en Podcast	Diseño y preparación de guiones													
	Evaluación y selección de personaje invitado													
	Coordinación con invitado													
	Coordinaciones pre producción													
	Ejecución del capítulo para el Podcast													
	Post producción (edición de audio)													
	Carga a cuenta Radio Isil en Spotify y plazo de permanencia													

ACCIONES		ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE LA INTERACCIÓN																		
Workshops / Talleres	Diseño de malla de contenidos de los talleres																			
	Diseño y pautas del taller																			
	Diseño de la presentación																			
	Preparación de materiales y compra de merchandising																			
	Coordinación con catering para coffee break																			
	Convocatoria y confirmación de participantes																			
	Desarrollo de taller módulo 1 para docentes																			
	Desarrollo de taller módulo 1 para docentes																			
	Desarrollo de taller módulo 1 para administrativos																			
	Desarrollo de taller módulo 1 para administrativos																			
	Desarrollo de taller módulo 1 para alumnos																			
	Desarrollo de taller módulo 1 para alumnos																			
	Desarrollo de taller módulo 1 para alumnos																			
	Desarrollo de taller módulo 2 para docentes																			
	Desarrollo de taller módulo 2 para docentes																			
	Desarrollo de taller módulo 2 para administrativos																			
	Desarrollo de taller módulo 2 para administrativos																			
	Desarrollo de taller módulo 2 para alumnos																			
	Desarrollo de taller módulo 2 para alumnos																			
	Desarrollo de taller módulo 2 para alumnos																			
Medición de resultados del impacto de los talleres																				

Activaciones BTL	Diseño y planificación del evento																			
	Coordinación con proveedores (orientador, anfitriones, estructuras, merchandising)																			
	Convocatoria para activación																			
	Preparación de materiales																			
	Armado e instalación del mural interactivo																			
	Desarrollo del primer evento																			
	Registro audiovisual																			
	Desarrollo del segundo evento																			
	Registro audiovisual																			
	Desarrollo del tercer evento																			
Registro audiovisual																				
Medición de resultados del impacto de las activaciones																				
Tarde de Talentos	Diseño del evento																			
	Selección y coordinación con anfitrión/a (conducción)																			
	Coordinación con proveedores (infraestructuras, merchandising, materiales)																			
	Convocatoria para la tarde de talentos																			
	Armado e instalación de infraestructura																			
	Preparación de materiales																			
	Desarrollo del evento																			
	Registro audiovisual																			
	Medición de resultados del impacto de la tarde de talentos																			
Somos+	Análisis de resultados de la campaña Somos+																			
	Presentación de resultados de la campaña Somos+																			

Fase 5: Gestión del cambio

La penúltima etapa del proceso de desarrollo de la campaña, pretende analizar cómo el público objetivo se ha venido sintiendo con respecto al cambio que se ha introducido, cómo lo ha venido asimilando y qué dudas, comentarios o conflictos han ido surgiendo. Para ello, se planteó aplicar el modelo de cultura organizacional del psicólogo social Edgar Schein, el cual sostiene que existen factores directos e indirectos que inciden en dicha cultura. Los directos hablan sobre el comportamiento humano, mientras que los indirectos guardan relación con los lineamientos que lo orientan, como la misión, visión, políticas o normas de la institución. Este modelo permitirá acercar el concepto y los valores de la cultura organizacional y volverlos más tangibles, facilitando la interiorización de los mismos. Se grafica a través de una pirámide que cuenta con tres niveles; artefactos, valores y supuestos, cada uno con un grado distinto de dificultad como respuesta al cambio, siendo “los supuestos” el más complejo de trabajar.



Figura 30:

Pirámide de Schein

Supuestos: Este nivel, también conocido como el de las suposiciones básicas y subyacentes, es el primero al que se debe prestar atención durante un proceso de cambio, pues se trata del más complejo de trabajar, debido a que requiere que se profundice en el comportamiento individual y colectivo del público objetivo, para conocer sus creencias, sus expectativas y motivaciones para conectar con el cambio.

Este nivel de gestión de la cultura organizacional podría aplicarse a Isil, en primer lugar, analizando los comentarios que se van dando con respecto a la campaña, los cuestionamientos y posturas desfavorables, para entender la percepción del público. Por otro lado, sin restarle importancia, se deberá analizar el pensamiento individual de dicho público objetivo, tratando de conseguir una muestra representativa. Esto podría darse mediante encuestas, a ser desarrolladas con el apoyo de incentivos, en las que las personas se expresen un poco sobre sus posturas relacionadas a temas puntuales como la inclusión o la diversidad, así como otros personales, que podrían considerarse tabú, como sus posturas religiosas o su orientación sexual. A pesar de verse como materias “delicadas” son factores importantes para su vida y comprenderlos otorgará un panorama un poco más amplio sobre sus creencias, que guardan relación con su accionar. Es posible que estas acciones generen sorpresa en los encuestados, quienes quizás piensen que sus asuntos no son de interés para la institución. Es así que, demostrándoles lo contrario, se podrá ir desarrollando la confianza que los motive a expresar también sus preocupaciones al momento de enfrentarse a una situación de cambio como esta. De igual modo, se permitirá generar un sentido de inclusión, dejando de lado las diferencias y priorizando e incentivando el

respeto mutuo, así como dando a entender que sus propuestas o sugerencias podrán ser también escuchadas y valoradas.

Valores: Este nivel guarda relación con los factores indirectos que inciden en la cultura organizacional, pues se enfoca en la forma en la que se delimita el comportamiento, es decir, atiende a las normas, políticas o reglamentos de la institución, cómo ésta pretende que se hagan las cosas. Ello, con la finalidad de asegurar el cumplimiento de los objetivos, la misión y visión de la empresa, la correcta administración de los recursos y su desarrollo, así como el de quienes la conforman. Por ello, es el segundo nivel que debe atenderse.

Este nivel se ve reflejado durante el desarrollo de la campaña, a través del cumplimiento de tanto el tercer objetivo, que habla sobre el reforzamiento de los valores institucionales presentes en Isil, como el respeto y la integración, así como del primer objetivo, que pretende incorporar un nuevo valor; la inclusión, para contribuir al desarrollo de la cultura organizacional de la institución. En el primer caso, al reforzar estos valores ya establecidos, se está atendiendo la forma en la que Isil hace las cosas y que lo llevan a cumplir con sus objetivos; es un tema del que los colaboradores ya tienen conocimiento, pero siempre habrá espacio para que pueda ser fortalecido. En el segundo caso, con la incorporación de este nuevo valor, que busca mostrar acercar a Isil hacia la imagen de una empresa socialmente consciente y responsable, que celebra la diversidad de sus integrantes, se estaría consolidando la visión a futuro propuesta para la cultura organizacional. Lo que quedaría por hacer en este nivel sería evaluar cómo la comunidad ha percibido el cambio en este sentido y qué tanto han asimilado y

adquirido un sentido de identificación con los valores, para determinar qué va bien y en qué se necesita trabajar aún.

Artefactos: Este nivel hace referencia a los aspectos visibles o notorios de la cultura organizacional, es decir, el espacio donde se desempeña el trabajo, la estructura del mismo, la distribución, entre otros.

La forma de aplicar este nivel a la gestión del cambio en la cultura organizacional de Isil sería a través del análisis sobre cómo se sienten los integrantes de la comunidad en un espacio en el que no sólo se aborda la propuesta desde un aspecto racional, emocional o psicológico, sino también físico, pues sus lugares de trabajo habrían cambiado, estarían decorados y distribuidos de manera distinta, haciendo alusión a la campaña, con posters u otros objetos. Al ser un cambio integral, se plantea abordarlo desde la mayor cantidad de escenarios posibles, para que tenga coherencia. Es por ello que se debe analizar este nivel también y determinar qué tan a gusto o incómodos se sienten.

Fase 6: Medición de resultados

La fase final de la campaña de comunicación interna Somos+ está compuesta por la medición de resultados. La primera medición se realizará luego de la prueba piloto al final del periodo 2022-2. En base a estos próximos análisis encontraremos, de forma cuantitativa, el nivel del involucramiento de los integrantes de la comunidad Isil con las actividades de la campaña, así como su nivel de satisfacción con las propuestas presentadas. Debido a que cada acción tiene su propio indicador de medición y resultado esperado, se podrá hacer

evidente con facilidad su correcto desempeño.

Es muy importante medir el impacto que ha tenido la campaña en los individuos de la comunidad Isil porque de esta manera se obtendrá la retroalimentación necesaria de las oportunidades de mejora a presentar en el lanzamiento oficial de la campaña, el cual está programado para el primer periodo académico del año 2023.

6.4.2. Presupuesto

Tabla 36

Presupuesto de la campaña Somos+

PRESUPUESTO CAMPAÑA SOMOS+			
CONCEPTO	DETALLE		COSTO
ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN			
Piezas gráficas	Diseñador	Diseño de aprox. 20 piezas digitales en distintos formatos para Isil+, Isilnet, Mailing, Impresiones.	S/ 1,200.00
	Impresiones	3 banners roll screen, 2 banners decorativos, impresiones en distintos tamaños estilo poster.	S/ 600.00
Piezas audiovisuales	Agencia de producción audiovisual	Ejecución de pre producción, producción y post producción.	S/ 5,000.00
Capítulo Podcast Radio Isil	Invitado	Costos de servicios del artista invitado	S/ 900.00
	Costos pre y post producción	Producción del guión, transporte, gastos extras, edición de audio.	S/ 200.00

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE LA INTERACCIÓN			
Workshops / Talleres	Facilitador	Servicios del facilitador (5 temas divididos en 2 módulos, 3 convocatorias alumnos, 2 profesores, 2 administrativos = 7 talleres primer tema, 7 segundo tema) TOTAL = 14 workshops / Talleres.	S/ 14,000.00
	Coffee Break	Servicio de coffee break, bocaditos y bebidas	S/ 5,600.00
	Materiales	Impresiones, materiales para el desarrollo de los talleres.	S/ 1,400.00
	Merchandising	Lapiceros, libretas, recuerdos.	S/ 1,800.00
Activaciones BTL	Mural con estructura	Costos por armado e instalación estructura para el mural	S/ 800.00
	Orientador	Servicios del orientador	S/ 1,500.00
	Anfitrionaje	Servicios de 2 anfitriones (hombre y mujer)	S/ 3,000.00
	Merchandising	Galletas de la fortuna con mensajes alusivos a la campaña, poleras, gorros, tote bags, etc.	S/ 6,000.00
	Registro audiovisual	Servicios de registro fotográfico y de video.	S/ 1,500.00
Tarde de Talentos	Infraestructura	Alquiler de infraestructura e instalación (escenario, toldo, equipos de luces y sonido)	S/ 9,000.00
	Materiales para participantes	Costos por materiales que requieran los participantes (mesas, sillas, atriles, colchonetas, etc.)	S/ 1,500.00
	Anfitrión/a	Servicios de un o una anfitriona que conduzca el	S/ 3,000.00

		evento	
	Registro audiovisual	Servicios de registro fotográfico y de video.	S/ 500.00
TOTAL			S/ 57,500.00
*Imprevistos		10% del total	5,750.00
TOTAL			S/ 63,250.00

CONCLUSIONES

Tras el análisis de las variables de estudio, las relaciones interpersonales y los prejuicios sociales, en el contexto de la virtualidad académica de la comunidad Isil, se concluye que tanto la hipótesis general e hipótesis específicas han sido comprobadas con una correlación baja entre dichas variables propuestas. Es decir, los resultados encontrados a lo largo del trabajo de investigación, giran en torno a que las relaciones interpersonales de los individuos de la comunidad Isil tienen influencia en la generación de prejuicios sociales. Asimismo, estos informan que la comunidad tiene un alto nivel de consideración tanto en sus relaciones afectivas y familiares como en las laborales, lo cual comprueba lo propuesto teóricamente. De igual forma, los resultados muestran un alto nivel de compromiso por parte de la comunidad con causas que involucren a la igualdad como eje central. A pesar de que la correlación entre variables simboliza un nivel bajo, es importante destacar que existen miembros de la comunidad que aseguran haber sido testigos o ejecutores de comportamientos, opiniones o acciones relacionadas directamente con los prejuicios sociales. Es por ello que se considera necesario hacer frente a este tipo de problemática, desde una perspectiva que involucre los conocimientos y herramientas aprendidas, tanto en la carrera técnica como en el programa de escuela, para que de este modo las actitudes que normalicen el refuerzo de los prejuicios sociales se vean controladas con acciones que contemplen los procedimientos necesarios para una ejecución efectiva. Desde el presente trabajo de investigación se presenta la propuesta de una campaña de comunicación interna holística tanto a corto, como a largo plazo, en dónde se

plantean acciones que tienen como objetivo la mejora de la cultura organizacional de Isil, así como la contención de la problemática desarrollada a lo largo del trabajo.

RECOMENDACIONES

En base a los resultados expuestos en las conclusiones, se ha elaborado una pequeña lista de recomendaciones que podrían potenciar la imagen y el desarrollo de Isil como empresa socialmente consciente, empática y responsable. Organizando las propuestas por orden de qué tan realizables a corto plazo pueden llegar a ser, se sugiere, en primer lugar, la implementación de un canal de atención virtual, en el que cualquier miembro de la comunidad pueda expresarse sobre situaciones que le hayan generado incomodidad, rechazo o desagrado, funcionando también como un medio para reportar incidencias graves relacionadas a temas sociales. Este canal sería óptimo para evidenciar posibles situaciones de crisis y actuar con rapidez. Sobre todo, permitiría que las personas comuniquen sus preocupaciones de manera segura, discreta y reservada, sin temor a no ser escuchados. Fomentaría la comunicación horizontal y la confianza hacia la institución, pues todos los comentarios podrían ser atendidos por profesionales enfocados únicamente en el bienestar.

Por otro lado, tomando la implementación del canal como base, se recomendaría crear un área especializada, enfocada en tratar asuntos sobre “diversidad e inclusión”, cuyos procesos se encuentren bien establecidos, permitiéndole así acompañar a los miembros de la comunidad Isil, ya sean alumnos, docentes o personal administrativo, durante la convivencia y el día a día dentro en el entorno académico. Las funciones principales del área propuesta girarán en torno a la

orientación, recepción de comentarios, reporte de incidencias o denuncias, seguimiento de los mismos, imposición de sanciones, ejecución de actividades educativas y preventivas y desarrollo de propuestas de mejora.

Como recomendación final se sugiere a la institución orientar sus objetivos y estrategias a la obtención de la certificación de Empresa Socialmente Responsable, alineándose así a estándares internacionales de calidad y sostenibilidad. Esta medida, que brindaría mayor respaldo y prestigio a Isil, requeriría que se empiecen a realizar acciones que permitan evidenciar la ruta que se ha seguido hacia el bienestar social, siendo la campaña de comunicación interna Somos+ una alternativa viable para iniciar.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Allport, G. W. (1954). *La naturaleza del prejuicio*. Editorial Addison-Wsley. Recuperado de

https://faculty.washington.edu/caporaso/courses/203/readings/allport_Nature_of_prejudice.pdf [Consulta: 10 de Junio de 2022]

Brañez Medina, R. F. (2015). Macho peruano que se respeta: un estudio sobre la representación discursiva de la peruanidad masculina en el espacio virtual. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6637> [Consulta: 17 de mayo de 2022].

Cabirta, A. (2019, 13 de febrero). *¿Cómo pueden influir los sesgos en nuestras relaciones laborales?*. BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-pueden-influir-los-sesgos-en-nuestras-relaciones-laborales/> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Cartagena, J. (2019). Efecto del uso de redes sociales virtuales en las relaciones interpersonales de cinco estudiantes universitarios. [Tesis de pregrado, Universidad EAFIT]. Recuperado de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13541/JohnEver_Cartagen_aRamirez_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y [Consulta: 20 de Mayo de 2022]

Cerda Etchepare, G. (2007, agosto). *Incidencia del nivel socioeconómico en los estereotipos de género en educación infantil*. Universidad de Concepción. Recuperado de <https://www.researchgate.net/profile/Gamal->

[Etchepare/publication/335273590](https://etchepare/publication/335273590) INCIDENCIA DEL NIVEL SOCIOECONOMICO EN LOS ESTEREOTIPOS DE GENERO EN EDUCACION INFANTIL/links/5d5c14ef92851c37636caa46/INCIDENCIA-DEL-NIVEL-SOCIOECONOMICO-EN-LOS-ESTEREOTIPOS-DE-GE

[Consulta: 10 de Junio de 2022]

Defensoría del Pueblo (2007, septiembre). *La discriminación en el Perú: Problemática, normatividad y tareas pendientes*. Recuperado de https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2018/05/dd_002_07.pdf

[Consulta: 02 de Junio de 2022].

Domínguez Fernández, G., Jaén Martínez, A., & Ceballos García, M. J. (2017). *Educación la virtualidad. Pixel-Bit. Revista De Medios Y Educación*, (50), 187–199. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/61756> [Consulta: 24 de agosto de 2021]

Enríquez, R., López O., Alarcón, I., Artaza C., Estrada, M., Huerta J., López, A., Penilla, O., Ramos, M., Salguero M., Sánchez R., Suárez, V. (2018). *Masculinidades, familias y comunidades afectivas*. Editorial ITESO; EAN. <http://hdl.handle.net/11117/5841> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Flores, M. (2014). *Aplicación de un programa de habilidades psicosociales basado en el autoconocimiento para fortalecer las relaciones interpersonales de los niños y niñas de tercer grado de primaria de la I.E.P. Marvista, Paita, 2013*. [Tesis de maestría, Universidad de Piura]. <https://hdl.handle.net/11042/1981> [Consulta: 02 de junio de 2022].

Gámez, E., Marrero, H. (2005) *Bases cognitivas y motivacionales de la capacidad humana para las relaciones interpersonales*. *Revista Anuario de psicología*, Volumen 36 (3), 239-260. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/61817/76157> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Garzón Daza, C. (2021). *Las competencias docentes en el siglo XXI de cara a la virtualidad de la educación con ocasión del Covid-19*. *Revista Boletín Redipe*, 10(5), 177–188. <https://doi.org/10.36260/rbr.v10i5.1295> [Consulta: 16 de noviembre de 2021].

Guillén, H., Cueto, R. M. & Olano, G. (2018). *Bases psicosociales del prejuicio étnico en el Perú: el caso de las categorías afroperuanos, peruanos andinos y peruanos blancos*. *Revista Summa Psicológica UST*, 15(2), 123-133. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7009164> [Consulta: 21 de Mayo de 2022]

Ikemiyashiro, J. (2017). *Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Recuperado de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d9c91da3-b9f8-4ddc-8865-0be8a812129b/content> [Consulta: 15 de Mayo de 2022]

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), (2019). *Encuesta Nacional Sobre Relaciones Sociales ENARES 2019, Resultados Definitivos*. Lima, Julio 2019. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/presentacion_enares_2019.pdf [Consulta: 21 de abril de 2022].

Decreto Supremo 010 de 2012. Aprueba el reglamento de la ley N°29719, ley que promueve la convivencia sin violencia en las instituciones educativas. 2 de junio de 2012. Diario Oficial El Peruano. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/104986/010-2012-ED-30-10-2012_04_26_34_DS-010-2012-ED.pdf [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Loayza, J. (2020). *Inmigración venezolana y estigmatización laboral en el Perú*. *Revista Investigaciones Sociales*, 23(43), 179-192. Recuperado de <https://doi.org/10.15381/is.v23i43.18492> [Consulta: 21 de Mayo de 2022]

Mager, J. (1998). Relaciones Laborales y Gestión de Recursos Humanos en Trebilcock, A., *Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo*. Recuperado de <https://www.insst.es/documents/94886/161958/Cap%C3%ADtulo+21.+Relaciones+laborales+y+gesti%C3%B3n+de+recursos+humanos> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Marana, M. C. (2015). *Las TIC y nuevas relaciones afectivas. Una perspectiva sociológica acerca del surgimiento de los espacios virtuales de interacción y su impacto en las relaciones afectivas*. [Presentación de escrito]. XI Jornadas de Sociología., Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <https://cdsa.aacademica.org/000-061/71> [Consulta: 20 de Mayo de 2022]

Meyer, I. H. (2003). *Prejudice, social stress, and mental health in lesbian, gay, and bisexual populations: Conceptual issues and research evidence*. *Psychological Bulletin*, 129(5), 674–697. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.5.674> [Consulta: 5 de mayo de 2022].

Meza Martínez, C. A. (2018). *Discriminación laboral por género: una mirada desde el efecto techo de cristal*. *Revista Equidad y Desarrollo*, Volumen 32, 11-31. <https://doi.org/10.19052/ed.5243> [Consulta: 02 de junio de 2022].

Montes Berges, B. (2010). *Discriminación, prejuicio, estereotipos: conceptos fundamentales, historia de su estudio y el sexismo como nueva forma de prejuicio*. *Revista Iniciación a La Investigación*, Volumen 3. Recuperado de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ininv/article/view/202> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Olmo, M. (2005). *Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales*. *Revista de la UHU*, Volumen 7. <http://hdl.handle.net/10272/1957>. [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Organización de las Naciones Unidas (ONU), (2021, 23 de marzo). *Informe: Crece el odio en línea dirigido contra las minorías, afirma un experto*. Recuperado de <https://www.ohchr.org/es/stories/2021/03/report-online-hate-increasing-against-minorities-says-expert> [Consulta: 24 de agosto de 2021].

Organización Mundial de la Salud (OMS), (2018, 23 de agosto). *Informe: Género y Salud*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/gender> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Pairumani Ticono, Ronald. (2017). *Influencia de las relaciones intrafamiliares, en el rendimiento académico en niños (as) de 10 y 11 años, que asisten a la Comunidad de Educación Integral (CEI)*. *Revista de Investigación Psicológica*, Volumen 18, 87-108. Recuperado de:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-

[30322017000200008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-30322017000200008&lng=es&tlng=es). [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Pancorbo, G., Espinosa, A., & Cueto, R. M. (2011). *Representaciones estereotípicas y expresión del prejuicio en el Perú: la mirada desde la pobreza*. *Psicología*, 29(2), 311. Recuperado de <https://go-gale-com.ezproxy.ulima.edu.pe/ps/i.do?p=IFME&u=ulima&id=GALE%7CA307524618&v=2.1&it=r&sid=summon> [Consulta: 6 de junio de 2022]

Pla I., Donat A., Díaz I. (2013). *Estereotipos y prejuicios de género: factores determinantes en Salud Mental*. *Revista Norte de Salud Mental*. 2013, Volumen 11(46), 20-28. Recuperado de <https://psiquiatria.com/atencion-primaria/estereotipos-y-prejuicios-de-genero-factores-determinantes-en-salud-mental/> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

Rueda Garcés, H. (2021). *Identificación de prejuicio del docente en estudiantes migrantes venezolanos en Perú: un abordaje interpretativo*. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 25(1), 102–127. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v25i1.1390> [Consulta: 21 de mayo de 2022].

San Juan Velasco, C., Delgado, M., Aparicio, J. (2016). *El concepto de “minoría” como controversia político-jurídica en su aplicación a la comunidad gitana española*. *Revista de investigación multidisciplinar*, Volumen 11, 12 - 26. Recuperado de http://www5.uva.es/trim/TRIM/TRIM11_files/Minoria.pdf [Consulta: 17 de mayo de 2022].

Ungaretti, J., Müller, M., Etchezahar, E. (2016). *El estudio psicológico del prejuicio:*

Aportes del autoritarismo y la dominancia social. Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales, Volumen 12 (1), 77 – 86.

<https://doi.org/10.18004/riics.2016.julio.75-86> [Consulta: 21 de abril de 2022].

Vilca-Quiros, D. J., Casquero-Porras, D. G. M., Olortegui-Saenz, L. A., Egúsqiza-

Chinchay, C. C. M., Loayza-Serrano, M. Ángel ., & Gutiérrez-Jancco, A. . (2022).

Estereotipos y prejuicios de universitarios limeños respecto a migrantes peruanos y extranjeros. Revista Social Innova Sciences, Volumen3(1).

<https://socialinnovasciences.org/ojs/index.php/sis/article/view/82> [Consulta: 02 de Junio de 2022].

ANEXOS

Tabla 37

Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA		
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General
<i>¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios sociales en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?</i>	<i>Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios sociales en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>	<i>Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios sociales en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>
Problemas específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas
<i>¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de origen en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?</i>	<i>Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de origen en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>	<i>Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de origen en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>
<i>¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios socio económicos en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?</i>	<i>Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios socioeconómicos en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>	<i>Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios socioeconómicos en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>
<i>¿De qué manera las relaciones interpersonales influyen en prejuicios de género en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022?</i>	<i>Determinar de qué manera las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de género en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>	<i>Las relaciones interpersonales influyen en los prejuicios de género en el contexto de virtualidad académica de la comunidad Isil, año 2021 - 2022.</i>