



UNIVERSIDAD MODULAR ABIERTA

CENTRO REGIONAL SONSONATE

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



GESTIÓN EMOCIONAL Y REDES SOCIALES

INVESTIGACIÓN 2022



UNIVERSIDAD MODULAR ABIERTA

CENTRO REGIONAL SONSONATE

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN EMOCIONAL Y REDES SOCIALES



INVESTIGACIÓN 2022

302.3

R621g Rivera Ochoa, Jacqueline Cristina, 1978-

Gestión emocional y redes sociales / Jacqueline Cristina, Raul Eduardo Trejo García ; dirección de investigación Naun Oseas Onofre Mendoza ; corrector de estilo Douglas Dagoberto Sicilia Trinidad ; coordinación de diseño grafico Lidia de Pineda ; diseño y diagramación José David Calderón Aragón. -- 1ª ed. -- Sonsonate, El Salv. : Editorial UMA, 2023.

58 p. : il. ; 23 cm.

ISBN 978-99983-58-18-8 <impreso>

1. Redes sociales en línea-Investigaciones. 2. Emociones-Aspectos sociales. 3. Redes sociales-Condiciones sociales. I. Trejo García, Raúl Eduardo, 1963-, coaut. II. Título.

BINA/jnh

Doctora Judith Virginia Mendoza de Díaz
Rectora

Licdo. MARH. Edgar Armando Jiménez Yánez
Vicerrector

Ing. MED. Elsa Doris Medrano Martínez
Directora Centro Regional Sonsonate

Licdo. Naun Oseas Onofre Mendoza
Director de Investigación

Licda. MDU. Jacqueline Cristina Rivera Ochoa
Lic. MED. Raúl Eduardo Trejo García
Investigadores

Licdo. Douglas Dagoberto Sicilia Trinidad
Corrector de estilo



Licda. Lidia de Pineda
Coordinadora de Diseño Gráfico

Imprenta
Cpcreativa

Diseño y Diagramación
Licdo. José David Calderón Aragón
cpcreativapublicitaria@gmail.com

© **Copy Right**
El Salvador
Primera Edición
40 ejemplares

Universidad Modular Abierta
Calle Salarrué N° 3-4, Barrio
El Pilar, Sonsonate,
El Salvador, C. A.
Tel. (503) 2486-1300
www.umasonsonate.edu.sv

ÍNDICE

CAPÍTULO I	
PERFIL DE INVESTIGACIÓN	5
1.1 Situación problemática	6
1.2 Objetivos	7
1.2.1 Objetivo general	7
1.2.2 Objetivos específicos	7
1.3 Justificación del estudio	7
1.4 Delimitaciones	8
1.4.1 Temporal	8
1.4.2 Geográfico	8
1.4.3 Social	8
1.5 Tipo de investigación	9
1.6 Técnicas e Instrumentos	9
1.6.1 Técnica	9
1.6.2 Instrumentos	9
1.6.3 Población	9
1.7 Estrategia de vinculación	10
1.7.1 Docencia	10
1.7.2 Proyección Social	10
1.7.3 Centro de Orientación Profesional (COP)	10
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	11
2.1. ¿Qué son las emociones?	12
2.1.1 Inteligencia emocional, surgimiento de una tendencia	12
2.1.2 Dimensiones que componen la inteligencia emocional	13
2.1.3 Gestión emocional	13
2.1.4 Gestión emocional y redes sociales	14
2.1.5 La importancia de la influencia en las redes sociales	15
2.1.6 Conflictos en las redes sociales	15
2.1.7 La comunicación asertiva, la escucha activa y su aplicación en redes sociales	16
2.1.8 Los nuevos vínculos sociales	17
2.1.9 Del liderazgo tradicional al liderazgo contemporáneo	17
2.1.10 La escucha activa, aplicación en contenido y respuestas en redes	18
2.1.11 La autorregulación o autocontrol emocional	19
2.1.12 La empatía, su necesidad en la interacción digital	19
2.1.13 Habilidades sociales	20

CAPITULO III	
PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS	23
3.1 Análisis de datos cuanti-cualitativos	24
CAPITULO IV	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	37
4.1 Conclusiones	38
4.2 Recomendaciones	38
CAPITULO V	
PROPUESTA	41
Bibliografía	57

Índice de Tablas

Tabla 1	Distribución de "n" por Institución de Educación Superior consultadas	9
Tabla 2	Dimensiones - Inteligencia Emocional	13
Tabla 3	Competencias de la autorregulación	19
Tabla 4	Tipos de habilidades sociales	21
Tabla 5	Frecuencias de respuestas/pregunta 1	24
Tabla 6	Frecuencias de respuestas/pregunta 2	25
Tabla 7	Frecuencias de respuestas/pregunta 3	26
Tabla 8	Frecuencias de respuestas/pregunta 4	27
Tabla 9	Frecuencias de respuestas/pregunta 5	28
Tabla 10	Frecuencias de respuestas/pregunta 6	29
Tabla 11	Frecuencias de respuestas/pregunta 7	30
Tabla 12	Frecuencias de respuestas/pregunta 8	31
Tabla 13	Frecuencias de respuestas/pregunta 9	32
Tabla 14	Frecuencias de respuestas/pregunta 10	33
Tabla 15	Frecuencias de respuestas/pregunta 11	34
Tabla 16	Frecuencias de respuestas/pregunta 12	35
Tabla 17	Diagrama de talleres	45

CAPÍTULO I

PERFIL DE INVESTIGACIÓN



1.1 Situación problemática

Los estudiantes de las Instituciones de Educación Superior, son jóvenes con edades entre 17 y 35 años en su mayoría, y que se comunican con sus amigos, familiares y colegas de trabajo utilizando los aparatos de telefonía móvil, así lo confirman estudios recientes que se refieren a “que un 60% de los adultos conectados, utilizan herramientas de envíos de mensajes online, de notas de voz y/o de servicios de videoconferencias” (Liferay, 2022). Esto deriva en la concepción que se tiene una clara dependencia de la comunicación en línea.

También se debe hacer referencia a la utilización de las redes sociales y cómo el consumo se incrementa al correr de los años tanto en adultos como en jóvenes, dado que: “De acuerdo con los resultados, 78.6% consideró que su consumo de internet aumentó y 76.9% cree que su uso de redes sociales también se incrementó en este periodo” (Ramos, 2020, p. 8), por tanto se percibe que como sociedad nos hemos vuelto dependientes del internet y las redes sociales para comunicarnos e interactuar socialmente.

De acuerdo a lo anterior definido, se podría indicar que los estudiantes tienen gran afinidad al uso de las redes sociales, debido a que dominan los recursos y opciones que brindan las aplicaciones, además las pueden gestionar en tiempo, ya que lo hacen principalmente desde sus equipos móviles. Además, están las facilidades que brindan las operadoras de telefonía que les permiten gestionarlas ante un aparente bajo costo.

Al tener este acceso constante, también se deja ver como actualmente se han vuelto un medio de expresión total de los estudiantes quienes, en muchas ocasiones, no han gestionado de manera adecuada sus emociones y parece que escriben cual ráfaga incontrolable de comentarios sobre temas diversos, muchas veces de forma totalmente impulsiva e irracional, ignorando daños a terceros o similares.

La inteligencia emocional se relaciona a la capacidad que tenemos para dirigirnos con efectividad a los demás y a nosotros mismos, de conectar con nuestras emociones, de gestionarlas, de auto motivarnos, así como también el hecho de frenar los impulsos, de vencer las frustraciones...que se presenten en el diario vivir (Goleman, 2005). Es a partir de ello que se considera importante el conocer de qué manera la inteligencia emocional es gestionada en futuros profesionales.

Y es que la comodidad de los móviles, su accesibilidad económica, la versatilidad; y sincronización de las aplicaciones y programas para gestionar las redes sociales puede, con relativa facilidad, impactar los estados emocionales de las personas que

interactúan en estos espacios. Esto lo plantea un estudio que se refiere a la gestión de las emociones, en el indicaron un buen nivel motivacional en todos los factores (metas intrínsecas, valor de las tareas, creencia de control, autoeficacia para el rendimiento, ansiedad y metas extrínsecas), con una adecuada percepción, regulación y comprensión emocional. Así mismo, evidencian una correlación positiva y significativa de ambas, excepto entre el factor motivacional “ansiedad” y los factores “comprensión” y “regulación” que conforman la inteligencia emocional (Echeverri et al., 2018)

Evidenciando la necesidad de trabajar y orientar a los jóvenes en los procesos positivos de gestión emocional, ante el cúmulo de información que se genera, de tal suerte que se tenga discernimiento y control sobre ello.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Analizar la gestión emocional de los estudiantes, de las universidades radicadas en Sonsonate, ante el manejo mediático en redes sociales

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el autocontrol emocional y el manejo de las redes sociales.
- Verificar la empatía en el manejo de redes sociales
- Identificar las habilidades sociales ante la utilización de las redes sociales

1.3 Justificación del estudio

Importancia de la investigación

Según investigadores como James Gross (2019), las diversas estrategias de gestión emocional son esenciales para evitar cuadros depresivos y el desarrollo de personalidades limítrofes, ya que ayudan a las personas a canalizar lo que sienten y piensan, sin caer en el abismo. (Flores-Carretero., 2019) por lo tanto se vuelve sumamente importante investigar de qué forma se encuentra dicha gestión en los futuros profesionales pertenecientes a las distintas universidades del departamento de Sonsonate.

Novedad de la investigación

Se consideró desde el inicio como una investigación novedosa, debido al hecho que, si la gestión emocional es inadecuada en las personas, difícilmente se desempeñara adecuadamente en el mundo laboral o académico, mientras que si la gestión es adecuada la persona estará dispuesta a desarrollar su autoconocimiento, autorregulación, motivación, empatía, y habilidades sociales. Lo cual permitirá tener a un sujeto con un alto nivel de desempeño laboral. Además, esta tendencia forma parte de los nuevos requisitos de contratación empresarial pues si bien es cierto el aprendizaje académico es importante también lo es todo lo relacionado a la cuestión emocional.

Relevancia social

Como sociedad es importante contar con ciudadanos que gestionen adecuadamente sus emociones porque esto garantiza estados aceptables de salud mental en la población y luego una convivencia armónica con sus semejantes esto incluye el mundo de las redes sociales.

Factibilidad teórica.

Según la base de datos Dimensions bibliometricamente desde el año 2013 se registra un incremento de las búsquedas que correlacionan las palabras inteligencia emocional y Instituciones de Educación Superior, siendo el 2021 el de mayor auge hasta la fecha. Contando con 11,939, fuentes disponibles relacionados al tema en cuestión. (Dimensions, 2022)

1.4 Delimitaciones

1.4.1 Temporal

El estudio investigativo se realizó de enero a octubre de 2022.

1.4.2 Geográfico

El lugar donde se realizó la investigación es en el municipio de Sonsonate.

1.4.3 Social

Se consultó a estudiantes de las diferentes Instituciones de Educación Superior de Sonsonate.

1.5 Tipo de investigación

Es de carácter cualitativo de tipo descriptivo, está dirigido a determinar cómo es y cómo está la situación de las variables o estudios en una población; la presencia o ausencia de algo (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

1.6 Técnicas e Instrumentos

1.6.1 Técnica

Se utilizó la técnica de la encuesta para conocer puntualmente la problemática y así mismo las soluciones, para dar seguimiento a las opiniones de los sujetos en estudio.

1.6.2 Instrumentos

Se utilizó un cuestionario relacionado a la gestión emocional y al manejo de las redes sociales; el cual se utilizó de un modo preferente en el desarrollo de la investigación, El instrumento consto de 12 ítems relacionados al tema gestión emocional y redes sociales.

1.6.3 Población

Estuvo conformada por estudiantes activos pertenecientes a las distintas Instituciones de Educación Superior que tienen presencia en el departamento de Sonsonate, debido a que era una población baja, se tomó el 100% de esta como muestra, la que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 1 Distribución de "n" por Institución de Educación Superior consultadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	UMA	75	40.3	40.3	40.3
	UNABSO	75	40.3	40.3	80.6
	ESFE/AGAPE	36	19.4	19.4	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

1.7 Estrategia de vinculación

1.7.1 Docencia

Apoyo en la investigación de docentes de las Cátedras, Métodos de Evaluación Psicológica II y Psicoterapia de Grupo.

1.7.2 Proyección Social

Ejecución del plan resultante con enfoque psicosocial para el fortalecimiento de la inteligencia y gestión emocional adecuada

1.7.3 Centro de Orientación Profesional (COP)

Creación del programa abierto para el fortalecimiento de la inteligencia emocional en estudiantes universitarios pertenecientes a UMA, UNABSO, ESFE/AGAPE

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO



“La clave para alcanzar un alto cociente intelectual colectivo
es la armonía social”

Daniel Goleman-

2.1. ¿Qué son las emociones?

Según el Doctor en Psicología, Master en Neurociencia y Biología del Comportamiento Juan Moisés de la Serna (2020):

“Las emociones son reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso o recuerdo importante. Psicológicamente, las emociones alteran la atención, hacen subir de rango ciertas conductas guía de respuestas del individuo y activan redes asociativas relevantes en la memoria”

Los sentimientos son el resultado de las emociones, son más duraderos en el tiempo y pueden ser verbalizados (palabras). Fisiológicamente, las emociones organizan rápidamente las respuestas de distintos sistemas biológicos, incluidas las expresiones faciales, los músculos, la voz, la actividad del SNA y la del sistema endocrino, pudiendo tener como fin el establecer un medio interno óptimo para el comportamiento más efectivo (Cabral, Tavares, & de Almeida, 2016).

Las emociones sirven para establecer una posición con respecto al entorno, estas impulsan al sujeto que las experimenta hacia ciertas personas, objetos, acciones, ideas y nos alejan de otros. Las emociones actúan también como depósito de influencias innatas y aprendidas. Poseen ciertas características invariables y otras que muestran cierta variación entre individuos, grupos y culturas (Levenson, 1994).

2.1.1 Inteligencia emocional, surgimiento de una tendencia.

Es desde Edward L. Thorndike quien define en 1920 la “inteligencia social”, esa habilidad básica para comprender y motivar a otras personas. Luego David Wechsler, por su parte, en los años 40, dejó claro que ningún test de inteligencia podía ser válido si no se tenían en cuenta aspectos emocionales.

Años después fue Howard Gardner (1983) quien pondría los primeros cimientos con la séptima de sus inteligencias, la interpersonal.

Es en 1985 cuando apareció por primera vez el término “inteligencia emocional” en la tesis doctoral de Wayne Payne, la cual, llevaba por título Un estudio de las emociones: el desarrollo de la inteligencia emocional. Este término fue popularizado por Daniel Goleman; psicólogo y periodista norteamericano, quien evidenció el poder que las emociones tienen sobre el ser humano, además del cómo se relaciona gracias a ellas.

2.1.2 Dimensiones que componen la inteligencia emocional

Tabla 2 Dimensiones - Inteligencia Emocional

AUTOCONOCIMIENTO	Es la capacidad para reconocer sus propios sentimientos o emociones.
AUTOREGULACIÓN	Está relacionado con el control de sus emociones y adecuación al momento en que se encuentra.
MOTIVACIÓN	Capacidad que tiene un individuo de sentir emoción por lograr un objetivo. Esta dimensión requiere vincular otras capacidades como la atención, la creatividad y la impulsividad o autocontrol, pues el individuo debe ser capaz de considerar la gratificación de alcanzar la meta propuesta, aunque no sea de manera inmediata.
EMPATÍA	Surge cuando se puede reconocer las emociones ajenas y puede ponerse en el lugar del otro. Esta dimensión es fundamental para vivir en sociedad, pues muchas veces se reciben señales de otros y conviene comprender qué significan, para ayudarles en lo que necesitan.
HABILIDADES SOCIALES	Los individuos son capaces de comunicarse y entender diferentes puntos de vista sobre sus mismas ideas.

Fuente: La inteligencia emocional. ¿Por qué es más importante que el coeficiente intelectual? Daniel Goleman (2018)

2.1.3 Gestión emocional

La definición más relacionada a esta investigación se encontró en la tesis denominada Educación Física para la Felicidad, de la Gestión Emocional al Ikigai, realizada en la Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá, Colombia en el año 2019.

En esta tesis se describe el término gestión emocional de la siguiente manera: Es cuando “el individuo es capaz de sentir y demostrar la emoción en el momento oportuno, con la persona oportuna y la intensidad oportuna” (Romera, 2022) lo que se relaciona directamente con la inteligencia emocional que denominó Daniel Goleman como “la capacidad de sentir, entender, controlar y modificar las emociones” en relación también con la inteligencia tanto interpersonal e intrapersonal propuesta por Gardner (1993).

Esta acción genera una fuente de información interna que guarda relación con la satisfacción o no de las necesidades y deseos, en la situación en la que se encuentra el sujeto en un momento dado. Cuartero manifiesta también que:

“Las emociones nos movilizan y nos informan; y cuando se integran con la razón nos hacen más sabios de lo que somos que cuando utilizamos solo nuestro intelecto. Las emociones proporcionan una fuente rica de información sobre nuestras reacciones ante las situaciones. (Cuartero, 2008, p. 12) Es por esto que la persona debe reflexionar de manera constante su sentir para que el individuo entienda la importancia y las implicaciones negativas que podría tener la falta de gestión emocional ya que esto tiene connotaciones tanto físicas como cognitivas.”

Es necesario recordar que: La “emoción proviene de la raíz latina moveré (mover), y el prefijo ex-moveré (mover hacia afuera), es decir, aquello que pone en movimiento, la emoción está relacionada con la acción” (Cuartero, 2008, p. 12). Las emociones nos ponen en movimiento, nos hacen actuar. Las emociones son el resultado de la combinación de procesos afectivos e intelectuales.

A partir de lo anteriormente expuesto, para esta investigación se definió la gestión emocional como la implementación de herramientas que permitan manejar las emociones de una forma apropiada, la toma de conciencia de la emoción presentada y su nivel de afectación tanto como la manera de enfrentarla.

2.1.4 Gestión emocional y redes sociales

Por la novedad que representa la temática se citara el artículo: Inteligencia emocional en redes sociales, escrito por Dulce Vargas (2021) creadora de contenido para redes sociales. En su artículo manifiesta que:

“Para Goleman la inteligencia emocional está dividida en cinco dimensiones, además incluye dos esferas que tienen que ver con el individuo social: gestión de relaciones y empatía, lo cual es de suma importancia para toda interacción con seres humanos, sea por medio de internet o en persona”

A su vez la autora, enmarca las siete competencias de la dimensión de habilidades sociales que se consideran clave para una buena comunicación e interacción de los usuarios en redes sociales, las cuales son (Vargas, 2021):

- La influencia
- La resolución de conflictos
- La comunicación asertiva
- El establecimiento de vínculos
- La colaboración y cooperación
- El liderazgo
- La escucha activa

2.1.5 La importancia de la influencia en las redes sociales

La teoría de inoculación psicosocial, desarrollada por McGwire (1960) y otros investigadores, los enfoques de la influencia social, reconocen que los niños y adolescentes “bajo presión” se involucrarán en conductas de riesgo como el consumo de sustancias.

Al adaptarlo al entorno de las redes sociales, vale citar las conductas que se ven en las personas llamadas “influencers”, las cuales tienen un poder de dominio enorme sobre su audiencia, sean niños, adolescentes o adultos.

Se ha visto en casos recientes con información totalmente distorsionada, pero al ser dichos por ellos, sus seguidores han creído fielmente cayendo en el “bandwagon effect”, en español, el efecto de arrastre, el cual consiste en que las personas confían en la información que les están dando porque muchas personas están hablando de ello incluidos sus ídolos en redes sociales.

2.1.6 Conflictos en las redes sociales

Desde el punto de vista social, usualmente el conflicto siempre se ve como algo negativo, sin embargo, Álzate (2013) señala que todo conflicto puede adoptar un curso constructivo o destructivo y por lo tanto la cuestión no es tanto eliminar o prevenir el conflicto si no saber asumir dichas situaciones conflictivas y enfrentar

a ellas con los recursos suficientes para que todos los implicados en dichas situaciones salgan enriquecidos de ella (Bonilla-Bravo, 2019).

“El conflicto en sí mismo no es malo” ya que, desde el punto de vista psicológico, no se debe preocupar por evitar cualquier tipo de conflicto, si no por el contrario la educación y prevención debería ir en aras de preparar a los seres humanos en cómo enfrentarse adecuadamente cuando esté en medio de uno.

Según el Psicólogo Luis Fernando López Martínez (2016), creador de contenido para el sitio psicología y mente de España, en su artículo: Las nuevas tecnologías pueden generar disputas entre personas. ¿Cómo gestionar esta realidad? Explica que una comunicación no verbal, según los estudios existentes, representa el 50% del impacto y contenido del mensaje, frente al escaso 10% del contenido verbal el 40% restante es asignado a la comunicación paraverbal que nos muestra la carencia de cuerpo y forma en estas nuevos medios virtuales de comunicación, donde las posibilidades de “errar” en su intencionalidad, pueden derivar en conflictos, modulados por los estados emocionales, situaciones y características intrapersonales de su receptor (Martínez, 2016).

2.1.7 La comunicación asertiva, la escucha activa y su aplicación en redes sociales

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, “una persona asertiva es aquella que expresa su opinión de manera firme”, clara, respetando tanto las ideas de la otra persona como las propias. Esto no quiere decir que para ser asertivos se deba estar siempre de acuerdo con los argumentos que se nos presentan; se puede disentir sin que esto sea motivo de discusión. Comunicarse asertivamente significa decir lo que uno quiere decir, sin herir los sentimientos de los demás (Alonso, 2021).

Para contar con una comunicación asertiva se debe desarrollar la escucha activa. Marissa Glover (2019) menciona que:

“Cuando hablamos de la escucha activa nos referimos a una manera de comunicarnos en donde se pretende hacerle saber a la persona que nos está comunicando algo que realmente se le está atendiendo y comprendiendo. Cuando escuchamos de manera activa a alguien, lo hacemos de manera consciente, es decir, hacemos un esfuerzo por centrar toda nuestra atención en aquello que nos está comunicando la otra persona y no sólo eso, sino que también prestamos la atención suficiente para conocer realmente cómo se siente”.

2.1.8 Los nuevos vínculos sociales

Según la Psicóloga María Laura Luzzolino (2019) expresa que las redes sociales han vuelto los intercambios comunicativos más veloces, inmediatos. Además, han sumado la posibilidad de conocer si otra persona está o no en línea, cuándo ha dejado de hacerlo, si ve o no nuestros mensajes. Todo esto, en suma, impacta sobre una persona emocionalmente dependiente (Luzzolino, 2019).

Luzzolino (2019) ejemplifica la creación de vínculos y dependencia que se genera con las redes sociales de la siguiente forma: “Imagina que tu bienestar emocional depende de tu relación con otro, y tienes la posibilidad de ver en todo momento si esa persona usa o no su celular, qué hace a través de historias que publica en sus redes sociales, con quién está, en dónde, todo esto a tiempo real”. Estos factores no hacen más que nutrir un lazo de dependencia, agravándolo, llevando al máximo el estado de control de una persona sobre otra y, sobre todo, afectando el estado emocional de quien depende de alguien más para estar bien. Concluye que, si bien es cierto que las redes sociales nos han hecho un favor, permitiéndonos establecer intercambios comunicativos inmediatos y fácilmente, las consecuencias sobre la salud emocional de las personas pueden ser graves, y justamente por esos mismos motivos, la creación de vínculos emocionalmente dependientes.

2.1.9 Del liderazgo tradicional al liderazgo contemporáneo

Según la plataforma Ghazal App de Colombia que ayuda a los FreeLancer y agencias digitales a resolver sus problemas de coordinación de proyectos a través de software especializado para conseguir una alta tasa de fidelización, en su post llamado: “El fenómeno del liderazgo en redes sociales” expresa que: El liderazgo en redes sociales es algo que ha estado cobrando mayor relevancia, en especial con el fenómeno de los influencers.

Estos influencers muchas veces están relacionados con la farándula, el contenido poco trascendental y la falta de consistencia, dando espacio a los micro influencers, una clase de liderazgo mucho más segmentado y que nutre diferentes sectores del mercado global.

Esto ha mostrado que el liderazgo, aprovechando las plataformas sociales, ya no es exclusivo de celebridades, políticos, empresarios y actores. Son cientos las personas que se han mostrado como líderes en las redes sociales, alcanzando una gran influencia en distintas plataformas y redefiniendo el liderazgo en los ecosistemas digitales.

Ricardo Homs (2022), actual presidente de la Academia Mexicana de la Comunicación AC ha observado que el nuevo liderazgo que ha surgido no ha sido impuesto, sino más bien reconocido por méritos y buscado entre las comunidades.

Pero no todo se debe a que las redes sociales sean un nuevo factor para las nuevas generaciones, y que den forma y sentido a como se aceptan a los nuevos líderes, en gran parte se debe a la manera como el concepto de liderazgo ha evolucionado en los últimos años.

El liderazgo contemporáneo, se caracteriza por no ser autoritativo, absolutista e impositor. Es más, de un enfoque al servicio y la influencia no coercitiva, está relacionado a conceptos modernos como la redarquía y la autogestión (Ghazalapp, 2021).

2.1.10 La escucha activa, aplicación en contenido y respuestas en redes

Daniel Goleman (1995) menciona que “La escucha verdadera, me obliga a sintonizar con sus sentimientos permitiéndole expresar lo que tenga que decir, de un modo tal que la conversación sigue el rumbo que ambos decidimos. Y cuando este tipo de escucha se da en ambas direcciones, se establece un auténtico diálogo en el que los participantes adaptan sus comentarios a lo que el otro siente y dice” “...Escuchamos activamente cuando estamos atentos a todo el proceso de la comunicación y no únicamente al mensaje verbal.”

El diseñador gráfico y director creativo Antoni Painn (2020) comenta que no se debe olvidar lo siguiente: Las Redes Sociales son conversación, otra forma, pero al final conversación. Y prosigue diciendo que la escucha activa está más allá de las palabras clave de la mera detección de palabras clave, lo que verdaderamente nos interesa es seguir la conversación allí donde se desarrolle (Painn, 2020).

La escucha activa nos muestra el escenario, lo que ocurre alrededor de nuestra marca. Las redes sociales nos proporcionan una gran cantidad de información de nuestros clientes, lo que nos puede llevar a encontrar nuevas oportunidades de negocio. Lo mismo sucede con la opinión emitida en los diferentes post, permitirá conectar o no con los demás usuarios o miembros del grupo donde se ha respondido, elevando o no dependiendo de la respuesta emitida la calidad humana y de liderazgo de quien lea y responda.

También Painn dice que: Saber escuchar no es fácil, sobre todo teniendo en cuenta el volumen de información diaria que se vierte en Internet. Por poner solo un ejemplo con datos de 2015, cada minuto se mandan 347.222 tweets según DOMO, empresa dedicada al Big Data.

2.1.11 La autorregulación o autocontrol emocional

Según Whitebread (2012) es la habilidad de controlar y modular las expresiones emocionales, tanto positivas como negativas, la forma de interactuar con los demás, la cual se va complejizando las reglas sociales, donde es importante la visión fenomenológica para descubrir la motivación y toma de conciencia de autorregulación, lo cual depende de la necesidad de autorregulación y el autoconcepto que ese tenga, del que dependerá el procesos de adaptación emocional ante desafíos, amenazas o inhibición ante comportamientos inapropiados, o dar la importancia a los comportamientos socialmente esperados, donde influyen las percepciones del sujeto, que pueden estar directamente relacionadas con el grado de auto valía y auto identidad.

Tabla 3 Competencias de la autorregulación

AUTOCONTROL	Para gestionar adecuadamente nuestras emociones y nuestros impulsos conflictivos.
CONFIABILIDAD	Ser sincero
INTEGRIDAD	Cumplir responsablemente con nuestras obligaciones
ADAPTABILIDAD	Afrontar los cambios y desafíos con flexibilidad
INNOVACIÓN	Permanecer con la mente abierta a nuevas ideas, perspectivas, creencias e información

Fuente: Elaboración propia

Cuando se genera la conciencia del propio estado emocional incluye la posibilidad de estar experimentando emociones múltiples, siendo conscientes de que uno no puede estar al tanto, de los propios sentimientos debido a inatención selectiva o dinámicas inconscientes, pero si podemos dedicar un momento en el día para analizar nuestras emociones y reacciones.

2.1.12 La empatía, su necesidad en la interacción digital

Daniel Goleman (2006), menciona que la dimensión de la empatía tiene dos elementos: la conciencia social, que es lo que sentimos sobre los demás y la aptitud social, prácticamente es lo que hacemos por los demás, Goleman (1995) propone la empatía

cognitiva, la cual nos permite asumir la perspectiva de otras personas, entender su estado mental y a la par gestionar nuestras emociones y también valoramos las suyas. A partir de la interacción en redes sociales esto parece olvidarse porque a veces cuando se hace alguna participación en los comentarios de algún contenido no se toma en cuenta las emociones de las demás personas, tanto las del creador como las de las de la audiencia y se ocasiona un punto alto de estrés e incomodidad. Alexandra Hamlet, PsyD, Psicóloga clínica señala que “Mientras menos conectado estés con los seres humanos de una manera profunda y empática, menos obtendrás los beneficios de una interacción social.” También menciona que “Cuanto más superficial sea, es menos probable que te haga sentir conectado, que es algo que todos necesitamos”.

Jerry Bubrick, PhD, un Psicólogo clínico menciona que “FOMO (Fear of missing out o en español: sentir que te estás perdiendo de algo) es en realidad nuestro miedo a no estar conectado a nuestro mundo social, y esa necesidad de sentirse conectado a veces supera lo que está sucediendo en la situación real en la que nos encontramos. Cuanto más usamos las redes sociales, menos pensamos en estar presentes en el momento.

Lo descrito anteriormente no pasa exclusivamente con niños o adolescentes, se encuentran ejemplos como lo expresa Dulce Vargas (2019) con profesionales en cualquiera de los ámbitos, tal es el caso de los jugadores de la NBA, los cuales utilizan las redes sociales para generar una mejor comunidad y tener más audiencia en los partidos, pero esto ha afectado la salud mental de los jugadores, a tal grado que el comisionario de la NBA Adam Silver habló al respecto en 2019, de la siguiente manera:

Los jugadores de la NBA están expuestos a miles de rumores al día, su mundo saca de contexto sus palabras para generar contenido “clickbait” (El “clickbait” es una técnica de escritura que tiene como objetivo conseguir visitas a nuestro contenido, se utiliza para causar curiosidad en la audiencia, pero lamentablemente, muchas veces estos titulares mienten y no entregan lo prometido en el contenido completo) en redes sociales.

2.1.13 Habilidades sociales

Según la Plataforma de estimulación cognitiva para profesionales conocida como NEURON UP ACADEMY en su blog profesional presenta las habilidades sociales de la siguiente manera (NeuronUP, 2022).

Las habilidades sociales son el conjunto de estrategias de conducta y las capacidades para aplicar dichas conductas que nos ayudan a resolver una situación social de

manera efectiva, es decir, que es aceptable para el propio sujeto y para el contexto social en el que está.

Permiten expresar los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de modo adecuado a la situación en la cual el individuo se encuentra mientras respeta las conductas de los otros.

Por esta razón, hacen mejorar nuestras relaciones interpersonales, sentirnos bien, obtener lo que queremos y conseguir que los demás no nos impidan lograr nuestros objetivos. Además, estos comportamientos son necesarios para interactuar y relacionarse con los demás de forma efectiva y mutuamente satisfactoria.

Estas habilidades son imprescindibles en cualquier ambiente que se encuentre la persona (en familia, en el trabajo, en la calle, etc.). Una adecuada puesta en práctica de estas habilidades es beneficiosa para aprender a expresarse y comprender a los demás, tener en cuenta las necesidades e intereses de todo el mundo, intentar encontrar la solución más satisfactoria para todos ante un problema o ser solidario, cosas fundamentales si queremos vivir en sociedad.

Tabla 4 Tipos de actividades sociales

Habilidades sociales básicas	Habilidades sociales complejas
<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar • Iniciar una conversación • Formular una pregunta • Dar las gracias • Presentarse • Presentar a otras personas • Realizar un cumplido 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía. • Inteligencia emocional • Asertividad. • Capacidad de escucha. • Comunicación de sentimientos y emociones. • Definición de problemas y evaluación de soluciones. • Negociación. • Modulación de la expresión emocional. • Capacidad de disculparse. • Reconocimiento y defensa de los derechos propios y de los demás.

Fuente: Elaboración propia, basada en NEURON UP

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADO



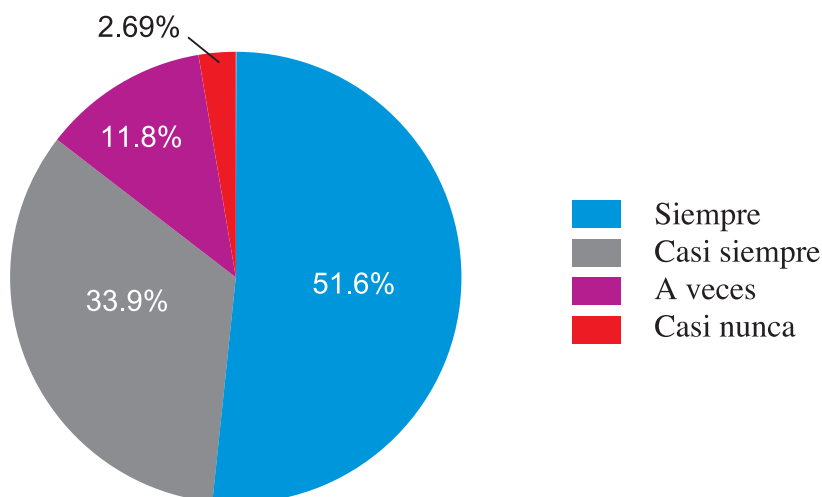
3.1 Análisis de datos cuanti-cualitativos

1. ¿Considera que controla sus emociones ante publicaciones en redes sociales?

Tabla 5 Frecuencias de respuestas/pregunta 1

	Frecuencias	%
Siempre	96	51.6%
Casi siempre	63	33.9%
A veces	22	11.8%
Casi nunca	5	2.7%

¿Considera que controla sus emociones ante publicaciones en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

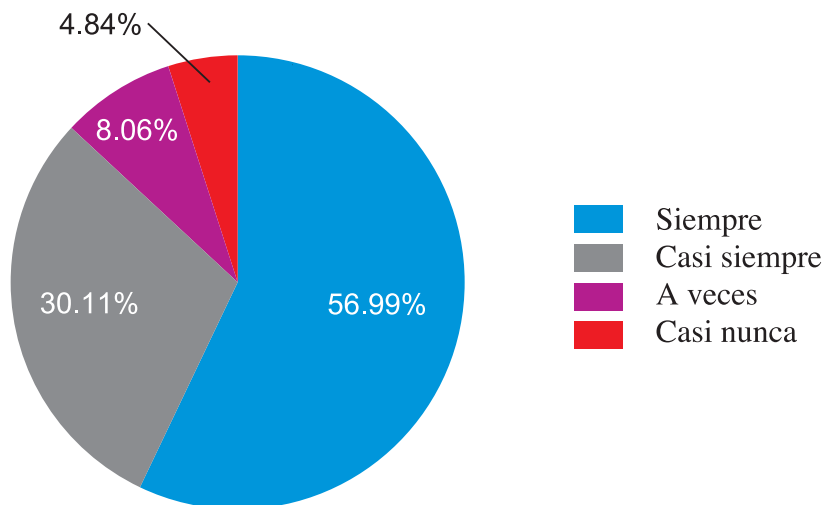
Análisis e interpretación: Se destaca que el 85.5% de la población, considera que siempre puede controlar sus emociones ante cualquiera de las publicaciones en redes sociales. Esto indica que se tiene un control aceptable de las emociones ante los diferentes post que se encuentran en las redes. Validando la idea de la gestión emocional adecuada ante las ideas de cualquier índole de otras personas. El 14.5% expreso que le es difícil contenerse, e inclusive existe un porcentaje que se consideran entre a veces y casi nunca, el hecho de no poder controlarse ante cualquier publicación que les cause algún impacto emocional. Esto surge debido a que muestran impulsividad emocional pues con facilidad se sienten aludidos u ofendidos por lo que algún conocido o desconocido puede postear en las redes sociales, considerándolo incluso un ataque personal.

2. ¿Piensa que responde conscientemente ante publicaciones en redes sociales?

Tabla 6 Frecuencias de respuestas/pregunta 2

	Frecuencias	%
Siempre	106	57.0%
Casi siempre	56	30.1%
A veces	15	8.1%
Casi nunca	9	4.8%

¿Piensa que responde conscientemente ante publicaciones en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

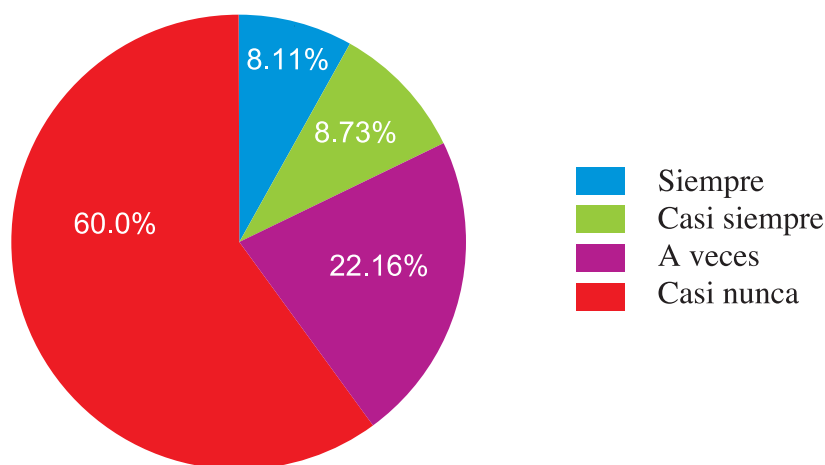
Análisis e interpretación: El 87.1% manifiesta que siempre y casi siempre, piensan antes de responder las publicaciones de otros en redes sociales, mostrando un autocontrol aceptable antes dichas publicaciones. Con estas pautas de reflexión queda demostrado que si existe la gestión emocional esperada ante las diferentes publicaciones y se hace la valoración en cuanto al impacto emocional que ha creado en la persona, lo que deriva en dar o no una respuesta a la publicación. El 12.9% restante se considera entre el casi siempre y casi nunca ubicándoles como personas con un bajo autocontrol emocional ante la aparición de publicaciones en las distintas redes. Como producto continuo del bajo control emocional la persona, inicia discusiones sin tener claro si emocionalmente le está impactando o no, pero se apresura a responder para mitigar la afectación superficial causada por el post.

3. ¿Responde algunas interacciones sin pensar las consecuencias?

Tabla 7 Frecuencias de respuestas/pregunta 3

	Frecuencias	%
Siempre	15	8.1%
Casi siempre	18	9.7%
A veces	41	22.0%
Casi nunca	111	59.7%
Perdido Sistema	1	0.5%

¿Responde algunas interacciones sin pensar las consecuencias?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

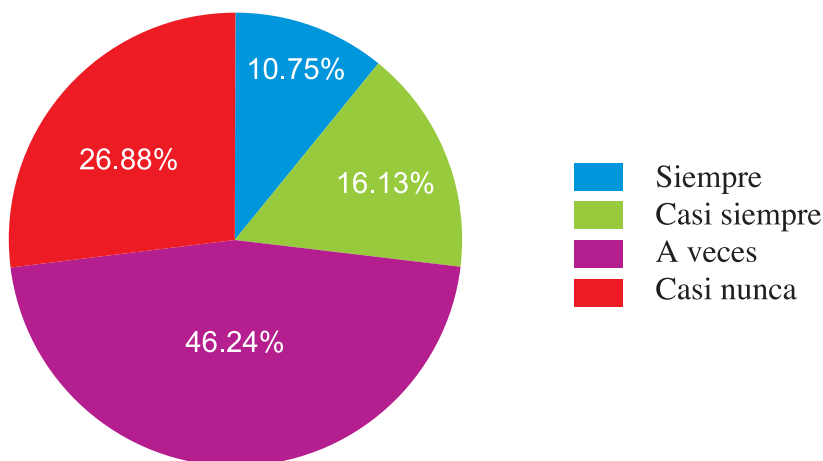
Análisis e interpretación: En relación a esta interrogante el 81.7% considera que casi nunca responden sin pensar en las consecuencias de sus posts. Estas personas tienen la capacidad de gestionar adecuadamente sus emociones, por lo tanto, siempre tomarán un tiempo prudente para emitir su opinión o no hacerlo ante cualquier tipo de publicación. El 18.3% restante manifestó que contestan de forma visceral a publicaciones en las cuales se sienten aludidos. Estas reacciones les acompañan según lo expuesto en muchas actividades diarias quedando evidenciada su poca gestión emocional, pues contestan y buscan el enfrentamiento ante cualquier cuestión en la que se sientan vinculados o incluso señalados, independiente de quien las publique.

4. ¿Supone que interactúa en redes sociales más tiempo del necesario?

Tabla 8 Frecuencias de respuestas/pregunta 4

	Frecuencias	%
Siempre	20	10.8%
Casi siempre	30	16.1%
A veces	86	46.2%
Casi nunca	50	26.9%

¿Supone que interactúa en redes sociales más tiempo del necesario?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

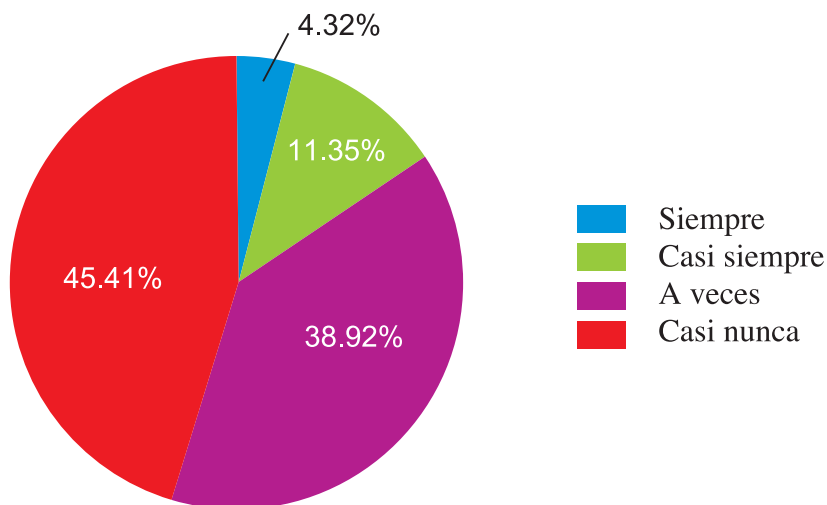
Análisis e interpretación: En relación al tiempo de interacción solamente el 26.9% consideró que A veces se interesa en controlar este tiempo. Contrario a la gestión emocional adecuada, se experimentó un decaimiento en la disciplina y control del tiempo en redes surgiendo una tendencia notoria a procrastinar. El 73.1% mostro de manera general un bajo autocontrol en relación al manejo de su tiempo en las redes. En relación a este dato surgió una tendencia a la procrastinacion por revisión de redes no les interesa controlar su tiempo, pues lo ven como un buen entretenimiento, aunque confirman que sobrepasa el tiempo de ocio que tienen.

5. ¿Cree que las publicaciones en redes sociales cambian su estado de ánimo?

Tabla 9 Frecuencias de respuestas/pregunta 5

	Frecuencias	%
Siempre	8	4.3%
Casi siempre	21	11.3%
A veces	72	38.7%
Casi nunca	84	45.2%
Perdido Sistema	1	0.5%

¿Cree que las publicaciones en redes sociales cambian su estado de ánimo?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

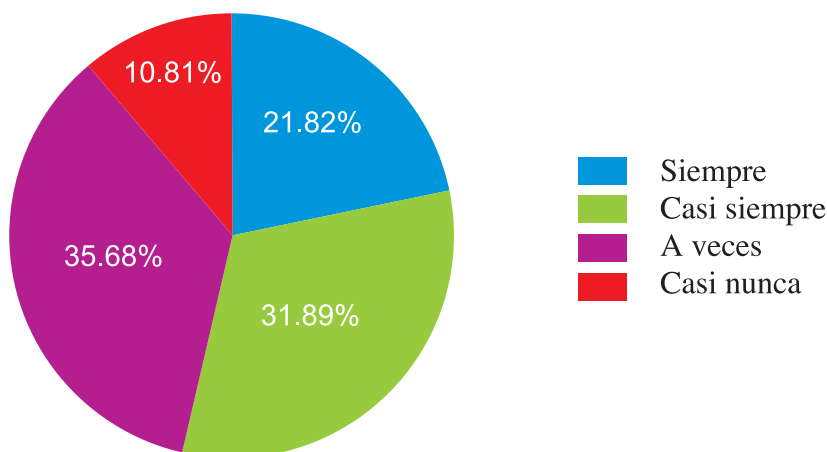
Análisis e interpretación: Se considera preocupante el dato obtenido en este ítem, debido que la sumatoria de Siempre, Casi Siempre y A veces resulta un total de 54.3% a quienes les afecta las publicaciones en redes sociales. Por lo tanto, si existe la afectación del estado de ánimo además de daños a la autoestima, tendencias ansioso-depresivas debido a lo que puede o no aparecer en las redes que les involucren o evidencien en situaciones personales. El 45.7% parece no afectarles su estado emocional, independiente el post este o no dirigido, o etiquetado a ellos como tal, lo que permite inferir que existe afectación empática por las publicaciones vistas en la red. Aunque es de un impacto menor al esperado, es de hacer notar que puede causar en cuestión de tiempo y constancia afectaciones psicopatológicas.

6. ¿Generalmente reacciona positivamente ante publicaciones en redes sociales que le causan emociones?

Tabla 10 Frecuencias de respuestas/pregunta 6

	Frecuencias	%
Siempre	40	21.5%
Casi siempre	59	31.7%
A veces	66	35.5%
Casi nunca	20	10.8%
Perdido Sistema	1	0.5%

¿Generalmente reacciona positivamente ante publicaciones en redes sociales que le causan emociones?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

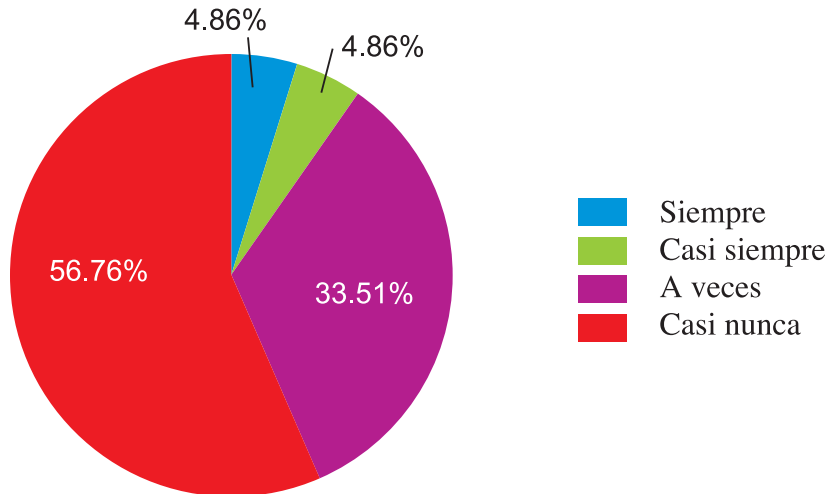
Análisis e interpretación: El 67.2% consideró que casi siempre y a veces reaccionan positivamente ante publicaciones en redes que les causan algún tipo de emoción. Tomarse las cosas con humor es parte también de la gestión emocional, en este caso esto se evidencia con las reacciones que se tienen hacia los post y publicaciones encontradas en la red que confirman que se encuentran aceptables en cuanto a su gestión emocional. El 32.8% restante aparentemente no identifican las emociones que pueden causar o su reacción ante ciertas publicaciones. En este caso empieza a fallar el autoconocimiento y los demás elementos que componen la inteligencia emocional pues desconocen que emoción provocan los post vistos.

7. ¿Las publicaciones en redes sociales provocan cambios en su auto estima?

Tabla 11 Frecuencias de respuestas/pregunta 7

	Frecuencias	%
Siempre	9	4.8%
Casi siempre	9	4.8%
A veces	62	33.3%
Casi nunca	105	56.5%
Perdido Sistema	1	0.5%

¿Las publicaciones en redes sociales provocan cambios en su auto estima?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

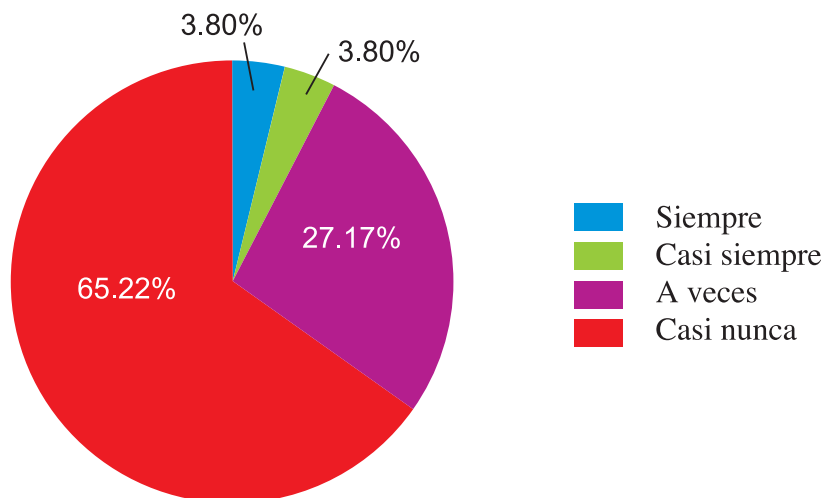
Análisis e interpretación: En este ítem el 57% considera que casi nunca les afecta en su autoestima, algún tipo de publicación. Esto se debe al hecho que existe algún nivel de autocontrol y habilidades sociales en los participantes pues comprenden que no todo lo que se publica en redes es personal o dirigido a ellos. El 43% expresa que siempre, casi siempre, y a veces les afecta lo que publican sus contactos en redes sociales, por lo que se considera que si existe inferencia directa en la autoestima de las personas. Podría relacionarse a la ausencia de habilidades sociales y empatía pues no se comprende la dinámica social de las redes aún.

8 ¿Ante las publicaciones en redes sociales siente la necesidad de responder?

Tabla 12 Frecuencias de respuestas/pregunta 8

	Frecuencias	%
Siempre	7	3.8%
Casi siempre	7	3.8%
A veces	50	26.9%
Casi nunca	120	64.5%
Perdido Sistema	2	1.1%

¿Ante las publicaciones en redes sociales siente la necesidad de responder?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

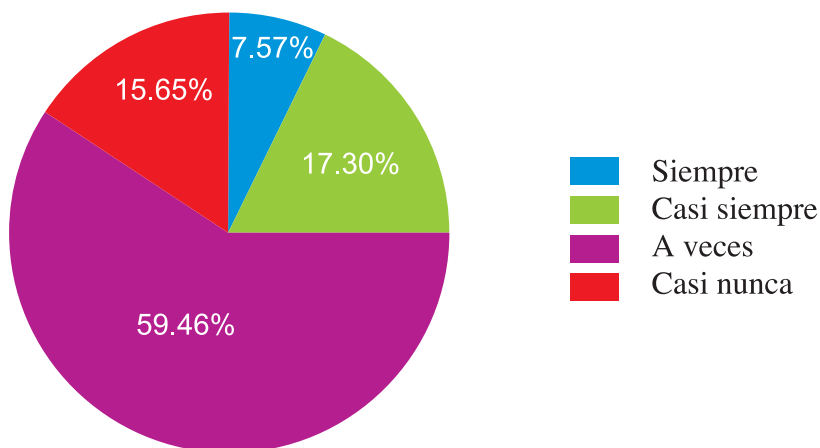
Análisis e interpretación: El 64.5% en apariencia casi nunca siente la necesidad de responder, esto hace considerar que tienen autocontrol emocional y habilidades sociales desarrolladas y estables. Contrario al 35.5%, que manifestó que a veces o casi siempre experimenta la necesidad de responder, debido a que se identifican con dichos post, por lo que se evidencia que existe algún nivel de deficiencia empática en el manejo de las redes sociales, y deficiencias en la autorregulación emocional.

9. ¿Con qué frecuencia siente empatía o se identifica con las situaciones presentadas en redes sociales?

Tabla 13 Frecuencias de respuestas/pregunta 9

	Frecuencias	%
Siempre	14	7.5%
Casi siempre	32	17.2%
A veces	110	59.1%
Casi nunca	29	15.6%
Perdido Sistema	1	0.5%

¿Con qué frecuencia siente empatía o se identifica con las situaciones presentadas en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

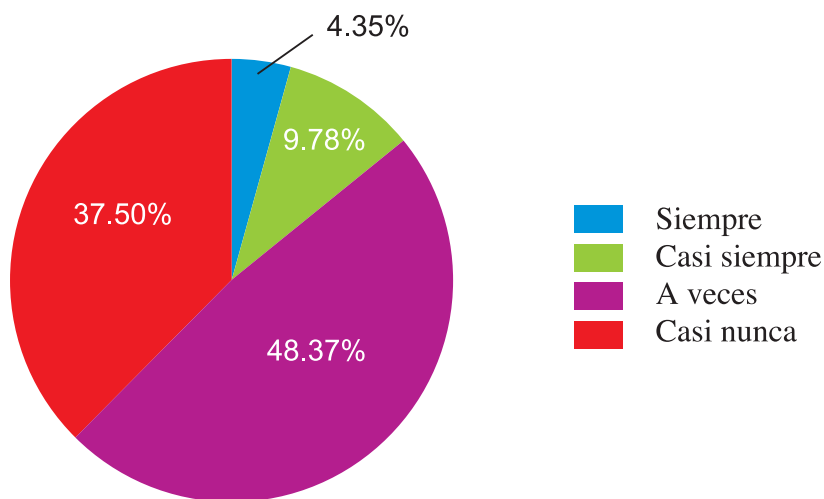
Análisis e interpretación: En este ítem el 83.8% se identificó, en cuanto a sentir empatía con las situaciones presentadas en las distintas redes, pero esto no evitaba que quisieran comentar o responder en relación a lo posteado por sus contactos u otros. Si bien es cierto se destaca la empatía, es de hacer notar que existe un bajo autocontrol pues, aunque se comprenda la situación, no se exige de contestar inclusive de manera hiriente o sarcástica ante la situación que se esté exponiendo en redes. Mientras que el 16.2% expresaba que no empatizaban con las diferentes publicaciones. Con estos datos se puede considerar la ausencia de empatía y habilidades sociales en el uso de las redes.

10. ¿Con qué frecuencia se identifica y aporta contenido a las publicaciones en redes sociales?

Tabla 14 Frecuencias de respuestas/pregunta 10

	Frecuencias	%
Siempre	8	4.3%
Casi siempre	18	9.7%
A veces	89	47.8%
Casi nunca	69	37.1%
Perdido Sistema	2	1.1%

¿Con qué frecuencia se identifica y aporta contenido a las publicaciones en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

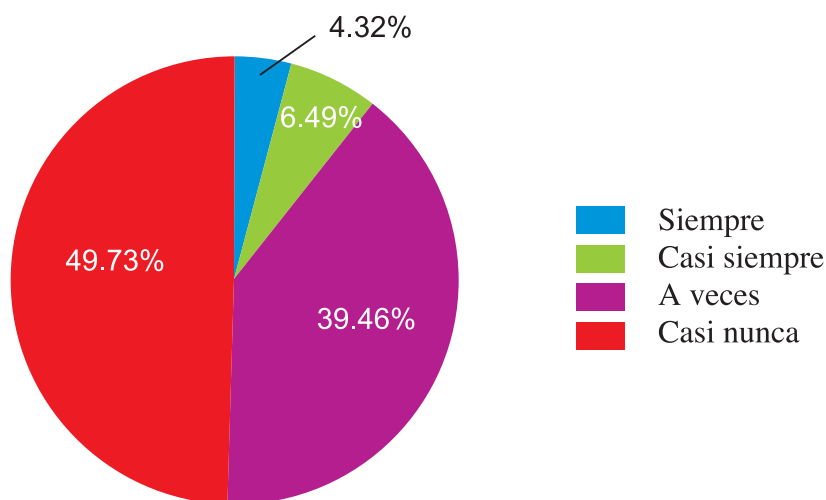
Análisis e interpretación: En cuanto a la frecuencia con la que se identifican y aportan contenidos a las diversas publicaciones, el 86% se ubica entre a veces y casi nunca, pero manifestaban que esto no les impedía responder a los posts de sus contactos, según comentan a veces, solo para “corregir” algún punto de vista, que según los encuestados no era el más apropiado. El 14% expreso no identificarse, lo que orienta nuevamente a la ausencia de empatía y habilidades sociales en esta población, dando como resultado una muy baja gestión emocional.

11. ¿Con qué frecuencia se afilia a comunidades en las redes sociales?

Tabla 15 Frecuencias de respuestas/pregunta 11

	Frecuencias	%
Siempre	8	4.3%
Casi siempre	12	6.5%
A veces	73	39.2%
Casi nunca	92	49.5%
Perdido Sistema	1	0.5%

¿Con qué frecuencia se identifica y aporta contenido a las publicaciones en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

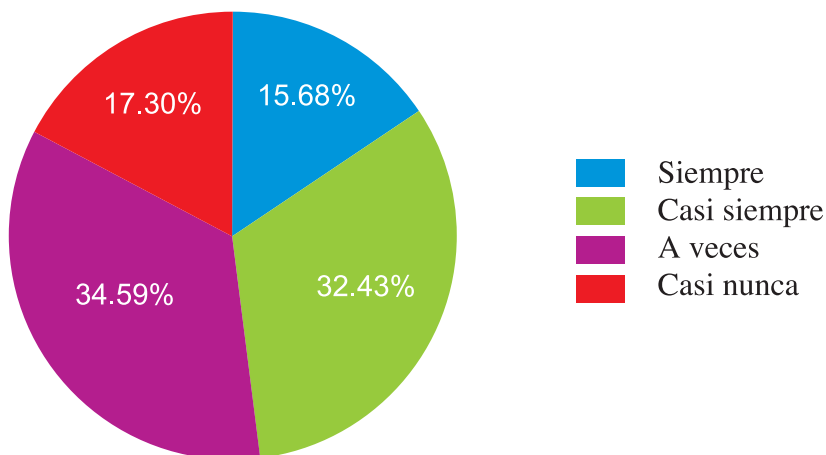
Análisis e interpretación: El 88.7% de los encuestados, no les interesa afiliarse a comunidades o grupos con desconocidos en redes, pero no tienen inconveniente en contestar publicaciones de personas que no figuren en sus listas de contactos, lo que evidencia también la escasez de habilidades sociales y apatía a conocer y comprender otros puntos de vista. El 11.3% muestra regular interés en afiliarse y pertenecer a diferentes grupos, esto se debe a la necesidad de sentirse parte de una estructura y más aún si es a fin a los gustos considerados raros o extravagantes.

12. ¿Con qué frecuencia se comunica con sus contactos en redes sociales?

Tabla 16 Frecuencias de respuestas/pregunta 12

	Frecuencias	%
Siempre	29	15.6%
Casi siempre	60	32.3%
A veces	64	34.4%
Casi nunca	32	17.2%
Perdido Sistema	1	0.5%

¿Con qué frecuencia se comunica con sus contactos en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia a partir del Software de análisis estadístico SPSS V28.0 (2022)

Análisis e interpretación: En cuanto a la frecuencia con la que utilizan las redes para comunicarse con familiares y amigos el 82.3% expresa hacerlo siempre, casi siempre y a veces. El hecho de fortalecer las habilidades sociales a través de la interacción de las redes ha beneficiado al ser humano pues independiente de donde se encuentre es fácil realizar una video llamada individual o grupal y generando una interacción muy similar a la realidad física. El 17.7% les dedican tiempo a las redes más por entretenimiento que por relacionarse socialmente, quedando en evidencia que existe un leve decaimiento en las relaciones sociales ante el uso de las redes. Por otro lado, también lo ven como un refugio seguro y libre de la interacción social real, creando una barrera entre ellos y el medio físico más cercano.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



4.1 Conclusiones

1. La gestión emocional de los estudiantes, de las universidades localizadas en Sonsonate, presentan el manejo mediático en redes sociales aparentemente estable, pero existe una leve afectación tanto en el autocontrol emocional, el manejo adecuado de la empatía y las habilidades sociales.
2. Según la población encuestada era controlable la relación entre el autocontrol emocional y el manejo de las redes sociales, que inclusive la mayoría afirma que antes de responder los posts que aparecen en sus redes sociales, piensan la manera de hacerlo, pero aceptan que tienen muy poco control sobre el tiempo de interacción en las mismas.
3. La empatía en el manejo de redes sociales, está siendo afectada debido a que en su mayoría aceptaron que les importaban las publicaciones que aparecían en las redes sociales, aunque su reacción fuera positiva ante ellas, insisten en que siempre hay afectación, pero sin llegar al nivel de impactar en su autoestima. Hay un porcentaje que sí consideraba que existía en ellos daños en su autoestima por dichas publicaciones.
4. En cuanto al análisis de las habilidades sociales, ante la utilización de las redes sociales la mayoría considera que casi nunca tienen la necesidad de responder a los posts que aparecen en sus redes, pero la tercera parte de la población se ve en la necesidad casi inmediata de contestar los posts, ya sea que les incomode o no, lo publicado. Confirmaron que no les interesa formar parte de grupos o comunidades, por lo que existe una tendencia leve a la disminución de las habilidades sociales en ellos.

4.2 Recomendaciones

La Universidad Modular Abierta Centro Regional Sonsonate deberá continuar con el apoyo brindado a las diversas instituciones de educación superior UNABSO, ESFE/AGAPE a través de la implementación del proyecto para la evaluación y gestión emocional de estudiantes universitarios.

La unidad de proyección social del Centro Regional de Sonsonate deberá desarrollar con el área de psicología programas que permitan fortalecer la inteligencia emocional de los estudiantes propios y además los de UNABSO, ESFE/AGAPE.

La coordinación de psicología del Centro Regional de Sonsonate, realizara a través de servicio social, prácticas clínicas o psicoterapéuticas la implementación permanente

de programas que evalúen y fortalezcan la inteligencia y gestión emocional de los estudiantes propios y los que lo soliciten y pertenezcan a UNABSO, ESFE/AGAPE. La coordinación del Centro de Orientación Profesional (COP) del centro regional Sonsonate, implementará de manera permanente programas orientados tanto a la evaluación de la inteligencia emocional y a su adecuada gestión. Con los estudiantes que lo soliciten y pertenezcan a UNABSO, ESFE/AGAPE. Debido a que existen afectaciones, aunque sea de forma leve en los futuros profesionales y esto puede interferir directamente con su desempeño laboral.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

UNIVERSIDAD MODULAR ABIERTA
CENTRO UNIVERSITARIO SONSONATE



PROGRAMA ¿Me conozco?

Evaluación y gestión de inteligencia emocional
“Se contrata a los directores por su intelecto y su pericia empresarial
y se los despide por su falta de inteligencia emocional”
- Daniel Goleman.

INTRODUCCIÓN

Indudablemente en los últimos años la humanidad como tal ha cambiado, el hecho de vivir sucesos históricos que afectan la salud física y mental han gestado en las personas la necesidad de modificar sus modos de sobrevivencia y aflorar factores que sostienen y fomentan la resiliencia para adaptarse a las situaciones actuales y futuras.

Es por ello que para pertenecer y permanecer en el mercado laboral actual es necesario conocer y evaluar la inteligencia emocional de los candidatos a ingresar en este.

Pues quien gestiona y reconoce sus propias emociones desarrollará con mayor prontitud sus habilidades y mejorará sus destrezas, convirtiéndose en elemento indispensable para el crecimiento de las empresas, o decidirá crear las suyas con enfoque innovador y visionario.

OBJETIVOS

GENERAL

- Evaluar la inteligencia y gestión emocional de los estudiantes de último año pertenecientes al área de ciencias económicas.

ESPECÍFICOS

- Verificar las características del perfil de egreso de los estudiantes de ciencias económicas, relacionado al concepto de inteligencia y gestión emocional.
- Fortalecer la inteligencia emocional.
- Brindar las herramientas necesarias para la adecuada gestión emocional.

PERFIL DEL PROGRAMA

NOMBRE

- ¿Me conozco? Evaluación y gestión de inteligencia emocional.

INSTITUCIONES INVOLUCRADAS

- Universidad Modular Abierta (COP).

LUGAR

- Edificio COP

PARTICIPANTES

Estudiantes de quinto año de las carreras de:

- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Contaduría Pública
- Licenciatura en Mercadotecnia

JUSTIFICACIÓN

En palabras de Daniel Goleman la inteligencia emocional se define como: **“El conjunto de habilidades que permiten una mayor adaptabilidad de la persona ante los cambios”**.

Actualmente esta inteligencia representa uno de los factores por los cuales las empresas pueden contratar o no a futuros empleados. Este planteamiento fortalece la realización de la evaluación de la misma y la necesidad de la gestión adecuada de las emociones, pues se verificará el cumplimiento del perfil de graduado en relación a las características de esta inteligencia.

Se evaluará y fortalecerá las habilidades que componen la inteligencia emocional, estas son:

- La Empatía
- Motivación
- Autoconocimiento
- Autorregulación o autocontrol
- Habilidades sociales

Luego de ello se estará otorgando las herramientas necesarias para ser los candidatos más elegibles al puesto solicitado en algunos casos y en otros tendrán la facilidad para la creación y mantenimiento de empresas propias.

BENEFICIOS

- Evaluación y actualización del perfil de graduado de las carreras seleccionadas.
- Creación del programa para el fortalecimiento y gestión de la inteligencia emocional.
- Brindar las herramientas emocionales necesarias para la búsqueda y obtención de empleos.
- Crear los espacios para el crecimiento personal
- Fomentar la empatía.
- Incentivar la motivación tanto interna como externa de los estudiantes
- Promover la gestión emocional.
- Fortalecer las habilidades sociales.

METODOLOGÍA

- Se diseñó el programa basado en los resultados de la investigación institucional 2022 del área de Psicología acerca de la gestión emocional y redes sociales, la cual se guiará bajo las habilidades que componen la inteligencia emocional: la empatía, motivación, autoconocimiento, autorregulación o autocontrol, habilidades sociales.
- Se utilizarán los talleres vivenciales, pues crean el espacio adecuado para que los participantes se reúnan en grupo para trabajar a partir de experiencias personales, sobre algún tema específico.
- Poseen una estructura y planeación previa que contempla, además de los contenidos teóricos, ejercicios que facilitan el aprendizaje y el desarrollo personal de los participantes (Villar, 2010).
- Tendrán un máximo de 20 participantes por grupo.
- Permite crear espacios dialógicos, donde se ponen en común los conocimientos, afectos y experiencias cotidianas y significativas de cada uno de los participantes, para ser resignificadas mediante estrategias de reaprendizaje, con lo cual se obtienen formas distintas de ser y de relacionarse con los otros (Berra y Dueñas, 2011) (Gómez del Campo del Paso, Salazar

Garza, & Rodríguez Morril, 2014)

- Estos se realizarán durante 5 jornadas relacionadas a las temáticas señaladas en la estructura del programa.
- Se aplicará la técnica del test-retest para conocer el impacto del programa

Tabla 17 Diagrama de talleres

Semana	Temas	Actividad	Tiempo	Fecha
1	Empatía	Saludo Desarrollo de temática Dinámica Cierre	30 minutos	
2	Motivación	Saludo Desarrollo de temática Dinámica Cierre	30 minutos	
3	Autoconocimiento	Saludo Desarrollo de temática Dinámica Cierre	30 minutos	
4	Autocontrol	Saludo Desarrollo de temática Dinámica Cierre	30 minutos	
5	Habilidades sociales	Saludo Desarrollo de temática Dinámica Cierre	30 minutos	
		Saludo Desarrollo de temática Dinámica Cierre	2 horas 30 minutos 15 minutos cada una	

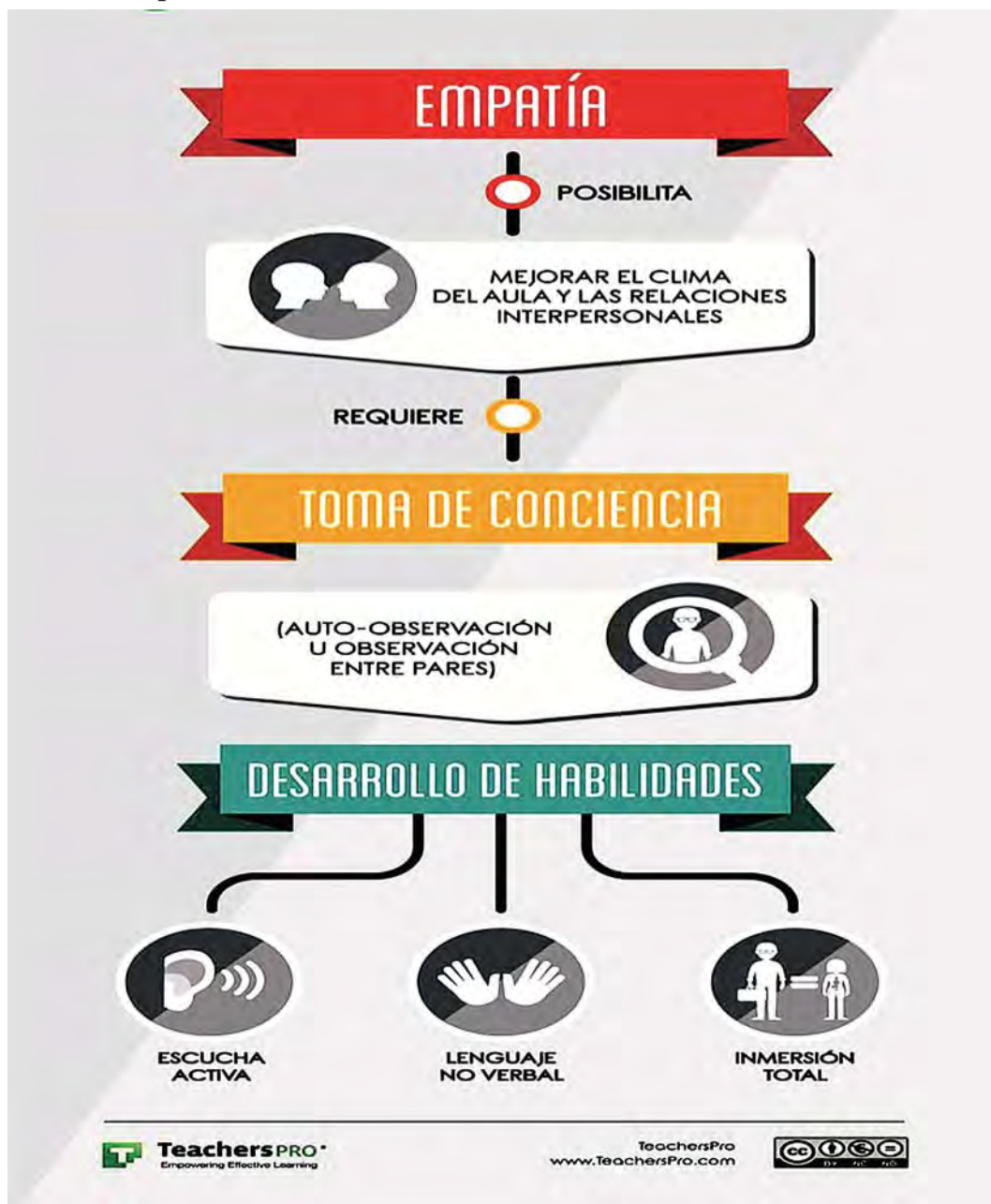
Nota	No se incluyen la reunión de presentación y finalización del programa, pero se realizarán ambas con la intención de aplicar la técnica test-retest para obtención de datos. Las fechas serán organizadas por los docentes que tengan a cargo las materias de los estudiantes del quinto año de las diferentes carreras.
------	---

Contenido a desarrollar

Este será explicado y vivenciado a través de infografías, pues se considera que es una forma rápida y efectiva de conectar no solo de forma cognitiva, sino que también visual, auditiva y emocional con los participantes.



• **La Empatía**



Mejora tu **Empatía** en **5 pasos**



Conviértete en un oyente activo

Escuchar activamente significa estar centrado en lo que la otra persona dice, sin distracciones.



Desarrolla curiosidad por los otros

Esfuézate en conocer más a quienes te rodean. Te puedes llevar gratas sorpresas y aprendizajes.



Desafía estereotipos y prejuicios

Intenta conocer gente muy diferente a ti y trata de entender el porqué tus ideas se diferencian.



Comparte un poco de ti con otros

La mejor manera de ganar confianza y hacer que otros se abran, es compartir un poco de ti con ellos.



Pasa tiempo en los 'zapatos del otro'

Colabora en tareas ajenas a las que acostumbras, con lo cual tu entendimiento de los demás crecerá.

Fuente: "5 Ways To Increase Your Own Empathy" - Fast Company Magazine 2016

• Motivación

MOTIVACIÓN PERSONAL

By Teresa Alba

¿QUÉ ES Y CUÁLES SON SUS BENEFICIOS? 20 TRUCOS INFALIBLES PARA FOMENTARLA

DEFINICIÓN

Es el origen o la razón que nos lleva a realizar una acción determinada o, por el contrario, no llegar a hacerla. Se trata, por tanto, de un componente psicológico estimulado por factores externos e internos (automotivación).

BENEFICIOS DE LA MOTIVACIÓN PERSONAL

CREATIVIDAD
Sentirte motivado te aleja de bloqueos y permite que tus ideas fluyan.

PRODUCTIVIDAD
Obtendrás un mayor rendimiento laboral y una mejor gestión del tiempo.

PROYECTOS
Siendo una persona motivada, atraerás nuevas oportunidades de trabajo.

RETRIBUCIÓN
Saber lo que te motiva y lo que quieres, te ayuda a darte a valer.

20 TRUCOS PARA FOMENTAR LA AUTOMOTIVACIÓN

#1. Pensar en positivo

#2. Comprometerse

#3. Dar el primer paso

#4. Llevar un diario de metas

#5. Establecer un referente

#6. No dejar pasar el tiempo

#7. Identificar debilidades

#8. Anotar las motivaciones

#9. Tener fuentes de inspiración

#10. Conectar con un consejero

#11. Descomponer metas

#12. Visualizar la meta

#13. Autorecompensar

#14. Fracasar

#15. Mantener el foco

#16. Priorizar

#17. Resistirse y luchar

#18. Ser realista

#19. Quererse mucho

#20. Vivir el presente

Busca inspiración en <http://diseñoactivo.com>

MADRIDNYC



5 pasos para recuperar la motivación

MINIMIZA EL CONTACTO CON GENTE NEGATIVA.
Aléjate de aquellos que siempre se quejan, y recupera tu ánimo.
A veces no es posible, pero trata por un periodo corto.

PASA TIEMPO CON PERSONAS QUE TE LLENEN DE ENERGÍA.
Relaciónate con personas que te empujen a ser mejor en todos los aspectos de tu vida.

RODÉATE DE COSAS POSITIVAS.
Lee libros felices, escucha audiolibros o un podcast alegre, y mira una película que te haga reír. Incorpora mensajes positivos como puedas.

APRENDE A PRIORIZAR.
Crea listas y da prioridad a las cosas que debes y quieres hacer. Entre más control tengas, mejor podrás generar soluciones.

TEN COMPROMISO.
Toma esa lista que creaste y abórdala cada día. Si te comprometes en hacer algo, te sorprenderás con lo que puedes lograr y en lo bien que te sentirás.

- **Autoconocimiento**

**¿EN QUÉ SE BASA EL
AUTOCONOCIMIENTO?**

1
MOTIVACIÓN
PERSONAL

2
AUTOSUPERACIÓN

3
METAS

4
PROYECTO DE VIDA

JERONICALAFELL
www.jeronicalafell.com

AUTOCONOCIMIENTO

Para conocer quiénes somos a nivel personal y profesional, es preciso que conozcamos de nosotros mismos los siguientes aspectos:

by Sonia Roselló

1 INTROVERSIÓN / EXTROVERSIÓN 
¿Me cuesta relacionarme con personas desconocidas?

2 RESERVA / EXPRESIVIDAD
¿Generalmente expreso mis emociones?

3 SUMISIÓN (MODESTIA) / ASCENDENCIA (LIDERAZGO)
¿Hago normalmente lo que quieren los demás?

4 TOLERANCIA / AGRESIVIDAD 
¿Me gusta competir?

5 REALISMO (SENCILLEZ) / INTELLECTUALISMO (SOFISTICACIÓN)
¿Suelo pensar el porqué de las cosas?

6 MUCHO CONTROL EMOCIONAL / POCO
¿Cómo reacciono cuando algo me sale mal?

7 PRUDENCIA (REFLEXIÓN) / IMPULSIVIDAD (ESPONTANEIDAD)
¿Pienso antes de actuar?

8 CEREBRAL / AFECTIVO 
¿Me emociono fácilmente?

9 CONFORMIDAD/ AMBICIÓN
¿Cuáles son mis metas en la vida?

10 INDIVIDUALISMO/ ESPÍRITU DE EQUIPO 
¿Prefiero trabajar solo o en equipo?



La respuesta a estas preguntas nos orientará sobre los rasgos principales de nuestra personalidad.

- **Autorregulación o autocontrol**



Objetivos del autocontrol emocional



Expresar adecuadamente sus emociones



Regular la expresión emocional



Habilidad para afrontar retos y situaciones de conflicto



Capacidad para administrar la ansiedad



Capacidad para generar emociones positivas



Moderar la propia reacción emocional

Pasos para el autocontrol emocional

Reconocer los "detonadores"

Los detonadores pueden ser palabras, frases, situaciones e incluso personas.

Conciencia de los cambios corporales

Tomar conciencia de los cambios corporales que se producen al experimentar las emociones

Mantener la mente en calma

Mantener la mente en calma para que el rendimiento de la memoria operativa sea óptima.

Desarrollar la inteligencia emocional

Aprender a gestionar tus emociones aún en medio de una situación crítica.

MARITA ABRAHAM

www.maritaabraham.com

• **Habilidades sociales**

HABILIDADES SOCIALES

El ser humano es un ser social por naturaleza y las habilidades sociales le van a permitir una vida social sana, rica y satisfactoria.

<p>1 COMUNICACIÓN </p> <p>La habilidad para comunicarnos de manera efectiva es una de las habilidades sociales básicas, ya que la comunicación es la base de toda interacción y relación. Se trata de expresar y entender, de eliminar barreras y de ampliar espacios y métodos de comunicarnos.</p>	<p>2 EMPATÍA</p> <p>La empatía es la capacidad de ponernos en el lugar del otro. Para mejorar nuestras habilidades sociales debemos entender al otro, ir más allá de nosotros mismos y ponernos en sus zapatos.</p> 
<p>3 ASERTIVIDAD</p> <p>La asertividad es la capacidad de defender nuestros derechos, opiniones e ideas, sin atacar a los demás desde el respeto. La asertividad, se sitúa en el punto medio entre las conductas pasivas y las agresivas y es una habilidad básica para mejorar nuestras interacciones y relaciones.</p> 	<p>4 ESCUCHA ACTIVA</p> <p>La escucha activa es mucho más que la escucha. La escucha activa supone escuchar la parte emocional del mensaje y hacer saber al otro que le estamos escuchando.</p> 
<p>5 APEGO</p> <p>El apego es la capacidad de establecer lazos afectivos con otras personas. Crear vínculos con los demás, querer y sentirnos queridos es una necesidad básica y se convierte en una habilidad social.</p> 	<p>6 COOPERACIÓN</p> <p>Convivir con los demás implica ser capaces de cooperar con ellos para lograr objetivos comunes. La cooperación es otra de las habilidades sociales básicas.</p> 
<p>7 AUTOCONTROL</p> <p>La capacidad de controlar la propia conducta en las diferentes situaciones sociales. Implica la capacidad de analizar las interpretaciones e identificar las emociones propias en las situaciones sociales para controlar los impulsos.</p> 	<p>8 RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS</p> <p>Las relaciones sociales son una fuente de conflicto natural. La habilidad para resolver los conflictos va a suponer una mejora de nuestras habilidades sociales.</p> 

¿Qué son?

Conocimientos académicos.
Comprobables a través de certificados, diplomas y títulos.



Ejemplos:

Dominio de uno o más idiomas

Uso de programas de computación

Uso de aparatos tecnológicos

Conocimientos técnicos



¿Qué son?

Habilidades relacionadas con la **inteligencia emocional**
Comportamientos, actitudes y valores.

Ejemplos:

Facilidad de comunicación

Creatividad, empatía y compromiso

Capacidad de trabajo en equipo

Honestidad y ética profesional

HARD

(Habilidades duras)

SKILLS

SOFT

(Habilidades suaves)



En los diferentes niveles educativos: básico, medio superior, superior y posgrado; así como, a través de diplomados, certificaciones, entre otros.

¿Cómo desarrollarlas?



A través de **relaciones interpersonales** con los individuos del entorno, ya sea la familia, amigos, y los compañeros de escuela o trabajo.

Bibliografía

Alonso, M. d. (2021, Septiembre 13). Universidad Central Colombia. From <https://www.ucentral.edu.co/noticentral/comunicacionasertiva#:~:text=Comunicarse%20asertivamente%20significa%20decir%20lo,los%20sentimientos%20de%20los%20dem%C3%A1s.>

Bonilla-Bravo, A. M. (2019, mayo). Dialnet. From <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7210290>

Cabral, J. C., Tavares, P. d., & de Almeida, R. M. (2016). Reciprocal effects between dominance and anger: A systematic reviews. *Neurosciencie & biobehavioral Reviews*, 71.

Echeverri, M., Hurtado, P., Quintero, D., Rivera, D., & Ureña, Y. (2018). La gestión de las emociones, una necesidad en el contexto educativo y en la formación profesional. *Espacios*, 1-12.

Gardner, H. (1993). *Estructuras de la mente*. México D.F.: Basic Books.

Ghazalapp. (2021, Octubre 25). Ghazalapp. From <https://ghazalapp.com/liderazgo/liderazgo-en-redes-sociales/>

Goleman, D. (2005). *La inteligencia emocional*.

Liferay. (2022, Agosto). Liferay. From <https://www.liferay.com/es/blog/customer-experience/la-importancia-de-los-dispositivos-moviles-en-las-estrategias-de-omnicanalidad>

Luzzolino, M. L. (2019, Enero 19). Psicopedia.org. From <https://psicopedia.org/19396/redes-sociales-dependencia-emocional/>

Martinez, L. F. (2016, Abril 13). *Psicología y mente* . From <https://psicologiymente.com/social/gestion-conflictos-redes-sociales-whatsapp>

NeuronUP. (2022, Abril 27). NeuronUP. From <https://www.neuronup.com/actividades-de-neurorrehabilitacion/actividades-para-habilidades-sociales/habilidades-sociales-definicion-tipos-ejercicios-y-ejemplos/>

Painn, A. (2020, Marzo 25). antoniopainn. From <https://www.antoniopainn.com/la-escucha-activa-redes-sociales/>

Romera, M. (2022, Agosto). Educarestodo. From <https://educarestodo.com/blog/marromera-como-padres-intentamos-cambiar-las-circunstancias-de-nuestros-hijos-pero-ni-podemos-ni-debemos-hacerlo/>

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: Interamericana editores.

Vargas, D. (2021, Julio 26). Inteligencia emocional en redes sociales. From <https://indulcevargas.com/2021/07/26/inteligencia-emocional-en-redes-sociales/>

El propósito de esta investigación fue conocer la gestión emocional de los estudiantes, de las universidades radicadas en Sonsonate, ante el manejo mediático en redes sociales, determinar la relación existente entre el autocontrol emocional y el manejo adecuado de ellas, verificar si existía empatía al momento de hacer o contestar publicaciones, además de analizar cómo se encontraban sus habilidades sociales en relación a las mismas. Se justifica el estudio debido a que las emociones y su gestión adecuada influyen en los comportamientos y el rendimiento académico de los estudiantes esto se vuelve prioritario para las instituciones educativas, se sabe que el estudio y gestión de las emociones es fundamental para lograr un rendimiento óptimo tanto académico como profesional.

Esta investigación es de carácter cualitativo, de tipo descriptivo, pues está dirigido a determinar cómo es, cómo está la situación de las variables o estudios en una población; la presencia o ausencia de algo (Sampieri., 2014). Se utilizó la encuesta. Se creó un plan con enfoque psicosocial para la gestión emocional dirigido a estudiantes del último año pertenecientes al área de ciencias económicas que será desarrollado a través del COP. Para lo anterior se diseñó el marco teórico que contiene las bases necesarias para entender la relación que existe entre la gestión emocional y las redes sociales que explora, ¿Qué son las emociones? La inteligencia emocional, junto con sus dimensiones, la gestión emocional, y su relación directa con el manejo de las redes sociales, la influencia de las mismas, la comunicación asertiva, la escucha activa todo enfocado siempre a la interacción en redes, el apareamiento de nuevos vínculos sociales y la transición del liderazgo tradicional al contemporáneo, la escucha activa y como aplicarla en redes sociales, la importancia del autocontrol, la empatía en el nivel digital, finalizando con las habilidades sociales. Esta base permitió contrastar la teoría con la realidad de los estudiantes universitarios en cuanto a la gestión emocional y sus redes sociales, concluyendo que: Ellos presentan el manejo mediático en redes sociales aparentemente estable, pero existe una leve afectación tanto en el autocontrol emocional, el manejo adecuado de la empatía y las habilidades sociales.

Palabras clave: Inteligencia emocional, gestión emocional, redes sociales, autocontrol emocional, empatía, habilidades sociales, liderazgo.

UNIVERSIDAD MODULAR ABIERTA
CENTRO REGIONAL SONSONATE
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

OFICINAS ADMINISTRATIVAS
Calle Salarrué N° 3-4, Barrio El Pilar,
Sonsonate, El Salvador, C. A.
Tels.: (503) 2486-1300 • 2486-1301