

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

“Importancia percibida en los factores de la experiencia web  
considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los  
cibermedios – Piura 2017”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Marketing y Dirección de Empresas

**AUTORA:**

Zapata Calvas, Brendy Yasmin (ORCID: 0000-0001-6571-0407)

**ASESOR:**

Mg. Vélez Ubillús, Luis Felipe (ORCID: 0000-0003-2791-2870)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Comportamiento del Consumidor

PIURA – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación está dedicado a mis padres, ya que, gracias a su gran esfuerzo, he podido culminar satisfactoriamente mis estudios universitarios. Además, son mi principal fuente de inspiración que me motiva a lograr todas mis metas.

A mis hermanos, quienes se han convertido en el principal referente para cumplir mis objetivos y ser un gran ejemplo para su vida.

## **Agradecimiento**

A Dios, por guiar mi vida y brindarme la sabiduría necesaria para culminar satisfactoriamente mi investigación.

A mi familia, por su infinito amor y gran apoyo durante toda mi carrera universitaria.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras .....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	19
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	19
3.2. Variables y operacionalización .....	20
3.3. Población, muestra y muestreo .....	20
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	22
3.5. Procedimientos .....	22
3.6. Método de análisis de datos.....	23
3.7. Aspectos Éticos.....	23
IV. RESULTADOS .....	24
V. DISCUSIÓN .....	32
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES .....	36
REFERENCIAS .....	37
ANEXOS.....	39

## Índice de tablas

Tabla 1. Total de estudiantes - Fuente: Sunedu.....	20
Tabla 2. Importancia de la multimedialidad .....	24
Tabla 3. Elementos de la información .....	25
Tabla 4. Interacción de los estudiantes con el contenido .....	26
Tabla 5. Tipo de interacción .....	27
Tabla 6. Importancia de los elementos del factor funcional.....	27
Tabla 7. Importancia de los elementos del factor de contenido.....	29

## Índice de figuras

Figura 1. Elementos importantes del factor funcional .....	28
Figura 2. Elementos importantes en el contenido .....	30

## Resumen

El presente trabajo de investigación buscó conocer a través de su objetivo general, la importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios. Partiendo para su desarrollo de un estudio descriptivo, no experimental; la información recabada se hizo a través de dos instrumentos; cuestionario y guía de pautas. El cuestionario se aplicó a una muestra de 349 alumnos de tres de las principales universidades de la ciudad, las cuales fueron: Universidad Nacional de Piura, Universidad César Vallejo y Universidad de Piura.

Los resultados obtenidos han permitido destacar la importancia de ciertos factores de la experiencia web en la elección y preferencia de los cibermedios. Así mismo, serán de apoyo y relevancia, al momento de ofrecer una plataforma diferenciada en la oferta de contenido informativo que facilite el proceso de obtención de información a los usuarios.

**Palabras clave:** cibermedios, factores, experiencia web.

## **Abstract**

The present research work seeks to know through its objective, the perceived importance in the web experience factors considered by the university students when making use of the cybermedia. Departing for its development of a descriptive, not experimental study; the information collected was made through two instruments; questionnaire and guidelines guide. The questionnaire was applied to a sample of 349 students from three of the main universities in the city, which were: National University of Piura, César Vallejo University and University of Piura.

The results obtained have highlighted the importance of certain factors of the web experience in the choice and preference of the cybermedia. Likewise, they will be of support and relevance, at the moment of offering a differentiated platform in the offer of informative content that facilitates the process of obtaining information to the users.

**Keywords:** cybermedia, factors, web experience.



## I. INTRODUCCIÓN

Un avance revolucionario se vivió en el año 1994, cuando después del nacimiento de internet, vieron la luz los primeros medios de comunicación en la World Wide Web ('www', o simplemente la web). Grandes cambios se produjeron a raíz de este suceso. La comunicación, a su vez, se vio expuesta a estos cambios, que a pasos agigantados producen en la sociedad nuevos modelos de comunicación, que, gracias a las nuevas tecnologías de la información, vuelven digitalizada todas las formas que las personas tienen para interactuar con sus semejantes.

Los cibermedios o medios de comunicación desarrollados en internet, desde su aparición han sufrido considerablemente cambios en su contenido o información brindada, que han permitido a los lectores una mejor forma de obtener información e interactuar con su contenido. De igual forma, los lectores de noticias, con la llegada del internet han considerado nuevas formas de obtener información, lo que ha generado que el proceso de navegación en la plataforma digital, se vea condicionada por ciertos elementos que influyen en su utilización.

La brecha generacional actualmente ha dividido y colocado a las generaciones más jóvenes como los principales actores en la adquisición y uso de medios tecnológicos. Del mismo modo, las tecnologías tienen afectación en la mejora y aumento en el consumo de medios digitales de noticias. "Hablamos de conexiones a internet más rápidas y con mayor capacidad, así como la posibilidad de conectarse desde cualquier sitio, a través de distintas plataformas, ya sea una computadora o un teléfono móvil inteligente" (López García, 2015). Lo que supone, cambios en el proceso de interacción y formas de navegación de los usuarios; estructuras web de fácil utilización, elementos multimedia y páginas diseñadas de tal manera que sean visualmente más atractivas para los usuarios.

En relación con la evolución de los cibermedios; los usuarios que participan e interactúan a través de este medio, han sufrido una ruptura

generacional, que, ha ocasionado cambios no solo en su forma de comunicación, sino también, en su manera de interactuar a través de la red. Considerando estos cambios, los expertos en marketing han realizado y analizando los comportamientos que tienen los nuevos usuarios de los sitios web. Llegando a la conclusión que, existen ciertos elementos o factores que influyen en su uso.

Este uso, aplicado a los medios digitales de noticias, ha tenido un cambio significativo, no solo en la forma de lectura y obtención de información, sino también, en las actitudes percibidas y obtenidas de la experiencia generada por el uso e interacción con los cibermedios.

En el Perú, según el último informe llamado “Tráfico de Medios Digitales Peruanos en Browsers Únicos 2014” realizado con datos de IAB Perú, los dos medios nacionales que encabezan y lideran en el consumo de cibermedios a nivel nacional son: El Comercio, con la cifra de 12, 823.132 browsers únicos, seguido por La República con 11,942.275 browsers únicos. Estas cifras, permiten entender que esta tendencia de lectura de noticias online, logrará en los próximos años, una mayor cantidad de usuarios y por lo mismo, deberá ofrecer un mejor contenido que logre satisfacer los requerimientos de la población.

Piura, no es ajena a estos cambios tecnológicos, ya que en la región existen diversos cibermedios, como: el Tiempo, Correo, el Regional de Piura, Walac Noticias, Piura Virtual y Radio Cutivalu; quienes buscan brindar los principales hechos que se suscitan de manera local, nacional e internacional a los lectores de la región Piura.

Por ello, la presente investigación tuvo como finalidad conocer a través de sus percepciones, que elementos de los factores en la experiencia web, tienen mayor importancia en los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios. Debido al gran aumento en la población de este sector, que con frecuencia prefiere utilizar este tipo de plataforma digital y dejar de lado a los medios de comunicación tradicional al momento de obtener información periodística.

A continuación se muestra el problema general y los problemas específicos que guiaron la presente investigación:

- ¿Cuál es la importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios–Piura 2017?
- ¿Cómo es el uso de los cibermedios en los jóvenes universitarios?
- ¿Cuál es la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor funcional en la experiencia web?
- ¿Cuál es la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor de contenidos de la experiencia web?

Asimismo, es importante recalcar que la investigación tuvo una finalidad práctica ya que, el objetivo de estudio fue identificar los factores de la experiencia web considerados el uso de los cibermedios por los jóvenes pertenecientes a las siguientes universidades: Universidad César Vallejo, Universidad Nacional de Piura y Universidad de Piura , sirviendo como referente a los diversos medios digitales de noticias existentes o que se introducirán a futuro en el mercado piurano; permitiendo conocer los elementos y características que considera la población al momento de elegir y consumir noticias online.

En el aspecto teórico, la investigación contribuyó a confirmar que, los factores funcionales y de contenido en la experiencia web, fueron en los jóvenes universitarios, considerados de suma importancia al elegir utilizar un cibermedio a diferencia de un medio de comunicación tradicional, en su búsqueda de información periodística.

En el aspecto metodológico, la investigación, contribuyo a la explicación de las variables: experiencia web y cibermedios; gracias al uso de las técnicas: encuesta y focus group; las cuales facilitaron el proceso de obtención de información relevante para el estudio.

El problema general y problemas específicos que permitieron la realización de la presente investigación fueron:

- Analizar la importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios–Piura 2017.
- Analizar el uso de los cibermedios en los jóvenes universitarios.
- Conocer la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor funcional en la experiencia web.
- Conocer la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor de contenidos de la experiencia web.

## II. MARCO TEÓRICO

Flavián, Gurrea. (2007) realizaron el presente artículo científico “Análisis de los factores determinantes del interés hacia los periódicos digitales” el cual tuvo como objetivo de estudio, conocer a mayor profundidad, el comportamiento del lector y aquellos factores importantes que influyen en el nivel de interés hacia los periódicos digitales. Entre los factores situacionales, se destacaron: la familiaridad con internet, las habilidades personales de los usuarios, la disponibilidad y el coste de internet. Se realizó un estudio explicativo, teniendo como instrumento, una encuesta; la cual, fue realizada a 239 personas, a través de un sitio web, creado específicamente para dicha investigación, siendo las personas encuestadas individuos de habla hispana. Recogiendo la información desde el mes de abril hasta el mes de julio del 2006. La información obtenida, permitió concluir y explicar los cambios que ha generado el internet no solo en la población, sino también en los medios periodísticos tradicionales quienes, para mantener su participación en el mercado han tenido que trasladarse a la plataforma virtual, y adaptarse a las nuevas preferencias que mantienen los lectores.

El aporte de esta investigación a la presente tesis es la consideración de los factores que intervienen en el interés de los encuestados hacia los sitios web de noticias y su relevancia en la elaboración de los ítems que forman parte del cuestionario.

Estrada, Gutiérrez, Gómez, Ramírez, & Salgado. (2012) realizaron la investigación “Criterios y Hábitos de Consumo de Información Periodística online en Colombia” el cual tuvo como objetivo de investigación, identificar los criterios que llevan al público consumir un determinado medio informativo en internet e identificar los hábitos de consumo de información periodística en internet que tienen los ciudadanos colombianos. El estudio tuvo un diseño de investigación no experimental descriptiva, en el que se realizó una exploración cuantitativa de las variables analizadas. Realizando 344 encuestas a hombres y

mujeres de entre 18 a 47 años. Pudiéndose concluir que, el 64,6% de los consumidores de diarios online prefiere un medio que le permita personalizar la manera en que consulta la información. Con respecto a los criterios de consumo, se encontró, que el diseño de la página, la tipografía y la implementación de herramientas de comunicación visual, son elementos importantes que los lectores consideran al momento de elegir una página web de noticias.

El aporte de esta investigación a la presente tesis fue relevante, ya que, para la construcción de los indicadores de la encuesta se tomaron como guía los elementos de estudio de la investigación; desde el punto de la segunda variable que es; cibermedios.

Casero, A. (2012); realizó el artículo de investigación “Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital” el cual tuvo como objetivo, analizar la relación que existía entre los jóvenes con la información periodística. Considerando que el consumo de noticias está incluido dentro del proceso de grandes cambios que ha generado los diversos avances que ha traído consigo la digitalización. La metodología utilizada, partió de una encuesta cuantitativa a personas de entre 16 y 30 años (N=549) donde se examinaron sus hábitos de consumo y la percepción con respecto hacia los diarios en la plataforma digital. Esta técnica persiguió la obtención de datos sobre aspectos objetivos (frecuencias) y subjetivos (opiniones y actitudes) .Se concluyó, que el consumo informativo de los jóvenes se orienta hacia los nuevos soportes, especialmente hacia las redes sociales, a la vez que se registra una disminución en el consumo de los diarios tradicionales, que presentan cifras bajas de lectores.

De esta investigación, se pudo recoger la importancia considerada por los jóvenes con respecto a las opiniones obtenidas; ayudando en la formulación de los ítems correspondiente a la variable cibermedio.

García, Jiménez, Montes. (2015) realizaron la investigación “Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales”

teniendo como objetivo, analizar las conductas y hábitos de los estudiantes en relación al consumo de noticias. Teniendo en cuenta los diferentes aspectos que tienen que ver con la consulta y percepción de la actualidad por los jóvenes y la intensidad o frecuencia de navegación diaria por Internet. Las edades de los jóvenes estudiados oscilaron entre los 18 y los 30 años. La metodología de estudio, utilizada para la investigación, fue de forma exploratoria, auto-administrada entre los alumnos. Para la obtención de información, se hizo uso de un cuestionario; realizándose en total 297 encuestas. La investigación permitió entender la creciente importancia de los medios sociales como principal herramienta de acceso a la información. Dentro de los resultados obtenidos, se halló, que la mayoría de encuestados accede a las noticias digitales a través de las redes sociales. Así también, se concluyó que los jóvenes encuestados recurren preferentemente a Internet para informarse, aunque a su vez mantienen preferencia por alternar la consulta de noticias con los medios tradicionales de comunicación.

Sirviendo para la presente investigación, la información obtenida permitió comprender, lo importante que es para los jóvenes, mantener un mayor conocimiento de las noticias, las cuales no solo son consultadas por los medios de comunicación tradicional, sino también, a través de sitios web especializados de noticias, que en la actualidad cobran mayor utilización e importancia.

Yezers'ka, L. (2006) realizó la investigación científica "Los Cibermedios en Perú" para la revista Latina de Comunicación social. La investigación realizada, tuvo como referente de estudio, analizar los principales cibermedios existentes en el Perú durante el último trimestre del año 2004; la evolución que han tenido con respecto a su interacción y mantenimiento en la plataforma digital.

El estudio utilizado en esta investigación fue empírico, basado en la descripción de los medios peruanos (medios impresos, digitales, radio, TV, portales y revistas); aproximadamente 200 medios y su evolución a lo

largo de los años. De igual manera, se tomó en consideración, el panorama vivido durante el último semestre de 2004. Siendo los problemas políticos, económicos y sociales los impulsores del nacimiento de un nuevo periodismo y periodistas que han sabido adaptarse y mejorar su presencia en la web. Concluyéndose que, a pesar de que las empresas periodísticas peruanas no tuvieron la oportunidad de experimentar con las primeras publicaciones electrónicas –como teletexto, videotex o servicios en línea–, se demoraron sólo un año, comparando con los EE.UU, donde fueron los pioneros, en publicar en la Web. Así mismo, se afirmó que el Internet en el Perú se estaba configurando definitivamente como un nuevo escenario de comunicación que demandaba nuevos modos de comunicar, nuevos formatos para la presentación del producto audiovisual y escrito, nuevas características y cualidades de la información.

El aporte de esta investigación para la presente tesis fue conocer aquellos factores que desde hace ya varios años son considerados por los usuarios, al elegir una plataforma digital de noticias en comparación con los medios de comunicación tradicional. Siendo los elementos multimedia, quienes a pesar de los años, siguen jugando un papel muy importante en la facilidad de lectura en los cibermedios.



Los sitios web o plataformas digitales, se ha convertido en los últimos años en el medio idóneo para interactuar e intercambiar información entre el sitio y los usuarios, de tal manera que, esta nueva plataforma, debe estar adaptada a los requerimientos de los usuarios y facilitar su navegación, lo que determinará el regreso del usuario al sitio web o no . Este proceso generará una percepción positiva o negativa que influirá en la experiencia del usuario.

Para conocer a mayor profundidad las teorías que serán consideradas durante la presente investigación, hablaremos acerca de la primera variable de estudio; experiencia web.

La experiencia web; puede definirse como “la impresión de una empresa online basada en la experiencia que adquiere el usuario a través de la interacción con los diferentes elementos de marketing existentes en el sitio web”. (Constantinides, 2004, pág. 111) Por ello, los cybermedios o sitios web de noticias, deben ofrecer una plataforma que brinde una experiencia satisfactoria en los usuarios, que influya positivamente en su comportamiento y que permita el retorno de los mismos a la plataforma, considerando los elementos que dentro de la experiencia web, brindan una mejor navegación en el sitio y satisfagan su necesidad de información.

(Chaffey y Chadwick 2012), definen la experiencia del usuario online como “la combinación de factores relacionales y emocionales que usa la organización mediante servicios online para influir en las percepciones de los usuarios sobre la marca”. (pág 370), estos factores si son utilizados correctamente, lograrán influir positivamente en las percepciones que los usuarios considerarán sobre cierto producto o servicio.

Dentro del estudio de la experiencia web; Constantinides, el autor que se ha considerado para el estudio de esta variable, considera que existen ciertos factores que influyen directamente en la experiencia de los usuarios durante su permanencia en un determinado sitio web.

Los factores que forman la experiencia web y que influyen en el comportamiento del consumidor digital son:

Los factores funcionales, “mejoran la experiencia online mediante la presentación de un sitio web con un buen funcionamiento, rápido e interactivo, que incluye a su vez dos elementos: “la interactividad” y “la usabilidad”. (Constantinides, 2004, pág. 114). Asimismo, se considera, “La usabilidad e interactividad como dos de los componentes de la funcionalidad del sitio web de una organización”. (Constantinides, 2004, pág. 114). Estos componentes permiten que el proceso de navegación y búsqueda de información en un determinado sitio web, permita en los usuarios una mejor experiencia. La usabilidad a su vez, se compone de ciertos elementos que contribuye al estudio en la estructura del sitio web; “Conveniencia, navegación, arquitectura de la navegación, proceso de transacción, velocidad, accesibilidad, facilidad de búsqueda”. Constantinides (2004) (pág. 117)

Autores como, Salaverria (2009), consideran sobre la usabilidad,

Los primeros segundos son cruciales para captar atención, y la usabilidad, entendida como la facilidad con la que la audiencia potencial puede utilizar la interfaz de usuario, es un elemento imprescindible para lograr. La usabilidad depende de muchos factores como por ejemplo: el diseño, la funcionalidad, la arquitectura de la información y la estructura. (pág. 40)

Dentro del segundo factor de la experiencia web, se encuentra el factor psicológico, el cual considera;

Los sitios web deben comunicar la integridad y la credibilidad con la finalidad de persuadir a los usuarios. Los factores psicológicos son los únicos que no están familiarizados con el vendedor y juegan un papel muy importante para ayudar a los usuarios que no estén familiarizados con las transacciones “online” y la fiabilidad del sitio web. Constantinides (2004) (pág.114)

El tercer y último factor de la experiencia web; factor de contenido, considera los elementos de estética, que hacen visualmente atractivo al

sitio web y que permiten una mejor experiencia del usuario durante su permanencia en el mismo.

“Estos factores se basan en la creatividad y mezcla de los elementos del marketing en el sitio web. Estos factores ejercen una influencia directa y decisiva en la experiencia web de los usuarios mediante dos sub-factores: estructura y marketing mix”. (Constantinides, 2004)(pág. 114)

En la estructura, se considera; “Dentro de la categoría de estético podemos encontrar diferentes elementos: el diseño o estilo de un sitio web son muy importantes para la experiencia del usuario.” (Constantinides, 2004)(pág. 114)

La calidad de la información en la web es un factor de suma importancia para la evaluación del comportamiento potencial del usuario. (Cheung *et al.*, 2008) considera, “examinaron cuatro dimensiones de uso general de la calidad de la información: pertinencia, puntualidad, precisión y exhaustividad”. A su vez, es importante considerar lo concerniente al mensaje o información que se desea ofrecer en las publicaciones o noticias, estas deberán contener hasta cierto punto la información más relevante que los usuarios desean leer. “La pertinencia del mensaje es importante, ya que la mayoría de los usuarios de internet son conscientes de su tiempo y rara vez leen las páginas web al detalle” (Madu y Madu, 2002), por lo limitado de su tiempo, los usuarios web suelen escanear las páginas que con frecuencia utilizan para encontrar la información que necesitan. “Los usuarios desean encontrar la información de una manera rápida y sencilla” (Nah y Davis, 2002).

Con respecto a la puntualidad o actualización de la información, se toma en consideración, que los cibermedios como entes generados de noticias, deben ofrecer información actualizada que logre ser un punto clave que los diferencia de la competencia. Madu y Madu (2002) “afirmó que la actualización de los sitios web es un valor añadido que se debe dar a los usuarios”. “La precisión de los mensajes se refiere a su fiabilidad” (cheung *et al.*2008). “También representa la percepción del usuario de

que la información es correcta” (Wixon y Todd, 2005). Por último, para hablar acerca de la exhaustividad del mensaje, Sullivan (1999), explica, “sugirió que cuanto más detallada sea la información tanto mayor será la amplitud de las categorías de usuarios y la orientación al usuario de ese sitio web”.

Habiendo considerado las teorías que acompañaran a la primera variable de estudio y sus dimensiones. Ahora, se explicará acerca de la segunda variable; cibermedios.

El auge y aflore de los cibermedios en el mundo, no se ha consolidado a través de una sola época o periodo en la historia, estos han sufrido diversos cambios y transformaciones que nos han permitido en la actualidad, poder obtener información periodística con facilidad.

La convergencia, lograda a partir de estas plataformas, permite entender lo importante que han sido estos cambios y su impacto en nuestra sociedad gracias a la globalización.

Boczkowski (citado en Yezers'ka, 2008) indica,

“Al analizar las tendencias de la evolución de los diarios en internet, mediante estudios empíricos y desarrollos analíticos, estableció dos patrones que pueden ser utilizados por cualquier cibermedio: cultura de la innovación y los senderos de la innovación. Siendo la cultura de la innovación, el primer pilar de adaptarse y trasladarse a las versiones digitales, aprovechando las herramientas tecnológicas que facilitan su labor y permiten mejor con frecuencia, la calidad del contenido informativo”.

El fenómeno que trajo consigo la llegada del internet, permitió no solo cambios que abarcaron en la creación de nuevas plataformas tecnológicas que a su vez, generaron cambios en la forma como los medios tradicionales de comunicación brindaban información. Esto supuso, cambios, que trajeron consigo, la adaptación e introducción de los cibermedios en nuestra sociedad.

Los cibermedios, tienen actualmente una mayor participación y utilización por la población. Éstos, generan su propio contenido e información, que puede ser utilizada por los usuarios de los medios digitales. Siendo los elementos más importantes para el presente estudio: el contenido que se ofrece a través de estas plataformas digitales (el cual tiende a ser inmediato, original y veraz); Así mismo, los lectores, tienen diferentes preferencias en cuanto al tipo de información que consultan a menudo. Por último, es importante conocer la interacción que mantienen los lectores durante su visita en los principales cibermedios existentes de nuestra ciudad.

A continuación, se consideran algunas definiciones que ahondarán y profundizarán el contenido de la segunda variable de investigación:

(Salaverría, 2009), afirma que, “Cibermedio, es aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre los hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red internet”. (pág. 40); es decir el tipo de contenidos que se utilizan en la actualidad gracias a los cibermedios, generan una mayor interacción y participación entre el público o lectores y el medio periodístico. Permitiendo que, cada vez la población opte por brindarle mayor importancia a la información suministrada en sus plataformas.

Para (Cabreda, 2010), los cibermedios son “aquellas formas de comunicación de internet que hacen uso, de una u otra manera de contenidos periodísticos, ya sea para producirlos, gestionarlos y/o difundirlos” (pág. 29). Considerando lo expresado por Cabreda, es importante entender que los contenidos que muestran los cibermedios, no solo se limitan a ser notas periodísticas extraídas de los medios de comunicación tradicional, sino que, estos buscan a su vez generar su propio contenido, procesarlos de acuerdo a los requerimientos de sus lectores y ofrecer información novedosa e interactiva.

A su vez, Cabreda (2010), considera que existen dos tipos de cibermedios:

- a) Por un lado, aquellos que proceden o devienen de alguna manera de los medios de comunicación de masas tradicionales. Nos estamos refiriendo a sitios web de periódicos, radios, televisiones y agencias de noticias que son versiones de sus homólogos en papel.
- b) Todos aquellos sitios web que tienen como función primordial la producción y/o gestión de contenidos periodísticos, pero que no proceden ni poseen homólogos de medios de comunicación de masas tradicionales – prensa, radio, televisión y agencias informativas- y que, por lo tanto, no poseen su estructura de funcionamiento.( pág.29)

Considerando lo expresado, es importante comprender, que los cibermedios que se estudiarán en la presente investigación, serán aquellos, que proceden o tienen como referencia a los medios de comunicación tradicional.

Cibermedio como una “especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos” (Salaverría, 2005, pág. 21). Por ende, el ciberespacio, permite que el ciberperiodismo, logre una mayor participación en el mercado y que cada día exista gran cantidad de plataformas virtuales generadoras de contenidos noticiosos.

Tomando en consideración, lo expresado por Salaverría, el autor que se ha considerado para el estudio de esta variable, se tomarán en cuenta aquellos elementos que menciona en su estudio, respecto a los cibermedios.

Según, lo expresado por (Salaverría, 2005), existen ciertos elementos o criterios del periodismo que tienen cierta consideración en los cibermedios:

- a) Cibermedio como medio: El cibermedio se incorpora, finalmente, a la clasificación de medios de comunicación como el cuarto componente de éstas tras la prensa escrita, la radio y la televisión.
- b) El cibermedio como emisor de contenidos: Proporciona contenidos de diversa índole, en función también del objetivo o finalidad que persiguen lo nuevos medios (pág. 40)

Dentro de las características que se consideran en los cibermedios, se encuentra la multimedialidad, la cual integra los elementos que ayudan a captar el interés de los usuarios, se combinan aquellos elementos de la hipermedialidad que logran generar en los usuarios un valor diferencial y una mejor experiencia durante su proceso de navegación en un determinado sitio web de noticias.

(López Garcia, 2015), considera y especifica la importancia de la multimedialidad en los cibermedios:

Los elementos hipermedia fueron preparados de tal forma que su integración en la noticia no resultara absolutamente esencial para la comprensión de la noticia. El objetivo es que funcionen como un valor añadido, un elemento informativo que pueda mejorar la percepción de comprensión y la satisfacción con la lectura, o sea, que permita al usuario percibir una gratificación como resultado de su interactividad con el contenido. (pág. 38)

Entre estos elementos se consideran: Fotografía, Imagen animada y la infografía y aplicación de la multimedialidad video.

La información, como dimensión de los cibermedios, se constituye como un conjunto de datos que, al ser procesados y analizados, tienen como finalidad ofrecer un mensaje que logre satisfacer las necesidades informativas de las personas.

“En la actual sociedad de la información las personas se encuentran con nuevos modos de comunicar; esto supone un nuevo reto y una

oportunidad para los medios de comunicación social” (Yezers'ka, 2008, pág. 304). En la cumbre Mundial sobre la Sociedad de la información, celebrada en diciembre de 2003 en Ginebra, se destacó que los medios de comunicación tradicionales, tienen un importante papel que desempeñar en la sociedad y apoyándose con la tecnología pueden apoyar a esta causa.

La información o contenido, que se publica a través de los medios digitales de noticias, tiende a tener un flujo de cambio de manera continua, por ello, es importante que exista inmediatez de información o noticias instantáneas que logren captar mayor cantidad de lectores que mantengan mayor interacción con la página.

En los medios informativos de noticias, es necesario e importante, ofrecer información inmediata, que “consiste en publicar las informaciones con la mayor rapidez posible, llegando al público en el momento preciso. La mayoría de los usuarios llegan a la información a través de sistemas (buscadores, redes sociales) que priman la rapidez de publicación”. (López Garcia, 2015, pág. 38)

Los medios informativos y con mayor precisión las plataformas de noticias, tienden diariamente a ofrecer una infinidad de información. La cual, si logra cumplir con los requerimientos de los lectores es recibida con total gratitud. A su vez, es importante que la información que se brinde mantenga cierto punto de originalidad, siendo esto, el punto diferenciador de un medio con la competencia.

(López Garcia, 2015), explica con respecto a la originalidad en la información periodística:

Es ofrecer enfoques específicos, diferenciales y atractivos, para diferenciarse del resto. El contexto de competencia es feroz, no tiene demasiado sentido limitarse a ofrecer lo mismo que dan muchos otros. Esto produce el efecto secundario de que a veces los temas se retuercen excesivamente y el enfoque informativo es a menudo



sensacionalista, sobre todo en los titulares (que son los que determinaran que el público pinche en el enlace). (pág. 38).

Por ello, es de suma importancia, que los cibermedios existentes, tenga presente lo relevante y considerado, que es, ofrecer contenidos propios, innovadores y que se adapten a los requerimientos y necesidades que mantienen sus lectores.

Ofrecer contenidos de información que logren transmitir credibilidad a los lectores, es de suma importancia, debido a que, es necesario mantener un vínculo de fidelización y confianza, que sean la base de recomendación del medio con otros lectores.

Por ello, (López García, 2015), considera:

La manera de sobrevivir es conseguir crear una comunidad de lectores fiel en torno al cibermedio. Por ese motivo es conveniente resistir a la tentación cuantitativa de ofrecer gran cantidad de contenidos escasa o nulamente elaborados. Es decir, de copiar y pegar. (pág. 38)

La interactividad, es el principal factor que deben tomar en cuenta los diarios digitales, ya que, a través de esta forma, se logrará mantener a los lectores informados sobre las diversas noticias que se suscitan en el acontecer local, nacional e internacional. Siendo los lectores hoy en día los principales generados de información que aportan en gran magnitud a la creación de noticias.

Dependiendo de la estructura de la información, la interactividad puede clasificarse desde diversas perspectivas.

(López García , 2005), señala lo siguiente:

Interactividad con el emisor: Los cibermedios incluyen una serie de instrumentos interactivos de comunicación con los lectores; foros de debate o chats, lo que permite una mayor interacción y conocimiento de sus opiniones.

Interactividad con la información: A su vez se define en función de tres características: a) la navegación a través de las opciones del menú; b) el establecimiento, preferencias de información; c) el usuario como ente generador de información.

Interactividad con otros usuarios: Creación por el cibermedio de herramientas que permitan el diálogo e intercambio de información entre los usuarios. (pág. 127)

### III. METODOLOGÍA

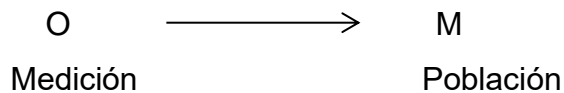
#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**Tipo de investigación:** Básica

**Diseño de investigación**

En la presente investigación se utilizó un tipo de investigación no experimental de diseño transversal descriptiva. No experimental, porque las variables de estudio, no recibieron ningún tipo de manipulación. Transversal, porque la investigación se desarrolló durante el periodo del año 2017. Descriptiva, ya que, el estudio señaló cómo se comportaron las variables; experiencia web y cibermedios y sus dimensiones de estudio.

Esquemática:



La “O”, representó las variables que fueron estudiadas: experiencia web y cibermedios. Mientras que, “M”, representó la población que fue tomada en consideración para el estudio; siendo, las personas estudiadas; alumnos de tres universidades de Piura.

### 3.2. Variables y operacionalización

#### Variables de estudio

Experiencia web: Variable dependiente, cuantitativa.

Cibermedio: Variable independiente, cuantitativa.

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### Población

Para el presente estudio, se tomó en consideración una población de 28629 estudiantes de tres de las principales universidades de Piura; registrados en el semestre I del 2017.

Universidad	Número de alumnos
Universidad Nacional de Piura	15552
Universidad César Vallejo	5262
Universidad de Piura	6815
<b>TOTAL</b>	<b>28629</b>

Tabla 1. Total de estudiantes - Fuente: Sunedu

#### Criterios de selección de la muestra

##### Criterios de exclusión

- Estudiantes menores de 20 años.
- Estudiantes que no conocen ningún cibermedio existente

##### Criterios de inclusión

- Estudiantes de 20 años a más
- Estudiantes de ambos sexos
- Estudiantes que hayan visitado (accedido) a algún cibermedio

## Muestra

Se aplicó la fórmula de población finita para determinar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$\frac{28629 \times 1.96^2 \times 0.5 \times (0.95)}{0.05^2(28629 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.95} = 349$$

## Muestreo

Debido a que, el estudio se realizó con alumnos de las siguientes universidades: Universidad Nacional de Piura, Universidad César Vallejo y Universidad de Piura, se tomó en cuenta realizar un muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional, que identificó el número de encuestas que se aplicaron por cada universidad.

Formula del muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional:

$$\% = \frac{N_i}{N} \times n$$

Donde:

- **N<sub>i</sub>** : Número de alumnos por universidad
- **N**: Muestra
- **n**: Total de la muestra

Teniendo como resultado:

- Universidad Nacional de Piura: 211
- Universidad Cesar Vallejo: 48
- Universidad de Piura: 90

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Encuesta	Cuestionario
Focus group	Guía de pautas

Con respecto a la validez, se recurrió a la revisión de 3 especialistas, con grados de licenciado y magister, quienes dieron la aprobación a los instrumentos utilizados para el presente estudio.

### 3.5. Procedimientos

En la presente investigación, se utilizó la técnica de la encuesta, teniendo como instrumento, el cuestionario, que se utilizó para la recolección de información relevante, acerca de la importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados al hacer uso de cibermedios en los jóvenes universitarios.

De igual forma, se hizo uso de la técnica de focus group, que, gracias a su guía de pautas, permitió obtener información a profundidad sobre el tema de estudio, considerando la importancia de los factores de la experiencia web por parte de los estudiantes.

Asimismo, para la obtención del número de estudiantes inscritos en la Universidad César Vallejo - Piura, de 20 años a más, durante el periodo 2017 I, se realizó una coordinación interna entre la escuela de Marketing y Dirección de empresas y la oficina de registros académicos

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para la técnica de encuesta, la información que se obtuvo durante la investigación, se ayudó para el procesamiento de datos, del programa estadístico SPSS; del cual, se obtuvo, la frecuencia, porcentaje y medidas estadísticas (media y desviación estándar).

Asimismo, los datos fueron analizados estadísticamente, siendo representados mediante cuadros, para indicar los resultados obtenidos.

### **3.7. Aspectos Éticos**

La información recabada, se manejó con la mayor discreción y seriedad. De tal manera, que, no existió ningún tipo de inconvenientes o mal manejo de los datos obtenidos. También, se consideró los diversos puntos de vista de los estudiantes considerados en la investigación, sin discriminar las opiniones vertidas durante la recolección de información.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Analizar el uso de los cibermedios en los jóvenes universitarios

Se presenta la siguiente tabla:

#### 4.1.1. Elementos multimedia

Tabla 2. Importancia de la multimedialidad

Elementos multimedia	Media	Desviación
Fotografía	4.10	0,94
Imagen animada o gifs	3.20	0,99
Infografía	3.40	0,96
Video	3.90	0,87

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes universitarios

En cuanto a los elementos multimedia con los que cuenta un sitio web de noticias, la información obtenida indica que el 90% de los estudiantes encuestados indican que, la fotografía, es sumamente necesaria (4.10), ya que, es uno de los elementos cruciales que permiten captar la atención del usuario con la noticia; a su vez, el 80% de encuestados consideran que la utilización de videos, logran captar más la atención (3.90), lo que facilita una mejor comprensión de la información; el 50% de los estudiantes, expresan que, el uso de infografía en un sitio web es medianamente importante; mientras que, el 40%, considera algo importante la presencia de imágenes animadas o gifs en las noticias.

Interpretación general: El uso de elementos multimedia como, la fotografía y video en las publicaciones suministradas por un sitio web de noticias, juegan un papel muy importante en cuanto a los factores de la experiencia web, ya que, parte de estos elementos, son necesarios durante el proceso de creación de la experiencia web, especialmente en el factor de contenido, siendo estos, parte de la preferencia del usuario hacia un determinado sitio web de noticias.



### 4.1.2. Información

A través de los elementos que deben componer la información periodística suministrada por los cibermedios. Se muestra a continuación los siguientes resultados:

Tabla 3. Elementos de la información

Información	Media	Desviación
Inmediatez	4.50	0,97
Originalidad	4.20	1,01
Autoría	3.27	1,30

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes universitarios

El 81% de encuestados considera que la inmediatez y rápida actualización de la información periodística, es uno de los elemento más importante (4.50), que motivan a visitar un sitio web de noticias; a su vez, el 72% de encuestados cree que, ofrecer noticias originales y de gran impacto para la población juega un papel importante, en la elección de un determinado sitio (4.20); mientras que, el 63% considera que cada publicación periodística debe contar con la fuente de información y nombre de la persona encargada de la redacción.

Interpretación general: La información periodística suministrada por los sitios web de noticias o cibermedios, deben contar con ciertos elementos que permitan diferencia su contenido de la competencia, y genere preferencia en los usuarios por la inmediatez y originalidad de su información.

### 4.1.3. Interacción

Se presenta la siguiente tabla:

#### 4.1.3.1. Interacción con el contenido

Tabla 4. Interacción de los estudiantes con el contenido

Qué tipo de interacción mantiene en el sitio web de noticias	Porcentaje
Solo leo las noticias	23,5%
Leo las noticias y las comparto en redes sociales	23,5%
Leo las noticias e indico "me gusta"	23,5%
Leo las noticias y reviso la página buscando contenidos informativos de mi interés	29,4%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes universitarios

Los estudiantes encuestados indican que, de la interacción que mantienen con la información, el 29.4% indica, leer las noticias ofrecidas por los cybermedios y además revisar la página buscando mayor información de su interés; el 23.5% indica, solo leer las noticias; otro 23,5% expresa leer las noticias y compartirla en redes sociales, mientras que un 23,5% adicional, indica, leer las noticias e indicar “me gusta” a las publicaciones suministradas por los cybermedios.

Interpretación del indicador interacción del contenido: Los jóvenes estudiantes no solo consideran utilizar un cybermedio por el contenido que este ofrece. Hoy en día, la interacción que se mantiene con el contenido ofrecido, aumenta significativamente, ya que, los usuarios consideran importante interactuar no solo con otros usuarios, sino también, con la información periodística suministrada, ya que, generan una reacción de lo que se lee y optan por buscar mayor información de su interés.

#### 4.1.4. Interacción con el emisor

Tabla 5. Tipo de interacción

A través de qué red social sigue y mantiene mayor interacción con el sitio web de noticias que suele leer con frecuencia?	Porcentaje
Facebook	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes universitarios

De los estudiantes encuestados, el 100% indica mantener una mayor interacción con los encargados de los cibermedios o sitios web de noticias a través de las redes sociales, especialmente Facebook.

Interpretación del indicador interacción con el emisor: El mantener interacción y comunicación con las personas encargadas de los cibermedios, es muy importante por los usuarios, ya que, ellos ahora, también forman parte en la creación de la información periodística suministrada por los cibermedios, todo ello genera la creación de un periodista ciudadano que, considera importante hacer escuchar su voz.

#### 4.2. Importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor funcional en la experiencia web

Tabla 6. Importancia de los elementos del factor funcional

Factor funcional	Media	Desviación
Fácil usabilidad del sitio web	4.50	0,97
Velocidad de carga en los vínculos	3.40	1,22
Elementos de accesibilidad en el sitio	4.10	0,94
Facilidad de búsqueda dentro del sitio	3.80	1,03

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes universitarios

Los resultados de la tabla anterior permiten conocer que, de los elementos considerados en el factor funcional; los siguientes fueron considerados con mayor importancia por los encuestados:

Según los datos obtenidos el 92% considera, “Fácil usabilidad en el sitio web”, como el elemento más valorado e importante para ellos (4.50); a ello, se le considera también, el 85% de encuestados, quienes expresan que, los elementos de accesibilidad en el sitio, son parte importante en la elección de un sitio web de noticias (4.10). Los resultados también indican que el 60% de estudiantes consideran que las herramientas de búsqueda o buscadores dentro de un sitio web tienen cierta importancia; mientras que, en un menor porcentaje, el 40% de estudiantes, creen que la velocidad de carga en los vínculos es importante.

Interpretación general: Los jóvenes universitarios muestran una mayor inclinación, con respecto a los indicadores del factor funcional, por el elemento de fácil usabilidad o utilización del sitio web, ya que, este factor, simplifica y facilita el proceso de navegación. Así también, consideran importante la existencia de elementos de accesibilidad que ayuden en la búsqueda y obtención de información periodística durante su permanencia en el cibermedio.

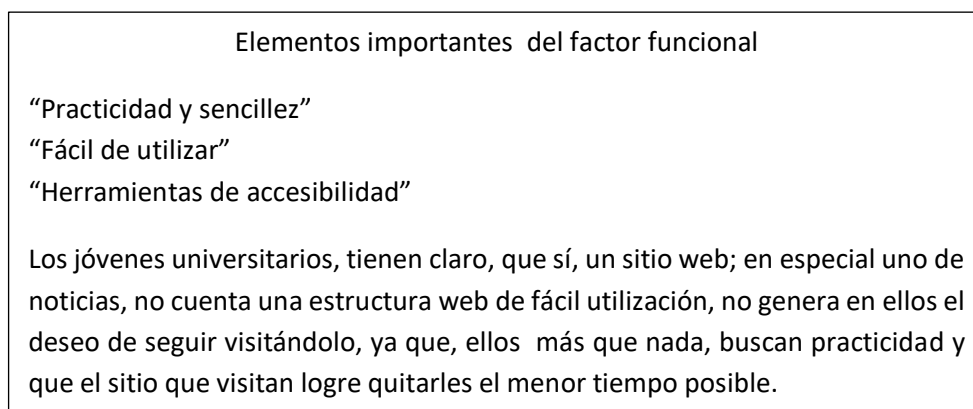


Figura 1. Elementos importantes del factor funcional  
Fuente: Focus group

#### 4.3. Importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor de contenido en la experiencia web.

Tabla 7. Importancia de los elementos del factor de contenido

Factor de contenido	Media	Desviación
Diseño	4.25	0.75
Organización	4.40	0,96
Compatibilidad	4.08	0,33

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes universitarios

De acuerdo a los resultados, la mayoría de estudiantes, el 90%, consideran que el orden y organización en un sitio web de noticias, es de suma importancia (4.40), ya que, esto es la primera impresión que se tiene del sitio e influye en permanecer o no en él. También, se encontró que al 85% de estudiantes, les parece importante (4.25), el diseño que pueda tener un sitio web de noticias; los colores o elementos que caractericen a un sitio, son el referente para posicionarse en la mente del consumidor. Por último, el 70% de estudiantes, considera que la compatibilidad del sitio web de noticias con cualquier dispositivo, juega un papel muy importante (4.15), debido a la forma de adaptación que tendrán las noticias, dependiendo del dispositivo que se utilice para leer.

Interpretación general: El contenido o la forma cómo se muestra un sitio web de noticias a los ojos de los usuarios, es el principal referente que se tendrá y quedará grabado en su mente. Esto influye en la experiencia que se generará en el usuario después de su visita. Por ello, contar con un sitio web de noticias, ordenado y con una impecable organización, genera que el usuario permanezca más tiempo y navegue en búsqueda de mayor información periodística de su agrado.

Elementos importantes en el contenido de un sitio web de noticias

“El color y fondo adecuados para una mejor visibilidad”

“Orden y organización en la estructura del sitio web”

“Organización en las secciones de noticias”

“Los colores cálidos, en el diseño”

“Un diseño visualmente atractivo”

Un sitio web de noticias, debe mostrar un diseño amigable que, no solo se muestre serio. Considerando que son el público juvenil, el que hace mayor uso de la tecnología; busca practicidad e información en un solo click.

Figura 2. Elementos importantes en el contenido

Fuente: Focus group

#### **4.4. Analizar la importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios–Piura 2017**

El estudio ha permitido identificar la importancia percibida en los factores de la experiencia web; la cual expresa:

**Factor funcional:** Dentro del factor funcional, los elementos que mayor importancia tienen por parte de los jóvenes universitarios son:

- Fácil usabilidad del sitio web; este factor, es el que mayor incidencia e importancia tiene por parte de los jóvenes universitarios estudiados , no solo mediante el cuestionario realizado (4.50) , sino también, de la información obtenida en el focus group. Ellos, consideran que este factor, juega un papel muy importante en la preferencia y elección de un cibermedio o sitio web de noticias, ya que, la facilidad y practicidad que pueda tener, ayuda en el proceso de navegación y búsqueda de información periodística. “Los usuarios desean encontrar la información de una manera rápida y sencilla”

- Elementos de accesibilidad en el sitio web; este factor tiene tanta importancia como la fácil usabilidad en un cibermedio, debido a que, los elementos de accesibilidad, permiten a los usuarios rapidez en la búsqueda de información; además, ellos son conscientes de su tiempo y

rara vez leen las páginas web al detalle, por eso los elementos de accesibilidad son parte imprescindible en la creación de la experiencia web en los jóvenes universitarios.

### **Factor de contenido**

- Diseño: El diseño, se consolidó por parte de los jóvenes universitarios como el factor primordial e imprescindible en el factor de contenido (4.10), ya que, la forma como se presenta y muestra un cibermedio a los ojos de los usuarios, crea, una primera impresión, con respecto a los colores, tipografía y demás elementos que en conjunto crean en los usuarios, el deseo de permanecer o no en un determinado cibermedio.

- Organización: El orden y organización, es la herramientas clave, que ayuda a los usuarios en el proceso de navegación y búsqueda de información; permitiéndoles a partir de esta herramienta, una referencia positiva o negativo de un cibermedio.

## V. DISCUSIÓN

Luego de presentarse los resultados obtenidos durante la investigación y su respectiva interpretación, se procederá a discutir: las teorías, resultados y antecedentes, acorde con los objetivos de la investigación.

-El primer objetivo consistió en analizar el uso de los cibermedios en los jóvenes universitarios. Al respecto; (López Garcia, 2015) considera; “Los cibermedios deben contar con ciertos elementos como; la multimedialidad que se integra con la intención de permitirle a los visitantes una mayor comprensión de la noticia. El elemento informativo, debe contar con ciertas características que puedan mejorar la comprensión y la satisfacción con la lectura, o sea, que permita al usuario percibir una gratificación como resultado de su interactividad con el contenido.”

En referencia a lo expresado en la teoría, los elementos o características con los que debe contar todo cibermedio, se encuentran ligados a los factores de estudio en la experiencia web, ya que, si la información que desea ofrecer un sitio web, no se estructura adecuadamente, no facilita al usuario su acceso o no muestra un diseño agradable y organizado para el usuario; no logrará satisfacer el deseo de mantenerse informado y generará en ellos, una insatisfacción y baja expectativa de lo que buscaba encontrar en un cibermedio. Reforzando los resultados de la investigación; Rodríguez, Codina, & Pedraza (2010), en su investigación, expresan que la constante evolución del entorno en el que nos desarrollamos, obliga a los medios digitales a adaptar sus contenidos y estrategias a las tecnologías y preferencias de los usuarios. Es por ello que si un cibermedio desea lograr una plena aceptación, debe ayudarse de los factores que la experiencia web toma en cuenta al ofrecer una grata experiencia al usuario que visita y prefiere un determinado cibermedio o sitio web de noticias.

-El segundo objetivo consistió en conocer la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor funcional en la experiencia web. Al respecto, Constantinides (2004) manifiesta que, “Los



factores funcionales, mejoran la experiencia online mediante la presentación de un sitio web con un buen funcionamiento, rápido e interactivo”.

En referencia a esta teoría, el resultado obtenido en la presente investigación sostiene que, de los factores funcionales; el 92% de jóvenes universitarios, considera que, “Fácil usabilidad en el sitio web”, es el principal factor (4.40), que toman en cuenta al elegir utilizar un cibermedio o sitio web de noticias. Esto, debido, a la practicidad que buscan los usuarios. Ellos consideran: “Un sitio debe ser muy práctico y sencillo de utilizar para el usuario, ya que, sí, no contiene esos elementos, no es considerable volver a visitarlo”. El segundo factor de mayor importancia por los estudiantes al visitar un cibermedio es la accesibilidad (4.10), esto debido a que ellos consideran de suma importancia que el sitio cuente con diversas herramientas de accesibilidad, tales como: acceso a noticias relacionadas, acceso al contenido en cualquier dispositivo, siendo, este último, el elemento primordial por los estudiantes, debido a que desean que el contenido pueda ser visto sin ningún inconveniente, ya sea desde una computadora, laptop, Tablet o Smartphone.

Corroborando estos resultados, la investigación de (Flavián, Gurrea. 2007), afirman que un nivel adecuado de familiaridad o facilidad en el uso de un medio digital, es considerada una de las características que toman con mayor importancia las personas que utilizan esta plataforma digital, siendo un factor añadido que le permite a los usuarios tener una sencilla navegación y lectura en los sitios web de noticias. A su vez, la investigación desarrollada por, Estrada, Gutiérrez, Gómez, Ramírez, & Salgado. (2012), reafirma que, la accesibilidad y todas las características que de ella se desprenden no pueden faltar a la hora de escoger una página informativa online, todo esto, debido a que, no todos los usuarios logran entender en primera instancia el sistema de navegación de cada cibermedio. Es por eso, que la correcta utilización de estos dos elementos del factor funcional, son realmente importantes e imprescindibles por los usuarios.

-El tercer objetivo consistió en conocer la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor de contenidos de la experiencia web. Al respecto (Constantinides, 2004) expresa; “Este factor se basa en la creatividad y mezcla de los elementos del marketing en el sitio web. Estos factores ejercen una influencia directa y decisiva en la experiencia web de los usuarios mediante dos sub-factores: estructura y marketing mix”.

En referencia a esta teoría, los resultados obtenidos en la presente investigación que se desligan de la estructura y que tienen mayor aceptación por los jóvenes universitarios, son: “El diseño y organización”. Considerando en el diseño, los colores, fondo, tipografía y lenguaje que se utiliza para que los usuarios tengan una experiencia agradable durante su visita a un cibermedio o sitio web de noticias. Además, considerando, las opiniones vertidas en el focus group, los participantes expresaron que, los colores cálidos juegan un papel importante en la forma cómo se lee la información periodística. Ya que, en gran parte, esto también, genera en los usuarios, la idea de permanecen o no en un determinado cibermedio.

Corroborando, los resultados de la investigación; Estrada, Gutiérrez, Gómez, Ramírez, & Salgado. (2012), expresan en su investigación que, las personas encuestadas prestan mayor atención al diseño de un sitio web de noticias. La coherencia visual (colores, letras, distribución) resulta un criterio muy importante por parte de las personas encuestadas. Así también, la organización, es el principal referente que le permite al usuario entender la estructura web de un sitio; facilitando el proceso de búsqueda de información. De igual forma expresan en su investigación que, de los factores que consideran los usuarios al visitar una plataforma digital de noticias; la organización con un 71%, es el atributo con mayor aceptación por los usuarios.

## VI. CONCLUSIONES

1. De los elementos que componen los cibermedios, los estudiantes consideran importante los elementos multimedia como: fotografía y video. A su vez, los jóvenes estudiantes consideran necesario que la información que ofrecen los cibermedios sea actualizada, original e innovadora. Con respecto a la interacción, Facebook, es la principal red social que utilizan para interactuar con el sitio; respecto al contenido, los estudiantes indican leer las noticias e interactuar con la página en búsqueda de mayor información de su interés.
2. De acuerdo a los elementos que se consideran en el factor funcional, se ha podido concluir que, accesibilidad y fácil usabilidad en el sitio web, indican ser los que mayor influencia y relevancia tienen en los estudiantes al elegir visitar un cibermedio. Por ello, los estudiantes consideran necesario la presencia de estos dos elementos para lograr obtener una buena experiencia durante el proceso de navegación.
3. Los factores de contenido en la experiencia web que son de mayor consideración por los estudiantes al visitar un cibermedio son: el diseño y organización. Todo esto, debido a que los usuarios indican que un sitio web de noticias debe presentar una coherencia visual entre el color, la tipografía y el orden o distribución del contenido que ofrecen. Estos elementos reafirman entre los usuarios la calidad en un cibermedio. Siendo esto, un estándar considerado en la preferencia de un sitio web de noticias.
4. La importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios, es alta, debido a que, tanto el factor funcional como el factor de contenido, se complementan y garantizan una buena experiencia web, que genera en los jóvenes la elección y preferencia de un cibermedio, ya que, estos ofrecen un valor diferencial; debido a la practicidad y rapidez, al acceder al contenido.

## VII. RECOMENDACIONES

- Para lograr una mayor y mejor captación de usuarios, se recomienda realizar una investigación de mercado que permita conocer las necesidades y requerimientos de los usuarios que utilizan frecuentemente los cibermedios. Así mismo, innovar y ofrecer información de calidad que mejore su experiencia web, durante el proceso de navegación.
- Se recomienda, que para mejorar y ayudar a presentar un cibermedio acorde a las necesidades de los usuarios, los desarrolladores web, deben ayudarse de los expertos del marketing digital; para ofrecer una plataforma que permita a todas las personas, sin importar sus capacidades físicas o experiencia digital, acceder a la información de su interés; considerando ofrecer: diseños web compatibles con cualquier dispositivo, estructuras web de fácil utilización y ofrecer ayuda para aquellos usuarios que no tienen una gran experiencia web ( diálogos de ayuda e indicadores de la características que ofrece la plataforma).
- Los cibermedios deben contar con una estructura web organizada (menú de herramientas accesible y entendible), visualmente atractiva (colores cálidos que permitan una mejor lectura del contenido, uso de elementos multimedia) y entendible para los usuarios. Por ello, es recomendable, que estos sitios web sean manejados por profesionales en el área de programación y diseño web, lo que permitirá, ofrecer a los usuarios una plataforma acorde a los requerimientos y necesidades de los usuarios.
- Como recomendación general, es importante para mejorar la experiencia web de los usuarios al utilizar los cibermedios, ayudarse de la técnica del inbound marketing, de tal manera que se logre generar y ofrecer contenidos relevantes que se adhieran al público objetivo al que se dirigen.

## REFERENCIAS

- Baeza-Yates, R., Rivera, C., & Velasco, J. (2004). Arquitectura de la información y usabilidad en la web. En R. Baeza-Yates, C. Rivera, & J. Velasco, *Arquitectura de la información y usabilidad en la web* (pág. 168). Communication Research.
- B. H. Wixom & P.A. Todd. "A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology Acceptance," *Information Systems Research*; Mar 2005; 16, 1, 85-102.
- Cabreda, M. Á. (2010). Evolución tecnológica y cibermedios. En M. Á. Cabreda González, *Evolución tecnológica y cibermedios* (pág. 29). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Casero, A. (2012). "Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital"
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2014). Marketing Digital; Estrategia, implementación y práctica . En D. Chaffey, & F. E. Chadwick, *Marketing Digital; Estrategia, implementación y práctica* (pág. 63). México: Pearson Educación de México, S.A.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O. & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth. *Internet Research*, 18(3), 229-247
- Constantinides, E. (2004). Influencing the online consumer's behaviour: The web. En E. Constantinides, *Influencing the online consumer's behaviour: The web* (pág. 111).
- Costera, I. (2007). The Paradox of Popularity: How Young People Experience the News. *Journalism Studies*. En I. COSTERA, *The Paradox of Popularity: How Young People Experience the News. Journalism Studies*.
- Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. En J. Díaz Noci, & R. Salaverría, *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pág. 61). Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. En J. Díaz Noci, & R. Salaverría, *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pág. 61). Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Estrada, Gutiérrez, Gómez, Ramírez, & Salgado. (2012). "Criterios y Hábitos de Consumo de Información Periodística online en Colombia"
- Flavián, Gurrea.(2007) "Análisis de los factores determinantes del interés hacia los periódicos digitales"
- García, Jiménez, Montes. (2015). "Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales"
- Herreros, M. C. (2010). Desarrollos del periodismo en Internet. En M. C. Herreros, *Desarrollos del periodismo en Internet* (pág. 72). Zamora ( España): Comunicación Social.

- López García , G. (2005). Modelos de Comunicación en Internet. En G. López García, *Modelos de Comunicación en Internet* (págs. 57-62). Valencia: Tirant lo blanch.
- López García, G. (2015). Periodismo digital: Redes, audiencias y modelo de negocio. En G. López García, *Periodismo digital: Redes, audiencias y modelo de negocio* (pág. 38). Salamanca: Comunicación social.
- Madu, C.N. & Madu, A.A. (2002), "Dimensions of e-quality", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 19 No. 3, pp. 246-58
- Nah, F.F.-H. & Davis, S. (2002), "HCI research issues in e-commerce", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 3 No. 3, pp. 98-113.
- Salaverría, R. (2005). Cibermedios: El impacto de internet en los medios de comunicación en España. En R. Salaverría, *Cibermedios: El impacto de internet en los medios de comunicación en España* (pág. 186). Sevilla : Comunicación Social.
- Salaverría, R. (2005). Redacción periodística en Internet. En R. Salaverría, *Redacción periodística en Internet* (pág. 21). Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Yezers'ka, L. (2008). Ciberperiodismo en Perú . En L. Yezers'ka, *Ciberperiodismo en Perú* (pág. 304). Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Yezers'ka, L. (2006), "*Los Cibermedios en Perú*"

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Experiencia web	“La impresión de una empresa online basada en la experiencia que adquiere el usuario a través de la interacción con los diferentes elementos de marketing existentes en el sitio web”. (Constantinides, 2004)	Factores de la experiencia web que permiten medir la variable a través de un cuestionario.	Factores funcionales	Usabilidad accesibilidad Velocidad Facilidad de búsqueda	Ordinal
			Factores de contenido	Diseño Organización Compatibilidad	
Cibermedio	“Especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, elaborar y difundir contenidos e información periodística”. (Salaverría,R 2005)	Son elementos de los cibermedios que permiten medir la variable a través de un cuestionario	Multimedialidad	Fotografía Imagen animada infografía video	Ordinal
			información	Inmediatez Originalidad Autoría	
			Interactividad	Emisor Contenido Usuarios	Nominal

## Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

### Encuesta



El presente cuestionario, tiene como objetivo conocer los factores de la experiencia web que determinan el uso de cybermedios o sitios web de noticias en jóvenes universitarios. A continuación, responda las siguientes preguntas con la mayor veracidad. ¡Muchas gracias!

Edad: \_\_\_\_\_

Género: M / F

Procedencia: \_\_\_\_\_

1. De qué forma se entera usualmente de las noticias a través de Internet?

- a) Accede directamente a sitios web y aplicaciones de noticias
- b) Ingresa el nombre de un medio específico de noticias en un buscador
- c) Introduce palabras clave sobre noticias en el buscador.
- d) Usa redes sociales y encuentra noticias en ellas.
- e) Recibe notificaciones o alertas de sitios web de noticia

2. ¿Con qué frecuencia, se informa de las noticias locales, nacionales o internacionales

- a) Una vez a la semana
- b) Dos a tres veces a la semana
- c) Cuatro a cinco veces a la semana
- d) Cinco a seis veces a la semana
- e) Diariamente

3. ¿A través de qué dispositivo o dispositivos accede frecuentemente a los sitios web de noticias?

- a) Computadora
- b) Laptop
- c) Tablet
- d) Smartphone

4. De los siguientes sitios web de noticias locales. Califique, ¿Cuál o cuáles visita para informarse de las principales noticias?

- a) Cutivalu
- b) El Regional de Piura
- c) El Tiempo
- d) Piura Virtual
- e) Walac Noticias
- f) Noticias Piura 3.0

5. ¿Qué género periodístico suele leer cuando accede a un sitio web de noticias?

- a) Política y economía
- b) Arte y cultura
- c) Deportes
- d) Ciencia y tecnológica
- e) Policial
- f) Local y regional

6. ¿Qué tipo de interacción mantiene con la información periodística suministrada por el sitio web de su preferencia?

- a) Solo leo las noticias
- b) Leo las noticias y las comparto en redes sociales
- c) Leo las noticias e Indico "me gusta"
- d) Leo y comento las noticias en el sitio web.
- e) Leo las noticias y reviso la página buscando contenidos informativos de mi interés

7. ¿A través de qué red social mantiene mayor interacción con el sitio web de noticias?

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) Youtube
- e) Google +

8. El sitio web de noticias de su preferencia satisface su necesidad de mantenerse informado?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre



9. Califique la importancia que tienen para usted los siguientes elementos en un sitio web de noticias

	Nada importante	Algo importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
Fácil navegación en el sitio					
Vínculos de carga rápida					
Practicidad y sencillez					

10. Cuán importancia considera Ud. los siguientes elementos de accesibilidad en un sitio web de noticias

	Nada importante	Algo importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
Acceso al menú principal en todas las páginas del sitio					
Enlaces de noticias relacionadas					
Herramienta de búsqueda dentro del sitio					
Diseño compatible con cualquier dispositivo					

11. Valore la importancia que, en su opinión tienen los siguientes elementos en el contenido de un sitio web de noticias

	Nada importante	Algo importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
Color y fondo idóneo para la lectura					
Tipo y tamaño de Letra adecuada					
Orden y organización					
Uso de elementos multimedia					
Diseño web visualmente atractivo					

12. Valore, ¿Cuán importante es que una noticia web, cuente con los siguientes elementos multimedia?

	Nada importante	Algo importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
Fotografía					
Imagen animada o gifs					
Infografía					
Videos					

13. ¿Cuán importante es que la información periodística suministrada por un sitio web de noticias cuente con los siguientes elementos?

	Nada importante	Algo importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
Información actualizada					
Información original e innovadora					
Nombre del redactor y fuente de información					
Fecha y hora de creación					

14. Un sitio web de noticias cumple con la misma función que un medio de comunicación tradicional como proveedor de noticias?

- a) Nunca
- c) Casi nunca
- d) A veces
- e) Casi siempre
- f) Siempre

### Anexo 3. Validación del instrumento



#### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Navarro Sánchez con DNI N° 02822776 Magister  
en Ciencias de la Comunicación  
N° ANR: A050690 de profesión Ciencias de la Comunicación  
desempeñándome actualmente como Aesor y Consultor  
en Marketing y Comunicaciones

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad			X		
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los días del mes de ..... del Dos mil diecisiete.

  
Mgtr. Héctor Navarro Sánchez  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ANR: 058690

Mgtr. : Héctor Navarro Sánchez  
DNI : 02822776  
Especialidad : Ciencias de la Comunicación  
E-mail : artvonsu@hotmail.com



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Milagros Auxiliadora Solano Sanjinez, con DNI N° 40878197, Magister en Docencia Universitaria y Gestión Educativa, N° ANR: 008288, de profesión Administración, desempeñándome actualmente como Docente Tiempo Completo en Escuela de Marketing y Dirección de Empresas - Universidad César Vallejo (Filiat - Piura)

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los días del mes de diciembre del Dos mil diecisiete.

Mgtr. : Milagros Auxiliadora Solano Sanjinez  
DNI : 40878197  
Especialidad : Administración  
E-mail : milaux1005@hotmail.com.

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

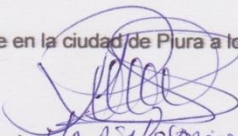
Yo, Maria del Rosario Saldanoza C. con DNI N° 02609026 Magister  
 en Administración de Empresas  
 N° ANR: \_\_\_\_\_ de profesión Lic en Comunicaciones  
 desempeñándome actualmente como Asistente Senior  
 en Oficina de Investigación - UCV - Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los días del mes de diciembre del Dos mil diecisiete.

  
 Mgtr. Maria del Rosario Saldanoza C.  
 DNI : 02609026  
 Especialidad : Comunicaciones  
 E-mail : M.Saldanoza@ucv.edu.pe

## Guía de pautas

Buenos días/ tardes/ noche, mi nombre es Brendy Zapata Calvas, soy estudiante de Marketing y dirección de empresas de la universidad César Vallejo esta sesión, tendrá como objetivo conocer acerca de los factores de la experiencia web que determinan el uso de cibermedios o sitios web de noticias.

### 1. Presentación personal

### 2. Preguntas de introducción

¿De qué forma se entera usualmente de las noticias a través de internet?

¿Con qué frecuencia, se informa de las noticias locales, nacionales o internacionales a través de un sitio web de noticias?

### 3. Dimensión Factores funcionales

- De los sitios web de noticias de nuestra región. ¿Cuál o cuáles son los que visita con mayor frecuencia? ¿Por qué?
- Cuándo busca noticias en los sitios web ¿Cuál es la rutina que suele realizar?
- ¿Cuán importante es para usted, que un sitio web de noticias presente una estructura web de fácil utilización para los usuarios?

### 4. Dimensión Factores de contenido

- Cuáles son los elementos que debería tener un sitio web de noticias para que usted pudiera visitarlo.
- ¿Qué elementos multimedia considera necesarios en las publicaciones de noticias para que pueda comprender mejor la información ofrecida?

### 5. Preguntas de cierre

- Considera que un sitio web de noticias satisface su necesidad de mantenerse informado.
- Considera que un sitio web de noticias cumple con la misma función que un medio de comunicación tradicional como proveedor de noticias

## **ANEXO : Transcripción de focus group**

**A continuación se mostrarán las ideas más importantes para el estudio, obtenidas del focus group**

---

**M: ¿De qué forma se entera usualmente de las noticias a través de internet?**

Usualmente me entero de las noticias por Facebook, ya que varias páginas de noticias se encuentran presentes en esta plataforma.

**M: ¿Por qué prefiere acceder a un sitio web de noticias a diferencia de utilizar un medio de comunicación tradicional?**

Prefiero acceder a un sitio web de noticias por que es mal accesible y puedo acceder de una forma rápida. Ya que, puedes estar en un carro o caminando y con mi celular puedo visitarlo en cualquier momento, en cambio, si compro un periódico o alguna revista; a parte, que me genera un costo, tendría que llevarlo. En cambio, a través del celular, es mucho más fácil visitarlo, sin importar el lugar.

**M: Considerando el funcionamiento que debe tener un sitio web. Explique y califique cuán importante es para usted, los siguientes elementos en un sitio web de noticias.**

Considero que la accesibilidad al contenido es muy importante, ya que, si el sitio no cuenta con las herramientas necesarias de accesibilidad que faciliten a los visitantes, navegar de manera rápida y sencilla dentro del sitio.

Además la accesibilidad es importante que sitio pueda tener una estructura web de fácil navegación, ya que, eso, simplifique y facilita el proceso de búsqueda de información en los usuarios. Por último, el sitio debe ser muy práctico sensible para el usuario, ya que, sí, no es fácil y sencillo de utilizar. En mi caso, yo, no regreso a esa página.

**M: Considere ¿Qué elemento o elementos del diseño web considera necesarios e importantes para usted, al utilizar un sitio web de noticias**

El color y fondo, que sean adecuados para tener una mejor visibilidad de la letra, porque, a veces se combinan colores muy fuertes y pierdes el interés de seguir leyendo. El otro elemento sería la facilidad de poder encontrar las noticias que buscas, de manera rápida y fácil. Sobre todo a mí, me gusta, lo que sea más fácil

y accesible; con un solo click poder acceder a lo que quiero y encontrar las noticias que estoy buscando.

**M: ¿Cuán importante es para usted el orden y organización en un sitio web de noticias? ¿Por qué?**

**MA:** En realidad, es muy importante el orden y organización de la estructura del sitio web. Estos portales de noticias, deberían de tener muy organizados las secciones de noticias, ya que, esto genera que el usuario permanezca más tiempo y consideres a cierto sitio web como uno de tus favoritos.

**M: ¿Cuán necesario es para usted, que, un sitio web de noticias, mantenga un estilo y presentación visualmente atractivo? ¿Por qué?**

La mayoría de sitio web de noticias, se muestran prácticamente serios, ya que, quizá, piensan que su público, es algo serio o mayor y las presentaciones son algunas veces formales con colores básicos. En realidad es muy importante, saber manejar los colores que se utilizan, ya que las publicidades, algunas veces interfieren, y pierdes el interés de lo que lees. Los colores cálidos, como los que utiliza el diario El Comercio, transfiere energía. Se busca un sitio que motive a través de sus colores y tipografía a seguir leyendo.

**M: ¿Considera que un sitio web de noticias satisface su necesidad de mantenerse informado? ¿Por qué?**

No estamos en los tiempos de antes, donde, solo se podía comprar un periódico. Hoy con el uso de la tecnología, es un medio que ha facilitado a ciertos mercados. En el caso, de las personas tradicionales, aún, siguen comprando su periódico, al señor que pasa por su casa. Deberíamos hacer uso de los medios digitales y al avance de la tecnología y sobre todo esto, no te genera algún costo, ya que, si deseas enterarte de cierto tipo de noticias, sobre economía; como diario Gestión. Además, existen diarios por cada segmento.



#### Anexo 4. Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivo General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Método
Importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios	¿Cuál es la importancia percibida de los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios– Piura 2017?	Analizar la importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios–Piura 2017	Experiencia web	Factores funcionales	Usabilidad accesibilidad Velocidad Facilidad de búsqueda	<p>ENFOQUE: Cuantitativo que se complementa con estudios cualitativos</p> <p>DESCRIPTIVA: Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.</p> <p>POBLACIÓN: 28629 estudiantes universitarios</p> <p>MUESTRA: 349 estudiantes universitarios</p> <p>No experimental, Transversal.</p>
		<b>Objetivos específicos</b>		Factores de contenido	Diseño Organización Compatibilidad	
		Analizar el uso de los cibermedios en los jóvenes universitarios	Cibermedio	Multimedialidad	Fotografía Imagen animada infografía video	
		Conocer la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor funcional en la experiencia web		información	Inmediatez Originalidad Autoría	
		Conocer la importancia percibida por los jóvenes universitarios respecto a los elementos del factor de contenidos de la experiencia web		Interactividad	Emisor Contenido Usuarios	

## Anexo 6. Confiabilidad

### Informe 167-2017-RAAJ OI-UCV-Piura

OFICINA DE INVESTIGACIÓN. UCV PIURA

#### **Informe técnico de confiabilidad con el cálculo del ALFA DE CRONBACH**

Estudiante: ZAPATA CALVAS, BRENDA YASMIN  
Escuela Académica de Marketing y Dirección de Empresas

Docente a tiempo completo  
Oficina de investigación  
MSc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ - COESPE N° 507-

Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez del instrumento para el estudio: "IMPORTANCIA PERCIBIDA EN LOS FACTORES DE LA EXPERIENCIA WEB CONSIDERADO POR LOS JOVENES UNIVERSITARIOS AL HACER USO DE LOS CIBERMEDIOS PIURA 2017"


- El estudiante desarrolló 21 preguntas en el **Instrumento**, para aplicar a los jóvenes universitarios, con el objetivo de **determinar el nivel la importancia percibida con respecto de los factores de la experiencia web al hacer uso de los cibermedios**, donde el instrumento se define por escala en las respuestas obteniéndose resultados que definen consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al existir homogeneidad, uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, se utilizó la fiabilidad de **Alfa de cronbach** que se dan en la siguiente tabla:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	21

Se debe mencionar que el coeficiente **Alfa de Cronbach** tiene una **confiabilidad elevada** según la escala de valorización propuesta por Vellis (1991):

En conclusión, para este **Instrumento tiene una CONFIABILIDAD ELEVADA, es decir el instrumento se puede utilizar**

Piura, 30 de Noviembre del 2017

  
RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ  
ING. EN ESTADISTICA  
COESPE 507



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

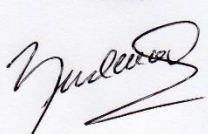
**ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

### **Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, Brendy Yasmin Zapata Calvas, egresada de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis , titulado: " Importancia percibida en los factores de la experiencia web considerados por los jóvenes universitarios al hacer uso de los cibermedios – Piura 2017" , es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la tesis:

1. No ha sido plagiada ni parcial, ni totalmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos, como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Apellidos y Nombres del Autor:</b> Zapata Calvas, Brendy Yasmin</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Firma</b></p> 
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>DNI:</b> 47934623</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>ORCID:</b> 0000-0001-6571-0407</li></ul>	