



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN
EN UNA EMPRESA DE SALUD DEL ESTADO CARABOBO**

Autores:
Pernalete, Deliana
Santana, Oskarina
Veliz, Amubil

Bárbula, Julio de 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN
EN UNA EMPRESA DE SALUD DEL ESTADO CARABOBO**

Autores:
Pernalete, Deliana
Santana, Oskarina
Veliz, Amubil

Trabajo de grado presentado para optar al título de Licenciados en
Relaciones Industriales

Bárbula, Julio de 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN
EN UNA EMPRESA DE SALUD DEL ESTADO CARABOBO**

Tutor: Lcdo. Víctor Gasparini

Autores:
Pernalete, Deliana
18.531.090
Santana, Oskarina
16.185.234
Veliz, Amubil
22.412.127

Bárbula, Julio 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CONSEJO DE ESCUELA



CE- 034/15

Valencia, 24 de marzo de 2015

Ciudadano:
Prof. Victor Gasparini
Presente

Cumplo con informarle que el Consejo de Escuela de Relaciones Industriales en su sesión No. 593, de fecha 23/03/2015, acordó ratificarlo(a) como **TUTOR DEL PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO** titulado: "Uso de Redes Sociales como herramienta de información en una empresa de salud del Edo. Carabobo", correspondiente a los bachilleres: **PERNALETE DELIANA, SANTANA OSKARINA y VELIZ AMUBIL**, con el cual aspiran obtener el título de Lic. en Relaciones Industriales.

Anexamos un ejemplar para los fines correspondientes.-

Atentamente,


Prof. Yamilé Delgado de Smith
Directora - Presidente del Consejo de Escuela
de Relaciones Industriales



YDS/cm.-



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN EN UNA EMPRESA DE SALUD DEL ESTADO CARABOBO

Tutor:
Prof. Víctor Gasparini

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Relaciones Industriales
Por: Prof. Víctor Gasparini
C.I. N° V-11.561.580

Bárbula, Julio de 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado titulado: Uso de Redes Sociales como Herramientas de Información en una empresa de Salud del estado Carabobo. Presentado por los Bachilleres: Pernalette S. Deliana C. Titular de la cédula de identidad N° V-18.531.090, Santana P. Oskarina L. Titular de la cédula de identidad N° V-16.185.234 y Veliz A. Amubil A. Titular de la cédula de identidad N° V-22.412.127, para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales, considero que dicho trabajo reúne los requisitos para ser sometido a la presentación pública y evaluaciones por parte del jurado examinador que designe. En la ciudad de Valencia a los 28 días del mes de mayo de 2015.

Licdo. Víctor Gasparini
C.I. N° V-11.561.580



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



VEREDICTO

Nosotros, miembros del jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado titulado **"USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN EN UNA EMPRESA DE SALUD DEL ESTADO CARABOBO"**, Presentado por los Bachilleres: Pernalet S. Deliana C. Titular de la cédula de identidad N° V-18.531.090, Santana P. Oskarina L. Titular de la cédula de identidad N° V-16.185.234 y Veliz A. Amubil A. Titular de la cédula de identidad N° V-22.412.127, para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como: Aprobado a los 09 días del mes de Julio del año 2015.

En fe de lo cual firman, en la ciudad de Valencia.

Apellidos y Nombres	Nro. Cédula de Identidad	Firma
Uspino S. Germán R.	5374568	
Pinto R. Freddy	16.773.022	
Victor Gasparini	11561580	

DEDICATORIA

Este Trabajo de Grado está dedicado primeramente a Dios mi padre celestial por darme vida y salud, para lograr la meta propuesta.

Dedicado a mis padres por el amor que me han dado, por confiar en mí y darme su apoyo incondicional en todo momento, son la base de lo que soy, son mi pilar fundamental los Amo, de corazón muchas gracias, súper orgullosa de ustedes; a mi hermano que aportando granito a granito me ayudo a construir este sueño, a mis abuelos Orlanda y Pascual, a mis tías Mileya y Denys quienes me han apoyado siempre desde el inicio de mi carrera y a toda mi familia en general que a pesar de los obstáculos me inspiraron a continuar un sueño que hoy se hace realidad.

Muy especialmente está dedicado a mi razón de vivir, por quien lucho día a día para darle lo mejor y ser el mejor ejemplo para ella, a ti mi princesa, mi tesoro más grande Anielys P.P, hija desde que llegaste a mi vida me distes las fuerzas necesarias para lograr lo que quiero, Te Amo.

A mis amigos Amubil, Oskarina y Adrián gracias por su apoyo y amistad, hoy cerramos un ciclo en la cual todos somos protagonistas, a mis compañeros de tesis gracias por confiar en mí, que a pesar de tener solo un semestre de conocerme me hicieron parte de un excelente equipo de trabajo, en la que hoy exitosamente damos por concluida.

Dedicado muy particularmente, con lágrimas en mis ojos y un nudo en la garganta, a la luz que guía mi camino y cuida mis pasos, quien ya no está conmigo físicamente pero en mi corazón vivirá por siempre, Alcides Pernalete (Chile), esta meta cumplida es parte tuya, gracias por todo el apoyo y el amor que me distes, desde el cielo me bendices y sé que estas feliz porque así me querías ver como toda una Licenciada, aunque no me acompañes, sé que lo estas celebrando conmigo, Te Amare Siempre Tío/Hermano. Gracias

Pernalete Sánchez, Deliana Carolina.

DEDICATORIA

Primeramente dedicada a Dios, el que me ha dado la fortaleza y sabiduría para culminar mi Trabajo.

De igual forma a Mis Padres, Arturo Santana y Neisa Pérez le dedico mi tesis por acompañarme durante todo el trayecto de mi formación profesional y mi vida, agradezco infinitamente su cariño, ayuda incondicional y por guiarme; y marcar mi existencia con signos de admiración.

A mi hermano, por ser un gran amigo para mí, junto a él hemos pasado momentos inolvidables y uno de los seres más importantes en mi vida.

A mi abuela Flor, por demostrarme siempre su amor, cariño y ayudándome a través de sus sabios consejos.

A mi tía Norelis, por su apoyo incondicional y demostrarme la gran Fe que tiene en mí.

A mi familia en general, por brindarme su apoyo, comprensión y compartir conmigo momentos de alegría y tristeza.

A mis dos (2) amigos y colegas, Deliana y Amubil por haber logrado nuestro gran objetivo con mucha perseverancia, hicieron de esta experiencia una de las más especiales, los quiero.

Santana Pérez, Oskarína Laurí.

DEDICATORIA

A mi Madre María Aguilera por darme la vida, por su amor y apoyo incondicional, por su siempre lucha y constancia en la vida para darnos lo mejor a mí y a mis hermanos, por haberme enseñado a luchar por mis sueños, por enseñarme grandes valores, por ser mi guía y ejemplo, porque es una mujer luchadora, emprendedora entre las personas, cariñosa, amable, con gran inteligencia y sabiduría, por dedicar su vida a sus hijos, ser una excelente, Gran y Maravillosa Madre.

A mis hermanos; Amubiry Veliz, Francisca Brito y Nelson Brito, por su gran apoyo incondicional, por enseñarme grandes cosas, por ser pacientes y cariñosos conmigo, porque ellos son ejemplos para mí, porque son mi mejor familia y el mejor regalo que mi madre pudo darme. A ellos les dedico este trabajo por ser los mejores hermanos.

A mis sobrinos; Nelson Daniel, Freddy Fernando, Betania Valentina, María José, Camila de los Ángeles y Mariangel, porque son un regalo de dios y de mis hermanos, porque de ellos también he aprendido grandes cosas, por ser los pequeños de la casa y por su cariño y amor incondicional conmigo.

A una persona especial que llegó a mi vida, mi novia Yaritza Barbosa, por su gran apoyo incondicional, por su amor y cariño, por su ayuda y colaboración también en la realización de este trabajo.

A mis Amigos y compañeros de clases y a mis compañeras de trabajo; Gloriangela, María Milagros, Jenny, Yrvia, Andrea, Damaris y Sra. Omaira, por su apoyo, por sus enseñanzas, por ayudarme a crecer profesionalmente y hacer cada día mejor persona.

Y a mis dos (2) amigas y colegas, Deliana y Oskarina por compartir conmigo esta experiencia, y lograr juntos la realización de éste trabajo.

Veliz Aguilera, Amubíl Antonio

AGRADECIMIENTO

A nuestro Dios, por ayudarnos a encontrar la sabiduría, constancia, y lograr el esfuerzo para alcanzar esta meta.

A nuestras Madres, por su apoyo incondicional y por orientarnos cada día. A la Sra. María Aguilera por abrirnos las puertas de su casa durante el desarrollo del trabajo de grado.

A nuestros Padres, Gracias por el apoyo brindado.

A nuestros Hermanos por su apoyo para lograr nuestros objetivos.

Al Lcdo. Víctor Gasparini, por su paciencia, tiempo, orientación y aportes significativos para realizar este trabajo. Gracias.

Al Lcdo. Freddy Pinto, por su tiempo, apoyo y enseñanzas vitales en la culminación de esta meta. Gracias.

A la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo por abrirnos las puertas como casa de estudio y a sus profesores por los grandes aportes y enseñanzas durante la carrera.

A nuestros Amigos y Compañeros de clases por las experiencias vividas y compartidas.

A los Trabajadores del Centro Clínico, por los aportes significativos para la realización de este trabajo de grado.

A nosotros mismos por el apoyo y esfuerzo mutuo y por nuestra amistad incondicional.

Pernalete, Santana y Velíz



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN EN UNA EMPRESA DE SALUD DEL ESTADO CARABOBO

Autores: Pernalete, Deliana; Santana, Oskarina y Veliz, Amubil

Tutor: Lcdo. Víctor Gasparini

Fecha: Junio 2015

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está dirigido a determinar la factibilidad del uso de redes sociales en el área de nómina de una empresa de salud situada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer lo que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores. Se consideró una investigación enmarcada en los estudios metodológicos de tipo descriptivo y bajo un diseño de campo para dar respuesta a las interrogantes planteadas en la investigación. Como técnicas e instrumentos se aplicó una (1) entrevista semi-estructurada al Gerente del Departamento de Informática de la empresa y un (1) cuestionario conformado por veinticuatro 24 ítems dirigido a una muestra representativa de los trabajadores, para darle cumplimiento a los objetivos específicos, este último instrumento fue sometido a la validación de tres (3) expertos y al método de confiabilidad de índice por correspondencia. Una vez tabulados y analizados los resultados obtenidos, se pudo conocer que los empleados hacen uso de Redes Sociales para estar informados, para el entretenimiento, estar en contacto con familiares y amigos y relaciones laborales, además expresaron que las mismas son rentables, considerando que la incorporación de redes sociales mejoraría la transmisión de información desde el área de nómina y en toda la organización.

Palabras claves: Redes sociales, Herramientas tecnológicas.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN EN UNA EMPRESA DE SALUD DEL ESTADO CARABOBO

Autores: Pernalete, Deliana; Santana, Oskarina y Veliz, Amubil

Tutor: Lcdo. Víctor Gasparini

Fecha: Junio 2015

ABSTRACT

The present research is aimed at determining the feasibility of using social networking in the area of payroll of a healthcare company located in Valencia, Carabobo state, in order to know what they provide as a tool of information to workers. Research framed in methodological and descriptive studies under a field design to answer the questions raised in the investigation was considered. Techniques and instruments a semi-structured interview with the Manager of the Department of Information of the company and comprised twenty 24 items questionnaire to a representative sample of workers to comply with the specific objectives was applied, the latter instrument He was subjected to the validation of three (3) experts and the reliability index method correspondence. Once tabulated and analyzed the results, it was learned that employees make use of social media to be informed, for entertainment, stay in touch with friends and family and labor relations, also expressed that they are profitable, whereas incorporation of social networks improve the transmission of information from the payroll area and throughout the organization.

Keywords: Social networks, Technological tools.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatória	viii
Agradecimientos	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Índice de Cuadros	xvi
Índice de Figuras	xvii
Introducción	18
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema	21
Objetivos	24
Justificación	25
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
Antecedentes	28
Referente Teórico	40
Teoría General de Sistema	40
Bases Teóricas	44
Tecnología de Información y Comunicación (TIC)	45
Características de las Tecnologías de Información y Comunicación	47
Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en las Organizaciones	48
Web 2.0	53
Ventajas que ofrece la Web 2.0	56
Web 2.0 en las Organizaciones	62
Herramientas Tecnológicas	66
Redes Sociales	67
Redes Sociales en Internet	69
Alcance de las Redes Sociales en Internet	75
Beneficios y/o Ventajas de las Redes Sociales	78
Ventajas y/o Desventajas de las Redes Sociales en las Organizaciones	80

	Pág.
Redes Sociales en Venezuela	84
Sistemas de Información	88
Funciones de los Sistemas de Información	92
Componentes de los Sistemas de Información	94
Características de los Sistemas de Información	96
Tipos de Sistemas de Información.	97
Tendencias en los Sistemas de Información	101
Definición de Términos Básicos	104
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
Naturaleza de la Investigación	107
Población y Muestra	108
Estrategia Metodológica	110
Técnica e Instrumento	111
Validez del Instrumento	112
Confiabilidad del Instrumento	113
CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	117
CONCLUSIONES	138
RECOMENDACIONES	143
LISTA DE REFERENCIA	145
ANEXOS	154

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No.		Pág.
1	Premisas de la Teoría General de Sistema de Ludwig Von Bertalanffy	41
2	Características de las Tecnologías de Información y Comunicación	48
3	Ventajas que ofrece la Web 2.0	56
4	Otras Ventajas que ofrece la Web 2.0	57
5	Tipos de Redes Sociales	69
6	Redes Sociales Preferidas por los Usuarios	71
7	Definición de Algunas Redes Sociales	73
8	Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales	81
9	Cinco (5) Recursos de Sistemas de Información y su Definición	94
10	Características de los Sistemas de Información	96
11	Clasificación de los Sistemas de Información por Laudon K. y Laudon J.	100
12	Tendencias en los Sistemas de Información	101
13	Población	108
14	Muestra Estratificada	110
15	Cuadro Técnico Metodológico	114

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA No.		Pág.
1	Top 10 Mercados más Comprometidos para Redes Sociales	73
2	Componentes Básicos de un Sistema de Información	95

INTRODUCCIÓN

Las Redes Sociales en Internet, han experimentado una amplia difusión entre la sociedad civil como herramientas de contenido social, su proceso de adopción desde el punto de vista empresarial es una tendencia al futuro, la Web 2.0 a través de la aparición de redes sociales transforma la web en una plataforma de desarrollo, en donde el usuario puede añadir contenidos de todo tipo: imágenes, sonidos, videos, entre otros; lo cual, a nivel empresarial permite mejorar la administración del conocimiento y por ende incrementar la productividad de sus miembros.

La tecnología es un recurso que proporciona beneficios tanto a nivel personal como en lo laboral, ya que logra mantener comunicadas a las personas por medio de herramientas que ofrece el internet. Desde todo punto de vista, aprovechar las aplicaciones como redes sociales genera ventajas competitivas para la empresa, a través de la participación de sus clientes y demás entes interesados en ella, para fortalecer sus procesos internos y mejorar su producción. Basado en ese conjunto de ventajas que ofrece la Web 2.0, es que se introduce el término Empresa 2.0, tratando de migrar al entorno empresarial todo el conjunto de atributos de la Web 2.0.

Una red social se define por un conjunto de dos (2) elementos básicos: actores (personas, instituciones o grupos), que actúan con el fin de dar forma a las estructuras sociales y la interacción entre los usuario para la construcción de vínculos sociales.

La presente investigación tuvo como propósito determinar la factibilidad del uso de Redes Sociales en el área de Nómina de una empresa de Salud

ubicada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer lo que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores, donde la metodología empleada fue una investigación de tipo descriptiva bajo un diseño de campo.

Esta investigación se presenta en cuatro (4) capítulos, los cuales serán explicados brevemente a continuación:

En el capítulo I, se abordaron los aspectos referentes al planteamiento del problema, el cual surge a raíz de las siguientes interrogantes: ¿Qué conocimientos tienen los trabajadores sobre el uso de redes sociales en una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo?, ¿Con cuales herramientas tecnológicas cuenta la organización para el uso de redes sociales como medio de información desde el área de nómina? Y ¿Qué beneficios proporcionan el uso de redes sociales como herramientas de información hacia los trabajadores desde el área objeto de estudio?

También en este capítulo se hace mención a los objetivos planteados en relación a las interrogantes antes mencionadas y por último, la justificación de la investigación, en la cual se expresa la situación planteada.

El capítulo II, comprende los antecedentes de la investigación, es decir, el análisis del trabajo de grado desarrollado por otros autores y que sirvieron de apoyo para dar soporte a esta investigación, como segundo elemento de este capítulo se encuentra el referente teórico que ofrecen sustento, como lo es la Teoría General de Sistema y por último, las bases teóricas que a través del

desarrollo de cada tema le dan soporte a lo planteado, entre ella tenemos Redes Sociales en Venezuela y la Web 2.0 en las Organizaciones.

El capítulo III, está compuesto por el marco metodológico donde se reflejan los ítems de cada variable definida, otro elemento de este capítulo, es el método de investigación a utilizar, el cual se inclinó por una investigación descriptiva bajo un diseño de campo, también se señala la población y muestra del objeto de estudio, al igual que las técnicas e instrumentos que fueron necesarios para recolectar información pertinente al estudio.

También se reflejan los dos (2) instrumentos aplicados: un cuestionario y una entrevista semi-estructurada dirigida al Gerente del Departamento de Informática del centro de salud, otro elemento importante fue la validez y confiabilidad del instrumento.

En el capítulo IV, se presentan los resultados obtenidos por los dos (2) instrumentos aplicados, se reflejan la tabulación de dichas encuestas y los análisis de los datos obtenidos.

Por último, se indican las conclusiones conforme a los resultados obtenidos, las cuales dan respuesta a los objetivos propuestos y se señalan las recomendaciones producto de la investigación realizada, así como también las fuentes bibliográficas consultadas y los respectivos anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

A lo largo de la historia los seres humanos han desarrollado formas de comunicación, bajo la necesidad que tienen de interactuar con otros individuos, bien sea por pensamientos, gustos o temas de interés. Las redes sociales son parte de la actualidad, es la forma en la que se estructuran las relaciones sociales; las personas están conectadas mucho antes de tener acceso a Internet.

Sin embargo, con la llegada de internet que se remonta desde los años 60, la interacción entre las personas ha venido cambiando de forma acelerada con el afán de crear redes de comunicación, tal es el hecho más importante en la década de los noventa donde se introdujo la World Wide Web que se hizo común como (www) o también conocida como la Web.

La Web, no es más que un sistema de distribución de información basado en hipertexto accesible a través de Internet y se traduce al castellano como red. La llegada de la Web 2.0 revoluciona el concepto de red y las formas de comunicación cambian, a diferencia de la Web 1.0 de sólo lectura, la Web 2.0 es de lectura y escritura, donde se comparte información dinámica, en constante actualización.

La Web 2.0 se ha llamado en muchas ocasiones la Web social y los medios de comunicación que ofrece también han incorporado este adjetivo,

denominándose Medios Sociales o Social Media (redes sociales), entre las cuales se resaltan como las más importantes por su uso en el mundo, el Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, LinkedIn, BlackBerry Messenger, entre otros.

En los últimos años a nivel mundial, se ha demostrado que las organizaciones centran su atención en implementar o hacer uso de las redes sociales con el propósito de aprovechar las bondades que proporcionan estas nuevas formas de comunicación en torno al poder de la conectividad, así como también mejorar la productividad, la innovación, la colaboración e implicación de los empleados.

En Venezuela, las redes sociales, han ido evolucionando de la mano con el resto del mundo, logrando el acceso a nuevas herramientas, con gran impacto y beneficio en el desarrollo de las organizaciones; actualmente las redes sociales tienen una tendencia de masificación en su uso, considerando como referencia a Tendencias Digitales (2012: 1), con su estadística al cierre 2011 “en el país ya suman 11 mil millones 600 mil personas conectada a la red, una penetración de 40% de la población de Venezuela”, de esta manera se manifiesta que los venezolanos hacen uso de redes sociales, registrando así un incremento porcentual anual significativo.

En virtud de lo antes expuesto, esta investigación estuvo dirigida a determinar la factibilidad del uso de redes sociales en el área de nómina de una empresa de salud ubicada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer que beneficio proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores.

El área de nómina del centro de salud, tiene a su cargo el control y realización de la nómina que implica registrar y relacionar a todo el personal que labora en el centro de salud los pagos por concepto de: horas extras, bono nocturno, bono de alimentación, bonificaciones especiales, cancelación de facturas por cuidado de guarderías a los hijos e hijas de los trabajadores, realización y cálculo de garantía de prestaciones sociales y los intereses sobre la garantía de prestaciones sociales, entre otros.

Por tal motivo, es de vital importancia que una gestión como la que se menciona se lleve a cabo en estrecha interacción con el trabajador a fin de que las informaciones relevantes, puedan fluir sin ningún obstáculo en toda la organización, en pro de solventar o responder a todas las dudas, comentarios o interrogantes que surgen en los trabajadores, aprovechando el uso de redes sociales como medio de información. Por ello, se toma como referencia a Ponce (2012), quien define redes sociales como:

Estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida en el tiempo, como en el caso de los foros. (p. 3).

Cabe destacar que el tema de redes sociales, escribe su historia a cada minuto en el mundo y debido al avance proporcionado por esta tecnología, las organizaciones han considerado transformar su estrategia empresarial en la gestión de persona. Por lo antes, expuesto se plantearon las siguientes interrogantes:

¿Qué conocimientos tienen los trabajadores sobre el uso de redes sociales en una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo?

¿Con cuales herramientas tecnológicas cuenta la organización para el uso de redes sociales como medio de información desde el área de nómina?

¿Qué beneficios proporcionan el uso de redes sociales como herramientas de información hacia los trabajadores desde el área objeto de estudio?

Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad del uso de Redes Sociales en el área de Nómina de una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer lo que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores.

Objetivos Específicos

- ✓ Identificar el conocimiento de los trabajadores de una empresa de salud de Valencia, estado Carabobo, sobre el uso de redes sociales.
- ✓ Verificar las herramientas tecnológicas que dispone la organización para el uso de redes sociales como medio de información.

- ✓ Señalar los beneficios que proporciona el uso de redes sociales como herramienta de información hacia los trabajadores desde el área de Nómina de una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo.

Justificación

Las redes sociales como herramienta tecnológica, favorece a la gestión de talento humano, brindando facilidad de comunicación de manera fluida, rápida y productiva que resulta de la interactividad a través del uso del internet. Diversos autores han coincidido respecto a cuan pertinente y relevante es la iniciativa de implantar un nuevo modelo de organización centrado en las personas, conformado en red, establecidos por redes sociales y orientado a la innovación para impulsar empresas.

La exitosa implementación de redes sociales, requerirá de profundos cambios en función de la gestión del talento humano, cuyas capacidades, influencia y ámbito de acción, necesariamente se transformaran, si se pretende que la empresa saque el máximo provecho en el uso de estos nuevos enfoques tecnológicos; es importante señalar que si hay una tecnología de gran impacto en las prácticas y procesos de gestión de personas, se tendrá que considerar a las redes sociales.

Actualmente las tecnologías con la que se trabaja se basan en una organización en red, con una articulación que nos permite estar conectados por encima de las barreras físicas y una disposición a la cooperación por medio de esas conexiones, además que son plataformas simples y gratuitas para la autoexpresión.

Aquellas empresas que están incorporando las redes sociales a sus prácticas, políticas y procesos están derivando ventajas competitivas decisivas para afrontar con éxito, los entornos de negocios complejos e inciertos de una nueva era.

Así mismo, el uso de redes sociales en el trabajo puede socialmente transformar el mundo laboral, ya que numerosas organizaciones se apoyan de las redes, con la finalidad de mejorar la productividad, contribuyendo así con la implementación y uso de nuevas tendencias, que benefician a empresas y trabajadores por igual, donde los líderes deben buscar formas de aprovechar la popularidad, expansión y valor comercial de las redes sociales para poder impulsar el rendimiento y ampliar los objetivos corporativos.

Esta investigación al descubrir el poder que tienen las redes sociales para conectar a millones de personas simultáneamente, tiene precedente en los actuales y futuros profesionales encargados de los Recursos Humanos dentro de las organizaciones, que se ven atraídos por los avances tecnológicos y la innovación; mediante este estudio se aporta conocimiento sobre el tema de redes sociales, orientado al análisis del tema que ayude a comprender una realidad que actualmente se encuentra en gran auge por el uso de redes sociales en las personas y organizaciones.

Además a través de la investigación se obtuvo como resultado, que promoviéndose el uso positivo, se anima a los empleados a idear nuevas formas de utilizar estas herramientas, se facilita la transmisión de información en la organización donde la relación que se establezca sea de ganar-ganar;

es decir, la organización gana tiempo y espacio al transmitir información requerida por los trabajadores y esto a su vez ganan al percibir un buen servicio y oportuna respuesta a sus solicitudes; pero solo canalizando ambas partes de forma creativa, el uso de las redes sociales podrán cosechar los beneficios que otorgan y obtener ventajas competitivas para el logro de los objetivos de la organización.

Así, de esta manera para el área objeto de estudio, esta investigación es importante porque contribuye como aporte para la organización, con información relevante que le permite establecer si el uso de redes sociales mejora el funcionamiento de sus operaciones, en cuanto a la trasmisión de información hacia los trabajadores de la organización, disminuyendo el consumo de material impreso, convirtiéndose así esto en una estrategia ecológica, económicamente viable y sostenible. Asimismo, se espera que la investigación pueda ser tomada en cuenta, considerando a las redes sociales para desarrollar otras estrategias futuras.

Por último, esta investigación contribuyó al logro de los objetivos propuestos, que sirvió de base para el desarrollo del trabajo de grado, en concordancia de dar respuestas a las inquietudes planteadas sobre el tema y de utilidad para futuras investigaciones de contenido similar, bien sea en la Universidad de Carabobo como en cualquier otra institución educativa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico referencial tiene como finalidad revisar la mayor cantidad de información sobre la problemática a investigar, aquí se considera todo lo relacionado a lo que se ha escrito e investigado sobre el tema y está constituido por: los antecedentes, los referentes teóricos y las bases teóricas “temas de referencia”.

Hurtado y Toro (2007: 83), definen el marco teórico referencial como “un conjunto de ideas, generalmente ya conocidas en una disciplina, que permiten organizar los datos de la realidad para lograr que de ellas puedan desprenderse nuevos conocimientos”.

Antecedentes

Luego de recopilar información, considerando el esfuerzo de otros investigadores en torno al tema de redes sociales como herramientas de información, haciendo énfasis en aspectos teóricos que permitan una mejor apreciación y base a la investigación, se seleccionaron los siguientes estudios.

García (2013) Presencia de las Redes Sociales y Medios de Comunicación: Representación y Participación Periodística en el Nuevo Contexto Social. Proyecto de Tesis Doctoral mención Periodismo II. Universidad de Sevilla. España.

La presente tesis basa su investigación en el análisis de la actividad periodística en el nuevo contexto social sobre las Tecnologías de Información y Comunicación, apoyándose del uso de Redes Sociales en Internet, siendo este un elemento fundamental y cuyas implicaciones se extiende en todo los aspectos de la Sociedad. Hoy día el periodismo se enfrenta en un momento en que los avances tecnológicos y la comunicación en el paradigma 2.0 influyen, por un lado, el propio quehacer periodístico, desde el punto de vista del profesional de la información y, por otro, afecta de manera crucial en el entorno social en que encontramos al ciudadano común, receptor de la información periodística, con nuevos hábitos, costumbres, nuevas demandas y exigencias.

La autora opina que el impacto de la Web 2.0 ha supuesto una transformación del receptor pasivo de la comunicación a un gestor y creador de contenidos. Además, establece la ruptura del paradigma tradicional de la comunicación basado en emisor-canal-receptor, donde el mensaje ya no es unidireccional, para convertirse en una gran conversación global y multidireccional gracias a la accesibilidad, instantaneidad y vialidad de la Red.

La estructura de la Tesis Doctoral está comprendida de la siguiente manera, en el primer capítulo se desarrolla la justificación de la temática de la tesis; el segundo capítulo se refiere a los objetivos, las hipótesis y los principales aspectos metodológicos; el tercer capítulo consta de un resumen global de los resultados obtenidos; el cuarto capítulo una discusión de estos resultados, contrastándolos con las hipótesis planteadas y una breve reflexión sobre la calidad de la validez interna y externa de dicha investigación y el capítulo quinto son las conclusiones alcanzadas de la investigación.

Dado la complejidad de la investigación determinado por la investigadora se enfoca de manera múltiple, haciendo uso de ambos métodos, se apoya de una combinación metodológica cualitativa y cuantitativa. La metodología cualitativa ve de manera analítico-descriptiva el fenómeno de las Redes sociales y sus implicaciones en el Periodismo y en la Sociedad y por ser una investigación abordada desde las ciencias sociales está dotada de cierto carácter subjetivo en cual plantea la utilización del método cualitativo, especialmente como es en este caso, debido al carácter cultural y social del tema.

Por otra parte, el objetivo central de la autora es precisamente buscar las respuestas a las nuevas preguntas surgidas en el ámbito del Periodismo tras la revolución tecnológica y cibernética, en la que usuarios ya no sólo consumen sino que también producen. La tecnología está presente hoy día en gran parte de la comunicación social, también se encuentra en un contexto periodístico como medio de comunicación, que ha de evolucionar y adaptarse a este desarrollo tecnológico para satisfacer las necesidades de quien necesite estar informado de manera rápida y oportuna, sin perder la veracidad de la información.

Esta investigación es tomada como antecedente porque aborda la temática de redes sociales desde un contexto analítico–descriptivo en función de cómo estas son colaboradoras y se ven implicadas actualmente en el mundo del periodismo y la sociedad, desde esta perspectiva la autora a través de su investigación proporciona grandes aportes teóricos sobre el tema de redes sociales, así como también una nueva visión en cuanto al uso que se les da a estas y los beneficios que esto conlleva cuando se emplea.

Ron (2012) Redes Sociales en Internet para la Aplicación de Estrategias de Promoción de Ventas y Fidelización Caso Estudio: Essence Photo Imaging, C. A. Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de Magíster en Administración de Empresas Mención Mercadeo. Universidad de Carabobo.

En su investigación sobre redes sociales se planteó estudiar como objetivo principal el uso de estas para la aplicación efectiva de estrategias de promoción de ventas y fidelización dirigidas a los clientes de la empresa Essence PhotoImaging, C. A. La autora en sus estudios señala que las organizaciones no solo deben conocer el mercado al cual abordan, sino también que deben conocer y apoyarse de los nuevos avances tecnológicos que funcionan como herramientas de información, en propósito de que muchas empresas han marcado grandes tendencias, no solo porque utilizan medios de comunicación tradicionales sino que han comenzado también a adoptar las redes sociales en internet como medio de comunicación para estar más conectado a clientes y consumidores.

El presente estudio estuvo enmarcado como una investigación no experimental, de nivel descriptivo y de tipo de campo. En la investigación para recabar los datos se utilizó dos (2) grupos poblacionales, el primero constituido por el gerente General de Essence PhotoImaging, C. A. al cual se le realizó una entrevista y el segundo conformado por los clientes a que la empresa ha servido durante el último año a que esta investigación fue realizada y en la cual se aplicó un cuestionario a veinte (20) clientes de ésta, siendo ésta una muestra no probabilística de tipo de conveniencia.

Asimismo, los resultados obtenidos por la investigación en la empresa objeto de estudio reflejaron debilidades tales como, presupuesto limitado para

aplicar estrategias de promoción y fidelización, que existe desconocimiento de la marca en el mercado, no cuentan con una página web actualizada y la empresa carece de presencia en otras redes sociales diferentes a Facebook y Twitter. Por otro lado, se obtuvo también como resultado que de los encuestados en su mayoría se encuentran conectados en internet y dedican una porción significativa de su tiempo para navegar y hacer uso de redes sociales.

De esta manera, la presente investigación arroja asimismo que los resultados demuestran que efectivamente las redes sociales son altamente utilizadas y la totalidad de los encuestados está registrada en Facebook y conoce al menos otras dos (2) redes sociales.

Por ello, queda de manifiesto el propósito y los principales intereses de los encuestados con respecto a las redes sociales. Se puede destacar que actualmente el uso de las redes sociales en Internet tiene un aporte significativo en la aplicación de estrategias de promoción de ventas y fidelización.

La autora en concordancia con los resultados obtenidos de su investigación sugirió dentro de sus recomendaciones, adoptar las redes sociales como medio de comunicación confiable para aplicar sus estrategias de mercadeo, incluir entre las funciones primordiales del departamento de mercadeo y ventas el seguimiento y actualización diaria de las redes sociales, incrementar la frecuencia de publicación en las redes sociales, promover a través de las redes sociales actividades que permitan también la interacción cara a cara entre la empresa y sus clientes, así como también siempre incursionar en otras redes sociales.

El trabajo de investigación señalado representa un gran aporte y antecedente a esta investigación, ya que se vincula por el hecho de abordar el tema de redes sociales como enfoque principal y asimismo, hacer énfasis en el uso que se les da a ésta como herramienta de información y comunicación entre los usuarios. También tiene como aporte información relevante para los autores que servirá para dar una mejor visión al tema a estudiar.

Mejía (2012) Uso de la Redes Sociales Como Medio Comercial (Facebook). Trabajo de Tesis Presentado para Optar por el Título de Licenciada en Ciencias de Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La autora establece en su trabajo de tesis que, actualmente la Internet es un medio masivo por el cual miles de personas se comunican de forma rápida y efectiva. Las nuevas herramientas y las nuevas tecnologías ofrecen diversas formas de comunicarse, este es el caso de las redes sociales en línea, las cuales funcionan como comunidades en línea de usuarios de la Internet, permiten a las personas crear fácilmente su propia página llamada perfil, la cual permite construir y mostrar una red de contactos en línea llamados amigos con los cuales pueden comunicarse.

La tesis está estructurada en cuatro (4) capítulos íntimamente relacionados, en el primero se incluye lo referente al marco conceptual; el segundo se refiere al marco teórico, es decir, trata de los distintos conceptos y definiciones que permitieron a la investigadora guiar el proceso total, en el tercero se incluyó la metodología utilizada para la realización del estudio, por último en el cuarto

capítulo se presenta el análisis de los resultados, conclusiones y las recomendaciones que se derivaron de la investigación.

El objetivo de la investigación se centra en conocer y describir las actitudes de los usuarios de *Facebook*, cuando las páginas de interacción social con amigos virtuales se convierten en medios para promover y vender productos o servicios.

En la investigación la autora cita a Velásquez (2002), quien plantea lo siguiente: “La comunicación es vital para el desarrollo del ser humano, a través de ella se transmiten los patrones culturales que rigen nuestra conducta. El ser humano manifiesta siempre su visión del mundo, su forma de pensar, de sentir, de ver la vida, por medio de actos comunicativos”.

Se considera que la comunicación ha jugado un papel fundamental en la vida de los seres humanos, por lo que siempre ha estado presente en el progreso de la civilización. Si bien es cierto la comunicación siempre ha existido; entre los mismos animales existe un sistema primitivo de comunicación, aun cuando este se reduzca a unas cuantas señales y sonidos. En realidad poco se sabe del elemento más importante de la comunicación (el lenguaje) mismo que distingue al ser humano de los demás seres vivos sobre la faz de la tierra.

Cabe destacar que durante el desarrollo del tema la autora, consideró de importancia trabajar el tema de las redes sociales por varias razones; principalmente porque el mismo es de actualidad y en la Escuela de Ciencias de la Comunicación aún no se ha trabajado como herramienta comercial. Con

esta investigación se amplía el radio de cobertura de la temática de las redes sociales, al aportar otros datos al respecto que quizás puedan orientar futuras investigaciones en este contexto.

El trabajo de investigación es de campo la cual se desarrolló de la siguiente manera: El estudio de campo se realizó en dos (2) fechas, el primer grupo de jóvenes de seis (6) mujeres y siete (7) hombres fue encuestado el día viernes 25 de noviembre de 2011 a las 20:00 horas, en las instalaciones de la iglesia Intimidad con Dios.

El segundo grupo de diecisiete (17) mujeres y treinta y siete (37) hombres fueron encuestados el día sábado 10 de diciembre de 2011, en la Iglesia Intimidad con Dios a las 18:30 horas. Haciendo un total de cuarenta y tres (43) hombres y veintitrés (23) mujeres, es decir, sesenta y seis (66) personas, comprendido entre las edades 18 a 35 años, que asisten al grupo de jóvenes profesionales de la Iglesia intimidad con Dios.

La autora al concluir el estudio logró, establecer que las personas que tienen una cuenta en *Facebook* y lo utilizan como medio comercial, realizando la transición de sus perfiles personales a perfiles comerciales tienen el inconveniente que algunos de sus amigos se les han alejado porque no les parece que se les utilice como medio para promover productos o servicios. También tiene grandes ventajas al trabajarla por medio de un perfil comercial ya que por medio de esta red se puede llegar a un mayor grupo de personas y conocer otros clientes, siendo una plataforma social creativa y de alto impacto para ampliar el comercio.

Para la presente investigación este antecedente es clave, ya que se puede observar que las redes sociales no solo funciona como herramienta de comunicación entre usuarios y empresa, también podemos darle publicidad y vender productos a través de ella, dejando por entendido que los usuarios son el elemento clave en los servicios Web 2.0. Hoy se tiene acceso a una diversidad de herramientas para desarrollar el potencial comercial, implementar ideas y crear proyectos a nivel mundial.

Sarbach (2012) Redes Sociales Cómo Impactan en las Relaciones Públicas y en la Comunicación Online. Trabajo Final de Grado. Presentado para Optar al Título de Licenciada en Relaciones Públicas, Cuerpo B del PG en la Universidad de Palermo Facultad de Diseño y Comunicación.

El objetivo principal de esta investigación señalada, es destacar la importancia que genera el uso de las redes sociales en las organizaciones y como las mismas influyen en la imagen corporativa y en la comunicación online. Al igual que el impacto que las redes sociales generan en la comunicación online e imagen corporativa. Además, como las nuevas tecnologías fueron cambiando, generando elementos que les permiten a los usuarios de Internet ocupar un lugar activo y ser nuevos productores de contenido. Ya no sólo se trata de usuarios sino de receptores, productores y participantes.

La autora del mismo indica que el tema a tratar, surge de una necesidad de conocer cuáles son prácticas en las Relaciones Públicas que se pueden aplicar en las redes sociales. Esta problemática se detectó porque frecuentemente se habla del uso de las redes sociales o de la importancia que

las mismas generan en el marketing de una organización pero actualmente se habla poco de cómo vincularlas con las Relaciones Públicas.

La temática planteada por la autora, tiene la finalidad de dar respuesta a una serie de inquietudes e interrogantes como lo son: la relación que tienen las redes con la comunicación interna y cómo las mismas se relacionan con los miembros de una organización, a su vez, compara la web que se usaba hace unos años atrás, llamada web 1.0, con la web actual, web 2.0. En la primera la red permitía muy poca interacción o participación real de los usuarios finales, ahora la web 2.0 apunta a que los receptores de informaciones también creen y produzcan el contenido.

También se menciona como la web evoluciona hacia la llamada 3.0. A su vez se explica cómo las redes sociales pueden transformarse en una valiosa herramienta para conocer la satisfacción de los clientes. También plantea la importancia del uso de las redes sociales para una organización que se debe tener en cuenta para estar en los diferentes perfiles que la red ofrece y como se definen las Relaciones Públicas 2.0.

Sarbach en su investigación dio a conocer los resultados obtenidos, en la cual, una de las cuestiones a considerar es que hay que estar atentos a las necesidades de los clientes y potenciales, si alguno de ellos solicita información a través de las redes, hay que responderle con la mayor brevedad posible e involucrarse con sus intereses y necesidades. El no contestar dudas o consultas muestra que la persona que maneja las redes sociales no está interesada en esto.

Los análisis que arroja la autora en su investigación son de gran avance al presente trabajo de investigación, ya que ambos guardan relación, respecto al servicio que se le da al cliente (trabajador). El uso de las redes sociales como medios de herramientas de comunicación empresarial y su rápido desarrollo ha permitido explorar nuevas vías para difundir la información con proveedores, clientes o en plataformas de marketing, pero también introducen riesgos para la seguridad de la información corporativa. Cabe destacar, que el uso de las redes en los ambientes corporativos es una realidad ineludible, a corto plazo, que ya se muestra benéfica a la productividad de la organización.

Visón (2010) Impacto de la Promoción Realizada por las Empresas Dominicanas a través de las Redes Sociales Facebook y Twitter, desde la Perspectiva de los Usuarios. Trabajo de Investigación Profesional presentado como requisito para optar por el grado de Licenciado en Mercadotecnia. Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra.

El autor basa su investigación en cómo aprovechar las redes sociales para la promoción de las empresas Dominicanas, estudiando que impacto tienen estas sobre los usuarios con el uso de redes sociales. La investigación es de tipo descriptivo transeccional, dentro de los estudios no experimentales. Se realizó con el propósito de conocer el impacto que tiene en los usuarios la promoción realizada por las empresas dominicanas a través de las redes sociales Facebook y Twitter.

Se tomó como estudio a las personas que tuviesen una cuenta en las redes sociales Facebook y/o Twitter, que a su vez especificaron como lugar de origen el país República Dominicana y que realizan uso frecuente de la misma o hubiesen utilizado su cuenta en los últimos tres (3) meses al momento de esta

investigación. La muestra estimada fue de doscientos (200) usuarios tomando en cuenta las diversas limitaciones que tienen la aplicación de encuestas electrónicas.

El autor obtuvo como resultado y conclusiones, que existe un alto y frecuente uso de las redes sociales Facebook y Twitter por parte de los usuarios, dedicándole entre 1 y 3 horas y hasta más de 3 horas. Las actividades que más motivan a los usuarios a continuar utilizando las redes sociales son: para mantenerse en contacto con los familiares-amistades y por entretenimiento. Asimismo, la mayoría de los usuarios de ambas redes se enfocan, en publicar contenido de interés personal y para los demás, hablar con las demás personas y ver que publican los demás usuarios.

Respecto al impacto que ejerce la promoción sobre los usuarios mediante las redes sociales, la conclusión del investigador fue el nivel de atención que ponen los usuarios a las herramientas promocionales, el interés de aquellos usuarios que prestan atención a las promociones y la relación al deseo-motivación que sienten los usuarios para una intención de compra o para buscar más información sobre productos, servicios y empresas.

Las redes sociales además de su gran uso por las personas para fines personales de comunicación con el resto del mundo, también están siendo incluidas en grandes y pequeñas organizaciones a fin de un poder de conectividad que permita la trasmisión de información caracterizado por un canal fluido de comunicación pertinente y precisa hacia una mejor gestión de las personas.

El impacto que han causado las redes sociales en las personas y organizaciones no ha sido tanto por su dinamismo y lo diferente que pueden ser estas en sus diseños, sino más bien, por la influencia que tienen estas en los usuarios que hacen de ésta una herramienta más para comunicarse y estar informado, en tal sentido, esta investigación proporciona información en este enfoque y por ellos, este estudio es tomado en cuenta como un antecedente al tema a desarrollar. Además, es un gran aporte al resaltar el uso y alcance que tienen las redes sociales en información y atención hacia los clientes y a su vez el provecho que obtienen los usuarios de éstas.

Referente Teórico

Teoría General de Sistema

La presente investigación estuvo sustentada en los aportes de la Teoría General de Sistema, ya que el enfoque principal de ésta, es proporcionar herramientas aplicables a todas las disciplinas de la ciencia de investigación que buscan una explicación de los hechos que ocurren en la realidad y en función de que éstas sean abordadas como un sistema.

El inicio de esta teoría fue expuesta por Ludwig Von Bertalanffy, según Johansen (2004).

La Teoría General de Sistemas como se plantea en la actualidad, se encuentra estrechamente relacionada de Ludwig Von Bertalanffy, biólogo alemán, especialmente a partir de la presentación de la Teoría de los Sistemas Abiertos. Desde este punto de vista podríamos decir, entonces, que la idea general de los sistemas nació allá por 1925, cuando Bertalanffy hizo públicas sus investigaciones sobre el sistema abierto.

Sólo en 1945, al término de la segunda guerra mundial, el concepto de la Teoría General de Sistemas, adquirió su derecho a vivir. A partir de entonces, este derecho se ha ido profundizando cada vez más, y hoy día se encuentra sólidamente asentado y así acogido por el mundo científico actual. (p. 13).

En tal sentido los estudios de la Teoría General de Sistema se remontan desde el año 1925 como lo menciona el autor. Es necesario señalar que Ludwig Von Bertalanffy propone tres (3) premisas básicas que fundamentan la misma. Como se puede visualizar en el cuadro N° 1.

Cuadro N° 1 Premisas de la Teoría General de Sistema de Ludwig Von Bertalanffy

Premisas de la Teoría General de Sistema
1. Los sistemas existen dentro de sistemas: cada sistema existe dentro de otro más grande.
2. Los sistemas son abiertos y se caracterizan por un proceso de cambio infinito por su entorno, que son los otros sistemas.
3. Las funciones de un sistema depende de su estructura.

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015). Con información de Johansen (2004)

En relación a las premisas establecidas, los principios que identifican las características de los diferentes sistemas, parten de las totalidades e interrelación entre ellos. Asimismo, Johansen (2004) define la Teoría General de Sistema como:

La Teoría General de Sistema a través del análisis de las totalidades y las interacciones internas de estas y las externas con su medio es, ya en la actualidad, una poderosa herramienta que permite la explicación de los

fenómenos que suceden en la realidad y también hacen posible la predicción de la conducta futura de esta realidad. (p. 14).

Como lo menciona el autor la Teoría General de Sistema estudia los fenómenos desde sus totalidades, así como los aspectos que hacen que estos sucedan, en este orden de ideas, Osuna (1999) también plantea:

La teoría general de sistema, define una serie de conceptos generales, principios y métodos que están relacionados con los sistemas de todo tipo. El significado de la palabra sistema se aplica a una serie de elementos relacionados entre sí para formar un todo. A distintos elementos o componentes de un sistema y sus variadas interrelaciones corresponden distintos sistemas, por lo que a iguales componentes corresponde una misma tipología de sistema. (p. 634).

Se puede decir que esta teoría tiene un enfoque interdisciplinario y por lo tanto, es aplicable a cualquier sistema tanto natural como artificial, dentro de los postulados de la Teoría, las organizaciones humanas y entre ellas las empresas pueden ser consideradas como sistemas. Al respecto Miratía, quien cita a Chiavenato (1991) que define sistema como:

Un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes, que forman un todo completo o unitario. Un sistema es un conjunto de objetos unidos por alguna forma de interacción o interdependencia. Cualquier conjunto de partes unidas entre sí puede ser considerado un sistema, desde que las relaciones entre las partes y el comportamiento de todo sea el foco de atención. Un conjunto de partes que se atraen mutuamente (como el sistema solar), o un grupo de personas en una organización, una red

industrial, un circuito eléctrico, un computador o un ser vivo pueden ser visualizados como un sistema. (p. 574).

De esta manera, Arnold y Osorio (1998) definen los sistemas también como:

En las definiciones más corrientes se identifican los sistemas como conjuntos de elementos que guardan estrechas relaciones entre sí, que mantienen al sistema directo o indirectamente unido de modo más o menos estable y cuyo comportamiento global persigue, normalmente, algún tipo de objetivo (teleología). Esas definiciones que nos concentran fuertemente en procesos sistémicos internos deben, necesariamente, ser complementadas con una concepción de sistemas abiertos, en donde queda establecida como condición para la continuidad sistémica el establecimiento de un flujo de relaciones con el ambiente. (p. 3).

Partiendo de la premisa de la definición de un sistema se hace referencia a que las organizaciones trabajan como sistemas cuando hay interrelación en cada uno de los subsistemas que la conforma. Desde este punto de vista, la teoría general de sistema viene dada como una disciplina que fomenta la creación de los sistemas automatizados para la gestión de las personas, según Osuna (1999).

La conjunción de la teoría general de sistema ha dado como resultado una disciplina de suma utilidad a la hora de crear sistema automatizado de gestión en la organizaciones de todo tipo: industriales, empresariales, servicio e instituciones tanto de carácter público como privado. El éxito del “análisis” de sistema en la implantación y control de los sistemas automatizados de gestión en las organizaciones han llevado a que la base teórica de la misma, la TGS, prácticamente se le identifique como propia. (p. 639).

Es importante resaltar, que la teoría general de sistema abre un campo amplio a las investigaciones que guarden relación con la interacción humana y los componentes que implica para que esta resulte, desde un enfoque interdisciplinario donde la base de esta radica en los principios de los sistemas.

En este sentido la Teoría General de Sistema, es la base para cualquier disciplina que busca explicar los hechos que resultan desde una realidad y desde una perspectiva de encontrar la relación y estudio general de las cosas. Las organizaciones trabajando como sistemas desde su estructura y la conexión entre las personas que la conforman, pueden incluir los sistemas de información, desde el punto de vista de unir a cada una de sus partes en un todo.

De lo expuesto anteriormente, la teoría general de sistemas es la base principal de esta investigación por tratarse de una disciplina que vincula los procesos y componentes que interviene en la interacción de los sistemas, y entre ellos los sistemas sociales como son las organizaciones que actualmente, hacen uso de los principios de esta teoría, para su desarrollo, y para así mejorar los sistemas de comunicación e información, en este orden de ideas en la actualidad las organizaciones específicamente en la área de gestión del talento humano, se apoyan de las redes sociales como una herramienta vital para la gestión de las personas.

Bases Teóricas

Las bases teóricas constituyen la problemática expuesta, tomando en cuenta el punto de vista de diferentes autores, lo que brinda una mejor percepción del contenido de la investigación puesto que conforman un

conjunto bibliográfico que permiten argumentar el tema objeto de estudio. Al respecto Delgado de Smith (2013: 125) manifiesta que son: “llamados las pistas teóricas, para ilustrar los grandes temas de análisis que hemos creído conveniente incorporar”.

Tecnología de Información y Comunicación (TIC)

A partir de los avances científicos en el campo de la informática y telecomunicaciones se desarrollan las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Actualmente estas son reconocidas como el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, entre otros). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente Internet, como indican diferentes autores, Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre.

Al respecto Cejas y Chirinos quienes citan a Poriet (2014), que plantea la siguiente definición.

Las tecnologías de información y comunicación (TIC) comprenden un conjunto de recursos o dispositivos tecnológicos, redes, software y servicios que contribuyen al acceso, procesamiento, transmisión de información, conocimientos, procesos de comunicación, solución de problema, posibilidades de flexibilizar, llevando a cabo diversos cambios con el propósito de responder a necesidades sociales. (p. 211).

Como muy bien lo plantean las autoras, las tecnologías de información y comunicación desde su desarrollo se crearon con el propósito de aportar

mejoras en la forma de procesar y transmitir información, transformando el mundo y ampliando los canales de información y comunicaciones. En este sentido Cabero (1998) también proporciona la siguiente definición.

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas. (p. 198).

Desde esta perspectiva que proporciona el autor las tecnologías de información y de comunicación no solo tiene tres (3) enfoques (la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones) sino también y como aspecto más importante que desde su forma interactiva e interconexiónadas permiten nuevas realidades comunicativas, siendo esto una afirmación que da soporte a lo que se ha venido planteando que las tecnologías de información y comunicación transforma la manera de comunicarse y relacionarse del hombre desde un enfoque de transmitir, procesar, difundir y recibir información.

La creación de las tecnologías de información y de comunicación, han sido el principio de un avance científico e informático que ha venido evolucionando en el campo de las comunicaciones, permitiendo que actualmente exista un alto índice de interconectividad entre las personas, las organizaciones y el mundo, Poriet (2014), manifiesta:

La aparición de la sociedad del conocimiento e información significa un cambio de magnitud similar al que en su día desencadenó la Revolución Industrial. Las Tecnologías de Información y Comunicación avanzan a

un paso acelerado, el cual amerita procesos de adaptación, a fin de asegurar la participación, desarrollo y pertenecía en el mundo de hoy. (p. 211).

En este sentido, el acelerado desarrollo de las tecnologías de información y comunicación y su colaboración en el campo de las relaciones e interacción humana, han dado inicio a que las personas y en caso específico las organizaciones estén desarrollando estrategias gerenciales para la implantación de tecnología que permita un acceso a ese mundo actual innovador.

Las tecnologías de información y comunicación tienden a ocupar un lugar creciente en la vida humana y el funcionamiento de las sociedades, actualmente algunos ejemplos de esta son la internet de banda ancha, teléfonos móviles de última generación, televisión de alta definición, código de barras para gestionar los productos en un supermercado, bandas magnéticas para operar con seguridad las tarjetas de créditos, cámara digitales, reproductores de MP3, entre otros.

Características de las Tecnología de Información y Comunicación

Las tecnologías de información y comunicación como se ha planteado son las que permiten realizar estudios, diseños, desarrollos, soporte y dirección a los sistemas de información por computador, utilizando software de aplicación y hardware de computadores la cual nos permiten convertir, almacenar, transmitir y difundir información.

Como características de las TIC, Sánchez (2012), menciona seis (6) características importantes, tal como la inmaterialidad, instantaneidad, aplicaciones multimedia, interactividad, penetración en los sectores culturales, económicos, educativos, industriales, entre otros y la innovación. En este sentido, como se visualiza en el cuadro N° 2, tenemos que cada característica hace referencia a:

Cuadro N° 2 Características de las Tecnologías de Información y Comunicación

Características de las Tecnologías de Información y Comunicación
Inmaterialidad: posibilidad de digitalización, las TIC convierten la información, tradicionalmente sujeta a un medio físico, en inmaterial.
Instantaneidad: se transmite la información de forma instantánea a lugares muy alejados físicamente.
Aplicación multimedia: se han desarrollado las aplicaciones o programas multimedia como interfaz amigable y sencilla de comunicación, para facilitar el acceso a las TIC de todos los usuarios.
Interactividad: siendo la característica más importante es la que permite el intercambio de información entre los diferentes usuarios.
Penetración en los sectores (culturales, económicos, educativos, industriales, entre otros): es el impacto de la tecnología de información y comunicación que no solo se refleja en un individuo, grupo, sector o país, sino también, se extiende al conjunto de las sociedades del planeta.
Innovación: es pertinente mencionar que las tecnologías de información y comunicación están produciendo una evolución y cambio constante en todos los ámbitos sociales.

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015). Con información de Sánchez (2012)

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las organizaciones

Las tecnologías de la información y la comunicación han transformado la gestión de las empresas y la manera de hacer negocios, con estas, las organizaciones han experimentado desarrollos en la forma en que se comunican con los clientes, así como para gestionar pedidos y para promocionar los productos y servicios. Actualmente, las organizaciones

involucran las TIC para mejora e incorporar cambios en la Gestión de las personas, Bootello (2008) sugiere.

Hoy más que nunca todas las empresas, sea cual sea su tamaño y sector de actividad, deben competir en un entorno global, disponer necesariamente de la tecnología de la información más moderna y saber aplicarla de forma eficaz y rentable. En este contexto escoger las herramientas tecnológicas adecuadas para gestionar la organización interna, optimizar los procesos y planificar la actividad significa adquirir la capacidad para competir en nuevos escenarios. (p. 3).

Desde esta perspectiva la empresa debe adoptar tecnologías que soporten plenamente los objetivos organizacionales y que permita reaccionar de forma rápida y flexible ante los diferentes acontecimientos externos e internos que experimentan las organizaciones actuales.

En este orden de idea, incluir las tecnologías de información y comunicación en las organizaciones se ha vuelto una gran estrategia no solo de innovación, sino también, una tendencia que marca la diferencia en cuanto a cómo se puede gestionar los diferentes procesos de la organización y más específicamente en la gestión de las personas.

No existe un concepto o definición específica de cómo deben aplicarse las tecnologías de la información y comunicación en la organización para que arroje los resultados que se quiere, sin embargo y lo que sí es cierto es que diversos autores aseguran que implementar y adoptar las TIC conlleva a cambios fructíferos en cualquier organización que apueste por la innovación y los cambios constantes que sugiera la informática y la tecnología.

En este sentido, se puede hacer referencia a lo que relatan algunos autores respecto al tema:

Peirano y Suarez (2006), sugieren que el impacto del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en las organizaciones puede clasificarse en cuatro (4) actividades.

El uso del vasto rango de herramientas que ofrecen las TIC's en el ámbito de las empresas y otras organizaciones al igual que las economías de escala son una fuente de mejoras en el desempeño. Por ello, se propone desarrollar un concepto análogo al de economías de escala como podría ser el de economías de informatización. En este caso, las vías a través de las cuales las TIC's devienen en un mejor desempeño podrían clasificarse en cuatro.

Las organizaciones logran un funcionamiento más eficiente cuando mediante el uso de las TIC's automatizan procesos internos, pueden acceder a información necesaria para la toma de decisiones, reducen los costos de transacción con otros agentes y facilitan los procesos de aprendizaje mediante mecanismos de prueba y error en espacios virtuales o simulados. Estos serían los cuatro canales por los cuales las TIC's impactarían en las actividades que desarrollan las empresas mejorando su desempeño. (p. 134).

Es justo mencionar que la aplicación de la tecnología de la información y comunicación, como bien lo menciona el autor pueden mejorar el desempeño organizacional a través de los cuatros (4) aspectos mencionados, pero también estas, sin duda alguna desde su aplicación son un salto a la innovación y de acceso al mundo actual.

Así, de esta manera, Ueki, Tsuji y Cárcamo, proponen una serie de razones por la cuales las organizaciones deben adoptar el uso de las tecnologías de la información y comunicación, Ueki, Tsuji y Cárcamo (2005)

Las tecnologías de la información y las comunicaciones han sido consideradas durante mucho tiempo una herramienta efectiva para superar los obstáculos que enfrentan las pymes y facilitar el comercio internacional. Las principales razones establecidas en los estudios de caso para que las empresas privadas las adopten son, entre otras:

1. mejorar el acceso a la información.
2. mejorar la gestión administrativa interna.
3. mejorar la gestión de productos y el control de calidad.
4. aumentar la productividad por medio del mejoramiento de la gestión interna según la enumeración precedente.
5. facilitar la colaboración con otras empresas y buscar economías de escala.
6. lograr nuevas oportunidades comerciales. (p. 10).

En tal sentido, los autores en su análisis especifican una serie de características del uso de las tecnologías de la información por las Pymes, Ueki, Tsuji y Cárcamo (2005).

Las pymes y los órganos normativos públicos analizados en los estudios de caso utilizan las TIC's principalmente para los siguientes propósitos: dirección y estrategia empresarial; establecimiento y coordinación de sociedades entre empresas grandes y pequeñas; sociedades entre empresas pequeñas; servicios y políticas específicos por sector; sitios web para proporcionar información y buscar socios comerciales; sitios web públicos para promover y facilitar el comercio; y adopción de TIC en los sectores no informáticos. (p. 10).

Las razones y características que aportan los autores señalados anteriormente son de gran importancia para la temática que se ha venido desarrollando puesto que en líneas generales, estas confirman que las tecnologías de información y comunicación son de gran ayuda para las organizaciones que quieren transformar su forma de comunicación, de estar informado y manera de hacer negocio.

Es importante, que la empresa de hoy adopte las tecnologías de la información y comunicación no como una opción de uso, sino más bien como una estrategia para el alcance del desarrollo e innovación, Ríos, Toledo, Campos y Alejos (2009) sugieren.

Las TICs, como otras tantas herramientas, son indispensables para ser competitivos, habilitar las estrategias del negocio y facilitar la evaluación del desempeño de cualquier organización, sin importar su tamaño y giro. Este enfoque competitivo implica que las empresas lo requieran de manera prioritaria para estar al menos en igualdad de condiciones que sus competidores. (p. 158).

En este orden de ideas, es preciso resaltar que las organizaciones actuales tienen que adoptar un nuevo modelo de comunicación y expansión de información si quieren ser reconocidas en un mundo donde la tecnología, la informática, la comunicación e información, son los aspectos más importantes para que una empresa no solo se mantenga en un mercado, sino también, le permita trascender en el tiempo.

Web 2.0

Desde la creación de internet, los avances por crear plataformas web y herramientas tecnológicas, que permitan mejor y más interactividad han venido evolucionando de forma acelerada, a tal punto que actualmente contamos con aplicaciones, herramientas o canales informativos en los que se puede transmitir fotos, videos, sonidos y se llega a tener una mejor comunicación en tiempo real.

Estos nuevos diseños y mejores formas de comunicación e interacción, es lo que muchos autores han llamado la evolución que ha tenido el internet, desde su lanzamiento más importante como fue la Word Wide Web (WWW) o la Web, en la década de los noventa, pasando por una serie de versiones, por así decirlo, desde una Web 1.0 hasta una llamada Web 2.0 que no es más que el servicio web que no solo ofrece la escritura y la lectura, sino más bien contenidos más dinámicos y complejos.

De esta manera se toma como referencia a Ribes (2007), que manifiesta:

El término Web 2.0 hace referencia a la evolución que ha experimentado el servicio web. En constante progresión, ha pasado de unas primeras páginas estáticas en HTML (Web 1.0), a un segundo nivel más elaborado (Web 1.5), caracterizado por la creación “al vuelo” de documentos dinámicos. Pero los cambios que se intuyen ahora son más profundos y complejos. Este nuevo estadio de la Web es el que se conoce como Web 2.0. (p. 1).

Aunque se mencione que la web 2.0 es una evolución que ha experimentado el internet y es un concepto que es relativamente nuevo para

muchas personas, cabe destacar que realmente, fue a finales de la década de los 90 que se acuñó el nombre de web 2.0 como una predicción de los cambios que tendría la web hasta los días actuales. Santiago y Navaridas (2012), nos dicen.

En términos generales, podría decirse que el término web 2.0 fue acuñado en 1999 por DiNucci (1999). En este sentido, nos parece relevante recordar la reflexión que hacía al respecto en la que afirmaba que la web, tal y como la conocemos ahora, que visualizamos alojada dentro de la ventana de un navegador, es esencialmente un conjunto de pantallas estáticas, solamente el «embrión» de la web que está por venir. (p. 20).

La evolución que ha experimentado la Web ha sido notablemente rápido, bien sea por los avances tecnológicos también por el uso que actualmente las personas le dan al internet, en un afán de satisfacer necesidades de comunicación, información y entretenimiento.

La web ha experimentado sus cambios y transacciones en el tiempo, en propósito de la exigencia de un nuevo mundo. Santiago y Navaridas (2012). Reseñan.

En la web 1.0 el estado era *estático* mientras que en la web 2.0 lo es *dinámico*. Nos estamos refiriendo a la transición del «HTML estático» de páginas web, a webs dinámicas que están organizadas y basadas en aplicaciones de servicio a los usuarios incluyendo una importante función comunicativa abierta, con énfasis en las webs sustentadas en comunidades de usuarios. (p. 24).

El Instituto Nacional de Tecnología Educativa y de Formación de Profesorado, España (s.f.). Cita a Dale Dougherty del editorial O'Reilly 2004, quien durante el desarrollo de una conferencia definió a las web 2.0 como:

La Web 2.0 o Web social es una “denominación de origen” que se refiere a una segunda generación en la historia de los sitios web. Su denominador común es que están basados en el modelo de una comunidad de usuarios. Abarca una amplia variedad de redes sociales, blogs, wikis y servicios multimedia interconectados cuyo propósito es el intercambio ágil de información entre los usuarios y la colaboración en la producción de contenidos. Todos estos sitios utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en la red donde el usuario tiene control para publicar sus datos y compartirlos con los demás. (p. 1).

La web 2.0 no solo es una plataforma de sitios web que se ha desarrollado, sino también y como se ha mencionado es un importante avance para el mundo de las comunicaciones e informaciones, evolucionando a través del tiempo en internet una web más interactiva, flexible y de alcance más amplio en cuanto a información refiere.

De esta manera considerar el término web 2.0, implica tener en cuenta una serie de aspectos como es la interactividad, la multidimensionalidad, los espacios multimedia, la capacidad en cuanto al manejo de información, entre otros muchos aspectos, a que los autores pueden referirse como algunas de sus ventajas y características. García (2007) del editorial Bened, manifiesta algunas ventajas que ofrece la web 2.0 como se aprecia en el cuadro N° 3.

Cuadro N° 3 Ventajas que ofrece la Web 2.0

Ventajas que ofrece la Web 2.0	
Ventajas	Definición
Interactividad	Al hacer posible la comunicación total, bidireccional y multidireccional; la relación se convierte en próxima e inmediata; se posibilita la interactividad e interacción tanto síncrona como asíncrona, simétrica y asimétrica.
Aprendizaje	Aprendizaje colaborativo. Al propiciar el trabajo en grupo y cultivo de actitudes sociales; permite el aprender con otros, de otros y para otros a través del intercambio de ideas y tareas, se desarrollen estos aprendizajes de forma más o menos guiada (cooperativo).
Multidireccionalidad.	Al exigir gran facilidad para que documentos, opiniones y respuestas tengan simultáneamente diferentes y múltiples destinatarios, seleccionados a golpe de "clic".
Libertad de edición y difusión	Dados que todos pueden editar sus trabajos y difundir sus ideas que, a la vez, pueden ser conocidos por multitud de internautas.

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015). Con información de García (2007)

Estas ventajas que acuña el autor en su artículo, son las consideradas más importantes para la editorial y que a su juicio son las que han hecho que la web 2.0 revolucione el mercado del internet. De esta manera, Serrano (2006) propone que la web 2.0 se ha caracterizado incluyendo los siguientes elementos.

Algunas de las características estratégicas de la Web 2.0 incluyen los elementos siguientes:

- ✓ Arquitecturas de información, participativas y democráticas.
- ✓ Paso de una comunicación unidireccional (un autor emite, los usuarios reciben) a una comunicación multidireccional (todos emiten, todos reciben).
- ✓ Empleo de software libre y bajas inversiones, producto de un mercado que ha sobrevivido a la burbuja de Internet.
- ✓ Uso de aplicaciones a través de la web, como editores de texto y otros. (p. 2).

En este sentido, este mismo autor de sus investigaciones aporta que la web 2.0 es importante para el diseño de los servicios de información, manifestando una serie de Ventajas que se aprecian en el cuadro N° 4.

Cuadro N° 4 Otras Ventajas que ofrece la Web 2.0

Ventajas que ofrece la Web 2.0	
Ventajas	Definición
Accesibilidad	Diseño web para todos, eliminando barreras digitales.
Usabilidad	Letras grandes, claridad visual, espacios en blanco, y un sinfín de detalles venidos del Diseño Centrado en el Usuario.
Interoperabilidad	Por la que sistemas distintos pueden conectarse y compartir información entre sí. *Arquitectura de información colaborativa (<i>tags, folksonomías</i> , entre otras).
Larga cola (<i>Long Tail</i>)	Enfoque hacia conjuntos de usuarios poco comunes, la segmentación natural mediante múltiples variables, y la personalización.
Multimedia	Uso intensivo de distintos contenidos: texto, audio, imagen, video, en entornos muy interactivos.

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015). Con información de Serrano (2006)

Como se ha mencionado antes, la web 2.0 sostiene una serie de características y de ventajas para las nuevas formas de comunicarse y de estar informado afectando a las personas en sus actividades relacionadas con el uso de la informática y tecnología, generando así grandes bondades. Merlo (2008). Dijo a través de una publicación en internet.

LA *WEB SOCIAL* o *web 2.0* es un fenómeno que está afectando a diferentes ámbitos de la actividad humana. La nueva *Web* está presente en las relaciones sociales, en la economía, en la comunicación, en la administración, en la educación, en la cultura. (p. 34).

Este autor Merlo (2008) hace referencia también a diez (10) principios que a su criterio definen la web 2.0, y que a continuación se realiza una breve explicación.

1. *El navegador como herramienta*: La Web social es ante todo Web, por lo que sus sistemas y aplicaciones están asentados en lenguajes de marca. Ccs, xhtml o xml son las bases de esta tecnología, por lo que desde cualquier navegador se puede tener acceso a los servicios de la Web 2.0.

2. *La cooperación como método*: El colectivo es importante y la Web social parte de su reconocimiento. Las tecnologías sociales están diseñadas con arquitecturas de la información abiertas, que permiten que las opiniones se sumen y los comportamientos de todos sean tenidos en cuenta.

4. *La sencillez como pauta*: La Web social ha simplificado al máximo la publicación de contenidos. La facilidad para crear y mantener blogs o *wikis*, el desarrollo de favoritos vía web, la difusión de perfiles personales en redes sociales, por mencionar algunos ejemplos, son acciones que requieren escasos conocimientos técnicos.

5. *El etiquetado como sistema*: La información digital presenta la característica de poder incluir datos sobre sí misma. Las herramientas de la Web social emplean las descripciones realizadas por los usuarios, que se intercambian de forma automática, estableciendo redes de términos que llevarán a informaciones similares, con el valor añadido de que el uso generalizado de un término implicará un volumen importante de recursos digitales en cuya descripción se ha empleado.

6. *La participación como principio:* En la Web social la información se comparte. Los datos personales son difundidos en redes sociales. El *software* social posibilita que se valoren recursos y sean etiquetados en función de la opinión de quienes los emplean.

7. *La variedad como realización:* La Web social no admite límites, ya que existe una gran diversidad de manifestaciones. Servicios de información y aplicaciones informáticas muy diversos pueden ser catalogados como internet.

8. *La personalización como posibilidad:* El usuario decide cómo emplear las tecnologías de la participación, qué servicios le son útiles y bajo qué forma y condiciones los va a utilizar.

9. *La experimentación como norma:* Nada es eterno en la Web social. La renovación de los resultados es constante; las actualizaciones permanentes; las novedades cotidianas.

10. *El desinterés como base:* El carácter social de la nueva Web también incluye como elemento definitorio la búsqueda del bien común. Las tecnologías son abiertas, al igual que lo son los recursos. Se parte de la ausencia de intención mercantil, de la generosidad o el altruismo en el uso de las aplicaciones, los servicios y las informaciones.

En tal sentido, hablar de la web 2.0 es referirse a una generación nueva del internet, con contenidos más dinámicos, que permiten el desarrollo de aplicaciones y herramientas que ofrece grandes ventajas de participación,

comunicación e información. Cebrián (2008: 347). “La Web 2.0 impulsa nuevos diseños de las pantallas y de la organización de la información”.

No cabe duda que la Web 2.0 es el inicio de una nueva forma de comunicarnos y de informarnos, una temática importante para la sociedad actual y para el mundo que se encuentra en desarrollo constante. Para esta investigación estudiar esta temática es de vital importancia porque la web 2.0 es la base para la aparición de redes sociales desde una perspectiva de información y comunicación. Cebrián (2008).

Los usos y prácticas con la web 2.0 amplían los desarrollos de las redes sociales de información. La web 2.0 es una plataforma de redes sociales de información en sentido amplio y general concerniente a muchos campos del conocimiento y de la vida real, en sentido periodístico o de información de actualidad, veraz y de interés general de la sociedad, en sentido interpersonal, o de relaciones entre dos o más personas y grupos, y en sentido personal o de comunicación de cada individuo con su entorno inmediato a través de sus sistemas captadores del exterior y de sus reacciones ante ellos. (p. 347).

De lo dicho por el autor es importante señalar el hecho de que la web 2.0 si bien es un tema de moda, es una plataforma de redes sociales de información que abarcan por decirlo así, actualmente muchos campos del conocimiento y de la vida real.

Asimismo y como se ha venido comentando la web 2.0 es una evolución y transformación del internet y la web. Las formas de comunicación e información han cambiado, ahora son más dinámicas, más flexibles, más

rápidas en el tiempo creándose redes sociales con y para la información, donde las personas (usuarios) son los protagonistas. Cebrián (2008) al respecto nos aporta.

En consecuencia, lo más importante de la web 2.0 es la participación ciudadana que fomenta. Los usuarios ya no son meros receptores pasivos, ni siquiera meros receptores activos e interactivos. El gran cambio procede de la capacidad que se les da para la creación y producción de informaciones y de mensajes... En la web 2.0 la sociedad civil ya no se dedica sólo a la recepción o búsqueda, sino también a la producción de información. (p. 349).

Desde esa perspectiva la web 2.0 no solo es un tema que ha calado en las opiniones de muchos investigadores, autores, empresarios y hasta el mismo ciudadano común, sino también, es un fenómeno que ha traído la evolución del internet, los avances tecnológicos e informático y hasta el propio dinamismo social para quedarse y seguir desarrollándose en un ambiente lleno de bondades.

Hablar de la web 2.0 es hoy referirse a tendencias y beneficios en el momento de transmitir, procesar, difundir y recibir información, la web 2.0 como redes sociales de comunicación e información, como se ha planteado anteriormente juega un papel importante en la vida del ser humano, y las organizaciones. Esto motivado a que estar informado y comunicado es una de las principales necesidades del individuo y si se quiere decir de las organizaciones también que quiere estar en relación e interacción con el resto del mundo, de forma dinámica, eficiente y en tiempo real.

El amplio universo de la web 2.0 se extiende como un bigbang en el que van emergiendo nuevos desarrollos y aplicaciones. Dejando atrás otras formas de comunicarse. Con la web 2.0 se superan las concepciones restrictivas de la información tradicional y por el contrario los canales de comunicación e información son ahora más amplios, más dinámicos y aún más atractivos de lo que eran antes.

Web 2.0 en las Organizaciones

Como una forma de inversión y mejoramiento en las organizaciones la web 2.0 llega para ser utilizada como herramienta de información y comunicación y para hacer más efectivos los procesos referentes a la interacción dentro de la gestión de personas. Muchos autores han coincidido con la temática de la web 2.0 en las empresas, una definición de web en las empresas lo proporciona Dans (s.f.). Quien manifiesta:

Web de las empresas: un conjunto de contenidos organizados para conseguir que un número lo más alto posible de globos oculares se congregara a su alrededor, pudiera ver la publicidad que exhibían. El objetivo de la Web se centraba en ser prácticamente una galería comercial con anuncios, escaparates y tiendas, un lugar al que las personas iban a vender publicidad y a llevar a cabo transacciones comerciales. En el fondo, las empresas sólo estaban replicando aquello que conocían de otros entornos: la Web, entendida como otro medio más. La presencia se reducía a páginas “de representación”, auténticos folletos con logotipos en movimientos. (p. 3).

De esta manera la web 2.0 para las personas es una ventana en la cual puede interactuar con el resto del mundo y para las organizaciones es un

canal informativo con sus clientes y trabajadores. En la Web, la empresa debe plantearse optar por páginas en las que se establezcan lugares de conversación. La existencia de redes corporativas permiten a la empresa mantener una comunicación, con arreglo a los estándares de dicha conversación, sin utilizar el tono engolado y artificial que caracterizaba la comunicación corporativa durante el siglo pasado.

Las herramientas tecnológicas no son las que constituyen la web 2.0 sino los usuarios, sus actividades, sus necesidades, entre otros, nosotros, la gente, somos la web 2.0, así lo constituye Oracle (2008).

A pesar de que las empresas son optimistas respecto de poder aprovechar el poder esta tecnología web 2.0, gran parte del valor de esta teoría, podría ser infrautilizado si estas se implementan como silos dispares de información en una empresa para que usted aproveche el poder de la web 2.0, necesitará no solo permitir que las tecnologías interactúen y se conecten entre ellas, sino que se integren dentro de las aplicaciones, los procesos y los mecanismos que existen en la empresa. (p. 4).

Los principios sobre los cuales se fundamentan los desarrollos web 2.0, implican en un cambio filosófico y tecnológico en la forma de concebir las aplicaciones web. Su utilización en la empresa tiene que ver ahora con la manera de comunicarse y de hacer negocios, el uso de la web como comunicación, poder, participación, y destreza informacional igualitaria entre todos los miembros de la organización, representa un etiquetado social, compartiendo libremente, los contenidos a través de estas.

Al respecto Ramos y Román (2009), comentan:

Ya existen prometedores nichos de mercado donde los usuarios ya no se conforman con aplicaciones Web en los que no puedan participar activamente. De ahí que la estrategia de cualquier empresa, sea en línea o en el formato tradicional, es analizar la conveniencia de habilitar aplicaciones Web 2.0, lo cual ya es una oportunidad de negocio real y una plataforma para crear valor a través de las relaciones basadas en la colaboración, la innovación y la fidelidad de clientes y empleados, la inteligencia colectiva y la nueva Web en la organización y al servicio de la empresa. (p. 3).

Lo expresado anteriormente lleva a deducir las innumerables potencialidades que ofrece la tecnología Web 2.0 y es la razón por la cual ha revolucionado Internet y está tratando de entrar al mundo empresarial. Desde todo punto de vista, aprovechar las aplicaciones Web 2.0 genera ventajas competitivas para la empresa, a través de la participación de sus clientes y demás entes interesados en ella para fortalecer sus procesos internos y mejorar su producción.

Basado en ese conjunto de ventajas que ofrece la Web 2.0 es que se introduce el término Empresa 2.0, tratando de migrar al entorno empresarial todo el conjunto de atributos de la Web 2.0.

Como lo señala Mouriz (2008:6), “El fenómeno web 2.0 es una excelente oportunidad para plantearnos una revisión profunda de todos los procesos externos e internos de nuestra empresa para determinar cómo incorporar estas nuevas tecnologías en la organizaciones”.

Por otro lado, tenemos también, si bien es cierto que la web 2.0 está formado por una serie de tecnologías y plataformas que han llevado su desarrollo y su gran auge por la ventajas personales y corporativas que tienen estas al utilizarlas, hay que reconocer, haciendo referencia que la tecnología más predominante y que aportado más al concepto de una Web 2.0, es el desarrollo, creación y uso de las redes sociales.

En este orden de ideas, Oracle (2008) concluye:

Incorporar Web 2.0 a su empresa es mucho más que simplemente incorporar la tecnología más reciente; se trata de cambiar el modelo de negocios tradicional y aprovechar la creatividad, el intelecto y el interés de cada empleado. Para las empresas es mucho más importante comprender las tendencias de cambio en la empresa que simplemente implementar el próximo producto “novedoso” de tecnología. Oracle WebCenter Suite permite a las empresas impulsar el desarrollo de nuevas ideas, aprovechar los conocimientos y el pensamiento crítico de los empleados y asegurar la sinergia de equipo para revolucionar sus actuales modelos de negocio y alcanzar el éxito duradero. (p. 11).

De esta manera, la empresa y la web 2.0, es una temática que despierta interés en muchos autores, por el valor que tiene esta como desarrollo tecnológico que ha logrado incluirse en las organizaciones que hacen uso de esta herramientas proporcionadas por la web 2.0 para fines de crear mejores canales, sitios y formas de comunicación e información, en función de un servicio y mejor gestión de las personas y clientes.

Herramientas Tecnológicas

Las herramientas tecnológicas son programas y aplicaciones que permiten de forma eficaz y económica, transmitir, procesar y difundir información con la finalidad de facilitar el trabajo.

Los recursos en línea de la web 2.0, además de ser herramientas que optimizan la gestión de la información, se convierten en instrumentos que favorecen la conformación de redes de innovación y generación de conocimientos basadas en la reciprocidad y la cooperación, al respecto en su trabajo de investigación Paradas (2012), indica:

Las herramientas tecnológicas Web 2.0 aplicadas a modelo de aprendizaje, en sus diferentes expresiones ya sea manejando textos, imágenes, sonido, video, animaciones, aplicaciones interactivas pueden ser herramientas muy poderosas desde el punto de vista pedagógico para apoyar procesos de aprendizaje compartiendo información y al mismo tiempo permiten moldear el contenido de un curso de diferentes formas según el modelo de aprendizaje a seguir. (p. 36).

En sentido a lo expuesto por la autora, las herramientas tecnológicas facilitan la comunicación entre usuarios, quienes hacen uso de ellas con un fin, bien sea por ocio, por asuntos laborales, buscar información, entre otras opciones. En su artículo, Franco (2010), la define como:

Las Herramientas tecnológicas, programas y aplicaciones (software) que pueden ser utilizadas en diversas funciones fácilmente y sin pagar un solo peso en su funcionamiento. Estas herramientas están a disposición de la comunidad solidaria para ofrecer una alternativa libre de licencias a todos aquellos usuarios

que quieran suplir una necesidad en el área informativa y no dispongan de los recursos para hacerlo. Están diseñadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean aplicados eficientemente intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las organizaciones. (p. 1).

Las nuevas herramientas sociales ofrecen, un sin fin de ventajas para las organizaciones a la hora de gestionar la comunicación interna, son muchas las entidades que inicialmente se animan a probar su experiencia en la web 2.0 a nivel interno.

Las herramientas sociales pueden hacer que los empleados se sientan cada vez más implicados en la organización de sus tareas, así como en la cooperación y convivencia con sus compañeros hasta compartir la responsabilidad del control de los resultados y los proyectos a realizar. Son de fácil uso y tienen un bajo coste de implantación frente a otras alternativas de comunicación externa e interna, como las Intranets, que conllevan altos costes de puesta en marcha y mantenimiento.

Redes Sociales

Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

Las redes sociales se basan en el principio de comunidad abierta y no jerarquizada, que vincula a los usuarios mediante un tema o actividad común

y una plataforma web (software social) que permite a los usuarios operar de manera sencilla e intuitiva. La utilidad de las redes sociales para la captación de clientes en las organizaciones está vinculada con el hecho de interactuar entre ellos, considerando todas las variables requeridas para cumplir a cabalidad un fin.

Es por esto, que en el desarrollo de esta investigación, se ha hecho mención a diferentes autores que han dado su punto de vista referente a una definición sobre redes sociales, por ello, abordamos a Pazmiño (2010), que proporciona la siguiente definición de redes sociales con similitud a lo dicho anteriormente sobre estas.

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. (p. 37).

De esta manera, es de importancia para el desarrollo de este capítulo, deducir que las redes sociales son estructuras las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o comparten conocimientos. Las redes sociales propician la interacción de miles de personas en tiempo real, con base en un sistema global de relaciones entre individuos.

Como se ha hecho mención, las redes sociales son, sin lugar a duda uno de los desarrollos más innovadores de la Web 2.0, concebidas con el propósito de interconectar usuarios que comparten aficiones, amistades, ideas,

fotografías, vídeos y elementos multimedia de todo tipo, las redes sociales como espacio de intercambio de información y generación de relaciones cobran cada vez más relevancia. En el cuadro N° 5 se aprecia los tipos de redes sociales.

Cuadro N° 5 Tipos de Redes Sociales

TIPO	DESCRIPCIÓN
Redes sociales horizontales	Por redes sociales horizontales, se entiende las redes sociales generalistas, es decir, aquellas que no están enfocadas a un tema concreto. Por ejemplo: trabajo, ocio, amigos, deportes, literatura, entre otros. Facebook, Hi5 y MySpace están dentro de esta tipología.
Redes sociales verticales	En contraposición a las horizontales, las redes sociales verticales son aquellas que están especializadas en un tema concreto, este tipo de redes sociales intenta reunir personas en torno a un interés específico.

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015), con información de Pazmiño (2011)

Redes Sociales en Internet

El internet provoca cambios en nuestra esfera personal, social y profesional, es por esto, que las redes sociales en internet son aplicaciones desarrolladas que nos permiten actualmente estar informado y comunicado con el resto del mundo, así como también, compartir mediante la interacción virtual, gustos y temas de interés común.

Las redes sociales tienen un papel protagónico en la actualidad, no sólo se utilizan para la comunicación instantánea y compartir e intercambiar información en diferentes medios, sino que también están siendo utilizadas por

grandes corporaciones, instituciones y empresas para promover sus productos y servicios, y tener un contacto más cercano con los clientes, empleados y afiliados. Al respecto Zamora (2006).

En las redes sociales en Internet tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo. (p. 2).

Las redes sociales de internet se han convertido sin duda en un fenómeno social que revoluciona la manera de comunicación y la interacción que hasta el momento teníamos los seres humanos. Tal como lo hacen otras innovaciones tecnológicas, el uso de las redes sociales transforma los estilos de vida, cambia las prácticas y también crean nuevos vocabularios, pero todo esto se produce a un ritmo tan acelerado que genera confusión y desconocimiento de la usabilidad y los derechos en torno a su actividad.

Las redes sociales se convierten en parte de un aprendizaje social constante en la sociedad, que bien puede ser beneficioso utilizado convenientemente. Hay redes sociales en internet que se especializan en ciertos sectores o que se enfocan a captar a un grupo en específico, de esta manera, Pazmiño (2010), en su investigación señala que:

Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas y sobretodo en lugares para encuentros humanos. Para comprender un poco este fenómeno en crecimiento presuroso cabe citar en principio alguna definición básica que nos permita

comprender que es una red social, cómo funcionan en Internet y algunas nociones sobre su historia. (p. 37).

En si las Redes Sociales en Internet es un nuevo modelo de comunicaciones pensado para relaciones interpersonales, hay que tener en cuenta que las Redes Sociales se inician en los albores de la civilización cuando los seres humanos se reunían para cazar y hacer economía de escala.

Considerando las nuevas tecnologías, internet ha pasado a ser un medio que permite compartir experiencias y conocimientos, con una vertiente más social, cercana, participativa, transparente e inmediata.

Además, se han convertido en poderosos lugares de interacción entre grupos sociales, algunos cada vez más especializados, donde es posible ir conociendo gente que comparte los mismos intereses, a nivel de preferencia se analizan cifras de preferencias por los usuarios y se visualiza en el cuadro N° 6.

Cuadro N° 6 Redes sociales preferidas por los Usuarios a nivel mundial

<i>Red Social</i>	<i>Usuarios (a nivel mundial)</i>
MySpace.com	189 millones
Facebook	30 millones
LinkedIn	10 millones

Fuente: Pernalete, Santana y Veliz (2015)

Las redes sociales, son un modelo de comunicación que está evolucionando hacia un modelo colaborativo basado en la comunicación participativa. Muchas organizaciones hacen uso de las redes sociales solo

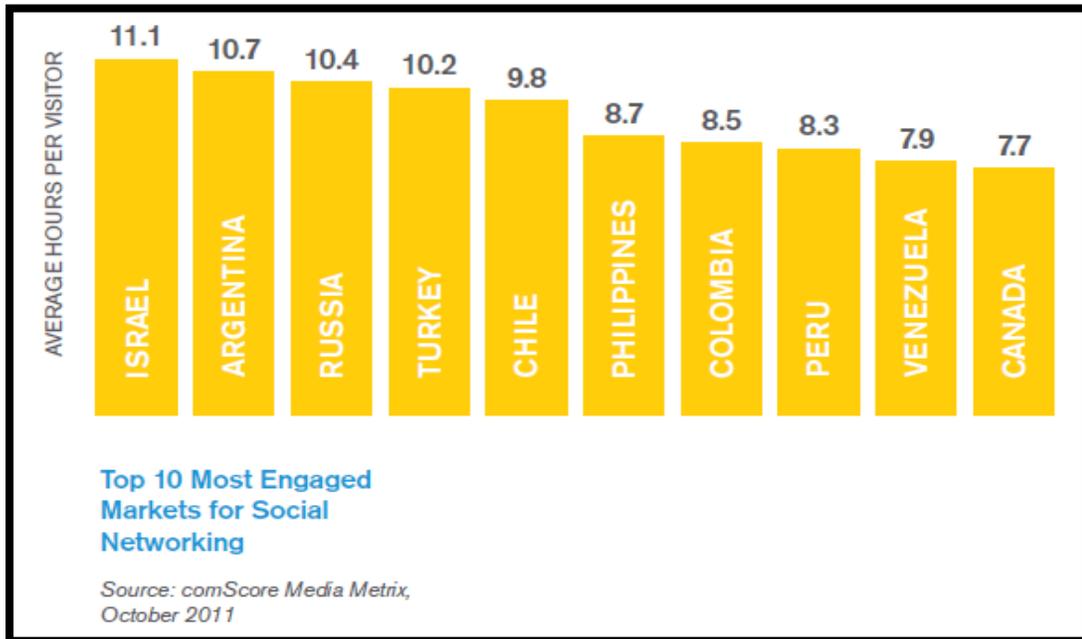
como altavoz de sus mensajes publicitarios, es por esto, que la mejor estrategia posible de la social media es plantearse que recursos podemos destinar a la gestión de nuestra identidad social para ofrecer valor a los usuarios a través de las redes sociales, obteniendo como resultados, calidad antes de cantidad.

A nivel mundial las organizaciones no solo utilizan las redes sociales para conversar con sus clientes, sino también, para hacerlo con otro tipo de público objetivo. Por tal motivo en su blog Thuer (2012), hace mención a:

Pasar tiempo en las redes sociales es una de las actividades favoritas de los usuarios de Internet en América Latina. Según un estudio de comScore, es la región del mundo donde más tiempo se dedica al uso de redes sociales. Le siguen Europa, Norteamérica y, bastante más lejos, la zona del Asia-Pacífico. Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela se ubican en el top 10 de los países donde más tiempo se dedica al uso de redes para socializar y compartir con los pares. Mientras que los países asiáticos dedican solo el 11% de su tiempo online a las redes sociales, en Latinoamérica el porcentaje trepa al 28%. (p. 1).

En las organizaciones la eficacia de este tipo de canales a nivel interno se debe al buen uso de redes como estrategia para el logro de los objetivos. Venezuela en comparación a los demás países se ubica en la posición número 9 en relación al uso que tienen. El autor antes mencionado en su artículo refleja un cuadro comparativo (Figura N° 1), en relación a las posiciones por uso.

Figura N° 1 Top 10 mercados más comprometidos para redes sociales



Fuente: Thuer (2012)

Las redes sociales como el Facebook han aumentado considerablemente su popularidad en los últimos años, forman parte de la Web 2.0, como un tipo de aplicación más entre tantas que se dan en la red. Algunas son de genérico y otras más especializadas. Entre ellas, visualizar el cuadro N° 7.

Cuadro N° 7 Definición de algunas Redes Sociales

Red	Definición
Facebook	Es una de las redes sociales más grandes del mundo, fue creada por Mark Zuckerber. Es la red social más exitosa, conocida y popular de internet; es una herramienta social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, compartir vínculos, entre otros.

Twitter	<p>Es una red social microblogging, es decir, una red para publicar, compartir, intercambiar información, mediante breves comentarios en formato de texto; es una plataforma de comunicación en tiempo real, una de las más importantes en la actualidad.</p> <p>Es ideal para fomentar las relaciones entre las marcas y los usuarios, monitorear la reputación online, promocionar productos o servicios, otras funciones.</p>
LinkedIn	<p>Es una red orientada a los negocios y para compartir en el ámbito profesional, es muy útil para buscar y compartir información técnica y científica; a través de esta red se puede dar a conocer la empresa, buscar nuevos clientes, potenciar las relaciones con los usuarios, entre otros.</p> <p>Es la red más utilizadas por profesionales, puedes tener círculos de contactos de calidad.</p>
Instagram	<p>Es una aplicación muy popular para los dispositivos móviles, permite editar, retocar y agregarle efectos a las fotos tomadas con los celulares. Es una de las más actuales a través de esta red se puede explorar la capacidad creativa de los usuarios.</p>
MySpace	<p>Es una red de interacción social constituido por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, video y música, además es una red de mensajería interna.</p>
WhatsApp	<p>Es una aplicación de mensajería instantánea de pago para teléfonos inteligentes, envía y recibe mensajes mediante internet, complementando servicios de correo electrónico, mensajería instantánea, servicios de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia.</p> <p>Se envían como datos la compañía telefónica no los cobra como mensajes de texto, para hacer uso de esta aplicación deberán contar con un plan de datos o tener acceso a una red inalámbrica Wifi.</p>
BlackBerry Messenger (PIN)	<p>Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, le permite al usuario chatear con sus contactos. Funciona a través de un código PIN y se puede personalizar con una foto de perfil y añadirle una frase e incluso mostrar la música que este escuchando.</p>

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015). Con información de la revista NorfiPC

Las empresas pueden ahorrarse tiempo y dinero en la construcción de una nueva cultura corporativa, los blogs, wikis y las redes sociales hacen que la empresas sean más productivas, más comunicativas y que sus procesos de decisión sean más ágiles y transparentes. En su trabajo de investigación, Cruz (2011) cita a Díaz (2011), donde especifica que:

Según Díaz (2011) en la actualidad el uso de la tecnología nos ha conducido a mejorar diariamente

nuestras herramientas en las páginas Web. Redes sociales como: Twitter, MySpace, Facebook, Hi5, páginas de intercambio de información como Wikipedia, Google Académico, Google, AltaVista, Yahoo! y correo electrónico son el mejor ejemplo de la Web 2.0, la cual ha tenido un incremento importante de uso en nuestro país de más de un 40%, desde hace 5 años el incremento de la Web en Venezuela muestra su posicionamiento gracias a la masificación de su uso desde el punto de vista comunicacional. (p. 14).

Alcance de las Redes Sociales en Internet

De unos años hasta el momento hemos ido dependiendo cada vez más de las llamadas redes sociales, lo que en un principio fue usado para compartir información y conectarse de una forma distinta con seres queridos, viejas amistades y de más, ha evolucionado a tal punto que son una prioridad en nuestra vida. En su investigación, Cruz (2011), hace referencia a:

Internet revoluciona las redes sociales porque les da una visibilidad y una capacidad de crecimiento exponenciales. A modo de ejemplo, se puede pensar que ningún individuo va por la calle sujetando un cartel en el que aparezcan todos los nombres de las personas que conoce. Dentro de este ejemplo se pudiese acotar que alguna de las personas relacionadas al primer individuo podría estar buscando trabajo en una empresa y jamás saber que el primer individuo puede ponerle en contacto a través de su red con el director de recursos humanos. (p. 24).

Tal es el alcance y poder de redes sociales, que actualmente es un medio más de comunicación y de uso frecuente en casi todo el mundo, permitiendo que cualquier información, entre la amplia gama de usos que se les puede dar a estas herramientas están: reconectarse con algún familiar o viejo amigo de

la escuela, compartir fotos de eventos y momentos especiales, también está la posibilidad de *ser amigos* con algún personaje famoso, difundir información laboral, entre otros.

Actualmente, las redes sociales son utilizadas por artistas, deportistas, escritores, políticos, grupos o movimientos sociales, la iglesia como ente social, publicistas, aficionados a los medios sociales y por supuesto las organizaciones de Pymes. En este sentido, la Revista Concepto 05 en su artículo, “La velocidad del cambio en redes sociales”, Medraño (2013), comenta:

Las redes sociales están en proceso de cambio constante. La mayoría de las plataformas se esfuerzan en monetizar su modelo de negocio y continuamente lanzan novedades para ser más rentables y viables a largo plazo. Las publicaciones promocionadas y las ofertas en Facebook o los tweets y las cuentas promocionadas en Twitter son ejemplos de los pasos que están dando las principales redes sociales en este camino. (p. 1).

Constantemente, las empresas de todo tipo requieren de un desglose accesible de lo más nuevo en el mercado, algunos directivos pueden pensar que todo lo relacionado a la Web 2.0 solo genera alguna inversión tecnológica en la empresa, pero lo cierto es que escuchar y sobre todo, conversar y relacionarse con los clientes y potenciales conlleva una transformación total de la cultura corporativa de la misma.

Se considera que los atributos derivados de las nuevas tecnologías, como rapidez, colaboración y transparencia, afectan la toma de decisiones en las

empresas, las propuestas pasarán de generarse exclusivamente entre las personas que forman parte del equipo directivo a dar entrada a empleados, proveedores y hasta clientes en los procesos estratégicos de decisión.

Familiares, amigos y hasta compañeros de escuela se han reencontrado después de varios años gracias a las redes sociales y a su poder de comunicación; este fenómeno rápidamente llegó a posicionarse con fuerza entre los jóvenes a nivel mundial, las nuevas tecnologías permiten estar a todas horas en el perfil de alguna red social, lo que provoca que muchas personas se vuelvan adictas. Los usuarios pueden pasar horas metidas en las redes, en este sentido en la revista Etcétera (2011), indica:

De acuerdo con el informe anual 2011 de la empresa ComScore, uno de cada cinco minutos del tiempo que pasan las personas de todo el mundo en Internet, lo dedican a redes sociales, es decir el 20% del total. En comparación, en marzo del 2007 dedicaban apenas 6%, es decir el tiempo dedicado a redes sociales en todo el mundo ha aumentado 14%. Además, según Comscore, Israel es el país en el que las personas dedican más tiempo a redes sociales: 11.1 horas en promedio en octubre de 2011; en tanto que Argentina dedica 10,7 horas; Rusia, 10,4; Turquía, 10,2; Chile, 9,8 horas; Filipinas, 8,7; Colombia, 8.5; Perú 8.3; Venezuela 7.9 y Canadá, 7.7. Ni Estados Unidos ni México aparecen entre los primeros 10 países. (p. 1).

Las redes sociales facilitan y mejoran la comunicación entre las personas, a parte han introducido importantes cambios en las empresas que ya han descubierto las ventajas que las redes sociales aportan a sus negocios, en el entorno empresarial las redes sociales permiten una comunicación inmediata con los clientes y ofrecen la posibilidad de posicionar una marca, fidelizar y

captar nuevos clientes, el crecimiento de las redes en internet ubica a las relaciones interpersonales.

Las empresas pueden ahorrarse mucho dinero y tiempo en la construcción de una nueva cultura corporativa más colaborativa, poco a poco las organizaciones han ido considerando estos nuevos medios como canal de información frente a los medios tradicionales (correos, carteleros, entre otros).

Estos nuevos canales de comunicación e información permiten a los usuarios expresarse libremente sin ningún tipo de problemas, lo que los convierte en el medio adicional idóneo para obtener información y compartir opiniones sobre una empresa.

Beneficios y/o Ventajas de las Redes Sociales

Las redes sociales te permiten estar informados sobre los temas que más te interesan, a diferencia de los medios tradicionales en los que recibes toda la información disponible, las redes sociales te permiten seguir los comentarios de tus líderes de opinión favoritos, enriquecerte con las opiniones de otros usuarios con tus mismos gustos y descubrir otras cuentas o fuentes de noticias que de otra forma no habrías llegado a conocer.

La distancia y los tiempos las múltiples actividades, entre otros factores, en ocasiones dificultan el mantenernos comunicados, sin embargo, cada red social nos permite estar al tanto de las personas que nos interesan ya sea a nivel personal o profesional. A su vez, estos medios te permiten comunicar opiniones y eventos importantes a las personas correctas, como un nuevo

proyecto, nuevos logros u objetivos; las redes sociales explotadas de forma correcta pueden ayudar a construir tu marca personal y como medio virtual para la creación de redes. Las publicaciones que se comparten a través de las redes sociales dan referencia a tus contactos sobre tus habilidades, intereses y formas de reaccionar ante diferentes temas.

Es muy frecuente que conocidos con los que generalmente no tienes tanto contacto te busquen para nuevos proyectos por lo que han leído en tu perfil. Esto ocurre de igual manera en las empresas, actualmente es muy común que los reclutadores revisen las diferentes redes sociales para conocer más de sus candidatos e identificar si es el perfil que les interesa. Entre los beneficios más destacados que ofrecen las redes sociales son:

- Alcance por redes sociales
- Comunicación multidireccional por redes sociales
- Facilidad de consumo por dispositivos móviles
- Microempresas en redes sociales
- Seguidores de marcas

Cuando las redes sociales irrumpieron en el mundo del Internet y tuvieron su mayor auge, su principal ventaja radicaba en la socialización; inscribirse en una red le permitía al individuo, estar en contacto con amigos del pasado o construir nuevas relaciones donde se interactúa con múltiples fines: amistad, amor, contactos, profesiones, intercambios de opiniones, trabajo o negocios.

Con el paso del tiempo, las ventajas de las redes se fueron multiplicando y encontrar trabajo y compartir información en las organizaciones se convirtió en

una de ellas, con el auge de las TIC y la Web 2.0, la forma en que las empresas contratan personal se han ido modificando, muchas de ellas cuentan con perfiles sociales donde anuncia oportunidades laborales, reciben hojas de vida e incluso realizan entrevistas o seguimiento virtual al postulado.

En el ámbito de los negocios y la práctica publicitaria, las redes también han traído grandes beneficios que apuntan a la agilización de un proceso con mayores índices de efectividad.

Ventajas y/o Desventajas de las Redes Sociales en las Organizaciones.

En las organizaciones uno de los beneficios derivados de las nuevas tecnologías Web 2.0 pueden verse en el crecimiento de colaboración entre las diferentes áreas de una empresa, los blogs, wikis y las redes sociales hacen que las empresas sean más productivas, mas comunicativas y que sus procesos de decisión sean más ágiles y transparentes.

La marca o empresa puede lograr que su mensaje llegue a un gran número de usuarios en cuestión de segundos, pero sin perder efectividad, estos medios han facilitado mucho la comunicación institucional y de pequeñas marcas que están empezando a salir, digamos porque estas pequeñas marcas no tienen la fluidez económica de pautar en medios masivos de mayor alcance como lo son televisión y demás cosas de alcance nacional que es lo que esperan las empresas para empezar su expansión en el país mínimamente, algunas de las ventajas y/o desventajas se pueden apreciar en el cuadro N° 8.

Cuadro N° 8 Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Útiles para la búsqueda de personal, permiten realizar foros y conferencias online. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los malos comentarios generados en la red pueden proporcionar una mala imagen a la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Son utilizadas en forma de intranet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Absorben el tiempo de los trabajadores.
<ul style="list-style-type: none"> • El consumidor puede interactuar y conocer las características de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La capacidad para enviar mensajes es poca y muchas veces se abrevia demasiado la información.
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente fuente de información para conocer las necesidades del usuario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede desvirtuar el verdadero fin del uso de ellas por la organización.
<ul style="list-style-type: none"> • Útil para mejorar el servicio con los usuarios, permitiendo establecer relaciones interpersonales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden ser usadas con fines no profesionales.
<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación puede ser en tiempo real. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de control de datos.

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Paralelo a este proceso se genera un Feed back y se facilita la medición en la efectividad de los mensajes, dentro de estas plataformas los usuarios dejan de ser simples receptores, para convertirse en emisores de información y opiniones, por lo cual, hablan de manera positiva y negativa de las marcas, sus productos y servicios.

Las redes y su uso es responsabilidad de quien la propone y de quienes las disponen, por ejemplo, una red social como Facebook, que en la actualidad se ha convertido en un enorme banco de información, le permite a la marca identificar cosas puntuales de sus clientes como gustos musicales, marcas de interés, eventos a los que asisten y tipos de relaciones virtuales que frecuentan, todo eso convirtiéndose en la herramienta aliada que permite llegar de manera acertada a eso que el público objetivo busca o necesita.

De esta manera, se incrementa la satisfacción del cliente y se construye una relación más dinámica y personal, pues cuando el individuo percibe que el mensaje recibido fue construido directamente para él, despierta una simpatía e incluso un gran apego, hacia el producto o servicio que consume; se crean fuertes lazos de fidelización con la marca.

Esto más allá de ser visto como una amenaza, es una oportunidad para reajustar los procesos que no estén funcionando correctamente y darle continuidad a aquellos que hayan sido bien aceptados en las organizaciones, con la finalidad de mejorar la comunicación entre los trabajadores y la misma y así mejorar los procesos.

Aquí podemos entrar a un tema muy importante y es el gran beneficio que significa para las pequeñas y medianas empresas, pues su alcance y bajo costo se convierten en una ayuda gigante para los que no tienen grandes capitales, incluso puede hacerse sin dinero, crear un brand page (página de marca) no cuesta nada y es por allí donde se hacen actividades, se informa, se ofrece y se invita, es la vitrina virtual que ofrece las redes sociales.

En las redes sociales salen promociones muy interesantes, que no son halladas en otros medios y que muchas veces uno no se resiste a consumir, además hay eventos interesantes, que paralelo a los productos o servicios que ofrece la marca, proporcionan otras alternativas de entretenimiento, acercamiento o comunicación.

Algunas de las redes sociales funcionan más como un banco de información, donde el usuario decide a qué páginas entrar y el reto está en los

administradores de contenidos, los cuales deben generar elementos atrayentes que inviten al cibernauta a entrar y dar clic. Hay que tener en cuenta que además de la creatividad propia de los contenidos, se le debe sumar un ítem de respeto por el cliente, teniendo en cuenta que los usuarios no ven físicamente, qué es lo que se les está ofreciendo, la marca se debe convertir en un legitimador que genera credibilidad y confianza en el público.

Es importante, que cada empresa use de manera correcta todas las herramientas disponibles, éstas permiten una importante expansión y facilita el contacto "directo" con los clientes, aceptando comentarios, sugerencias, consultas, creando de esta manera una interrelación muy aceptada por el sector consumidor.

El uso y abuso de las redes sociales es un gran avance tecnológico para la comunicación de empresas y proveedores de servicios. Cruz (2011), también cita a Fernández (2009):

Sitios de Redes Sociales: Su impacto actual, menciona los principales sitios de redes sociales de influencia global (a partir de ahora SRS), sus orígenes y antecedentes y cómo diferentes autores clasifican los SRS en función de la edad de sus integrantes o según la motivación, el usuario o el propósito de los SRS. Explora la influencia que los SRS ejercen en el tiempo libre de los adolescentes, para familiarizarse con herramientas tecnológicas y brindar una segunda oportunidad a los jóvenes con dificultades para relacionarse. (p. 19).

El alcance de las redes sociales permite llegar a un sin fin de personas y lograr satisfacer sus necesidades de información, dando como resultado una retroalimentación continúa. Hoy en día formar parte de una Red Social se ha

convertido en una necesidad, las personas necesitan estar actualizadas y presentes socialmente, es muy fácil integrarse a una red.

Redes Sociales en Venezuela

En Venezuela las redes sociales son usadas como elemento de distracción, donde la población más joven suele pasar largas horas conectada a la red intercambiando información, creando y divulgando la misma, pero en su mayoría suelen ser aspectos relacionados con temas actuales de interés o simplemente hacen uso de las mismas para comunicarse con su entorno social.

Asimismo, la historia de redes sociales en el internet se remonta a los grupos de discusión (newsgroup) en los que sus miembros intercambiaban textos y ficheros informáticos sobre temas de interés común. Años después se generó las listas de correo y los chats, página en las que los usuarios pueden intercambiar en tiempo real mensaje de texto con otros usuarios.

Sin embargo, el desarrollo y expansión de las redes sociales en internet se produce a partir del año 2003, cuando surgen las primeras web donde los usuarios buscan interactuar entre ellos, considerando que en el año 2004 ocurrió el lanzamiento del Facebook, que se creó a principio como una conexión en líneas para que las personas se conocieran específicamente en las Universidades Americanas.

Esta red social provocó en el 2005 la proliferación de numerosas redes sociales como la aparición de Yahoo! (la cual disponían en su momento de

calendario, fotos, blogs, entre otros). En el 2006 nace también twitter un espacio web que permite que los usuarios con solo 140 caracteres enviaran y pudieran leer entradas de textos desde el perfil creado por ellos. En el caso de Venezuela, según el artículo publicado por la página web Vía Multimedia (2011):

En el año 2007, la palabra “red social” era un término que pocos venezolanos conocían y mucho menos la usaban. En la actualidad cada vez más venezolanos la usan, tanto para negocios como para amistades, sea por entretenimiento o por política. Así está actualmente el panorama de Internet en uno de los países con mayor penetración del social media en el mundo.

En Venezuela el uso de las redes sociales se vio incrementado a partir del 2009, cuando “explotó el boom” y se les comenzó a ver como un medio para estar informados, informar, y poder expresarse más libremente. Cada vez se hablaba más de Twitter y de las personalidades y empresas que allí estaban. Si querías saber de ellos, si querías saber qué estaba pasando, “debías” estar ahí. (p. 1).

Para la actualidad en Venezuela existen redes sociales en internet de carácter general, con plataformas especializadas que se clasifican en función al público al que se dirigen los usuarios e incluso a los objetivos que se persiguen a través de su uso. En función de ello, la revista electrónica Nuevas Tendencias (2010: 3) en su edición Redes Sociales y Empresa, indica “la última innovación tecnológica que ha aparecido en el puesto de trabajo son las redes sociales”.

Así, definimos entonces las redes sociales como comunidades virtuales que establecen interés común de información entre usuarios, así lo constituye la revista Oracle (2008).

Los sitios de redes sociales son comunidades para personas que comparten interés y actividades, o que deseen explorar los intereses y actividades de los demás. Los usuarios pueden crear un perfil ellos mismos o hacerse “amigos” de otros usuarios. Las redes sociales o en colaboración han captado mucho la atención en los últimos años con sitios populares focalizados en el consumidor. (p. 4).

En virtud de ello, las redes sociales son herramientas para la interacción de las personas y las organizaciones por tratarse de una tecnología interactiva, dinámica y amplia que proporcionan a los usuarios la facilidad para comunicarse, expresarse y estar informado dentro de una comunidad. Romero, Alarcón y Gómez, (2011) aportan lo siguiente.

Las redes sociales virtuales han pasado de ser una actividad online especializada a un fenómeno de masas. Esta nueva herramienta interactiva entre personas, organizaciones, comunidades, etc. Ha aumentado en los últimos años basándonos en la aparición y crecimiento de esta innovación tecnológica interactiva, el principal objetivo de este estudio consiste en analizar la opción y uso de las redes sociales virtuales por parte de los usuarios, teniendo en cuenta sus características personales, en concreto, la confianza y el riesgo percibido hacia la misma. (p. 1).

La Red en la que actualmente estamos inmersos está constituida como una web social que permite comunicarnos, entretenernos y compartir información con gran facilidad. En este nuevo concepto de web, los usuarios han pasado de ser meros receptores de contenidos a ser generadores de información.

La incorporación de las nuevas redes sociales en las empresas Venezolanas también mejorará la productividad al fomentar la colaboración y

ahorrar tiempos y costes, existen numerosos estudios que demuestran que el uso de aplicaciones informáticas han originado un efecto multiplicador de la productividad. La utilización de redes sociales permite a los empleados trabajar en equipo entre las diferentes áreas de una compañía, aportando movilidad y flexibilidad en sus responsabilidades laborales.

El conocimiento generado por los trabajadores de una entidad debería convertirse en uno de sus principales activos, las redes sociales pueden hacer que el personal se sienta cada vez más implicado con sus proyectos, creando una organización menos jerárquica y más interactiva, así como mejorando las relaciones con los clientes actuales y potenciales. Escuchar y, sobre todo, conversar y relacionarse con los clientes a través de las redes sociales obliga a llevar a cabo una transformación total de la cultura corporativa de las organizaciones. En tal sentido, las redes sociales no solo son herramientas de entretenimiento, sino también, herramientas para comunicarse, tal cual como menciona González (2013), en su artículo Redes Sociales 2013.

Las redes sociales han dejado de ser un simple espacio de entretenimiento para convertirse en parte importante de la vida de los usuarios. Al respecto se estima que cinco de los diez mercados más activos en redes sociales se encuentran en América Latina. (p. 1).

En este sentido el mundo de las redes sociales a capturado el interés de numerosos autores, desde hace varios años se han escrito abundantes monografías referentes a las redes sociales. La mayor parte de esos libros aborda dimensiones prácticas y se centra en la utilización de las redes sociales, considerando a fondo el impacto que tienen en las relaciones de

audiencia y las estrategias de comunicación, el mercado editorial es un indicador de la relevancia que están adquiriendo las redes sociales.

Numerosas empresas en el mundo están sacando provecho del poder de conectividad de las redes sociales para mejorar la productividad, la innovación, la colaboración y la implicación de los empleados, al respecto Nuevas Tendencias (2010: 2), indica que “el uso de las redes sociales en el trabajo por parte de los empleados puede, potencialmente, transformar el mundo laboral”.

Cabe destacar, que las redes sociales no son utilizadas únicamente por personas para encontrar amigos, compartir fotos, entre otros, sino que pueden ser oro al momento de difundir información sobre empresas o servicios y pueden ayudar de manera positiva al crecimiento del negocio si se utiliza adecuadamente, ya que este tipo de método de distribución de información utiliza procesos simples.

Sistemas de Información

Las organizaciones se comportan como un sistema, sus componentes se interrelacionan entre sí, en forma tal que éstos trabajan con eficiencia para alcanzar una objetivo común, en este caso proveer la información necesaria y oportuna para satisfacer al cliente/usuario. Estas dependen en gran medida de los sistemas de información, ya que este es el medio por el cual los datos e información fluyen de un departamento hacia otro.

Por otra parte, la misma cumple funciones básicas realizadas por un sistema; se puede enumerar de la siguiente manera:

- Las entradas, hacen referencia a los ingresos del sistema, que pueden ser recursos materiales, humanos o información; se puede inferir que son el motor de arranque la cual suministra al sistema sus necesidades operativas.
- El proceso, es lo que transforma una entrada en salida, como tal puede ser una máquina, una computadora o una tarea realizada por un empleado de la organización.
- Las salidas, son el resultado que se genera de procesar las entradas. Éstas se convierten en productos, servicios e información. Aquí culmina el funcionamiento del sistema o, alternativamente, el propósito para el cual existe.

Con el fin de esclarecer lo más posible el ámbito dentro del cual se concibe a los sistemas de información como una disciplina abordada desde una perspectiva empresarial; se incluyen algunas definiciones de autores reconocidos:

Para el propósito de esta investigación adoptaremos la definición de Andreu, Ricart y Valor, citado por Lapiedra, Devece y Guiral (2011) donde expresa:

Un sistema de información es un conjunto formal de procesos integrados, desarrollados en un entorno usuario-ordenador, que operando sobre una colección de datos estructurada de acuerdo a las necesidades de una empresa, recopila, elabora y distribuye selectivamente la información necesaria para las operaciones de dicha empresa y para las actividades de dirección y control correspondientes, apoyando, en parte, los procesos de toma de decisiones necesarios

para desempeñar las funciones del negocio de acuerdo con su estrategia de negocio. (p.13).

Al respecto O'Brien y Marakas (2006: 6), lo puntualiza como "Un sistema de Información (SI) puede ser cualquier combinación organizada de personas, hardware, software, redes de comunicación y recursos informáticos que almacene, recupere, transforme y disemine la información en una organización".

Las personas dependen de los sistemas de información para comunicarse entre sí utilizando una variedad de mecanismos físicos (hardware), procedimientos e instrucciones de procesamiento de información (software), canales de comunicaciones (redes) y datos almacenados (recursos de datos) desde los inicios de la civilización.

Esta es la razón por la cual los sistemas de información basados en computadores, aunque dependen bastante de las tecnologías de información, son diseñados, operados y utilizados por personas en cualquier entorno empresarial.

Otros autores como Laudon y Laudon, en su libro denominado sistemas de información gerencial (2004: 8) la definen técnicamente como "un conjunto de componentes interrelacionados que recolectan (o recuperan), procesan, almacena y distribuyen información para apoyar la toma de decisiones y el control en la organización".

Meguzzato y Renau, citado por Lapiedra, Devece y Guiral (2011) establece:

Un sistema de información en la empresa debe servir para captar la información que esta necesite y ponerla, con las transformaciones necesarias, en poder de aquellos miembros de la empresa que la requieran, bien sea para la toma de decisiones, bien sea para el control estratégico, o para la puesta en práctica de las decisiones adoptadas. (p. 13).

Mediante los sistemas de información se va a proporcionar la información necesaria, en el momento oportuno y con la estructura adecuada, a aquellos miembros de la organización que la requieran y puede servir de ayuda a los gerentes y trabajadores para analizar problemas, visualizar asuntos complejos y crear nuevos productos.

Los sistemas de información proporcionan a las empresas, datos oportunos y exactos que permiten mejorar las tareas propias de la gestión en la organización. En tal sentido Chiavenato (2002: 424) complementa que “Los sistemas de información de RH es un procedimiento sistemático para reunir, registrar, almacenar, analizar, mantener, combinar y validar datos necesarios para la organización con relación a su recurso humano y sus respectivas actividades, además de las características de las unidades de la organización”.

Una de las ventajas para la empresa, es que contribuyen al desarrollo de la misma, por lo que suministra datos completos y oportunos para la planeación estratégica y la toma de decisiones, los sistemas de información garantizan información exacta para el levantamiento y presentación de informes que agilizan el proceso productivo y operativo dentro de la organización.

Toda organización debe construir una sólida base de información y comunicación como estrategia para la gestión de personas, como se mencionó contribuye a la retroalimentación de los empleados. Establecer un sistema de información adecuado y contar con las tendencias tecnológicas, permite a los miembros de una organización transformarse en agentes de cambio e innovación.

Funciones de los sistemas de Información

Los sistemas de información son desarrollados en las empresas para ayudar en el desempeño, dependiendo de la actividad que realicen. Lapiedra, Devece y Guiral (2011), hace referencia que todo sistema de información lleva a cabo una serie de funciones que puede ser agrupadas en:

1. Captación y recolección de datos: Esta función consiste en captar la información externa como interna y enviarla a través de los sistemas de comunicación a los miembros del sistema información, encargados de reagruparlos para evitar duplicidad e información inútil.

2. Almacenamiento: La información puede ser almacenada en diversos servicios o departamentos, pero accesible a todos los usuarios. El soporte puede ser diverso, desde un archivador hasta una base de datos de tratamiento informático.

3. Tratamiento de la Información: Tiene por objeto transformar la información almacena en información útil y significativa para quien la requiera. La evolución de los ordenadores ha hecho posible que el volumen de datos almacenados y procesados se incremente cada vez más.

4. Distribución y diseminación de la información: Un sistema de información no solo debe proporcionar la información que cada usuario requiera, sino también

debe difundir la información a otras personas dentro de las empresas, a fin de poder hacer frente con mayor rapidez y éxito a las situaciones que cada día se le presentan. (p. 17).

La administración exitosa de los sistemas de información es un reto para los futuros gerentes, la función de estos a juicio de O'Brien y Marakas (2006), representa:

1. Un área funcional principal de la empresa, igual de importante para el éxito de los negocios que las funciones de contabilidad, finanzas, administración de operaciones, mercadotecnia y administración de recursos humanos.
2. Un colaborador importante para la eficiencia operacional, la productividad, la moral de los empleados, para el servicio y la satisfacción al cliente.
3. Una fuente principal de información y apoyo necesarios para promover la toma de decisiones eficaz por parte de gerentes y profesionales empresariales.
4. Un ingrediente vital a la hora de desarrollar productos y servicios competitivos que proporcionen a una organización una ventaja estratégica en el mercado global.
5. Una oportunidad de carrera dinámica, de recompensas y desafiante para millones de hombres y mujeres.
6. Un componente clave de los recursos, infraestructura y capacidades de las empresas de negocios en red de la actualidad. (p. 24).

Se puede inferir que el uso de los sistemas de información es una forma eficiente, rentable y socialmente responsables al emplear de manera limitada material, papel y otros recursos a nivel mundial.

Componentes de los Sistemas de Información

Los sistemas de información están conformados por cinco (5) componentes o para muchos autores cinco (5) recursos, como es el caso de O'Brien y Marakas. Que establece que un sistema de información debe disponer de cinco (5) recursos, los mismos pueden apreciarse en el cuadro N° 9.

Cuadro N° 9 Cinco (5) Recursos de Sistemas de Información y su Definición

<p>Recursos Humanos: Son las personas que se requieren para la operación exitosa de los sistemas de información. Estos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Especialista de los SI: Son los encargados de operar y desarrollar este sistema, como ejemplo analista de sistema, desarrolladores software.➤ Usuarios Finales: Son los clientes/usuarios que utilizan los sistemas de información que este produce.
<p>Recursos Hardware: Son todos los dispositivos y materiales físicos utilizados en el procesamiento de información. Comprende:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Máquinas: Computadoras, monitores de video, impresoras y escáner ópticos.➤ Medios: Discos flexibles, cintas magnéticas, discos ópticos y tarjetas de plástico.
<p>Recursos Software: Se entiende como todas las instrucciones para procesamiento de información. Esto incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Programas: De sistemas operativos, procesadores de palabras, de nómina.➤ Procedimientos: Procesador de datos, corrección de errores, distribución de cheques de pagos de nómina.
<p>Recursos de datos: Son la materia prima de los sistemas de información, puede adoptar varias formas, datos alfanuméricos tradicionales compuesto de letras y números y otros signos, describen las transacciones comerciales y otros acontecimientos. Se crea de esta manera:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Base de datos: Mantiene los datos organizados y procesados como registro de clientes, descripciones de productos, archivos de empleados.➤ Base de conocimiento: Mantienen el conocimiento en diversas formas, tales como hechos, reglas y ejemplos de casos acerca de las prácticas de negocio exitosas.

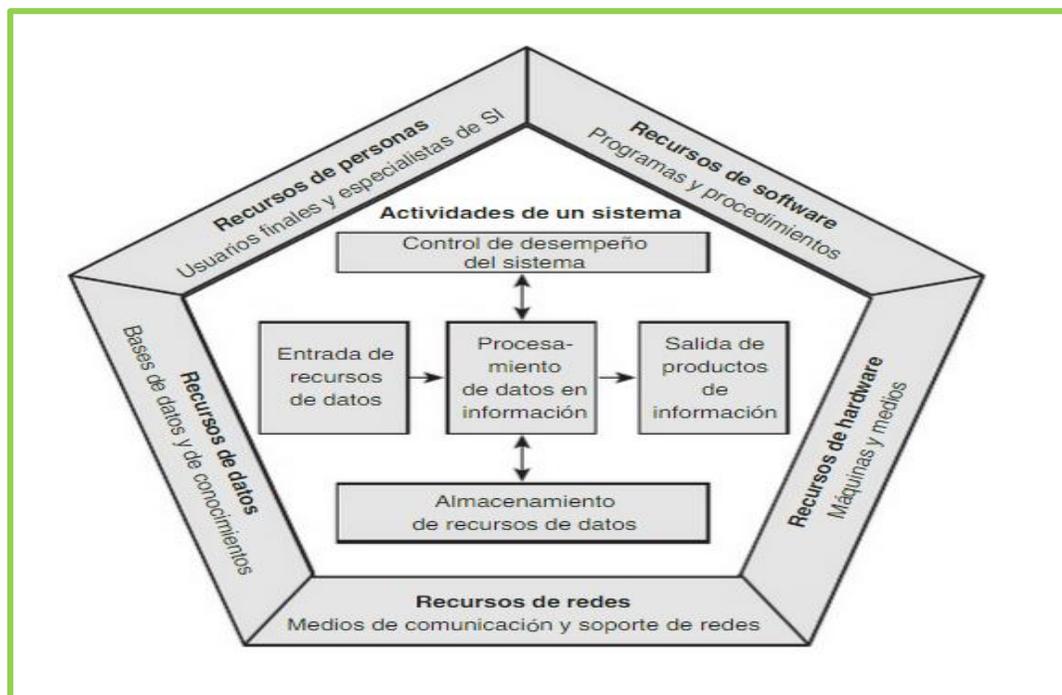
Recursos de Redes: Son las tecnologías y redes de telecomunicaciones, como Internet y extranet, estas son esenciales para las operaciones de la empresa. Basados en computadoras y procesadores de comunicaciones. Estas incluyen:

- Medios de comunicación: Se encuentra en cables de par trenzado, cables coaxiales, de fibra óptica y las tecnologías inalámbricas de celular y satelital.
- Soporte de redes: Son los módems, procesadores de grupos de redes y software de control tale como paquetes de navegadores de internet.

Fuente: O'Brien y Marakas (2006) Adaptado por Pernaletе, Santana y Veliz (2015)

Asimismo, en la figura N° 2 como los autores O'Brien y Marakas (2006) representan los cinco (5) componentes o recursos donde se puede apreciar y como se menciona anteriormente los Recursos humanos o de personas, jugando un papel importante dentro de los sistemas de información.

Figura N°2 Componentes Básicos de un Sistema de Información



Fuente: O'Brien y Marakas (2006)

Características de los Sistemas de Información

Teodoro (1999: 4) en su tesis alude que “la información producida por el sistema debe presentar las siguientes características”. Las mismas están representadas en el cuadro N° 10, destacándose diez (10) atributos.

Cuadro N° 10 Características de los Sistemas de Información

Accesibilidad: Facilidad y rapidez con que se pueda obtener la información resultante.
Comprensibilidad: Integridad del contenido de la información, no se refiere al volumen sino que el resultado sea completo.
Precisión: Ningún error en la información obtenida. Cuando se trata de un gran volumen de datos, en general se producen dos (2) clases de errores de transcripción y de cálculo.
Propiedad: El contenido de la información debe ser apropiada para el asunto al cual está enfocado esta mantiene una estrecha relación con lo solicitado por el usuario.
Oportunidad: Está relacionado con una menor duración del ciclo de acceso: entrada, procesamiento y entrega al usuario. Para que la comunicación sea oportuna es preciso reducir la duración de este ciclo.
Claridad: Grado en que la información está exenta de expresiones ambiguas.
Flexibilidad: Adaptabilidad de la información, no sólo a más de una decisión, sino a más de un responsable en la toma de decisiones.
Verificabilidad: Posibilidad de que varios usuarios examinen la información y lleguen a la misma conclusión.
Imparcialidad: No debe existir ninguna situación capaz de alterar o modificar la información con el fin de hacer llegar una conclusión preconcebida.
Cuantificabilidad: Naturaleza de la información producida por el sistema formal de información. Aunque los rumores, conjeturas y otros se consideran como información, están fuera de nuestro ámbito.

Fuente: Teodoro (1999). Adaptado por Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Para implementar un sistema de información en las organizaciones debe reunir y mantener la accesibilidad, oportunidad, propiedad, por último, la precisión ya que la información recibida no debe permitir errores. De manera general el sistema de información posee ciertas características, Ledezma (2010), enfoca otra perspectiva:

1. Entre más especializado sea el sistema, menos capaz es de adaptarse a las circunstancias diferentes.
2. Cuanto mayor sea el sistema, mayor es el número de recursos que deben dedicarse a su mantenimiento diario.
3. Los sistemas siempre forman parte de sistemas mayores y siempre pueden dividirse en sistemas menores.
4. Los sistemas crecen. (p. 537).

Como se ha mencionado los sistemas de información sirven de apoyo para gestión de la organización, trabaja como un sistema; quien recibe la información y a su vez entrega la información al siguiente eslabón de la cadena, hasta terminar el proceso. Bajo este principio se organizan los grupos de trabajo, las oficinas, los negocios, las industrias y demás centro de actividad humana. La información permite resolver problemas y lograr objetivos, también efectuar de manera organizada las tareas de un proceso hasta su culminación.

Tipos de Sistemas de Información

Con referencia a esto O'Brien y Marakas (2006), menciona que los sistemas de información en la actualidad se clasifican conceptualmente, abajo se detalla de manera breve la siguiente clasificación:

Sistemas de apoyo a las operaciones

Consiste en procesar de manera eficaz, las transacciones de la empresa, controlar los procesos industriales, apoyar las comunicaciones y la colaboración empresarial para actualizar las bases de datos corporativas. Incluyen:

- Sistemas de procesamiento de transacciones: Procesa los datos como resultado de las transacciones empresariales, actualizando la bases datos y generan documentos empresariales. Ejemplos: sistemas de procesamiento de ventas, inventarios y de contabilidad.
- Sistemas de control de procesos: Monitorean y controlan los procesos industriales. Ejemplos: sistemas de refinación de petróleo, de generación de energía y de producción de acero.
- Sistema de colaboración empresarial: Apoyan la colaboración y comunicación empresarial de equipos y grupos de trabajo. Ejemplos: sistemas de correo electrónico, de conversaciones (chat) y de videoconferencias para grupos.

Sistema de apoyo administrativo/gerencial

Se encarga de suministrar información y apoyo necesario para que los gerentes tomen las decisiones efectivas. Incluyen:

- Sistema de información gerencial: Aquí la información se presenta en forma de reporte y presentaciones preestablecidas previamente para los gerentes. Ejemplo: un sistema de reporte de análisis de desempeño de producción.
- Sistema de apoyo a la toma de decisiones: Proporciona apoyo interactivo específico para los procesos de toma de decisiones por parte de los gerentes. Ejemplo sistema de pronóstico de rentabilidad y de análisis de riesgo.
- Sistema de información ejecutiva: Proporciona información crítica a partir de los sistemas de información administrativa (SIA), sistema de apoyo a la toma de decisiones (SAD), adaptada a las necesidades de información de

los ejecutivos. Ejemplo: sistemas de fácil acceso al análisis de desempeño del negocio.

Otras categorías

➤ Sistema de expertos: Se basa en el conocimiento que proporciona los especialistas que actúan como consultores para los usuarios. Ejemplo: sistemas de asesoría de solicitudes de crédito.

➤ Sistemas de administración del conocimiento: Sistemas basados en el conocimiento que apoya la creación, organización y transmisión del conocimiento dentro de la empresa. Ejemplo: sistemas de intranet de acceso a mejores prácticas de negocio.

➤ Sistemas de información estratégica: Brinda apoyo a los procesos operativos o administrativos que suministran productos, servicios a una empresa con la finalidad de lograr ventajas competitivas. Ejemplo: sistema de rastreo de envíos y de comercio electrónico en la red.

➤ Sistemas funcionales de negocios: Respaldan las aplicaciones operacionales y gerenciales de las funciones empresariales básicas de una empresa.

En este sentido, según Laudon K. y Laudon J., citado por Hernández (2003) propone también una clasificación para los sistemas de información, esta se puede apreciar en el Cuadro N° 11.

**Cuadro N° 11 Clasificación de los Sistemas de Información por Laudon
K. y Laudon J.**

<p><i>Sistemas de Procesamiento de Operaciones (SPO):</i> Sistemas informáticos encargados de la administración de aquellas operaciones diarias de rutina necesarias en la gestión empresarial, aplicaciones de nómina, seguimiento de pedidos, auditorías, registro de datos de empleados. (Nivel Operativo).</p>
<p><i>Sistemas de trabajos del Conocimiento (STC):</i> Aquellos sistemas de información encargados de apoyar a los agentes que manejan la información en la creación e integración de nuevos conocimientos para la empresa. (Nivel de Conocimiento).</p>
<p><i>Sistemas de Automatización en la Oficina (SAO):</i> Sistemas informáticos empleados para incrementar la productividad de los empleados que manejan la información en los niveles inferiores de la organización (hojas de cálculo, correo electrónico, entre otros). (Nivel de Conocimiento).</p>
<p><i>Sistemas de información para la administración (SIA):</i> Sistemas de información empleados en el proceso de planificación, control y toma de decisiones proporcionando informes sobre las actividades ordinarias (control de inventario, presupuesto, análisis de inversión y financiación). (Nivel Administrativo).</p>
<p><i>Sistema para el soporte de decisiones (SSD):</i> Sistemas de información interactivos que ayudan a los distintos usuarios en el proceso de toma de decisiones, a la hora de utilizar diferentes datos y modelos para la resolución de problemas (análisis de precios, análisis de ventas). (Nivel Administrativo).</p>
<p><i>Sistemas de soporte operativo (SSG):</i> Están diseñadas para tomar decisiones estratégicas mediante el empleo de gráficos y comunicaciones avanzadas. Son utilizadas por la alta dirección de la organización con el fin de elaborar la estrategia general de la empresa. (Nivel Estratégico).</p>

Fuente: Hernández (2003). Adaptado por Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Para cada una de las áreas de una organización, desde ventas, manufactura, producción, finanzas, contabilidad hasta recursos humanos existe un conjunto específico de aplicaciones informáticas y equipos, las cuales han de estar coordinadas entre ellas, si esto no se realizara, una

organización podría presentar problemas al momento de intercambiar datos entre las distintas áreas, dando lugar a la ineficiencia para llevar a cabo la estrategia general de empresa.

Tendencias en los Sistemas de Información

Los sistemas de información son una tendencia que han incorporado las organizaciones en sus negocios con el fin de liderar los mercados en la que se encuentran expuestas en función de ser más productivas y estar en contacto con un entorno de constante movimiento. En el cuadro N° 12 se reseña cronológicamente el comportamiento de los sistemas de información.

Cuadro N° 12 Tendencias en los sistemas de Información

Negocio y comercio electrónico: Comenzó en la década de 1990
Rápido crecimiento de Internet, intranet, extranet y otras redes globales interconectadas, cambió radicalmente las capacidades de los sistemas de información en las empresas. Las empresas basadas en Internet, habilitadas en Web y comercio electrónico global se han convertido en algo común para las operaciones y administración de la misma en la actualidad.
Apoyo estratégico y al usuario Final: Comenzó en la década de 1980
Se desarrolló el poder de procesamiento de las microcomputadoras, paquetes de software de aplicaciones y las redes de telecomunicaciones. Se creó: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sistemas informativos para el usuario final: Apoyo informático directo para la productividad y la colaboración de grupos de trabajo. ✓ Sistemas de información ejecutiva: Se creó para obtener de forma fácil la información crítica para la alta dirección. ✓ Sistemas de expertos: Son consultores expertos que sirven de ayuda al usuario final.
Sistemas de Información Estratégica: Surgió como componente en los procesos, productos y servicios que ayudan a las empresas para obtener ventajas competitivas en el mercado global.
Apoyo a la toma de decisiones: Comenzó en la década de 1970
Para la década de los años 70, los sistemas de información administrativos, no satisfacían las necesidades para la toma de decisiones de la gerencia.

<p>➤ Sistemas de apoyo a la toma de decisiones: Surge este nuevo concepto para proporcionar apoyo específico e interactivo a los usuarios finales de nivel gerencial en su proceso de toma de decisiones.</p>
<p>Reportes Administrativos: Comenzó en la década de 1960</p>
<p>➤ Sistemas de información administrativa: Reportes de administración de información preestablecidos para apoyar la toma de decisiones.</p>
<p>Procesamiento de datos: Comenzó en la década de 1950.</p>
<p>➤ Sistemas de procesamiento de datos electrónicos: La mayoría de las funciones de los sistemas de información eran simples tales como: procesamiento de transacciones, almacenamiento de registro y aplicaciones tradicionales de contabilidad.</p>

Fuente: O'Brien y Marakas (2006). Adaptado por Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Es necesario dar a entender que los sistemas de información en la organización, son un elemento más de la infraestructura de la empresa y debe ser permanente con los demás sistemas como planificación, control, incentivos y estructura organizativa. Desde estas perspectivas Lapiedra, Devece y Guiral (2011), sugieren que la nueva estrategia empresarial debe estar enfocada en la organización flexible.

Para que el sistema de información de una empresa funcione adecuadamente, los directivos deberán dirigir activamente el proceso, porque son ellos quienes tienen esa visión global de la empresa. Es responsabilidad de la dirección de las empresas adaptar su organización, su estructura y su personal a los cambios del entorno. Si esos cambios presentan una tendencia a la tecnificación, será responsabilidad de la dirección dirigir la adopción de tecnologías en la empresa. (p. 24).

En función de lo citado anteriormente, los sistemas de información juegan un papel importante para las estrategias organizacionales que quieren implementar los directivos, presidentes y gerentes que tienen en su responsabilidad adaptar la organización a un mundo actual en función de trascender en el tiempo. Los sistemas de información desde esta perspectiva

colaboran en que los canales y la transmisión de información funcionen adecuadamente.

Las redes sociales como un canal para la transmisión de información pueden en este sentido y según lo establecido anteriormente ser una herramienta importante dentro de los sistemas de información que las organizaciones actuales se plantean. De esta manera, la temática de sistemas de información como una tendencia y dentro de las organizaciones, es sin duda alguna, un gran soporte en esta investigación como un tema de referencia que da lugar a que las redes sociales no solo funcionen para el entretenimiento de las personas, sino también, se introduzcan como una herramienta que permite la información y comunicación en las empresas.

Definición de Términos Básicos

Base de datos: Es un sistema de almacenamiento y acumulación de datos debidamente clasificados y disponibles para el procesamiento y la obtención de la información. Dicha información se vuelve más eficaz, ya que los datos están lógicamente relacionados, lo que permite su actualización y procesamiento integrado y simultáneo, reduciendo incoherencias y errores.

Blogs (weblog o bitácora): Es un sitio web donde se recopila información, generalmente monográfica, procedente de uno o varios autores. Dicha información se actualiza con cierta periodicidad y se organiza de manera cronológica, mostrándose el último artículo publicado en primer lugar.

Comunidad virtual: Grupos de personas que se comunican principalmente a través de Internet, ya sea por un interés común, por alguna red social o foro.

Extranet: Conjunto de servicios y servidores de Internet de acceso restringido, accesibles a ciertas organizaciones relacionadas entre sí, y que permite compartir información.

Folksonomía: Es la clasificación colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres llano, sin jerarquías ni relaciones de parentesco predeterminadas. Se trata de una práctica que se produce en entornos de software social.

HTML (Hyper Text Mark-up Language): Lenguaje de programación para armar páginas web.

Internet: Red de redes, sistema mundial de redes de computadoras interconectadas. Actualmente es un espacio público utilizado por millones de personas en todo el mundo como herramienta de comunicación e información.

Intranet: Red de servicios internos de una organización, basada en estándares de Internet, la cual ha sido diseñada para su uso privado.

Microblogging: Es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves (alrededor de 140 caracteres, como en Twitter), generalmente sólo de texto. Las opciones para el envío de los mensajes varían desde sitios web, a través de SMS, mensajería instantánea o aplicaciones ad hoc.

Microelectrónica: Parte de la electrónica que aplica diversas tecnologías en la producción y aplicación de circuitos y dispositivos electrónicos de pequeñísimas dimensiones.

Newsgroup: Grupo de discusión en Internet, organizado por tema, donde usted puede enviar mensajes y ver las respuestas de otros.

Network (red): Término de Facebook para un grupo social más amplio, como una ciudad, una gran empresa o una universidad.

Red: Es un conjunto de dos o más computadoras interconectadas.

Sistemas operativos: Son un conjunto de programas que gestionan los procesos de un sistema informático. Todos los dispositivos móviles funcionan con un sistema operativo base, el más popular es Windows de Microsoft pero también existen otros como: Linux, Macos y más.

Software Social: Conjunto de aplicaciones que permiten que los individuos se comuniquen entre sí y que sigan sus conversaciones a través de la Web. En la actualidad este concepto no sólo se refiere a la interacción a través de grupos sociales, sino también a las herramientas y servicios que permiten compartir, etiquetar y distribuir objetos digitales (audio, video, imágenes).

Videoconferencia: Es la modalidad en la cual un experto transmite sus conocimientos en persona a un grupo de participantes y al mismo tiempo esta exposición es transmitida mediante tecnología de telecomunicaciones a otros participantes que se encuentran en diferentes localidades.

Wiki: Del hawaiano *wiki*=rápido. Es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten. Los textos o “páginas wiki” tienen títulos únicos; la mayor parte de las implementaciones de *wikis* indican en el URL de la página el propio título de la página *wiki*, facilitando el uso y comprensibilidad del link.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Naturaleza de la Investigación

Esta investigación al determinar la factibilidad del uso de redes sociales en el área de nómina de una empresa de salud ubicada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer lo que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores, se determinó como una investigación de tipo descriptiva. Hurtado (2008). Define la investigación descriptiva como:

Exponer el evento estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características, de modo tal que en los resultados se pueden obtener dos niveles, dependiendo del fenómeno y el propósito del investigador: un nivel más elemental, en el cual se logra una clasificación de la información de función de características comunes, y un nivel más sofisticado en el cual se ponen en relación los elementos observados a fin de obtener una descripción más detallada. (p. 101).

Asimismo, referente al tipo de diseño de investigación, Hurtado y Toro (2007: 147) indica que “el diseño alude a las decisiones que se toman en cuanto al proceso de recolección de datos, que permitan al investigador tener la validez interna de la investigación”.

Por lo antes expuesto, esta investigación estuvo orientada en un diseño de campo, debido a que los datos se obtuvieron a partir del contexto real en donde ocurren los hechos.

Población

En esta Investigación la población estuvo constituida por setecientos noventa (790) trabajadores que laboran como personal fijo en una empresa de salud, ubicada en Valencia, estado Carabobo y se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro N° 13 Población

Trabajadores	Cantidad
Personal, Ejecutivo y Administrativo	250
Personal, Admisión y Asistencial	407
Personal, Operativo	133
Total Población Estudio	790

Fuente: Recursos Humanos del Centro de Salud (2015)

La población es reconocida por Arias (2006: 81), como “un conjunto finito o infinitos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, esta quedo delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

Muestra

Por el tamaño de la población, fue necesario determinar una muestra que para Balestrini (2006: 139), es “el número de sujetos que componen la porción extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la misma”.

Es necesario destacar que la muestra estuvo estratificada sobre la distribución de trabajadores expresada en el Cuadro N° 13, por cuanto que todos los trabajadores tienen la misma probabilidad de ser escogidos.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula facilitada por la Cátedra de Estadística II de la Escuela de Relaciones Industriales de la Universidad de Carabobo:

$$n = [(Z^2)] / [(e^2 / p \times q) + Z^2 / N];$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Total de elementos que integran la población.

Z²= Zeta crítico, representa el valor de confianza adoptado (en el caso de esta investigación 95 % de confianza que es representado por el valor 1,96 en la distribución de la curva normal.

e² = Error muestral (en el caso de esta investigación 5 %, nominalmente (0,01)

p = Proporción de elementos que representan la característica investigada=0,5

q = Proporción de elementos que no representan la característica investigada=0,5

Al sustituir:

$$n = [(3,8416)] / [(0,01 / 0,5 \times 0,5) + (1,96)^2 / 790];$$

$$n = 3,8416 / 0,04486$$

$$n = 85,63 \simeq 86 \text{ Trabajadores}$$

La muestra estuvo conformada por ochenta y seis (86) trabajadores, distribuidos de la siguiente manera. (Ver cuadro N° 14).

Cuadro N° 14 Muestra Estratificada

Estrato	Cantidad	Factor n/N	Muestra
Personal, Ejecutivo y Administrativo	250	0.1088	27
Personal, Admisión y Asistencial	407	0.1088	44
Personal, Operativo	133	0.1088	15
Total Muestra			86

Fuente: Pernalete, Santana, Veliz (2015)

Estrategia Metodológica

Para dar respuesta a los objetivos específicos de la investigación se utilizó como Estrategia Metodológica un Cuadro Técnico Metodológico. En el cual se abordaron los objetivos específicos, dimensión o variable, definición, indicadores, ítems, fuente y técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Delgado de Smith, Colombo y Orfila (2003), definen el Cuadro técnico metodológico de la siguiente manera:

Entre sus bondades que logra agrupar de manera resumida los aspectos relevantes de la investigación. En él están contenidos en el caso de los objetivos, las dimensiones, los indicadores, ítems, las fuentes de información e instrumentos. Para el caso de las hipótesis, las variables, subvariables, indicadores, ítems, fuentes e instrumentos. Así pues, como la elaboración de este cuadro permite ir descomponiendo, a partir de los aspectos generales, los elementos más concretos que le permitan al investigador acercarse a la realidad objeto de estudio. Cada uno de los ítems servirá de insumo al instrumento de investigación seleccionado. (p. 52).

En esta investigación, el Cuadro Técnico Metodológico permitió esquematizar las variables involucradas, operacionalizando los objetivos específicos, estableciendo los parámetros de medición de las dimensiones, indicadores e ítems que fueron base para la elaboración del instrumento de recolección de datos (la revisión documental, una entrevista semi-estructurada y el cuestionario). (Ver Cuadro N° 15).

Técnicas e Instrumento

Se utilizó como técnicas e instrumentos la revisión documental, una entrevista semi-estructurada y el cuestionario, a fin de alcanzar los objetivos propuestos en esta investigación, dirigidos a obtener y recolectar información veraz y oportuna que sirvió de apoyo para el desarrollo del presente estudio.

Revisión documental, esta técnica señalada por Delgado de Smith (2013: 282), quien explica que la revisión documental “se trata del acopio de los antecedentes relacionados con la investigación, se realiza por la consulta de documentos escritos, sean formales o no, en lo que se plasmó un conocimiento que fue avalado por autores que realizaron una investigación previa”. Esta técnica se utilizó en la investigación para obtener información más profunda acerca del tema en estudio, puesto que fueron consultados diversos enfoques que sirvieron de reseña y base a la investigación.

Entrevista semi-estructurada, esta técnica de recolección de información señalada por Báez y Pérez (2007: 97), “en la que se trabaja con unos contenidos y un orden preestablecido, dejando abierta la gama de posiciones que desee manifestar el entrevistado”. Estuvo dirigida al Gerente del

departamento de Informática del centro de salud, en representación de la empresa para dar soporte al objetivo número dos (2) de la investigación, dando a conocer que herramientas tecnológicas dispone la organización para el uso de redes sociales. (Ver anexo A).

Cuestionario, quien Rey de Polanco (2013: 222), manifiesta que “está conformado por un conjunto de preguntas sobre hechos, variables o aspectos que permiten indagar o explorar determinada información de interés, las cuales son contestada por los llamados encuestados”.

En la investigación esta técnica fue aplicada a una muestra representativa de los trabajadores del centro de salud, constituida por ochenta y seis (86) personas, logrando obtener información precisa para cumplir con los objetivos referentes al conocimiento y uso que tienen estos sobre redes sociales como medio de información, para visualizar el modelo del cuestionario aplicado. (Ver Anexo B).

Validez del Instrumento

La validación del instrumento se realizó mediante el juicio de expertos, este método hace referencia al juicio que emiten tres (3) especialistas, de acuerdo Aroca (1999: 269), consiste en “seleccionar en número impares (3 o 5) jueces o personas conocedoras del tema que se investiga, quienes tienen que leer, evaluar y corregir cada uno de los ítems del instrumento y que los mismos se adecuen directamente con cada uno de los objetivos”.

A estos efectos los especialistas encargados de validar el instrumento fueron dos (2) en el área de computación y uno (01) en el área de estadística, los mismos leyeron y analizaron los datos contenidos en el instrumento, haciendo las observaciones correspondientes para la aprobación del mismo. (Ver Anexo C).

Confiabilidad del Instrumento

Existen diversos procedimientos que mediante la utilización de fórmulas se puede obtener un valor comprendido entre cero (0) a uno (1) donde un coeficiente de cero (0) significa confiabilidad nula y uno (1) representa un máximo de confiabilidad, mientras más se acerque a cero (0) hay mayor error de medición.

En este sentido, el nivel de confiabilidad del instrumento aplicado en esta investigación, fue calculado aplicando el método de índice por correspondencia o confiabilidad individual, que consiste en dividir el número de unidades (ítem) catalogadas correctamente entre el número total de unidades (ítems) de análisis: para el cálculo del coeficiente de índice por correspondencia. (Ver anexo D).

$$\text{ÍNDICE} = \frac{236}{240} = 0,983 \approx 0.98$$

$$\text{ÍNDICE} = 0,98 \times 100\% = 98\% \text{ de confiabilidad}$$

La confiabilidad se mide de 0 a 1; como se menciona anteriormente mientras más cerca este de 1, el instrumento aplicado es más confiable como en este caso que dio un alto grado de confiabilidad.

Cuadro N° 15
Cuadro Técnico Metodológico

Objetivo General: Determinar la factibilidad del uso de Redes Sociales en el área de Nómina de una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer lo que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores.

Objetivos Específicos	Dimensión/ Variable	Definición	Indicadores	Ítems	Fuentes	Técnicas e Instrumentos.
Identificar el conocimiento de los trabajadores de una empresa de salud de Valencia, estado Carabobo, sobre el uso de redes sociales	Conocimiento de Redes Sociales	Conocimiento sobre las aplicaciones tecnológicas que permiten canales de interacción y comunicación entre los usuarios	1. Redes sociales 2. Uso de redes sociales 3. Interacción entre usuarios	1.1 Tipo de redes sociales disponibles (C- 2,3) 1.2 Alcance de las redes sociales (C- 4) 2.1 Frecuencia (C- 5) 2.2 Tiempo de uso (C- 6) 3.1 Enlace entre usuarios (C- 7,8) 3.2 Vínculos (socialización) (C- 9)	Trabajadores	Revisión documental y cuestionario

Fuente: Pernalete, Santana, Veliz (2015)

Cuadro N° 15

Cuadro Técnico Metodológico (continuación)

Objetivo General: Determinar la factibilidad del uso de Redes Sociales en el área de Nómina de una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer lo que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores.

Objetivos Específicos	Dimensión/ Variable	Definición	Indicadores	Ítems	Fuentes	Técnicas e Instrumentos.
Verificar las herramientas tecnológicas que dispone la organización para el uso de redes sociales como medio de información	Herramientas tecnológicas	Son programas y aplicaciones que se utilizan para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean aplicados eficientemente intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las organizaciones	1. Tecnología de información 2. Sistema de información	1.1 Equipos tecnológicos (C- 10, 11) 1.2 Aplicaciones tecnológicas (C- 12,13) 2.1 Transmisión de información tecnológicas (C-14,15) 2.2 Información confiable (C- 16)	Trabajadores y empresa	Revisión documental, entrevista semi-estructurada y cuestionario

Fuente: Pernaletе, Santana, Veliz (2015)

Cuadro N° 15

Cuadro Técnico Metodológico (continuación)

Objetivo General: Determinar la factibilidad del uso de Redes Sociales en el área de Nómina de una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer lo que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores.

Objetivos Específicos	Dimensión/ Variable	Definición	Indicadores	Ítems	Fuentes	Técnicas e Instrumentos.
Señalar los beneficios que proporciona el uso de redes sociales como herramienta de información hacia los trabajadores desde el área de Nómina de una empresa de Salud ubicada en Valencia, estado Carabobo	Beneficio del uso de redes sociales	Son bondades y facilidades de comunicación que permite el uso de redes sociales como herramientas para la atención y expansión de información	1. Tiempo 2. Costo 3. Beneficio	1.1 Velocidad (C- 17) 1.2 Prioridad (C- 18) 2.1 Inversión (C-19) 2.2 Rentabilidad (C- 20) 3.1 Innovación (C- 21, 22) 3.2 Tendencia (C- 23,24)	Trabajadores	Revisión documental y cuestionario

Fuente: Pernaletе, Santana, Veliz (2015)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo se inicia con los análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recolección de datos, para lograr los objetivos específicos planteados en esta investigación, se empleó un cuestionario constituido por veinticuatro (24) preguntas de selección múltiples, diseñado especialmente para los trabajadores del centro de salud, representados por una muestra de ochenta y seis (86) personas que laboran en las distintas áreas de la organización.

Asimismo, se diseñó una entrevista semi-estructurada dirigida al Gerente del departamento de informática, especialista en sistemas y redes, esto para obtener información valiosa referente a las herramientas tecnológicas con las que cuenta la institución de servicio de salud para el uso de redes sociales y así dar soporte a lo planteado en el objetivo número dos (2) de esta investigación.

La información alcanzada durante el desarrollo de la investigación y expuesta por los trabajadores a través del instrumento que les fue aplicado, fue clasificada por indicadores establecidos en el cuadro técnico metodológico diseñado por los autores y cada respuesta fue tabulada y ordenada en tablas estadísticas de manera que fuera más sencillo interpretar, mostrar los resultados y análisis en concordancia con las teorías descritas en el marco teórico de esta investigación.

En este sentido, se presentan los resultados obtenidos producto de la aplicación del cuestionario titulado Factibilidad del Uso de Redes Sociales como Herramientas de Información en una Empresa de Salud del estado Carabobo, así como la interpretación y análisis del mismo.

De manera introductoria se planteó como primer ítem en el cuestionario indagar sobre el interés que le produce a los encuestados hacer uso de herramientas tecnológicas como medio de información.

Para efectos de esta investigación se consideraron como principales redes sociales por su popularidad en Venezuela y el mundo, el Facebook, el Twitter, el WhatsApp, LinkedIn, Instagram y BlackBerry Messenger (Pin).

Tabla N° 1		
“Las herramientas tecnológicas son programas y aplicaciones que se utilizan para estar informado y comunicarse”. En función a esto; indique el interés que te produce utilizar las mismas como medio de información.		
<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Nada	0	0%
Poco	0	0%
Algo	5	6%
Bastante	23	27%
Mucho	58	67%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Se puede apreciar en los resultados, que existe gran fortaleza referente a este aspecto ya que el 100% de los encuestados manifestaron tener algo, bastante y mucho interés en utilizar las herramientas tecnológicas, es decir, un 6%, 27% y 67% respectivamente, siendo la alternativa Mucho la

más seleccionada por los trabajadores, por tanto, estos resultados son de gran relevancia para la presente investigación, ya que los trabajadores muestran gran interés por la tecnología, los cambios e innovación y en caso específico utilizar las herramientas tecnológicas para estar informado y como una ventana a su entorno, teniendo esto concordancia con lo planteado por Franco (2010: 1) "Las Herramientas tecnológicas... pueden ser utilizadas en diversas funciones fácilmente... están a disposición... de todos aquellos usuarios que quieran suplir una necesidad en el área informativa".

En relación al primer objetivo específico dirigido a Identificar el conocimiento de los trabajadores sobre el uso de redes sociales, fueron tomados en cuenta los siguientes aspectos: tipos de redes sociales disponibles, alcance, frecuencia y tiempo de uso de estas, así como el enlace entre los usuarios y sus vínculos (socialización).

Por ello, se plantearon los siguientes Ítems.

Tabla N° 2		
"Las redes sociales son aplicaciones tecnológicas desarrolladas para estar informado con el uso de la Internet", en este sentido. ¿Conoce al menos una red social en Internet?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	86	100%
No	0	0%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 3		
De ser afirmativa su respuesta, marque que redes sociales en Internet conoce:		
<i>Alternativas/Tendencia</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Facebook	86	100%
Twitter	67	78%
WhatsApp	77	90%
Instagram	59	69%
LinkedIn	26	30%
BlackBerry Messenger	41	48%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 4		
¿En qué redes sociales se encuentra usted registrado?		
<i>Alternativas/Tendencia</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Facebook	84	98%
Twitter	47	55%
WhatsApp	72	84%
Instagram	64	74%
LinkedIn	12	14%
BlackBerry Messenger	26	30%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: A nivel mundial son muchas las redes sociales que se encuentran disponibles y su alcance ha ido creciendo por la cantidad de usuarios que se registran constantemente en ellas, debido a que son una tendencia para la información y comunicación. De lo expuesto anteriormente en las Tablas N° 2, 3 y 4, queda evidenciado que el 100% de los encuestados conocen al menos una red social, siendo las redes más conocida el Facebook y el WhatsApp, es decir, un 100% y 90% de los trabajadores manifiestan conocer las mismas, asimismo, se evidenció que el Facebook y el WhatsApp cuentan con el registro del 98% y 84% respectivamente de los encuestados por ser las alternativas

más seleccionadas, por otra parte, la red menos conocida es LinkedIn en la cual solo un 14% de los trabajadores encuestados están registrados.

Estos resultados son importantes para la investigación, al evidenciarse que los trabajadores conocen y se registran en redes sociales, siendo el Facebook y el WhatsApp las redes más preferidas, en concordancia con lo planteado por el autor Thuer (2012) donde expresa que actualmente “Venezuela se encuentra entre el top de 10 de los países que hacen uso de redes sociales”.

Tabla N° 5		
¿Con que frecuencia hace uso de redes sociales?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	49	57%
Semanalmente	3	3%
Mensualmente	0	0%
Algunas veces	5	6%
Siempre	29	34%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 6		
¿Qué tiempo le dedica a las redes sociales cada vez que se conecta?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 hora	31	36%
De 1 a 2 horas	42	49%
Más de 2 horas	13	15%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: En las tablas N° 5 y 6 se hace referencia a la frecuencia de uso que hacen los encuestados cuando acceden a las redes sociales en las que se encuentran registrados, así como también, el tiempo que dedican cada vez que se conectan a éstas.

De esta manera, se obtuvo como resultado que un 57% de los encuestados visitan las redes sociales diariamente y que solo tres (3) personas (3% del total) visitan a estas semanalmente, asimismo, se conoció que el 49% de las personas encuestadas cada vez que se conecta a una red social le dedican de 1 a 2 horas y solo un 15% le dedica más de 2 horas.

Con estos resultados en la investigación se demuestra que las personas no solo conocen y se registran en redes sociales, sino que también le dedican un tiempo considerable de uso cada vez que se conectan, a propósito de lo que manifiesta Thuer (2012). “Europa, Norteamérica y bastante más lejos, la zona del Asia-Pacífico, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela se ubican en el top 10 de los países donde más tiempo se dedica al uso de redes para socializar y compartir”.

Tabla N° 7		
¿Tiene al menos una red social asociada a su teléfono móvil?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	99%
No	1	1%
Total	86	100%

Fuente: Pernalete, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 8		
De ser afirmativa su respuesta, anterior indique ¿cuál?		
Alternativas/Tendencia	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	86	100%
Twitter	45	52%
WhatsApp	74	86%
Instagram	39	45%
LinkedIn	3	3%
BlackBerry Messenger	30	35%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 9		
Su interés en las redes sociales está motivado a:		
Alternativas/Tendencia	Frecuencia	Porcentaje
Estar en contacto con familiares y amigos	22	26%
Relaciones laborales	7	8%
Estar informado	21	24%
Recreación /Entretención	14	16%
Todas las anteriores	52	60%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Los resultados expresados en las tablas N° 7, 8 y 9 representan lo obtenido referente a los aspectos alcance y socialización que el usuario tiene al usar una red social, en donde se dio a conocer que el 99% de los encuestados afirma tener al menos una red social asociada a su teléfono móvil y que la aplicaciones más asociada en este, son el Facebook y WhatsApp, representando por el 100% y 86% de la población respectivamente.

Asimismo, los encuestados manifestaron que su interés en redes sociales está motivado a (Estar en contacto con familiares y amigos, relaciones

laborales, estar informado, recreación/entretenimiento) debido a que la alternativa con mayor porcentaje fue “Todas las anteriores” con un 60% que representa a 52 personas del total de los encuestados donde esta última opción engloba todos los intereses antes mencionado.

El alcance y los vínculos que pueden lograr las personas y las organizaciones con el uso de redes sociales son aspectos importantes para esta investigación, a propósito de ello estos resultados son de gran provecho para el estudio, ya que se da conocer que los empleados encuestados tienen redes sociales en su teléfonos móvil para estar más conectado con su entorno y las utilizan para fines comunes, para estar informado, entretenidos y muy importante para las relaciones laborales, entre otros. Esto tiene relación con lo que indica Vía Multimedia (2011: 1), sobre las redes sociales. “En la actualidad cada vez más venezolanos la usan, tanto para negocios como para amistades, sea por entretenimiento o por política”.

El segundo objetivo específico de la investigación estuvo orientado a verificar las herramientas tecnológicas que dispone la organización para el uso de redes sociales como medio de información, para ello, se abarcaron ocho (8) ítems que dan respuesta ha: tecnología de información y sistema de información.

Para este objetivo también se consideró la opinión del Gerente de Informática del centro de salud, para dar soporte y veracidad al mismo, esta información se recopiló a través de una entrevista semi-estructurada. (Ver anexo A).

En este sentido, se plantearon los siguientes Ítems.

Tabla N° 10		
¿Qué equipos tecnológicos dispone usted para conectarse a Internet dentro de la Organización?		
<i>Alternativas/Tendencia</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Computadora	59	69%
Laptop	9	10%
Teléfono móvil	28	33%
Todas las anteriores	12	14%
Ninguno de las anteriores	4	5%

Fuente: Pernalete, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 11		
Con los equipos tecnológicos de la organización, tiene usted acceso a las siguientes aplicaciones tecnológicas:		
<i>Alternativas/Tendencia</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Facebook	64	74%
Twitter	31	36%
WhatsApp	30	35%
Instagram	17	20%
LinkedIn	2	2%
BlackBerry Messenger	6	7%

Fuente: Pernalete, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Las tecnologías de información y comunicación conocidas como las TIC, hacen referencia al software y el hardware que actualmente utilizan las organizaciones para procesar, transmitir y difundir información, así lo deja establecido Cejas y Chirino quienes citan a Poriet (2014), “Las tecnologías de información y comunicación (TIC) comprenden un conjunto de recursos o dispositivos tecnológicos, redes, software y servicios que contribuyen al acceso, procesamiento, transmisión de información”.

Como se puede apreciar en las tablas N° 10 y 11, dentro de la organización los equipos más utilizados por los trabajadores son la computadora y teléfono móvil que arrojaron un 69% y 33% respectivamente. Asimismo, estos dieron a conocer que a través de estos equipos tecnológicos, tienen acceso al Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, LinkedIn y BlackBerry Messenger, siendo las alternativas más seleccionadas el Facebook y Twitter, con un 74% y 36% respectivamente del total de la población.

En la entrevista aplicada al Gerente de Informática del Centro de Salud referente a estos aspectos señalados en las Tablas N° 10 y 11 se pudo conocer que efectivamente la organización cuenta con: *aproximadamente 700 computadores asignados a la mayoría de los trabajadores y distribuidos en todas las áreas*, asimismo, se conoció que la empresa cuenta con *aproximadamente 20 antenas de señal Wifi* para que los trabajadores se conecten a internet desde sus equipos tecnológicos, teniendo esto concordancia con las respuestas dada por los trabajadores. De esta manera, los resultados permitieron en la investigación dar cuenta con qué equipos tecnológicos los trabajadores pueden conectarse a internet y visitar redes sociales.

Tabla N° 12		
La organización tiene algún sistema o programa que le permita estar informado siempre		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	85%
No	13	15%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 13		
Tiene la organización conexión WI-FI para usted acceder a las aplicaciones desde su teléfono móvil		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	73%
No	23	27%
Total	86	100%

Fuente: Pernalete, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Según los resultados obtenidos en las tablas N° 12 y 13, un 85% (73 personas) expresan que la organización cuenta con un sistema o programa de información y la minoría que representa el 15% (13 personas) indican que no; por otra parte, los encuestados plasmaron en su mayoría, representada por un 73% tener Wifi para acceder a las aplicaciones desde su teléfono móvil.

En relación a la información proporcionada por el Gerente de Informática de la empresa (ver anexo A) se conoció que la organización si cuenta con un sistema de información para los trabajadores y este es un correo corporativo “Outlook”, así como también, se cuenta con plataforma de señal Wifi, mencionado anteriormente, siendo pertinente destacar y dicho por el entrevistado *que no todo los trabajadores tienen acceso al correo, ni a la señal wifi*. Tendiendo esto concordancia con los resultados expresados en las tablas N° 12 y 13 expuestas anteriormente.

De esta manera, estos resultados son pertinentes y relevantes para la investigación, al conocerse que a pesar de que la mayoría expresa que la organización cuenta con un sistema o programa de información así como también indican tener acceso a Wifi, existen todavía trabajadores que no

conocen o tienen acceso a esto, siendo una debilidad al momento de transmitir una información en la organización, pudiéndose mejorar.

Tabla N° 14		
¿Cree importante incorporar redes sociales a la organización como herramienta de información?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	84	98%
No	2	2%
Total	86	100%

Fuente: Pernalete, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 15		
¿Comparte información de interés a través de redes sociales con sus contactos o seguidores?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	53	62%
Casi Siempre	13	15%
A veces	19	22%
Casi nunca	1	1%
Nunca	0	0%
Total	86	100%

Fuente: Pernalete, Santana y Veliz (2015)

Análisis: La transmisión de información está basada en los canales y/o herramientas que se utilizan para que esta se lleve a cabo, los mismos permiten que cualquier información que se transmita logre involucrar todas las personas a las cuales se hace necesario compartir y difundir la información, en vista de ello, una de las plataformas que la empresas están incorporando es la web 2.0 y más específicamente las redes sociales, Cebrián (2008), manifiesta que “La web 2.0 es una plataforma de redes sociales de información”.

En función de esto, en las tablas N° 14 y 15, dan a conocer que la mayoría de los empleados encuestados afirman estar de acuerdo con la incorporación de redes sociales para la divulgación de información, esto representado por un 98% del total, también los encuestados indicaron que siempre, casi siempre y a veces, comparten información a través de ellas con sus seguidores o contactos, es decir, un 62% 15% y 22% respectivamente.

Basado en lo plasmado en la tabla N° 14, el Gerente de informática como representante de la organización expreso mediante la entrevista, *“Si es una propuesta interesante, las redes sociales son un boom por su uso actualmente... ¡es una moda!... sin embargo, sería una propuesta que se debe plantear muy bien en cuanto al funcionamiento, si las personas utilizan las redes sociales desde su teléfono es más sencillo, pues cada persona tiene las aplicaciones y el acceso que quiere en su móvil... pero si el caso es de darle acceso completo a las aplicaciones desde los computadores de los trabajadores, se tendrían que crear necesariamente políticas para el uso de redes sociales...*

Pero en líneas generales si me gusta esta idea... Las redes sociales son plataformas libres que cualquiera podría instalarlas en su teléfono o en su computador... aprovecharíamos esa ventaja de las redes sociales para el manejo rápido de información dentro de la organización, además que es un medio de información masivo y aquí en este centro de salud se presta mucho ese beneficio, por la cantidad de trabajadores que aquí laboran diariamente y a toda hora”. (Ver Anexo A).

De esta manera la opinión manifestada por los trabajadores y el Gerente de Informática, es de importancia para la investigación al evidenciarse que las redes sociales como herramientas de información involucran actualmente a muchas personas y la información que en ella se maneja se puede transferir,

compartir y difundir con otras personas dentro y fuera de la organización, teniendo esto relación con lo manifestado por Pazmiño (2010: 37) “Las redes sociales son... Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.

Tabla N° 16		
¿Confía en el uso de redes sociales como medios de comunicación?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	94%
No	5	6%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Las redes sociales son herramientas confiables dentro de la organización, ya que la información antes de ser transmitida pasa por un proceso de recopilación y elaboración para luego ser distribuida selectivamente acorde con las necesidades requeridas por la empresa, por lo antes expuesto, queda evidenciado en la tabla N° 16 que un 94% de los encuestados si confía en el uso de las redes sociales como medio información y solo un 6% manifiesta no estar de acuerdo.

Este ítems, es relevante para la investigación considerando que las redes sociales pueden incluirse como un medio de comunicación dentro de los sistemas de información del centro de salud, ya que se evidenció que los trabajadores confían en las mismas para la transmisión y difusión de información, en concordancia con lo expuesto por los autores Laudon y Laudon (2004: 8), quienes indican que los sistemas de información son “un

conjunto de componentes interrelacionados que recolectan (o recuperan), procesan, almacena y distribuyen información para apoyar la toma de decisiones y el control en la organización”. Así como también, lo manifestado por González (2013). “Las redes sociales han dejado de ser un simple espacio de entretenimiento para convertirse en parte importante de la vida de los usuarios”.

El objetivo específico número tres (3) de esta investigación estuvo dirigido en señalar los beneficios que proporciona el uso de redes sociales como herramienta de información hacia los trabajadores desde el área de Nómina del centro de salud, para poder conocer sobre ello se establecieron los indicadores, tiempo, costo y beneficio.

En función de lo anterior, fue pertinente plantear los siguientes Ítems.

Tabla N° 17		
¿Considera que las redes sociales en la organización serian un medio de información rápido?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	84	98%
No	2	2%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Una de las ventajas que conlleva utilizar redes sociales es conseguir la *comunicación en tiempo real*, es por ello, que en la tabla N° 17 se da a conocer cuán importante es hacer uso de redes sociales como medio de información rápido, obteniéndose como resultados que un 98% de la población

estudiada, plantea que a través del uso de redes sociales sería más rápido y efectivo obtener información.

Lapiedra, Devece y Guiral (2011: 17) indican que “Un sistema de información debe difundir la información a otras personas dentro de las empresas, a fin de poder hacer frente con mayor rapidez y éxito a las situaciones que cada día se presentan”. Por otra parte, Vía Multimedia (2011: 1) indica “En Venezuela el uso de las redes sociales se vio incrementado a partir del 2009, cuando ¡explotó el boom! y se les comenzó a ver como un medio para estar informados, informar, y poder expresarse más libremente”.

Por tal motivo, esta indagación es relevante dentro de la investigación, ya que se considera que las redes sociales al momento de transmitir una información en la organización logran involucrar a todos los trabajadores y estos indican a través de los resultados aprobar el uso de redes sociales para recibir una información más rápido.

Tabla N° 18		
¿Cree que la transmisión de información de mayor prioridad entre el área de nómina y trabajadores mejoraría con la incorporación de redes sociales?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	97%
No	3	3%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: En el centro de salud, específicamente en el área de nómina se cumple con una serie de funciones o tareas que involucra atender y responder a las inquietudes de los trabajadores, como por ejemplo: los reclamos referente a sus pagos, por lo tanto, esta gestión implica que la información

solicitada por el trabajador sea tratada con prioridad, como se puede observar que el 97% de los encuestados considera que a través de redes sociales se mejoraría el proceso al momento de difundir cualquier información, de esta manera sería efectivo la interacción dentro de la gestión de personas.

Romero, Alarcón y Gómez, (2011: 1) indican sobre las redes sociales que: “Esta nueva herramienta interactiva entre personas, organizaciones, comunidades, etc. Ha aumentado en los últimos años basándonos en la aparición y crecimiento de esta innovación tecnológica interactiva”.

En este sentido, innovar en el área de nómina del centro de salud, incorporando el uso de redes sociales como herramienta de información significa dar un salto importante al mundo actual en donde cada día emergen nuevos enfoques tecnológicos e informáticos referido a satisfacer necesidades en las personas y en caso específico en los trabajadores que constantemente tienen dudas respecto a sus pagos y remuneraciones.

Tabla N° 19		
Considera que con el uso de redes sociales puede estar en contacto con el área de nómina desde cualquier lugar en que se encuentre		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	90%
No	9	10%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Referente al mejoramiento en las organizaciones, las redes sociales llegan para ser utilizadas como herramientas de información permitiendo que los usuarios interactúen desde cualquier lugar en que se

encuentren, como lo indican los resultados arrojados, donde un 90% de los trabajadores opinan que con el uso de redes sociales si se puede estar en contacto con el área de nómina desde cualquier lugar. Estos resultados tienen concordancia con lo indicado en Nuevas Tendencias (2010: 3) “la última innovación tecnológica que ha aparecido en el puesto de trabajo son las redes sociales”.

Tabla N° 20		
Es rentable hacer uso de redes sociales para estar informado		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	91%
No	8	9%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: En relación a la inversión se puede visualizar que el 91% de los encuestados considera que si es rentable hacer uso de redes sociales para estar comunicado e informado. Estos resultados dejan en evidencia que aun cuando las personas pagan por un servicio de datos móviles o un plan de internet, aseguran ser beneficioso hacer uso de redes sociales, siendo este aspecto importante para la investigación, ya que la estrategia de incorporar redes sociales como herramienta de información se torna factible al conocerse que los empleados hacen uso de esta a pesar de un costo.

Tabla N° 21		
¿Le gustaría recibir información del área de nómina, a través de redes sociales como medio de comunicación?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	84	98%
No	2	2%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 22		
¿Qué información le gustaría recibir del área de nómina?		
Alternativas/Tendencia	Frecuencia	Porcentaje
Notificaciones de pagos	4	5%
Respuestas a dudas	6	7%
Respuesta a reclamos	8	9%
Aprobación o negación de solicitudes realizadas	2	2%
Requisitos solicitados para cumplir un proceso	5	6%
Todas las anteriores	70	81%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: A través de los ítems plasmados en las tablas N° 21 y 22 se dio a conocer que el 98% de los encuestados afirman que si le gustaría recibir información del área de nómina y que esta información este asociada a recibir las notificaciones de pagos, repuestas a dudas, respuestas a reclamos, aprobación o negación de solicitudes realizadas y requisitos solicitados para cumplir un proceso, ya que el 81% de los encuestados (70 personas del total) seleccionaron como opción “Todas las anteriores” que incluye las alternativas antes mencionada.

Hoy en día es imposible ignorar el poder de las Redes Sociales como medio de comunicación, los resultados arrojan que los empleados encuestados consideran que a través de redes sociales pueden mantenerse en contacto con el área de nómina en tiempo real y que se les puede responder a cualquier inquietud en cuanto a los temas de interés antes mencionados. Esto se relaciona con lo planteado por Cruz, quien cita a Díaz (2011: 14). “Las Redes Sociales... ha tenido un incremento importante de uso en nuestro país de más de un 40%... Venezuela muestra su posicionamiento gracias a la masificación de su uso desde el punto de vista comunicacional”.

Tabla N° 23		
Considera que las redes sociales sustituyen los medios de información tradicionales, como carteleras, correo u otros.		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	79	92%
No	7	8%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Tabla N° 24		
¿Estaría de acuerdo en utilizar redes sociales desde su teléfono móvil para comunicarse con el área de nómina de la organización?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	94%
No	5	6%
Total	86	100%

Fuente: Pernalet, Santana y Veliz (2015)

Análisis: Los resultados obtenidos muestran que un 92% de los encuestados está de acuerdo en que las nuevas aplicaciones tecnológicas

como lo son las redes sociales sustituyen los medios tradicionales como medio de información. Asimismo, como otra tendencia los usuarios también hacen uso de redes sociales desde su teléfono móvil para estar conectado con las organización en las que trabajan y esto queda afirmado por la mayoría de los encuestados, donde un 94% del total están de acuerdo en utilizar su teléfono para estar comunicado con el área de nómina del centro de salud.

Para la investigación estos resultados obtenidos son relevante, pues permite conocer que los empleados se ven atraídos por mejorar las formas de comunicación e información, como también se ven interesados en estar en contacto con el área de nómina haciendo uso de estos avances tecnológicos, como lo indica Nuevas Tendencias (2010: 2). “El uso de las redes sociales en el trabajo por parte de los empleados puede, potencialmente, transformar el mundo laboral”.

CONCLUSIONES

Las Redes Sociales se han hecho presentes en el mundo organizacional, convirtiéndose en una estrategia empresarial imposible dejar de utilizar, por considerarse programas y aplicaciones estandarizadas disponibles en Internet, son tecnologías de información que permite a los usuarios entender de manera amigable como hacer uso de ellas, su bajo costo y la facilidad de conectividad hacen de ellas una plataforma de fácil acceso a cualquier información, al alcance de todo el mundo.

La Red actualmente está constituida como una web social que permite comunicarnos, entretenernos y compartir información con gran facilidad, en este nuevo concepto de web, los usuarios han pasado de ser meros receptores de contenidos a ser generadores de información. Las redes sociales, son espacios mediante los cuales es posible que un grupo de personas compartan soluciones y propuestas para necesidades comunes, las mismas permiten definirte como individuo.

El impacto de redes sociales ha transformado profundamente a las sociedades de todo el mundo, son una innovación para la gestión de personas dentro de la organización, el empleo de ellas crea ventajas puesto que su uso dentro de la organización facilita el funcionamiento de la misma a través de una mejor distribución de la información.

Partiendo de lo antes mencionado y con apoyo en fundamentos teóricos sobre el tema, se realizó una investigación para determinar la factibilidad del uso de redes sociales en el área de nómina de una empresa de salud ubicada

en Valencia, estado Carabobo, a fin de conocer que proporcionan como herramienta de información hacia los trabajadores.

En relación a los aspectos más resaltantes del objetivo N° 1 planteado en la investigación referente a identificar el conocimiento que tienen los trabajadores sobre el uso de redes sociales, se concluye que los trabajadores del centro de salud tienen gran interés en utilizar herramientas tecnológicas para estar informados y estos revelan que si conocen redes sociales, evidenciándose que las redes preferidas por estos son el Facebook y el WhatsApp, siendo estas las aplicaciones con el mayor registro por parte de los mismos.

Además, también se logró conocer que los trabajadores manifiestan que visitan las redes sociales diariamente y que el tiempo de conexión que le dedican está comprendido en un periodo de tiempo entre 1 y 2 horas, esto lo realizan por estar motivado a estar en contacto con familiares y amigos, estar informado, por recreación/entretenimiento y relaciones laborales.

En cuanto a los aspectos evaluados en el objetivo N° 2, el cual estuvo orientado a verificar las herramientas tecnológicas que dispone la organización para el uso de redes sociales como medio de información. Se pudo conocer que la misma cuenta con aproximadamente 700 computadores distribuidos en todo el centro de salud asignados a la mayoría de los empleados, así como también, cuentan con aproximadamente 20 antenas de señal Wifi (plataforma Wifi) para que los trabajadores tengan acceso a internet a través de esta señal desde su teléfono móvil o equipo tecnológico.

Esta información recopilada a través de la entrevista semi-estructurada al Gerente de informática del centro clínico, (ver anexo A) permitió conocer también que la organización cuenta con un sistema de correo electrónico corporativo Outlook para la transmisión de información, pero solo dentro de la organización.

Estos aspectos, que también fueron consultados entre los trabajadores permitió verificar la existencia de herramientas que permitan el uso de redes sociales, al revelarse que la mayoría de los mismos manifiesta tener un computador asignado, en donde tiene acceso a internet, en algunos caso con restricciones de privacidad, así como también, disfrutan de una señal wifi disponible en ciertas áreas de la clínica para acceder a cualquier aplicación desde su teléfono u otro equipo que permita este acceso. Sin embargo, es preciso destacar que aun así cuando la mayoría disfruta de estos beneficios, no todos los trabajadores tienen acceso a aplicaciones de redes sociales bien sea por que no tienen un computador o no tienen acceso a la señal wifi.

Por otro lado, los trabajadores manifestaron que las redes sociales al incorporarse como herramientas o canales de comunicación mejorarían los sistemas para transmitir información que actualmente se aprecian entre el área objeto de estudio y los trabajadores, así como también, se conoció que la mayoría de los trabajadores confían en la incorporación y uso de estas, a fines de que la información se distribuya sin transformaciones, ni obstáculos.

En lo que respecta al objetivo N° 3 del presente trabajo de investigación, el cual fue señalar los beneficios que proporciona el uso de redes sociales como herramienta de información hacia los trabajadores desde el área objeto de estudio. Se detectó que estos beneficios están asociados con el tiempo,

rentabilidad, tendencia e innovación, conociéndose que para la organización y la mayoría de los trabajadores consideran que las redes sociales son ventajosas en función de:

- ✓ Las redes sociales son herramientas eficaces por transmitir información en tiempo real, con prioridad definida por la empresa, permitiendo que desde cualquier lugar los usuarios reciban y emitan cualquier información.
- ✓ El uso de las redes sociales es de vital importancia para cualquier organización que procese, transmita o difunda información.
- ✓ Los usuarios en su mayoría consideran interesante también recibir información desde el área de nómina referente a: notificaciones de pagos, respuestas a dudas, respuesta a reclamos, aprobación o negación de solicitudes realizadas y requisitos solicitados para cumplir un proceso.
- ✓ Las redes sociales tienen un impacto profundo en el trabajo a nivel mundial, en función de estrategias gerenciales que trasformen la manera de comunicarse y estar informado con el entorno.
- ✓ Considerar redes sociales con estructuras que posibiliten el diálogo directo con los usuarios de la empresa, puede brindar una mejora en las formas de atender y responder de manera rápida y eficazmente a las situaciones que cada día se presentan en la organización.
- ✓ Las redes sociales pueden ayudar de manera positiva al crecimiento del negocio si se utiliza adecuadamente, ya que este tipo de método de distribución de información utiliza procesos simples.

En este sentido, se concluye que actualmente las redes sociales en Internet ocupan un lugar importante en la vida cotidiana de la mayoría de los trabajadores encuestados y por lo tanto, el área de nómina de la empresa objeto de estudio, puede tomar en consideración esta tendencia a fin de afianzar sus estrategias de comunicación e información, en vista que los resultados de la investigación permitieron demostrar que es factible hacer uso de estas, ya que los trabajadores del centro de salud tienen conocimiento y usan redes sociales y confían en las redes para la transmisión y difusión de información.

Además, la organización cuenta con las herramientas y equipos necesarios para la incorporación y hacer uso de estas aplicaciones tecnológicas, para aprovechar los beneficios y ventajas que ofrecen en función del tiempo y alcance para transmitir información y como tendencia e innovación para los sistemas de información y comunicación en la empresa.

El impacto de las redes sociales seguirá creciendo; son una tendencia que ha transformado las formas de comunicarse y estar informado, cada vez dependeremos más de las Nuevas Tecnologías y hasta será preciso pertenecer a una red social para expandir nuestros horizontes y conocer personas con diferente cultura e idioma, entre otras cosas. Este tema hoy por hoy, causa interés en expertos, aficionados, políticos, investigadores y empresarios en torno al poder de la conectividad, el procesamiento, manejo y difusión de información.

RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones anteriormente planteadas, a lo que se llegó con esta investigación, es importante resaltar algunas sugerencias para la empresa objeto de estudio, esperando que sean de utilidad para mejorar la gestión de persona en cuanto a la difusión de información en el área de nómina, así como se espera que sea de utilidad para otros investigadores interesados por el tema tratado en este trabajo de grado.

A continuación se presentan las recomendaciones sugeridas por los investigadores:

- ✓ Adoptar las redes sociales como medio de comunicación confiable para mejorar las estrategias gerenciales enfocadas a la gestión de persona desde el área de nómina.
- ✓ Ampliar el acceso a señal wifi, para que todos los trabajadores puedan hacer uso de las aplicaciones desde su teléfono móvil.
- ✓ Instalar al menos un computador con acceso a internet en todas las áreas del centro de salud, para los trabajadores que no tienen un ordenador propio dentro de la misma.
- ✓ Fomentar el uso de redes sociales en los trabajadores, para mejorar la rapidez en la trasmisión de información.
- ✓ Capacitar a los trabajadores mediante charlas o talleres para ampliar el conocimiento referente al uso de redes sociales.

- ✓ Crear política y normas para que el uso de la red y sus aplicaciones tecnológicas, sean utilizadas de manera correcta y segura por los usuarios.
- ✓ De incorporar redes sociales en la empresa, se sugiere considerar las aplicaciones como Facebook, WhatsApp y Twitter, como medio de información.
- ✓ De utilizar el Facebook, WhatsApp y Twitter, como medios de información, definir los temas puntuales que se tratarán por esta vía de comunicación.
- ✓ Promover a través de las redes sociales actividades que permitan también la interacción cara a cara entre la empresa y sus trabajadores, con el fin de consolidar las relaciones de trabajo.

LISTA DE REFERENCIA

Arias, Fidas (2006). **El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica.** Editorial Episteme, C. A. Quinta edición. Caracas, Venezuela.

Arnold, Marcelo y Osorio, Francisco (1998). **Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas.** Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Sistema de Información Científica. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10100306> Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo.

Aroca, África (1999). **Proceso de elaboración de instrumentos de recolección de datos.** S. L.: Ediciones UPEL/IMPM. Caracas.

Báez, Juan y Pérez de Tubela (2007). **Investigación Cualitativa.** Libro en línea. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=7IVYmVI96F0C&pg=PA97&dq=entrevista+semiestructurada&hl=es-419&sa=X&ei=8YVDVcSaH8qmNtiSgdAM&ved=0CDMQ6AEwBA#v=onepage&q=entrevista%20semiestructurada&f=false> Consulta: 2015, Mayo 01. Carabobo.

Balestrini, Mirian (2006). **Como se Elabora el Proyecto de Investigación.** Séptima edición. VL Consultores Asociados. Caracas.

Bootello, Ricardo (2008) **Sistema de Información.** Documento en línea. Disponible en: http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45842/componente45840.pdf Consulta: 2015, Abril 18. Carabobo

Cabero, Julio (1998) **Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas.** Granada: Grupo Editorial Universitario.

Cebrián, Mariano (2008). **La Web 2.0 como red social de comunicación e información.** Documento en línea. Disponible en: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_14/Sum/4-04.pdf
Consulta: 2015, Abril 23. Carabobo

Cejas, Magda. Chirinos Nilda (2014). **La Gestión de Recursos Humanos un Enfoque Estratégico.** Editado por la dirección de medios y publicaciones de la Universidad de Carabobo. Primera edición.

Chiavenato, Idalberto (2002). **Gestión del talento humano.** Mc Gran Hill. Caracas. Primera edición.

Cruz, Jorge (2011). **Herramientas de la Web 2.0 Aplicadas a la Biblioteca Virtual UCV Caso: Facebook.** Trabajo de licenciatura en línea. Presentado como requisito de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad Central de Venezuela para optar al Título de Licenciado en Bibliotecología. Disponible en: <http://saber.ucv.ve/xmlui/bitstream/123456789/1042/1/tesis.pdf> Consulta: 2015, Mayo 01. Carabobo

Dans, Enrique (s.f). **La Empresa y la 'WEB 2.0'.** Artículo en Línea. Disponible en: http://www.profesores.ie.edu/enrique_dans/download/web20-HDMV.pdf
Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo.

Delgado de Smith, Yamile (2013). **La Investigación Social en Proceso: Ejercicios y Respuestas.** Editada por: Dirección de medios y Publicaciones de la Universidad de Carabobo, Bárbula. 2^{da} reimpresión de la tercera edición.

Delgado de Smith Yamile, Colombo Rodríguez Leyda, Orfila Vilera Rosmel. (2003). **Conduciendo la Investigación.** Editorial Comala.com. Caracas. Segunda edición.

Díaz, Martín (2013). **¿Cuánto tiempo le dedicamos a las redes sociales?** Blogspot en Línea. Disponible en: <http://soloclics.blogspot.com/2013/07/cuanto-tiempo-le-dedicamos-las-redes.html> Consulta: 2015, Mayo 01. Carabobo

Etcétera (2011). **El 20% del tiempo que pasan las personas en Internet es para redes sociales.** Blog en Línea. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/vinculos-2-0-internet-vinculos-personales-y-redes-sociales/> Consulta: 2015, Mayo 05. Carabobo

Franco, Julieta (2010). **Herramientas Tecnológicas.** Artículo en Línea. Disponible en: <http://herramientastecnologicasjafp10.blogspot.com/2010/03/definicion-herramientas-tecnologicas.html> consulta: 2015, Mayo 01. Carabobo

García, Lorenzo (2007). **¿Web 2.0 vs Web 1.0?** Artículo en línea. Disponible en: <http://ddd.uab.cat/pub/dim/16993748n10/16993748n10a4.pdf> Consulta: 2015, Abril 23. Carabobo

García, Noelia (2013). **Presencia de las Redes Sociales y Medios de Comunicación: Representación y Participación Periodística en el Nuevo Contexto Social.** Trabajo de Tesis Doctoral en línea. Disponible en: <http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/2336/P.T.D.PROV26.pdf> . Consultado: 2015, Mayo 2. Carabobo

González, Fernanda (2013). **Redes Sociales en 2013.** Revista Merca 2.0. Artículo en Línea. Disponible en: <http://www.merca20.com/redes-sociales-en-2013>. Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo.

Hernández, Alejandro (2003). **Los sistemas de Información: Evolución y Desarrollo.** Artículo en línea. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=793097> . Consultado: 2015, Mayo 08

Hurtado de Barrera, Jaqueline (2008). Sexta edición, **El Proyecto de Investigación.** Editorial Quirón. Caracas.

Hurtado León, Iván y Toro Garrido, Josefina (2007). **Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios.** Libro en línea. Disponible: <http://books.google.es/books?id=pTHLXXMa90sC&pg=PA83&dq=marco+teorico+referencial&hl=es&sa=X&ei=v3RpUspfSB9K4kQfWt4GoAQ&ved=0CDEQ>

[6AEwAA#v=onepage&q=marco%20teorico%20referencial&f=false](#) Consulta: 2015, Mayo 01. Carabobo

Instituto Nacional de Tecnología Educativas y de Formación de Profesorado (s.f.). **Multimedia y Web 2.0**. Artículo en línea. Disponible en: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacion_blog/concepto_de_web_20.html consulta: Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo.

Johansen (2004:14). **Introducción a la Teoría General de Sistema**. Limusa Noriega Editores. México.

Lapiedra, Rafael; Devece, Carlos y Herrando, Joaquín (2011). **Introducción a la Gestión de los Sistemas de Información en la Empresa**. Documento en línea. Disponible: <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/s53.pdf> . Consultado: 2015, Mayo 08

Laudon, Kenneth y Laudon, Jane (2004). **Sistemas de Información Gerencial**. Libro en línea. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=KD8ZZ66PF-gC&pg=PA43&dq=sistemas+de+informacion+gerencial&hl=es&sa=X&ei=gKNMVcLxJbDfsASMv4GICA&ved=0CCwQ6AEwAg#v=onepage&q=sistemas%20de%20informacion%20gerencial&f=false> . Consultado: 2015, Mayo 08

Medraño (2013). **La Velocidad del Cambio en Redes Sociales**. Revista Concepto 05 en línea. Disponible en: <http://www.concepto05.com/2013/02/redes-sociales-velocidad-cambio-novedes/>. Consulta. 2015, marzo 28. Carabobo.

Mejía, Oti (2012). **Uso de las Redes Sociales como Media Comercial**. Trabajo de Tesis en Línea. Previo a optar por el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1059.pdf Consulta: 2015, Abril 17. Carabobo

Merlo, José (2008). **Las diez claves de la Web Social**. Artículo en línea. Disponible en: <http://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/31985/16982> Consulta: 2015, Abril 23. Carabobo

Mouriz, Joaquín (2008). **Web 2.0 y Empresa. Manual de aplicación en entornos corporativos**. Documento en línea. Disponible en: <http://www.a-nei.org/documentos/Web%20-0%20y%20Empresa.pdf> Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo.

Miratía, Omar (2011). **Teoría General de Sistema. Conceptos**. Blogs en línea. Disponible en: <http://es.slideshare.net/omiratia/teora-general-de-sistemas-conceptos-6595080> Consulta. 2015, Mayo 05

NorfiPC (s, f). **Las Redes Sociales más Populares y Exitosas de Internet**. Artículo en Línea. Disponible en: <http://norfipc.com/internert/redes-sociales-mas-populares-exitosas-internet.html> Consulta. 2015, Mayo 05

Nuevas Tendencias (2010). **Redes Sociales y Empresa, Cómo Aprovechar el Poder de los Social Media**. Artículo en Línea. Disponible en: https://candidate.manpower.com/wps/wcm/connect/58d6608044681889a28ee462cdd5e41/2Social_Networking.pdf?MOD=AJPERES Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo.

O'Brien, James y Marakas, George (2006). **Sistemas de Información Gerencial**. Libro en línea. Disponible en: http://www.academia.edu/8304620/SISTEMAS_DE_INFORMACI%C3%93N_GERENCIAL_SISTEMAS_DE_INFORMACI%C3%93N_GERENCIAL_S%C3%89PTIMA_EDICI%C3%93N . Consultado: 2015, Mayo 08. Carabobo

Oracle (2008). **Web 2.0 para la Empresa: Estableciendo las Bases del Éxito**. Revista ORACLE. Documento en Línea. Disponible en: <http://www.oracle.com/technetwork/es/documentation/317552-esa.pdf>. Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo

Osuna, Rosario (1999). **La Teoría General de Sistemas y su Aplicación a los Servicios de Información Documentales**. Documento en Línea. Disponible en: <http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F51191.pdf&ei=QiK0VPyMEoHOgwSXyYGQAQ&usg=AFQjCNHOxvFjXp4wBc7mQPmlRqKhmTaR6w&sig2=y7vUKF9EuL5rIfLgFefobQ>. Consulta: 2015, Enero 07. Carabobo.

Pazmiño, Patrick (2011). **Cómo aprovechar las redes sociales en la educación superior (Institutos Tecnológicos Fiscales)**. Trabajo de Grado en Línea. Disponible en: https://scholar.google.es/scholar?q=C%C3%B3mo+aprovechar+las+redes+sociales+en+la+educaci%C3%B3n+superior+%28Institutos+Tecnol%C3%B3gicos+Fiscales%29&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5 Consulta: 2015, Mayo 01.

Pazmiño, Priscila (2010). **El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana**. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.

Paradas, Yerit (2012). **Aprendizaje a Través del uso de las Herramientas Tecnológicas Web 2.0 en Estudiantes de Tercera etapa de Educación Básica**. Trabajo de Grado en Línea. Disponible en: <http://produccion-uc.bc.uc.edu.ve/documentos/trabajos/700035A8.pdf> Consulta: 2015, Mayo 01. Carabobo.

Periano, Fernando y Suarez Diana (2006). **TICS y Empresas: Propuestas Conceptuales para la Generación de Indicadores para la Sociedad de la Información**. Documento en línea. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/jistm/v3n2/04.pdf> consulta: 2015, Abril 19. Carabobo

Ponce, Isabel (2012). **Monográfico: Redes Sociales - Definición De Redes Sociales**. Observatorio Tecnológico - España. Disponible: <Http://Recurso.stic.Educacion./Observatorio/Web/Es/Internet/Web-20/1043-RedesSociales?Start=1>. Consulta: 2014, Noviembre 17. Carabobo.

Ramos, Alicia y Román Antonio (2009). **Web 2.0 Y Su Camino Hacia La Empresa 2.0. Universidad, Ciencia y Tecnología WEB 2.0 y su Camino hacia la Empresa 2.0.** Documento en Línea. Disponible en http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316%AD48212009000200013&lang=es. Consulta: 2015, Enero 06. Carabobo

Rey de Polanco, Nerza (2013). **Planificación y Desarrollo del Talento Humano. Enfoque Teórico Práctico.** Editorial de Medios y Publicaciones. 1^{era} Reimpresión de la primera edición. Universidad de Carabobo, Venezuela.

Ribes, Xavier (2007). **La Web 2.0, El valor de los Metadatos y de la Inteligencia Colectiva.** Artículo en línea. Disponible en: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp@idarticulo=2&rev=73.htm> Consulta: 2015, Abril 23. Carabobo

Ríos, Martha; Toledo, José; Campos, Ofelia y Alejos, Alicia (2009). **Nivel de Integración de las Tics en las Mi pymes, un Análisis Cualitativo.** Documento en línea. Disponible en: <http://admon.itc.mx/ojs/index.php/panorama/article/viewFile/150/161> Consulta: 2015, Abril 19. Carabobo

Romero, Carlota; Alarcón, María y Gómez, Miguel (2011). **Adopción de Redes Sociales Virtuales: ampliación del modelo de aceptación tecnológica integrando confianza y riesgo percibido.** Artículo en línea: disponible en: http://apps.elsevier.es/watermark/ctl_servlet?f=10&pident_articulo=90021425&pident_usuario=0&pcontactid=&pident_revista=324&ty=14&accion=L&origen=zonadelectura&web=www.elsevier.es&lan=es&fichero=324v14n03a90021425pdf001.pdf. Consulta: 2014, Diciembre 22. Carabobo.

Ron, Gabriela (2012). **Redes Sociales en Internet para la Aplicación de Estrategias de Promoción de Ventas y Fidelización Caso Estudio: Essence Photolmaging, C. A.** Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de Magíster en Administración de Empresas Mención Mercadeo. Universidad de Carabobo. Bárbula.

Santiago, Raúl y Navaridas, Fermín (2012). **La Web 2.0 en Escena**. Artículo en línea. Disponible en: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p41/02.pdf> Consulta: 2015, Abril 23. Carabobo

Sarbach, Eugenia (2012). **Redes Sociales. Como Impactan en las Relaciones Publicas y en la Comunicación Online**. Trabajo de Grado en Línea. Para optar por título de Licenciada en Relaciones Publicas. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/1508.pdf Consulta: 2015, Abril 17. Carabobo

Serrano, Jorge (2006). **Pasado, presente y futuro de la web 2.0 en servicio de información digital**. Artículo en línea. Disponible en: <http://bid.ub.edu/pdf/17serra2.pdf> Consulta: 2015, Abril 23. Carabobo

Tendencias Digitales (2012). **Penetración de Internet en Venezuela**. Artículo en línea. Disponible: <http://tendenciasdigitales.com/1433/la-penetracion-de-internet-en-venezuela-alcanza-40-de-la-poblacion/>. Consulta: 2014, Noviembre 20. Carabobo.

Teodoro, Juan (1999). **Sistemas de Información para el seguimiento de Proyecto de Agua (Caso: SEDULEEP)**. Tesis en línea. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lis/teodoro_v_jc/capitulo_4.html# . Consultado: 2015, Mayo 08

Thuer, Sebastián (2012). **Mapa Mundial de las Redes Sociales: El Uso más Intensivo está en América Latina**. Blog en Línea. Disponible en: <https://www.thuer.com.ar/blog/2012/mapa-mundial-redes-sociale> Consulta: 2015, Mayo 05. Carabobo

Ueki, Yasushi; Tsuji, Masatsugu y Carcamo, Rodrigo (2005). **Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental**. Documento en línea. Disponible en: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3610/S2005047.pdf?sequence=1> consulta: 2015, Abril 19. Carabobo

Vía Multimedia (2011). **Las Redes Sociales como Motor de Internet en Venezuela** Documento en Línea. Disponible en: <http://viamultimedia.tumblr.com/day/2011/03/17>. Consulta: 2015, Febrero 14. Carabobo.

Visón, Iván (2010). **Impacto de la Promoción Realizada por las Empresas Dominicanas a través de las Redes Sociales Facebook y Twitter, Desde La Perspectiva de los Usuarios**. Trabajo de Investigación Profesional presentado como requisito para optar por el grado de Licenciado en Mercadotecnia. Pontificia Universidad Católica Madre Y Maestra. Santiago de los Caballeros, República Dominicana.

Zamora, Marcelo (2006). **Redes Sociales en Internet**. Artículo en línea. Disponible en. <http://www.maestrosdelweb.com/redessociales/> consulta: 28 de Marzo 2015

ANEXOS

ANEXO A
Entrevista Semi-estructurada

<i>Entrevista Semi-estructurada</i> <i>Instrumento Aplicado al Gerente del Departamento de Informática</i>	
Entrevistadores	Gerente del Departamento de Informática
Preguntas	Respuestas
<i>Usa redes sociales para estar informado y comunicado</i>	Sí, me gusta mucho utilizar las redes sociales, especialmente, tengo cuenta en el Facebook y twitter, y las uso frecuentemente.
<i>¿Cuenta la organización con plataforma tecnológica como medio de información?</i>	Si, la organización cuenta como medio de información el uso de correo electrónico interno, se cuenta con una plataforma de correo Outlook corporativo, por este medio se informa a la mayoría de los trabajadores, casi un 90%, ¡claro! Es preciso decir que no todos tienen acceso a este, ya que no cuentan con un computador propio.
<i>¿Qué tipo de herramientas tecnológicas se usan para el manejo de información y comunicación?</i>	Bueno... las herramientas tecnológicas dentro de la clínica son muchas, por ser una empresa de servicios de salud se cuenta con gran cantidad de equipos y sistemas tecnológicos para ofrecer un buen servicio, sin embargo propiamente herramientas tecnológicas para estar informado o manejo de información internamente, se utilizan los computadores asignados a cada personal. Y a través de ello se tiene aplicaciones como es el sistema de correo Outlook.
<i>¿Aproximadamente cuantos equipos tecnológicos tiene la empresa en uso?</i>	Se cuenta con aproximadamente 700 computadores en funcionamiento distribuidos en toda la clínica, que cabe destacar que estos ordenadores cuentan con excelentes procesadores y software que permite que se trabaje rápido., la clínica también tiene varias antenas de señal Wifi para el acceso a internet, aproximadamente 20 antenas distribuidas en toda la clínica, así mismo bueno tenemos teléfono fijos, inalámbricos, fax, entre otros.

Entrevistadores	Gerente del Departamento de Informática
Preguntas	Respuestas
<p><i>¿Existe en la organización aplicaciones tecnológicas que permitan la transmisión de información a todos los trabajadores?</i></p>	<p>No, solo contamos con el correo electrónico Outlook.</p>
<p><i>¿Existe conexión a internet en los ordenadores de los trabajadores?</i></p>	<p>Si, en la mayoría de los computadores de los trabajadores se tiene acceso a internet, casi el 70% de los trabajadores que tienen ordenadores asignado tienen acceso, claro este acceso es con algunas restricciones de privacidad.</p>
<p><i>¿La empresa tiene plataforma WIFI para el uso de los trabajadores?</i></p>	<p>Si se cuanta, como te mencione antes con acceso a internet a través de señal Wifi, existen aproximadamente 20 antenas de señal distribuidas en toda la empresa, claro la mayoría de estas señales están bloqueadas... es solo para uso interno.</p>
<p><i>¿Considera importante implementar el uso de redes sociales como herramientas de Información?</i></p>	<p>Si es una propuesta interesante, las redes sociales son un boom por su uso actualmente... ¡es una moda!... sin embargo, sería una propuesta que se debe plantear muy bien en cuanto al funcionamiento, si las personas utilizan las redes sociales desde su teléfono es más sencillo, pues cada persona tiene las aplicaciones y el acceso que quiere en su móvil... pero si el caso es de darle acceso completo a las aplicaciones desde los computadores de los trabajadores, se tendrían que crear necesariamente políticas para el uso de redes sociales... Pero en líneas generales si me gusta esta idea... Las redes sociales son plataformas libres que cualquiera podría instalarlas en su teléfono o en su computador... aprovecharíamos esa ventaja de las redes sociales para la manejo rápido de información dentro de la organización, además que es un medio de información masivo y aquí en este centro de salud se presta mucho</p>

	ese beneficio, por la cantidad de trabajadores que aquí laboran diariamente y a toda hora.
--	--

Entrevistadores	Gerente del Departamento de Informática
Preguntas	Respuestas
<i>¿Considera que podría ser rentable hacer uso de redes sociales como medios de comunicación?</i>	Si, por supuesto las redes sociales son creadas y están allí circulando en la internet, hoy en día considero particularmente que la mayoría de las personas cuentan con perfiles en muchas redes sociales, por lo menos en Facebook y Twitter... éstas redes sociales al descargarlas o registrarse no cuestan nada. Desde el punto de vista de implementar el uso de estas, si considero que sea rentable porque ya la organización cuenta con las herramientas tecnológicas para adoptar el uso de redes... claro y hago énfasis en esto y es que el uso se debe implementar bajo norma y ciertas políticas de privacidad y uso para sacar provecho de estas aplicaciones libres de información que proporciona el internet. ¡Quiero decir, que hay que saber darle uso!
<i>Considera que la difusión de información sería más rápida a través de redes sociales</i>	Si, las redes sociales siempre te mantienen informado. Me atrevo a decir que la mayoría de las personas revisan a cada momento sus perfiles en las redes sociales en la que se encuentran registrado para ver qué está pasando o para averiguar algo... hoy en día uno publica algo desde cualquier red y se entera todo el mundo (risas).
<i>¿Cree confiable hacer uso de redes sociales para la transmisión de información desde el área de nómina?</i>	Si, en cierto modo y dependiendo de la información, si es una información que queremos publicar a la vista e interés de todos funciona excelente las redes sociales... pero si es una información más privada es preferible utilizar el modo de mensaje privado de las redes sociales. “creo que la mayoría de las redes sociales tienen esta opción de escribir en privado también”.

Entrevistadores	Gerente del Departamento de Informática
Preguntas	Respuestas
<p><i>¿Cree necesario que la organización invierta en el uso de redes sociales como herramientas de información?</i></p>	<p>La organización ya cuenta con el Outlook y por allí se informan y se comunican los trabajadores....</p> <p><i>Entrevistador (Pero es solo de uso interno)</i></p> <p>Ah!.. Bueno eso si desde ese punto de vista el uso de redes sociales en este caso, permitiría que la información en cualquier momento del día se pueda transmitir y que el trabajador aun cuando este laborando o este libre (día de descanso)... pueda recibir cualquier información... claro eso si el trabajador tiene en funcionamiento redes sociales en su teléfono o en su defecto si tiene internet en su casa. Usar las redes sociales como herramientas para informar a los trabajadores y que esto a través de ellas se mantengan en contacto con la empresa... desde esa perspectiva es una inversión que es considerable hacer, creo que la inversión como tal sería más en hacer énfasis en cómo darle el verdadero uso con todo los trabajadores.</p>

ANEXO B

Modelo del Instrumento Aplicado



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Fecha __/__/__

Cuestionario

El presente instrumento tiene como fin recopilar información, sobre la factibilidad del Uso de Redes Sociales como Herramientas de Información en una Empresa de Salud del Estado Carabobo; para ello se les pide contestar las siguientes preguntas a una muestra representativa del total de trabajadores. La información suministrada será manejada con confiabilidad.

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente cada una de las preguntas.
- Utilice bolígrafo para llenar el cuestionario.
- Tilde la respuesta que usted considere adecuada (En algunos casos es posible escoger más de una (1) opción).
- No deje preguntas en blanco.

A continuación se presentan 24 preguntas
Agradecemos su colaboración y Sinceridad...

Nº	Ítems
1	"Las herramientas tecnológicas son programas y aplicaciones que se utilizan para estar informado y comunicarse". En función a esto; indique el interés que te produce utilizar la misma como medio de información. __Nada __Poco __Bastante __Mucho
2	"Las redes sociales son aplicaciones tecnológicas desarrolladas para estar informado con el uso de la Internet", en este sentido. ¿Conoce al menos una red social en Internet? __Sí __No

N°	Ítems
3	<p>De ser afirmativa su respuesta, marque que redes sociales en Internet conoce: (puedes seleccionar más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Blackberry Messenger</p>
4	<p>¿En qué redes sociales se encuentra usted registrado? (puedes seleccionar más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Blackberry Messenger</p>
5	<p>¿Con que frecuencia hace uso de redes sociales?</p> <p><input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensualmente <input type="checkbox"/> Algunas veces <input type="checkbox"/> Siempre</p>
6	<p>¿Qué tiempo le dedica a las redes sociales cada vez que se conecta?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 1 hora <input type="checkbox"/> De 1 a 2 horas <input type="checkbox"/> Más de 2 horas</p>
7	<p>¿Tiene al menos una red social asociada a su teléfono móvil?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
8	<p>De ser afirmativa su respuesta, anterior indique ¿cuál? (puedes seleccionar más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Blackberry Messenger</p>
9	<p>Su interés en las redes sociales está motivado a: (puedes seleccionar más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Estar en contacto con familiares y amigos <input type="checkbox"/> Relaciones laborales <input type="checkbox"/> Estar informado <input type="checkbox"/> Recreación /Entretenimiento <input type="checkbox"/> Todas las anteriores</p>
10	<p>¿Qué equipos tecnológicos dispone usted para conectarse a Internet dentro de la Organización?(puedes seleccionar más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Computadora <input type="checkbox"/> Laptop <input type="checkbox"/> Teléfono móvil <input type="checkbox"/> Todas las anteriores <input type="checkbox"/> Ninguno de las anteriores</p>

N°	Ítems
11	<p>Con los equipos tecnológicos de la organización, tiene usted acceso a las siguientes aplicaciones tecnológicas: (puedes seleccionar más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Blackberry Messenger</p>
12	<p>La organización tiene algún sistema o programa que le permita estar informado siempre</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
13	<p>Tiene la organización conexión WI-FI para usted acceder a las aplicaciones desde su teléfono móvil</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
14	<p>¿Cree importante incorporar redes sociales a la organización como herramienta de información?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
15	<p>¿Comparte información de interés a través de redes sociales con sus contactos o seguidores?</p> <p><input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> Algunas veces <input type="checkbox"/> Eventualmente <input type="checkbox"/> Casi nunca <input type="checkbox"/> Nunca</p>
16	<p>¿Confía en el uso de redes sociales como medios de comunicación?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
17	<p>¿Considera que las redes sociales en la organización serían un medio de información rápido?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
18	<p>¿Cree que la transmisión de información de mayor prioridad entre el área de nómina y trabajadores mejoraría con la incorporación de redes sociales?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
19	<p>Considera que con el uso de redes sociales puede estar en contacto con el área de nómina desde cualquier lugar en que se encuentre</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>
20	<p>Es rentable hacer uso de redes sociales para estar informado</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>

N°	Ítems
21	<p>¿Le gustaría recibir información del área de nómina, a través de redes sociales como medio de comunicación?</p> <p style="text-align: center;">__Sí __No</p>
22	<p>¿Qué información le gustaría recibir del área de nómina?</p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Notificaciones de pagos <input type="checkbox"/> Respuestas a dudas <input type="checkbox"/> Respuesta a reclamos <input type="checkbox"/> Aprobación o negación de solicitudes realizadas <input type="checkbox"/> Requisitos solicitados para cumplir un proceso <input type="checkbox"/> Todas las anteriores </p>
23	<p>Considera que las redes sociales sustituyen los medios de información tradicionales, como carteleras, correo u otros.</p> <p style="text-align: center;">__Sí __No</p>
24	<p>¿Estaría de acuerdo en utilizar redes sociales desde su teléfono móvil para comunicarse con el área de nómina de la organización?</p> <p style="text-align: center;">__Sí __No</p>

¡Gracias!...

ANEXO C

Validación del Instrumento



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Juicio del Experto

Yo Fredoy Pinto Portador(a) de la Cedula de identidad N° V- 16773022, profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, adscrito a la cátedra de: Estadística y Procesos de Datos, hago Constar por medio de la presente, que analice, revise y evalúe exhaustamente el instrumento de recolección de datos del Trabajo de Grado Titulado: "Uso de Redes Sociales como Herramientas de Información en una Empresa de Salud del Estado Carabobo". Realizado por los bachilleres; Pernaleta Deliana, Santana Oskarina, Veliz Amubil: Arrojando el siguiente resultado: Valido, debido a que el mismo es idóneo para la recolección de información.

Atentamente

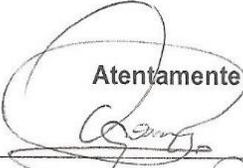
Prof. Fredoy Pinto



Juicio del Experto

Yo German R. Ospino S. Portador(a) de la Cedula de identidad N° V- 5374568, profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, adscrito a la cátedra de: Estadísticas y Procesamientos hago Constar por medio de la presente, que analice, revise y evalúe exhaustamente el instrumento de recolección de datos del Trabajo de Grado Titulado: "Uso de Redes Sociales como Herramientas de Información en una Empresa de Salud del Estado Carabobo". Realizado por los bachilleres; Pernalette Deliana, Santana Oskarina, Veliz Amubil: Arrojando el siguiente resultado: Valido, debido a que el mismo es idóneo para la recolección de información.

Atentamente


Prof. German R. Ospino



Juicio del Experto

Yo José Luis Tomagolla Portador(a) de la Cedula de identidad N° V- 16448410, profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, adscrito a la cátedra de: Estadística, hago Constar por medio de la presente, que analice, revise y evalúe exhaustamente el instrumento de recolección de datos del Trabajo de Grado Titulado: "Uso de Redes Sociales como Herramientas de Información en una Empresa de Salud del Estado Carabobo". Realizado por los bachilleres; Pernalette Deliana, Santana Oskarina, Veliz Amubil: Arrojando el siguiente resultado: Valido, debido a que el mismo es idóneo para la recolección de información.

Atentamente

Prof.

José Luis Tomagolla

ANEXO D

Estudio de Confiabilidad Índice por Correspondencia

Título del Trabajo de Investigación: Uso de Redes Sociales Como Herramientas de Información en una Empresa de Salud del Estado Carabobo

Autores: Pernalete, Deliana C.I. V-18.531.090
Santana, Oskarina C.I. V- 16.185.234
Veliz, Amubil C.I. V- 22.412.127

Para el cálculo del coeficiente de confiabilidad, se trabajó con una muestra piloto de diez (10) personas, a las que se les aplicó el referido instrumento de recolección, para determinar la efectividad de la recolección de la información.

Índice = $\frac{\text{N}^\circ \text{ preguntas contestadas correctamente}}{\text{N}^\circ \text{ total de Preguntas}} \times 100$

$$\text{ÍNDICE} = \frac{236}{240} = 0,983 \approx 0.98$$

Índice = $0,98 \times 100\% = 98\%$ de confiabilidad

El índice por correspondencia se mide entre cero y uno (0 – 1) mientras más cerca de uno (1), mayor es la confiabilidad. Para muestras pequeñas y cuestionarios con pocas preguntas, si el índice es mayor de noventa por ciento (>90%), se establece que es un instrumento ideal. Por lo tanto el instrumento presenta 98% confiabilidad.