

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES

INFORME TÉCNICO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Tendencias en el uso de la Tecnología Social en las Organizaciones. El caso de
las IES

GICSE

MAYO 2018
BUCARAMANGA

Informe Técnico del Proyecto de Investigación
Tendencias en el uso de la Tecnología Social en las Organizaciones. El caso de
las IES

Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander
Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas
PBX 64130000 Telefax 6447777
Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
1. OBJETIVOS.....	5
2.1. Objetivo general.....	5
2.2. Objetivos específicos	5
2. DURACIÓN.....	5
3. ACTIVIDADES REALIZADAS.....	6
4. INDICADORES VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS ... ¡Error! Marcador no definido.	
5. MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	9
6. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	10
7. REFERENCIAS.....	11

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA PROYECTO CÓDIGO XXX				
Título	Tendencias en el uso de la Tecnología Social en las Organizaciones. El caso de las IES			
Investigador principal	Alba Patricia Guzmán Duque PhD		Código	30.329.089
	Email	aguzman@correo.uts.edu.co	Celular	3165363774
Datos del investigador			Código	
	Email		Celular	
Datos del investigador			Código	
	Email		Celular	
Datos del investigador			Código	
	Email		Celular	
Grupo de investigación	GICSE			
Línea de Investigación	TIC EN LAS EMPRESAS Y EN LA EDUCACION			
Lugar y fecha de ejecución	Bucaramanga, Santander, Colombia			
Duración	2 Meses			
Tipo de proyecto	Proyecto de investigación: Propuesta de innovación social: La competitividad mediada por la tecnología social, la innovación y el uso de las TIC en los procesos educativos, buscando la productividad organizacional			
Costo	60'460.000			
Palabras claves	Tecnología Social, Organizaciones, Tendencias, Socioeconomía, Colombia.			
Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.				
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4	

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de investigación Tendencias en el uso de la tecnología social en las organizaciones, se desarrollará considerando las variables tales como: crecimiento en las organizaciones que son objeto del estudio, a medida de la implementación de esta herramienta para su beneficio.

Esta modalidad aporta al desarrollo en la aplicación de la tecnología en las organizaciones, para crear indicadores y cuantificar los beneficios que esto proporciona a los empresarios.

La metodología se enmarca dentro de la modalidad de investigación, donde se busca presentar los aspectos claves del uso de la Tecnología Social evidenciando los principales beneficios de la organización y mostrando la realidad del desarrollo de las redes sociales.

Se busca exponer esta actualidad mencionando la realidad que viven las organizaciones y aportando a la creación de una base de estudio, empleadas en la modalidad de investigación y evidenciadas a través de productos de investigación.

1. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Establecer la incidencia ocasionada por el uso creciente de las redes sociales en las organizaciones, las cuales contribuyen al mejoramiento de su posición en un entorno socio económico.

2.2. Objetivos específicos

1. Describir los aspectos relacionados con las tecnologías sociales en su uso en las organizaciones.
2. Analizar las diferentes situaciones que afrontan las organizaciones en el ámbito social, económico, cultural, determinando la participación de los individuos dentro de sus redes sociales.
3. Aplicar un instrumento para relacionar los diferentes aspectos abordados buscando la definición de la tendencia en la interacción dentro de las redes.
4. Formular un diagnóstico organizacional que permita una visión general sobre las ventajas del uso de las tecnologías y tendencias sociales en las organizaciones.

2. DURACIÓN

2 MESES

3. ACTIVIDADES REALIZADAS.

Objetivo 1	TECNOLOGIAS SOCIALES	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
<p>1. MARCO TEORICO</p>	<p>Según Burt (1980), plantea que una red social se puede definir como un conjunto de participantes que están unidos por relaciones sociales que forman entre sí; teniendo en cuenta que dichos participantes de la red pueden ser individuos u organizaciones, y estas relaciones provienen de diversas naturalezas; ej. Formales, informales, frecuentes, superficiales, esporádicas.</p> <p>Para Muñiz y O'Guinn (2001), La aparición de nuevos canales de comunicación a través del siglo XX y principios del siglo XXI; <i>“como lo son el internet o la telefonía móvil, que permitió una constante evolución de las redes sociales gracias a la posibilidad que ofrecen para los individuos estos canales que logran unirlos aunque estén dispersos geográficamente pero unidos por interés común”</i>.</p> <p>Castañeda, Gutierrez (2010), <i>“proponen el término red social específicamente a aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la web, se organizan alrededor de perfiles profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles”</i>.</p> <p>Con esta ola creciente de estructuras en las redes sociales, un gran número de organizaciones ha optado por desarrollar sus propias redes, en las que permiten a sus nuevos usuarios y consumidores, desarrollar su propio perfil con contenido interesante e incluyente para compartir experiencias con otros individuos, esto con el ánimo de crear en sus potenciales clientes un valor agregado.</p> <p>Boluda, & Fernández, (2013), afirma que hay ciertas relaciones en las cuales se puede evidenciar el cambio que van sufriendo las redes sociales que permiten el mayor aprovechamiento de estas herramientas para conseguir objetivos comunes para los participantes. En el ambiente 3.0, las organizaciones mantienen un propósito esencial que es aumentar la satisfacción del usuario, agilizando la interacción elemental, incluyendo a los demás participantes de la red, dado con el objetivo social de la organización (Celaya, 2008).</p>	

<p>2. MARCO CONCEPTUAL</p>	<p>Por medio de las redes sociales se pueden abordar diferentes acciones las cuales encaminadas al objetivo de las organizaciones permiten desarrollar las actividades propuestas, y así poder cuantificar realmente la trazabilidad y la incidencia que estas ejercen.</p> <p>Hablando positivamente como se ha aplicado en estos momentos es el uso de las redes por las organizaciones modernas, dirigidas a un público que esta interconectado en un mundo totalmente globalizado. Las Tic desempeñan un papel muy importante en el funcionamiento de las redes en general, no solo porque aumentan su eficacia (disminución de costos en los sistemas de difusión tradicionales y mayor rapidez para transmitir la información) sino asegurando 4 aspectos (Macau, 2004):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin las TIC, la capacidad de crecimiento de la red tiene limitantes que se pueden percibir. • Las TIC conforman un instrumento para poder integrar las actividades dentro de la Red. • El difundir y compartir la información y conocimiento, son necesarios para mantener integrada a toda una red. • Las TIC tienen una característica marcada, la cual es la recomposición, que le permite modificarse a los cambios no previsto para tener adaptabilidad
----------------------------	--

Objetivo 2	SITUACION EMPRESARIAL	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	<p>Según la información recolectada por la encuesta aplicada a los estudiantes y docentes cuyos resultados fueron utilizados como base para cuantificar el uso de en las redes sociales más populares, y a partir de esta información poder establecer el diseño del material educativo, en el que su objetivo es dar a conocer las ventajas del uso de las redes sociales como medio de divulgación y calificación de los productos o servicios ofertados, así como también para lograr una expansión en el conocimiento de sus organizaciones. El material educativo que se diseño recibe el nombre de "Ventajas y usos productivos de las Redes Sociales por las organizaciones", surgió por los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la población, ya que se evidencian, las más populares, y los usos más comunes para las mismas.</p>	

Objetivo 3	INSTRUMENTOS	Fecha: 2016
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
4. ENCUESTAS	<p>3.3.1. Enfoque El conocer que tendencias se marcan en el uso de una herramienta tan importante en las TIC, como lo son las redes sociales, aportará a las organizaciones una visión mas amplia sobre la población a la cual se dirige, dado que los individuos participaran activamente en la interacción con ellas mismas. El desarrollo del tema principal se apoya en la entrega de la información de las ventajas y beneficios que se pueden obtener por las organizaciones aplicando dicha herramienta.</p> <p>3.3.2. Estructura La interpretación de las ventajas que se obtiene por el uso de las redes sociales en las organizaciones, se plantea de una forma en el que el mensaje se pueda transmitir de manera clara y concisa, ya que no se usa un lenguaje netamente técnico, sino que se hace de forma en la que se plantean preguntas puntuales con respuestas directas en función de las organizaciones.</p>	

Objetivo 4	DIAGNOSTICO	Fecha:
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
<p>5. RESULTADOS</p>	<p>WhatsApp es una red totalmente diferente para los encuestados ya que se destacaron 3 de los aspectos mas usados o con más frecuencia para ellos: Contacto con conocidos y/o amigos, Compartir contenidos específicos, Actividades académicas y/o profesionales, esto debido a que esta aplicación y red social es sumamente utilizada por los estudiantes para compartir información académica, además de esto como medio de información y socialización de todo tipo de ofertas, académicas o de otra índole como productos, laborales; esto permite que sea de uso total y general sin importar edad.</p> <p><input type="checkbox"/> Un logro que genera la participación dentro de estas redes sociales abarcan a los dos campos, es decir a las organizaciones que en un inicio proponen el tema de debate o interés y el individuo a quien capta su atención y animo de hacer parte del tema en cuestión.</p> <p><input type="checkbox"/> Un diagnostico a grandes rasgos sobre los beneficios que adquieren las organizaciones al implementar el uso de las redes sociales, que se pueden mencionar son:</p> <p><input type="checkbox"/> Aumento de la audiencia interesada en el tema propuesto, lo que permite una canalización directa para el cumplimiento del objetivo social de la organización.</p> <p><input type="checkbox"/> Practicidad en la administración de la información interna y externa, ya que se puede contar con personal especializado en manejo de datos importantes que garantizan la veracidad y la trazabilidad de los participantes.</p> <p><input type="checkbox"/> Fomenta una segmentación de mercado especifica dirigida al "Target" o cliente objetivo , que evita desviaciones y dudas en cuanto a lo que realmente causara la satisfacción.</p> <p><input type="checkbox"/> Se puede tener una opinión pre objetiva, lo que conlleva a aplicar mejoras o adecuaciones del producto o servicio antes que sea de conocimiento total.</p>	

4. MEDIOS DE DIFUSIÓN

- Repositorio Institucional
- Blog Institucional
- Capítulo del libro

5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Durante la realización del proyecto de investigación se pudieron conocer las diversas ventajas que plantean el uso de las redes sociales por las organizaciones para obtener los resultados esperados, ya sea en relación a comercio, opinión, mercadeo, educación etc., lo que permite tener un mayor espectro de aplicación y respuesta frente al medio escogido.

Una vez realizado el análisis de las encuesta se puede evidenciar que actualmente en la población objeto de estudio, la red social más utilizada para el contacto con conocidos y amigos es WhatsApp, seguido por YouTube como la más usada para actividades académicas o profesionales y Facebook como medio para calificar las experiencias vividas, de lo que se interpreta como un aumento en la tendencia del uso de estas redes para crear una conexión entre entidad y participador, generando dialogo con información necesaria para ambos campos .

Se llega al a conclusión de que es necesario la búsqueda e implementación de estrategias para el mejoramiento en las organizaciones aprovechando la tendencia del aumento y las ventajas que ofrece el uso de las redes, debido a que se establece una participación directa con los interesados en un tema específico.

Dentro de los puntos que se consideran con más importancia dentro del proyecto de investigación, es captar las necesidades de los consumidores por parte de las organizaciones, darles medios de participación para que estos opinen sobre sus productos y servicios, despejo de dudas, apoyo en cualquier procedimiento o proyecto personal mediante las redes sociales, logrando así captar más seguidores e interesados en su determinados temas.

También se destaca la poca participación en redes sociales como LinkedIn y Twitter, esto teniendo en cuenta que son redes sociales encaminadas directamente a un tema, por ejemplo LinkedIn está más encaminada al intercambio de experiencias profesionales, búsqueda laboral e información acerca del networking y negocios; como la mayoría de los encuestados aún son estudiantes no cuentan con experiencia profesional para intercambiar dentro de esta red lo que hace pensar que no es de su interés participar dentro de ella.

6. REFERENCIAS

- Boluda, I. K., & Fernández, A. H. (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la web semántica. *Universia Business Review*, (37), 104-119. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4188026>
- Brin, S. (1998, March). Extracting patterns and relations from the world wide web. In *International Workshop on The World Wide Web and Databases* (pp. 172-183). Springer, Berlin, Heidelberg. Recuperado de:
https://link.springer.com/chapter/10.1007/10704656_11
- Brito, J. G., Laaser, W., & Toloza, E. A. (2012). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *RED: Revista de Educación a distancia*, (32), 6-38. Recuperado de:
http://www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf
- Burt, R. S. (1980). Models of network structure. *Annual review of sociology*, 6(1), 79-141. Recuperado de:
<https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.so.06.080180.000455?journalCode=soc>
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalíu, M. (2012). Redes sociales virtuales desarrolladas por organizaciones empresariales: antecedentes de la intención de participación del consumidor. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(1), 42-51. Recuperado de:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575811000752>
- Castañeda, L., & Gutiérrez, I. (2010). Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas. *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*, 17-39. Recuperado de:
http://mc142.uib.es:8080/rid=1MX54C554-WJ3R5J-2WQ/Redes_sociales%20y%20otros%20tejidos%20online.pdf
- Odriozola Celaya, J. (2008). La Empresa en la Web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. *Barcelona: Gestión, 2008*, 286.
- Chiquiza, J. (2018) Social Media en Colombia tiene un alcance de 83,8%, según ComScore Recuperado de:
<https://www.larepublica.co/interneteconomy/social-media-en-colombia-tiene-un-alcance-de-838-seguncomscore-2722542>
- El Tiempo (2016) Recuperado de:
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16759070>
- Garrido, F. J. (2001). El análisis de redes en el desarrollo local. *Facultad de Ciencias*

ANEXOS