



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN
NICOLÁS DE HIDALGO.



**FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

***“Productividad laboral en los trabajadores administrativos
de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
relacionada con el uso de las Redes Sociales.”***

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

SANDRA PAULINA JIMÉNEZ MOLINA

ASESORA:

Dra. IRMA CRISTINA ESPITIA MORENO

Morelia, Michoacán Diciembre 2012.

Agradecimientos.

Agradezco a mis padres y a mi hermana Karla Mariana por el apoyo y las enseñanzas que me han brindado siempre.

A mi asesora, la Dra. Irma Cristina Espitia Moreno, por su guía, experiencia y confianza, que fundamentaron e hicieron posible la realización de esta Tesis

A mis profesores, por los conocimientos impartidos durante mi carrera, que sustentan este trabajo y mi desarrollo profesional.

Al personal administrativo de la Universidad por la información proporcionada para el desarrollo de esta investigación.

Contenido

CAPÍTULO I.	1
RESUMEN.	1
ABSTRACT.	1
INTRODUCCIÓN.	2
CONTEXTO Y LIMITACIÓN.	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	4
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.	5
JUSTIFICACIÓN.	5
OBJETIVO GENERAL.	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	6
HIPOTESIS	6
DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES	6
METODOLOGÍA, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS QUE SE EMPLEARÁN.	7
CAPITULO II.	8
ANTECEDENTES	8
ESTUDIO DE LA EMPRESA NUCLEUS RESEARCH.....	8
ESTUDIO DE LA EMPRESA POPCAP.....	9
ESTUDIO DEL CENTRO DE ANÁLISIS DEMOS, POR PETER BRADWELL.....	9
ESTUDIO DE LA FIRMA BURSON-MARSTELLER	10
PERSPECTIVA LEGAL.....	11
MARCO TEORICO.	13
PRODUCTIVIDAD.	13
¿QUÉ ES LA PRODUCTIVIDAD?	13
ORIGEN DEL TÉRMINO.....	13
DEFINICIONES.....	14
ERRORES EN TORNO A LA PRODUCTIVIDAD.	15
IMPORTANCIA Y FUNCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD.....	16
FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCTIVIDAD.	18
Factores internos. (Controlables).	18

<i>Factores duros</i>	19
<i>Factores blandos</i>	19
<i>Calidad</i>	20
<i>Factores externos: (no controlables)</i>	21
<i>Factores externos</i>	21
<i>PRODUCTIVIDAD EN EMPRESAS DE SERVICIOS</i>	22
REDES SOCIALES	23
<i>REDES</i>	23
<i>RED SOCIAL</i>	24
ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES: HISTORIA DEL INTERNET	25
<i>WEB 2.0</i>	27
<i>GENERALIDADES DE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET</i>	28
<i>CRECIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES: DIMENSIÓN, VELOCIDAD Y HABILITADORES</i>	29
<i>CLASIFICACIONES DE LAS REDES SOCIALES</i>	30
<i>REDES SOCIALES MÁS POPULARES A NIVEL GLOBAL</i>	32
<i>YouTube</i>	32
<i>Facebook</i>	33
<i>Twitter</i>	34
<i>DIFERENCIAS ENTRE FACEBOOK Y TWITTER</i>	35
<i>ASPECTOS POSITIVOS DE LAS REDES SOCIALES</i>	36
<i>Intercomunicación ágil, eficaz y gratuita</i>	36
<i>Mayor difusión de ideas y debate</i>	37
<i>Reconexión y generación de nuevas “amistades”</i>	37
<i>Aspectos Educativos</i>	37
<i>ASPECTOS NEGATIVOS DE LAS REDES SOCIALES</i>	38
<i>Pornografía</i>	38
<i>“Amistad” virtual</i>	39
<i>Disminución de la Privacidad</i>	39
<i>El factor pedagógico y el factor tiempo</i>	40
<i>Derechos de autor (tráfico de imágenes o videos)</i>	40
<i>Aislamiento e individualismo</i>	41
<i>FUTURO DE LAS REDES SOCIALES: RETOS Y OPORTUNIDADES</i>	42
<i>Retos</i>	42
<i>Oportunidades</i>	43
<i>REDES SOCIALES EN EL ENTORNO LABORAL</i>	44
<i>CULTURA ORGANIZACIONAL (Redes Sociales)</i>	45
<i>RECOMENDACIONES</i>	49
CONTROL	49
<i>ADMINISTRACIÓN Y PROCESO ADMINISTRATIVO</i>	49

PROCESO ADMINISTRATIVO.....	50
PROCESO ADMINISTRATIVO ENFOCADO AL CONTROL.....	52
CONTROL.....	53
DEFINICIONES.....	54
ETAPAS DEL CONTROL.....	55
Determinar las áreas de control.	55
Establecimiento de Normas o Estándares.	55
Medición del desempeño de acuerdo a los estándares.	55
CLASIFICACIONES DEL CONTROL.....	57
Por el momento de su aplicación.	57
Por el nivel jerárquico de quien lo realiza.....	57
SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN.	58
PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD.....	58
UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO.	58
ESTRUCTURA UNIVERSITARIA	59
Gobierno.	60
Consejos Técnicos.....	60
H. Consejo Universitario.....	60
Comisión de Rectoría.....	61
Rectoría.....	62
Comisión de Planeación Universitaria.....	63
Coordinación de la Investigación Científica.....	63
Consejo de Investigación Científica.	64
Institutos de Investigación.....	64
Tesorería.....	65
Secretaría Auxiliar.....	66
Contraloría.	67
Secretaría General de la Universidad.	67
Secretaría Académica.....	68
Escuelas profesionales.	68
Escuelas preparatorias.....	69
Enseñanzas especiales.....	70
Centro de Didáctica y Comunicación Educativa.	70
Departamento de Vinculación y Desarrollo.	71
Centro de Psicología y Psicometría.	71
Dirección de Servicio Social.....	72
Dirección General de Bibliotecas.	73
Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria.....	74
Secretaría Administrativa.	75
Dirección de Patrimonio Universitario.	75

<i>Dirección de Control Escolar.....</i>	75
<i>Departamento de Personal.</i>	76
<i>Comisión de Cómputo.....</i>	77
<i>Archivo General.</i>	77
<i>Departamento de Contabilidad.....</i>	78
<i>Departamento de Compras.....</i>	79
CAPÍTULO III.....	80
<i>RECOPILACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN.</i>	80
<i>TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS EMPLEADOS.....</i>	80
<i>FORMATO DEL CUESTIONARIO APLICADO.....</i>	82
<i>ANÁLISIS Y REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.</i>	83
<i>CONCLUSIONES GENERALES.</i>	118
<i>PROPUESTAS DE SOLUCIÓN</i>	120
CAPÍTULO IV.....	121
<i>GLOSARIO DE TÉRMINOS</i>	121
<i>BIBLIOGRAFÍA.</i>	127
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</i>	128
<i>Fuentes Electrónicas.....</i>	128
<i>Artículos.</i>	130
<i>ANEXOS. CUESTIONARIOS APLICADOS.....</i>	132

CAPÍTULO I.

RESUMEN.

Con las Redes Sociales de Internet ha surgido una nueva forma de interacción entre las personas. Es directa, instantánea y posee características que permiten expresar al mismo tiempo diversos aspectos de la personalidad que facilitan la conexión y comunicación con contactos, tanto allegados, como viejos conocidos y potencialmente con más y más personas cada día, formado así una creciente red global de personas interconectadas. Tal situación ha generado en consecuencia cambios significativos en los hábitos de las personas, quienes inmersas por la naturaleza de este fenómeno social, dedican cada día más de su tiempo en ello.

La presente investigación se centra concretamente en el tiempo que invierten los empleados administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo en las Redes Sociales durante su jornada laboral, ya que cada vez es más frecuente encontrarse con esta situación, que en sus inicios tomó por sorpresa a la mayoría de las empresas, quienes desde entonces han manifestado distintas reacciones al respecto. Por parte de los trabajadores, el uso de las Redes Sociales implica modificaciones en el desempeño de sus actividades, mismas que se ven reflejadas en su productividad.

Por ese motivo se realizó una investigación que muestre los factores que intervienen en este proceso, para analizar su naturaleza, características y repercusiones reales y potenciales, tanto positivas, como negativas en los empleados que son usuarios de las Redes Sociales.

ABSTRACT.

With Social Networks a new way of interaction between people has arisen. It is direct, instant and has different features that allow people to express different trades of their personalities and make easier connections with all their contacts, weather are closed or old time acquaintances, and potentially with more and more people every day forming a growing global net of interconnected people.

In consequence, this situation has generated significant changes in people's habits, since they are immerse by the nature of this social phenomenon at the point of dedicate everyday even more of their time in it.

The following investigation focuses specifically on the time that the administrative employees of the Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo invest in Social Networking during their working hours, since this situation has become more frequent.

In the beginning, it took most companies by surprise, but since then there have been several reactions about it. On the workers side, Social networking implies changes in their work performance, which are reflected in their productivity.

For that reason, an investigation that shows the facts that take part in this process was made, in order to further analyze its nature, particularities and its repercussions, both real and potential as well as the positive and the negative that may have on the employees that are users of Social Networks.

INTRODUCCIÓN.

Los continuos avances de la tecnología a lo largo del tiempo han dado lugar a invenciones generadoras de impactantes cambios que como resultado han modificado significativamente la forma de vida de la sociedad.

Sin lugar a dudas, el Internet fue el invento más importante del siglo XX y el indiscutible propulsor de una nueva era. Desde su invención a la actualidad, el Internet ha evolucionado para adaptarse a las necesidades de la sociedad y con ello han surgido innumerables avances respecto a las nuevas formas de comunicación y acceso a la información.

Las Redes Sociales de Internet son el ejemplo más claro de ello, su creciente importancia y aceptación a nivel mundial se deben al gran impacto generado en las formas de comunicación, en diversos ámbitos de la vida cotidiana. Su popularidad es tal, que no puede ser ignorada, como tampoco lo pueden ser los cambios que han generado en la sociedad a consecuencia de su uso. Entre dichos cambios se destaca una cada vez más escasa delimitación situacional entre aspectos públicos y privados, así como entre los aspectos personales y los profesionales.

En relación a lo anterior, el creciente número de trabajadores que ingresan a las Redes Sociales durante su horario de trabajo ha captado la atención de los empleadores a nivel mundial, quienes ante este fenómeno han adoptado distintas medidas al respecto, que van desde una completa apertura hasta la censura total del acceso a Internet.

Sin embargo, dada la rapidez con la que se ha incrementado este fenómeno; las consecuencias positivas y negativas hacia la productividad laboral por el uso de las Redes Sociales en los centros de trabajo aún no han sido identificadas en su totalidad. Hasta el momento se ha visto que son varios factores los que influyen y determinan el impacto de las redes en el mundo del trabajo. La implementación de análisis respecto a la situación del acceso a las redes en diversas organizaciones y una evaluación integral al interior de las mismas desde distintas ópticas, será lo necesario para que los empleadores y directivos puedan determinar no sólo el estado en el que se encuentran sus organizaciones, sino también para decidir el rumbo que habrán de tomar para lograr sus objetivos, de manera que, lejos de ver a las Redes Sociales como una amenaza, puedan aprovecharlas en su favor.

CONTEXTO Y LIMITACIÓN.

El crecimiento exponencial de las Redes Sociales, surgido a consecuencia de la evolución del Internet, se ha filtrado en diversos ámbitos de la vida cotidiana. La posibilidad de estar en constante comunicación con otras personas (gracias a la tecnología móvil: celulares, laptops, tablets, etc.) es hoy en día una realidad y resulta tan atractiva que ha llegado a considerarse como algo primordial; a tal grado, que resulta difícil para muchas personas interrumpir y separar esta actividad de sus obligaciones.

Es así como el uso de las Redes Sociales ha llegado a los centros de trabajo, donde la mayoría de los empleados que realiza funciones administrativas cuenta en su escritorio con un equipo de cómputo y conexión a Internet; factores que los hacen más propensos a acceder a las redes durante su horario laboral, en detrimento de su productividad y en múltiples ocasiones, del desarrollo continuo de las organizaciones donde laboran.

A razón de ello, el rubro laboral, concretamente el referente a la productividad laboral, se seleccionó para ser desarrollado en la presente investigación. Asimismo, la delimitación del tema se centró en los empleados administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en Morelia, Michoacán.

En la actualidad, la Universidad Michoacana cuenta con un promedio de 6 mil trabajadores. Aproximadamente 2000 de ellos son empleados administrativos. Según la Plantilla de Personal, proporcionada por la Dirección de Personal a través de la Coordinación de Acceso a la Información Pública de Universidad Michoacana. Existen 1053 empleados que realizan funciones de tipo administrativo laborando en las diversas dependencias de la Universidad; divididos en personal de confianza y de base.

El Manual de Organización de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo estipula las actividades correspondientes al personal con el puesto de Oficial Administrativo, posición que concentra la generalidad de las actividades que tienen encomendadas los empleados administrativos de la Universidad. Dichas actividades se enumeran a continuación:

OFICIAL ADMINISTRATIVO.

Actividades:

1. Realizar trabajos de taquimecanografía
2. Controlar los minutarios de diversas comunicaciones.
3. Controlar la recepción y expedición de comunicaciones
4. Organizar, controlar y depurar periódicamente el archivo
5. Registrar y controlar las conferencias telefónicas de larga distancia.
6. Dar buen uso al mobiliario y equipo de oficina que se asigne.
7. Formular nóminas de sueldos
8. Elaborar los cheques nominativos para el pago quincenal de los sueldos.
9. Controlar la asistencia de personal de la dependencia y formular los reportes correspondientes.
10. Formular las salidas de autorización para pago de servicios extraordinarios y los recibos correspondientes.
11. Formular las salidas de almacén.
12. Formular requisiciones de compra.
13. Controlar la cuota mensual de gastos menores
14. Registrar y controlar en tarjetas kardex información de diversa índole.
15. Llevar los controles específicos de la dependencia
16. Controlar el buen uso de los equipos reproductores
17. Proporcionar reportes de trabajo realizado, de acuerdo a los requerimientos de su jefe inmediato superior
18. Realizar todas aquellas actividades inherentes al puesto que le asigne su jefe inmediato superior.

Por su parte, el Artículo 82 del Estatuto Universitario hace mención al Ordenamiento a que se refiere el Artículo 28 de la Ley Orgánica, el cual contiene los derechos y obligaciones del personal administrativo, así como los casos en que podrá ser separado de su puesto.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con base en los argumentos anteriores, se llegó a la formulación del planteamiento del Problema de Investigación:

Conocer los efectos que puede tener el acceso a las Redes Sociales en los trabajadores administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo que las utilizan durante su horario de trabajo.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.

¿Cuáles son las variables que determinan la productividad laboral de los trabajadores administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo por el uso de las Redes Sociales?

JUSTIFICACIÓN.

El impacto generado por las Redes Sociales ha modificando las relaciones y el comportamiento de la sociedad en aspectos educativos, culturales, cívicos, políticos y económicos, entre muchos otros. Dichos cambios han comenzado a incrementarse notoriamente en el mundo laboral.

Con la presente investigación se pretende indagar en los ámbitos y costumbres de los trabajadores administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, que utilizan las Redes Sociales; con la finalidad de conocer la forma en que han sido particularmente afectados por éstas en su entorno laboral. Se espera así recopilar y analizar información que permita encontrar respuestas que conlleven a una clara identificación de los perjuicios y beneficios que las Redes Sociales tienen en su productividad laboral.

Finalmente, se elaborarán propuestas encaminadas a promover un uso y aprovechamiento razonables de las Redes Sociales en las dependencias administrativas que integran a la Universidad.

OBJETIVO GENERAL.

Determinar la relación que existe entre el uso de las Redes Sociales y la productividad laboral en las dependencias administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Conocer la utilidad que tienen las Redes Sociales para los trabajadores administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Indagar respecto a la existencia y aplicación de normatividad, proceso y/o políticas referentes al acceso a redes sociales al interior de las dependencias administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Determinar los efectos positivos y negativos que tiene el uso de las Redes Sociales en la productividad laboral de los empleados administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

HIPOTESIS

Las variables que influyen en la baja productividad laboral en los trabajadores administrativos de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo se relacionan con el uso de las Redes Sociales en el horario de trabajo sin control.

DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES

Para la presente investigación, basados en la hipótesis planteada; se determinaron las siguientes variables:

- **REDES SOCIALES**
- **PRODUCTIVIDAD LABORAL**
- **CONTROL**

METODOLOGÍA, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS QUE SE EMPLEARÁN.

La elaboración de la presente tesis, inició con la selección del tema, para ello se procuró abordar una situación de actualidad, con la finalidad de abordarla desde distintas perspectivas y formular un diagnóstico que conduzca a la presentación de conclusiones generales y propuestas de solución, como una aportación para mejorar el estado de la situación encontrada.

Enseguida se estableció el contexto de investigación, planteando para ello la delimitación del tema y la problemática detectada. Los pasos siguientes consistieron en el planteamiento del problema de investigación, la justificación, la formulación del objetivo general y los objetivos específicos, continuando con la formulación de una hipótesis. Partiendo de los puntos anteriores se procedió a la búsqueda de información en diversas fuentes bibliográficas y electrónicas, dada la naturaleza del tema en cuestión.

Asimismo, y con la finalidad de recabar más información de utilidad y contribuir al enriquecimiento de la investigación, se elaboró un cuestionario sobre el tema, considerando para los reactivos, el tipo de información que se deseaba obtener de los encuestados. Para su aplicación fue necesario establecer una muestra representativa del total de la población.

A continuación se procedió a realizar un aprueba piloto con grupo reducido de los integrantes de la muestra, con la finalidad de detectar errores e inconsistencias y hacer las correcciones pertinentes previo a su aplicación al total de la muestra.

Culminado el punto anterior se procedió con la aplicación del cuestionario a todos los miembros, integrantes de la muestra. En seguida, se contabilizaron, analizaron y clasificaron los resultados obtenidos para proceder con su representación a través de estadísticas y gráficos que condujeron a la elaboración de conclusiones generales y propuestas de solución.

CAPITULO II.

ANTECEDENTES

Diversos estudios se han realizado por parte de investigadores y empresas de Consultoría y Tecnologías de la Información en torno al uso de las Redes Sociales en los Centros de Trabajo, con la finalidad de dar a conocer su impacto, así como destacar los efectos positivos y negativos al respecto.

ESTUDIO DE LA EMPRESA NUCLEUS RESEARCH

La empresa de Investigación sobre Tecnologías de la Información *Nucleus Research* realizó un estudio en el año 2009. Mediante una encuesta aplicada a 237 empleados, concluyó que las empresas que permiten a sus trabajadores conectarse a Facebook en horas laborales suelen perder una media de 1,5 por ciento de la productividad total por empleado. También muestra que el 77% de los trabajadores que tienen una cuenta en Facebook la utilizan durante las horas laborales.

Según el informe, algunos de los trabajadores encuestados están conectados a la Red Social hasta dos horas cada día. Asimismo, uno de cada 33 de ellos reconoce que sólo utiliza Facebook en el trabajo. Sin embargo, de los que utilizan la red social en el trabajo, 87 de cada 100 reconocen que no le ven una clara utilidad laboral.

Al respecto, en un artículo la revista *PC WORLD* (2009), Rebecca Wettemann, vicepresidenta de la consultora, hace el siguiente planteamiento:

“Si su empresa tiene que enfrentarse a unos escasos márgenes de ganancias y baja rentabilidad, ¿Cuántas distracciones que dañan su productividad general puede permitirse?”, “Aunque no sea una medida popular, restringir el uso de Facebook puede aumentar la productividad laboral”. (Citado en: Herranz, A. 2009).¹

Por otro lado, hay quienes enfocan su atención en las virtudes de las Redes sociales y destacan la posibilidad de dar un claro y definido impulso y direccionamiento de las mismas hacia la creatividad y a la iniciativa en las organizaciones, para incentivar la participación y asegurar que ésta rinda frutos, tanto en el crecimiento de la propia cultura organizacional, como en aplicaciones claras, innovaciones realizables y decisiones efectivas que generen valor.

¹ Herranz, A., (2009) “Facebook reduce la productividad en el trabajo” en *Revista PC WORLD.es* [En línea] 23 de Julio de 2009, Actualidad, IDG Communications, S.A.U., España, disponible en: <http://www.idg.es/pcworldtech/mostrarNoticia.asp?id=83466&seccion=actualidad> [Accesado el día 28 de Abril de 2011].

En esta misma línea, se subrayan también las posibilidades de comunicar ofertas laborales, la imagen de la organización, su identidad y su marca con mayor efectividad, involucrando a los interesados en una comunidad que compromete y se alimenta gracias a la interacción y la relación social en torno a un producto o servicio.

ESTUDIO DE LA EMPRESA POPCAP

La empresa productora de juegos de video *PopCap*, tras haber realizado 1.700 pruebas psicométricas en empresas del Reino Unido, llevadas a cabo por el psicólogo de la Universidad Goldsmiths, en Londres, Chamorro-Premuzic, concluyó que prohibir el uso de Internet para fines personales en el trabajo costaría a las empresas británicas *8 mil de millones de euros al año por pérdida de productividad* de sus empleados.

La razón fue que el tomar un “E-descanso” de 10 minutos durante la jornada laboral reduce el estrés porque ayuda descansar la mente. Un E-descanso consiste en hacer una pausa en el trabajo para enfocarse en actividades personales relacionadas con el Internet (revisar correo electrónico, redes sociales, páginas de interés, etc.) Los resultados muestran que pasado este lapso, los empleados pueden retomar sus actividades con igual o mayor atención y con un mejor estado anímico.

Los jefes que tienen en cuenta los “E-descansos” están contribuyendo a crear un ambiente de trabajo basado en la confianza, a aumentar la productividad y, en última instancia, sus resultados.

ESTUDIO DEL CENTRO DE ANÁLISIS DEMOS, POR PETER BRADWELL

De acuerdo a información presentada por el Centro de análisis Demos, el uso de estas herramientas tecnológicas por parte de los empleados resulta benéfico para las empresas porque permite una mayor comunicación e interconexión entre ellos, así como vínculos más cercanos entre colegas y clientes.

Al respecto, la revista electrónica digital de Mercadotecnia y Comunicación, *Infobrand* (2009) retoma las ideas de Peter Bradwell, autor del presente estudio, que menciona que los grandes negocios reconocen en su mayoría, que las Redes Sociales no pueden estar separadas de las redes profesionales. Por ello, intentar controlar a los empleados y al uso de estas herramientas, a mediano plazo, podría resultar contraproducente para la organización. “Las empresas deben permitir un tiempo para su uso. Una cultura del networking responsable necesita de jefes que confíen en sus empleados y responsabilidad por parte de ellos”. (Bradwell, P. Citado en Infobrand, 2009).²

² Infobrand, Redacción., (2009). “Unilever, Coca Cola, Microsoft y Google. El uso de redes sociales como herramienta de trabajo” en *Infobrand Digital. Revista de Marketing, Branding y Comunicación*. [En línea] Argentina, disponible en:

El análisis de este estudio, el cual fue aplicado a empresas de diversos tamaños y giros en el Reino Unido, asegura que evitar el uso de redes como Facebook, podría incluso perjudicar a las firmas. Asimismo, Bradwell (2009) afirmó que ante el actual escenario de negocios, la reacción instintiva de las empresas sería seguir más de cerca la actividad de los trabajadores. No obstante, es importante dar a los empleados mayor libertad y flexibilidad.

Aunado al estudio, Bradwell publicó un libro titulado *"Network Citizens Power and Responsibility at Work"* (2008), en el cual afirma que una adecuada implementación del uso de las Redes Sociales brinda enormes oportunidades de colaboración para las personas, tanto al interior de las organizaciones (entre compañeros), como hacia el exterior, proyectando una imagen más cercana y accesible a la sociedad.

Sin embargo, hasta el momento, el pensamiento en general se ha enfocado solamente en cómo las organizaciones pueden responder a tales oportunidades y capitalizarse en las redes para lograr sus objetivos. Pero la realidad es que las redes sociales cuentan también con un "lado oscuro" que de no conocerse, podría afectar el mundo laboral y poner en riesgo las propias cualidades que las organizaciones han invertido para su posicionamiento en las Redes Sociales: apertura, innovación, colaboración y el éxito obtenido por sus méritos.

Dado que las Redes Sociales pueden ser utilizadas igualmente para aspectos benéficos y perjudiciales, al mostrar las ideas y talentos de muchos o promoviendo los intereses de algunos otros; la necesidad de la conformación de nuevas responsabilidades al respecto es cada vez más importante. "Si somos miembros de las Redes, debemos ser *Ciudadanos de las Redes* también". Bradwell, P. y R. Reeves, (2008)³

Finalizando sus aportaciones, Peter Bradwell exhorta a todas las organizaciones a abrirse hacia la presencia de las Redes Sociales en sus actividades cotidianas, "Una vez que se aceptan las implicaciones que conlleva su uso, las consecuencias compensan en gran medida". (*elmundo.es*, 2008).⁴

ESTUDIO DE LA FIRMA BURSON-MARSTELLER

Otro estudio sobre el tema de los efectos de las redes sociales en la Productividad laboral es el realizado por la firma global de Relaciones Públicas Burson-Marsteller, el cual reveló que casi la mitad de empresas latinoamericanas utiliza al menos una de las redes sociales más populares, como Twitter, Facebook, YouTube o blogs corporativos.

<http://www.infobrand.com.ar/notas/11669-Unilever--Coca-Cola--Microsoft-y-Google.-El-uso-de-redes-sociales-como-herramienta-de-trabajo-> [Accesado el día 22 de Abril de 2011].

³ Bradwell, P. y R. Reeves, (2008) "Network Citizens. Power and responsibility at work". *Demos*. [En línea]. Londres, *Demos*, disponible en: <http://www.demos.co.uk/files/Network%20citizens%20-%20web.pdf> [Accesado el día 26 de abril de 2011].

⁴ *Elmundo.es*, (2008). "No cierre Facebook, mejor agregue a su jefe" en *elmundo.es* [En línea] España, disponible en: <http://www.elmundo.es/mundodinero/2008/10/29/economia/1225292413.html> [Accesado el día 26 de Abril de 2011].

No obstante, con relación al promedio mundial se refleja una proporción inferior que alcanza el 79 por ciento. Las proporciones más altas se encontraron en México (80%) y Venezuela (75%), mientras que las más bajas están en Puerto Rico (5%) y Argentina con (25 por ciento). Al respecto, Javier Flores, gerente de CRM para SAP México y Centroamérica destacó en un artículo de *El Economista* que “Estas herramientas ayudarán a resolver problemas, desarrollar nuevos productos y ofrecer soluciones innovadoras en tiempo real”, indicó, citado. (García, R., 2011) 5

Aprovechar a las Redes Sociales como un elemento colectivo produce beneficios como desarrollo de servicios, innovación, mayor retención de personal, mejora en productividad y reducción de costos.

Las Redes Sociales se han convertido en generadoras de una transformación en la cultura de las compañías, basándose en su uso para fomentar una mayor comunicación, colaboración y aprendizaje entre empleados, clientes y proveedores de su círculo de trabajo, fortaleciendo así el trabajo en equipo.

PERSPECTIVA LEGAL.

Dada la importancia que han adquirido las Redes Sociales en el entorno laboral y la creciente preocupación por la forma en que éstas puedan afectar a las organizaciones y a los mismos empleados que las utilizan; resulta importante abordar el tema desde el punto de vista legal.

En el año 2011, la firma legal británica con presencia internacional, DLA PIPER realizó un estudio en su país de origen, en el que se encontró que la mayoría de los internautas que usan la Redes Sociales no son conscientes de los peligros que implica participar en ellas. Asimismo, resaltó que dos tercios (63% aproximadamente) de los encuestados afirmó tener poca o ninguna conciencia de sus derechos y riesgos legales cuando escribe un comentario en redes sociales.

Otro dato obtenido refleja que sólo el 18% de los encuestados afirma que lee los términos y condiciones para publicar comentarios en estas redes. Y aunque estos datos se extrajeron de un estudio efectuado a 2.000 ciudadanos británicos, los resultados podrían ser similares en otras partes del mundo. (García, C. 2011). 6

5 García, R., (2011) “Redes sociales digitales, nuevos aliados en las relaciones laborales” en *El Economista*. [En línea] 05 abril, 2011, Industria, Periódico El Economista S.A. de C.V. Querétaro, México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2011/04/05/redes-sociales-digitales-nuevos-aliados-las-relaciones-laborales> [Accesado el día 28 de Abril de 2011].

6 García, C. (2011) “Antes de lanzar un 'tuit', piense en los riesgos legales” en *Expansión.com/Jurídico* [En línea] 16 de Noviembre, 2011. Diario Expansión, Grupo Unidad Editorial. Madrid, España, disponible en: <http://www.expansion.com/2011/11/16/juridico/1321470329.html?a=5e278fec1cf046f665183d5de6e621e7&t=1322329197> [Accesado el 30 de marzo de 2012].

Respecto a nuestro país, el artículo *“Provoca despidos el uso desmedido de Twitter y de Facebook”* publicado el 04 de Marzo de 2011 por el Periódico Excelsior, da a conocer información relevante sobre el tema:

En primer lugar, establece que la Ley Federal de Trabajo no cuenta con un apartado sobre el uso de Internet, redes sociales ni nuevas tecnologías en el ámbito laboral, por lo que, la mayoría de las veces, la normatividad respalda a los empleadores y deja a los trabajadores ante la posibilidad de sufrir despidos justificados por el uso de plataformas como Facebook, Twitter o Messenger.

Jorge Sales, abogado laboral y especialista en el tema, comentó que los conflictos laborales ante despidos de trabajadores que acceden a Twitter, Facebook, Messenger o visitan sitios restringidos son más comunes de lo que se cree. “Es cuestión de los reglamentos que establezca cada compañía y acerca de los filtros que pongan para el manejo de la información”.

En la mayoría de los conflictos laborales de este tipo, el beneficiado usualmente suele ser el patrón, ya que la Ley Federal de Trabajo vigente estipula como causa de despido justificado el hecho de que los trabajadores hagan uso indebido de los instrumentos de trabajo asignados, además de una falta de honradez, al distraer tiempo en actividades diferentes a las laborales.

Según el especialista laboral, la mayoría de los casos no trasciende a los tribunales, ya que la mayoría de los jueces no maneja el tema y terminan por cerrar el conflicto en un acuerdo regulado por la Junta de Conciliación y Arbitraje.

Para Sales (2011) “La llegada de nuevas tecnologías ha provocado el surgimiento de un mundo virtual que coexiste con el mundo real, por lo cual se recomienda a las empresas tener bien establecidas las políticas acerca de lo que se puede y no consultar en Internet”. Generalmente, las restricciones de acceso por parte de los jefes suelen realizarse de dos formas: mediante advertencias y establecimiento de filtros. De acuerdo con el abogado, los jefes tienen el derecho de monitorear las actividades que realizan en Internet cada uno de sus trabajadores, siempre y cuando éste le provea de los instrumentos de trabajo que se requieren, los cuales la mayoría de las veces consisten en computadoras e Internet.

Por otro lado, si los trabajadores acceden desde su propio equipo, la situación es distinta, pues los jefes no pueden tener acceso al mismo, salvo en el caso de que los empleados se conecten a Internet mediante una red provista por el propio empleador. En casos como éste, dependerá de si el empleador permite el uso de aparatos móviles personales en el trabajo.

Según el abogado, el uso de las Redes Sociales se ha convertido en un reto para ambas partes, ya que una persona tiene derecho a expresar en ellas inconformidades, lo que no viola la ley. Sin embargo, el empleador también tiene derecho de a leer dichos comentarios, que pueden provocar represalias. Resumiendo la situación “los trabajadores deben cumplir con los reglamentos de la empresa, aunque si en ésta no se prohíbe, no hay causa justificada”. (Citado en: Martínez, G., 2011)⁷

MARCO TEORICO.

PRODUCTIVIDAD.

La importancia que tiene la Productividad para el bienestar y supervivencia de un país, una empresa o una organización, está demostrada por ser uno de los temas con mayor demanda de atención en la actualidad.

¿QUÉ ES LA PRODUCTIVIDAD?

ORIGEN DEL TÉRMINO.

Posiblemente, la primera vez que se mencionó la palabra “*productividad*” fue en el artículo *Du Commerce* (Del Comercio) de 1766 de Francois Quesnay, quien sostenía que la riqueza proviene de la propia naturaleza y que ésta es más productiva en cuanto produce mayor riqueza.

Más de un siglo después, en 1883, otro francés, Littre definió la productividad como la “*facultad de producir*”, donde asocia el deseo de hacer la acción de producir. (Larousse, Etimological Dictionary, edición 1946 – 1949), pero fue hasta principios del siglo veinte que a través de los preceptos de la Administración Científica, el término adquirió un significado más preciso, como una “relación entre lo producción y medios empleados para lograrla”. (F.W. Taylor, 1947).

⁷ Martínez, G. (2011) “Provoca despidos el uso desmedido de Twitter y de Facebook” en *Periódico Excelsior* [en línea] 04 de Marzo de 2011, México. Grupo Imagen Multimedia. Disponible en: http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&id_notas=719466 [Accesado el 06 de Septiembre de 2011].

Tanto Frederick Taylor como Henry Ford realizaron sus respectivas aportaciones para la definición de este concepto. Entre los puntos que tuvieron en común, entendieron la productividad como la relación que existe entre la producción obtenida y el tiempo empleado; también explicaron que en esa situación intervienen factores como la división del trabajo, la reducción de costos, de incentivos y la relación de tiempos y movimientos con beneficios bilaterales para empresarios y trabajadores.

Revisando los orígenes de la definición de productividad se observa que no existía un concepto que se considerara como universalmente aceptado; situación que ha continuado lo largo de tiempo: cada autor que la define, le atribuye distintas características que varían según su perspectiva. Así, en la actualidad continúan desarrollándose nuevas definiciones de la Productividad:

DEFINICIONES.

“La productividad varía según el área de acción de quien lo define: el administrador, el economista, el ingeniero, el político, el líder sindical o el empresarial tienen su propio concepto” (Torres, 1997)

Actualmente existen varias acepciones de lo que significa la palabra **productividad**:

Productividad, es la relación entre producción e insumo. Definición válida para una empresa, industria o economía. (*Introducción al estudio del Trabajo*. Editorial Limusa, México, 1992, pp.4)

Para Stoner (1989) “Es la medida de la eficacia con la que funciona el sistema de operaciones” ⁸

Según Schroeder (1983) “Es la relación que existe entre los insumos y los productos de un sistema productivo, a menudo es conveniente medir esta relación como el cociente de la producción entre los insumos. ‘Mayor producción, mismos insumos, la productividad mejora’ o también se tiene que ‘Menor número de insumos para misma producción, productividad mejora’”. ⁹

Koontz y Weilrich (2003) la definen como: “La razón aritmética de producto a insumo, dentro de un período determinado, con la debida consideración de calidad.” ¹⁰

Para Prokopenko (1997: pp. 3), productividad “es la relación entre la cantidad y calidad de bienes o servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados para producirlos” ¹¹

⁸ Stoner, J. (1989) *Administración*, México. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, México pp.246

⁹ Schroeder, R. (1983) *Administración de Operaciones*. Primera edición, Editorial Mc.Graw Hill, Pp. 533

¹⁰ Koontz, H y Weilrich, H. (2003) *Administración: Un Perspectiva Global*. Doceava Edición. México. McGraw-Hill Interamericana, pp. 6-14.

¹¹ Prokopenko, J. (1997). *La gestión de la productividad: manual práctico*. México, editorial Limusa.

Considerando las definiciones anteriores; en el concepto de productividad de manera general intervienen los siguientes factores: insumos, producción, satisfactores (bienes o servicios) calidad y tiempo. Ordenando los conceptos anteriores, se formula la siguiente definición:

Productividad: *Consiste en la relación entre el aprovechamiento en la utilización de los insumos o recursos necesarios para la producción de satisfactores (bienes o servicios) de calidad; y el menor tiempo posible requerido para ello. (elaboración propia, 2012)*

ERRORES EN TORNO A LA PRODUCTIVIDAD.

La existencia de diversos conceptos de productividad, formulados desde distintas ópticas y considerando diversos factores, ha dado lugar a la generación de concepciones erróneas y confusiones comunes respecto a la Productividad.

Un error muy frecuente consiste en pensar que la productividad es solamente la eficiencia del trabajo o la productividad del trabajo, en realidad es mucho más que eso; dado que deben también considerarse otros factores de vital importancia, como el aumento en los costos de las materias primas, el desempleo, la economía y la calidad de vida del trabajo.

Por otro lado, a menudo se confunde productividad con producción. Se cree que si se producen más bienes y servicios habrá aumentado la productividad. Pero la producción sólo representa la mitad del proceso. Por ello no se puede llegar a esa conclusión sobre la productividad sin considerar los cambios en los recursos que se requieren para mejorar el producto o servicio, puesto que en la vida diaria la productividad se relaciona con cualquier tipo de organización o sistema.

Otra equivocación se relaciona con la idea de medir el rendimiento basado sólo en el producto o sólo en el recurso; ya que un incremento en la producción no necesariamente implica mayores ganancias. Pueden ocurrir situaciones como incrementos en los costos de los insumos, que afecten la productividad, más no los rendimientos, dado que, se pueden obtener beneficios debido a la recuperación de los precios, aun cuando la productividad haya descendido y viceversa. Lo que a su vez implica que Productividad tampoco significa lo mismo que Rentabilidad.

De lo anterior se puede deducir que la productividad no sólo se relaciona únicamente con el trabajo, sino también con otros factores, como las materias primas, la energía, el capital, los procesos, y la calidad, entre otros.

Asimismo, no deben tomarse otros conceptos como sinónimos de productividad, puesto que “El principal indicador del mejoramiento de la productividad es una relación decreciente entre el insumo y el producto, así como una calidad constante o mejorada” Prokopenko, J (1997: 06).¹²

¹² Prokopenko, J. (1997). *La gestión de la productividad: manual práctico*. México, editorial Limusa.

PRODUCTIVIDAD LABORAL.

Partiendo del concepto general de Productividad, la Productividad Laboral tiene una definición similar. Sin embargo, se le asocia mucho más con el rendimiento y las variaciones en las condiciones de trabajo para su determinación; ya que, a diferencia de la maquinaria y el equipo, la productividad de los trabajadores no esta dada por sus características técnicas, sino que se da por la combinación de diversos factores que influyen en ellos.

De esta manera, la **Productividad Laboral** puede definirse como: el aumento o disminución del rendimiento, originado por las variación de cualquiera de los factores que intervienen en la producción de bienes y/o servicios: insumos, trabajo, capital o técnica, entre otros

IMPORTANCIA Y FUNCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD.

De manera general, para las organizaciones la Productividad es un instrumento comparativo de enorme utilidad, tanto para gerentes y directivos de empresas, como para ingenieros industriales, economistas, políticos y toda clase de dirigentes, puesto que compara la producción en diferentes niveles del sistema económico (organización, sector o país) con los recursos consumidos.

Por otro lado, se reconoce que los cambios generados por la productividad ejercen una gran influencia en numerosos fenómenos sociales y económicos, tales como el rápido crecimiento económico, el aumento en los niveles de vida, el control de la inflación e incluso la calidad de vida de las personas.

A nivel empresarial, la gestión de calidad busca constantemente que una compañía logre incrementar su productividad, dado que: “la fortaleza competitiva de una empresa depende en gran medida de su Productividad.” (Longenecker et al., 2009: 536) ¹³

Desde el punto de vista económico, todo nuevo régimen social, indicó Lenin, supera al que le precede consiguiendo una mayor productividad del trabajo. Elevar la productividad del trabajo significa economizar trabajo vivo y trabajo social, es decir, reducir el tiempo socialmente necesario para producir la unidad de mercancía y así rebajar su valor.

El instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios. (Fernández-Ríos et al., 1997:86).¹⁴

¹³ Longenecker, J. et al., (2009) *Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras*. Catorceava edición, México, D.F., Cengage Learning Editores. Pp. 536.

¹⁴ Fernández-Ríos, M; Sánchez, J y J. Sánchez (1997) *Eficacia Organizacional: Concepto, desarrollo y evaluación*. Madrid., editorial Ediciones Díaz de Santos. Pp.86.

MEDICIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD

Con el propósito de que una organización sepa a qué nivel de productividad debe operar, debe conocer a que nivel esta operando en ese momento. La medida de la productividad le permite conocer la dirección de las comparaciones dentro de la empresa y dentro del sector al que pertenece.

Reafirmando lo anterior, el autor David Bain (1995) mencionaba que de manera general existe siempre interés en medir la productividad, dado que es necesario contar con un indicador que proporcione información respecto a la efectividad con la que las organizaciones utilizan sus recursos para obtener los resultados que esperan.

Más aún, están interesados en comparar sus resultados actuales con desempeños anteriores para así poder evaluar aspectos como la existencia y magnitud de avances o retrocesos y la eficacia de los programas que estén implementados. “Aunque por sí mismos los índices de productividad no muestran las razones por las que surgen los problemas, cuando se presentan oportuna y adecuadamente en un formato fácilmente comprensible, sirven a la Dirección para descubrir los problemas y su magnitud” Bain (1995:47).¹⁵

Es importante evitar en cualquier empresa las funciones de trabajo que no incrementan la utilidad de un producto o servicio, es decir, aquellas que son innecesarias y que malgasten el dinero. Por el contrario, es necesario tener únicamente actividades que incrementen la productividad, ya que ésta es un factor principal para cualquier empresa.

El único camino para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos y el estudio de tiempos.

Respecto a las formas de medir la productividad, los autores Huertas, R. y Domínguez, R. (2008)¹⁶ explican tres maneras de hacerlo:

1.- *Medición parcial*. Cuando se desea conocer la relación entre producción y un sólo factor (input) determinado. La fórmula a aplicar sería la siguiente:

Medición	<u>producto</u>	<u>producto</u>	<u>producto</u>	<u>producto</u>
Parcial	trabajo	capital fijo	materiales	energía

15 Bain, D. (1995) “Productividad, la solución de los problemas de la empresa” México. Editorial Mc GrawHill. Pp. 47.

16 Huertas, R. y Domínguez, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la Dirección de Operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Volumen 4 de Economía (Universidad de Barcelona). Empresa. Barcelona. Edicions Universitat Barcelona. Pp. 71.

2.- *Medición multifactorial*. Cuando se desea saber la relación entre un producto y un grupo determinado de factores (inputs), pero no de todos. La fórmula para la medición sería la siguiente:

Medición	producto	producto
Multifactorial	$\frac{\text{Trabajo} + \text{Capital fijo} + \text{Energía}}{\text{Trabajo} + \text{Capital fijo} + \text{Materiales}}$	

3.- *Medición Total*. Cuando se desee expresar la relación entre los productos generados y todos los factores (inputs) utilizados en la producción. Esta medición puede utilizarse para medir la productividad de toda una organización, e incluso de un país.

La fórmula se expresa de la siguiente manera:

Medición	<u>Output</u>	<u>Bienes y/o servicios producidos</u>
Total	<u>Input</u>	<u>Todos los recursos empujados.</u>

FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCTIVIDAD.

La productividad en una empresa puede estar afectada por las condiciones de diversos factores externos, así como por varias deficiencias en sus actividades o factores internos.

El eficaz aprovechamiento que se hace de todos estos recursos agrupados determina la productividad de la empresa.

Carlos Marx en su obra *El Capital* (1867), expone que "La capacidad productiva del trabajo depende de una serie de factores, entre los cuales se cuentan el grado medio de destreza del obrero, el nivel de progreso de la ciencia y de sus aplicaciones, la organización social del proceso de producción, el volumen y la eficacia de los medios de producción y las condiciones naturales"

Existen dos categorías principales de factores de productividad: factores internos y factores externos.

Factores internos. (Controlables).

Factores que se desarrollan al interior de cada organización en forma particular. Dentro de los factores internos existen algunos que son más susceptibles de modificarse con facilidad que otros, por ello se les clasifica en dos grupos: *duros* y *blandos*.

Los **factores duros** incluyen los productos, la tecnología, el equipo y las materias primas (materiales, insumos). Por otro lado, los **factores blandos** incluyen la fuerza de trabajo (recurso humano), los sistemas y procedimientos de organización, los estilos de dirección y los métodos de trabajo

Factores duros.

Producto. La productividad de este factor significa el grado en el que el producto satisface las exigencias del cliente; y se le puede mejorar mediante un perfeccionamiento del diseño y de las especificaciones

Es un factor que puede influir grandemente en la productividad, usualmente se reconoce que la investigación y desarrollo conducen a nuevas tecnologías las cuales mejoran la productividad.

Planta y equipo. La productividad de este factor se puede mejorar prestando atención a la utilización, la antigüedad, la modernización, el costo, la inversión, el equipo producido internamente, el mantenimiento y la expansión de la capacidad, el control de los inventarios, la planificación y control de la producción, etc.

El inventario. Según la proporción que se maneje en cada organización, el inventario puede ser un impedimento o una ayuda para la productividad de una empresa. Muy poco inventario puede conducir a la pérdida de ventas, volumen reducido y productividad mas baja; demasiado inventario producirá costos más elevados de capital y menor productividad. La solución a este problema en el caso de empresas con manufactura repetitiva son los sistemas de inventarios justo a tiempo.

Tecnología. La innovación tecnológica constituye una fuente importante de aumento de la productividad, ya que se puede lograr un mayor volumen de bienes y servicios, un perfeccionamiento de la calidad, la introducción de nuevos métodos de comercialización, etc., mediante una mayor automatización y una mejor tecnología de la información

Materiales y energía. En este rubro, desde el más pequeño esfuerzo que se realice por reducir el consumo de materiales y energía podrá producir notables resultados. Además se pone énfasis en las materias primas y los materiales indirectos.

Factores blandos.

Personas. La fuerza laboral es quizás el factor más importante de todos Es posible mejorar su productividad para obtener la cooperación y participación de los trabajadores, a través de una buena motivación, de la constitución de un conjunto de valores favorables al aumento de la productividad que incluyan una correcta selección, ubicación, supervisión y estructura organizacional; así como de un adecuado programa de sueldos y salarios con remuneraciones justas. Además debe existir una buena formación, educación y capacitación, y programas de seguridad.

Organización y sistemas. Para mejorar su productividad se debe volver más flexible, capaz de prever los cambios del mercado y de responder a ellos, estar pendientes de las nuevas capacidades de la mano de obra, de las innovaciones tecnológicas, así como poseer una buena comunicación en todos los niveles.

Proceso. Estos factores incluyen flujo del proceso, automatización, equipo y selección de tipos de proceso. Si el tipo de proceso no se selecciona adecuadamente de acuerdo al producto y al mercado, pueden resultar deficiencias. Dentro de un proceso dado existen muchas formas de organizar el flujo de información, el material y los clientes. Estos flujos se pueden mejorar con nuevos equipos de análisis de flujos de procesos, con incrementos en la productividad.

Métodos de trabajo. Se debe realizar un análisis sistemático de los métodos actuales, la eliminación del trabajo innecesario y la realización del trabajo necesario con más eficacia, a través de un estudio del trabajo y de la formación profesional.

Sintetizando: los retrabajos, los desperdicios y las pérdidas aumentan la necesidad de controles e inspectores que, a su vez, requieren recursos adicionales.

Estilos de dirección. El Director General de Operaciones (CEO), es el responsable del uso eficaz de todos los recursos sometidos al control de la empresa, debido a que influye en el diseño organizativo, las políticas de personal, la descripción del puesto de trabajo, la planificación y control operativos, las políticas de mantenimiento y compras, los costos de capital, las fuentes de capital, los sistemas de elaboración del presupuesto, las técnicas de control de costos, etc.

Calidad.

Como parte de los factores de la Productividad, desde un punto de vista práctico, la calidad es un arma competitiva estratégica.

La calidad indica el valor relativo de servicios y la eficacia y eficiencia utilizados para proveer éstos. Por lo tanto, un rendimiento pobre en calidad significa que se necesita de un mayor y mejor insumo de calidad a fin de producir una cantidad específica de consumo de calidad.

La calidad y la productividad son inseparables. El mejoramiento de la calidad y la productividad están relacionados y ocurren simultáneamente.

El Dr. Karou Ishikawa demostró la importancia de la calidad en la búsqueda de mejores niveles de Productividad, decía que la calidad debía estar siempre en primer lugar y con ello, la productividad y las utilidades serían una consecuencia.

En su argumento expuso que al poner a la calidad como el objetivo principal de la administración, la confianza de los consumidores crecerá, lo que aumentará la demanda de los productos y en consecuencia, el incremento de las utilidades a largo plazo; consiguiendo así una administración estable.

En la vida cotidiana generalmente la calidad está en la mira del espectador. Se sabe que una baja calidad conduce a una productividad pobre. La prevención de errores y el hacer las cosas bien desde la primera vez son dos de los estimulantes más poderosos tanto para la calidad como para la productividad.

En consonancia con lo anterior, en un estudio de Manpower elaborado por la Universidad de Barcelona, titulado *Manpower Professional. Calidad laboral y productividad*, se concluyó que es la calidad laboral lo que determina la productividad.

Para definir el concepto de calidad laboral, las dimensiones propuestas por la Comisión Europea y utilizadas en el estudio son:

1. Calidad intrínseca del puesto de trabajo.
2. Habilidades y aprendizaje continuado de los trabajadores.
3. Igualdad de género.
4. Salud y seguridad en el trabajo.
5. Flexibilidad y seguridad.
6. Inclusión y acceso al mercado de trabajo.
7. Organización del trabajo y equilibrio con la vida privada.
8. Diálogo social.
9. Diversidad y no discriminación.

Factores externos: (no controlables)

Hablando a nivel nacional, la productividad determina en gran medida los ingresos reales, la inflación, la competitividad y el bienestar de la población, razón por la cual algunas dependencias públicas se esfuerzan por descubrir las razones reales del crecimiento o de la disminución de la productividad.

Factores externos

Incluyen la regulación del gobierno, competencia y demanda, están fuera del control de la empresa, estos factores pueden afectar tanto al volumen de la salida como a la distribución de las entradas.

Reglamentación del Gobierno. La legislación obrera, las leyes proteccionistas y las reglamentaciones fiscales inciden directamente o indirectamente sobre la productividad. La reglamentación para proporcionar equilibrio entre el progreso industrial y las metas sociales deseadas, como un medio ambiente mas limpio y lugares de trabajo mas seguros no se consideran contraproducentes. Cualquier intento de reglamentar áreas diferentes de estas resulta generalmente conflictivo y confuso.

PRODUCTIVIDAD EN EMPRESAS DE SERVICIOS.

Extraído del artículo *“La mejora de la productividad en las empresas de servicios”* (Comesaña, M., Rrodríguez, N y J, García 2010)¹⁷. Tradicionalmente, los servicios han sido considerados como actividades de baja productividad o, en el mejor de los casos, de débil crecimiento de la misma. Esto podría ser debido a la dificultad existente en la mayoría de estas actividades para calcularla, y a la falta de interés consecuencia del escaso desarrollo del sector, que hasta hace poco era percibido como complementario.

Su intangibilidad, sus dimensiones cualitativas, su difícil estandarización son algunas de las características que llevan a muchos economistas a constatar estos bajos niveles de productividad. Pero en ocasiones lo que se está comparando es la productividad de la mano de obra, entendida como la productividad obtenida al relacionar el producto —en cantidad o volumen— con el trabajo —personal u horas trabajadas—, omitiendo los demás factores de producción, cuya consideración resulta de gran interés bajo este contexto.

Podría decirse que la consideración de debilidad de la productividad en los servicios o su lento crecimiento son debidos en gran medida al hecho de que la prestación del servicio es llevada a cabo esencialmente a través de trabajo humano directo —se trata de una relación de persona a persona—, poco ayudado por utensilios o equipo, es decir, donde la intensidad de capital es baja. Sin embargo, cuando se trata de servicios, como normalmente son prestados por personas, la calidad suele ser variable, dependiendo tanto de quien lo presta como de quien muestra sus necesidades para que se lo presten. Además, la calidad es entendida como una percepción individual que se obtiene de la comparación de lo que se recibe con lo que se esperaba. En el caso de los servicios no existe un parámetro específico como podría existir con los bienes tangibles.

¹⁷ Comesaña, M., Rrodríguez, N y J, García (2010) *“La mejora de la productividad en las empresas de servicios”* en Revistadyo.com [en línea] Universidad de Vigo. España, disponible en: <http://www.revistadyo.com/index.php/dyo/article/viewFile/19/19> [Accesado el día 25 de Noviembre de 2011].

No obstante, para algunos servicios existen ciertos parámetros objetivos de calidad, tales como: la rapidez a la hora de ser atendidos, las colas de espera, la puntualidad, la limpieza, etc. Lo correcto en estos casos es definir de forma anticipada ciertos indicadores para que sirvan como puntos de referencia.

En el caso de los servicios, como la demanda suele ser irregular, también lo serán las cantidades producidas ya que estos bienes no se pueden almacenar, lo que implica variaciones en la productividad dependiendo del momento en el que se realicen las mediciones.

En principio, la productividad del bien no depende del lugar donde se produce. Sin embargo, en el caso de los servicios, éstos suelen producirse —al menos en parte— allí donde son prestados, interviniendo normalmente los consumidores. Ante esta situación, pueden aparecer diferencias en la productividad respecto a los distintos lugares.

Tanto las empresas manufactureras como las de servicio deben estar igualmente interesadas en la satisfacción del cliente o usuario, medida, por ejemplo, por el número de quejas o rechazos.

No obstante, en compañías exclusivamente de servicios, como lo son las empresas aseguradoras, financieras, educativas, hoteles y restaurantes, entre otras; la mayoría de empleados responden a lo anteriormente dicho. La implementación de procesos de mejoramiento en este tipo de industrias por lo general no se formaliza debido a las dificultades que existen para medir la situación actual y, por lo tanto, a la dificultad de reconocer el mejoramiento o la ausencia del mismo.

Sin embargo, estas son las tareas que absorben la mayor parte de los costos por remuneración, además generan gastos, originan pedidos, pagan las cuentas, se comunican con el cliente y dirigen las acciones que debe tomar la compañía. Todos los factores anteriores hacen que la compañía exista y permanezca vigente o no.

REDES SOCIALES

REDES.

Desde sus inicios, la sociedad siempre se ha organizado en torno a redes facilitando así los procesos de producción, la socialización de las experiencias y el conocimiento, la creación y asociación por medio de la cultura, y claro, el afianzamiento del poder (Castells, 1999: 505).¹⁸

18 Castells, M. (1999) *“La Era de la Información: Economía, sociedad y cultura*, vol. I., La Sociedad Red, México, D.F., Madrid: Siglo Veintiuno Editores.

Las redes se constituyen en la sociedad como una forma de coordinación social que conjuga los entes autónomos y la interdependencia. Por ello, su éxito depende del manejo de sus relaciones, tanto internas como externas, de tal forma que, utilizando sus recursos, la organización (la red) pueda alcanzar los objetivos que se ha planteado.

Jhon Barnes fue el primero en usar explícitamente el análisis de redes en su estudio "*Class and Committes in a Norwegian Island Parish*" de 1954 donde da una primera definición de Red:

"La imagen que tengo es de un conjunto de puntos algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos de la imagen son personas o a veces grupos, y las líneas indican que individuos interactúan mutuamente. Podemos pensar claro está, que el conjunto de la vida social genera una red de este tipo" (Barnes, 1954; citado en Gertrudis, G., 2011). 19

Esta definición se encuentra en estrecha relación con la *Teoría de los Seis Grados de Separación*, que afirma algo muy simple: cualquier persona del planeta está conectada con cualquier otra, a través de una cadena de conocidos con no más de cinco eslabones o puntos de unión (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces).

Así, con las posteriores aportaciones de otros autores e investigadores sobre el tema, fue formándose el concepto de Red Social.

RED SOCIAL.

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. (Definiendo las redes sociales, 2001).20

Otro concepto define a las Redes Sociales como "relaciones de carácter laxo, flexible, horizontal, en las cuales los actores involucrados son múltiples y con débil o ninguna institucionalización" (Rivor, 1999). 21

19 Gertrudis, G, "Historia del concepto de red social" [en línea] Unidad de Investigación. Universidad Santo Tomás, disponible en:

http://api.ning.com/files/XTj6PLCPPuFqdfb7UgUqoC3MJP2Gp8uETdvZtgGysgOtkjOSDtmFBx*D5*s9HLJlrxDDys-Q3WRdjAwQBay*fSCWgNomHy/Historiadelconceptoderedsocial.pdf [Accesado el día 02 de Junio de 2011].

20 "Definiendo las redes sociales" Ponencia dictada durante las *Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector*, Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, Noviembre 2001

21 Rivor, A. (1999) "Redes Sociales: ¿Instrumento metodológico o categoría sociológica?" [En línea], disponible en:

http://www.e-socrates.org/pluginfile.php/28342/mod_resource/content/0/ana-l-rivoir-redes-sociales_1_.pdf [Accesado el día 02 de Junio de 2011].

Sintetizando los conceptos anteriores se concluye que de manera general, una Red Social es la “relación entre más de dos personas, pero las relaciones son multidireccionales y cada una de ellas afecta las relaciones con otras personas de la misma red”. (Manpower, 2009). 22

En las Redes Sociales, al contrario de cómo sucede con otro grupos como las multitudes, cada elemento tiene una independencia de acción y capacidad de influencia que especifican qué tan fuerte y definida es la red misma

Recordar los inicios del último gran fenómeno tecnológico global: el Internet; catalogado inicialmente como una moda intrascendente, pero que finalmente logró impactar de manera contundente nuestra forma de vida actual, nos ayudará a comprender mejor la situación presente y futura de las redes sociales, dado que nuevamente, hoy nos enfrentamos a una revolución similar en torno al fenómeno de las Redes Sociales y la llamada Web 2.0; ya que enfrentan los mismos prejuicios y reservas.

ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES: HISTORIA DEL INTERNET.

La Guerra Fría, entre los bloques comunista y capitalista, supuso una carrera ascendente para demostrar la superioridad tecnológica y militar de ambos países.

En **1957** la Unión Soviética lanzó con éxito el primer satélite artificial, el *Sputnik*, colocándose en aparente ventaja de su adversario: Estados Unidos. En respuesta, el entonces presidente, Dwight Eisenhower, ordenó la creación del ARPA (*Advanced Research Projects Agency*), proyecto que desarrollaría la creación de una red de comunicación entre ordenadores. Su particularidad radicaba en la descentralización del sistema, pues estaba compuesto por varios ordenadores distantes geográficamente el uno del otro. Ello le confería el carácter de “indestructible” pues todos tenían el mismo nivel de importancia, es decir, la falta de un ordenador no impedía la mutua comunicación entre los restantes.

Para **1973** se establecieron conexiones entre ordenadores de Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega.

En **1983** el Departamento de Defensa de los Estados Unidos separó el ámbito civil del militar de su red de ordenadores. Desde ese mismo año, las universidades fueron las principales beneficiadas de la red de comunicación entre ordenadores.

22 Manpower (2009) “El impacto de las redes sociales en el mundo del trabajo: México” *Manpower Inc.* [En línea], disponible en: http://www.manpower.com.mx/uploads/press_room/estudios_investigaciones/El_Impacto_de_Reddes_Sociales_de_Internet_en_el_Mundo_del_Trabajo_MexicoV2.pdf [Accesado el día 03 de Mayo de 2011]

En **1989**, el científico británico Tim Berners-Lee, inventó la *World Wide Web* (www: la red que engloba al mundo). Acontecimiento que propició un método eficaz y ágil para el intercambio de datos entre científicos.

Tras su entrevista con Berners-Lee el 12 de diciembre de **1991**, Paul Kunz, un físico de la universidad de Stanford creó el primer sitio *Web* de la historia. El contenido era muy básico: tres líneas de texto, un enlace a un correo electrónico y otro a una base de datos científica. Pero Kunz fue más allá al desarrollar un esbozo de navegador y ponerlo al alcance de los que tenían acceso a la red, de modo que otros investigadores pudieran seguir desarrollándolo.

Para **1995** el Internet comenzó a difundirse mundializarse gracias a su potencial económico, a la agilidad y bajo costo de la transmisión de informaciones y comunicación humana, por lo que grandes cadenas comerciales, de prensa o de servicios; organizaciones religiosas y filantrópicas; sociedades científicas, humanitarias, e incluso personas individuales, migraron a este gran vehículo de comunicación, para darse a conocer.

Los **orígenes históricos de las Redes Sociales se remontan a 1994-1995** cuando algunos sitios de Internet fueron añadiendo, con las capacidades técnicas de entonces y en ámbitos restringidos, la oportunidad de agregar comentarios en foros, mensajería instantánea y, eventualmente, listas de amigos.

En **1997**, ***SixDegrees.com* fue la primera Red Social**. Permitía no sólo crear perfiles sino también listas de amigos y, al año siguiente, también navegar por las listas de los amigos.

De **1997 a 2001**, la evolución tecnológica permitió que *Webs* como la del *LiveJournal* o la sueca *LunaStorm* estuviesen a la vanguardia e hiciesen sentir involucrados a sus usuarios.

En **2001**, *Ryze.com* impulsó las redes empresariales en Internet. Un año más tarde nacía *Friendster*, un portal para concertar citas *on line* que gozó de un éxito que más tarde condujo a su ruina, dado que las dificultades técnicas no pudieron hacer frente a la alta demanda de servicios.

Aprovechando la situación de *Friendster*, Tom Anderson inició en **2003** un proyecto al que tituló *Myspace*. Meses más tarde, en **2004**, Mark Zuckerberg lanzaría el proyecto *Facebook*.

El fenómeno *Facebook* dio pie al desarrollo, consolidación, masificación y proliferación de numerosas redes sociales en los meses y años subsiguientes: *Orkut* se convirtió en la primera en Brasil y en un proyecto exitoso en la India; *Mixi* se expandió por todo Japón; la red *LunaStorm* consolidó su primacía en Escandinavia. Holanda adoptó *Hyves* y Polonia lo hizo con *Gronó*; *Hi5* conoció el éxito en Latinoamérica y algunos países europeos; *Bebo* amplió su poder en Gran Bretaña, Nueva Zelanda y Australia; *QQ* se masificó en China y, más recientemente, *Tuenti* conquistó España.

Actualmente, casi todas las operadoras de telefonía móvil permiten conectarse a redes sociales. (Mújica, J., 2010). 23

WEB 2.0.

La evolución del Internet hacia las Redes Sociales es el resultado del surgimiento de un fenómeno tecno-social aún mayor, denominado Web 2.0

El concepto *Web 2.0* surge a mediados de 2004, con el artículo de O'Reilly (su principal promotor), denominado: *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, publicado en 2005.

El término *Web 2.0* fue acuñado para subrayar la diferencia técnica respecto a su predecesor, *Web 1.0*, que predominó anteriormente, cuando los primeros sitios de Internet eran lineales, es decir, sólo mostraban contenidos, generalmente elaborados por expertos programadores.

Sin embargo, los avances tecnológicos y la creciente necesidad de intercambio de contenidos y colaboración de la sociedad en la Red fueron modificando gradualmente el Internet dando origen a esta nueva fase.

Resumiendo, la diferencia entre la Web 2.0 y su versión anterior es: "El cambio en las herramientas de programación y las tecnologías utilizadas, incluyendo el ancho de banda y por tanto, la velocidad en el tráfico y la mejora de los equipos informáticos [...] Antes, el internauta era un mero receptor de contenidos, ahora es un usuario que interactúa". Mújica, J. (2010) 23

Por otro lado, Las redes sociales concentran diversas herramientas interactivas que antes estaban dispersas: el correo electrónico, los *blogs*, las *webs* de consulta, el chat, los mensajes SMS, e incluso videos e imágenes que se comparten fácilmente, lo anterior ha hecho de Internet un medio más social para consumir información y trabajar, pero también para comunicarse, entretenerse y compartir (Cobo y Pardo, 2007: 63 – 64). 24

Bajo esta perspectiva los públicos encuentran innovadores y poderosos canales de interacción, que permiten a las personas actuar como *tribus*, micro-comunidades o grupos de interés altamente segmentados.

23 Mújica, J. (2010) "Redes sociales: historia, oportunidades y retos" en *Forum Libertas.com Diario Digital* [en línea], 08 de Marzo de 2010, España, disponible en: http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428 [Accesado el día 04 de Junio de 2011]

24 Cobo, C.; Pardo, H. (2007). "*Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*". *Grup de Recerca d'Interaccions Digitals*, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

GENERALIDADES DE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET.

En su forma más básica, una Red Social es un portal de Internet que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de los límites del formato de la plataforma que ofrece el servicio; en cuanto a su estructura y características generales, una red social está constituida por un grupo de personas ligadas por intereses comunes, abiertas a compartir pensamientos, intereses y experiencias a través de mensajes, enlaces a sitios que consideran interesantes, fotografías, archivos de música e incluso videos personales.

“A diferencia de otros sitios de Internet, las Redes Sociales están compuestas por personas comunes, no por técnicos o expertos”. Spadaro, A. (2007) 25

Cabe señalar las personas que son usuarias de las Redes Sociales, al conectarse e interactuar comparten, editan y distribuyen sus propios contenidos, basados en sus intereses personales. “Las Redes Sociales de Internet (RSIs) permiten revelarnos el alcance y potencial de nuestras relaciones mostrando quién es amigo de quién o quién es contacto de negocio de quién”. (Manpower, 2009).

En ese aspecto, las Redes Sociales permiten muy fácilmente encontrar a alguien dentro de nuestra propia red que nos pueda acercar a personas que nos interesen, con la ventaja de que la confianza que tenemos entre nuestros conocidos a través de la red, se transfiere muchas veces a las relaciones nuevas que queremos establecer (ver Figura 1).

De todo lo anterior se concluye que la parte más relevante en relación a la evolución de las redes sociales no es la tecnológica, sino la social. En los últimos años, los usuarios, integrados por personas de diferentes sectores de la población, se han habituado a convivir cotidianamente con la Web 2.0 y con ello, a hacerse cargo del uso y manejo de la tecnología mediante la participación, colaboración y producción de contenidos (anteriormente reservada para técnicos y expertos), de forma masiva e indiscriminada, lo que muchas veces puede generar literalmente adicción

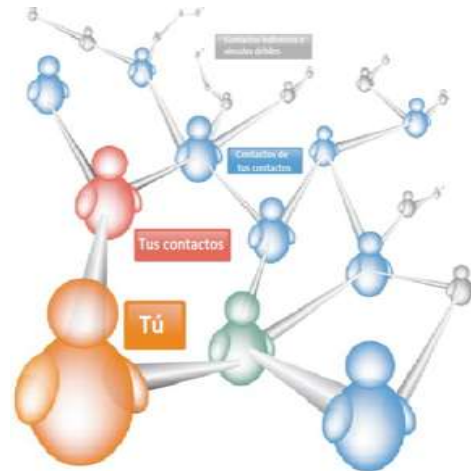


Figura 1. (Manpower, 2009).

Respecto a su forma de operación, las Redes Sociales responden a requerimientos (solicitudes) y mensajes a través de opiniones y de la búsqueda y adición de contactos. Por ello, las redes sociales no pueden existir y expandirse si los miembros que pertenecen a ellas no tienen afinidad e intereses compartidos y no generan contenido.

25 Spadaro, A. (2007) Web 2.0: Internet come “rete sociale”, La Civiltà Cattolica IV Pp, 112.

Este argumento explicaría la situación actual de las redes sociales como una especie de círculo de retroalimentación creciente. “A mayor participación, mayor interés en el uso y mayor acceso; las RSIs deben ser alimentadas”. Manpower (2009).²⁶

Para lograr la comunicación, en muchas ocasiones es necesario que exista una historia previa entre quienes se vinculan. Lo que pone de manifiesto la manera en la que las redes sociales potencian la capacidad humana de relacionarse: facilitan mantener contactos y también establecer otros nuevos, pero no pueden variar la naturaleza y las limitantes propias del ser humano, ni en lo intelectual ni en lo social. Es decir, son herramientas poderosas pero no sustituyen la relación humana y social que debe existir de fondo para mantener relaciones sociales estrechas.

Basado en lo anterior, debe entenderse la naturaleza de las Redes Sociales como plataformas poderosas de Internet que permiten a los usuarios pertenecer a un grupo, re-entablar relaciones pasadas, ser reconocidos o apreciados, recibir afecto y amistad o ejercer influencia, compartir ideas e intereses, aprender y expresarse, en un espacio social cada vez más amplio y con mayor impacto.

El principal valor de las Redes Sociales radica en su capacidad de vinculación, misma que puede considerarse como la razón de la adicción de las personas hacia ellas.

CRECIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES: DIMENSIÓN, VELOCIDAD Y HABILITADORES.

De acuerdo a un estudio realizado por la empresa de Recursos Humanos Manpower en el año 2009, a las tasas de crecimiento de la participación de los usuarios activos en Internet en las Redes Sociales, se puede esperar que en un par de años como máximo, el 90% de los usuarios participe en las Redes Sociales.

Asimismo, existen factores que aseguran el crecimiento del uso de las Redes Sociales, entre ellos:

- La reducción del costo que implica mantener una relación, aunque ésta no sea cercana y frecuente.
- La facilidad de vinculación y re vinculación entre personas.
- La universalidad de Internet y por lo tanto de las Redes Sociales, que han irrumpido con fuerza en el mundo de los dispositivos móviles.

²⁶ Manpower (2009) “El impacto de las redes sociales en el mundo del trabajo: México” *Manpower Inc.* [En línea], disponible en: http://www.manpower.com.mx/uploads/press_room/estudios_investigaciones/El_Impacto_de_Red_Sociales_de_Internet_en_el_Mundo_del_Trabajo_MexicoV2.pdf [Accesado el día 03 de Mayo de 2011]

Basado en lo anterior, puede preverse que eventualmente todos los usuarios de Internet serán usuarios activos de las redes sociales, al igual como en su momento sucedió con otros grandes adelantos tecnológicos, como la televisión, el correo electrónico y el uso de dispositivos móviles.

Al respecto, los sociólogos afirman que para que una tendencia social, costumbre o tecnología se adopte de manera generalizada, ésta debe alcanzar al menos a un 10% de la población.

Encaminándose en esa dirección, las Redes Sociales aspiran así a convertirse próximamente en el espacio que concentre todas las necesidades que tenemos en Internet, por ello es lógico que cada vez les dediquemos más tiempo y atención.

“Así podemos entender su verdadero impacto: Las RSIs son el nuevo Internet”. Manpower (2009).

CLASIFICACIONES DE LAS REDES SOCIALES.

En esencia, las plataformas de las redes sociales implican un perfil más o menos visible, dependiendo de las configuraciones de privacidad, donde se ofrece la identidad de la persona (usualmente se incluye una o varias fotografías), ello se hace en base a un cuestionario que previo de la misma plataforma que ofrece el servicio que por lo general incluye datos personales e intereses.

No obstante, Sería incorrecto pensar que todas las Redes Sociales son iguales, cuando en realidad existe en la actualidad una gran diversidad de redes, con características propias según las diferentes posibilidades tecnológicas e intereses particulares de los usuarios.

Tipología de las principales Redes Sociales de Internet en México

Amistad/ Esparcimiento	Información/ Entretenimiento	Relaciones Profesionales/ Negocios
Facebook	Twitter	LinkedIn
My Space	Youtube	Viadeo
Metroflog	Delicious	Xing
Sonico	Flickr	Plaxo
Hi5		

Por ello, siguiendo el esquema de la tabla mostrada en la **Figura 2**, se propone la siguiente clasificación general.

Sin embargo, es posible que existan Redes Sociales que se traslapen en varias categorías; por ello sólo se considera el énfasis de cada una de ellas:

Figura 2. (Manpower, 2009).

- **Amistad / esparcimiento** (donde esparcimiento y entretenimiento difieren en que el primero es fundamentalmente participativo).
- **Información / entretenimiento.**
- **Relaciones profesionales / negocios.**

"Cuando se habla de redes, nos referimos a todas absolutamente, pero la diferencia entre unas y otras supone un abismo". Daniel Pérez Colomar, Director General de Xing. (Citado por: Fernández, T., 2010) 27

A manera de sub-clasificación, entre las Redes Sociales dedicadas al esparcimiento, existen redes enfocadas en temáticas especializadas como: ocio, cultura, literatura, musicales, concursos, viajes, entre otros.

Asimismo, se identifican otras categorías de Redes Sociales, las que tienen un enfoque hacia comunidades étnicas específicas, segmentos poblacionales particulares además de las redes sociales profesionales y de negocios, como LinkedIn, la red de mayor crecimiento en México.

Sin embargo, continuamente aparecen nuevas posibilidades enfocadas a intereses cada vez más especializados, así como a nichos sociales innumerables y diferenciados por cada vez más motivos posibles.

En relación con las nuevas y diversas posibilidades de publicación de contenidos en las Redes Sociales, dado que quienes anteriormente mantenían un rol social predominantemente pasivo son ahora protagonistas de la producción de los contenidos que se agregan en Internet, a continuación se destacan algunas de las aplicaciones sociales de mayor relevancia en la actualidad.

Redes sociales deliberativas. Páginas de discusión y debate diseñadas con el fin de habilitar o soportar procesos de toma de decisiones. Se construyen para establecer relaciones sustentables, por ejemplo entre los ciudadanos y su gobierno. Dependen de la existencia de opiniones informadas y la participación se registra bajo la expectativa de recibir resultados tangibles, ejemplo de ello son algunos Blogs y Foros de Discusión entre expertos de un tema y demás personas interesadas el mismo.

Guías sociales. Recomiendan lugares para visitar o contienen información sobre lugares en el mundo real, o experiencias de usuarios de productos, servicios u ofertas tales como restaurantes, cafeterías; o incluso valoraciones sobre la organización de eventos públicos. Un ejemplo de esto es Wikitravel, LinkedIn, entre otros.

27 Fernández, T., (2010). "La productividad inevitable de las redes sociales" en *Expansión&empleo.com* [En línea] 08 de Enero de 2010. [expansionyempleo.com](http://archivo.expansionyempleo.com/2010/01/08/desarrollo_de_carrera/1262951865.html), Desarrollo de carrera – Empresas. Madrid, disponible en: http://archivo.expansionyempleo.com/2010/01/08/desarrollo_de_carrera/1262951865.html [Accesado el día 03 de Mayo de 2011].

Etiquetación social de espacios en la web (*social bookmarking* o *social tagging*).

Sitios que permiten a los usuarios publicar sus páginas favoritas para que otros las puedan consultar y referenciar también. Son una herramienta para compartir información entre grupos sociales con un mismo interés. Es muy frecuente encontrar en los perfiles sociales y Blogs personales, enlaces a sitios de interés recomendados por los propios usuarios.

Catálogos sociales. Dirigidos a comunidades académicas o de alta especialización. Permite a los usuarios colocar una cita de un artículo o un libro adquirido en la Web en una base de datos en línea, lo que permite a comunidades científicas o especializadas compartir recursos y conectarse entre sí. Los Wikis y Foros académicos de discusión son ejemplos de espacios con catálogos sociales destinados a enriquecer diversos campos del conocimiento.

Bibliotecas sociales. Permiten guardar registros de cualquier contenido, en cualquier formato; compartir, generar o consultar recomendaciones entre los usuarios. Quizás los sitios más conocidos de esta naturaleza sean Wikipedia, Monografías, Slideshare y Youtube.

Noticias sociales. Posibilitan a los usuarios subir noticias, historias, artículos y otros contenidos mediáticos, como fotos y video, para compartirlos con otros usuarios o con el público en general, y sobre los que la comunidad vota, determinando así qué contenidos o vínculos están visibles. Esta categoría es más abierta a redes de distinta naturaleza: Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, Metroflog y algunos Blogs son algunos ejemplos de ello.

REDES SOCIALES MÁS POPULARES A NIVEL GLOBAL.

Basada en un artículo “*Redes Sociales: historia, oportunidades y retos*” de Mújica, J. (2010)²⁸, se extraen los datos más relevantes de las Redes Sociales con mayor popularidad a nivel global.

YouTube.

El uso de videos (videosharing) ocupa un lugar preponderante en el éxito de las Redes Sociales y *YouTube* es la insignia, en las redes de videos.

Fundado en febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. Dos meses después fue cargado el primer video (*Me at the zoo*).

28 Mújica, J. (2010) “Redes sociales: historia, oportunidades y retos” en *Forum Libertas.com Diario Digital* [en línea], 08 de Marzo de 2010, España, disponible en: http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428 [Accesado el día 04 de Junio de 2011]

Dado el crecimiento acelerado de visitantes, en octubre de 2006, *YouTube.com* pasó a manos de *Google*. El mismo año, la revista *TIME* lo nombró el invento del año. Un año más tarde, en junio de 2007, *YouTube* tradujo su interfaz a varios idiomas, entre ellos el español.

YouTube clasifica los videos en categorías como comedia, noticias, documentales, ficción, deportes, entretenimiento, música, entre otros. Una vez registrado como usuario, es posible cargar en *YouTube* los videos personales de cualquier tipo, incluso se pueden crear canales personalizados para agrupar videos, compartirlos, votarlos y valorarlos. Respecto a videos con contenidos negativos como de violencia, difamación, racismo y erotismo, el portal prohíbe todos estos contenidos e incluso brinda la posibilidad de denunciar aquellos que violan las condiciones de uso.

No son sólo los usuarios particulares los que utilizan este gran vehículo de comunicación audiovisual. Aunado al uso individual de este portal, grandes cadenas multimedia, partidos políticos, organizaciones no gubernamentales, empresas, negocios, etc., han aprovechado su potencial publicitario y migrado contenidos, como *clips* de programas, películas y videos musicales que ahora están al alcance de quien los busca.

Sin embargo, el tema de los derechos de autor ha supuesto un obstáculo en las relaciones con empresas como *Warner Music* o *Viacom* (*MTV*, *Nickelodeon*). Y es que *Youtube* permite no sólo ver sino también descargar los contenidos, e incluso insertarlos en páginas personales, *websites* y *blogs*.

Facebook

Es la Red Social más grande, con más de 750 millones de usuarios y disponible en más de 20 idiomas. En 2007 la revista *Newsweek* le dedicó su portada y en 2008 Facebook lanzó versiones en francés, alemán y español. Medidores de portales como *Alexa.com* le dan el puesto número 5 de las páginas más visitas a nivel mundial.

En 2004, Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard, lanzó a sus 24 años un proyecto para poner en línea los registros de los estudiantes inscritos en la Universidad, junto a su grupo de amigos: Christ Hughes, Dustin Moskovitz y Eduardo Saverin. Su creación era la semilla de *Facebook*.

En un inicio, para poder acceder y formar parte de la Red Social era necesario contar con un correo electrónico del dominio “harvard.edu”. Cuando se amplió a otras instituciones universitarias –cuatro meses después de su nacimiento– los dominios de correo debían estar registrados en la base de *Facebook*. Eso le dio un sentido de reserva y exclusividad que, a la vez, era fuente de confianza. A partir de 2005 se amplió a escuelas de nivel medio superior, profesionales y, más recientemente, desde septiembre de 2006, a toda la comunidad virtual.

Actualmente inscribirse en *Facebook* es sencillo: basta proporcionar una dirección de correo electrónico y la elección de una clave. El nombre Facebook (“libro de rostros”), es significativo porque fue creado como un sitio para presentarse como uno es con la finalidad de recuperar viejas amistades, o también para hacer nuevos conocidos. Aceptar un nuevo “amigo” en *Facebook* implica compartir lo que uno tiene en el propio perfil y así posibilitar un conocimiento recíproco.

El perfil cuenta con elementos personalizados según el gusto de cada usuario, los más básicos:

- 1) Una fotografía, elemento clave dado que es la “tarjeta de presentación”
- 2) Una sección con la información de la persona (estado civil, estudios, actividad profesional, etc.) que son como la “tarjeta de presentación oficial” de cara al mundo;
- 3) Un “muro” (*wall*) desde el que es posible informar qué se está haciendo en cada momento (lo que además activa la conversación).

Sin embargo, Facebook no se reduce a eso. Cuenta con más de 50.000 aplicaciones mediante las cuales es posible señalar qué libros se están leyendo, hacer pública una causa para defender y quizá uno de los recursos más “revolucionarios”: la creación de convocatorias para eventos presenciales, lo que, en buena medida, está sustituyendo el uso del teléfono y, cada vez más, también del correo electrónico. Así es igualmente posible crear desde eventos privados hasta masivas manifestaciones en lugares físicos. Todo lo anterior además de compartir imágenes, videos y textos. Este 2012, Facebook se convirtió en la primera Red Social en ingresar a la Bolsa de Valores.

Twitter

En marzo de 2006, Evan Williams, Biz Stone y Jack Dorsey lanzaron *Twitter*, una forma de socialización, a través de una sociedad fundada por ellos mismos: *The Obvious Coporation*. *Twitter* es un neologismo del verbo inglés *tweet*, que significa piar. De ahí también la imagen del pajarillo azul, símbolo de la empresa.

La dinámica de *Twitter* es simple: hay receptores y emisores. Los segundos pueden enviar mensajes no superiores a 140 caracteres (*tweet*) a quienes han elegido seguirlos. Los receptores (*followers*), reciben esos mensajes, y también pueden convertirse en emisores.

Su éxito radica en lo multifacético y polivalente que resulta. Así, se compara con un SMS, porque su formato de 140 caracteres responde, a que la mayoría de los dispositivos de telefonía celular admiten ese número de letras (aproximadamente 20 palabras); si bien *Twitter* es masivo, por Internet, y gratuito.

También se compara con un *blog* (aunque de contenido reducido o microblogging) porque a través de ambos se crean, integran e intercambian información e ideas; y con un motor de búsqueda porque existe *Twitter Search*, un motor que posibilita búsquedas actualizadas en tiempo real, sobre todos los *tweets* que se elaboran en el mundo, factor que ha sido decisivo en el crecimiento de *Twitter*. La Academia de Artes y Ciencias y Artes Digitales en Estados Unidos (*Nielsen*) afirma que de 2008 a 2009 *Twitter* creció en un 2.000%.

La base de esta plataforma de Redes Sociales es una pregunta: “¿*Qué estás pensando?*” Aunque ésta supone millones de respuestas posibles, sería incorrecto reducir *Twitter* a una herramienta para perder banalmente el tiempo con cosas sin importancia. Las empresas ven en *Twitter* una fuente de ingresos. De hecho, los mensajes intercambiados a través de *Twitter* permiten que las empresas conozcan mejor los hábitos de los consumidores.

Aunado a lo anterior, un usuario de *Twitter* se puede sumar a un grupo con intereses comunes para mantenerse al día sobre su sector de interés. En relación al perfil de los usuarios, *Twitter* no se distingue como un portal donde abundan los adolescentes; en realidad la media de edad es de entre 25 y 50 años y la mayoría son profesionales.

DIFERENCIAS ENTRE FACEBOOK Y TWITTER.

Ambas redes gozan de una gran aceptación y popularidad; sin embargo, poseen características particulares que las distinguen entre sí. Resulta conveniente conocer sus diferencias para aprovecharlas correctamente y hacer uso adecuado de ellas.

La primera de ellas es que, mientras que en *Facebook* se precisa la relación recíproca; en *Twitter* la comunicación no implica reciprocidad porque no hay un diálogo sostenido, al menos mayoritariamente. Así, cualquiera se puede sumar como *followers* (seguidor) sin que esto conlleve a que el emisor estable relaciones con quien le sigue. Además, no precisa tener una cuenta de correo electrónico. De hecho, sería un error pensar que pueden establecerse relaciones personales con una herramienta diseñada para informar qué se está haciendo.

Otro error al respecto sería pensar que *Twitter* dará profundidad o permitirá ser una plataforma para intimar en amistad, esto es más propicio en Facebook, donde es posible conversar de manera privada, personalizada e independiente del resto de las publicaciones que se realicen para ser vistas y compartidas con el resto de los usuarios.

ASPECTOS POSITIVOS DE LAS REDES SOCIALES.

Con la aparición de las redes digitales y su evolución a través de los medios de comunicación preexistentes, se logró que en una misma tecnología se integraran:

1. La comunicación "uno a uno" (en el correo electrónico y la mensajería instantánea),
2. La comunicación "uno a muchos" (en las publicaciones digitales: fotografías, videos, blogs)
3. La configuración de una comunidad de interés, en la que se lleva a cabo también comunicación "muchos a muchos"; un diálogo social que el grupo comparte y que invita a todos a la participación y los cohesiona. (microblogging, wikis, foros de discusión, etc.)

Internet dio pie a la generalización de estas tres posibilidades y formas de comunicación humana, a escala global. Las Redes Sociales las integran y las facilitan. Por esto permiten nuevas formas de comunicación, como el *broadcasting* personal, la posibilidad de comunicar la propia personalidad a un grupo que potencialmente puede crecer cada día.

Es claro que las Redes Sociales brindan valiosas oportunidades y beneficios a la sociedad: facilitan la comunicación y la comprensión entre las personas, permiten encontrar nuevas amistades, crear comunidades y redes; buscar información y noticias.

Asimismo, las familias pueden estar en contacto con mayor facilidad, los investigadores y estudiantes tienen un mejor acceso a fuentes del conocimiento, se favorece el aprendizaje y se contribuye al desarrollo social.

Comprender las múltiples ventajas que ofrecen las Redes Sociales resulta más sencillo al fusionarlas en aspectos destacados como los siguientes:

Intercomunicación ágil, eficaz y gratuita.

Poder estar comunicado de forma inmediata, efectiva y gratuita, no es sólo un valor agregado, sino el sello de garantía definitivo para un éxito que actualmente estamos comprobando. Toma sólo unos segundos publicar un solo mensaje que será visto por una comunidad de personas instantáneamente, sin importar el lugar donde se encuentren, y generará respuestas en igual forma, que darán lugar a discusiones e intercambios de opinión; rompiendo una vez más con las barreras de la incomunicación, y lo único que se requiere para ello es una conexión a Internet.

Mayor difusión de ideas y debate.

Ahora los usuarios de las Redes Sociales tienen la oportunidad de asumir una participación activa, generando sus propios contenidos e ideas, no sólo recibíéndolas; además pueden generar debates que los enriquezcan, les permitan expresar discrepancias y sumarse a iniciativas. Así, en las Redes Sociales, la publicación implica la retroalimentación.

Reconexión y generación de nuevas “amistades”.

Gracias a las Redes Sociales es posible prolongar los encuentros de amistad real, recuperar amistades de la infancia y también entablar nuevas relaciones; incluso a pesar de las distancias. Aceptar un nuevo “amigo” en una red social implica estar dispuesto a compartir con él la propia vida, lo que a su vez hace posible un mutuo conocimiento.

Son muchos los casos de personas introvertidas que en las Redes Sociales han hallado un medio para relacionarse con otras personas a partir de múltiples afinidades, lo que ha contribuido al mejoramiento de la autoestima y la sensación de aceptación de las personas.

Aspectos Educativos.

En este rubro, las Redes Sociales tienen mucho que ofrecer a la generación digital. La facilidad que tienen los niños y jóvenes de comprender y utilizar eficientemente los medios electrónicos en sus distintos formatos, los hace la herramienta ideal para su aprendizaje. En este sentido, las redes sociales también brindan la oportunidad de conocer, valorar y aprender sobre otras culturas abriendo mayores posibilidades para el diálogo entre personas de diferentes países y culturas.

Conscientes del potencial educativo de las Redes Sociales, hay quienes han lanzado propuestas que buscan aprovechar mejor esta posibilidad. Es el caso de la Red *Imbee.com*, dirigido a niños y adolescentes de entre 8 y 15 años que cuenta, incluso, con áreas para profesores. Asimismo, las redes sociales dan a los educadores una oportunidad para continuar el contacto con los alumnos, para dialogar con ellos incluso fuera del encuentro académico propio de las instituciones escolares.

ASPECTOS NEGATIVOS DE LAS REDES SOCIALES.

El diario italiano *Il Corriere della Sera* (CF. 09.09.2009) recogía en un artículo inicialmente publicado en el diario *The Telegraph*, los aspectos de la vida diaria que la Web ha cambiado en la existencia de las personas, según el análisis realizado, implica desde objetos (álbumes fotográficos, directorios telefónicos, cartas, etc.), pasando por hábitos (ir a las tiendas de discos, de compras, etc.), la manera de informarnos (reflejada en la cada vez más baja venta de periódicos impresos), hasta la privacidad (las Redes Sociales disponen hoy día de información sobre miles de ciudadanos proporcionada por ellos mismos).

En la misma medida en la que se perciben día a día las múltiples aportaciones positivas del Internet y las Redes Sociales, también lo hacen los aspectos negativos, generados a causa de un mal uso de las mismas, entre ellos, los siguientes:

Pornografía.

Un estudio de la empresa española de seguridad de contenidos en la red *Optenet*, refiere que el 35% de las páginas Web existentes hasta diciembre de 2008, son pornográficas. Hasta antes de Internet la entrada de la pornografía a los hogares era más difícil, además tenía un costo. Actualmente basta una conexión a la red.

En el caso concreto de algunas redes sociales, las facilidades técnicas para formar grupos han llevado a varias personas a entrar en algunos específicamente pornográficos y sin tener que entrar en portales de ese tipo. Ello forma parte de la evolución del Internet. Otros caen en manos de grupos que promueven el racismo, la violencia o el terrorismo.

Según un estudio de 2007 de la Universidad de New Hampshire, en Estados Unidos cada mes hay más de 35 millones de visitas a páginas pornográficas. Al constatar las consecuencias emocionales, psicológicas, físicas y relacionales de quienes caen en las redes de la pornografía, resulta imposible permanecer indiferente.

Ahondando más en este tema, un fenómeno que recientemente está impactando negativamente a los adolescentes en particular, es el llamado *sexting*. Consiste en el envío de imágenes o videos con contenido sexual a través del teléfono celular o de la publicación de las mismas en perfiles o grupos de Redes Sociales. La mayoría de las veces el contenido mostrado fue robado, obtenido y dado a conocer sin el consentimiento del implicado. Sin embargo, existen casos en los que el contenido puede incluso ser producido por el protagonista de forma consentida.

“Amistad” virtual.

Inicialmente las redes sociales implicaban una amistad basada en relaciones de la vida real, específicamente en un ambiente académico universitario. Sin embargo, con las redes sociales disminuyen las relaciones “cara a cara” y con ello muchas personas continuamente caen en el error de sustituirlas con relaciones sólo por ese medio, es decir, comienzan a tener muchos “amigos” en Internet y olvidarse de los que están a su alrededor.

La “amistad digital” conlleva a la consideración sobre el riesgo latente de que los medios sociales aíslen a los usuarios de las relaciones interpersonales apoyadas en encuentros reales e incluso de confundir una simple relación con una amistad auténtica. Además, una vinculación social-digital puede crear un exceso de dependencia de los otros o, sencillamente, hacer pasar la “amistad” por una mercancía. Es muy frecuente reducir la amistad a “tener” a otro en la lista del propio perfil. Tal como lo afirma Boyd (2007): “el término ‘amigos’ puede inducir a error, porque la relación no significa necesariamente la amistad en el sentido cotidiano, y las razones para que las personas se conecten son diversas”. 29

Disminución de la Privacidad.

Un estudio académico sobre intimidad y Redes Sociales realizado por los estudiosos Manuel Gross y Acquisti, reveló que es alto el riesgo potencial de que a partir de los datos incluidos en los perfiles de las Redes Sociales, delincuentes cibernéticos puedan reconstruir números de seguridad social. Y es que frecuentemente se dan descuidos en los usuarios, propiciados, en parte, por la inconsciencia acerca de la naturaleza pública que supone Internet.

Las aplicaciones de las redes sociales logran que las personas hagan crónicas detalladas de sus experiencias de vida, es decir, de la “parte” de vida que “cargan” voluntariamente en la Red Social.

Nunca antes tantas personas habían puesto al alcance de cualquiera tal cantidad de datos de tipo personal. Todo lo anterior plantea más interrogantes éticos y es motivo de una alerta mayor si consideramos que al menos una cuarta parte de los usuarios de redes sociales son menores de edad.

Una vez que se introduce en la Red una información o mensaje, resulta altamente difícil retener el título de propiedad por parte del emisor. Los mensajes pueden ser tomados y transformados fácilmente y perder el rastro de autoría original. Al día de hoy existen *hackers* que se dedican a robar datos e informaciones en la Red como ladrones de bancos.

29 Boyd (2007). Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social network sites, en First Monday, 11. También disponible en http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/.

Por todo lo anterior es esencial que los usuarios se mantengan alerta, porque la realidad es que no todos los conocidos, amigos o compañeros, pueden ni deberían estar en todos sus vínculos y redes. Asimismo, tampoco resulta conveniente aceptar relación alguna, con aquellas personas que no son confiables, justo como sucede en el mundo real.

En este como en otros temas relacionados con Internet, se precisa una legislación internacional al respecto, de modo que nadie se aproveche de la confianza de las personas, independientemente de quien se trate.

El factor pedagógico y el factor tiempo.

Concretamente se hace referencia al factor “uso del tiempo” que, en el mejor de los casos, sólo llega a repercutir en aspectos como las calificaciones, los estudios y el rendimiento laboral. Lo anterior hace necesaria una educación para destinar adecuadamente el tiempo invertido en las distintas actividades que se realizan en las Redes Sociales, ya que los beneficios y oportunidades que brinda esta moderna herramienta no deben convertirla en esclavitud, pero la realidad es que una red social reclama una alta atención del usuario.

El periodista Miguel Ángel Sánchez de la Nieta (2008), coincidiendo con el argumento anterior, explica que el escribir mensajes y cargar fotos y videos requiere un cierto tiempo.

Igualmente, cualquier publicación hecha por algún contacto de la red genera respuestas que conllevan a sucesivos intercambios de respuestas, susceptibles de prolongarse aún más con la participación de más contactos que se unan. Considerando la inversión de tiempo que esto representa, concluye al preguntarse “¿Tiene un estudiante tiempo para ello? ¿En qué momento actualiza su perfil un trabajador?”³⁰

Por otra parte, haciendo un enfoque hacia el factor “educación”, resulta penoso al ingresar a las redes sociales encontrarse con un manejo realmente pobre del lenguaje que, de alguna forma, es reflejo de la pereza mental que estos medios pueden propiciar en algunos usuarios, por la rapidez e inmediatez que implican.

Derechos de autor (tráfico de imágenes o videos).

A través de las Redes Sociales, por su misma dinámica relacional entre personas, es posible compartir contenidos muchas veces al margen de quienes los producen o distribuyen legalmente. En este sentido, puede hacerse una subdivisión:

30 Sánchez de la Nieta, M. (2008) “Tuenti, red social y fenómeno cultural”, Boletín Aceprenta Pp. 55.

- 1) Por una parte está lo que podría llamarse “derechos de autor” sobre los contenidos que el mismo usuario produce (sus fotos, videos, textos, etc.).
- 2) Por otra parte están aquellos contenidos ajenos que muchas veces el mismo usuario hace circular o recibe pero que no produce por sí mismo.

De acuerdo a las reglas básicas sobre Derechos de autor, es claro que se puede disponer de aquello que se produce, mientras no atente contra nadie más, pero no se puede disponer sin más de lo ajeno. Por lo tanto, el hecho de que en la Red se den a diario robos masivos de propiedad intelectual (como la música o videos que se distribuyen o comparten), y se traten como una democratización del delito, no significa que no deban ser penados y mucho menos que esté bien que esto suceda.

Al respecto, han surgido iniciativas para complementar el sistema actual de derechos de autor, como las licencias que *Creative Commons* (un proyecto nacido de la propuesta del profesor de Stanford, Lawrence Lessig) llama "algunos derechos reservados", con la finalidad de permitir a los autores mantener licencias en las que se plantea el uso de sus obras y de evitar la destrucción de los derechos de autor.

Paralelamente han emergido conceptos como "*copyleft*" (por oposición a "*copyright*") término entendido como aquella cultura en la que el autor permite en diferentes medidas la libre reproducción, distribución, difusión y transformación de su obra, siempre y cuando se respete la autoría. (Fundación Copyleft, 2009).

La preocupación respecto a los derechos de autor no necesariamente radica en la forma en la que el autor se apropia de beneficios de la venta de una obra que quizás ni siquiera intentó vender desde el principio, sino en que un usuario, al modificar la obra, pueda venderla y realizar un beneficio contrario al interés del autor.

Tras analizar la situación con mayor profundidad, resulta claro que el problema de los derechos de autor y de los beneficios económicos potencialmente derivados de la creación de contenidos está lejos de ser resuelto.

Aislamiento e individualismo.

Al reflejar la identidad en las Redes Sociales existe la posibilidad de crearse una representación artificial de uno mismo, de modo que se pueda parecer más “atractivo” para todos aquellos que están en la búsqueda de “amigos” con especiales dotes físicas, por lo que no es extraño encontrarse con fotos retocadas que mejoran la articulación de la identidad del usuario.

Un perfil también puede dar lugar al narcisismo, el exhibicionismo y la superficialidad pues, para muchos, el deseo de aparecer como una persona socialmente atrayente, teniendo muchos “amigos” en las Redes Sociales.

Todo este desarrollo de las Redes Sociales ofrece una amplia gama de oportunidades para hacer un buen uso de ellas. Pero también presentan retos éticos que no pueden pasar desapercibidos.

A pesar de los riesgos de aislamiento, las Redes Sociales permiten experimentar nuevas formas de contacto, de relación y de expresión personal. Antes de estas plataformas, Internet era solo un conglomerado de páginas con contenidos, pero las relaciones humanas en sí mismas no eran visibles en la World Wide Web.

“Más que huir de ellas hay que saber aprovecharlas. Y para hacerlo es necesario un autocontrol y una educación”. Spadaro, A. (2007)³¹.

FUTURO DE LAS REDES SOCIALES: RETOS Y OPORTUNIDADES.

Retos.

Las Redes Sociales aspiran a convertirse en el espacio que concentra todas las necesidades que se tienen en Internet, por lo que es lógico que cada vez se les dedique más tiempo y atención.

Su facilidad de adopción y diversidad como plataforma de generación y manejo de contenidos, así como de colaboración y comunicación para usuarios de todos los niveles de estudios y grupos de edad, aseguran que México no está ni estará al margen de esta revolución tecnológica.

Como ha sucedido con prácticamente todos los instrumentos producidos por el hombre, las Redes Sociales pueden ser también un vehículo para la producción o acceso a contenidos nocivos. Y pueden también ser utilizadas de formas que dañen a las personas o a su entorno social.

Por esa razón, un aspecto preocupante respecto al uso de las Redes Sociales es el factor “respeto de la privacidad”, que muchas veces se pierde cuando se consideran como seguros portales de Redes Sociales que alojan a usuarios que han desarrollado una dependencia y ya no son capaces de detectar el nivel de riesgo en el que están inmersos.

Una educación adecuada ayuda a los usuarios de Redes Sociales a discernir mejor qué es una amistad auténtica y a identificar los posibles riesgos de confundir relaciones superficiales y esporádicas en Internet con la verdadera amistad. Las relaciones humanas requieren tiempo y conocimiento directo.

31 A. Spadaro, A. (2007) Web 2.0: Internet come rete sociale, *La Civiltà Cattolica* IV (2007) Pp.111-124

En referencia a cómo educar a la generación digital sobre un sano uso de Internet, hay una responsabilidad que respecta tanto a lo que se carga en la red como a lo que de ella se toma. Un buen uso de las redes sociales depende de los contenidos que generemos en ellas.

Asimismo, la familia, como lugar donde se aprenden las primeras nociones del bien y el mal, los valores y las virtudes, permite a los padres guiar y supervisar a sus hijos respecto al uso de los modernos medios de comunicación y, más específicamente, de las Redes Sociales en Internet.

Para ello será necesario superar la brecha generacional entre padres e hijos. Si esto conlleva a los padres a aprender más sobre el uso de las nuevas tecnologías, será una ganancia, ya que de esta forma podrán realmente comprender los alcances, ventajas y desventajas de éstas.

Igualmente, es apremiante una asignatura que aborde una adecuada pedagogía educativa en el uso de los medios de comunicación en escuelas públicas, concretamente en lo referente a Internet. Más que abundar en la parte técnica, es urgente una perspectiva ética para orientar a todos los niños y jóvenes que a cada vez más temprana edad se vuelven usuarios de redes sociales.

De manera general se deben establecer y adaptar códigos de conducta específicos para el acceso a las Redes Sociales, como individuos y como organizaciones. Independientemente de la posición actual o los recursos con los que se cuenten.

Así el resultado será una oportunidad de construir liderazgos nuevos y generar nuevas perspectivas en el trabajo, en lo académico y en la comunidad si los usuarios se deciden a participar, a generar contenidos, a habilitar experiencias, a pedir la retroalimentación de otros y a jugar de este modo el nuevo juego de la interacción social.

Oportunidades.

La tendencia que acerca a los usuarios a la producción de contenidos y a la participación, se está acelerando y agregando a ello creatividad e innovación para hacer cada vez más sencillo el uso de las herramientas sociales, y por lo tanto su impacto.

Esta transformación, a diferencia de otras revoluciones ocurridas en tiempos pasados, se realizará prácticamente de manera simultánea en todo el mundo, gracias a la omnipresencia de los medios digitales, que ya no son una promesa (esa fue la anterior revolución, la del Internet) sino una realidad.

Las Redes Sociales nos impulsan día a día a redefinir nuestra identidad, como personas y como organizaciones. Son herramientas poderosas, para bien o para mal. Dependerá de cada quién definir en qué sentido se utilicen. Lo que no se puede hacer es negar su trascendencia, relegar su importancia o escondernos de la realidad, o será demasiado tarde para aprovecharlas en nuestro favor.

REDES SOCIALES EN EL ENTORNO LABORAL.

En el mundo laboral como en la mayoría de los ámbitos en la actualidad, es inminente el creciente impacto de las Redes Sociales, que continúan causando polémica en algunos casos o generando rechazo en otros; e igualmente, entusiasmando a algunos y desconcertando a los demás.

Respecto a estas posturas, por un lado algunas personas resaltan los peligros y riesgos latentes de su manejo en el trabajo.

Dichos riesgos incluyen entre otros, la preocupación por la disminución de la productividad y el enfoque en las tareas desempeñadas; así como la inquietud por la transformación del contacto personal (o su deterioro) frente al contacto digital.

Además, la dificultad de asegurar la propiedad intelectual y evitar las fugas de conocimiento, adicionada al reto de generar o mantener el liderazgo y el control dentro del mundo de creación caótica que proporcionan las Redes Sociales.

Más allá de la pérdida de tiempo que pueda producir el uso indiscriminado de las redes, también conlleva riesgos que van desde la descarga de archivos infectados hasta el hackeo.

Al respecto, una encuesta elaborada por la empresa global de servicios profesionales, Ernest & Young a empresas de todo tipo a nivel mundial, reveló que el 60% percibe un aumento en el peligro que enfrentan por el uso de redes sociales, Cloud Computing y artefactos electrónicos personales en sus organizaciones. Y el 46% dice que está aumentando su gasto anual en seguridad informática. English, G. (2011) 32

Con respecto a nuestro país, según estudio *“El impacto de las Redes Sociales en el mundo del trabajo: México”* de la firma internacional de Recursos Humanos Manpower (2009) 33 el 73% de los profesionistas en México pertenece a alguna Red Social en Internet. Y esto es así, aun cuando, según el mismo estudio, en el 38% de las empresas en México no se permite el acceso a redes sociales en el lugar de trabajo y en el 43% de éstas el acceso es limitado. Sólo el 19% de los empleadores permite el acceso a las Redes Sociales a todos sus trabajadores

Otro de los elementos fundamentales de una "cultura de *networking*", para poder aprovechar realmente estas tendencias, radica en el uso del tiempo.

32 English, G., (2011) "Empresas se adaptan al uso de redes sociales por parte de sus empleados" en *Diario LA TERCERA* [En línea] Año 61. No. 22.170, 27 de Febrero de 2011, Negocios – Laboral, pp. 28-29. Grupo Copesa, Chile, disponible en: <http://diario.latercera.com/2011/02/27/01/contenido/negocios/27-60660-9-empresas-se-adaptan-al-uso-de-redes-sociales-por-parte-de-sus-empleados.shtml> [Accesado el día 26 de Abril de 2011].

33 Manpower (2009) "El impacto de las redes sociales en el mundo del trabajo: México" *Manpower Inc.* [En línea], disponible en: http://www.manpower.com.mx/uploads/press_room/estudios_investigaciones/El_Impacto_de_Red_Sociales_de_Internet_en_el_Mundo_del_Trabajo_MexicoV2.pdf [Accesado el día 03 de Mayo de 2011]

El tiempo libre dedicado al esparcimiento puede ser una elección propia, pero el tiempo productivo debe ser manejado de manera efectiva. Las Redes Sociales pueden permitir eso, si se tiene la disciplina de programar la interacción a través de ellas, de programar tiempo específico y enfocado para alimentarlas y de mantener una periodicidad de presencia suficiente para asegurar los objetivos planteados a través de las Redes sociales a las que se pertenezca.

Finalmente, de lo que se trata es de relaciones humanas que en ningún sentido son nuevas; aunque en este modo particular de comunicación todos los procesos de vinculación entre individuos se puedan acelerar, siguen siendo relaciones y continúan necesitando de la dimensión humana, incluyendo muchas veces la presencia que refuerza el entendimiento mutuo y cimienta la interacción (y que después puede seguirse desarrollando en medios digitales).

CULTURA ORGANIZACIONAL (Redes Sociales).

Algunas organizaciones utilizan Redes tipo Intranet para la creación de grupos de comunicación interna, que permiten hacer llegar mensajes de manera efectiva, promoviendo la participación, organizando eventos, notificando sobre el acceso a recursos que facilitan el trabajo, etc.

En contraste, hay quienes opinan que las Redes Sociales generan distracción y consumen tiempo (lo que sucede si no se utilizan adecuadamente) por lo que se bloquea el acceso a éstas, como se muestra en la **Figura 3**.

El bloqueo generalizado suele ser más frecuente en las organizaciones grandes. En las medianas, el acceso parcial (sólo para algunos trabajadores) destaca frente a lo que sucede en las pequeñas empresas.

Ello tiene que ver con la relación proporcional que supone que a mayor cantidad de empleados, habrá mayor cantidad de usuarios y por ende, mayores riesgos para las empresas.

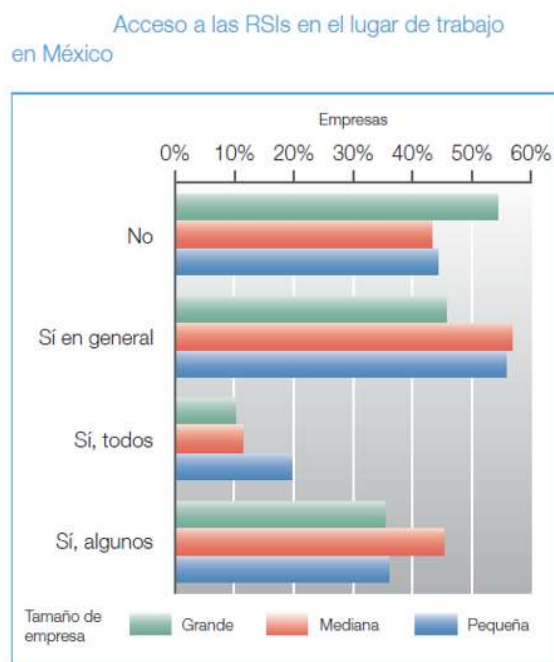


Figura 3. (Manpower, 2009).

En general, la actitud de la mayoría de las organizaciones en México, es limitar parcial o totalmente el acceso a las Redes sociales, lo que refleja, según algunos líderes de la función de RRHH en nuestro país, que existe aún "miedo" a permitir el acceso, básicamente por desconocimiento, falta de claridad o visión sobre el buen uso y las aplicaciones.

"Muchos las prohíben y controlan, pero si les preguntas por qué, te das cuenta de que no las conocen y les temen", generalmente, dan el argumento de la productividad que se pierde, pero siguiendo ese criterio, deberían prohibir el acceso a todo Internet" Andrés Freudenberg, fundador de la consultora NextLevel Careers.

Para impedir el acceso a las Redes Sociales en el trabajo, tendría que prohibirse el uso de los teléfonos celulares u otros dispositivos que funcionan vía Wi-Fi, algo prácticamente impensable para los trabajadores en el mundo actual.

Pero más allá de estos intentos por controlar el acceso, resulta que en más de la mitad de las organizaciones en México, los responsables de la gestión del talento consideran que las Redes Sociales son una herramienta para el trabajo y no un distractor, se piensa más de esta forma en las organizaciones grandes (que paradójicamente es en donde se limita más el acceso).

Actitud general frente a las RSIs entre los responsables de RRHH de organizaciones mexicanas

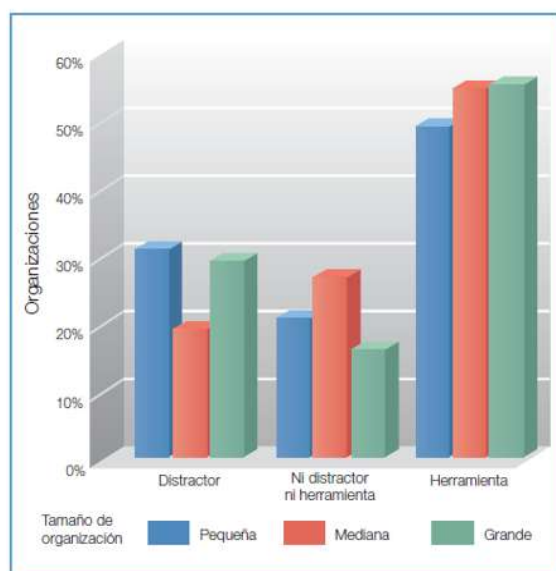


Figura 4. (Manpower, 2009)

Por su parte más del 30% de las empresas pequeñas en México identifica a las Redes Sociales como un distractor y no como una herramienta, en contraste con las empresas medianas, en las que esa opinión está presente en menos del 20% (como muestra la **Figura 4**) y para algunos, la distracción está relacionada con un vacío de contenidos, que conduce a comportamientos no productivos.

Según los resultados de un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en España, cada empleado dedica por término medio un 8,33% de su jornada laboral (40 minutos diarios) a navegar por Internet sin necesidad. Este fenómeno se conoce como *Absentismo Presencial*.

Según MyJobGroup.co.uk, una empresa de trabajo temporal de Reino Unido, las pérdidas económicas por la visita a redes sociales en horas de trabajo, se cifran en 14 billones de libras esterlinas. (Citado por Velasco, J., 2010) 34 En un esfuerzo para combatirlo, diversas compañías han instalado filtros de contenidos que bloquean el acceso desde sus oficinas a estos sitios Web.

34 Velasco, J., (2010) "Redes sociales y productividad, ¿el cigarrillo de los no fumadores?" en *Bitelia.com. Software | web 2.0* [En Línea] 13 de Septiembre de 2010. Hipertextual. Madrid, España, disponible en: <http://bitelia.com/2010/09/redes-sociales-y-productividad-el-cigarrillo-de-los-no-fumadores> [Accesado el día 03 de Mayo de 2011].

Sin embargo, varios expertos en el tema consideran que con acciones tan radicales, en realidad, más que eliminar el problema, se está forzando que la gente intente saltarse la prohibición, por ejemplo, usando un proxy, o busquen alternativas, como por ejemplo, navegar desde el móvil o desde la conexión *Wi-Fi* de alguna oficina vecina. Por ello consideran que en el autocontrol y la profesionalidad de cada uno está la solución

El uso de las Redes Sociales debe verse como un pequeño paréntesis en la jornada laboral, o como una fuente más de información relacionada con el trabajo; si bien es cierto que existe, desafortunadamente, un alto número de personas que por el contrario, ven el trabajo como un paréntesis entre comentario y comentario de Facebook o Twitter.

Las nuevas reglas de trabajo, de uso de las herramientas disponibles y de interacción, nos obligan a una gestión congruente de la interacción en medios digitales que nos permiten alcanzar los objetivos del trabajo.

En cuanto a lo que piensan los profesionales en México, existe una tendencia a afirmar que las empresas deben poner restricciones de acceso a las Redes Sociales en el lugar de trabajo.

Por una parte, para muchas personas la adaptación de las compañías al uso de las Redes Sociales tiene que ver con la convivencia de varias generaciones en un mismo entorno laboral. En ese sentido, no se puede obviar el hecho de que los *Millenials* o *Generación Y*, que comienzan su integración al mundo laboral, buscarán trabajos que alienten el uso de las Redes Sociales.

Los nacidos entre 1982 y 1997 –aquellos a los que habrá que contratar para reemplazar a los *Boomers* (la generación saliente) – están acostumbrados a estar conectados las 24 horas; por lo tanto, que las compañías en las que van a trabajar sean permisivas con esta conectividad.

En realidad, la propia idea de la estructura y manejo de las organizaciones cambia con los también llamados NetGen. Se trata de una manera diferente e irreversible de relación entre las personas y las compañías, que deben estar preparadas para recibir a un nuevo tipo de profesionales. (Fernández, T., 2010) 35

Sin embargo, el tema de fondo no es generacional ni está profundamente relacionado con el nivel de estudios, puesto que este fenómeno simplemente refleja la manera en la que se están difundiendo las Redes Sociales (primero entre los más jóvenes y entre estudiantes), pero también evidencia la falta de conocimiento sobre cómo administrar o implementar reglas de gestión efectivas para el uso productivo de las Redes Sociales en las organizaciones.

35 Fernández, T., (2010). "La productividad inevitable de las redes sociales" en *Expansión&empleo.com* [En línea] 08 de Enero de 2010. [expansionyempleo.com, Desarrollo de carrera – Empresas. Madrid, disponible en: http://archivo.expansionyempleo.com/2010/01/08/desarrollo_de_carrera/1262951865.html](http://archivo.expansionyempleo.com/2010/01/08/desarrollo_de_carrera/1262951865.html) [Accesado el día 03 de Mayo de 2011].

"El camino más fácil es restringir las Redes Sociales en su totalidad, pero si en los próximos años estas plataformas sustituirán al correo electrónico, lo mejor es hacer una combinación de todas las herramientas disponibles". Rodrigo Saín, subgerente general de la empresa de soluciones de TI NovaRed. (Citado por English, G., 2011)36.

Y esto muy probablemente que esta situación sólo cambie con la apertura hacia el uso de las Redes Sociales y la acumulación de la experiencia, que eventualmente pueda conducir a la generación de mejores prácticas.

En la **Figura 5** se observa que a mayor uso profesional de las Redes Sociales, existe una mayor tendencia a considerar que éstas deben estar abiertas en las empresas.

Si recordamos que el uso profesional de las redes se incrementa con la edad (por el contrario disminuye entre los mayores y aumenta entre los jóvenes) podremos ver cómo la actitud frente a las Redes Sociales depende más de la práctica, que de cualquier otra característica.

Asimismo, es importante resaltar que para las personas con mayor experiencia en el uso de Redes Sociales en el entorno laboral, su uso para fines de esparcimiento no corresponde a una actitud fuerte sobre el carácter que realmente poseen las redes como herramienta para la vida profesional o para el aprendizaje.

Por lo tanto, se concluye que a mayor práctica y familiaridad con el uso profesional de las redes, mayor convicción de sus efectos positivos para la propia profesión y para el aprendizaje.

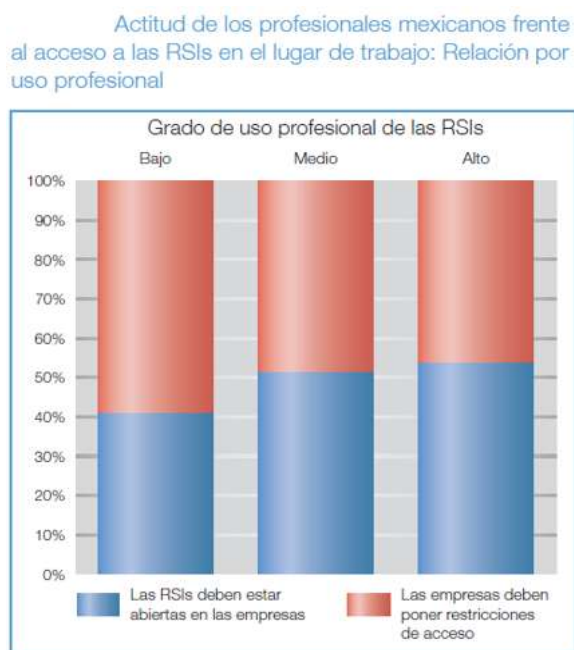


Figura 5. (Manpower, 2009).

36 English, G., (2011) "Empresas se adaptan al uso de redes sociales por parte de sus empleados" en *Diario LA TERCERA* [En línea] Año 61. No. 22.170, 27 de Febrero de 2011, Negocios – Laboral, pp. 28-29. Grupo Copesa, Chile, disponible en: <http://diario.latercera.com/2011/02/27/01/contenido/negocios/27-60660-9-empresas-se-adaptan-al-uso-de-redes-sociales-por-parte-de-sus-empleados.shtml> [Accesado el día 26 de Abril de 2011].

RECOMENDACIONES.

La teoría expuesta anteriormente conduce a la formulación de las siguientes recomendaciones para el mayor aprovechamiento y uso responsable de las Redes Sociales.

En lugar de limitar o cerrar el acceso a las Redes Sociales, principalmente por no entenderlas, será necesario dominar la lógica de éstas plataformas de vinculación social y así poder generar códigos de conducta, tanto para el provecho de los propios empleados, como para el crecimiento de las organizaciones en las que participan

Se necesitan políticas claras que permitan minimizar los riesgos del mal uso de las Redes Sociales y prácticas transparentes, ejemplificadas en el comportamiento de los líderes, que permitan el surgimiento de una nueva cultura de *networking* que sea benéfica para todas las partes.

Para lograrlo, un aspecto clave será estar alerta y mantener control sobre la información que se ingresa a estos sitios. Se debe enseñar a las personas qué pueden subir y bajar y qué no, y cómo deben hacerlo. Asimismo, la difusión de la información corporativa debe estar sujeta a las políticas internas de la empresa y supervisada por una persona idónea. English, G., (2011)

CONTROL

ADMINISTRACIÓN Y PROCESO ADMINISTRATIVO.

A lo largo de nuestras vidas nos vemos envueltos en una serie de organizaciones, ya sean formales o informales, que tienen como propósito alcanzar una meta en común, a través de diversos planes establecidos y a través de los recursos que se posean.

Es en ese momento cuando nace el sentido de la administración; que para Chiavenato (2004) es el "Proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales" 37; mientras que Koontz y Weihrich (2004) la definen como el "Proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos" 38

37 Chiavenato, I., (2004) *"Introducción a la Teoría General de la Administración"*. Séptima Edición. México, McGraw-Hill Interamericana, pp.10.

38 Koontz, H y Weihrich, H. (2003) *"Administración: Un Perspectiva Global"*. Doceava Edición. México. McGraw-Hill Interamericana, pp. 6-14.

La administración en sentido formal, es aquella que se realiza en una empresa. Posee de manera general cuatro funciones básicas que son: la planificación, la organización, la dirección y el control; éstas en conjunto se conocen como Proceso Administrativo y se puede definir como las diversas funciones que llevan a cabo los miembros de una organización para que se logren los objetivos con la optima utilización de los recursos disponibles.

Según el modelo del autor Agustín Reyes Ponce (2000),³⁹ el proceso es el siguiente:

PROCESO ADMINISTRATIVO.

Se divide en dos fases: *Mecánica y Dinámica*.

Dentro de la fase Mecánica se encuentran los primeros tres elementos:

- a) PREVISIÓN. Consiste en la determinación, técnicamente realizada, de lo que se desea lograr por medio de un organismo social, y la investigación y valoración de cuáles serán las condiciones futuras en que dicho organismo habrá de encontrarse, hasta determinar los diversos cursos de acción posibles.

La Previsión comprende, por lo mismo, tres etapas:

1. *Objetivos*: a esta etapa corresponde fijar los fines.
2. *Investigaciones*: se refiere al descubrimiento y análisis de los medios con que puede contarse.
3. *Cursos alternativos*: trata de la adaptación genérica de los medios encontrados, a los fines propuestos, para ver cuantas posibilidades de acción distintas existen.

- b) PLANEACIÓN. Consiste en la determinación del curso concreto de acción que se habrá de seguir, fijando los principios que lo habrán de presidir y orientar, la secuencia de operaciones necesarias para alcanzarlo, y la fijación de tiempos, unidades, etc., necesarias para su realización.

Comprende por lo mismo tres etapas:

1. *Políticas*: principios para orientar la acción.
2. *Procedimientos*: secuencia de operaciones o métodos.
3. *Programas*: fijación de tiempos requeridos.

Comprende también “*Presupuestos*”, que son programas en que se precisan unidades, costos, etc., y diversos tipos de “*Pronósticos*”.

³⁹ Reyes, A. (2000) *Administración de Empresas*. México, Editorial Limusa. Pp 61-63.

- c) **ORGANIZACIÓN.** Se refiere a la estructuración técnica de las relaciones, que debe darse entre las jerarquías, funciones y obligaciones necesarias en un organismo social para su mayor eficiencia.

En la misma definición se ven claramente tres etapas:

1. *Jerarquías:* fijar la autoridad y responsabilidad correspondientes a cada nivel.
2. *Funciones:* la determinación de cómo deben dividirse las grandes actividades especializadas, necesarias para lograr el fin general.
3. *Obligaciones:* las que tiene en concreto cada unidad de trabajo susceptible de ser desempeñada por una persona.

Elementos de la Fase Dinámica Administrativa.

- d) **INTEGRACION.** Consiste en los procedimientos para dotar al organismo social de todos aquellos medios que la mecánica administrativa señala como necesarios para su más eficaz funcionamiento, escogiéndolos, introduciéndolos, articulándolos y buscando su mejor desarrollo.

De acuerdo con la definición, la integración enfocada a las personas abarca:

1. *Selección:* técnicas para encontrar y escoger los elementos necesarios.
 2. *Introducción:* la mejor manera para lograr que los nuevos elementos se articulen lo mejor y más rápidamente posible al organismo social.
 3. *Desarrollo:* todo elemento en un organismo social busca y necesita progresar, mejorar. Esto es lo que estudia esta etapa.
- e) **DIRECCION.** Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz los planes señalados.

Comprende, por lo tanto, las siguientes etapas:

1. *Mando o Autoridad:* es el principio del que deriva toda la administración y, por lo mismo, su elemento principal es la Dirección. Se estudia cómo delegarla y cómo ejercerla.
2. *Comunicación:* es como el sistema nervioso de un organismo social; lleva al centro director todos los elementos que deben conocerse, y de éste, hacia cada órgano y célula, las órdenes de acción necesarias, debidamente coordinadas.
3. *Supervisión:* la función última de la administración es el ver si las cosas se están haciendo tal y como se habían planeado y mandado.

- f) **CONTROL.** Consiste en el establecimiento de sistemas que nos permitan medir los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, corregir, mejorar y formular nuevos planes.

Comprende por lo mismo tres etapas:

1. *Establecimiento de normas:* porque sin ellas es imposible hacer la comparación, base de todo control.
2. *Operación de los controles:* ésta suele ser una función propia de los técnicos especialistas en cada uno de ellos.
3. *Interpretación de resultados:* ésta es una función administrativa, que vuelve a constituir un medio de planeación.

Como se puede observar, los elementos que integran el Proceso Administrativo no son independientes uno del otro, sino que interactúan en conjunto para lograr que las organizaciones logren sus metas.

PROCESO ADMINISTRATIVO ENFOCADO AL CONTROL.

El Proceso Administrativo puede a su vez estar integrado en cada uno de los elementos que integran el Proceso mismo; de esta manera, enfocado hacia el Control, el Proceso es el siguiente:

- **PREVISION.**

¿Qué puede o debe controlarse?

- Objetivos. Fijar los fines y metas del Control.
- Investigaciones. Analizar las causas de la deficiencia de lo que se va a controlar.
- Alternativas. Opciones de Control.

- **PLANEACION.**

¿Qué se va a controlar?

- Políticas. Normas genéricas que orientan la acción del control.
- Procedimientos. Secuencia cronológica del control.
- Programas. Secuencia y tiempo de las actividades del control.
- Pronósticos. Criterios sobre la operación futura del control.
- Presupuestos. Medición numérica del control o estándares.

- ORGANIZACIÓN
 ¿Cómo se va a controlar?
 - Funciones. División de las actividades del control
 - Jerarquías. Grado de autoridad, estrategia o preferencia del control.
 - Obligaciones. Deberes asignados a los responsables del control.

- INTEGRACION.
 ¿Con quién y con qué se va a controlar?
 - Selección. Buscar, seleccionar y reclutar a los responsables del control.
 - Introducción. Identificar al ingresado con las necesidades del control.
 - Capacitación. Adiestrar, capacitar y desarrollar a los encargados del control.
 - Integración de las cosas. Adecuar las cosas a las necesidades del control.

- DIRECCION.
 Ver que opere el control.
 - Autoridad. Facultad de decidir y mandar sobre la función del control.
 - Comunicación. Proceso de información sobre la función del control.
 - Supervisión. Vigilar lo ordenado respecto del control.

- CONTROL.
 ¿Cómo se controló?
 - Establecimiento del control para evaluar sistemáticamente.
 - Operación del control para medir los resultados reales contra los previstos.
 - Interpretación de resultados para conocer las causas que producen desviaciones.
 - Retroalimentación para decidir sobre las medidas de corrección.

CONTROL

En cualquier tipo de organización siempre debe existir alguien encargado de controlar; por ejemplo, tienen que realizarse evaluaciones de los resultados y tomar las medidas necesarias para minimizar los errores detectados. Por ello, el Control resulta un elemento fundamental en la administración

DEFINICIONES.

Reyes Ponce (2005), lo define como: recolección sistemática de datos para conocer la realización de los planes. 40

Para Robbins y Coulter (2005), es el proceso de monitorear las actividades con el fin de asegurarse de que se realicen de acuerdo a lo planificado y corregir todas las desviaciones significativas. 41

Según Henry Fayol, citado por Melinkoff (1990): “Consiste en verificar si todo sucede de acuerdo al programa adoptado por las ordenes impartidas y principios definidos”.42

George Terry (1999), lo define como: “El proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorizando si es necesario aplicando medidas correctivas de manera que la ejecución se lleve de acuerdo a lo planeado”.

De las definiciones anteriores se infiere que el término **controlar significa comparar** y verificar que lo realizado coincida con lo planeado y en caso contrario corregir las desviaciones. Los controles deben planearse de manera tal que puedan contar con una supervisión constante que, basada en estándares previamente establecidos, permita detectar y mostrar las desviaciones en cuanto ocurran, para así emprender acciones correctivas a tiempo, que den lugar al cumplimiento de los objetivos.

Como último paso del proceso administrativo, el Control presupone la existencia de una planeación que define el rumbo de la organización y con la que se compararán los resultados e identificarán las desviaciones. Por ello se considera a la Planeación y al Control como los *gemelos del proceso administrativo*, ya que no pueden darse el uno sin el otro.

La importancia del control radica en su estrecha relación con el concepto de delegación de autoridad, ya que si la autoridad se delega, la responsabilidad se comparte y al final el ejecutivo es el responsable de las acciones de sus subordinados. En este sentido, la mejor forma de Control es aquella que promueve el Autocontrol de las personas en las empresas mientras actúan y toman decisiones.

Pero ello es importante una evaluación continua del comportamiento del personal que forma parte de la empresa, con la finalidad de tomar decisiones de la manera más adecuada posible para alcanzar los objetivos de la Organización utilizando para ello los recursos disponibles.

La implantación de un sistema formal de control requiere definir la estructura de responsabilidades de la organización, utilizar un proceso capaz de ejecutar acciones de ajuste cuando ello sea preciso y diseñar un sistema de información que incluya los objetivos a alcanzar y los resultados obtenidos.

40 Reyes, A. (2005). *Administración Moderna*. México, Editorial Limusa. Pp. 440

41 Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. Octava edición. México, Editorial Pearson.

42 Melinkoff V. Ramón (1990). *Los Procesos Administrativos*. Caracas, Editorial Panapo pp. 62

“La gestión del sistema, no sólo su diseño, constituye un ingrediente importante para explicar su éxito o fracaso.” Pérez, J., y Carballo, V. (2008:16) 43

ETAPAS DEL CONTROL.

De manera general, en el establecimiento de un sistema de Control se encuentran integradas cuatro fases o etapas:

Determinar las áreas de control.

Es decir, designar ubicación exacta de la función de Control. Las áreas que serán controladas deben ser establecerse con claridad ya que los sistemas de control implican tiempo y dinero, por lo que sería poco práctico controlar un punto en el que resulte más costoso el control mismo que los daños potenciales por la falta de éste. Adicionalmente, al establecer controles deben buscarse puntos que permitan conocer lo mas posible de un proceso con una sola observación, a estos controles se les denomina estratégicos, ya que permiten conocer varios elementos de desempeño observado en puntos limitados. En resumen: todas las etapas anteriores pueden ser correctas, pero si el control está mal ubicado, no será efectivo.

Establecimiento de Normas o Estándares.

Criterios establecidos con los cuales se pueden medir los resultados reales, estos criterios o estándares pueden ser relativos a las áreas jurídicas o administrativas, así tenemos normas legales, reglamentarias, estándares físicos o monetarios, planes, metas, etc. Fundamentales en el proceso de control, El estándar clarifica a los empleados que es lo que se espera de ellos hace los controles objetivos.

Medición del desempeño de acuerdo a los estándares.

Una vez establecidos los estándares, lo siguiente es considerar cómo medir el desempeño y con que frecuencia. Las mediciones cuantitativas son las más utilizadas por los administradores. Sin embargo, hay factores que no son fáciles de medir, principalmente los enfocados a la prestación de servicios, en los cuales resulta más complicado establecer estándares; para realizar estas mediciones requiere del juicio de los supervisores, quienes harán una evaluación de la ejecución o una evaluación general subjetiva.

Por ello las empresas emplean tantos controles cuantitativos como pueden y se esmeran en la aplicación de los que no lo son en la búsqueda de constatar si van por el mejor camino posible.

43 Pérez, J., y Carballo, V. (2008) *Control de la gestión empresarial. Texto y casos*. Séptima edición, España, Editorial ESIC.

Comparación entre lo real y lo programado.

Las mismas herramientas y otras técnicas de Administración, permiten revelar las desviaciones, con respecto a las normas o estándares, esta comparación se efectúa tanto internamente con la propia Administración, como externamente a través de las revisiones por parte de los organismos externos de control. Lo fundamental de esta etapa es determinar las causas de los desajustes, a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan las mismas deficiencias. Estas desviaciones y sus posibles causas, deben exponerse en un Informe, el cuál será la base para la etapa siguiente.

En este punto, según el resultado de las comparaciones se puede proceder de 3 formas:

1. *Reconocimiento del desempeño.* Cuando los estándares son alcanzados el administrador debe reconocer el esfuerzo hecho por los involucrados en el trabajo, con base en los sistemas de motivación establecidos.
2. *Análisis e Identificación de Fallas.* Cuando no se alcanzan las metas propuestas como estándar, es necesario analizar lo que sucedió, a fin de identificar las fallas y situaciones que no permiten que se logre lo planeado. En ocasiones, incluso, será necesario revisar el estándar y establecer las medidas correctivas necesarias.
3. *Hacer los ajustes necesarios para corregir las desviaciones.* El control es un sistema dinámico que debe adaptarse a las condiciones cambiantes de las actividades. El administrador debe revisar los puntos de control con frecuencia y hacer los ajustes necesarios en ellos a fin de medir realmente el desempeño. Las medidas correctivas que se formulen deben fundamentarse en los principios básicos de Control Interno y las normas legales que rigen la acción de la Entidad.

Esta no es una fase sólo de Control, dado que al ejecutarla intervienen además aquellas funciones en las cuales recaen las medidas correctivas, En la Planeación se pueden reorientar los planes o modificar metas; o mediante el ejercicio de la función Organización, asignado o aclarando funciones, o bien a través de una mejor Dirección, impartiendo órdenes o haciendo cumplir las disposiciones legales o reglamentaria, de modo que se asegure en la mejor forma el logro de los objetivos de la Institución. En resumen, las actividades, que tienen lugar en el ámbito de la estructura del control, pueden concretarse en las siguientes fases, esquematizadas en la **Figura 6:**



CLASIFICACIONES DEL CONTROL.

Por el momento de su aplicación.

En semejanza con el esquema general de un sistema de producción, que consisten en un ingreso de materia prima, un proceso y una salida, los controles pueden clasificarse de acuerdo al momento en que se aplican y se denominan controles previos, del proceso y posteriores.

Control previo. Cuando se emplea este tipo de control se crean políticas, procedimientos y reglas para evitar conductas que produzcan resultados indeseables. Estos controles sirven para eliminar situaciones predecibles y reducir los errores en los procesos.

Control de proceso. Es aquel que se aplica en la acción misma del trabajo diario, son controles de rutina para actividades diarias.

Control Posterior. Es el que se aplica sobre los resultados obtenidos, con base en estos y su comparación con los estándares poder aplicar las acciones correctivas. Ejemplos de estos controles pueden ser las existencias de materia prima, las ventas o los resultados financieros de la empresa.

Por el nivel jerárquico de quien lo realiza.

Al igual que la Planeación, el control tiene características distintas dependiendo del nivel de la organización en que se desarrolle, así los niveles jerárquicos mas altos se enfocarán en el **Control Estratégico**; la administración media realizará **Controles Tácticos** y los empleados de menor jerarquía el **Control Operativo**.

Los **controles operativos** miran a la realización de las metas cotidianas como niveles de producción, numero de piezas falladas, ausentismo, accidentes de trabajo, puntualidad, entre otros.

Los **controles tácticos**, establecidos por la administración media, miran a mayor plazo. Se trata de conocer si el trabajo esta alcanzando las metas planeadas. Por ejemplo, el éxito de un nuevo producto, los resultados de alguna campaña de publicidad, efectos en nuevas políticas crediticias y de precio.

Los **controles estratégicos** tienen que ver con la política general de la empresa: con sus estrategias a largo plazo, construcción de plantas, remodelación de instalaciones, modificaciones en la estructura de organización. Así mismo, Los controles usados en las organizaciones pueden clasificarse en controles Preventivos y controles correctivos.

Resumiendo, la relevancia del Control está en su capacidad para influir en el comportamiento de los responsables funcionales y operativos de una organización y para integrarlos eficazmente en un proyecto común, aprovechando sus destrezas y experiencia para el logro de los objetivos planteados.

SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN.

PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO.

El Primer Artículo de la Ley Orgánica de la Universidad estipula, respecto a la Naturaleza de la Institución, que es una institución pública, laica y de servicio; descentralizada del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propios. Dedicada a la educación media-superior y superior, en sus diversos niveles y modalidades, la investigación científica, la difusión de la cultura y la extensión universitaria.

La *misión* de la Universidad consiste en: Contribuir al desarrollo social, económico, político, científico, tecnológico, artístico y cultural de Michoacán, de México y del mundo, formando seres humanos íntegros, competentes y con liderazgo que generen cambios en su entorno, guiados por los valores éticos de la Universidad, mediante programas educativos pertinentes y de calidad; realizando investigación vinculada a las necesidades sociales, que impulse el avance científico, tecnológico y la creación artística; estableciendo actividades que rescaten, conserven, acrecienten y divulguen los valores universales, las prácticas democráticas y el desarrollo sustentable a través de la difusión y extensión universitaria. (U.M.S.N.H., 2009)

Respecto a su *Visión*, la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo es la Máxima Casa de Estudios en el Estado de Michoacán con la oferta educativa de mayor cobertura, reconocida por su calidad y pertinencia social, que forma seres competentes, cultos, participativos, con vocación democrática, honestos y con identidad nicolaita, con capacidades para resolver la problemática de su entorno.

Los programas de investigación y creación artística son reconocidos, tanto local, como nacional e internacionalmente por sus aportaciones a las diversas áreas del conocimiento y a la solución sustentable de problemas sociales, en estrecha vinculación con los programas educativos.

Los programas de vinculación con universidades y centros de investigaciones, tanto nacionales como internacionales, permiten un intenso intercambio científico, cultural y artístico así como una gran movilidad de la comunidad universitaria. Las actividades de extensión proporcionan asesorías y servicios orientados a satisfacer necesidades concretas de los grupos sociales y de los sistemas productivos.

Los programas de difusión cultural hacen llegar a la sociedad las diversas manifestaciones de las ciencias, las artes y la cultura promoviendo el desarrollo de los individuos y los grupos sociales en armonía con el entorno. (U.M.S.N.H., 2009)

ESTRUCTURA UNIVERSITARIA

Con base en el Organigrama de la Institución, y documentos que integran su Normatividad; la estructura de la Universidad se integra de la siguiente manera:

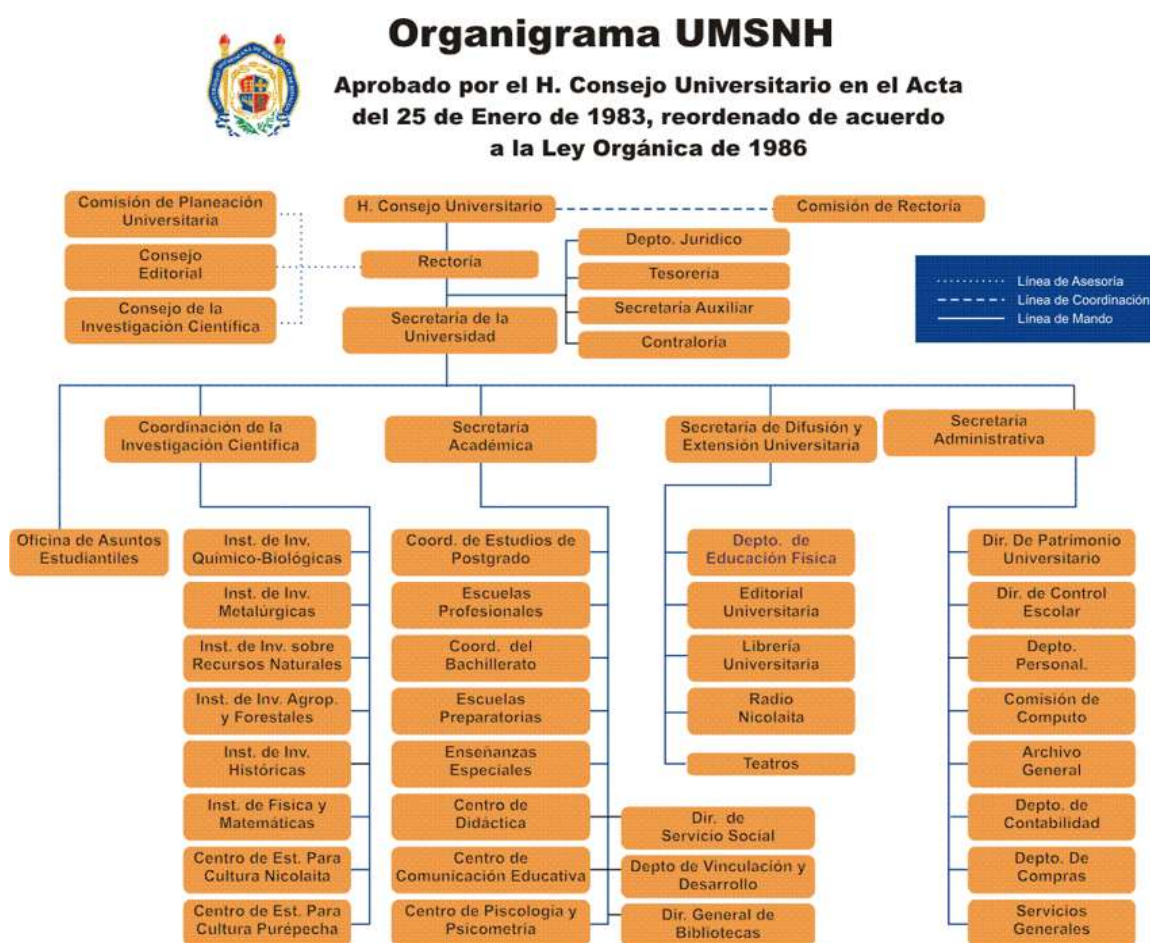


Figura 7. Organigrama UMSNH. (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 1986).

A continuación se expone a detalle cada una de las dependencias y organismos universitarios que integran la estructura de la Universidad Michoacana.

Gobierno.

Según el Artículo 8º. Capítulo V. de la Ley Orgánica su Gobierno estará Integrado por:

- El Consejo Universitario;
- El Rector;
- Los Consejos Técnicos de Escuelas, Facultades, Institutos y Unidades Profesionales;
- El Consejo de Investigación Científica;
- Los Directores de Escuelas, Facultades, Institutos y Unidades profesionales;
- La Comisión de Rectoría.

Consejos Técnicos.

Continuando con la Estructura de Gobierno de la Universidad. El Artículo 23 de la Ley Orgánica establece que los Consejos Técnicos de Escuelas, Facultades, Institutos y Unidades Profesionales, son los encargados de regular el funcionamiento de estas dependencias universitarias.

Se integrarán con el Director respectivo, un Profesor y un alumno por cada grado; para el caso de las preparatorias, con un Profesor y un alumno por cada bachillerato. Se elegirán por un período de dos años.

Las atribuciones, funciones y mecanismos de elección de Consejeros, serán los que se establezcan en el Estatuto y Reglamentos respectivos.

H. Consejo Universitario

En la parte superior del organigrama se encuentra el H. Consejo Universitario, órgano de máxima autoridad en la Universidad.

Artículo 9 º Cap. V. Ley Orgánica U.M.S.N.H.: El Consejo Universitario está conformado por:

- El Rector;
- Los Directores de Escuelas, Facultades, Institutos y Unidades Profesionales;
- El titular del Consejo de Investigación Científica;
- Un Consejero Profesor y un Consejero Alumno Propietarios de cada Escuela, Facultad e Institutos;
- Un Representante Propietario por cada uno de los sindicatos titulares de los contratos colectivos de trabajo de profesores y trabajadores administrativos;
- Un Representante Propietario por todas las Casas del Estudiante;

- Un Representante Propietario de la Sociedad de Exalumnos Nicolaitas con derecho a voz únicamente.

Sus atribuciones, estipuladas en el Artículo 12 de la misma Ley, son:

- Expedir y modificar el Estatuto Universitario, los reglamentos, normas y disposiciones generales inherentes a la organización y funcionamiento de la Universidad;
- Aprobar planes, programas de estudios, métodos de enseñanza y sistemas de evaluación en beneficio del aprovechamiento de los alumnos;
- Crear, modificar o suprimir Facultades, Escuelas, Institutos y demás dependencias Universitarias; solicitando previamente al Rector y a la Comisión de Presupuesto y Control, un informe sobre los recursos económicos disponibles para tal efecto;
- Designar a las Comisiones del propio Consejo que establece la Ley Orgánica;
- Designar de terna propuesta por el Rector a los directores de Escuelas, Facultades, Institutos y Unidades Profesionales; en su caso, removerlos en los términos de esta Ley y del Estatuto Universitario;- Conocer y fallar sobre los dictámenes de las comisiones;
- Resolver los conflictos que surjan entre autoridades universitarias;
- Aprobar el presupuesto anual de ingresos y egresos, previo dictamen de la comisión respectiva;
- Vigilar la administración del patrimonio universitario;
- Autorizar la enajenación de bienes muebles o inmuebles que conforman el patrimonio universitario, con base en lo dispuesto por esta Ley y en el Estatuto;
- Solicitar al Rector informe del ejercicio presupuestal cuando así lo estime necesario;
- Conferir distinciones honoríficas conforme al Reglamento correspondiente;
- Aprobar los convenios celebrados por el Rector en nombre de la Institución, cuando comprometan el patrimonio de ésta y tenga por objeto la prestación de servicios o de ayuda mutua para el cumplimiento de sus funciones, salvo lo dispuesto en la fracción XVI del artículo 22 de la Ley Orgánica;
- Conocer y resolver asuntos relativos a pensiones, jubilaciones, estímulos y antigüedad del personal académico y administrativo, en base al Reglamento y los contratos colectivos correspondientes, así como los que no estén contemplados en dichos ordenamientos;
- Conocer y resolver cualquier asunto que no sea de la competencia de otra autoridad universitaria y las demás que le otorguen la Ley Orgánica, el Estatuto y los Reglamentos Universitarios.

El Consejo Universitario se desempeña en coordinación con la *Comisión de Rectoría*.

Comisión de Rectoría.

Estará integrada por 8 miembros: 5 ex Rectores e la Universidad que residan en el Estado; el Decano de los Directores de las Escuelas, Facultades e Institutos; el Decano de los profesores en activo y el estudiante miembro del Consejo Universitario

Entre las principales atribuciones de la Comisión de Rectoría se encuentran las siguientes:

- Nombrar al Rector, conocer de la renuncia de éste y removerlo por causa grave. Antes de la designación del Rector definitivo, la Comisión de Rectoría recibirá y tomará en cuenta todas las opiniones que en forma escrita le envíen los miembros del Consejo Universitario a favor de alguna persona para dicho cargo.
- Resolver los conflictos que surjan entre el Consejo Universitario y el Rector, a petición de cualquiera de las partes;
- Expedir su propio reglamento.

Dependiente del Consejo Universitario está la *Rectoría*.

Rectoría.

El artículo 20 de la Ley Orgánica establece que: El Rector es el representante legal de la Universidad, quien durará en su cargo 4 años y no podrá ser reelecto.

Sus atribuciones, establecidas en el Artículo 22 de la misma Ley, son las siguientes:

- Proponer terna al Consejo para la designación de Directores de Escuelas, Facultades, Institutos y Unidades Profesionales, previa auscultación de sus respectivos Consejos Técnicos y designar al titular del Consejo de Investigación Científica, a los funcionarios y al personal de confianza, con sujeción a lo dispuesto por la Ley Orgánica y el Estatuto;
- Contratar al personal, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley Orgánica, el Estatuto, el Reglamento respectivo y los contratos colectivos de trabajo;
- Vigilar el cumplimiento de las normas que rijan a la Institución y ejecutar los acuerdos del Consejo Universitario;
- Presidir las reuniones de los Consejos Técnicos, de Escuelas, Facultades, Institutos y Unidades Profesionales;
- Promover ante el Consejo Universitario todo cuanto tienda a mejorar la estructura y funcionamiento de la Universidad;
- Convocar las sesiones del Consejo Universitario;
- Rendir informe anualmente, por escrito al Consejo Universitario de las actividades desarrolladas y del ejercicio presupuestal, participando de ello a los gobiernos federal y estatal;
- Presentar los proyectos de programa de trabajo y presupuesto de ingresos y egresos anuales a la consideración del Consejo Universitario, para su discusión y aprobación, en su caso;
- Aplicar las medidas disciplinarias a los trabajadores académicos y administrativos en los términos de los reglamentos y contratos colectivos correspondientes;
- Ejecutar las sanciones disciplinarias a los alumnos que incurran en violaciones a las normas universitarias, en los términos de las disposiciones correspondientes;
- Ejercer el presupuesto general de la Universidad, una vez aprobado en los términos de esta Ley.
- Vetar por escrito los acuerdos del Consejo Universitario violatorios a los ordenamientos de la Institución, a efecto de que los asuntos que los originaron sean analizados y discutidos nuevamente para su consideración y resolución definitiva;

- Conceder licencias a los Directores y a los trabajadores de la institución, aplicando lo previsto tanto en el Estatuto Universitario como en los contratos colectivos;
- Nombrar apoderado jurídico cuando los asuntos de la Institución así lo requieran;
- Celebrar con los sindicatos de los trabajadores, los convenios derivados de las relaciones laborales, informando de ello al Consejo Universitario.

Brindando asesoría a la Rectoría se encuentran: la Comisión de Planeación Universitaria, el Consejo Editorial, y el Consejo de la Investigación Científica.

Comisión de Planeación Universitaria.

Base legal: Ley Orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: asesorar a la Rectoría en forma participativa y permanente en el proceso de toma de decisiones, para lograr la definición de las distintas alternativas de desarrollo por la propia Institución, así como de las acciones necesarias y las previsiones correspondientes para alcanzar los objetivos que se plantean en esta Casa de Estudios.

FUNCIONES.

- Acordar con el Rector.
- Contribuir conjuntamente con los órganos académicos y administrativos, al planteamiento de la educación en el ámbito de su competencia, persiguiendo con ello el logro de los fines para los que fue creada la Institución.
- Contribuir a la organización, funcionamiento, evaluación y control de los procedimientos de previsión, que permitan decidir una vía del desarrollo futuro de la Institución y los medios e instrumentos para lograrlo.
- Contribuir a la definición precisa de los objetivos y políticas institucionales que normen los programas de acción.
- Realizar las investigaciones, estudios y estimaciones de necesidades internas y externas, que determinarán las políticas y mecanismos para ofrecer el servicio educativo, de investigación y de difusión.
- Realizar los estudios necesarios para fundamentar los planes de desarrollo y los programas anuales.
- Ofrecer el apoyo técnico y metodológico par la formulación de planes, programas y proyectos institucionales.

Coordinación de la Investigación Científica.

Base legal: Ley Orgánica. Artículos: 7 Frac. V., 10 Frac. VI; 17, Frac. III

FUNCIÓN GENERICA:

1. Coordinar el diseño y construcción, equipo y material didáctico de escuelas, facultades y direcciones, y colaborar con las diferentes dependencias en la realización de diseños de laboratorios, equipos e instrumental.

2. Promover las patentes necesarias para proteger los intereses de la Universidad.
3. Colaborar estrechamente con los institutos de investigaciones y con las escuelas sobre los programas de enseñanza de las ciencias.
4. Acordar con el Rector.

5. Presidir el **Consejo de la Investigación Científica**
6. Acordar con los directores de los Institutos de Investigación.
7. Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
8. Coordinar los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.

La Coord. De Investigación Científica está formada por:

- Consejo de Investigación Científica
- Coordinación
- Sec. De becas de Postgrado.
- Secretaría
- Depto. De difusión científica
- Unidad secretarial.

Consejo de Investigación Científica.

Brinda asesoría a Rectoría. Está integrado por:

- Consejo de Investigación Científica
- Coordinación
- Dirección del Instituto de Investigaciones. Metalúrgicas.
- Dirección del Instituto de Investigaciones. Químico – Biológicas.

Dependientes de la Coord. De Investigación Científica se encuentran:

- Inst. de Investigaciones. Químico-biológicas
- Inst. de Investigaciones. Metalúrgicas
- Inst. de Investigaciones. Sobre Recursos Naturales
- Inst. de Investigaciones. Agropecuarias y Forestales
- Inst. de Física y Matemáticas
- Centro de Estudios para Cultura Nicolaita
- Centro de Estudios para Cultura Purépecha

Institutos de Investigación.

Base legal: Ley Orgánica. Arts.7, Frac. V.,10 Frac. VI y 17 Frac. III.

FUNCION GENÉRICA: orientar la investigación científica hacia la solución de problemas educativos, tecnológicos, sociales y económicos de México, y en especial del Estado de Michoacán.

FUNCIONES:

- Difundir los avances científicos internacionales, así como los resultados de las investigaciones realizadas por el personal del Instituto.
- Acordar con el Coordinador de Investigación Científica.
- Preparar los recursos humanos (científicos, investigadores, maestros, profesionistas y técnicos) capaces de realizar investigación científica básica y aplicada.
- Efectuar investigaciones científicas en las diversas disciplinas de las ciencias.
- Colaborar en actividades docentes, proporcionando asesoría científica en las diversas disciplinas que se cultivan, tanto dentro como fuera de la Universidad.
- Orientar los resultados de la Investigación hacia el área académica, dentro de su ámbito de acción, especialmente en lo referente a la formación de nuevos investigadores.
- Organizar, promover y participar en reuniones relativas a las diferentes disciplinas.
- Difundir los resultados de los trabajos de investigación que se realicen.
- Dirigir tesis profesionales de licenciatura, maestría y doctorado, en las diferentes áreas de competencia.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar las funciones del personal a su cargo y realizar las demás funciones inherentes a su puesto.

La Rectoría de la Universidad tiene bajo su mando a diversas dependencias; entre ellas las siguientes:

Tesorería.

Fundamento: Art. 10 Frac. II. Ley orgánica

FUNCIÓN GENERICA: administrar los recursos financieros de la Institución.

FUNCIONES:

- Acordar con la Junta de Gobierno.
- Acordar con el Rector para el correcto ejercicio del presupuesto, y coordinar sus actividades con la Contraloría.

- Tener a su cuidado y responsabilidad los fondos de la Institución con base en el presupuesto general anual de ingresos y egresos aprobados por la Junta de Gobierno.
- Presentar al Rector mensualmente, los estados financieros de la Institución.
- Presentar anualmente a la Junta de Gobierno los estados financieros de la Institución.
- Presentar al Consejo Universitario dictámenes relativos apensiones y jubilaciones.
- Presentar, previa autorización del Rector, a la Junta de Gobierno las promociones para partidas de nueva creación y modificaciones al presupuesto.
- Presentar, previa aprobación del Rector, a la Junta de Gobierno el proyecto de Presupuesto General anual de ingresos y egresos.
- Enterar oportunamente las retenciones y declaraciones de carácter fiscal.
- Vigilar el cumplimiento de la formulación de conciliaciones bancarias y efectuar periódicamente arqueos de valores.
- Conocer, interpretar y aplicar las leyes y reglamentos de carácter fiscal.
- Realizar todas las actividades de carácter financiero que e sean asignadas por la Junta de Gobierno, y aquellas otras que le sean encomendadas por e Rector.
- Intervenir en lo relativo al control del manejo de fondos que reciben los patronatos y otras dependencias de la Institución.
- Coordinar sus actividades con el Departamento de Contabilidad, para que éste afecte sus registros oportunamente.
- Coordinar sus actividades con los funcionarios en los cuales el Rector delegue funciones de carácter financiero.
- Elaborar fortuna y correctamente el ante-proyecto de presupuestos general de ingresos y egresos.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Desarrollar aquellas otras funciones inherentes a su cargo y coordinar las actividades de su personal.

Secretaría Auxiliar.

Art. 17. Frac. I. Ley Orgánica.

FUNCION GENERICA: colaborar con el Rector en la dirección de la Universidad, en todas las actividades administrativas necesarias para el mejor funcionamiento de la Institución.

FUNCIONES:

- Atender y tramitar, en su caso, las solicitudes de índole administrativa que le sean presentadas por las diferentes dependencias de la Institución.
- Celebrar acuerdos con los Directores de Facultades y Escuelas y con los responsables de los Departamentos y Oficinas, en lo que concierne adquisiciones; acordar con los jefes de los departamentos de Compras y Patrimonio Universitario, turnando al Rector aquellos asuntos que por su importancia así lo requieran.
- Definir las políticas de Compras de la Institución.
- Representar por delegación al Rector en actos académicos, cívicos y sociales cuando éste lo determine.
- Acordar con el Rector.

- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar el mantenimiento del Manual General de Organización de la Universidad.
- Las demás que señalan las normas reglamentarias de la Universidad, y aquellas que por acuerdo expreso delegue el Rector.

Contraloría.

FUNCION GENERICA: vigilar la administración de los recursos financieros de la Institución, y supervisar el funcionamiento de las Direcciones y Departamentos Administrativos.

FUNCIONES:

- Acordar con el Rector.
- Coordinar sus actividades con Tesorería.
- Supervisar las cuentas y los registros contables de la Institución.
- Vigilar en forma sistemática el ejercicio del presupuesto general de ingresos y egresos.
- Supervisar los planes y programas de la Dirección de Auditoría Interna.
- Participar en la formulación del proyecto definitivo del presupuesto general de ingresos y egresos de la institución.
- Supervisar las retenciones, registros y declaraciones de carácter fiscal.
- Revisar, analizar, consolidar e interpretar los estados financieros de la
- Vigilar la protección de los activos de la Institución.
- Fijar políticas, sistemas y procedimientos de control interno en la institución.
- Vigilar que las normas reglamentarias y políticas de la institución sean cumplidas.
- Coordinar a las diferencias, direcciones y departamentos administrativos, vigilando su correcto funcionamiento.
- Plantear los requisitos de recursos físicos materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Realizar aquellas funciones que le sean encomendadas por el Rector.
- Coordinar y vigilar las actividades del personal a su cargo, y realizar las demás funciones inherentes a su puesto.

Secretaría General de la Universidad.

FUNCION GENERICA: colaborar con el Rector en la Dirección de la Universidad, en todas las actividades administrativas y académicas, que considere necesarias para el mejor funcionamiento de la Institución.

El Artículo 43 en el Capítulo III del Estatuto Universitario hace referencia a las facultades y Obligaciones del Secretario General Universitario. Entre ellas:

- Colaborar con el Rector en la dirección de la Universidad, atendiendo los asuntos que le encomiende;
- Firmar, en unión del Rector, los documentos que acrediten títulos y grados expedidos por la Universidad;
- Autorizar los certificados de estudios y otros documentos que expida la Institución;
- Levantar y autorizar las actas de las sesiones del Consejo;
- Recibir solicitudes y quejas y darles el trámite procedente; y,
- Las demás que le confieran el presente Estatuto y los Reglamentos.

Secretaría Académica.

Dependencia de la cual emanan los siguientes organismos universitarios:

- Coord. De Estudios de Postgrado
- Escuelas profesionales
- Coord. del Bachillerato
- Escuelas preparatorias
- Enseñanzas especiales
- Centro de didáctica – Dir. De Servicio Social.
- Centro de Comunicación Educativa – Depto. De Vinculación y Desarrollo
- Centro de Psicología y Psicometría – Dir. Gral. De Bibliotecas.

Escuelas profesionales.

FUNCION GENERICA: vigilar el cumplimiento de los planes y programas de estudio, de la enseñanza superior a nivel de Licenciatura.

FUNCIONES:

- Acordar con el Secretario General para los aspectos laborales y de personal y con el Secretario General cuando se trate de adquisiciones.
- Resolver de acuerdo a las disposiciones del Estatuto Universitario y los Reglamentos, los problema que se presenten.
- Vigilar la elaboración de la nómina de sueldos y el pago correspondiente.
- Remitir la documentación escolar a la Dirección de Servicios Escolares.
- Programar seminarios, conferencias, mesas redondas y otras actividades de divulgación cultural que tiendan a mejorar la formación de los alumnos.
- Evaluar cada ciclo escolar, los planes y programas de estudio.
- Promover actividades que tiendan a la actualización y superación académica de los profesores.
- Participar en reuniones de la Junta Académica para aquellas escuelas que tengan ese órgano de gobierno, cumpliendo con los acuerdos que se tomen.
- Acordar con los coordinadores en aquellas escuelas que se encuentran integradas a las divisiones, el buen funcionamiento de los laboratorios y de los diversos departamentos, vigilando que se den las prácticas programadas y que no se deteriore el equipo.
- Prescindir las reuniones del Consejo Técnico, cumplimentando los acuerdos que el ellas se tomen.

- Participar en las reuniones del Consejo Universitario.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar las actividades relativas al manejo de fondos provenientes de diversos conceptos que capte el plantel.
- Formular oportunamente las mesas sinodales para exámenes recepcionales, turnándolas a la Dirección de Servicios Escolares, vigilando la correcta realización de los exámenes profesionales.
- Coordinar sus actividades con el Departamento de Patrimonio Universitario, en lo relativo al funcionamiento de los bienes muebles e inmuebles, con el propósito de salvaguardar el patrimonio de la Universidad.
- Coordinar las actividades del personal a su cargo, y realizar todas aquellas inherentes al puesto.

Escuelas preparatorias.

Base legal: Ley Orgánica. Artículos. 10 Frac. V., 11 Frac. II., 17 Frac. II., y art. 21.
Estatutos: Artículos 48 y 49.

FUNCIÓN GENÉRICA: vigilar el cumplimiento de los planes y programas de estudio, de la enseñanza media superior.

FUNCIONES.

- Acordar con el Secretario general para aspectos laborales y de personal, con el Oficial mayor para aspectos presupuestarios, y con el Secretario Auxiliar cuando se trate de adquisiciones.
- Vigilar el cumplimiento de las disposiciones que establece la Ley Orgánica, el Estatuto Universitario, los reglamentos generales y los demás ordenamientos que rigen el funcionamiento de la dependencia.
- Vigilar la disciplina de profesores y alumnos del plantel.
- Resolver, de acuerdo a las disposiciones del Estatuto Universitario y los Reglamentos, los problemas que se presenten.
- Vigilar la elaboración de la nómina de sueldos, y el pago correspondiente.
- Remitir la documentación escolar a la Dirección de Servicios Escolares.
- Programar seminarios, conferencias, mesas redondas y otras actividades de divulgación cultural, para orientar vocacionalmente a los alumnos, formar su cultura general, conciencia cívica y desarrollo integral de sus facultades físicas y mentales.
- Evaluar cada ciclo escolar, los planes y programas de estudio.
- Promover actividades que tiendan a la actualización y superación académica de los profesores.
- Vigilar el buen funcionamiento de los laboratorios, respecto a las prácticas programadas y el buen uso del equipo.

- Coordinar sus actividades con el Departamento de Patrimonio Universitario en lo relativo al funcionamiento y mantenimiento de los bienes muebles e inmuebles, con el propósito de salvaguardar el patrimonio de la Institución.
- Prescindir las reuniones del Consejo Técnico, cumplimentando los acuerdos que ellas tomen.
- Participar en las reuniones del Consejo Universitario.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar todas las actividades del personal a su cargo, así como realizar todas aquellas inherentes al puesto.

Enseñanzas especiales.

Base legal: Ley Orgánica. Artículos: 10 Frac. V, 11 Frac. II, 17 Frac. II y 21. Estatutos: Artículos 48 y 49.

FUNCIÓN GENÉRICA: vigilar el cumplimiento de los planes y programas de estudio de las enseñanzas especiales.

FUNCIONES.

- Acordar con el Secretario General para aspectos laborales y de personal, con el Oficial Mayor para aspectos presupuestarios y con el Secretario Auxiliar tratándose de adquisiciones.
- Impartir la enseñanza de acuerdo a los planes y programas.
- Elaborar la nómina de sueldos, y liquidar con oportunidad la misma.
- Remitir la documentación escolar a la Dirección de Servicios Escolares.
- Programar conciertos y exposiciones, conferencias, mesas redondas, visitas a museos, zonas históricas y arqueológicas.
- Coordinar las actividades de divulgación cultural, con entidades estatales, federales y municipales, a efecto de difundir por todos los medios a su alcance las bellas artes.
- Procurar la conservación de los instrumentos y demás recursos materiales.
- Promover actividades que tiendan a la actualización y superación académica de los profesores.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar las actividades del personal a su cargo, así como realizar aquellas inherentes al puesto.

Centro de Didáctica y Comunicación Educativa.

Es la dependencia encargada de la actualización de los profesores y de la instauración en curso del Programa Institucional de Tutores

Misión

La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo es una entidad pública y autónoma con capacidad autogestiva para desarrollar permanentemente la actualización de sus cuadros académicos. La formación es un proceso inherente a sus funciones sustantivas y

en consonancia con ello cada profesor es susceptible de aprendizaje significativo continuo. El Centro de Didáctica y Comunicación Educativa sustenta su estructura y función en estos principios.

Visión

El Centro de Didáctica y Comunicación Educativa promueve la formación y capacitación del personal docente en aspectos pedagógicos y didácticos y en el manejo de los medios de comunicación en la enseñanza media superior y superior.

Departamento de Vinculación y Desarrollo.

El departamento de vinculación y desarrollo fomenta e invita a participar a la comunidad universitaria a realizar estancias o movilidad académica en otras instituciones o centros educativos del país o extranjero.

En el caso de los estudiantes, se promueve la movilidad estudiantil. Programa estratégico derivado de la cooperación académica que se realiza mediante el establecimiento de convenios con otras IES del país y el extranjero. Otra modalidad de la movilidad estudiantil son los veranos de investigación científica que difunde y apoya la Coordinación de Investigación Científica de la Universidad.

Asimismo, en apoyo a los docentes y personal administrativo sindicalizados de la UMSNH, que deseen descargarse de sus actividades para realizar estudios de posgrado de tiempo completo en el país o el extranjero deberán cubrir los siguientes requisitos de acuerdo a su modalidad para obtener:

- Becas para realizar Estudios de Postrado del Personal Académico
- Becas para realizar Estudios de Postrado del Personal Administrativo
- Licencia por 90 días para titularse

De manera general, el departamento de vinculación y desarrollo emitirá oportunamente las convocatorias nacionales e internacionales sobre diferentes vertientes como financiamientos, becas, programas, entre otros, que sirvan para aprovechar las oportunidades de cooperación y educación continua que las diferentes IES u organismos estén ofertando bajo el entendido de que la información presentada por este medio será únicamente de carácter informativo y de difusión.

Centro de Psicología y Psicometría.

Tiene como objetivo brindar orientación educativa, vocacional y apoyo psicológico a los estudiantes e la Universidad Michoacana incidiendo en que logren:

1. Un desempeño óptimo como estudiantes
2. Un desarrollo profesional adecuado

3. Una formación ética como individuos, de tal manera que se garantice su inserción social como agentes de cambio y con posibilidades de ubicarse social y laboralmente con plena satisfacción personal y profesional.

Para lograr dicho objetivo las funciones del Centro de Psicología y Psicometría consisten:

En el ámbito profesional y laboral:

- Proporcionar a los estudiantes información sobre las carreras que existen dentro y fuera de la Universidad Michoacana. Así como en el País y en el Extranjero.
- Contar con la información actualizada sobre los perfiles que para cada carrera se requiere, de los aspirantes a las mismas.
- Investigar sobre las necesidades de la comunidad universitaria y detectar los campos en los que se requiere mayor participación de determinadas profesiones.
- Detectar mediante instrumentos de evaluación psicológica, las capacidades, habilidades, intereses y aptitudes con las que cuentan los estudiantes.
- Orientar, de acuerdo a los resultados de dicha evaluación sobre las carreras en las que cada estudiante puede desempeñarse con más eficiencia.
- Informar a los estudiantes sobre la situación laboral de cada profesión.

En el ámbito Pedagógico:

- Detectar las dificultades que en el proceso de aprender se presentan en los estudiantes, así como sus dudas o confusiones para elegir y decidir adecuadamente sobre su profesión:
- Capacitar y asesorar a los orientadores educativos que participan en las escuelas preparatorias de la Universidad, así como a profesores y padres de familia.

En el ámbito Psicológico:

- Detectar en los estudiantes, aquellos aspectos cognitivos, sociales, relacionales, emocionales y familiares, que afecten su buen desempeño académico y un desarrollo personal óptimo.
- Brindar apoyo Psicológico o Psicoterapéutico a los estudiantes que por situaciones particulares lo requieran.

En el ámbito de evaluación y seguimiento:

- Investigar a través de estudios de seguimiento, los resultados y efectos de la orientación educativa y vocacional.
- Revisar y actualizar constantemente los instrumentos de evaluación Psicológica.

Dirección de Servicio Social.

FUNCIÓN GENÉRICA: coordinar y promover en los estudiantes la realización del servicio social y completar su formación académica, impulsándolos a situaciones reales de ejercicio profesional.

FUNCIONES:

- Acordar con el Secretario General.
- Orientar a los estudiantes sobre los trámites administrativos que deben cubrir durante el desarrollo de su servicio social.
- Coordinar con las direcciones de los planteles y con los coordinadores de las divisiones el cumplimiento del servicio social integral.
- Elaborar proyectos de contratos y convenios entre los egresados de la Universidad y las instituciones en las que se presentará el servicio social.
- Vigilar las actividades desarrolladas por los egresados que se encuentren prestando su servicio social.
- Extender conjuntamente con el Secretario General la Constancia de cumplimiento del servicio social.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar las actividades del personal a su cargo.
- Realizar todas aquellas funciones inherentes a su cargo.

Dirección General de Bibliotecas.

Base Legal: Ley Orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: planear, programar y controlar el desarrollo de las bibliotecas de la Universidad, como parte integrante del proceso de docencia, estudio e investigación, y de acuerdo con los objetivos que persigue la Institución.

FUNCIONES:

- Registrar y controlar los recursos bibliotecarios.
- Formular las listas de las adquisiciones bibliográficas necesarias para el cumplimiento de su objetivo, previa auscultación de los directores de facultades, escuelas e institutos.
- Coordinar, asesorar y supervisar la labor de los encargados de bibliotecas.
- Auxiliar a los directores de escuelas, facultades e institutos de investigación en sus requerimientos bibliotecarios.
- Realizar la custodia del acervo bibliográfico de la Institución, y procurar incrementarlo.
- Diseminar los conocimientos de las ciencias, la tecnología y las humanidades en todos los niveles y dentro del marco de todas las corrientes del pensamiento, proporcionando información bibliográfica.
- Coadyuvar a la formación de profesionales en las ramas y disciplinas que cultiva la Universidad, mediante orientaciones y asesorías.
- Impulsar la investigación y difusión de la cultura con aportaciones bibliográficas.

- Proponer a las autoridades universitarias la implantación de los sistemas más avanzados de biblioteconomía, bibliología y catalogación.
- Planear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar las funciones del personal a su cargo y realizar todas las funciones inherentes al puesto.

Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria

Base legal: Ley Orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: promover y difundir actividades artísticas y culturales en todas sus manifestaciones, con el propósito de elevar el nivel cultural de la comunidad universitaria y el público en general.

FUNCIONES:

- Acordar con el Secretario General.
- Vigilar y coordinar las actividades de Radio Nicolaita, de la Editorial Universitaria, de la Librería Universitaria, de los Teatros de la Institución y de los grupos musicales.
- Mantener constante intercambio con otras instituciones que persigan el mismo fin, para promover los valores artísticos de la Institución.
- Editar periódicamente el órgano informativo difundiendo las actividades académicas de información general más relevantes de la Universidad.
- Organizar y coordinar cursos libres, entre otros, de danza, pintura, instrumentos musicales, teatro, ajedrez y fotografía.
- Coordinar y vigilar los actos cívico – administrativos que se desarrollen dentro de la Institución, para que éstos se realicen decorosamente.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar todas las actividades del personal a su cargo, y realizar todas aquellas funciones inherentes al puesto.

Dependientes de la secretaría, se encuentran las siguientes dependencias universitarias:

- Depto. De educación física
- Editorial universitaria
- Librería universitaria
- Radio Nicolaita
- Teatros

Secretaría Administrativa.

Dependencia que tiene a su cargo los siguientes organismos universitarios:

- Dirección de Patrimonio Universitario
- Dirección de Control Escolar
- Departamento de Personal
- Comisión de Cómputo
- Archivo General
- Departamento de Contabilidad
- Departamento de Compras
- Servicios Generales

Dirección de Patrimonio Universitario.

Base legal: Ley Orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: vigilar el cumplimiento de las políticas tendientes a proteger el patrimonio Universitario.

FUNCIONES.

- Centralizar los inventarios de bienes inmuebles, que deberán elaborar y actualizar las dependencias de la Institución, conforme a las recomendaciones del Departamento.
- Cuidar la conservación y adaptación de los bienes muebles e inmuebles, teniendo en cuenta las solicitudes que se formulen y las determinaciones de las autoridades competentes.
- Vigilar que en casos de destrucción, deterioro o pérdida de bienes pertenecientes a la universidad, se exija el pago de los daños que se causen, así como gestionar la restitución de los objetos que obren en poder de personas físicas o morales.
- Realizar el servicio de vigilancia para la protección de muebles que estén al servicio de la Casa de Estudios.
- Participar en las gestiones de venta de bienes muebles, previa autorización de la Junta de Gobierno.
- Intervenir en la enajenación de semovientes y de cualquier producto natural.
- Verificar la existencia de los recursos bibliográficos y hemerográficos, teniendo en cuenta los catálogos que deberá llevar al día el personal de las bibliotecas.
- Plantear los requerimientos de recurso físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar las actividades del personal a su cargo y realizar todas las funciones inherentes al puesto.

Dirección de Control Escolar.

Misión

Contribuir en el logro de los procesos administrativos escolares que realizan los usuarios universitarios, respetando la normatividad universitaria y los acuerdos administrativos

aprobados por el H. Consejo Universitario; proporcionando con ello una herramienta sustantiva a los programas educativos con el más alto grado de eficiencia y eficacia.

Visión de la Dependencia al 2020

Ser una unidad administrativa, que vincule calidad y mejora continua en cada uno de los procesos establecidos, certificando cada uno de ellos con la finalidad de proporcionar servicios claros, flexibles y eficientes para garantizar la adaptación a los vertiginosos cambios tecnológicos.

La Dirección de Control Escolar se divide en dos Unidades.

Unidad de Atención, encargada de los procesos de:

- Titulación, trámites ante el IMSS, Credencialización, Certificación y Revalidación.

Unidad de Proceso, encargada de los procesos de:

- Ingreso escolar, Digitalización y estadística, Permanencia escolar y Posgrado.

Departamento de Personal.

Base legal: Ley orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: ejecutar programas, planes y procedimientos en el campo de la administración del personal, reclutamiento y selección, adiestramiento, desarrollo y relaciones laborales.

FUNCIONES:

- Dar trámite a los movimientos del personal docente – administrativo y manual, de acuerdo a lo establecido en las normas reglamentarias vigentes, y a los convenios celebrados entre la Institución y las organizaciones sindicales.
- Acordar con el Secretario General en lo referente a movimientos del Personal.
- Realizar la elaboración, registro, revisión y distribución de las credenciales de identidad de funcionarios, del personal docente y administrativo.
- Elaborar constancias de servicios y toda aquella documentación que le sea solicitada.
- Elaborar el directorio de funcionarios, profesores, investigadores y empleados administrativos y material actualizado.
- Programar, dirigir, controlar y actualizar programas permanentes de capacitación y desarrollo del personal.
- Realizar investigaciones y estudios acerca de problemas y necesidades que en materia de administración personal tengan las diversas dependencias.

- Establecer relaciones de coordinación en materia de personal con las dependencias universitarias, atendiendo a lo establecido en el Estatuto Universitario, en el Reglamento General del Profesorado y en el Estatuto que rige las relaciones laborales.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Proporcionar información estadística del personal docente y administrativo cuando le sea requerido.
- Realizar todas aquellas funciones inherentes a su cargo y que le sean encomendadas por la Rectoría o la Secretaría General y / o por delegación de éstas.

Comisión de Cómputo.

Base legal: Ley Orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: proporcionar correcta y oportunamente los servicios de cómputo requeridos por las áreas usuarias y estudiantes para el desarrollo de los programas académicos y administrativos de la Institución.

FUNCIONES:

- Acordar con el Rector.
- Elaborar los programas que se le requieran.
- Coordinar sus actividades con las áreas operativas que tengan programada la incorporación de sus sistemas a la Comisión de Cómputo.
- Promover la utilización del procesamiento de datos en las áreas diversas.
- Asesorar a los diversos niveles, tanto en programación como en análisis.
- Capacitar y actualizar a su personal sobre los diferentes lenguajes de computación.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Investigar continuamente los avances tecnológicos dentro del campo de la computación, para analizar las ventajas que puedan representar a la Universidad.
- Disponer de un programa de entrenamiento adecuado, para contar con personal capacitado para suplir ausencias del personal permanente.
- Establecer estándares de trabajo vigilar y controlar la producción del mismo.
- Coordinar y vigilar las actividades del personal a su cargo, y realizar todas aquellas funciones inherentes al puesto.

Archivo General.

FUNCION GENERICA: custodiar y controlar en forma sistemática y accesible la documentación de la Universidad, referente al personal docente, administrativo, a la escolaridad de los alumnos y a otra de índoles diversas.

FUNCIONES:

- Acordar con el Secretario General.
- Clasificar metódicamente los expedientes insertando en ellos la documentación que les sea remitida.
- Realizar la custodia y buen manejo de los expedientes y documentos que le sean encomendados.
- Facilitar, en calidad de préstamo, a la Junta de Gobierno, a la Rectoría y a las Secretarías General y Auxiliar los expedientes, documentos escolares o de cualquier otra índole que le sean solicitados, pero a través de la Secretaría General.
- Facilitar a la Dirección de Servicios Escolares los expedientes, documentos escolares o de cualquier otra índole que le sean solicitados.
- Proporcionar información a las autoridades universitarias sobre profesores y alumnos.
- Proporcionar información a los profesores y alumnos sobre su propio expediente.
- Denunciar ante la Secretaría General la pérdida de cualquier expediente o la sustracción de algún documento inserto en el mismo.
- Expedir constancias de servicio del personal administrativo y docente de la Institución.
- Otorgar constancias de documentos, previo cumplimiento de los requisitos establecidos.
- Turnar al archivo histórico aquellos expedientes o documentos que no son de consulta frecuente.
- Proponer a las autoridades universitarias la implantación de los sistemas más avanzados de la archivonomía.
- Plantear los requerimientos de los recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar todas las actividades del personal a su cargo y atender las demás funciones inherentes al puesto.

Departamento de Contabilidad.

Base legal: Ley Orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: Registrar y controlar las operaciones financieras conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados.

FUNCIONES

- Coordinar sus actividades con la Tesorería.
- Acordar con el Contralor.
- Registrar correcta y oportunamente las operaciones contables.
- Establecer sistemas y procedimientos de contabilidad, de acuerdo a las necesidades de la Institución.

- Revisar métodos y procedimientos del sistema contable para propuestas, mejoras, adiciones o eliminaciones.
- Proporcionar información para la elaboración del presupuesto general anual y para otros de carácter específico.
- Formular mensual y anualmente estados financieros de la Institución, entregando los mismos al Tesorero y al Contralor.
- Formular programas para la depuración de cuentas.
- Establecer y optimizar programas de control interno y supervisar la aplicación de los mismos.
- Controlar las retenciones de impuestos, cuotas, aportaciones y otros descuentos.
- Formular las declaraciones de carácter fiscal.
- Vigilar los registros contables realizados en las diversas dependencias universitarias, relativos a patronatos, ingresos propios, subsidios especiales o de otros, dando cuenta al Contralor del manejo de los mismos.
- Actualizar anualmente el catálogo de cuentas y formular la guía contabilizadora correspondiente.
- Promover capacitación y adiestramiento contable de su personal.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Coordinar y vigilar las actividades del personal a su cargo, y realizar las demás funciones inherentes a su puesto.

Departamento de Compras.

Base legal: Ley Orgánica.

FUNCIÓN GENÉRICA: Realizar la adquisición de artículos, materiales y equipo que requieran las áreas usuarias, fallando a favorable los proveedores que ofrezcan mejores condiciones de cotización, calidad y plazo de entrega.

FUNCIONES.

- Programar las compras de bienes de consumo y de activo fijo según las necesidades de las diversas dependencias universitarias, en base a las disponibilidades.
- Establecer, en coordinación con la Sección de Bienes Muebles del Departamento de Patrimonio Universitario y con las direcciones de los planteles y jefaturas de departamento, pronóstico de consumo.
- Tramitar oportunamente las órdenes de compra y pedidos.
- Reforzar los sistemas de control interno de las diferentes fases de las adquisiciones, solicitudes de cotización, cuadros comparativos y formulación de pedidos.
- Registrar todas las adquisiciones que realice la Institución.
- Formular los informes normales y/o eventuales que le sean solicitados.
- Coordinar las actividades del Departamento, con Tesorería, Departamento de Contabilidad, Sección de Bienes Muebles del Departamento de Patrimonio Universitario, en lo que concierne al renglón de adquisiciones.
- Controlar y actualizar el padrón de proveedores.

- Atender a los proveedores y sus representantes.
- Asesorar a las áreas usuarias en materia de adquisiciones.
- Plantear los requerimientos de recursos físicos, materiales y humanos de acuerdo a los planes de trabajo.
- Acordar con el Secretario General

CAPÍTULO III.

RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Una vez concluido el Marco Teórico, retomando la metodología establecida, se procede al empleo de otra estrategia para la recuperación de información, la cual consiste en la aplicación de un cuestionario al personal administrativo de la universidad, quienes integran a los sujetos de la investigación.

Considerando la cantidad de empleados administrativos que laboran en la Universidad, se determinó al cuestionario como el instrumento idóneo para la obtención de la información requerida. Para su elaboración, se tomó en cuenta la información recopilada en los materiales bibliográficos de consulta y demás artículos electrónicos de publicaciones escritas, que integraron los antecedentes y el marco teórico. Así mismo, se hizo una revisión de los objetivos y la hipótesis que se formularon inicialmente, para la elaboración e integración de planteamientos pertinentes.

TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS EMPLEADOS

La estrategia para la aplicación del cuestionario consistió primeramente en la determinación de una muestra representativa. Posterior a ello, se realizó una prueba piloto para detectar errores e inconsistencias en el formato y los planteamientos del cuestionario, así como para estimar el tiempo aproximado que llevaría a los encuestados resolverlo.

Del total de empleados que realizan labores administrativas, se estableció una muestra de 282 personas a ser encuestadas.

Posteriormente se acudió a las diversas instalaciones universitarias para solicitar espacios de tiempo a los empujados y a sus superiores para la aplicación del cuestionario. Al concluir el período de aplicación y tras haber alcanzado el total de la muestra, se procedió con la revisión y cálculo de los resultados obtenidos.

FORMATO DEL CUESTIONARIO APLICADO

CUESTIONARIO.

El objeto de este cuestionario de naturaleza académica es conocer su opinión respecto a los efectos de las redes sociales en la productividad laboral. Dada la importancia de los temas tratados, agradecemos su participación haciéndole notar que las respuestas proporcionadas por usted serán procesadas anónimamente.

Instrucciones: Indique sus respuestas marcando una "X" dentro del paréntesis { }, en la opción que corresponda a su identificación; o en su caso, marcar de la misma forma en cada casilla de puntuación que corresponda a la escala de frecuencia que, en su opinión, se relacione mejor con los planteamientos de los reactivos presentados.

1. Sexo	1. Masculino { }		2. Femenino { }		
2. Edad	1. Menos de 26 años { }	2. 26 a 35 años { }	3. 36 a 45 años { }	4. 46 a 55 años { }	5. 56 o más años { }
3. Duración regular de su jornada laboral:	1. Menos de ocho horas { }		2. Ocho horas { }		3. Más de ocho horas { }
4. Días por semana que utiliza las Redes Sociales.	1. Menos de un día por semana { }	2. Uno a dos días por semana { }	3. Tres a cuatro días por semana { }	4. Cinco a seis días por semana { }	5. Todos los días de la semana { }
5. Tiempo que pasa al día conectado a las Redes Sociales:	1. Una hora o menos { }	2. 2-4 horas { }	3. 4-8 horas { }	4. 8-12 horas { }	5. Más de 12 horas { }
6. Cuenta con acceso a Internet y a las Redes Sociales en su lugar de trabajo.	Sí { }			NO { }	
7. Acostumbra conectarse a las Redes Sociales durante su jornada laboral.	Sí { }			NO { }	
8. Existe algún reglamento o política referente al uso de las Redes Sociales en su centro de trabajo.	Sí { }			NO { }	
REACTIVOS	PUNTUACION				
	1	2	3	4	5
Escala:	<i>Nunca</i>	<i>Muy pocas veces</i>	<i>Algunas veces</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Siempre</i>
9. El uso de las redes sociales es de utilidad para el desempeño de su trabajo.					
10. Accede a las Redes sociales en su horario de trabajo por este medio:					
Computadora de escritorio					
Dispositivo móvil (laptop, celular, etc.)					
11. Son las Redes Sociales que utiliza con mayor frecuencia:					
Facebook					
Twitter					
Messenger					
Youtube					
Otra					
12. Son actividades que realiza en las Redes Sociales:					
Contactar amigos / familiares					
Entablar relaciones laborales / de negocios					
Difundir algún producto/ servicio					
De entretenimiento (juegos, aplicaciones, etc.)					
Buscar información de interés					
13. Estar conectado a las Redes Sociales genera distracciones en su trabajo.					
14. Conectarse a las Redes Sociales le impide terminar sus actividades laborales en tiempo y forma.					
15. Estar conectado a las Redes Sociales en horario laboral disminuye la cantidad y calidad de su trabajo.					
16. Se le dificulta utilizar las Redes Sociales con moderación y discreción mientras trabaja.					
17. Utilizar las Redes Sociales en horas de trabajo le ha ocasionado problemas con sus superiores.					

Gracias por su participación.

ANÁLISIS Y REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.

De la aplicación de 282 cuestionarios a los empleados administrativos que laboran en las distintas dependencias de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, utilizando el programa estadístico SPSS para el procesamiento de la información recopilada, se obtuvieron los siguientes resultados.

Estadísticos					
	N		Media	Mediana	Desv. típ.
	Válidos	Perdidos			
SEXO	282	0	1,6738	2,0000	,46967
EDAD	282	0	2,4220	2,0000	,98527
DURACION REGULAR DE SU JORNADA LABORAL	282	0	1,5071	1,0000	,56746
DÍAS POR SEMANA QUE UTILIZA LAS REDES SOCIALES	282	0	3,5071	4,0000	1,28568
TIEMPO QUE PASA AL DÍA CONECTADO A LAS REDES SOCIALES	282	0	2,2057	2,0000	1,05384
CUENTA CON ACCESO A INTERNET Y A LAS REDES SOCIALES EN SU LUGAR DE TRABAJO	282	0	1,1028	1,0000	,30429
ACOSTUMBRA CONECTARSE A LAS REDES SOCIALES DURANTE SU JORNADA LABORAL	282	0	1,2624	1,0000	,44073
EXISTE ALGUN REGLAMENTO O POLÍTICA REFERENTE AL USO DE LAS REDES SOCIALES EN SU CENTRO DE TRABAJO	282	0	1,6702	2,0000	,47097
EL USO DE LAS REDES SOCIALES ES DE UTILIDAD PARA EL DESEMPEÑO DE SU TRABAJO	282	0	3,3191	3,0000	1,22732
ACCEDE A LAS REDES SOCIALES POR ESTE MEDIO: COMPUTADORA DE ESCRITORIO	282	0	3,4894	4,0000	3,19389
ACCEDE A LAS REDES SOCIALES POR ESTE MEDIO: DISPOSITIVO MÓVIL	282	0	1,9078	1,0000	1,29824
SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: FACEBOOK	282	0	2,7766	3,0000	1,50790
SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: TWITTER	282	0	1,2872	1,0000	,79081
SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: MESSENGER	282	0	3,5071	4,0000	1,50028
SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: YOUTUBE	282	0	1,5993	1,0000	1,03621
SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: OTRA	282	0	1,2163	1,0000	,72033
SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: CONTACTAR AMIGOS Y FAMILIARES	282	0	2,8191	3,0000	1,43144
SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: ENTABLAR RELACIONES LABORALES / DE NEGOCIOS	282	0	3,1383	3,0000	1,39853
SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: DIFUNDIR ALGUN PRODUCTO /SERVICIO	282	0	1,4823	1,0000	,97003
SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: DE ENTRETENIMIENTO (JUEGOS, APLICACIONES, ETC.)	282	0	1,5957	1,0000	,95804
SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: BUSCAR INFORMACIÓN DE INTERÉS	282	0	2,9184	3,0000	1,46504

ESTAR CONECTADO A LAS REDES SOCIALES GENERA DISTRACCIONES EN SU TRABAJO	282	0	1,9362	2,0000	1,06522
CONECTARSE A LAS REDES SOCIALES LE IMPIDE TERMINAR SUS ACTIVIDADES EN TIEMPO Y FORMA	282	0	1,5248	1,0000	1,08422
ESTAR CONECTADO A LAS REDES SOCIALES EN HORARIO LABORAL DISMINUYE LA CALIDAD Y CANTIDAD DE SU TRABAJO	282	0	1,3688	1,0000	,79510
SE LE DIFICULTA UTILIZAR LAS REDES SOCIALES CON MODERACION Y DISCRECION MIENTRAS TRABAJA	282	0	1,7553	1,0000	1,17827
UTILIZAR LAS REDES SOCIALES EN HORAS DE TRABAJO LE HA OCASIONADO PROBLEMAS CON SUS SUPERIORES	282	0	1,1135	1,0000	,39736

Tabla No. 1 Elaboración propia (2012).

La primera tabla muestra un esquema general de la totalidad de la información contenida en el cuestionario aplicado a los empleados administrativos, así como los resultados estadísticos correspondientes a la media, mediana y la desviación típica, obtenidos por cada una de las preguntas que integran el cuestionario.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de manera individual para su análisis e interpretación.

SEXO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	9	32,6	32,6	32,6
	Femenino	19	67,4	67,4	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Tabla No. 2. Elaboración propia (2012).

En la tabla No. 2, se aprecian los resultados obtenidos relacionados al sexo de los encuestados. De los 282 encuestados, 92 de ellos pertenecen al sexo masculino; cifra equivalente al 32,6%. Mientras que el 67,4%, equivalente a 190 personas correspondió al sexo femenino.

De acuerdo a esta información, las mujeres representaron a más del doble del total de los encuestados. Este dato puede apreciarse con mayor claridad en la representación gráfica siguiente:

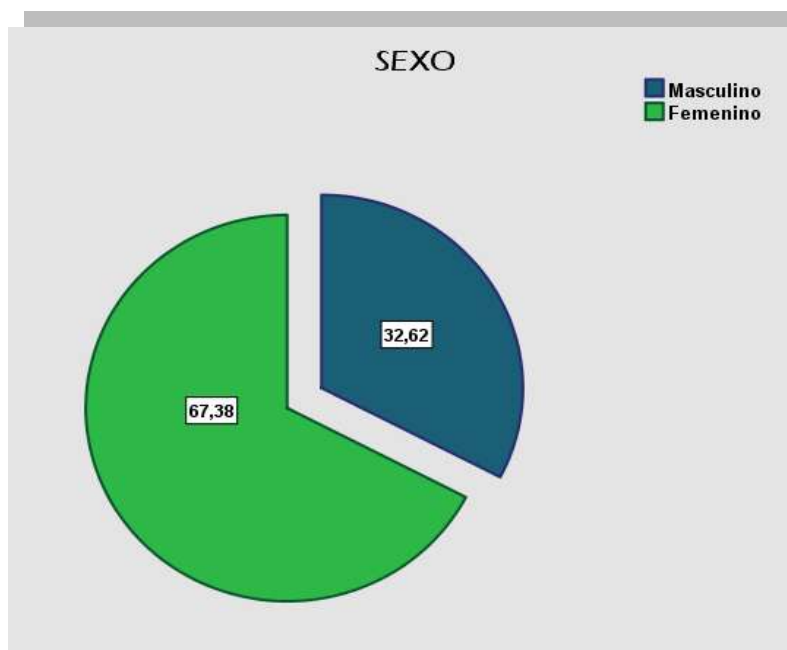


Gráfico No. 1. Elaboración propia (2012).

El gráfico No. 1 muestra la proporción de ambos sectores con el porcentaje correspondiente a la representación de empleados administrativos encuestados de sexo masculino y femenino. Claramente una mayor concentración de datos hacia el rango que corresponde a la variable representada por el sexo femenino.

El siguiente dato a analizar corresponde a la edad de los encuestados.

Para un manejo más ágil de esta información, se agruparon las edades en cinco rangos que abarcaran 10 años cada uno, partiendo desde los menores de 26 años, a los mayores de 56 años. Los resultados obtenidos son los siguientes:

EDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 26 años	49	17,4	17,4	17,4
	26 a 35 años	110	39,0	39,0	56,4
	36 a 45 años	86	30,5	30,5	86,9
	46 a 55 años	29	10,3	10,3	97,2
	56 o más años	8	2,8	2,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No. 3. Elaboración propia (2012).

Los resultados revelaron que el rango que va de los 26 a los 35 años de edad concentró la mayor cantidad de encuestados, con un total de 110, lo que representa el 39%. El segundo rango con mayor frecuencia fue el que abarca de los 36 a los 45 años de edad, con un 30,5 %.

Un dato interesante es que el rango que abarca a los empleados menores de 26 años, ocupó el tercer lugar, con un 17,4 %, que en relación con los rangos más altos representa un poco más de la mitad.

Sin embargo, al sumar los porcentajes de los empleados menores de 26 años con los que tienen de 26 a 35 años, el total alcanza el 56,4%. Con ello se concluye que más de la mitad del personal administrativo de la Universidad es menor de 35 años.

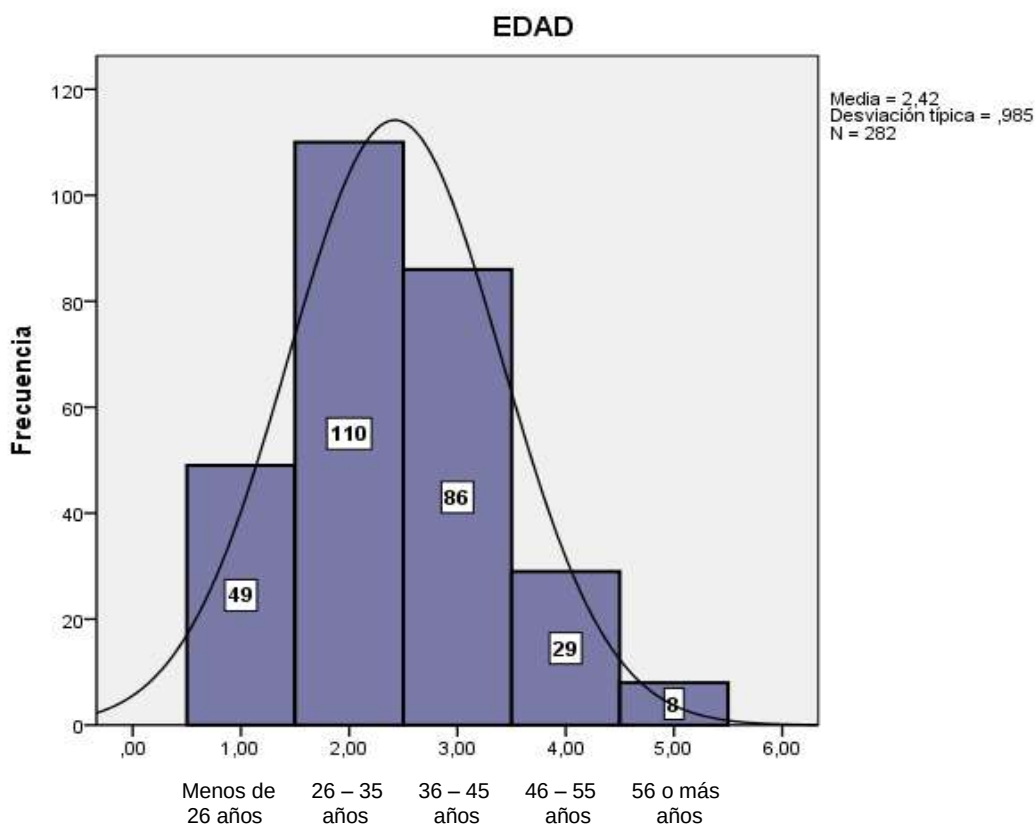


Gráfico No. 2. Elaboración propia (2012).

El histograma del Gráfico No. 2 muestra la distribución de los datos de la edad en los cinco rangos anteriormente mencionados, donde puede apreciarse una mayor concentración de los datos hacia el segundo rango y a su vez, como a partir de éste comienzan a decrecer los rangos siguientes, siendo esto más notorio en los dos últimos.

La siguiente información corresponde a la duración de la jornada laboral de los empleados. Tomando en consideración que en general una jornada laboral dura en promedio ocho horas, únicamente se añadieron dos rangos: uno menor a ocho horas y uno mayor a ocho horas. La Tabla No. 4 muestra los resultados obtenidos:

DURACION REGULAR DE SU JORNADA LABORAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de ocho horas	149	52,8	52,8	52,8
	Ocho horas	123	43,6	43,6	96,5
	Más de ocho horas	10	3,5	3,5	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No. 4. Elaboración propia (2012).

Del total de los encuestados, el 52,8%, cifra equivalente a 149 empleados, respondió que su jornada laboral tiene una duración menor a ocho horas. El 43,6% labora ocho horas y sólo un 3,5% de los encuestados trabajan más de ocho horas.

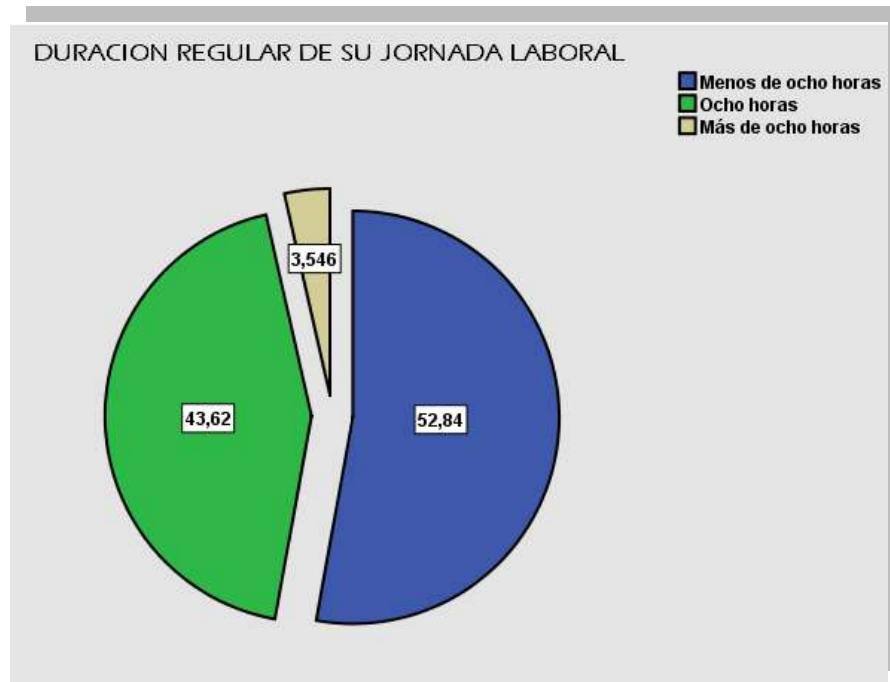


Gráfico No. 3. Elaboración propia (2012).

El gráfico No. 3 muestra las proporciones de los tres sectores, basados en las respuestas de los encuestados. La diferencia entre los entre los sectores de ocho horas y el menor de ocho horas es menor al 10%. Con ello se concluye que no debe haber una variación muy grande entre la cantidad de horas que laboran los encuestados en ambos sectores.

Una vez establecidos los datos generales de los encuestados, se muestran los resultados obtenidos enfocados respecto al uso que hacen los empleados administrativos de las Redes sociales de Internet. Primeramente se muestra la frecuencia semanal con que los empleados encuestados utilizan las redes sociales.

La tabla No. 5 muestra los cinco rangos que se establecieron con el fin de facilitar el proceso de obtención de la información.

DIAS POR SEMANA QUE UTILIZA LAS REDES SOCIALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de un día por semana	28	9,9	9,9	9,9
	Uno o dos días por semana	35	12,4	12,4	22,3
	Tres a cuatro días por semana	63	22,3	22,3	44,7
	Cinco a seis días por semana	78	27,7	27,7	72,3
	Todos los días de la semana	78	27,7	27,7	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.5. Elaboración propia (2012).

Como resultado se obtuvo que la mayoría de los encuestados accede a las redes sociales por igual, entre 5 a 6 días y todos los días de la semana. La cifra conjunta de estas respuestas equivale al 55.4%, ello significa que más de la mitad de los empleados administrativos encuestados utiliza las redes sociales casi todos los días de la semana. En concordancia con lo anterior, son minoría (menos del 10%) quienes respondieron que no acceden semanalmente a las redes.

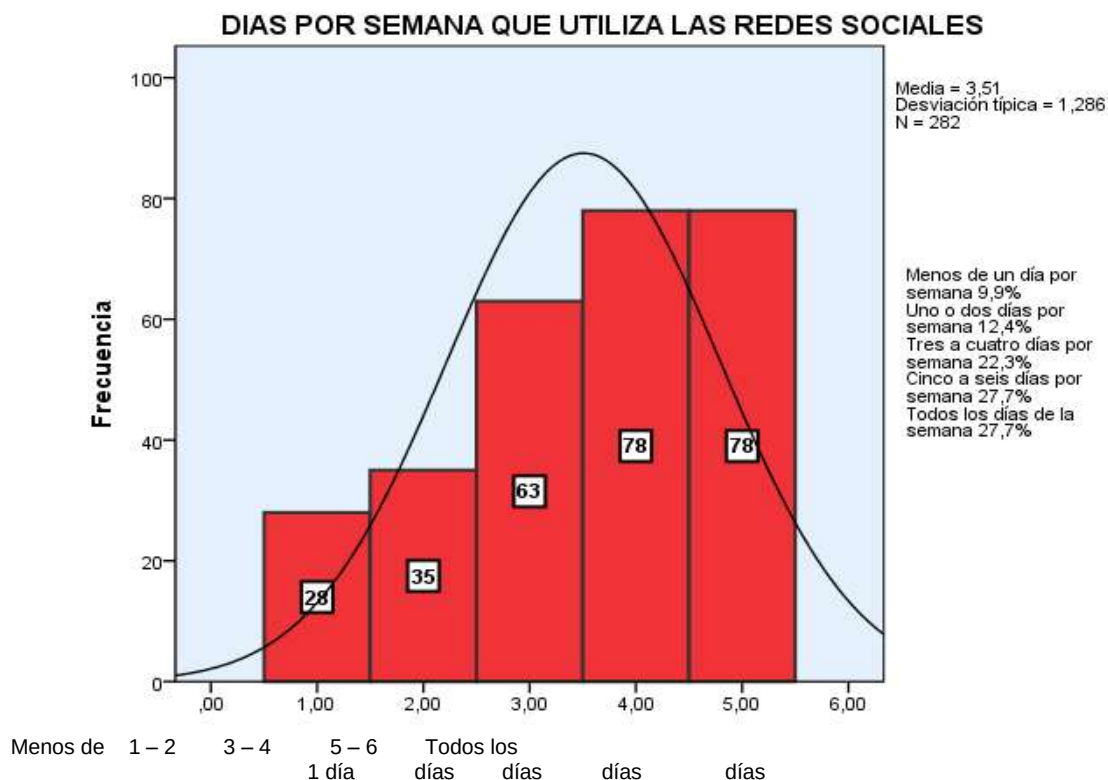


Gráfico No. 4. Elaboración propia (2012).

Otro dato relevante al respecto, puede observarse en el Gráfico No. 4 donde es visible que la tendencia general respecto al uso de las redes sociales va en aumento, dado que cada rango, excepto por los dos mayores, obtuvo más respuestas que el anterior. De ello se infiere que es son altas las probabilidades de que con el paso del tiempo, la frecuencia de uso semanal de las redes sociales aumente significativamente.

La siguiente información que se obtuvo, corresponde a la cantidad de horas al día que los empleados administrativos pasan conectado a las Redes Sociales

TIEMPO QUE PASA AL DIA CONECTADO A LAS REDES SOCIALES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Una hora o menos	89	31,6	31,6	31,6
2-4 horas	85	30,1	30,1	61,7
4-8 horas	74	26,2	26,2	87,9
8-12 horas	29	10,3	10,3	98,2
Más de 12 horas	5	1,8	1,8	100,0
Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.6. Elaboración propia (2012).

En el caso de la duración diaria de la conexión a las Redes Sociales, según los resultados de la Tabla No. 6, la mayoría de los encuestados respondió que el tiempo que pasan conectados al día es de una hora o menos. Muy cercano a ese resultado fue el del rango que abarca una duración de 2 a 4 horas. Ambos resultados sumaron el 61,7% del total.

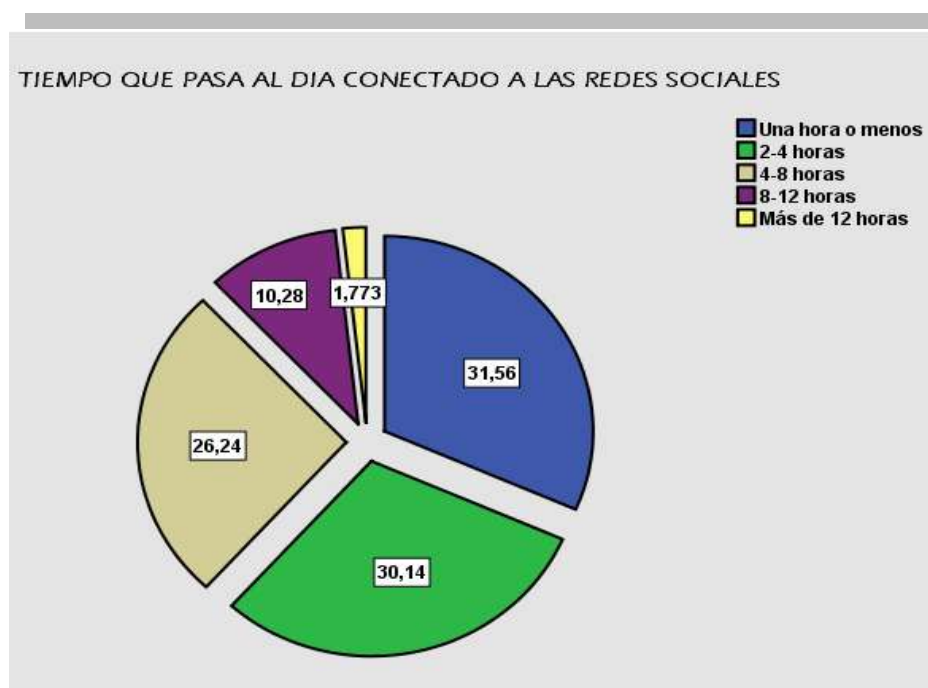


Gráfico No. 5. Elaboración propia (2012).

El Gráfico No. 5 Muestra que los dos sectores con la mayor cantidad de respuestas por parte de los encuestados son los que contemplan las menores duraciones de tiempo. Por el contrario, los rangos que sobrepasan las ocho horas de duración fueron significativamente menores a los otros. De esta manera puede apreciarse que de manera general el tiempo diario destinado al uso de las redes sociales es moderado.

Una vez establecidos los parámetros relativos a la frecuencia de uso de las redes sociales, se procedió a la obtención de resultados enfocados al uso de las redes en el entorno laboral. Siguiendo un orden lógico al respecto, se les preguntó a los encuestados si cuentan con acceso a Internet en su lugar de trabajo. La tabla No. 7 muestra las respuestas obtenidas.

CUENTA CON ACCESO A INTERNET Y A LAS REDES SOCIALES EN SU LUGAR DE TRABAJO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	253	89,7	89,7	89,7
	NO	29	10,3	10,3	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.7. Elaboración propia (2012).

De acuerdo a los datos de la tabla, 253 de los 282 empleados administrativos encuestados, es decir, la mayoría de ellos contestó que sí tiene acceso a Internet y a las Redes Sociales en su lugar de trabajo. Únicamente 29 personas contestaron en forma negativa al planteamiento.

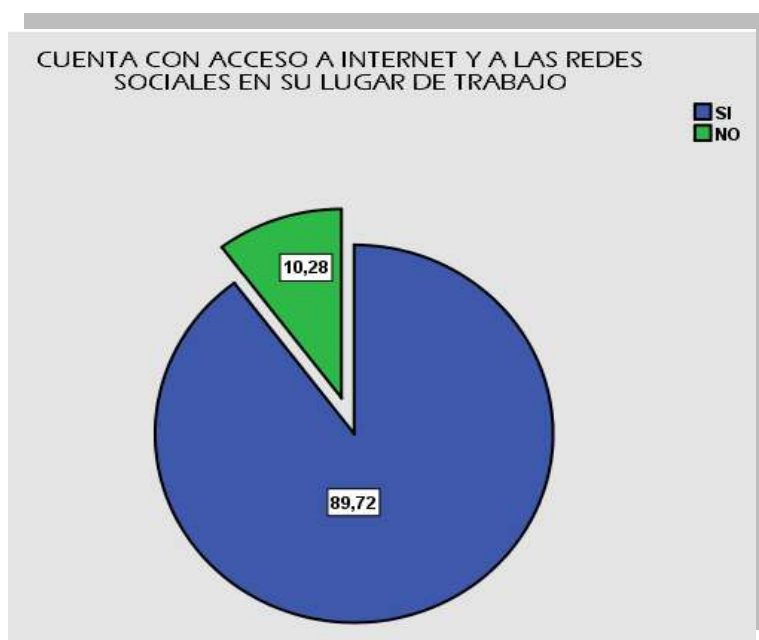


Gráfico No. 6. Elaboración propia (2012).

En el Gráfico No. 6 se muestra que la mayor proporción de los datos obtenidos se concentra en el rango que agrupa a quienes sí cuentan con acceso a Internet y a las redes sociales en su trabajo, la cifra obtenida equivale al 89,7% del total de los encuestados. De esta forma se observa nuevamente que únicamente el 10.28% contestó que no cuenta con acceso a Internet y a las Redes Sociales.

Dado que los encuestados se desempeñan en labores administrativas, el contar con un equipo de cómputo es fundamental. Sin embargo, como lo demuestran los resultados, ello no significa que todo el personal contará con acceso a Internet.

Partiendo de los resultados anteriores, se les preguntó a continuación a los encuestados si acostumbran conectarse a las redes sociales mientras laboran. La tabla No. 8 contiene las respuestas obtenidas.

ACOSTUMBRA CONECTARSE A LAS REDES SOCIALES DURANTE SU JORNADA LABORAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	208	73,8	73,8	73,8
	NO	74	26,2	26,2	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.8. Elaboración propia (2012).

Del total de los encuestados, se observa que más del 70% sí tiene por costumbre conectarse a las redes sociales durante sus horas de trabajo, frente a un 26,2% que contestó negativamente.

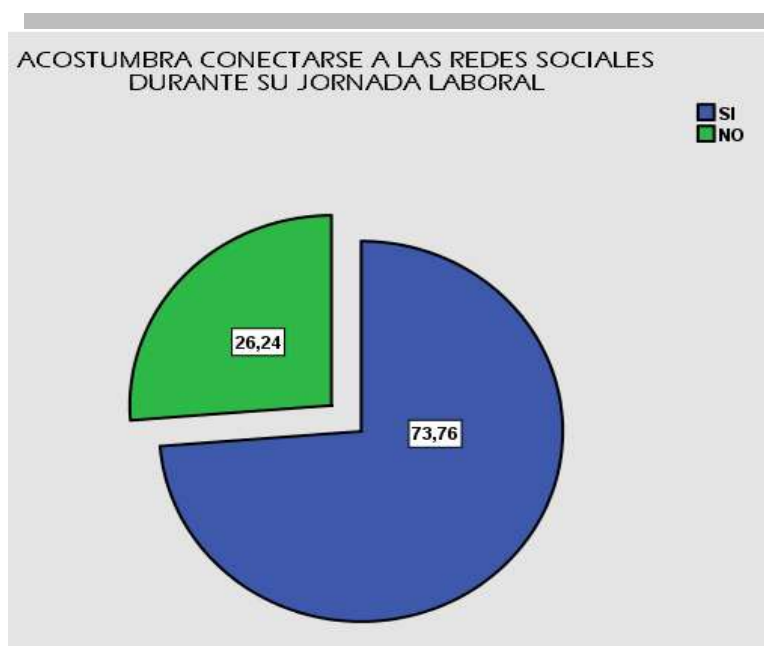


Gráfico No. 7. Elaboración propia (2012).

El Gráfico No. 7 muestra los resultados. De los 282 encuestados, 208 se conectan a las redes sociales mientras trabajan y los 74 restantes no lo acostumbran. La representación por sectores clarifica las proporciones de ambos resultados. Retomando los resultados de la pregunta anterior, el 89% de los encuestados tiene acceso a Internet y poco más del 10% no; lo que sugiere que existe un sector de los encuestados, de aproximadamente el 15%, que pese a tener acceso a una conexión de Internet, no utiliza las redes sociales mientras trabaja.

La existencia de alguna forma de restricción en los centro de trabajo puede ser un motivo para no conectarse a las redes. Por ello se preguntó a los empleados al respecto y las siguientes, fueron sus respuestas:

EXISTE ALGUN REGLAMENTO O POLITICA REFERENTE AL USO DE LAS REDES SOCIALES EN SU CENTRO DE TRABAJO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	93	33,0	33,0	33,0
	NO	189	67,0	67,0	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.9. Elaboración propia (2012).

Los resultados mostrados en la tabla No. 9 revelan que 189 de los encuestados, cifra equivalente al 67%, no cuentan en su centro de trabajo con algún reglamento o política referente al uso de redes sociales. Por otro lado, el 33%, es decir, 93 de los 282 empleados que fueron encuestados sí tiene conocimiento sobre algún reglamento o política al respecto.

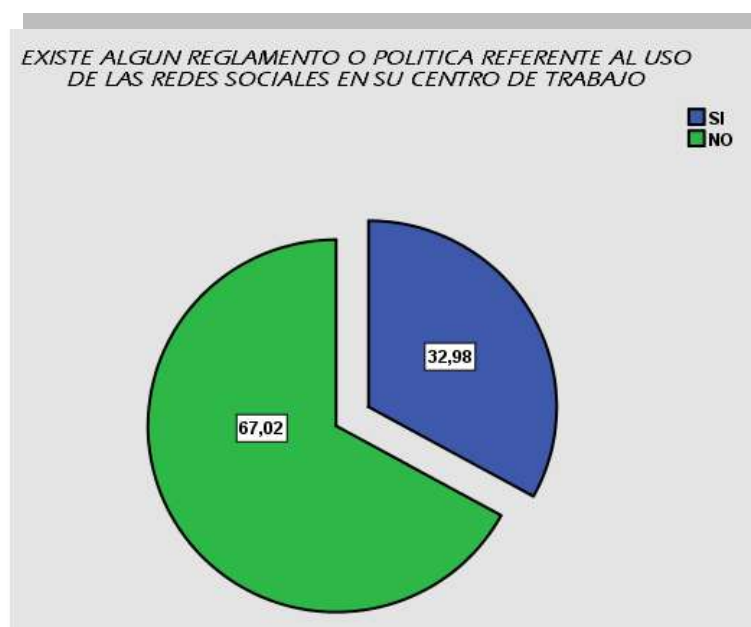


Gráfico No. 8. Elaboración propia (2012)

El gráfico No. 8 representa la distribución de los datos obtenidos. Es visible que prácticamente el doble de los datos se concentró en el sector de los encuestados que no tienen conocimiento sobre la existencia de algún reglamento o política respecto al uso de las redes sociales en su trabajo.

Dada la reciente y veloz filtración de las redes sociales en el entorno laboral, es comprensible que en la mayoría de las instalaciones visitadas durante la aplicación de esta encuesta aún no se tomen medidas para regular su uso.

Los encuestados que sí cuentan con alguna política o reglamento referente al uso de las redes sociales en su lugar de trabajo; a pesar de ser minoría, como lo muestra el gráfico No. 8, expresaron la restricción del acceso a las redes como la política existente al respecto, en su área de trabajo.

Considerando la naturaleza de las Redes Sociales como un medio de comunicación y vinculación, se planteó la siguiente pregunta a los encuestados.

EL USO DE LAS REDES SOCIALES ES DE UTILIDAD PARA EL DESEMPEÑO DE SU TRABAJO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	22	7,8	7,8	7,8
	Muy pocas veces	54	19,1	19,1	27,0
	Algunas veces	79	28,0	28,0	55,0
	Casi siempre	66	23,4	23,4	78,4
	Siempre	61	21,6	21,6	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.10. Elaboración propia (2012).

La tabla No. 10 muestra las respuestas obtenidas respecto a la consideración que hacen los empleados administrativos de las redes sociales como un medio útil para el desempeño laboral. En este sentido, los encuestados revelaron en su mayoría que en ocasiones sí resulta de utilidad para ellos acceder a las Redes Sociales mientras realizan sus labores.

EL USO DE LAS REDES SOCIALES ES DE UTILIDAD PARA EL DESEMPEÑO DE SU TRABAJO

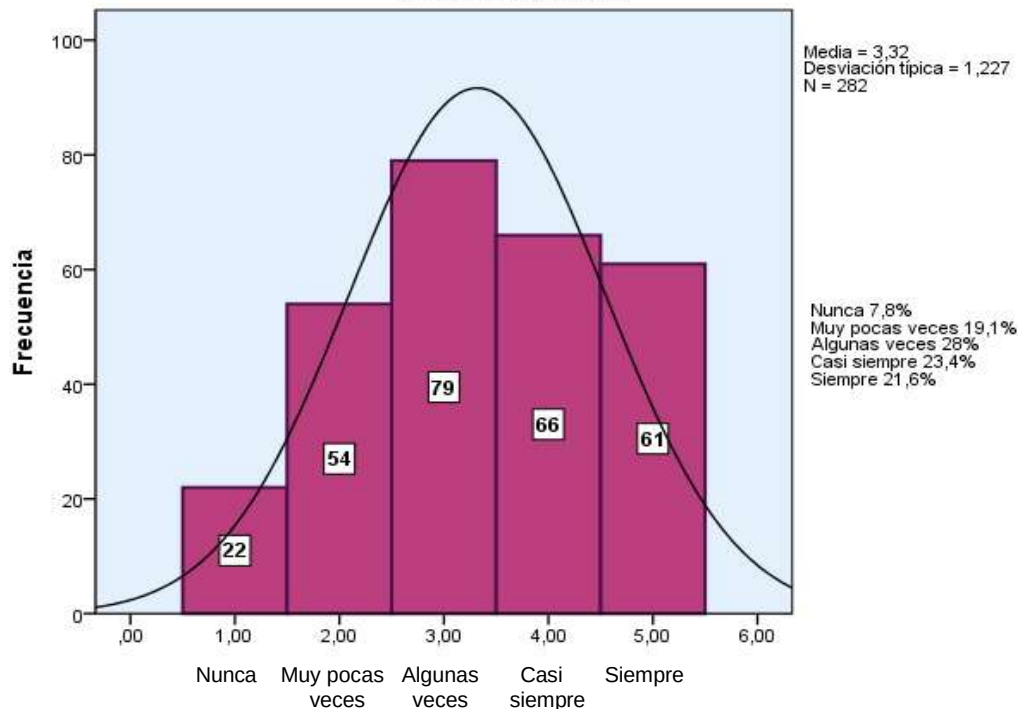


Gráfico No. 9. Elaboración propia (2012).

La distribución de los datos en el histograma del gráfico No. 9, muestra que en su mayoría, los empleados administrativos encuestados sí valoran la utilidad de las redes sociales para el desempeño de su trabajo, aunque como algo ocasional. No obstante, el porcentaje de los encuestados que consideran al acceso a redes sociales como algo siempre útil para su desempeño laboral es tres veces mayor que el de quienes no ven utilidad alguna en utilizar las redes durante su jornada laboral.

El siguiente punto en el cuestionario correspondió a los medios que son utilizados por los empleados para acceder a las redes sociales durante su jornada laboral. Los resultados que se muestran a continuación se refieren específicamente a la computadora de escritorio.

ACCEDE A LAS REDES SOCIALES POR ESTE MEDIO: COMPUTADORA DE ESCRITORIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	46	16,3	16,3	16,3
	Muy Pocas veces	46	16,3	16,3	32,6
	Algunas veces	47	16,7	16,7	49,3
	Casi siempre	56	19,9	19,9	69,1
	Siempre	87	30,9	30,9	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.11. Elaboración propia (2012).

La naturaleza de las labores administrativas en la actualidad hace necesario el uso de equipo de cómputo como una herramienta de trabajo fundamental y lo es aún más, si cuenta con acceso a Internet.

Del razonamiento anterior se desprenden los resultados mostrados en la Tabla No. 11, donde se aprecia que la mayoría de los encuestados, representados en las respuestas Casi siempre y Siempre con los resultados más altos, afirmaron que su computadora de escritorio es el medio más utilizado por ellos para conectarse a las Redes Sociales en el transcurso de su jornada laboral.

ACCEDE A LAS REDES SOCIALES POR ESTE MEDIO: COMPUTADORA DE ESCRITORIO.

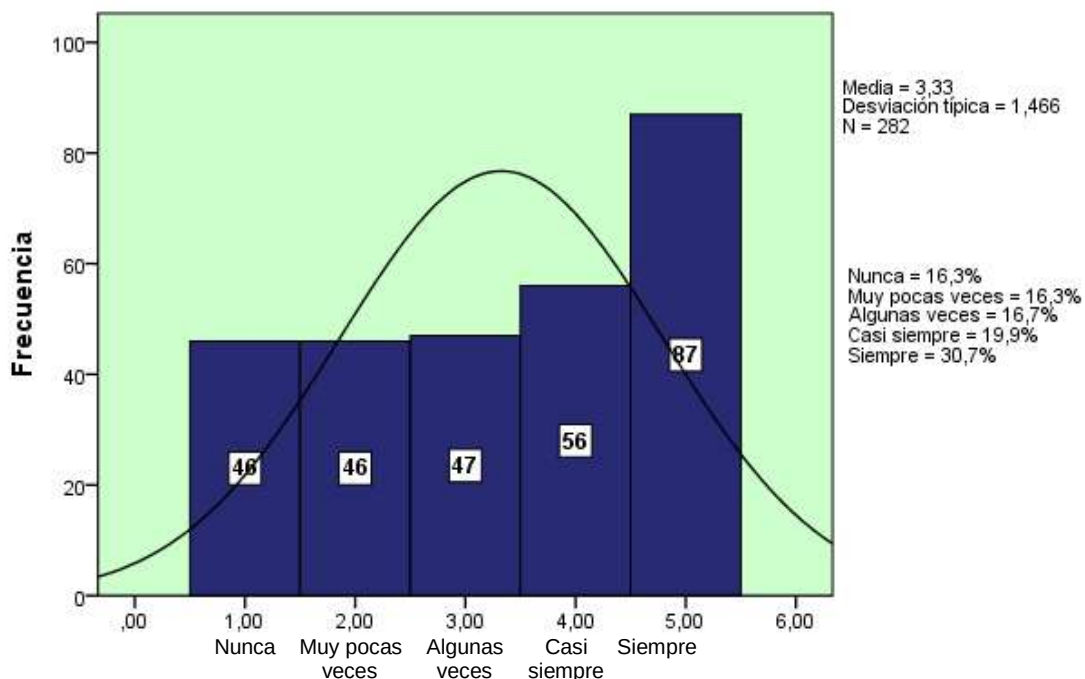


Gráfico No. 10. Elaboración propia (2012).

La representación gráfica de los resultados obtenidos muestra una distribución casi igualitaria en cuatro de los cinco rangos que agrupan las respuestas proporcionadas por los empleados encuestados. Sin embargo, es visible que entre mayor es el rango de frecuencia, mayor es el porcentaje de respuestas obtenidas.

Las conexiones inalámbricas a Internet han hecho posible entre otros aspectos, el acceso a las Redes Sociales a través de distintos dispositivos móviles. A ello se debe en gran medida, la proliferación del uso de las redes sociales a nivel global. Por ello se consideró relevante el encuestar a los empleados administrativos al respecto.

ACCEDE A LAS REDES SOCIALES POR ESTE MEDIO: DISPOSITIVO MOVIL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	165	58,5	58,5	58,5
	Muy pocas veces	42	14,9	14,9	73,4
	Algunas veces	33	11,7	11,7	85,1
	Casi siempre	20	7,1	7,1	92,2
	Siempre	22	7,8	7,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.12. Elaboración propia (2012).

Las respuestas obtenidas revelan que pese a su creciente popularidad, los encuestados en su mayoría, no utilizan los dispositivos móviles, tales como teléfonos celulares o computadoras portátiles para ingresar a las Redes Sociales en sus centros de trabajo. Los usuarios más frecuentes de esta tecnología suman un 15%, mientras que una cifra cercana al 60% del total de los encuestados es la que representa a quienes nunca utilizan los dispositivos móviles para conectarse a las Redes.

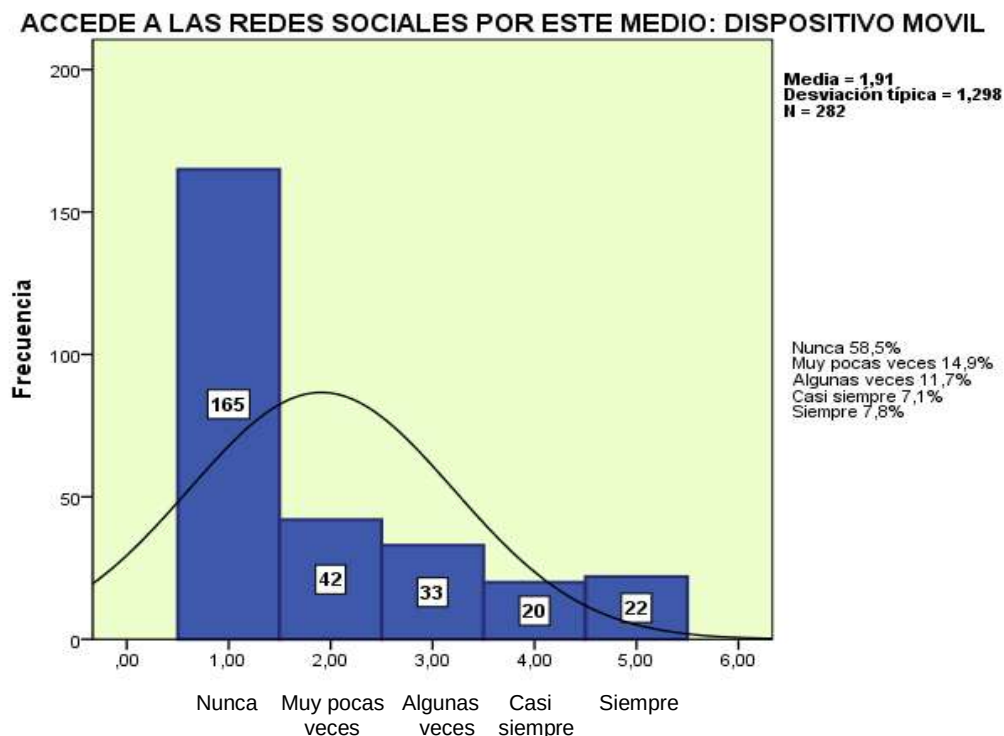


Gráfico No. 11. Elaboración propia (2012).

Al observar las proporciones de los resultados en el Gráfico No. 11, resulta notoria la concentración de los datos en el rango de menor frecuencia.

Contrastando estos resultados con los del cuestionamiento anterior se observa que la concentración de los resultados ocurre a la inversa. Es decir, contrario al gráfico anterior la mayoría de los encuestados se inclinaron por siempre utilizar la computadora de escritorio y en este caso, la mayoría declinó utilizar dispositivos móviles para acceder a las Redes Sociales en el trabajo.

El siguiente cuestionamiento se enfocó hacia conocer cuales son las Redes Sociales que utilizan los empleados administrativos y en qué proporción hacen uso de ellas. A continuación se muestran los resultados referentes a Facebook.

SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: FACEBOOK

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	90	31,9	31,9	31,9
	Muy pocas veces	37	13,1	13,1	45,0
	Algunas veces	52	18,4	18,4	63,5
	Casi siempre	52	18,4	18,4	81,9
	Siempre	51	18,1	18,1	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.13. Elaboración propia (2012).

Facebook es una de las redes sociales más importantes y con mayor cantidad de usuarios en el mundo. Sin embargo, la Tabla No. 13 muestra que la red social no goza de la misma popularidad entre los empleados administrativos. De los 282 encuestados, 90 de ellos, es decir, el 31.1% contestó que nunca utiliza Facebook. Esta cifra representó a la mayoría de los encuestados.

SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: FACEBOOK

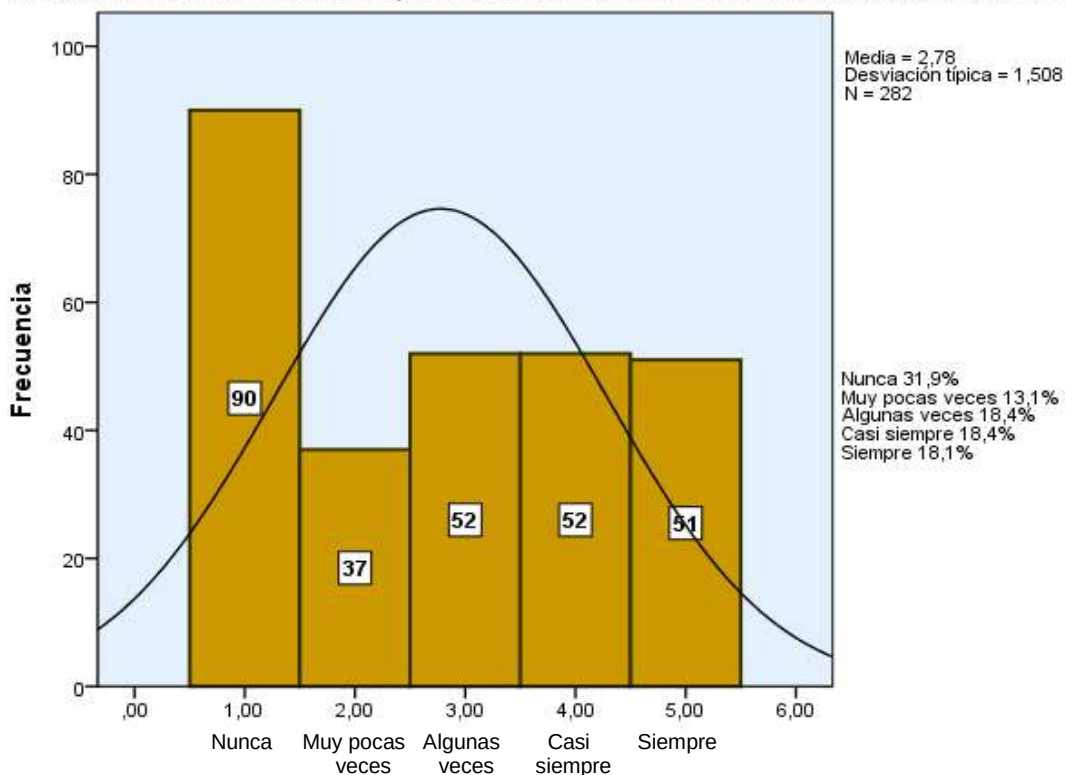


Gráfico No. 12. Elaboración propia (2012).

La representación gráfica de los datos obtenidos muestra una amplia mayoría en el primer rango. No obstante, el resto de los rangos, que se inclinan a mayores grados de frecuencia obtuvieron resultados similares, al sumarlos se infiere que los empleados administrativos en su mayoría si utilizan Facebook, aunque en proporciones distintas.

La siguiente Red Social sobre la que se encuestó fue Twitter. Esta red social se ha expandido rápidamente entre los usuarios de Internet que gustan de la comunicación instantánea. A continuación se muestran los resultados obtenidos.

SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: TWITTER

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	240	85,1	85,1	85,1
	Muy pocas veces	19	6,7	6,7	91,8
	Algunas veces	11	3,9	3,9	95,7
	Casi siempre	8	2,8	2,8	98,6
	Siempre	4	1,4	1,4	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.14. Elaboración propia (2012).

Con respecto a Twitter, se observa que pese a su popularidad global, prácticamente no es utilizada entre los empleados administrativos de la Universidad Michoacana. Según los resultados el 85% de los encuestados, es decir, 240 de los 282 declaró que nunca accede a Twitter.

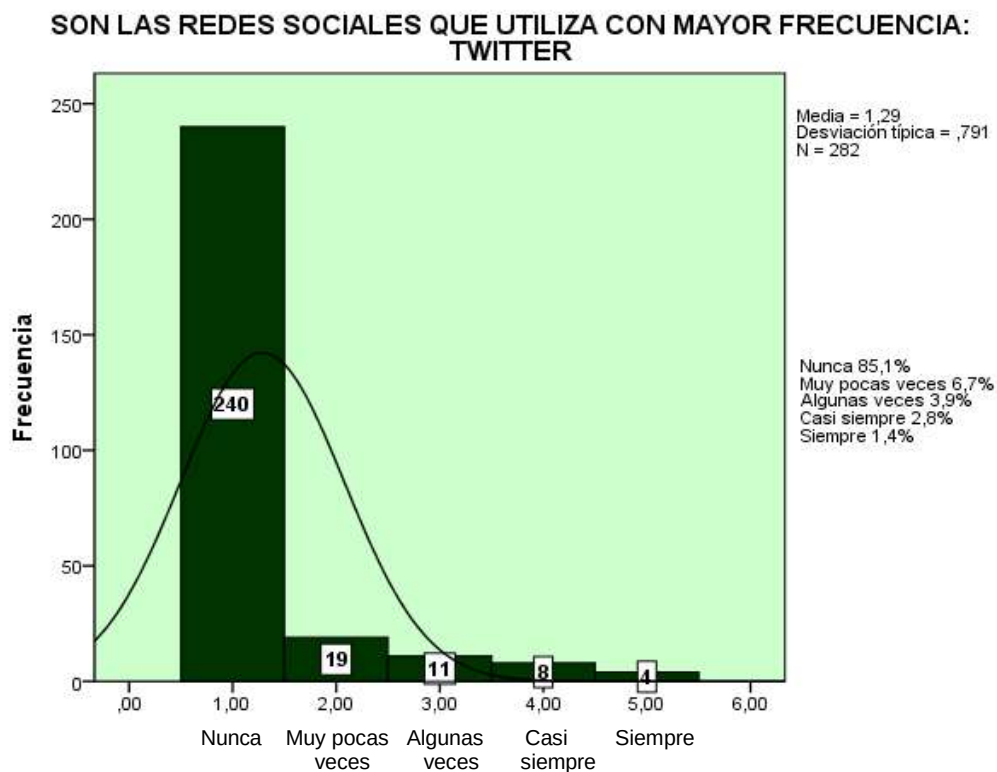


Gráfico No. 13. Elaboración propia (2012).

En el gráfico No. 13 se aprecia más claramente la proporción de los resultados obtenidos. Aunque muy pocas personas declararon ser usuarios asiduos de Twitter, hubo una mayor cantidad de empleados que respondieron que sí lo utilizan, aunque con mucha menor frecuencia. Esto podría interpretarse como una muy lenta inserción de Twitter en las preferencias de los encuestados, que podrá expandirse a largo plazo.

Una Red Social que desde sus inicios se volvió muy popular es Messenger. En nuestro país significó la introducción de la mensajería instantánea para la mayoría de los actuales usuarios de redes sociales de Internet. A continuación se muestran las respuestas obtenidas de los encuestados.

SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: MESSENGER

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	46	16,3	16,3	16,3
	Muy pocas veces	36	12,8	12,8	29,1
	Algunas veces	36	12,8	12,8	41,8
	Casi siempre	57	20,2	20,2	62,1
	Siempre	107	37,9	37,9	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.15. Elaboración propia (2012).

Los resultados obtenidos con respecto a Messenger revelaron casi el 40% de los empleados administrativos que fueron encuestados lo utilizan siempre durante su jornada laboral. La siguiente cifra más cercana en relación al grado de mayor frecuencia fue ligeramente superior al 20%. Ello significa que más de la mitad de los encuestados accede a Messenger con mayor frecuencia durante sus horas de trabajo.

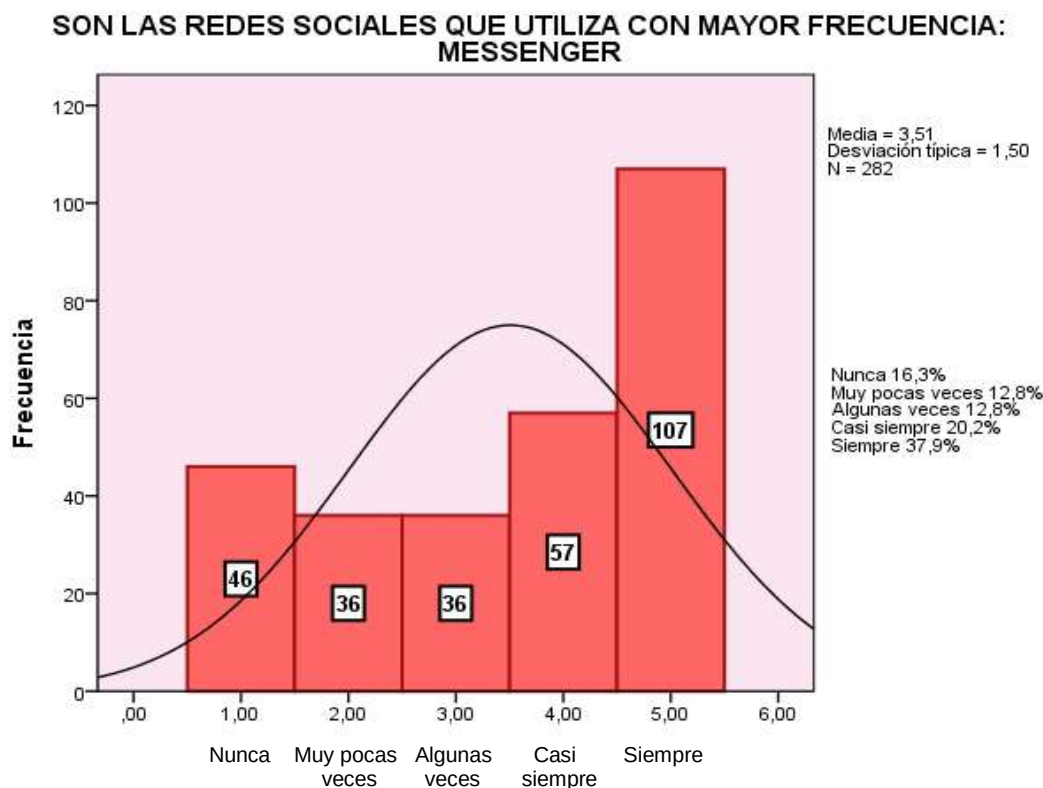


Gráfico No. 14. Elaboración propia (2012).

Los cinco rangos de frecuencia mostrados en el Gráfico No. 14 muestran que en relación a Messenger, existe de manera general, una mayor aceptación y apertura hacia su uso por parte de los empleados administrativos. Quienes declararon nunca utilizar el Messenger representan una minoría que equivale al 16,3% de los encuestados.

Entre las Redes Sociales que gozan de mayor popularidad a nivel mundial se encuentra YouTube. Al encuestar a los empleados administrativos sobre su uso, respondieron lo siguiente:

SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: YOUTUBE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	185	65,6	65,6	65,6
	Muy pocas veces	56	19,9	19,9	85,5
	Algunas veces	24	8,5	8,5	94,0
	Casi siempre	3	1,1	1,1	95,0
	Siempre	14	5,0	5,0	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.16. Elaboración propia (2012).

Los porcentajes registrados en la Tabla No. 16 reflejan una baja frecuencia de acceso a YouTube por parte de los encuestados. Los usuarios que indicaron el mayor grado de frecuencia alcanzaron el 5%, mientras que quienes respondieron que nunca utilizan la Red Social de Videos representan al 65,6% de los empleados administrativos encuestados.

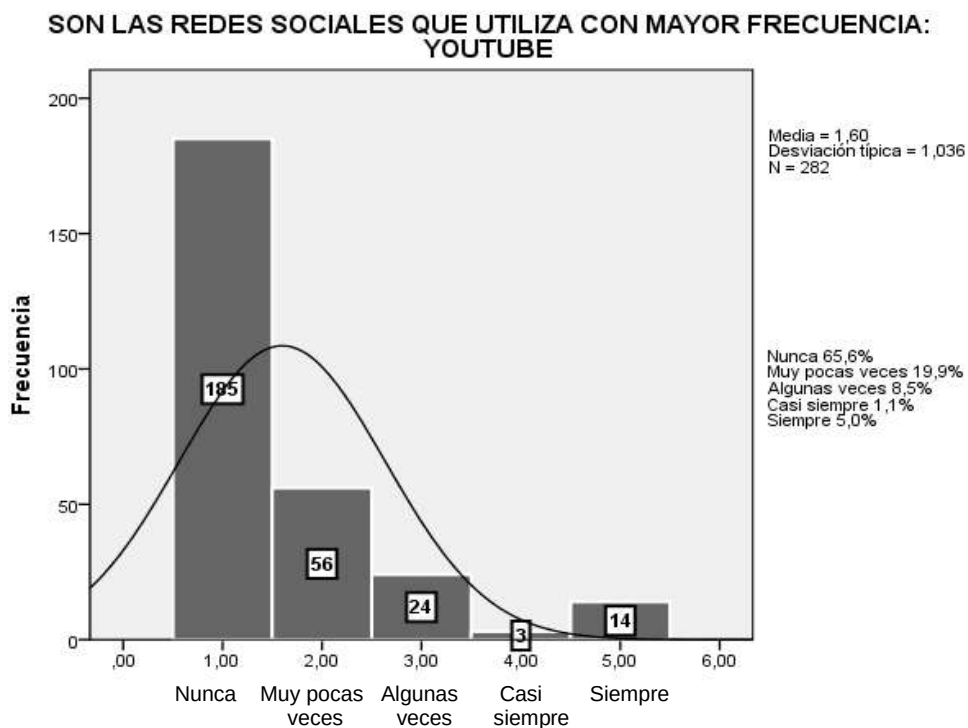


Gráfico No. 15. Elaboración propia (2012).

En el Gráfico No. 15 se aprecian las proporciones alcanzadas por los resultados obtenidos. Entre menor es el grado de frecuencia de uso de YouTube, mayores son las concentraciones de resultados. Sin embargo, una mayor cantidad de encuestados reveló siempre hacer uso de esta red social comparada con quienes respondieron utilizarla casi siempre.

Dada la gran cantidad y variedad de Redes Sociales que existen en la actualidad, se consideró relevante preguntar a los empleados administrativos de la Universidad si hacen uso frecuente de alguna otra. La tabla No. 17 expone los resultados obtenidos.

SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: OTRA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	250	88,7	88,7	88,7
	Muy pocas veces	18	6,4	6,4	95,0
	Algunas veces	4	1,4	1,4	96,5
	Casi siempre	5	1,8	1,8	98,2
	Siempre	5	1,8	1,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.17. Elaboración propia (2012).

La respuesta general obtenida muestra que la mayoría de los encuestados no hace uso de alguna otra Red Social durante su jornada laboral. Esta cifra alcanzó el 88,7%. No obstante, hubo pocos empleados que sí declararon se usuarios de otra Red.

SON LAS REDES SOCIALES QUE UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA: OTRA

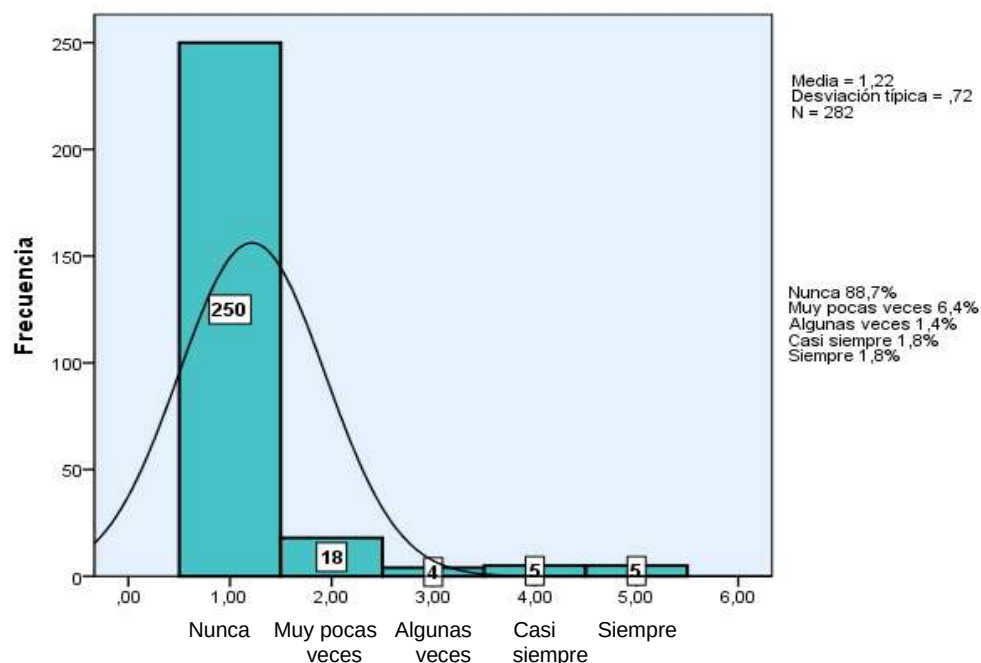


Gráfico No. 16. Elaboración propia (2012).

La representación gráfica No. 16 muestra la frecuencia de uso de otra Red Social distinta a las anteriores por parte de los empleados administrativos de la Universidad. Se observa que esta práctica es casi nula en los encuestados.

Entre los resultados se destacó ligeramente el indicador que representa a quienes en muy pocas ocasiones acceden a otras Redes Sociales. Por ello se concluye que de manera general, los empleados administrativos no las utilizan.

Una vez identificadas las Redes Sociales y la frecuencia de su acceso durante su jornada laboral, se cuestionó a los empleados administrativos sobre las actividades que realizan al acceder a las Redes. Se seleccionaron las cinco actividades más frecuentes y se les cuestionó sobre el grado de frecuencia con que las realizan. A continuación se muestran los resultados de la primera actividad:

SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: CONTACTAR AMIGOS Y FAMILIARES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	64	22,7	22,7	22,7
	Muy pocas veces	73	25,9	25,9	48,6
	Algunas veces	48	17,0	17,0	65,6
	Casi siempre	44	15,6	15,6	81,2
	Siempre	53	18,8	18,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.18. Elaboración propia (2012).

La Tabla No.18 contiene los resultados obtenidos en relación al contacto con amistades y familiares a través de las Redes Sociales. Los porcentajes de frecuencia obtenidos tuvieron poca variación entre sí. Sin embargo, prevalece como el más alto el que indica que los encuestados muy pocas veces contactan a sus familiares y amistades a través de las Redes mientras trabajan. Este resultado abarcó a 73 de los 282 encuestados, cifra equivalente al 25,9% del total.

SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: CONTACTAR AMIGOS Y FAMILIARES

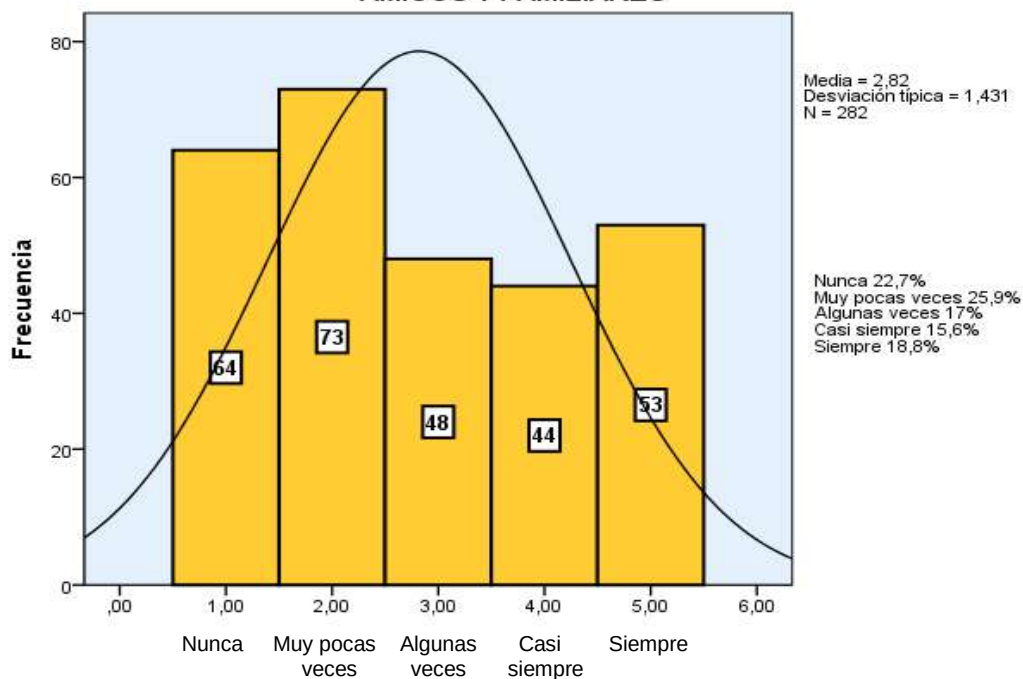


Gráfico No. 17. Elaboración propia (2012).

Los resultados graficados muestran la distribución de los datos obtenidos en los 5 grados de frecuencia, previamente establecidos. Es evidente que una gran cantidad de los encuestados sí tiene por costumbre ponerse en contacto con sus familiares y amigos a través de las Redes Sociales, puesto que ninguno de los rangos de mayor frecuencia mostró una disminución significativa de respuestas.

No obstante, los dos mayores resultados se dieron en los rangos “Nunca” y “Muy pocas veces”. La conclusión global del gráfico es que pocos empleados son completamente ajenos a esta actividad. La variación entre ellos estriba en la frecuencia con que la realizan.

Las Redes Sociales no sólo contemplan las relaciones de tipo personal. Cada vez adquieren mayor importancia las relaciones profesionales, por cuestiones laborales y/o de negocios. Siendo el entorno laboral el enfoque de este cuestionario, resultó lógico cuestionar a los empleados administrativos sobre el uso de las Redes Sociales para esta actividad. Los resultados son los siguientes:

**SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: ENTABLAR RELACIONES
LABORALES / DE NEGOCIOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	56	19,9	19,9	19,9
	Muy pocas veces	34	12,1	12,1	31,9
	Algunas veces	63	22,3	22,3	54,3
	Casi siempre	73	25,9	25,9	80,1
	Siempre	56	19,9	19,9	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.19. Elaboración propia (2012).

La Tabla No. 19 contiene los resultados obtenidos. Resalta el hecho de que los extremos opuestos de frecuencia “Siempre” y “Nunca” con respecto al uso Redes Sociales para entablar relaciones laborales alcanzaron la misma cantidad de respuestas, que representan el 19,9% respectivamente.

**SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: ENTABLAR
RELACIONES LABORALES / DE NEGOCIOS**

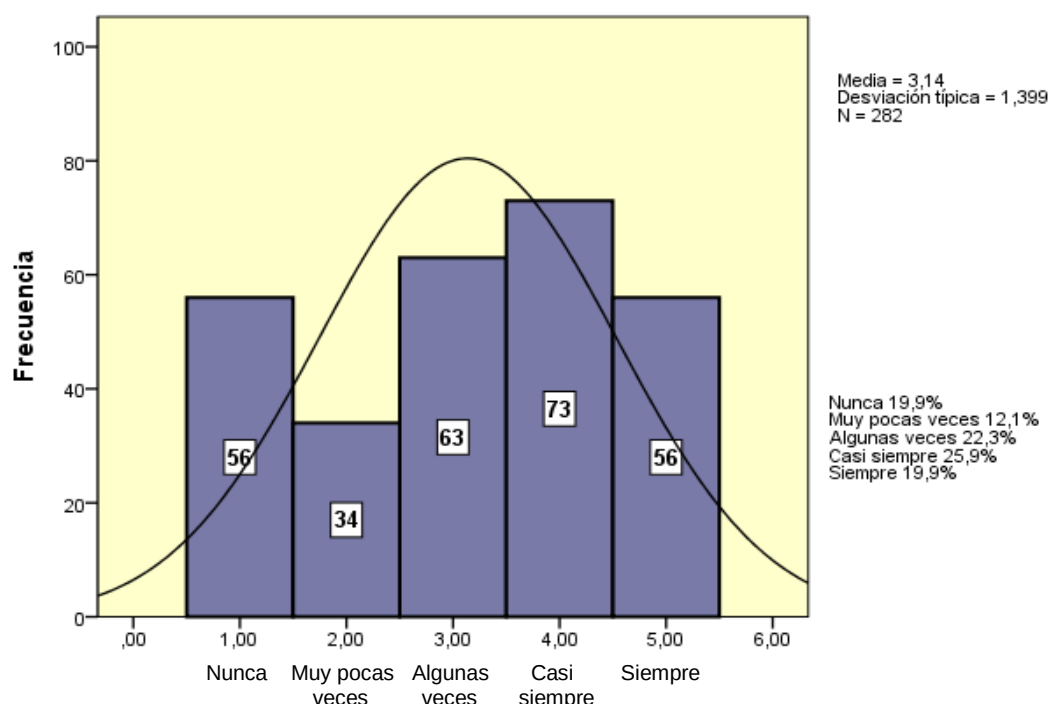


Gráfico No. 18. Elaboración propia (2012).

En el Gráfico No. 18, la distribución de los resultados muestra una mayor concentración de respuestas entre los encuestados que respondieron que *Casi Siempre* utilizan las Redes Sociales para entablar relaciones laborales. El rango de frecuencia media (Algunas veces) fue el segundo más alto, mientras que los puntos extremos (Siempre y Nunca) fueron siguientes.

Entre las actividades más destacadas que se pueden realizar en las Redes Sociales está la difusión de productos y servicios, dado que es posible llegar a un gran número de usuarios de forma gratuita o a un costo muy bajo. Al encuestar a los empleados administrativos al respecto, las siguientes fueron sus repuestas.

**SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES:
DIFUNDIR ALGUN PRODUCTO /SERVICIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	208	73,8	73,8	73,8
	Muy pocas veces	39	13,8	13,8	87,6
	Algunas veces	16	5,7	5,7	93,3
	Casi siempre	11	3,9	3,9	97,2
	Siempre	8	2,8	2,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.20. Elaboración propia (2012).

De acuerdo a la Tabla No. 20, la gran los empleados administrativos de la Universidad no tienen por costumbre utilizar las Redes Sociales para la difusión de productos y/o servicios, ya que el 73,8% de ellos respondió que nunca realiza esta actividad; mientras que sólo un 2,8% de los encuestados aceptó realizarla constantemente.

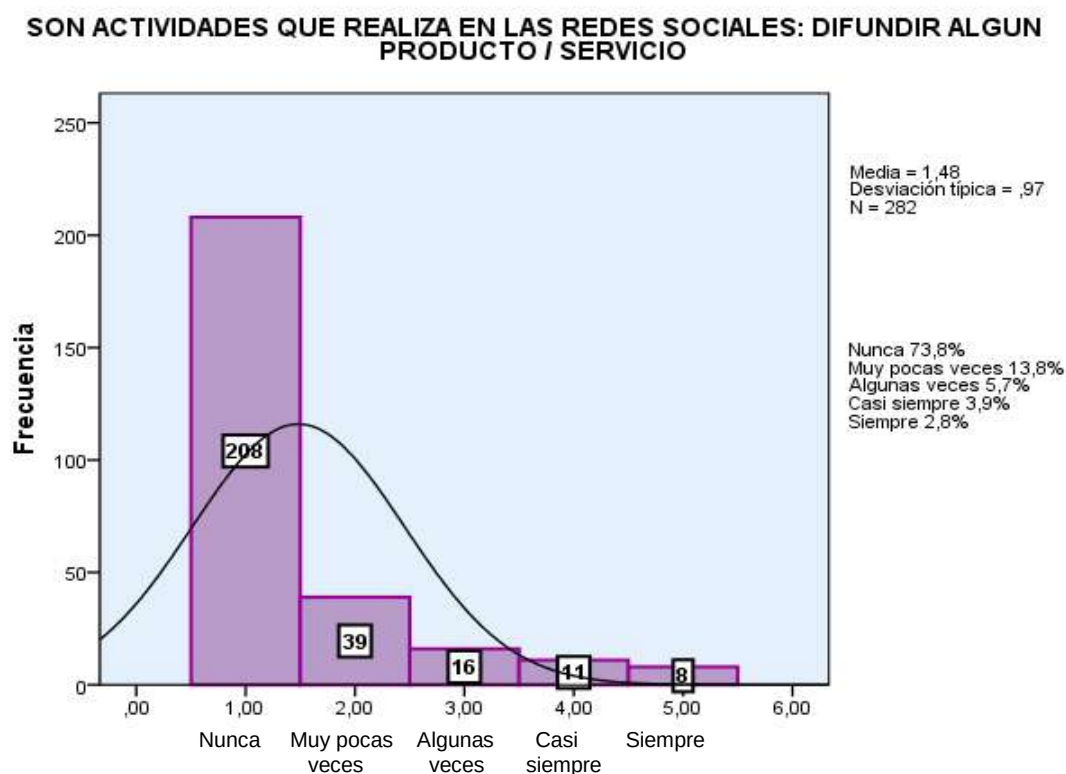


Gráfico No. 19. Elaboración propia (2012).

Seguendo la distribución de los datos que se muestra en el Gráfico No. 19, 208 de los 282 encuestados respondieron que Nunca difunden productos / servicios a través de las Redes Sociales durante su jornada laboral. Seguido de ello, 39 personas, es decir, el 13,8% de los encuestados respondieron que Muy pocas veces realizan esta actividad.

A partir de este resultado, los siguientes rangos, que indican mayores grados de frecuencia, disminuyen progresivamente.

Muchas de las actividades que resultan más comunes en las Redes Sociales involucran el Entretenimiento. Los juegos virtuales con diversas temáticas y la gran variedad de aplicaciones que pueden encontrarse, son sólo algunos ejemplos de ello. A continuación se muestran las respuestas que se obtuvieron al respecto.

SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: DE ENTRETENIMIENTO (JUEGOS, APLICACIONES, ETC.)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	181	64,2	64,2	64,2
	Muy pocas veces	54	19,1	19,1	83,3
	Algunas veces	35	12,4	12,4	95,7
	Casi siempre	4	1,4	1,4	97,2
	Siempre	8	2,8	2,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.21. Elaboración propia (2012).

Pese a su popularidad, de acuerdo a los datos de la Tabla No. 21, las actividades de entretenimiento no constituyen uno de los usos principales que los empleados administrativos dan a las Redes Sociales. El porcentaje más alto alcanzado se obtuvo en el menor rango de frecuencia (Nunca), con el 64.2% de los encuestados. El resto de los rangos obtuvieron porcentajes significativamente menores al anterior.

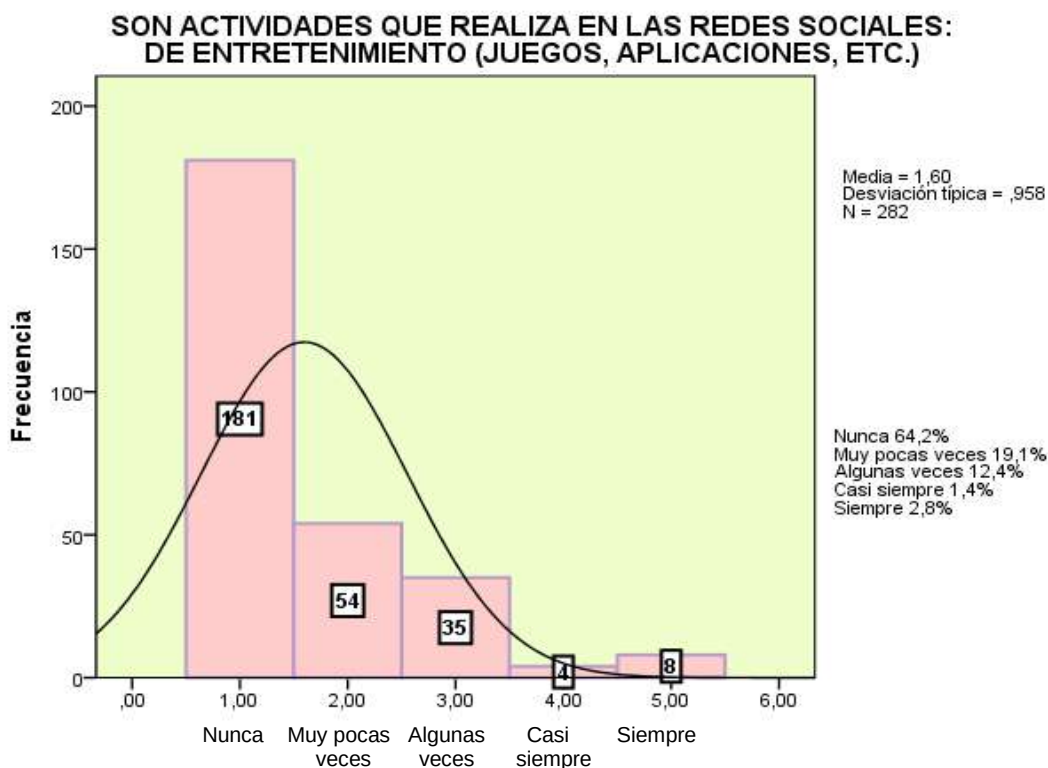


Gráfico No. 20. Elaboración propia (2012).

De los resultados mostrados en el gráfico No. 20 se deduce que los empleados administrativos de la universidad utilizan las Redes Sociales para fines de entretenimiento en una muy baja proporción, comparados con los que nunca las utilizan. Este punto es comprensible si se considera que este tipo de actividades son más comúnmente realizadas durante tiempos libres de actividades laborales.

Continuando con las actividades más frecuentes realizadas a través de las Redes Sociales, la búsqueda de información sobre temas de interés, sean de tipo personal o profesional, se ha vuelto más común entre los usuarios. En la tabla No. 20 se muestran las respuestas proporcionadas por los encuestados al respecto.

SON ACTIVIDADES QUE REALIZA EN LAS REDES SOCIALES: BUSCAR INFORMACIÓN DE INTERES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	76	27,0	27,0	27,0
	Muy pocas veces	33	11,7	11,7	38,7
	Algunas veces	64	22,7	22,7	61,3
	Casi siempre	56	19,9	19,9	81,2
	Siempre	53	18,8	18,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.22. Elaboración propia (2012).

El 27% de los empleados administrativos encuestados reveló que nunca utiliza las Redes Sociales para la búsqueda de información. Esta fue la mayor cifra alcanzada respecto a esta actividad. En segundo lugar, 22.7% de los encuestados respondió que algunas veces sí utilizan las Redes para la búsqueda de información de interés. El resto de los empleados ubicó sus respuestas en otros distintos grados de frecuencia, que obtuvieron menores porcentajes.

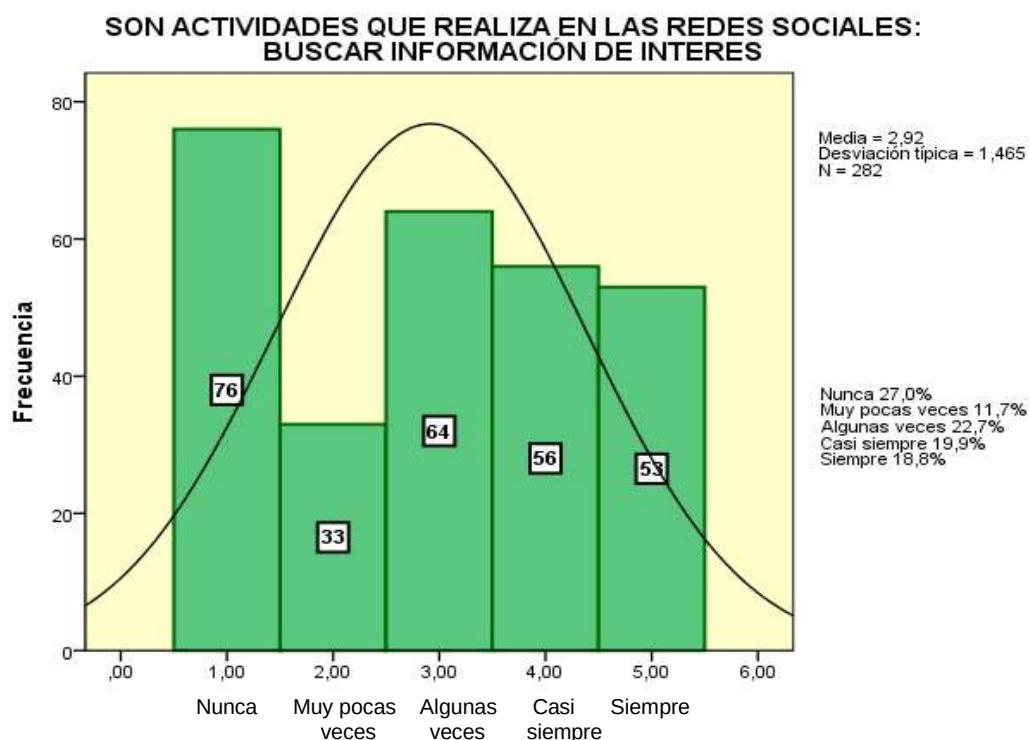


Gráfico No. 21. Elaboración propia (2012).

Las proporciones de los resultados que se obtuvieron muestran que de manera general sí existe un interés en la búsqueda de información a través de las Redes Sociales. No obstante que se registró una mayor cantidad de respuestas negativas al respecto, la suma de los resultados obtenidos en el resto de los rangos, demuestra que los encuestados efectivamente realizan esta actividad.

Una vez establecidos los intereses generales que tienen los empleados administrativos de la Universidad Michoacana en relación a las Redes Sociales, se procedió a cuestionarlos sobre los efectos que tiene el uso de las redes sociales en su productividad laboral.

El primer punto a cuestionar fue la consideración de las Redes Sociales como un distractor potencialmente perjudicial para el buen desempeño de los empleados. La Tabla No. 23 muestra las respuestas obtenidas.

ESTAR CONECTADO A LAS REDES SOCIALES GENERA DISTRACCIONES EN SU TRABAJO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	127	45,0	45,0	45,0
	Muy pocas veces	79	28,0	28,0	73,0
	Algunas veces	52	18,4	18,4	91,5
	Casi siempre	15	5,3	5,3	96,8
	Siempre	9	3,2	3,2	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.23. Elaboración propia (2012).

De acuerdo con la tabla, las Redes Sociales no generan distracciones que afecten el trabajo de los empleados. El 45% de los encuestados respondió que nunca se distrae por el uso de las redes; en segundo lugar, el 28% respondió que Muy pocas veces esto llega a sucederles. En contraste, el 3.2% reveló que para ellos, el conectarse a las redes mientras en horario laboral Siempre genera distracciones.

ESTAR CONECTADO A LAS REDES SOCIALES GENERA DISTRACCIONES EN SU TRABAJO

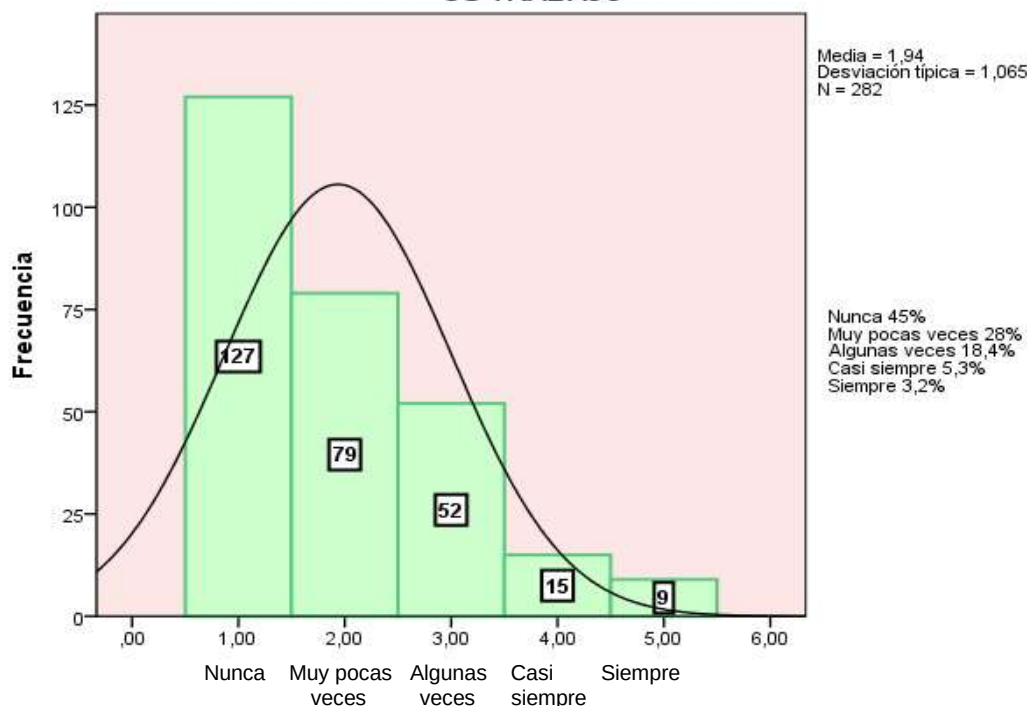


Gráfico No. 22. Elaboración propia (2012).

El gráfico No. 22 muestra una distribución de los datos a la baja, en relación al aumento de los grados de frecuencia mostrados en los 5 rangos.

Considerando que los datos se concentran mayoritariamente en las columnas “Nunca” y “Muy pocas veces”, al sumar ambos resultados se obtiene que el 73% de los encuestados no considera a las Redes Sociales como un distractor que incida en su productividad laboral; por lo que el porcentaje restante, representado por el 27% de los empleados encuestados, es el que en distintas proporciones acepta distraerse por acceder a las Redes Sociales mientras trabaja.

Ahondando en el tema, se cuestionó a los empleados administrativos sobre la posición del acceso a las Redes Sociales en horario de trabajo como un impedimento para el cumplimiento formal de sus labores. Las siguientes, fueron sus respuestas.

CONECTARSE A LAS REDES SOCIALES LE IMPIDE TERMINAR SUS ACTIVIDADES EN TIEMPO Y FORMA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	211	74,8	74,8	74,8
	Muy pocas veces	32	11,3	11,3	86,2
	Algunas veces	16	5,7	5,7	91,8
	Casi siempre	8	2,8	2,8	94,7
	Siempre	15	5,3	5,3	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.24. Elaboración propia (2012).

En este cuestionamiento se reflejó una muy baja respuesta afirmativa por parte de los encuestados, que sólo alcanzó el 5.3%. La mayoría de ellos contestó que las Redes Sociales Nunca son un impedimento para terminar sus actividades en tiempo y forma, este porcentaje llegó al 74,8%.

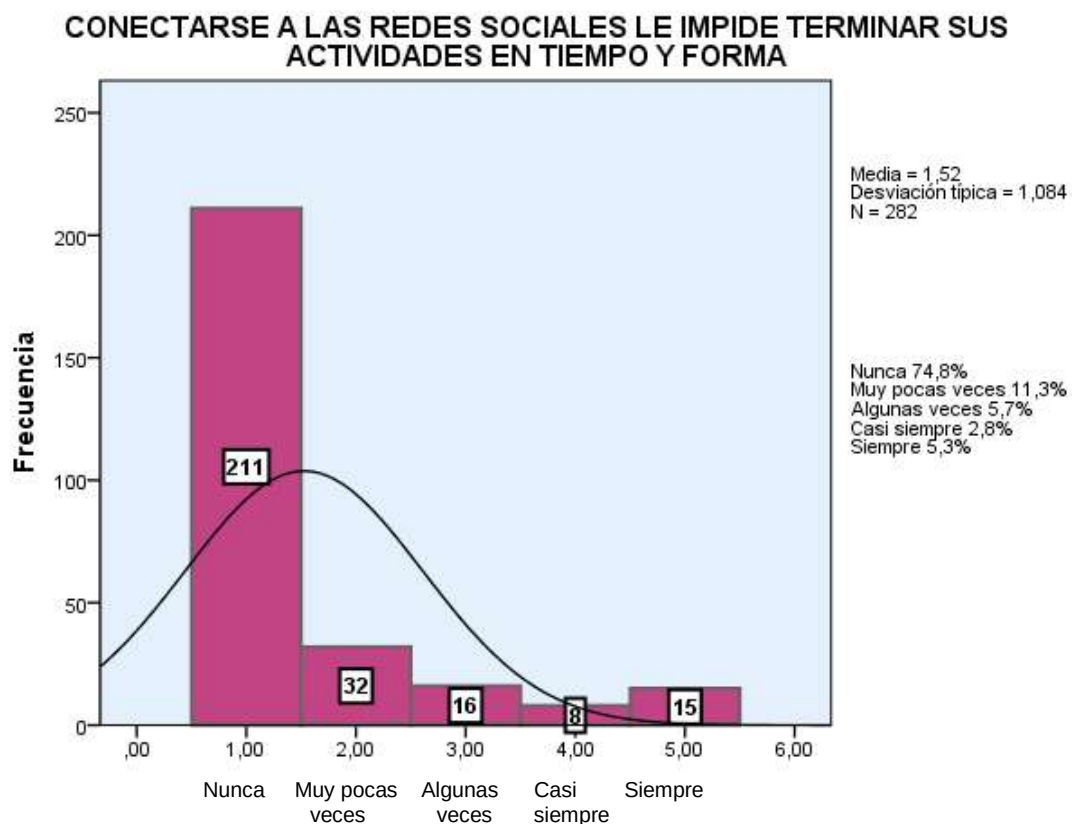


Gráfico No. 23. Elaboración propia (2012).

Como se observa en la Gráfica No. 23, en la opinión de los empleados administrativos, el acceso a las redes sociales en horario laboral no afecta su ritmo de trabajo.

Comparando los resultados obtenidos con los del cuestionamiento anterior se observa una concordancia entre ellos, ya que siendo este un enfoque más particular del planteamiento anterior.

Interpretando que entre las distracciones que pueden ocasionar las Redes Sociales se ubica la dificultad para desempeñar las actividades laborales en tiempo y forma, resulta congruente que se obtenga como mayoría un porcentaje ligeramente superior al 73% del cuestionamiento anterior; ya que representa a los encuestados que además de no distraerse con las redes sociales, no presentan problemas para terminar sus actividades a tiempo.

Otro aspecto laboral de importancia que es susceptible de ser afectado por el uso de las Redes Sociales en los centros de trabajo es la calidad y cantidad de las actividades correspondientes a las funciones que se tengan asignadas. Al cuestionar a los empleados administrativos al respecto, respondieron lo siguiente:

ESTAR CONECTADO A LAS REDES SOCIALES EN HORARIO LABORAL DISMINUYE LA CALIDAD Y CANTIDAD DE SU TRABAJO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	219	77,7	77,7	77,7
	Muy pocas veces	34	12,1	12,1	89,7
	Algunas veces	20	7,1	7,1	96,8
	Casi siempre	6	2,1	2,1	98,9
	Siempre	3	1,1	1,1	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.25. Elaboración propia (2012).

La Tabla No. 25 muestra los resultados de los niveles de frecuencia obtenidos en respuesta al planteamiento relacionado con un potencial signo de baja productividad laboral: la disminución en la calidad y cantidad del trabajo realizado a consecuencia del uso de las Redes Sociales durante la jornada laboral. 219 de los 282 encuestados respondieron que no tienen ese problema.

El 12.1% de los encuestados; es decir, 34 de ellos respondieron que muy pocas veces han pasado por esa situación. La mitad de los reveló que les ha pasado Algunas veces; 6 de ellos sí respondieron que les sucede casi Siempre, mientras que 3 personas, el 1,1% del total, respondió que siempre tiene ese problema.

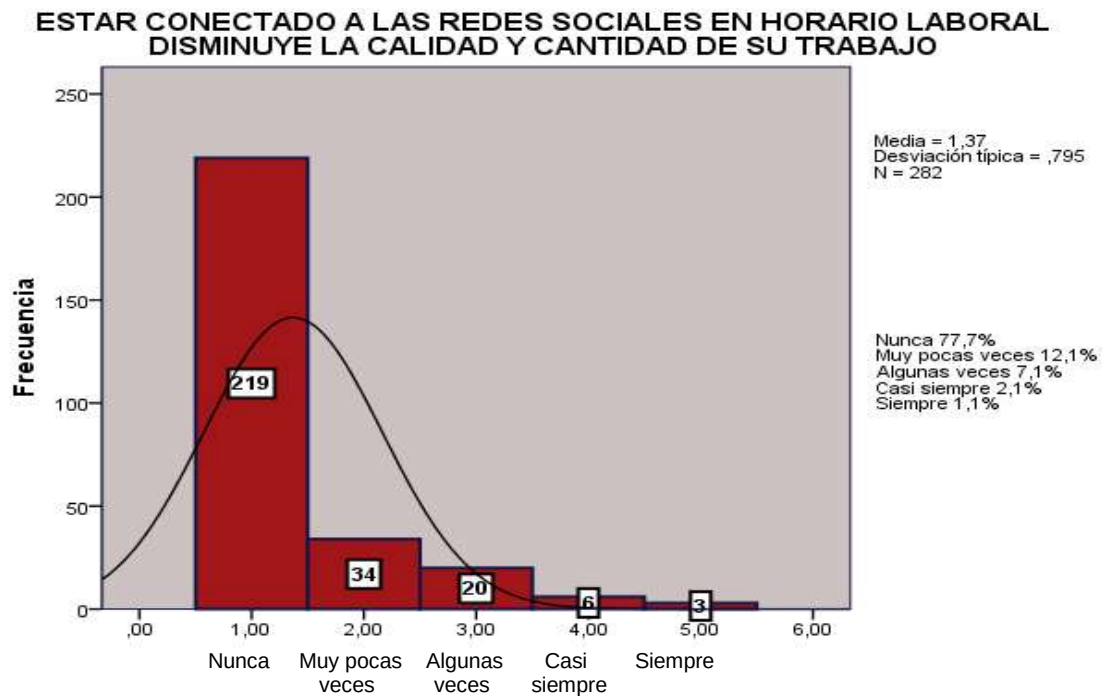


Gráfico No. 24. Elaboración propia (2012).

La distribución de los datos en el Gráfico No. 24 demuestra los resultados anteriormente mencionados. Nuevamente se observa que muy pocos de los empleados administrativos que fueron encuestados declara tener problemas en el correcto desempeño de sus actividades a causa del acceso a las Redes Sociales en horario laboral.

Englobando los resultados anteriores, destaca de manera general un buen control ejercido por los empleados administrativos en lo que respecta al cumplimiento de sus funciones.

Las situaciones que pueden surgir por el acceso a las Redes Sociales en los centros de trabajo no se limitan a posibles afectaciones en la realización de las actividades laborales cotidianas de los empleados administrativos. También se presentan en el ambiente laboral y se manifiestan en modificaciones de comportamiento y actitud en los empleados que son usuarios de las Redes Sociales que se vuelven notorios para el resto de sus compañeros de trabajo e incluso para sus superiores.

Para evitar la situación anterior, es necesario que los usuarios también se preocupen por controlar su forma de conducirse con quienes los rodean. Al respecto, se hizo el siguiente planteamiento a los encuestados:

SE LE DIFICULTA UTILIZAR LAS REDES SOCIALES CON MODERACIÓN Y DISCRECIÓN MIENTRAS TRABAJA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	176	62,4	62,4	62,4
	Muy pocas veces	48	17,0	17,0	79,4
	Algunas veces	22	7,8	7,8	87,2
	Casi siempre	23	8,2	8,2	95,4
	Siempre	13	4,6	4,6	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.26. Elaboración propia (2012).

Los resultados obtenidos en la Tabla No. 26 muestran que la mayoría de los empleados no presenta problemas en su trabajo relacionados con su forma de uso de las Redes Sociales. Esta cifra correspondió al 62,4 % de los encuestados. Por su parte, el 17% reveló tener problemas de acceso a las Redes con moderación y discreción en muy pocas ocasiones. Cabe señalar que el tercer mayor resultado que se obtuvo fue del 8,2% y lo integraron los encuestados que Casi siempre tienen ese tipo de problemas con las redes en su trabajo.

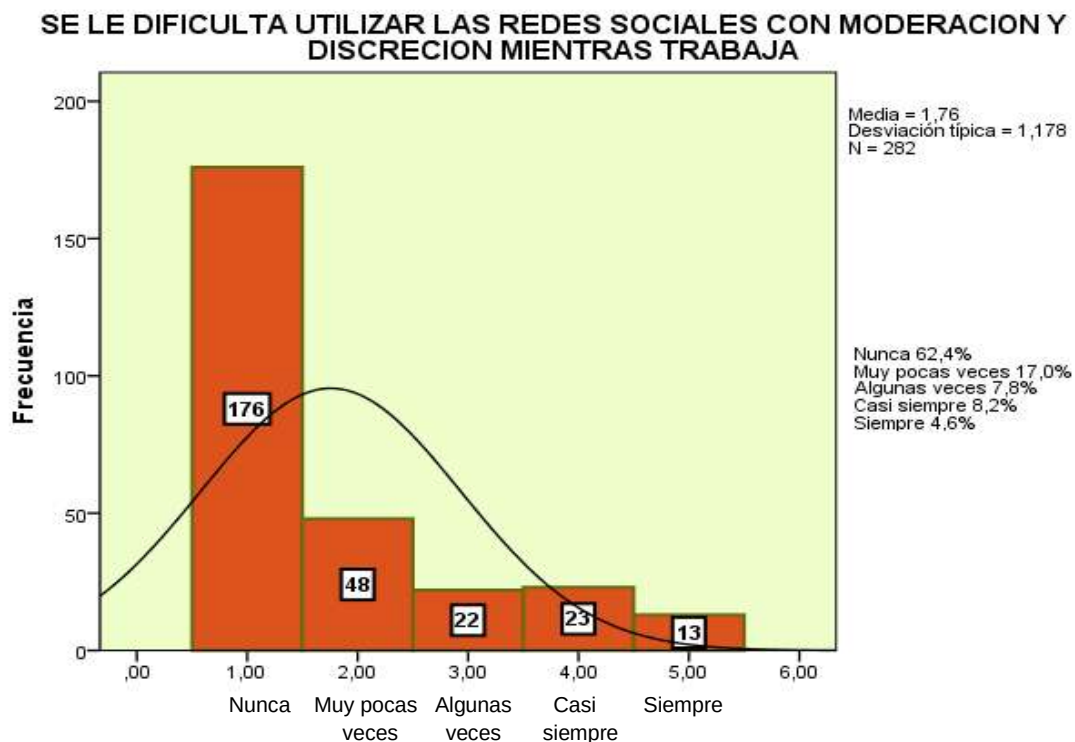


Gráfico No. 25. Elaboración propia (2012).

La gráfica No. 25 muestra las proporciones de los cinco grados de frecuencia que se establecieron.

Se aprecia que nuevamente sobresalen los empleados que respondieron Nunca tener dificultades de moderación y discreción al usar las Redes Sociales en su trabajo.

Sin embargo, el resultado obtenido es considerablemente menor que los de los cuestionamientos anteriores, referentes a las afectaciones al desempeño laboral por el uso de las Redes Sociales. Esto implica que un mayor número de empleados administrativos presentan dificultades para moderar su uso de las redes en el trabajo, que para desempeñar correctamente sus actividades laborales.

Para finalizar el cuestionario, se cuestionó a los empleados administrativos si el uso de las Redes Sociales en horario laboral les ha ocasionado problemas con sus superiores. Las respuestas que se obtuvieron fueron las siguientes:

**UTILIZAR LAS REDES SOCIALES EN HORAS DE TRABAJO LE HA OCASIONADO PROBLEMAS
CON SUS SUPERIORES**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	258	91,5	91,5	91,5
	Muy pocas veces	16	5,7	5,7	97,2
	Algunas veces	8	2,8	2,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

Tabla No.27. Elaboración propia (2012).

En la tabla No. 27 se muestran únicamente tres rangos, los de menor grado de frecuencia, debido a que sólo éstos obtuvieron respuestas de los encuestados. Nuevamente, el rango de datos “Nunca”, obtuvo la mayor cantidad de respuestas que correspondieron al 91.5% de los encuestados. En seguida, el rango “Muy pocas veces” obtuvo el 5.7% del total de respuestas y para finalizar, el rango “Algunas veces” obtuvo el 2,8%.

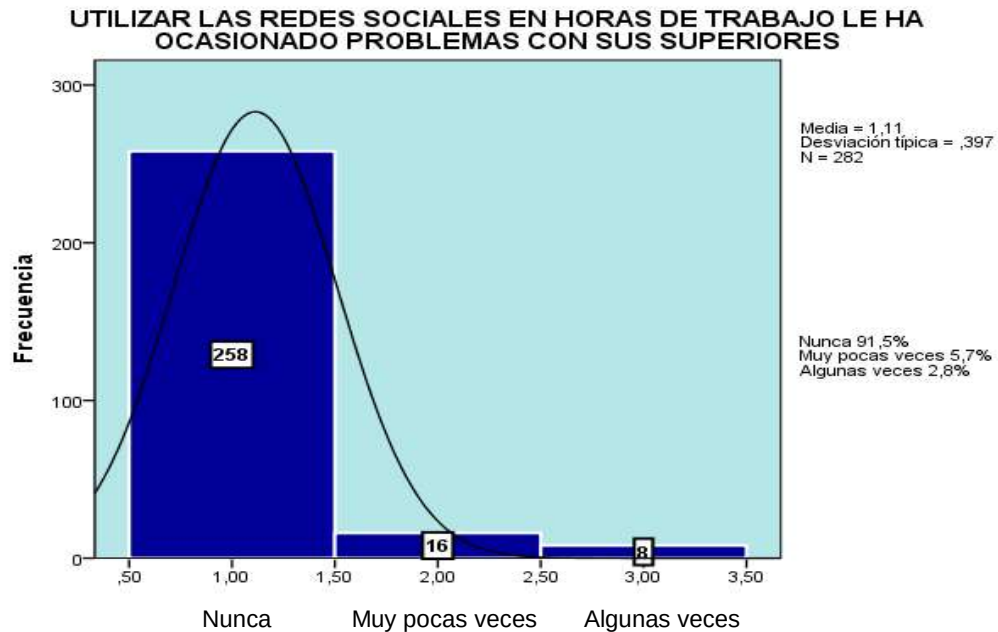


Gráfico No. 26. Elaboración propia (2012).

Los resultados que se obtuvieron en la gráfica No. 26, muestran que ninguno de los encuestados ha tenido con mucha frecuencia problemas con sus superiores por el uso de las Redes Sociales en su horario laboral.

Únicamente ocho personas respondieron que “Algunas veces” han pasado por esa situación y 16 más respondieron que “Muy pocas veces” han tenido ese problema con sus superiores. Ello quiere decir que a decir que sus superiores no han expresado inconformidades hacia su personal por el uso de las redes sociales en el trabajo.

Este resultado sigue la misma línea de los obtenidos en los cuestionamientos anteriores, donde se refleja el uso prudente de las Redes Sociales por parte de los empleados administrativos; motivo por el cual en su mayoría, no se reportan quejas por parte de los superiores de los encuestados.

CONCLUSIONES GENERALES.

Sin duda alguna, la recopilación de la información proporcionada directamente por los empleados administrativos de la Universidad Michoacana arrojó resultados fundamentales para el desarrollo de este tema.

Cabe mencionar que pese a que la totalidad de los encuestados realiza funciones administrativas, las actividades particulares que tienen encomendadas y su carga de trabajo varía de una dependencia a otra. Por esta razón, al proceder a encuestar a los empleados universitarios se presentaron situaciones distintas, dado que entre ellos, hay quienes disponen de libre acceso a Internet y a las Redes Sociales; algunos otros tienen restringido el acceso a las redes; e incluso, hay quienes no cuentan con acceso a Internet.

Concluido el análisis de los resultados obtenidos, los puntos de mayor relevancia que surgieron se exponen a continuación:

Inicialmente resalta el hecho de que la mayoría de los empleados administrativos son de sexo femenino. Las mujeres son más del doble de la cantidad total de hombres que laboran en la Universidad Michoacana. Este dato refiere por ende que la mayor parte de los resultados obtenidos estarán basados en la perspectiva de las mujeres.

La edad de los encuestados constituyó un factor determinante para los resultados que se obtuvieron. La mayoría del personal oscila entre los 26 y 35 años. Bajo el contexto generacional, significa que ellos estuvieron entre los primeros en utilizar la computadora y el Internet; probablemente tuvieron dificultades al inicio para adaptarse a esas nuevas tecnologías.

No obstante, con su experiencia actual, algunos comienzan a involucrarse cada vez más en el uso de tecnologías más recientes. Una situación similar se dio en el segundo mayor grupo demográfico de los encuestados, que abarca las edades de los 36 a los 45 años. El tercer grupo por su parte, lo conforman los menores de 26 años, el rango de usuarios más asiduos de las Redes Sociales.

A medida que personal más joven se incorpore al sector administrativo de la Universidad, se incrementará sustancialmente el uso de las redes sociales, dado que para ellos resulta natural el acceder libremente a las redes.

Por otro lado, la mayoría de los empleados reconoce la importancia actual de las Redes Sociales y las utiliza casi a diario, pero por periodos de tiempo moderados. En la gran mayoría de las posiciones administrativas se tiene acceso a Internet y se utiliza entre otras funciones, para acceder a las Redes Sociales, ya que en general no se tiene conocimiento de la existencia de algún reglamento o política que regule su uso, a excepción de la restricción total del Internet.

El acceso a las redes se da mayormente desde sus computadoras de escritorio. Quienes no cuentan con una o están en constante movimiento, suelen ser los usuarios de dispositivos móviles. No obstante lo anterior, a decir de los encuestados, el uso de las Redes Sociales que hace el personal administrativo está enfocado mayormente a cuestiones laborales.

Messenger, es la Red Social más utilizada por los empleados. Tiene más tiempo en el mercado que la mayoría de las redes y está directamente conectada a uno de los sitios de correo electrónico más utilizados en México. Asimismo, la comunicación instantánea les permite contactar a colegas y compañeros con mayor facilidad, reduciendo tiempos y agilizando procesos. En muy pocas ocasiones algunos empleados entablan contactos personales mientras laboran.

Por otra parte, su frecuencia de acceso a otras redes sociales, como Facebook y YouTube se da en una proporción mucho menor, independientemente de su popularidad a nivel global. Los motivos de esta situación son el desconocimiento y la percepción de los empleados sobre estos sitios como dedicados a actividades de recreación. Para ellos las cuestiones ligadas al entretenimiento y cuestiones personales no son algo a lo que puedan dedicarle tiempo mientras se encuentran laborando.

Los bajos índices registrados respecto al uso de las Redes Sociales, coinciden con los obtenidos respecto a las potenciales afectaciones de las Redes Sociales en la productividad laboral de los empleados administrativos. Dado que el desempeño de sus actividades, es decir, la calidad y tiempos establecidos para ello, no se muestran afectados a causa del acceso a las redes. Tampoco se registraron situaciones que afecten las relaciones laborales, incluyendo a sus superiores. Escasamente se detectaron casos aislados de distracciones en el personal, aunados a problemas esporádicos de moderación y uso de las redes.

Como conclusión general, se obtuvo que el uso de las Redes Sociales en horario laboral no constituye un factor que afecte la productividad laboral de los empleados administrativos de la Universidad Michoacana.

Los resultados también muestran que aunque en la actualidad la situación de las Redes Sociales no está fuera de control. En el futuro se prevé que al ingresar personal más joven y al ir los empleados actuales adquiriendo más experiencia y conocimientos de las redes, como seguramente sucederá dada su continua expansión; es factible que se expanda su uso, en aspectos como frecuencia, tiempo, variedad de redes utilizadas y de actividades realizadas, etc. y de no existir el control necesario, planeado a tiempo, la situación podría revertirse a futuro y causar graves problemas a la organización.

La correcta planeación de un sistema de control permitirá detener un problema potencial y al mismo tiempo, aprovechar la popularidad de las redes y su afluencia para beneficio del personal y de la propia institución.

PROPUESTAS DE SOLUCIÓN

Con base en el estado actual de la relación entre la productividad laboral y el uso de las Redes Sociales por parte de los empleados administrativos de la Universidad Michoacana, se presentan las siguientes propuestas de solución:

PRIMERA.- Desde una perspectiva más radical, la forma más tajante de evitar los riesgos que supone para la Universidad Michoacana el uso de las Redes Sociales en los centros de trabajo, consiste en la restricción de los accesos a las redes. A criterio de la Universidad se determinarían los métodos más adecuados de restricción y la posibilidad de acceso a ciertos empleados, cuyo uso de las mismas sea justificado.

SEGUNDA.- Como una forma de tratar la situación y controlarla adecuadamente, se propone realizar estudios detallados de detección y medición del uso de las Redes Sociales en cada dependencia universitaria, para determinar las situaciones particulares que se presentan en la actualidad y proyectar las que puedan presentarse a futuro. De esta manera podrán establecerse las políticas y procedimientos pertinentes; así como reglamentos internos que se formulen en beneficio de la satisfacción de las necesidades particulares de cada área.

TERCERA.- Se propone involucrar a las Jefaturas, Directores y Superiores, responsables del personal administrativo de cada área en las dependencias universitarias; así como a la Comisión de Cómputo y a las demás instancias universitarias que se considere pertinentes, para que en forma conjunta puedan establecer, regular y controlar los mecanismos de acción que se emprendan en relación al uso de las Redes Sociales y la información que se ingrese en ellas.

CUARTA.- Hacer una valoración de las áreas en las que se detecte la necesidad y se justifique la utilidad del uso de las Redes Sociales en cada dependencia de la Universidad, para capacitar al personal en las formas de uso adecuado de las Redes, con el fin de minimizar los riesgos por malas prácticas y promover un uso responsable de las mismas, acompañadas de nuevos procedimientos que permitan hacer más eficiente el trabajo y fomenten el desarrollo, la competitividad y la innovación. Para el cumplimiento de lo anterior, será necesario monitorear constantemente su uso.

QUINTA.- Elaborar estudios detallados de clima laboral en cada dependencia administrativa de la Universidad, con el fin identificar otras posibles causas, generadoras de baja productividad y de esta manera, estar en mayores posibilidades de implementar las correspondientes medidas preventivas y correctivas encaminadas a mantener y en su caso, elevar los índices de productividad en todas las áreas administrativas.

CAPÍTULO IV.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Bibliotecas sociales:

Permiten guardar registros de cualquier contenido, en cualquier formato; compartir, generar o consultar recomendaciones entre los usuarios.

Blog:

Publicación frecuente y cronológica de pensamientos personales y ligas de Internet. Un blog es una mezcla de lo que está sucediendo en la vida de una persona y lo que está pasando en la Web, una especie de diario híbrido/ sitio guía, aunque existen tantos tipos únicos de blogs como personas (Marketing Terms, 2009).

Blogger:

Autor de un Blog.

Bolsas electrónicas de trabajo (BdT):

Base de datos en línea de vacantes u ofertas laborales (con la descripción en cuanto a funciones, características del puesto y requerimientos) disponibles en el mercado así como de currícula de candidatos activos e inactivos en el mercado laboral. Con este medio, las organizaciones hoy en día soportan sus procesos de reclutamiento, y por su parte, los candidatos llevan a cabo la búsqueda de empleo. En las BdT hay un administrador de la base y no existe interacción (aportación de contenidos) entre candidatos y empleadores.

Broadcasting:

Distribución de audio y/o señales de vídeo que transmiten los programas a una audiencia en general.

Broadcasting personal:

Difusión masiva de la personalidad, intereses y actividades personales individuales.

Catálogos sociales:

Se dirigen a comunidades académicas o de alta especialización. Permite a los usuarios colocar una cita de un artículo o un libro adquirido en la Web en una base de datos en línea, lo que permite a comunidades científicas o especializadas compartir recursos y conectarse entre sí.

Control:

Establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, corregir, mejorar y formular nuevos planes.

Copyleft:

Por oposición a "copyright", término entendido como aquella cultura en la que el autor permite en diferentes medidas la libre reproducción, distribución, difusión y transformación de su obra, siempre y cuando se respete la autoría (Fundación Copyleft, 2009).

Facebook:

Sitio Web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Guía social:

Recomienda lugares para visitar o contiene información sobre lugares en el mundo real, o experiencias de usuarios de productos, servicios u ofertas tales como restaurantes, cafeterías; o incluso valoraciones sobre la organización de eventos públicos. Un ejemplo de esto es Wikitravel.

Hipervínculo:

Referencia cruzada automática a otros documentos o segmentos del mismo documento, página o Sitio.

Internet:

Conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, que independientemente de su heterogeneidad tecnológica o física, funcionan como una red lógica única, de alcance mundial. También se le llama "Web" o "World Wide Web".

Medios sociales:

Medios de comunicación social donde la información y en general el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de tecnologías de edición, publicación e intercambio que permiten un fácil uso y acceso.

Microblogging:

Posteo en línea de textos con actualizaciones personales breves. En contraste con un blog largo, en el cual al menos hay textos de menos de 100 palabras.

Narrowcasting:

Transmisión de programas dirigidos a los intereses de un grupo específico de audiencia, suscriptores o radioescuchas, tales como científicos, empleadores, emprendedores o adolescentes.

Networking:

Construcción y uso de una red de individuos para compartir información y servicios, los individuos y grupos tienen un interés común. Por ejemplo, la comunidad de mujeres trabajadoras en la comunidad utilizan el networking para ayudarse entre sí a administrarse exitosamente. La práctica del networking puede tener fines de entretenimiento, conocimiento, educación, profesional y negocios (business networking –proceso en donde se establecen relaciones de beneficio mutuo con otras personas de negocios y clientes potenciales y/o clientes actuales).

Noticias sociales:

Posibilitan a los usuarios subir noticias, historias, artículos y otros contenidos mediáticos, como fotos y video, para compartirlos con otros usuarios o con el público en general, y sobre los que la comunidad vota, determinando así qué contenidos o vínculos están visibles.

Página Web:

También conocida como página de Internet, es un documento digital adaptado para esta red de comunicación. Normalmente forma parte de lo que se conoce como un “Sitio”. Su principal característica son los “hipervínculos” a otras páginas Web, dentro o fuera del Sitio al que pertenecen, lo que constituye el fundamento de la lógica de la Web. Una página está compuesta principalmente por información (sólo texto o multimedia) e hipervínculos; además puede contener o asociar datos de estilo para especificar cómo debe visualizarse el contenido, o aplicaciones incrustadas para hacerla interactiva.

Perfil:

Información en una red social al respecto de una persona, organización o grupo. Puede incluir información gráfica de todo tipo, así como texto e hipervínculos, que permiten identificar a quien es dueño o autor del perfil.

Plataforma:

En informática, una plataforma define un estándar sobre el que puede desarrollarse un sistema. Muchas veces se utiliza como sinónimo de sistema operativo: una plataforma es un habilitador a partir del que se construyen, se difunden y se utilizan diversas funciones.

Red Social:

Es el conjunto de relaciones, de cualquier tipo, entre más de dos personas. Se constituye en una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, donde los nodos representan individuos (a veces denominados actores) y las aristas relaciones entre ellos.

Red Social en Internet (RSI):

Es un medio social cuya principal funcionalidad radica en la vinculación entre distintos perfiles definidos (pueden ser individuos o grupos), que funcionan como los nodos de la red.

Redes Sociales deliberativas:

Páginas de discusión y debate con el propósito de habilitar o soportar procesos de toma de decisiones. Se construyen para establecer relaciones sustentables, por ejemplo entre los ciudadanos y su gobierno. Dependen de la existencia de opiniones informadas, y la participación se registra bajo la expectativa de recibir resultados tangibles.

Relación social estable:

Aquella en la que el individuo conoce o puede referir la relación que existe entre todos los miembros de su propia red social.

Sitio de Internet:

También conocido como sitio Web (en inglés: website) es un conjunto de páginas Web, típicamente comunes a un dominio de Internet, a las que se accede desde un URL raíz común o portada.

Social bookmarking o social tagging:

Marcación social o calificación de espacios en la Web, algunos sitios permiten a los usuarios publicar sus páginas favoritas para que otros las puedan consultar y referenciar también. Son una herramienta para compartir información entre grupos sociales con un mismo interés.

Twitter:

Servicio gratuito de microblogging que permite a sus usuarios enviar textos denominados “tweets” de una longitud máxima de 140 caracteres. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio Web de Twitter, como vía SMS (short message service) desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea o incluso desde cualquier aplicación, Twitter significa “parlotear”.

Usuario activo de Internet:

El concepto de usuario activo de Internet se refiere a los usuarios que utilizan Internet diario y casi diario (Universal McCann, 2008).

Web 2.0:

Este término fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación en la historia del desarrollo de la tecnología Web o Internet basada en comunidades de usuarios, y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs o los wikis, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social. La Web 2.0 es también llamada “Web social”, debido a su enfoque colaborativo.

Wiki:

Del hawaiano wiki-wiki, que significa “rápido” o “fácil”. Es un sitio Web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples usuarios, en una red abierta o dentro de una organización con restricciones de acceso y edición. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten. Los textos o «páginas wiki» tienen títulos únicos. Si se escribe el título de una «página wiki» en algún lugar del wiki, esta palabra se convierte en un hipervínculo a la página Web de referencia. La aplicación de mayor peso y a la que le debe su mayor fama hasta el momento ha sido la creación de enciclopedias colaborativas, género al que pertenece Wikipedia. Existen muchas otras aplicaciones más cercanas a la coordinación de informaciones y acciones, o la puesta en común de conocimientos o textos dentro de grupos.

BIBLIOGRAFÍA.

Bain, D. (1995) "Productividad, la solución de los problemas de la empresa" México. Editorial Mc GrawHill. Pp. 47.

Castells, M. (1999) *"La Era de la Información: Economía, sociedad y cultura, vol. I., La Sociedad Red*, México, D.F., Madrid: Siglo Veintiuno Editores.

Chiavenato, I., (2004) *"Introducción a la Teoría General de la Administración"*. Séptima Edición. México, McGraw-Hill Interamericana, pp.10.

Cobo, C.; Pardo, H. (2007). *"Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food"*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

Fernández-Ríos, M; Sánchez, J y J. Sánchez (1997) *Eficacia Organizacional: Concepto, desarrollo y evaluación*. Madrid., editorial Ediciones Díaz de Santos. Pp.86.

Huertas, R. y Domínguez, r. (2008). *Decisiones estratégicas para la Dirección de Operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Volumen 4 de Economía (Universidad de Barcelona). Empresa. Barcelona. Edicions Universitat Barcelona. Pp. 71.

Koontz, H y Weihrich, H. (2003) *"Administración: Un Perspectiva Global"*. Doceava Edición. México. McGraw-Hill Interamericana, pp. 6-14.

Longenecker, J. et al., (2009) *Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras*. Catorceava edición, México, D.F., Cengage Learning Editores. Pp. 536.

Melinkoff V. Ramón (1990). *Los Procesos Administrativos*. Caracas, Editorial Panapo pp. 62

Montaño, F. (2004), *Auditoría Administrativa, herramienta estratégica de planeación y control*. México, Editorial Gasca Sicco. Pp. 25- 26.

Pérez, J., y Carballo, V. (2008) *Control de la gestión empresarial. Texto y casos*. Séptima edición, España, Editorial ESIC.

Prokopenko, J. (1997). *La gestión de la productividad: manual práctico*. México, editorial Limusa.

Reyes, A. (2000) *Administración de Empresas*. México, Editorial Limusa. Pp 61-63.

Reyes, A. (2005). *Administración Moderna*. México, Editorial Limusa. Pp. 440

Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. Octava edición. México, Editorial Pearson.

Schroeder, R. (1983) *Administración de Operaciones*. Primera edición, Editorial Mc.Graw Hill, Pp. 533

Stoner, J. (1989) *Administración*, México. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, México pp.246

Torres, Z. (1997) *“La productividad en las industrias micro y pequeñas de dulces y chocolates ubicadas en el D.F. y área metropolitana”* Tesis Doctoral, México, pp. 9-13.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Fuentes Electrónicas.

Bradwell, P. y R. Reeves, (2008) “Network Citizens. Power and responsibility at work”. *Demos*. [En línea]. Londres, Demos, disponible en:
<http://www.demos.co.uk/files/Network%20citizens%20-%20web.pdf> [Accesado el día 26 de abril de 2011].

Centro de Psicología y Psicometría (2011) “Objetivos” [En línea]. Secretaría Académica, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, disponible en:
<http://secretariaacademica.umich.mx/index.php/centro-de-psicologia-y-psicometria>
[Accesado el 15 de febrero de 2012].

Coordinación de Transparencia Universitaria (2011) “Manual General de Organización” [En línea]. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, disponible en:
<http://www.informacionpublica.umich.mx/informacion-de-oficio/manuales-umsnh/manual-general-organizacion-y-procedimientos.html> [Accesado el 12 de febrero de 2012].

Coordinación de Transparencia Universitaria (2011) “Plantilla de Persona Académico y Administrativo” [En línea]. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, disponible en:
<http://www.informacionpublica.umich.mx/sitio/estructura--umsnh/plantilla-de-personal.html> [Accesado el 12 de febrero de 2012].

Comesaña, M., Rodríguez, N y J, García (2010) “La mejora de la productividad en las empresas de servicios” en *Revistadyo.com* [en línea] Universidad de Vigo. España, disponible en: <http://www.revistadyo.com/index.php/dyo/article/viewFile/19/19> [Accesado el día 25 de Noviembre de 2011].

Departamento de Vinculación y Desarrollo (2012) “Intercambio y Movilidad” [En línea] Secretaría Académica, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, disponible en: <http://www.vinculacion.umich.mx/> [Accesado el 15 de febrero de 2012].

Elmundo.es, (2008). “No cierre Facebook, mejor agregue a su jefe” en *elmundo.es* [En línea] España, disponible en: <http://www.elmundo.es/mundodinero/2008/10/29/economia/1225292413.html> [Accesado el día 26 de Abril de 2011].

Fernández, T., (2010). “La productividad inevitable de las redes sociales” en *Expansión&empleo.com* [En línea] 08 de Enero de 2010. *expansionyempleo.com*, Desarrollo de carrera – Empresas. Madrid, disponible en: http://archivo.expansionyempleo.com/2010/01/08/desarrollo_de_carrera/1262951865.html [Accesado el día 03 de Mayo de 2011].

Gertrudis, G, “Historia del concepto de red social” [en línea] Unidad de Investigación. Universidad Santo Tomás, disponible en: http://api.ning.com/files/XTj6PLCPPuFqdfb7UgUqoC3MJP2Gp8uETdvZtgGysgOtikjOSDtmFBx*D5*s9HLJlrxDDysQ3WRdjAwQBay*fSCWgNomHy/Historiadelconceptoderedsocial.pdf [Accesado el día 02 de Junio de 2011].

Manpower (2009) “El impacto de las redes sociales en el mundo del trabajo: México” *Manpower Inc.* [En línea], disponible en: http://www.manpower.com.mx/uploads/press_room/estudios_investigaciones/El_Impacto_de_Redes_Sociales_de_Internet_en_el_Mundo_del_Trabajo_MexicoV2.pdf [Accesado el día 03 de Mayo de 2011]

Rivor, A. (1999) “Redes Sociales: ¿Instrumento metodológico o categoría sociológica?” [En línea], disponible en: http://www.e-socrates.org/pluginfile.php/28342/mod_resource/content/0/ana-l-rivoir-redes-sociales_1_.pdf [Accesado el día 02 de Junio de 2011].

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. (1963) “Estatuto Universitario” [En línea], Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, disponible en: <http://www.umich.mx/documentos/reglamentos/Estatuto-Universitario.pdf> [Accesado el día 06 de febrero de 2012].

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. (1986) “Ley Orgánica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo” [En línea], Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, disponible en: <http://www.umich.mx/documentos/reglamentos/LEY-ORGANICA-DE-LA-UNIVERSIDAD-MICHOACANA-DE-SAN-NICOLAS-DE-HIDALGO.pdf> [Accesado el día 08 de febrero de 2012].

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. (2009) “Misión y Visión” [En línea] H. Consejo Universitario de la UMSNH, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, disponible en: <http://www.umich.mx/mision.html> [Accesado el día 08 de febrero de 2012].

Velasco, J., (2010) “Redes sociales y productividad, ¿el cigarrillo de los no fumadores?” en *Bitelia.com. Software | Web 2.0* [En Línea] 13 de Septiembre de 2010. Hipertextual. Madrid, España, disponible en: <http://bitelia.com/2010/09/redes-sociales-y-productividad-el-cigarrillo-de-los-no-fumadores> [Accesado el día 03 de Mayo de 2011].

Artículos.

“Definiendo las redes sociales” Ponencia dictada durante las *Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector*, Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, Noviembre 2001.

English, G., (2011) “Empresas se adaptan al uso de redes sociales por parte de sus empleados” en *Diario LA TERCERA* [En línea] Año 61. No. 22.170, 27 de Febrero de 2011, Negocios – Laboral, pp. 28-29. Grupo Copesa, Chile, disponible en: <http://diario.latercera.com/2011/02/27/01/contenido/negocios/27-60660-9-empresas-se-adaptan-al-uso-de-redes-sociales-por-parte-de-sus-empleados.shtml> [Accesado el día 26 de Abril de 2011].

García, R., (2011) “Redes sociales digitales, nuevos aliados en las relaciones laborales” en *El Economista*. [En línea] 05 abril, 2011, Industria, Periódico El Economista S.A. de C.V. Querétaro, México, disponible en: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2011/04/05/redes-sociales-digitales-nuevos-aliados-las-relaciones-laborales> [Accesado el día 28 de Abril de 2011].

Herranz, A., (2009) “Facebook reduce la productividad en el trabajo” en *Revista PC WORLD.es* [En línea] 23 de Julio de 2009, Actualidad, IDG Communications, S.A.U., España, disponible en: <http://www.idg.es/pcworldtech/mostrarNoticia.asp?id=83466&seccion=actualidad> [Accesado el día 28 de Abril de 2011].

Infobrand, Redacción., (2009). “Unilever, Coca Cola, Microsoft y Google. El uso de redes sociales como herramienta de trabajo” en *Infobrand Digital. Revista de Marketing, Branding y Comunicación*. [En línea] Argentina, disponible en: <http://www.infobrand.com.ar/notas/11669-Unilever--Coca-Cola--Microsoft-y-Google.-El-uso-de-redes-sociales-como-herramienta-de-trabajo-> [Accesado el día 22 de Abril de 2011].

Martínez, G. (2011) “Provoca despidos el uso desmedido de Twitter y de Facebook” en *Periódico Excelsior* [en línea] 04 de Marzo de 2011, México. Grupo Imagen Multimedia. Disponible en: http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&id_notas=719466 [Accesado el 06 de Septiembre de 2011].

Morales, R., (2008) “Facilitar el acceso a redes sociales en el trabajo aumenta la productividad” en *Tendencias 21. Revista electrónica de ciencia, tecnología, sociedad y cultura*. [En línea] España, disponible en: http://www.tendencias21.net/Facilitar-el-acceso-a-redes-sociales-en-el-trabajo-aumenta-la-productividad_a2312.html [Accesado el día 22 de Abril de 2011].

Mújica, J. (2010) “Redes sociales: historia, oportunidades y retos” en *Forum Libertas.com Diario Digital* [en línea], 08 de Marzo de 2010, España, disponible en: http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428 [Accesado el día 04 de Junio de 2011]

ANEXOS. CUESTIONARIOS APLICADOS.