



APOLO BUENAÑO DIEGO EDUARDO

PASAPORTE ECUADOR 1714298625

E-mail: apolodiego@gmail.com

DOCTORANDO UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

**EL MANEJO DE HERRAMIENTAS DE INTERNET Y REDES SOCIALES COMO
VENTAJA COMPETITIVA PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL DE
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS
Comunicación en las Organizaciones**

Palabras Claves: Comunicación, redes sociales, internet, organizaciones

Resumen:

La creciente penetración de internet en la cotidianidad de las personas y organizaciones es cada vez más amplia, no solo por el nivel de cobertura, sino por la participación de usuarios en su construcción. Para la Unión Internacional de Telecomunicaciones, (UTI) agencia de las Naciones Unidas según sus datos obtenidos en el año 2012 aproximadamente 2.300 millones de personas usaron internet en el mundo.

Esto no es lejano para América Latina, según datos de Internet World Stats, la penetración de internet en el año 2012, fue de 255 millones de usuarios, mostrando un crecimiento acelerado a nivel regional.

En Ecuador según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) existen 5.5 millones de personas que usan internet a nivel nacional. Es en este sentido donde queda demostrado que internet no se ha vuelto únicamente una fuente de entretenimiento sino también una manera de aumentar la rentabilidad de organizaciones, no solo por la gran cantidad de usuarios que existen, sino también porque el uso de herramientas de internet y redes sociales se han vuelto un pilar fundamental en las nuevas estrategias comunicacionales empleadas por organizaciones privadas, públicas y del tercer sector (ONG'S).



Un estudio desarrollado en el 2008 por la consultora RGX, Red Global de Exportación, en asociación con DHL Express y SAP, tomando como muestra a 691 PYMES exportadoras latinoamericanas, obtuvo varias conclusiones y descubrimientos importantes que permiten identificar el avance del uso de internet en organizaciones privadas, como por ejemplo:

- Un tercio de las PYMES exportadoras ya está accediendo a internet por diferentes dispositivos más allá del clásico ordenador. En paralelo, cuatro de cada diez están utilizando dicha herramienta para el funcionamiento de diversos programas de uso habitual entre las empresas.
- Las PYMES perciben que internet ha impactado decidida y positivamente en la productividad de sus negocios, así como en la reducción de costos y gastos.
- Seis de cada diez PYMES consideran que Internet ha reemplazado en gran medida o totalmente a otros medios de comunicación y se consolida como medio de comunicación sustituto. Adicionalmente, las empresas han mostrado mayor diversificación en el uso de herramientas de comunicación on line.
- A pesar de que tres de cada cuatro empresas exportadoras entrevistadas disponen de un sitio web, la mayoría tiene una presencia básica, sin la posibilidad de recibir pedidos o procesar pagos en línea.

Esto es un fiel reflejo a las necesidades e importancia que tienen que dar las organizaciones privadas al uso de herramientas de internet y redes sociales como ventaja competitiva, pero principalmente la creciente necesidad de que existan profesionales integrales que puedan gestionar de una manera adecuada esta presencia.

Con estos datos se puede identificar y reafirmar la necesidad de que las organizaciones privadas tengan profesionales que no únicamente se dediquen al trabajo de comunicación interna y externa, sino fortalecer los conocimientos de estos profesionales con miras a la gestión y planificación de identidad virtual.

Un claro ejemplo es Ecuador actualmente las políticas desde la Presidencia de la República

han enfocado sus esfuerzos y han abierto nuevas oportunidades al uso de herramientas de internet, no solamente para gestionar su información con fines de productividad como por ejemplo: Quipus: programa para solicitud de adquisición de productos o el portal de compras públicas donde se licitan los requerimientos de las instituciones gubernamentales.

Acompañado de igual manera con un apoyo fundamental al trabajo en redes sociales, un claro ejemplo es que según la información del sitio web de la Presidencia de la República del Ecuador:


 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

| Presidencia | Secretarías Nacionales | Ministerios Coordinadores | Ministerios | Inclusión Económica y Social |
|--|--|---|--|--|
| El Presidente La Presidencia Palacio de Gobierno | Administración Pública Agua Desarrollo Amazónico Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación Comunicación Gestión de Riesgos Planificación y Desarrollo Migrante Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana Transparencia | Desarrollo Social Patrimonio Política Económica Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados Producción, Empleo y Competitividad Sectores Estratégicos Seguridad Conocimiento | Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca Ambiente Cultura Defensa Nacional Deporte Desarrollo Urbano y Vivienda Educación Electricidad y Energía Renovable Finanzas | Industrias y Productividad Interior Justicia, Derechos Humanos y Cultos Recursos Naturales no Renovables Relaciones Exteriores, Comercio e Integración Relaciones Laborales Salud Pública Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información Transporte y Obras Públicas Turismo |

Fuente:
<http://www.presidencia.gob.ec/>

[presidencia.gob.ec/](http://www.presidencia.gob.ec/)

Todas las Secretarías Nacionales, Ministerios Coordinadores y Ministerios tienen una comunicación directa con los usuarios a través de redes sociales, destinando el trabajo a una persona o encargando al departamento de comunicación la actualización y control de los mismos.

Dentro de este punto de igual manera se enmarca la necesidad de que los estudiantes se acerquen al uso de las herramientas de internet y redes sociales, un estudio del impacto de las TIC en los aprendizajes de los estudiantes realizado por Magdalena Claro y un equipo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), realizado en Santiago de Chile el año 2010 evidencia la necesidad de fortalecer las destrezas del manejo funcional de las herramientas de internet en estudiantes, ello implica fundamentalmente la capacidad de dominar las herramientas de internet más relevantes para mejorar la productividad académica y profesional.



El Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (PISA, por sus siglas en inglés), en base a una investigación realizada, demostró que “las tecnologías de la información y la comunicación no solo revolucionan la velocidad a la que puede transmitirse la información, sino también la forma en que se transmite y recibe la información.” Las innovaciones tecnológicas tienen un efecto profundo sobre las destrezas que demanda el mercado laboral actual.

Luego de analizar estos hallazgos, se afianza la necesidad de inmiscuir dentro de la malla de carreras de Comunicación una materia que facilite y fomente los conocimientos, destrezas y habilidades en los estudiantes con el fin de vincular las necesidades de las organizaciones con los conocimientos entregados en la universidad.

Es en este sentido donde se ha demostrado la necesidad de las organizaciones de tener gente preparada para los contextos actuales y también la necesidad de las universidades de vincular estos requerimientos con los conocimientos, habilidades y destrezas que se entregan a los estudiantes y organizaciones generando una ventaja competitiva para el desarrollo profesional de ambos actores.



EL MANEJO DE HERRAMIENTAS DE INTERNET Y REDES SOCIALES COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

FUNDAMENTACIÓN

Partiendo de la hipótesis que la correcta planificación y gestión de herramientas de internet y redes sociales aumenta la rentabilidad de organizaciones privadas, públicas y del tercer sector y la necesidad que los estudiantes universitarios tengan conocimientos, habilidades y destrezas para su manejo como ventaja competitiva, se plantea la importancia para el desarrollo de este proyecto de investigación aplicada.

Entendiendo que la relación de la vida cotidiana con las tecnologías y los avances tecnológicos crece a pasos agigantados, siendo un soporte para fortalecer la economía a nivel mundial, partiendo desde la acumulación de conocimientos debido al apareamiento de internet y junto con ello el aumento de la productividad y competitividad de las organizaciones privadas, públicas y del tercer sector.

Estos avances de igual manera han ido evolucionando con el transcurrir del tiempo, obligando a los usuarios a estar más capacitados para desarrollar sus distintas tareas en el ámbito académico y laboral con la utilización de herramientas de internet y redes sociales.

Al tener un mundo cada vez más cambiante, los conocimientos impartidos desde las universidades deben ir acorde a las nuevas necesidades de las organizaciones, que pasaron de tener entre sus filas a colaboradores pasivos, a potenciar y favorecer al conocimiento como pieza clave en el desarrollo del colaborador y de la organización.

La creciente expansión de internet a nivel mundial ha permitido que este sea el medio de comunicación de mayor impacto en la historia de la humanidad, no solo por el flujo de información que existe en el mismo, sino por la oportunidad que da a los usuarios de cooperar y colaborar en la construcción de contenidos.



Esta evolución se ha dado no únicamente por la información que se puede encontrar en internet sino también por el constante desarrollo de programas y aplicaciones que acercan a sus usuarios a una web amigable que genere mayores resultados e impactos a los objetivos que tienen personas y organizaciones.

El desarrollo de las herramientas de internet dejó de ser un tabú o algo lejano para las personas y organizaciones; si bien es cierto, en sus inicios eran los especialistas informáticos o técnicos quienes manejaban estas herramientas dentro de las organizaciones, hoy en día los usuarios independientemente de su nivel de conocimientos técnicos pueden manejar herramientas de internet y redes sociales que fortalezcan y facilitan su desempeño diario, académico y laboral.

Dentro de las herramientas de internet podemos encontrar una variedad de recursos útiles para los usuarios como por ejemplo: aplicaciones de google, cloud, blogs, foros, chat, buscadores entre otros, de igual manera el avance y el uso de la Web 2.0 o herramientas sociales como: Facebook, Twitter, Youtube, Flick, Yammer, etc. han marcado un cambio radical en el uso de este medio de comunicación y sus millones de usuarios.

La información que se va desplegando en internet está disponible y es actualizada a cada momento en una diversidad de temáticas, esto ha permitido que el conocimiento ya no sea únicamente impartido desde las aulas. Existen gran cantidad de personas autodidactas que se han convertido en los mejores en su rama basando su desempeño en la investigación en internet y la práctica de estos conocimientos en su ámbito laboral.

El desarrollo organizacional no ha quedado de lado en estos avances, las organizaciones públicas, privadas y del tercer sector han ingresado al mundo de internet por una necesidad básica de fortalecer su rentabilidad y proyectar sus actividades a una inmensa cantidad de usuarios, pero muchos de estos esfuerzos no han rendido sus frutos por la carencia de estrategias adecuadas, conocimiento del entorno e investigación de hacia dónde se desea llevar a la organización o sus objetivos para estar presente en internet.



La importancia que estudiantes universitarios puedan fortalecer sus habilidades, conocimientos y destrezas desde las mismas aulas en el manejo de herramientas de internet y redes sociales les permitirá abarcar un ámbito de acción profesional amplio, lo cual favorece a su carrera profesional y les permite diseñar estrategias integrales para su desempeño.

Por ejemplo en Ecuador varias universidades que prestan en su oferta académica carreras como: Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, pero lamentablemente dentro de sus mallas curriculares no existe una materia que vaya destinada a dar este valor agregado que hoy en día es el uso de herramientas de internet y redes sociales para el desarrollo organizacional.

Debido a lo expuesto anteriormente se propone en este proyecto realizar una investigación a autoridades, estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) y representantes de organizaciones privadas, públicas y del tercer sector con el objetivo de determinar la necesidad de establecer dentro de la malla curricular de esta carrera la materia de herramientas de internet y redes sociales como ventaja competitiva para el desarrollo de organizaciones.

Posteriormente con la obtención de los resultados de la investigación se procederá al desarrollo de la propuesta a ser presentada a las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, para incluir en la malla curricular de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional de la UTE dicha materia.

La contribución científica para el desarrollo de este proyecto de investigación se enfoca en tres pilares:

1. Plantear la necesidad de que los profesionales en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional de las organizaciones privadas, públicas y del tercer sector conozcan el manejo adecuado de herramientas de internet y redes sociales.
2. Conocer el interés de los estudiantes para incluir dentro de la malla curricular la

enseñanza del uso de herramientas de internet y redes sociales.

3. Vincular los requerimientos de las organizaciones con el modelo educativo de la UTE donde se promulga el uso de TIC's en el desarrollo académico de los estudiantes planteando incluir en la malla curricular de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional el uso de herramientas de internet y redes sociales como ventaja competitiva de organizaciones.

Es en este sentido que se privilegia la importancia de esta investigación; ya que, aportará al desarrollo académico y profesional de estudiantes universitarios, fortaleciendo sus conocimientos, destrezas y habilidades en el manejo de herramientas de internet y redes sociales como ventajas competitivas permitiendo vincular las necesidades de las organizaciones privadas, públicas y del tercer sector con las académicas, además de ir de la mano hacia el modelo educativo que maneja la universidad.

PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA

El uso de herramientas de internet y redes sociales en la actualidad ya no es una opción sino una necesidad que se va acrecentando con el paso del tiempo para las personas y organizaciones.

Como lo indica (McLuhan, 1972) "Toda tecnología tiende a crear un nuevo medio ambiente o "galaxia" que no funciona como mero receptáculo pasivo, sino por el contrario, opera como un proceso activo que da nueva forma tanto al hombre como a otras tecnologías." Es en este sentido como desde los años 70 en que el autor hizo este análisis dió la pauta para lo que está ocurriendo en la actualidad; es decir, generando procesos activos para los usuarios y la necesidad de que las organizaciones han visto para estar presentes en estos medios activos.

Desde sus inicios el internet causó impacto en las sociedades, Tim Berners Lee quien es considerado padre del World Wide Web marcó los pasos para esta galaxia con la cual soñaba McLuhan, esta herramienta fue desarrollada y pensada para mejorar la comunicación entre

personas, pero desde su origen fue aprovechada para la creación de páginas web de personas y organizaciones, que vieron un potencial medio de comunicación de bajo costo y alto impacto.

(García, 2009), deja claramente explícito como “La incorporación de aplicaciones Web 2.0 en procesos formativos, implica añadir nuevos estilos de comunicación, roles, formas de intervención, escenarios, y un abanico amplio de actividades, ”tomando en cuenta la necesidad de que estos nuevos modelos sean acoplados a la enseñanza y que “las universidades asuman los retos que estas herramientas representan dentro de planteamientos integradores que busquen crear mejores espacios educativos para el intercambio y la actividad formativa, aprovechando el potencial en red.” Lo cual en muchas ocasiones no se ha desarrollado por la falta de investigación y la socialización de los hallazgos que permitan sustentar la toma de decisiones.

En este sentido es como se puede seguir estableciendo los “retos de la educación actual donde se debe, reconstruir el espacio educativo adaptándolo a la sociedad que se sujeta a cambios continuos.”.(Artero 2011), si la sociedad cambia es de vital importancia que las universidades vayan de la mano vinculando a los estudiantes con estos requerimientos, esto potencia y desarrolla las habilidades y destrezas de los estudiantes permitiéndoles generar una ventaja competitiva profesional al momento de intercambiar sus conocimientos académicos con la realidad laboral.

(Meso Ayerdi, 2010) en su estudio desarrollado en España el año 2010 demostró como “las redes sociales han motivado la creación de círculos académicos de colaboración y generación de conocimientos”, un dato importante acercándolo a Ecuador es el entregado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en donde 5.5 millones de personas han usado internet mostrando como este medio de comunicación se va convirtiendo en una de las principales fuentes información en la sociedad.

(McLuhan y Nevitt., 1979) en su libro *Take Today*, dieron un primer avance indicando que “con la tecnología electrónica el consumidor podría llegar a ser también productor al mismo tiempo”, con el apareamiento de las herramientas web y redes sociales los usuarios hoy se



han convertido en prosumidores o prosumer es decir, productores y consumidores al mismo tiempo de información y también de conocimientos.

(Tofler, 1980) en su libro la Tercera Ola tomó por primera vez el término prosumer, indicando como con el avance de las tecnologías en algún momento se daría este paso, en el año 2006 el mismo autor comentó en su libro La Riqueza revolucionaria que “se puede reconocer y valorar el concepto y la existencia del prosumidor a escala mundial.” Independientemente del país o región los usuarios sin darse cuenta pasan a ser productores lo que no ocurría anteriormente con los medios tradicionales y esta es la fortaleza de internet.

(Kotler, Bloom y Hayes 2004) parten de igual manera enfocando la necesidad de que las organizaciones se deben adecuar al entorno y como se ha demostrado hoy por hoy la importancia de que este entorno sea adecuado también al ámbito organizacional en internet enfocando la clave que indican en el libro “para tener éxito en el medio competitivo hay que crear múltiples planes basados en múltiples escenarios.”

Para el desarrollo del proyecto se plantea el diseño y el análisis estadístico de los resultados en base a metodologías cuantitativas y cualitativas, las mismas que permitirán el establecer las técnicas a emplear y la estructuración de herramientas para la recopilación adecuada de información relevante.

En base a los resultados obtenidos se realizará un planteamiento para la concreción del objetivo general, orientando este proyecto a ser una investigación aplicada, utilizando técnicas descriptivas, explicativas y experimentales con el fin de establecer las necesidades y requerimientos del proceso permitiendo el cruce de información.

La ubicación geográfica para el desarrollo investigativo del proyecto será en el país de Ecuador, la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito, dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional durante el año 2013 – 2014.



Como se ha mencionado anteriormente el desarrollo de la propuesta de investigación parte de la hipótesis que la correcta planificación y gestión de herramientas de internet y redes sociales aumenta la rentabilidad de organizaciones privadas, públicas y del tercer y la necesidad que los estudiantes universitarios tengan conocimientos, habilidades y destrezas para su manejo como ventaja competitiva.

Se establece la utilización de variables cualitativas nominales y ordinales para el desarrollo de la investigación complementando con variables cuantitativas discretas permitiendo tener valores numéricos que solamente pueden ser expresados en números enteros.

Se realizará la investigación a la población total de estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional de la UTE, mientras que para la identificación de las organizaciones se tomó una muestra representativa en base a categorizaciones consideradas aportantes para esta investigación.

Se utilizarán encuestas y entrevistas a profundidad utilizando técnicas de auto aplicación, observaciones simples y participantes, entrevistas personales, focus group y registros documentarios, mediante la utilización de instrumentos que brinden la operacionalización de las variables utilizando items ya sean abiertos o cerrados.

Las técnicas de análisis de datos serán estadísticas, debido a que permitirán el cruce de información tomadas de las encuestas las mismas que darán pautas para el desarrollo permitiendo entregar porcentajes dentro de los hallazgos y posterior presentación utilizando el sistema PSPP de software libre para el análisis.

Con los resultados obtenidos se plantea la presentación de los mismos, enfocando la necesidad de incluir la materia de herramientas de internet y redes sociales como ventaja competitiva para organizaciones en la malla curricular de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

De esta manera se considera un aporte fundamental para el desarrollo académico y profesional

de los estudiantes universitarios.

RESULTADOS ESPERADOS:

- **Determinar el interés** y la apertura que tienen los **estudiantes** de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional de la UTE para incluir dentro de sus materias el manejo de herramientas de internet y redes sociales.
- **Establecer en las organizaciones privadas, públicas y tercer sector la necesidad** de que los profesionales en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional conozcan el aprovechamiento de herramientas de internet y redes sociales **como ventaja competitiva para el desarrollo sus organizaciones.**
- Conocer si el **manejo eficiente de herramientas de internet y redes sociales** es una **ventaja competitiva** al momento de la contratación de profesionales en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.
- En base a la investigación realizada, **desarrollar una propuesta para incluir en la malla curricular** de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional de la UTE la **materia de herramientas de internet y redes sociales como ventaja competitiva para el desarrollo de organizaciones.**

BIBLIOGRAFÍA

- McLuhan, marshal (1972) La Galaxia Gutenberg (Génesis del Homo Typographicus), Aguilar, S.A. Ediciones, Madrid, 1972.
- García Peñalvo, Francisco, (2009), Formación Web 2.0. Salamanca, España
- GARCÍA SANS, A. (2008). “Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook” [en línea]
http://www.mentalidadweb.com/wpcontent/uploads/2008/07/comunicacion_facebook_annagarciasans.pdf
- McLuhan, Marshal y Nevitt, Barrington: Take Today: The executive as dropout, New York, Harcourt Brace. 1979



- Kotler, Philip, bloom, paul y Hayes Thomas, Marketing de servicios profesionales, ediciones Paídos Ibérica, Barcelona, 2004
- Meso Ayerdi, Koldobika (2010), Las redes sociales como herramienta para el aprendizaje colaborativo. Presentación de un caso desde la UPV/EHU. [en línea] http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Las%20redes%20sociales%20como%20herramientas%20para%20el%20aprendizaje%20colaborativo.%20presentaci%C3%B3n%20de%20un%20caso%20desde%20la%20UPV_EHU.pdf Fecha de consulta: Febrero de 2013.
- Tofler, alvin, “The third wave”, Traducción, Adolfo Martín, Ediciones Nacionales, 1980, Bogotá, Colombia
- Artero Balaguer, Noelia (2011), La interacción como eje de aprendizaje en las redes sociales, [en línea] <http://www.educaweb.com/noticia/2011/01/31/interaccion-como-eje-aprendizaje-redes-sociales-14570.html> Fecha de consulta: 19 de Mayo de 2011.