



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN RECURSOS HUMANOS-PERSONAL

INFLUENCIA QUE EJERCEN LAS REDES SOCIALES EN LA
PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES Y COMO AFECTA A LA
EMPRESA, TEXTILES EL GRECO

Proyecto de investigación científica previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Recursos Humanos-Personal

AUTORA: Estrella Flores Andrea Cecilia

TUTOR: Ing. Angélica Aldaz

QUITO, ABRIL 2014

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN

INVESTIGAR LA INFLUENCIA QUE EJERCEN LAS REDES SOCIALES EN LA PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES Y COMO AFECTA A LA EMPRESA, TEXTILES EL GRECO

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Andrea Cecilia Estrella Flores

CC 172021392-3

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Andrea Cecilia Estrella Flores alumna de la Escuela de Administración Recursos Humanos-Personal, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 172021392-3

Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Estrella Flores Andrea Cecilia*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Recursos Humanos - Personal que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de Recursos Humanos - Personal, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"INVESTIGAR LA INFLUENCIA QUE EJERCEN LAS REDES SOCIALES EN LA PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES Y COMO AFECTA A LA EMPRESA, TEXTILES EL GRECO"**, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos

INVESTIGAR LA INFLUENCIA QUE EJERCEN LAS REDES SOCIALES EN LA PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES Y COMO AFECTA A LA EMPRESA, TEXTILES EL GRECO

patrimoniales del Centro descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la Papelería ; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del Centro que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta

directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 20 días del mes de Abril del dos mil catorce.

f) _____

f) _____

Andrea Cecilia Estrella Flores

Instituto

Superior

Tecnológico

Cordillera

C.C. N° 172021393-3

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

A DIOS

Por haberme guiado a lo largo de mi vida, por haberme dado la oportunidad de ser quien soy que con su bendición he podido llegar a ser una mujer de bien.

A MIS PADRES

Que me han sabido apoyar, ser mi fuerza e incentivo para poder seguir con mis metas y poder llegar a cumplir mis sueños en la vida.

Gracias mami por ser mi fuerza, mi amiga, mi consejera y mi amuleto de la buena suerte, todo lo que soy y tengo te lo debo a ti. Gracias por ser mi madre.

A MI HERMANA Y MI SOBRINA

Por su motivación, preocupación, y palabras de apoyo cuando necesitaba de ellas.

A MIS AMIGOS

Todos han representado algo para mí, todos han marcado mi vida y todos se merecen lo mejor de lo mejor que la vida les pueda ofrecer.

A MI TUTORA

Gracias por su dedicación, paciencia, tiempo y dirección.

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mi hermana y mi sobrina por su calor filial.

INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN.....	ii
DECLARATORIA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS	iv
Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual	v
AGRADECIMIENTO.....	ix
DEDICATORIA	x
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCION	xix
CAPITULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
1.01 El Problema	1
1.02 Planteamiento del problema	1
1.03 Objetivos.....	3
1.03.01 Objetivo General.....	3
1.03.02 Objetivos Específicos	3
1.04 Justificación e Importancia.....	4
CAPITULO II	6
2. Marco Teórico.....	6

2.01 Antecedentes del Estudio	6
2.02 Fundamentación Teórica	7
2.03 Fundamentación Conceptual	25
2.04 Fundamentación Legal	28
2.05 Formulación de Hipótesis o Preguntas Directrices de la investigación	30
2.06 Caracterización de las Variables Preguntas Directrices de la investigación ..	31
CAPITULO III	32
3. Metodología	32
3.01 Diseño de la Investigación.....	32
3.01.01 ¿Qué es investigación?.....	32
3.01.02 Investigación Científica	33
3.01.03 Método Científico	33
3.02 Población y Muestra	36
3.03 Operacionalización de Variables.....	36
3.04 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	37
3.05 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.06 Recolección de la información	41
CAPITULO IV	42
4. Procesamiento y Análisis	42
4.01 Procesamiento y Análisis de cuadros estadísticos.....	42
4.02 Conclusiones del análisis estadístico.....	52



4.03 Respuestas a la hipótesis o interrogantes de investigación (preguntas directrices)	53
CAPITULO V	55
5. Propuesta	55
5.01 Antecedentes.....	55
5.02 Justificación.....	56
5.03 Descripción.....	57
5.04 FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	59
CAPITULO VI.....	60
6.01 Recursos	60
6.02 Presupuesto.....	61
Elaborado por: Andrea Estrella	61
Tabla 17.....	61
6.03 CRONOGRAMA	63
CAPITULO VII	64
7. Conclusiones y Recomendaciones	64
7.01 Conclusiones.....	64
7.02 Recomendaciones	65
BIBLIOGRAFÍA.....	66

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Causas y Efectos.....	2
Tabla 2 Variables y Dimensión.....	31
Tabla 3 Variables	37
Tabla 4 Conocimiento de las redes sociales de la actualidad.....	42
Tabla 5 Cuenta activa en alguna red social	43
Tabla 6 Redes sociales de preferencia	44
Tabla 7 Tiempo dedicado al uso de redes sociales	45
Tabla 8 Para que se utilizan las redes sociales.....	46
Tabla 9 Beneficios de las redes sociales	47
Tabla 10 Recomienda el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo	48
Tabla 11 El uso de las redes sociales disminuye la productividad de los trabajadores	49
Tabla 12 Mejoraría la relación laboral con su superior si se permite el uso de redes sociales	50
Tabla 13 Regular o prohibir el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo	51
Tabla 14 Presupuesto	61
Tabla 15.....	61
Tabla 16.....	61
Tabla 17	61
Tabla 18 Costo Capacitación	62
Tabla 19 Costo hora de capacitación	62

Tabla 20.....	62
Tabla 21.....	62
Tabla 22.....	63
Tabla 23 Cronograma.....	63

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 Conoce las redes sociales de la actualidad.....	42
Grafico 2 Cuenta activa en alguna red social.....	43
Grafico 3 Redes sociales de preferencia	44
Grafico 4 Tiempo dedicado al uso de redes sociales	45
Grafico 5 Para que se utilizan las redes sociales.....	46
Grafico 6 Beneficios de las redes sociales	47
Grafico 7 Recomienda el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo	48
Grafico 8 El uso de las redes sociales disminuye la productividad de los trabajadores	49
Grafico 9 Mejoraría la relación laboral con su superior si se permite el uso de redes sociales	50
Grafico 10 Regular o prohibir el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo.....	51

RESUMEN EJECUTIVO

El ascendente uso de las redes sociales como canal de comunicación, ha creado nuevos vínculos de relación entre personas, instituciones y sobre todo corporaciones, ya que ven en estos nuevos espacios sociales una oportunidad para acercarse de mejor manera a sus clientes y consumidores.

En la actualidad la mayoría de las empresas nacionales tienen activo un perfil en algunas de las redes sociales más sobresalientes, al igual que la mayoría de sus trabajadores, y es aquí donde se genera un debate sobre su uso ya que por un lado la empresa se ve beneficiada por su promoción en estos perfiles sociales y por otro entra en discusión su utilización por parte del personal ya que puede verse como un factor que afecte la productividad.

La carencia de estudios sobre la influencia de estas comunidades virtuales en las empresas nacionales así como la necesidad de conocer las consecuencias y beneficios han sido los principales motivos que generaron este proyecto.

Por medio de investigación, encuestas y análisis estadísticos realizados en la empresa donde se realizó el estudio se refleja el impacto de las redes sociales, ventajas, desventajas, tiempo recomendable para su uso, beneficios para el personal y la organización.

El poder de las nuevas tecnologías está revolucionando la interacción social con fines profesionales y de negocio. La mayoría de los responsables de RRHH en las empresas, piensa que con el uso de estos perfiles sociales se cambiarán procesos y funciones en este departamento, desde la comunicación institucional, el reclutamiento, hasta la gestión del capital intelectual.

ABSTRACT

The ascending use of social networks as a communication channel, it has created new bonds of relationship between individuals, institutions and corporations especially because they see in these new social spaces an opportunity to get better its customers and consumers.

At the present most active domestic companies have a profile on some of the most prominent, like most social networks of their employees, and this is where a discussion of its use is generated because on one side the company benefits from its promotion these social profiles and other comes into question its use by staff as it can be seen as a factor affecting productivity.

The lack of studies on the influence of these virtual communities in national companies and the need to know the consequences and benefits were the main reasons that led to this project.

Through research, surveys and statistical analyzes in the company where it conducted the study reflected the impact of social networks, advantages, disadvantages, recommended time for use, benefits for staff and the organization.

The power of new technologies is revolutionizing the social interaction with professionals and business purposes. Most HR managers in companies, thinks that the use of these social profiles processes and functions will change in this department from corporate communication, recruitment, to the management of intellectual capital.

INTRODUCCION

Para las personas, el internet ha sido un medio que ha cambiado la forma de educación, socialización y comunicación tradicional, generando un impacto positivo en sus vidas, a medida que fueron pasando los años fue surgiendo un nuevo enfoque para este medio, un internet más social, el cual buscaba darles a los usuarios y consumidores participación y derecho a expresarse mediante esta herramienta, y esta posibilidad de expresión, y voz se logró con los portales sociales o páginas de redes sociales. Las redes sociales son medios que se nutren de las relaciones entre personas y el contenido que crean y comparten.

En la actualidad las redes sociales no son solo una moda adolescente, están cambiando nuestra realidad social, económica, cultural y revolucionando el mundo empresarial, es por este motivo que es importante estudiar la influencia y poder que estos espacios sociales tienen en la productividad de una organización, y no solo para aprovechar sus beneficios y desechar sus inconvenientes sino para tomarlas como una herramienta que ayude al logro de objetivos y metas de la empresa.

Al no hallarse estudios nacionales previos sobre este tema, y utilizando métodos confiables de investigación, este proyecto puede aportar con conocimientos significativos y confiables a la comunidad.

También es necesario mencionar que este estudio no está basado solamente en la influencia de redes sociales en una corporación, también está enfocado en como estas redes virtuales pueden ayudar específicamente al departamento de RRHH como una herramienta que apoye a la gestión humana.



CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema:

Investigar las influencias positivas o negativas que ejercen las redes sociales dentro de la empresa, "TEXTILES, EL GRECO" para innovar, prohibir o regular esta actividad y de esta forma mejorar la productividad de los trabajadores y las relaciones laborales internas y externas.

1.01 El Problema

Debido al creciente interés por las redes sociales, y la presión que generan, para permanecer en un mundo globalizado, la empresa "TEXTILES EL GRECO", se ve afectada por la continuidad con la que sus trabajadores visitan estas redes, es por esta razón que se ha visto la necesidad de investigar, las influencia de redes sociales dentro de la jornada laboral, para determinar su influencia en la productividad del personal, de la empresa antes mencionada.

1.02 Planteamiento del problema

En la actualidad la mayoría de las empresas, infravalora el potencial de las redes sociales, y veta su uso en el trabajo, adoptando una postura que puede resultar contraproducente, ya que los trabajadores llegan a sentirse privados de sus derechos

y vigilados, esto afecta al ambiente laboral, e incluso optan por saltarse las normas de la organización, para visitar sus perfiles sociales a escondidas.

El desconocimiento de las ventajas o desventajas que estos nuevos espacios sociales ofrecen, generan la formulación de normas o políticas que no ayudan al incremento de la productividad, ni aun mejor ambiente laboral.

MATRIZ CAUSAS Y EFECTOS

Tabla 1 Matriz Causas y Efectos

CAUSAS	EFECTOS
Afluencia de visitas a redes sociales por parte de los trabajadores de la empresa, dentro del horario de trabajo.	Malestar en los directivos, por la baja de rendimiento de sus trabajadores en su jornada laboral.
Prohibición de esta actividad social.	Malestar en los trabajadores, por sentirse vigilados, afectando al ambiente laboral.
Falta de conocimiento de los beneficios que pueden traer estos nuevos espacios sociales para la organización.	Creación de reglas o políticas, que no favorece en forma alguna a la empresa.
Falta de confianza en los trabajadores	No se sienten comprometidos con la empresa.
Mal uso de las redes sociales.	Falta de productividad y daño en las relaciones interpersonales.

Elaborado por: Andrea Estrella

1.02 Formulación del problema

¿De qué forma se beneficiará la empresa "TEXTILES, EL GRECO", al investigar la influencia que ejerce en los trabajadores, el visitar sus perfiles personales en las redes sociales, dentro de su jornada laboral y de qué manera esto afecta o beneficia a la organización?

1.03 Objetivos

Un objetivo es el planteo de una meta o un propósito a alcanzar, y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de complejidad.

1.03.01 Objetivo General

Investigar las influencias positivas o negativas que ejercen las redes sociales dentro de la empresa, TEXTILES EL GRECO para innovar, prohibir o regular esta actividad, de esta forma mejorar la productividad de los trabajadores y las relaciones laborales internas y externas.

1.03.02 Objetivos Específicos

- Capacitar a los empleados sobre las ventajas y desventajas que se producen, al utilizar las redes sociales durante la jornada laboral.
- Aprovechar el poder de conectividad de las redes sociales para aumentar la productividad y reputación de la empresa.
- Implementar una política formal, aprovechando la popularidad y el valor comercial de estos medios, canalizando su uso en una dirección que beneficie a la empresa y a los empleados por igual.
- Mejorar las relaciones laborales de la empresa, entre compañeros y con directivos, aprovechando el poder de comunicación de redes sociales.

- Dar a conocer redes socio-profesionales, para que se intercambie información y se interactúe virtualmente con otras personas que comparten intereses, inquietudes, gustos o aficiones.

1.04 Justificación e Importancia

El presente proyecto es presentado con la finalidad de determinar con mayor claridad y sustento que beneficios puede brindar, o que problemas pueden surgir al utilizar redes sociales, e implementar las mejores medidas que favorezcan a la empresa.

Se ha generado un debate sobre los permisos para el uso de las redes sociales en el horario de trabajo, en el que se distinguen dos posturas enfrentadas. Por un lado, están aquellas empresas que plantean que las redes sociales interfieren directamente en la productividad de sus empleados, generando una reducción en su rendimiento. Pero, existen también empresas que consideran que las redes sociales no son un peligro o amenaza a eliminar. Estas posiciones afirman que su uso, fomenta la productividad de los empleados.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta de comunicación e información imprescindible en las empresas. Es por ello que las organizaciones requieren estar cada vez más focalizada en el uso de las tecnologías, aunque no deberán perder las relaciones interpersonales y la adecuación de las redes a la cultura corporativa.

El poder y la expansión acelerada de este nuevo modelo social, es de público conocimiento, innumerables estudios demuestran día a día su crecimiento masivo,

con índices que reflejan la importancia de medios como Facebook y Twitter para socializar y conectarse con el mundo. Internet y en concreto las redes, están cambiando los modelos de relación, comunicación, aprendizaje y negocio.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

Es una de las fases más importantes de un trabajo de investigación, consiste en desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado.

2.01 Antecedentes del Estudio

No se han realizado estudios o investigaciones nacionales sobre este tema en específico, por lo cual, no se presentan antecedentes de este tema

Si bien es cierto investigaciones sobre la influencia de redes sociales en la vida de jóvenes y adultos son expuestas continuamente, la influencia de estos nuevos espacios sociales dentro de la jornada laboral, o enfatizada en la productividad de los trabajadores de las empresas nacionales no se han investigado minuciosamente y mucho menos se han expuesto resultados significativos que pueden aportar al desarrollo de este proyecto como fuente certera de información.

Según se vaya exponiendo este proyecto, se presentarán resultados de investigaciones internacionales, que ayudarán a sustentar esta investigación para que sirva como fuente de consulta para otros estudios relacionados, y crear los antecedentes de dicho tema.

En la actualidad las empresas de cualquier tamaño no pueden quedarse atrás a nivel tecnológico, es por esto que se expondrá como a nivel profesional las personas y las

compañías se ven influenciadas en sus operaciones y productividad por las redes sociales, el resultado de esta investigación puede servir como apoyo a la acción y gestión del área de recursos humanos.

2.02 Fundamentación Teórica

Las redes sociales se han venido desarrollando conforme el avance tecnológico creando así, nuevos escenarios de la comunicación.

Desde el año de 1995 se remonta el origen de las redes sociales en Internet, cuando se crea el sitio web "classmates.com", una red social, con la cual se pretendía que los usuarios pudiesen recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etc.

La popularidad de estos nuevos espacios para la comunicación, creció exponencialmente, grandes empresas y multinacionales de Internet emprendieron entonces nuevos proyectos en el entorno de las redes sociales. Así, cabe señalar como claros ejemplos el lanzamiento de Orkut por Google o Yahoo! 360° por parte de Yahoo!. Después de esto empezó a surgir la creación de muchas redes sociales, que satisfacían cada vez y de mejor manera las necesidades, y expectativas de los usuarios.

Reafirmando la popularidad de este nuevo mundo virtual se puede decir que,

“el aumento de popularidad de las redes sociales ha trascendido en paralelo al aumento en los niveles de intercambio de contenidos a través de la Red. Esto

ha hecho de Internet un medio más social que permite comunicar, entretener y compartir.

Los usuarios han pasado de una etapa en la que eran considerados meros consumidores de contenidos creados por terceros usuarios con ciertos conocimientos de programación, a una etapa en la que los contenidos son producidos por los propios usuarios equipados con un ordenador, conexión y conocimientos básicos en el uso de Internet.” (Edukanda, 2010)

El aparecimiento de redes sociales se vincula con los avances de última generación, sin embargo podemos aclarar dicha idea con la siguiente reseña histórica:

- **1978:** La primeras copias de navegadores de internet se distribuyen a través de la plataforma Usenet.
- **1994:** Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.).
- **1995:** TheGlobe.com da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.
- **1997:** Se lanza AOL Instant Messenger.
- **1997:** Se inaugura la web Sixdegrees.com, que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.
- **2000:** La “burbuja de internet” estalla.

- **2002:** Se lanza el portal Friendster, pionero en la conexión online de “amigos reales”. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.
- **2003:** Se inaugura la web MySpace, concebida en un principio como un “clon” de Friendster. Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días.
- **2004:** Se lanza Facebook, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su pistoletazo de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.
- **2006:** Se inaugura la red de microblogging Twitter.
- **2008:** Facebook adelanta a MySpace como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.
- **2011:** Facebook tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, MySpace 260 millones, Twitter 190 millones y Friendster apenas 90 millones.”
(Marketing Directo, 2013)

Después de conocer la historia y origen de estos nuevos espacios sociales, es necesario definir claramente, que es una red social.

Es una comunidad virtual, en donde los usuarios son libres de interactuar con personas de todo el mundo con quienes encuentren gustos o intereses en común, es manejado por los propios usuarios, los cuales pueden compartir imágenes, fotos, videos, enlaces de otras redes, etc., y sobre todo es un lugar de fácil accesibilidad.

Es verdad que estas redes sociales, comúnmente y en su mayoría son utilizadas por jóvenes y solo como un instrumento de entretenimiento, cada red tiene un objetivo

específico y usarla de la mejor manera es todo un arte, las más populares en nuestro medio son: Facebook y Twitter.

Facebook, es una red social donde los usuarios pueden agregar amigos, enviar mensajes, jugar, formar grupos y construir un perfil propio. Facebook es operado por y propiedad privada de Facebook, Inc. Desde septiembre de 2006, cualquier persona mayor de 13 años con una dirección válida de correo electrónico puede convertirse en un usuario de Facebook.

La audiencia de Facebook objetivo es más para un adulto que para una franja demográfica de población joven. Los usuarios pueden añadir amigos y enviarles mensajes, y actualizar sus perfiles personales para notificar a los amigos acerca de sí mismos. Además, los usuarios pueden unirse a las redes organizadas por el lugar de trabajo, la escuela o la universidad.

El nombre del sitio proviene el nombre coloquial de los libros dados a los estudiantes al inicio del año académico por las administraciones universitarias en los EE.UU. con la intención de ayudar a los estudiantes para llegar a conocerse mejor.

Sus puntos fuertes son:

- La comunicación con los clientes: es excelente para atraer a la gente a la que le gusta tu marca, que le gusta compartir opiniones, y que participe en promociones y encuestas.
- La exposición de marcas: Facebook ofrece muchas opciones para dar a conocer una marca a través de opciones gratuitas o anuncios pagados". (info Aleph, 2010)

Twitter, Es un sistema web gratuito que permite a los usuarios enviar mensajes de texto (también llamados tweets) de hasta 140 caracteres que se actualizan en tiempo real. Básicamente sirve para enviar y recibir mensajes de texto en tiempo real a través de las redes sociales de Internet; es decir, Twitter ofrece al usuario la posibilidad de explicar brevemente lo que está haciendo o lo que está pensando justo en el momento en que ocurre, lo cual tiene varias aplicaciones prácticas:

- Las empresas pueden informar sobre lanzamientos de nuevos productos o servicios.
- Las personas pueden dar a conocer eventos de actualidad y a su vez los receptores de las noticias pueden darlas a conocer también (retweet), lo que resulta en la propagación de una noticia a veces más rápida y efectiva que por medios tradicionales (prensa, radio, TV, etc.).” (info Aleph, 2010)

Con el paso del tiempo y, el continuo desarrollo y avance tecnológico en la sociedad, vemos que cada vez es más necesario adoptar estas nuevas herramientas de la comunicación para permanecer y poder competir en un mundo globalizado.

Tomando esto como base, se da el surgimiento de redes sociales profesionales, las cuales tienen como objetivo crear un medio de comunicación entre profesionales, intercambiando conocimientos, opiniones, recursos, establecer virtualmente vínculos con otros colegas, además de compartir experiencias profesionales, invitaciones a eventos, etc.

Los profesionales se pueden dar a conocer de una manera más fácil y rápida en el mercado laboral y entre compañeros, pueden ayudar a la contratación de nuevo personal, así como a la búsqueda de nuevos clientes y socios.

Son simples los pasos a seguir para ingresar a estas redes, el primer paso es inscribirse, después se crea un perfil, se busca a miembros con intereses en común, y por último se entra en contacto con estos miembros.

Las redes sociales exclusivamente profesionales son: Linked In, Viadeo, Xing. A continuación se explicarán cada una de ellas para tener una mejor comprensión:

LINKED IN, crear un perfil en esta red social, sirve para establecer redes de contactos con otros profesionales, esto entrega una ventaja considerable al momento de buscar un nuevo empleo ya que constantemente establece nuevas relaciones comerciales.

Tipos de cuentas de LINKED IN

Permite la creación de cuentas gratuitas y de pago. Estas últimas están enfocadas hacia profesionales independientes, como consultores y quienes se encargan de contactar potenciales candidatos a desempeñar un cargo.

Una cuenta gratuita permite entre otras cosas:

- Crear un perfil personal profesional.
- Buscar trabajo en la bolsa de trabajo de LinkedIn.
- Conectarse con otros profesionales que ya sean conocidos del usuario.
- Enterarse de quienes son los últimos usuarios que han visto el perfil personal propio y conocer sus datos básicos.
- Ser parte de grupos de discusión, que permiten compartir información y enterarse de nuevas ofertas laborales.

Una cuenta pagada permite acceder a beneficios tales como:

INVESTIGAR LA INFLUENCIA QUE EJERCEN LAS REDES SOCIALES EN LA PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES Y COMO AFECTA A LA EMPRESA, TEXTILES EL GRECO

- Enviar solicitudes para conectarse a otros profesionales que no son contactos conocidos.
- Conocer el listado completo de quienes han revisado el perfil personal propio y ver su información detallada.
- Acceder a más filtros al momento de buscar a otros profesionales.

Las cuentas de pago tienen un costo que va desde los \$20 a los \$100 dólares al mes, dependiendo del número de características y funciones a las que se desee acceder.

VIIDEO, es una red social profesional con más de 40 millones de miembros.

Viadeo es ideal para descubrir oportunidades de negocio (encontrar clientes, socios y proveedores), incrementar visibilidad y reputación online, gestionar y desarrollar una red de contactos profesionales. Reúne a todo tipo de profesionales: empresarios, propietarios de negocios, empresarios y ejecutivos de empresas tanto bien establecidas como de nueva creación.

Es rápido y sencillo, sólo es necesario registrarse indicando el nombre, apellidos, email y año de nacimiento. Como toda Red Social profesional, tenemos que completar nuestro perfil con una fotografía, formación y experiencia laboral.

También podemos recomendar, ser recomendado, añadirnos en grupos, crear grupos, etc.

Otro aspecto a destacar, es la posibilidad de sincronización del perfil con Outlook y de igual forma, con contactos en Gmail, Hotmail, Yahoo. Además, también se puede conectar la cuenta Viadeo con la cuenta de Twitter y de esta manera todo lo que se publique en Viadeo se podrá difundir en Twitter a tiempo real.

XING, es un importante punto de encuentro en Internet para personas de negocios y profesionales de todos los sectores, que establecen contactos valiosos y descubren una excelente fuente de información. Los usuarios de XING conocen a nuevos clientes, seleccionan personal cualificado y encuentran inspiración y nuevas ideas.

En la actualidad cuenta con más de 6 millones de usuarios y está disponible en 16 idiomas para profesionales del mundo entero y de todos los sectores. Se puede acceder a la red online de XING desde cualquier rincón del mundo, incluso desde un teléfono móvil, un iPhone, PDA o BlackBerry.

XING está concebido para empresarios, directivos, autónomos y profesionales que todavía se estén formando, sirve sobre todo para descubrir oportunidades de colaboración con facilidad, establecer contactos profesionales, abrir nuevos mercados e iniciar cualquier tipo de relación de negocios.

LinkedIn, Xing y Viadeo son las tres Redes Sociales más importantes y extendidas en estos momentos. LinkedIn de origen norte-americano, Xing y Viadeo de origen europeo, más concretamente. Viadeo es la Red Social profesional de origen francés con 50 millones de usuarios.

Después de presentar, explicar y definir cada una de las tres redes sociales profesionales más importantes, son claros los beneficios que estas pueden tener si se les da el uso correcto.

Es importante que la empresa y los trabajadores tengan el conocimiento necesario sobre estos nuevos espacios sociales, conocer sus ventajas y desventajas y utilizarlas como herramientas que ayuden a la satisfacción personal y profesional de los

trabajadores, así como al cumplimiento de metas y objetivos de la organización.

La utilización de redes sociales dentro de la jornada laboral, ha causado gran controversia, con el paso del tiempo el desarrollo tecnológico acapara enormemente el mercado empresarial y la astucia en inteligencia de los administradores es el factor más importante al momento de utilizar estos nuevos espacios de la comunicación para mantenerse en el mercado en un nivel destacado.

Permitir la entrada de redes sociales en las empresas puede ser un buen método para vincular a los empleados y que se sientan parte activa de la organización sin que haya que realizar desembolso económico alguno.

Según una investigación elaborada por el Madison Performance Group, 2 de cada 3 trabajadores que están implicados con su trabajo y su empresa actúan como prescriptores de la marca en internet y la pueden recomendar en redes sociales con los beneficios que eso supone para esa compañía.

Un reciente informe ha concluido que como norma general los empleados que utilizan las redes sociales presentan mayores índices de productividad y también apunta que “cuantas más redes sociales se utilicen más productividad alcanzará ese trabajador”.

En concreto, el estudio determinó que aquellos empleados que se conectaban a Facebook, Twitter, o LinkedIn, eran más efectivos al tratar con las llamadas de los clientes y lograron más ventas que los que no tenían presencia en redes sociales.

Como explica a Silicon News Miguel Ángel Rodríguez Oller, director de Comunicación Interna y Marca de IBM España, “las redes sociales no son algo ajeno

al negocio, sino que cada vez más, forman parte de la generación de negocio, tanto las redes internas, como la participación profesional en redes externas. Desde esa consideración el uso de redes sociales alineado con el negocio es una fuente de productividad e innovación personal y organizativa y por tanto, un factor favorecedor del rendimiento”.

Ryan Holmes CEO de la herramienta de gestión de redes sociales HootSuite, defiende en un artículo reciente publicado en LinkedIn que las redes sociales “tienen la gran ventaja de acabar con las jerarquías tradicionales en los lugares de trabajo” ya que ponen al mismo nivel a los directivos que a sus empleados. Con el uso de herramientas como Twitter se puede dar el caso de que un trabajador contacte de forma sencilla con directivos de su compañía, algo impensable hace unos años.

Los expertos en Social Media inciden en que los empleados de una empresa deben recibir normas y pautas sobre cuál debe ser su forma de actuar en el ecosistema de las redes sociales. En ese sentido es conveniente que se instruya a los trabajadores para evitar riesgos de seguridad.

Los empleados ponen en riesgo a la empresa cuando crean cuentas en las redes sociales utilizando el nombre de la empresa en la cual laboran, cuando publican contenido inapropiado a nombre de la empresa y respondiendo de manera inapropiada a futuros clientes.

La empresa se puede ver afectada por amenazas de violencia, revelación de información confidencial, revelación de los secretos de la empresa, difamación y publicación de contenido ilegal.

Según un reciente estudio de la consultora KPMG “Going social: How businesses are doing most of social media” (¿Cómo las empresas están utilizando la mayor parte de los medios sociales?), a partir de encuestas a 1.800 directivos y 2.000 trabajadores, muestra que nivel de impacto en el índice de satisfacción laboral del trabajador tiene el poder acceder a las redes sociales; algunos datos del estudio:

1. Alrededor del 60% de las empresas tienen una política al respecto o han elaborado recomendaciones de uso para sus trabajadores; el 57% de las empresas que permiten el acceso a redes sociales monitorizan su uso.
2. La tercera parte de los que trabajan en organizaciones con el acceso a redes sociales bloqueado siguen utilizándolas: bien ignorando los protocolos de seguridad o desde sus terminales personales.
3. Las organizaciones que bloquean el acceso a redes sociales pero las utilizan con fines corporativos generan la incompreensión del 75% del personal ante esta aparente contradicción, frente al 45% en empresas que no tienen perfiles de empresa.
4. Los niveles de satisfacción laboral son más altos en empresas con políticas abiertas en este sentido, un 63% frente al 41% cuando se imponen restricciones.

Las redes sociales forman parte de nuestra actividad diaria y es un medio potencial para mantener el contacto con nuestro entorno, por lo que resulta difícil separarlas de nuestra vida cotidiana.

Ya se han explicado los beneficios que pueden traer estos nuevos espacios sociales si son utilizados de la forma correcta, pero todavía algunos empresarios se enfrentan a algunos temores, el más grande, las redes sociales afectan a la productividad de la empresa. El hecho de que los empleados dediquen parte de su jornada laboral, a la actualización de sus perfiles sociales no beneficia a la productividad de la organización, al contrario, mientras están distraídos en su actividad realmente no están trabajando.

Según algunas encuestas anteriormente realizadas sobre el tema, afirma que 1 de cada 10 trabajadores, están más tiempo en internet que trabajando, este estudio indica que los trabajadores interrumpen su actividad laboral cada 20 minutos para actualizar sus perfiles sociales, tuiteando, actualizando su estado en Facebook o enviando mensajes.

Otro de los temores, es el riesgo de la seguridad informática. Si los trabajadores utilizan los equipos informáticos de la empresa para tareas no relacionadas con su actividad laboral que implique la descarga de programas y aplicaciones, pueden comprometer la seguridad de los mismos, debido al malware muy presente en los Social Media.

También se cree que con la extrema utilización de estas redes sociales, los trabajadores están más expuestos al acoso laboral. Algunos trabajadores consideran que dar mucha apertura a estos espacios, puede dar pie a situaciones de bullying y acoso en el trabajo.

GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y REDES SOCIALES

Una agencia dedicada a la investigación a nivel mundial llamada InSites Consulting encontró durante el 2011 que el 72% de trabajadores dice pertenecer a un tipo de red social de un total de 2884 usuarios encuestados de 14 países. Para muchos empresarios es extraño usar la relación redes sociales y gestión de recursos humanos (GRH) de forma positiva ya que para muchas empresas el uso de redes sociales no constituye un beneficio, por tal motivo existen muchas organizaciones donde se prohíbe el uso de redes sociales. Este estudio pretende obtener algunas ideas de cómo el uso de las redes sociales contribuye a mejorar el nivel de eficiencia y efectividad de la gestión de los recursos humanos en la búsqueda de agregar valor a la organización.

Lo anterior implica que los líderes empresariales deberían incorporar nuevas tecnologías en vez de vetarlas, una actitud proactiva a los avances tecnológicos permite generar ventajas competitivas de largo plazo. Hay varios aspectos que son abordados en este estudio, entre los cuales se analiza cómo las redes sociales pueden facilitar el reclutamiento y selección de personal, como las redes sociales puede provocar mejoras en la transferencia y consolidación de conocimientos en la organización, como el uso de las redes sociales mejora la fluidez en los canales de comunicación internos de la organización; y por último, como las redes sociales mejoran el trabajo en equipo dentro de la organización. Se puede concluir que las redes sociales son una herramienta de uso creciente, que mientras mayor

conocimiento se tenga de ellas por parte de la empresa, como por los empleados, mayores serán los beneficios alcanzados. De esta forma su incorporación será vista como una oportunidad e inversión y no como una amenaza o un gasto para la organización.

El desempeño del recurso humano siempre ha sido algo relevante y de gran importancia para la empresa, puesto que se encuentra detrás de todas sus operaciones. Una buena operación, una buena decisión, una buena estrategia, estará siempre ligada al personal. Es claro que las personas son un recurso clave para la organización y como tal se le debe exigir que la gestión de este recurso sea eficiencia y eficacia, provocando altos desempeños, compromiso y satisfacción de los empleados. El éxito en una organización depende de cómo las diferentes partes interesadas (dueños, directivos, empleados, clientes, proveedores, y otros) se alineen de manera de obtener el máximo del beneficio compartido. En esta alineación se necesita encontrar puntos de acuerdo para formular y ejecutar las estrategias que será más fácil si se hace uso de las redes sociales.

Existen algunos ámbitos propios de la GRH que son intervenidos de forma directa al incorporar de manera formal el uso de redes sociales profesionales en la empresa. Entre las áreas de la GRH que son influenciadas por la presencia de esta herramienta de comunicación social están las siguientes:

1. Reclutamiento y selección de personal.

El uso de redes sociales profesionales se propone ser una herramienta que permita buscar personas y perfiles que encajen con el proceso de selección, contrastar

referencias de candidatos y ofrecer vacantes de empleo, como ya está siendo usado por muchas empresas de países desarrollados.

La publicación de vacantes de empleos, el exponer talentos profesionales, realizar marketing de ofertas de capacitación y otras acciones de gestión humana, se pueden desarrollar de manera muy fluida dentro de las plataformas de social media.

2. Transferencia y consolidación de conocimientos.

Las redes sociales permiten desarrollar las comunicaciones, recepción y emisión de mensajes e información y a su vez desarrollar la intercomunicación entre diversos puntos. Esto revela que esta herramienta es una excelente plataforma para diseminar información de gran relevancia para el quehacer de una empresa en la forma de conocimientos claves para mejorar el desempeño de los empleados de una empresa

3. Canales de comunicación internos.

Las redes sociales son una herramienta poderosa que facilita el desarrollo, diseño y ejecución de las estrategias de la empresa, generando una comunicación y una distribución interna fluida entre los diferentes actores de la organización. La importancia que tiene la comunicación y distribución de la información al interior de las empresas ha propiciado la generación de tecnologías que se adapten al ambiente dinámico y ágil que caracteriza a las empresas de hoy, siendo las redes sociales una respuesta a esta necesidad cada vez más creciente.

4. Trabajo en equipo.

El trabajo en equipo dentro de una organización, ayuda de manera eficaz al logro de los objetivos organizacionales, ya que una persona, en forma individual, puede hacer una tarea mientras que dos pueden tener un resultado superior al alcanzado de forma individual. El estudio expone que las organizaciones efectivas deben darle prioridad al trabajo en equipo, y las redes sociales contribuyen a que el funcionamiento y dinámica al interior de estos equipos logren de mejor manera sus tareas y actividades.

Resultados del estudio:

Luego de aplicar una encuesta cuidadosamente elaborada a un grupo de empresas y personas del sector comercial se obtuvieron algunos resultados interesantes. El análisis de los resultados muestra lo siguiente:

1) Sólo la mitad de ellos conocían las redes sociales profesionales, muchos no saben de qué se trata ni que beneficios les puede entregar en su trabajo diario. 9 de cada 10 personas tiene una cuenta en alguna red social y 8 de ellos la usa para compartir información sólo con amigos y familia. 7 de cada 10 personas saben que la empresa participa en alguna red social; y los que lo hacen, participan activamente en Facebook y Twitter. 1 de cada 3 trabajadores ha integrado una red social profesional con la intención de obtener una red de contactos profesionales y la misma cantidad conoce a alguien que ha obtenido empleo a través de estas redes.

Todos dicen que el ambiente laboral dentro de la organización es propicio para la transferencia y consolidación del conocimiento mediante el uso de las redes sociales, además de que se promueve el trabajo en equipo. 8 de cada 10 personas que usan las redes sociales profesionales dice que a través de estas redes ha encontrado solución de forma más rápida a sus problemas. 7 de cada 10 creen que el uso de las redes profesionales le beneficia en su desempeño ya que mejora el intercambio de información entre empleados.

2) Más del 50% de las personas que trabajan con un computador dentro de la organización piensa que el uso de alguna red social profesional con aplicaciones acordes a la organización les sería beneficioso, para la realización de sus tareas de una forma más eficaz y eficiente, considerando que el clima laboral dentro de la organización es beneficioso para la incorporación de nuevas tecnologías.

3) Se constató que el uso de las Redes Sociales Profesionales mejoran el reclutamiento y la selección de personal, mejoran la comunicación que se da entre los empleados, y por último, mejora en el trabajo en equipo. Sin embargo, no está claro si las redes sociales profesionales mejora la transferencia y consolidación de conocimientos.

Según la profesión, una red puede ser más efectiva que otra cuando se requiere buscar talentos. Para algunos investigadores, Facebook no es una herramienta tan efectiva en la búsqueda profesional como lo es LinkedIn, porque la primera es una red utilizada por lo general para mantener contactos, en su mayoría amigables, mientras que la segunda concentra el perfil de todo tipo de profesionales en el mercado laboral. Por este motivo, considera que es importante que el trabajador o

usuario tenga en claro sus intereses para ubicar en el ciberespacio la red social que más le convenga.

Si bien la búsqueda de talento a través de la web 2.0 no es utilizado por la mayoría de las empresas en el país, todo parece indicar que el uso de esta herramienta seguirá incrementándose una vez que los profesionales de las áreas de Recursos Humanos descubran los beneficios que este método les puede ofrecer a la hora de encontrar a los futuros talentos para sus empresas.

Aunque aún no se puede hablar de la sustitución de los métodos tradicionales de reclutamiento de personal, todo apunta a que esta tarea se verá complementada cada vez más por el uso de redes sociales con el objetivo de encontrar a los mejores candidatos para la organización.

Para obtener óptimos resultados en este proceso es necesario que los profesionales de Recursos Humanos se encuentren capacitados para sacarle el máximo provecho a las redes sociales y así seleccionar a los candidatos idóneos que su empresa necesita para alcanzar los objetivos esperados.

En pleno 2013, las empresas, de cualquier tamaño, no se pueden quedar atrás a nivel de las tecnologías que puedan facilitar su operación. Es por esta razón que observamos cómo a nivel profesional las personas y las compañías se han apoyado en las redes sociales para auxiliarse en sus acciones de recursos humanos, empleo y demás.

La mayoría de los responsables de Recursos Humanos piensa que las redes sociales cambiarán procesos y funciones críticas en el futuro cercano, desde la comunicación

institucional o el reclutamiento hasta la gestión del capital intelectual.

La publicación de vacantes de empleos, el exponer talentos profesionales, realizar marketing de ofertas de capacitación y otras acciones de gestión humana, se pueden desarrollar de manera muy fluida dentro de las plataformas de social media.

No cabe duda que las redes sociales están llegando a ser un elemento importante y significativo en la vida empresarial, con un sinnúmero de ventajas y beneficios para trabajadores y para la organización. Es verdad que su utilización significa también el apareamiento de diversos tipos de dificultades, pero desde mi punto de vista son más y sobresalientes los aspectos positivos y dignos de destacar.

Esta investigación sobre la influencia de las redes sociales en la productividad de los trabajadores de una empresa reconocida en la ciudad de Quito, es realizada con la finalidad de proponer e implementar un manual de políticas y reglas y ayude a la satisfacción personal y profesional de la empresa, así como a cumplir las metas y objetivos de la organización.

2.03 Fundamentación Conceptual

1. **Capacitación:** Es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.
2. **Empleabilidad:** Capacidad potencial de incorporarse y permanecer en el mercado laboral, esto es, las posibilidades personales para encontrar empleo y adaptarse a un mercado de trabajo en continuo cambio.

3. **Empresa:** Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de la producción y dedicada a actividades fabriles, mercantiles o de prestación de servicios.
4. **Facebook:** Es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz.
Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero se abrió a cualquier persona con una cuenta de correo electrónico.
5. **Influencia:** La influencia es la habilidad de ejercer poder sobre alguien, de parte de una persona, un grupo o de un acontecimiento en particular
6. **Investigación:** Averiguación de datos o la búsqueda de soluciones para ciertos inconvenientes. Cabe destacar que una investigación, en especial en el plano científico, es un proceso sistemático, organizado y objetivo.
7. **Norma:** Es una regla que debe ser respetada y que permite ajustar ciertas conductas o actividades.
8. **Política empresarial:** Es una de las vías para hacer operativa la estrategia.
Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.
9. **Productividad:** Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.
También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos.
10. **Red profesional:** Una red profesional es un tipo de servicio de red social que se enfoca en la interacción y relacionamiento de naturaleza comercial y profesional,

en vez de las relaciones personales.

11. **Redes sociales:** Son sitios web que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación diversos para mantener en contacto a los usuarios de la red.
12. **Social Media:** Los medios de comunicación sociales o simplemente medios sociales (social media en inglés), son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información.
13. **Tecnología:** Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados
14. científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.
15. **Trabajador o trabajadora:** Es la persona física que con la edad legal suficiente presta sus servicios retribuidos subordinados a otra persona, a una empresa o institución.
16. **Twitter:** Es un servicio de microblogging, la red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres.
17. **Usuario:** El usuario registrado es aquel que cuenta con un identificador (nombre de usuario) y una clave de acceso (también conocido como password) para hacer uso de un servicio en Internet.
18. **Malware:** Malware, también llamado badware, código maligno, software malicioso o software malintencionado, es un tipo de software que tiene como

objetivo infiltrarse o dañar una computadora o Sistema de información sin el consentimiento de su propietario.

19. **Sinergia:** Trabajo en conjunto.

20. **Web 2.0:** El término Web 2.0 comprende aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración. Un sitio Web 2.0 permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí como creadores de contenido generado por usuarios en una comunidad virtual.

2.04 Fundamentación Legal

De acuerdo al objetivo 9 del Plan Nacional del Buen Vivir “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” en donde se enuncia que se debe “fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de productividad”, este proyecto ofrece una investigación completa que sustente e innove un nuevo sistema de trabajo mediante la utilización regulada moderada y controlada de redes sociales, que ayuden al trabajador lograr una satisfacción entre su vida laboral, personal y familiar.

Mediante los resultados que arrojen esta investigación, de influencia de redes sociales en la jornada laboral se quiere fomentar la capacitación a trabajadores sobre el uso correcto y adecuado de estos nuevos espacios sociales y aprovechar sus beneficios, mejorar su desempeño, productividad, empleabilidad y permanencia en su lugar de trabajo y sobre todo su realización profesional y personal.

Es necesario también innovar y fortalecer normas para el desarrollo de la formación ocupacional, aquí se debe incluir nuevos programas de capacitación para el trabajo, instrumentos que permita la recuperación, fortalecimiento y transferencia de conocimientos de estas nuevas tecnologías.

Todo esto sustentado y apoyado por el objetivo 9 del Plan Nacional de Buen Vivir, en donde se quiere fortalecer la normativa y los mecanismos de control para garantizar condiciones dignas en el trabajo.

También cabe mencionar que de acuerdo al objetivo 11 del mencionado Plan del Buen Vivir “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica”, para este gobierno de la Revolución Ciudadana, “la gestión de sectores estratégicos en la punta de lanza de la transformación tecnológica e industrial del país, constituye un elemento central en la ruptura con el pasado”.

Es por esto que con la investigación realizada se debe apreciar y reconocer la importancia de estas nuevas redes sociales o espacio social como instrumento necesario para permanecer y poder competir en un mundo globalizado, el cual cada vez, se ve más influenciado por nuevas tecnologías, que se imponen en el mundo de los negocios.

Con el apoyo de este Plan Nacional del Buen Vivir y los resultados que arrojan esta investigación se quiere conseguir y ofrecer al trabajador mejores condiciones de trabajo, aumentar su productividad, incursionar en un nuevo mundo tecnológico y ayudar a la empresa, lograr alcanzar sus objetivos

De acuerdo a la Constitución del Ecuador:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. Con la innovación de redes sociales en la organización, también se cumplirá este derecho por ley establecido ayudando a una realización personal de cada trabajador.

2.05 Formulación de Hipótesis o Preguntas Directrices de la investigación

1. ¿Cómo influyen las redes sociales en la productividad del trabajador?
2. ¿Es beneficioso crear una norma o política en la empresa que permita el uso de redes sociales dentro de la jornada laboral?
3. ¿Cómo se beneficia la empresa con el uso de redes sociales?
4. ¿Cómo se beneficia el personal con el uso de redes sociales dentro de la jornada laboral?
5. ¿El uso de redes sociales mejoraría la relación laboral entre jefes y trabajadores?

2.06 Caracterización de las Variables Preguntas Directrices de la investigación

Tabla 2 Variables y Dimensión

VARIABLE	DIMENSION
➤ Clima organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Satisfacción de los trabajadores. ➤ Interacción del personal. ➤ Incentivos laborales
➤ Redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Influencia en la jornada laboral. ➤ Satisfacción personal de los trabajadores. ➤ Creación de norma o política
➤ Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso con la empresa ➤ Cumplimiento de sus funciones ➤ Buena relación laboral con compañeros de trabajo
➤ Empresa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplimiento de objetivos ➤ Calidad en resultados ➤ Comunicación entre trabajadores y directivos.

Elaborado por: Andrea Estrella

CAPITULO III

3. Metodología

Se trata de la guía que nos va indicando qué hacer y cómo actuar cuando se quiere obtener algún tipo de investigación. Es posible definir una metodología como aquel enfoque que permite observar un problema de una forma total, sistemática, disciplinada y con cierta disciplina.

3.01 Diseño de la Investigación

“El diseño de investigación es la estrategia con la que se pretende obtener respuesta a las interrogantes y comprobar las hipótesis de investigación, con el fin de alcanzar objetivos”. (itson, 2014)

3.01.01 ¿Qué es investigación?

“Una investigación es un proceso sistemático, organizado y objetivo, cuyo propósito es responder a una pregunta o hipótesis y así aumentar el conocimiento y la información sobre algo desconocido. Asimismo, la investigación es una actividad sistemática dirigida a obtener, mediante observación, la experimentación, nuevas informaciones y conocimientos que necesitan para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología”. (Ortiz, 2014)

3.01.02 Investigación Científica

“La investigación científica se puede definir como una serie de etapas a través de las cuales se busca el conocimiento mediante la aplicación de ciertos métodos y principios, su objetivo esencial es la búsqueda y producción de nuevos conocimientos”. (Bijarro, 2014)

3.01.03 Método Científico

El Método científico es una serie de pasos ordenados que sirven para determinar todas las características de los sucesos estudiados. A partir de los análisis se deducen conclusiones. Posteriormente estas conclusiones se prueban para determinar si son válidas. A continuación se exponen las etapas del método científico:

Etapas del Método científico

- Observación
- Hipótesis
- Experimentación
- Comprobación
- Teoría
- Ley

(ingenieria.unam, 2014)

Tipos de Investigación

Según el objeto de estudio

- **Investigación básica:** También es la llamada investigación fundamental o investigación pura, se suele llevar a cabo en los laboratorios; contribuye a la ampliación del conocimiento científico, creando nuevas teorías o modificando las ya existentes. Investiga leyes y principios (tipos de investigación, 2014)
- **Investigación aplicada:** Es la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos, en la mayoría de los casos en provecho de la sociedad. Un ejemplo son los protocolos de investigación clínica. (tipos de investigación, 2014)
- **Investigación analítica:** Es un procedimiento más complejo que la investigación descriptiva y consiste fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y de control. Además, se refiere a la proposición de hipótesis que el investigador trata de probar o invalidar. (tipos de investigación, 2014)
- **Investigación de campo:** Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, pueden ser individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas. (tipos de investigación, 2014)

Según la extensión del estudio

- Investigación censal
- Investigación de caso

Según las variables

- Investigación experimental:
- Investigación semiexperimental.
- Investigación simple y compleja.

Según el nivel de medición y análisis de la información

- Investigación cuantitativa
- Investigación cualitativa
- Investigación cualicuantitativa
- Investigación descriptiva
- Investigación explicativa
- Investigación inferencial
- Investigación predictiva

Según las técnicas de obtención de datos

- Investigación de alta estructuración
- Investigación de baja estructuración
- Investigación participante
- Investigación participativa
- Investigación proyectiva:

- Investigación de alta interferencia
- Investigación de baja interferencia

Según su ubicación temporal

- Investigación histórica:
- Investigación longitudinal o transversal.
- Investigación dinámica o estática

3.02 Población y Muestra

La población sujeta a estudio son los empleados administrativos de la empresa Textiles, El Greco que en su totalidad, son 50 trabajadores.

No se realiza la fórmula para la obtención de la muestra, ya que el número de trabajadores encuestados es menor a 220.

3.03 Operacionalización de Variables

Es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se les llama indicadores. El proceso obliga a realizar una definición conceptual de la variables para romper el concepto difuso que ella engloba y así darle sentido concreto dentro de la investigación, luego en función de ello se procese a realizar la definición operacional de la misma para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente llegado el caso. (Ferrer, 2010)

Tabla 3 Variables

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES
➤ Clima organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Satisfacción de los trabajadores. ➤ Interacción del personal. ➤ Incentivos laborales 	➤ Determinación de competencias laborales
➤ Redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Influencia en la jornada laboral. ➤ Satisfacción personal de los trabajadores. ➤ Creación de norma o política 	➤ Regulación de la utilización de redes sociales,
➤ Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso con la empresa ➤ Cumplimiento de sus funciones ➤ Buena relación laboral con compañeros de trabajo 	➤ Evaluación de Desempeño
➤ Empresa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplimiento de objetivos ➤ Calidad en resultados ➤ Comunicación entre trabajadores y directivos. 	➤ Capacitación y Formación

Elaborado por: Andrea Estrella

3.04 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga.

Por consiguiente, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información, de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento. (Gaudy, 2012)

Las técnicas de investigación para recoger la información:

- Observación
- Entrevista
- Encuesta
- Test
- Experimento
- Focus Group

Para el presente proyecto se utilizara como técnica de investigación la encuesta.

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Cuando la encuesta es verbal se suele hacer uso del método de la entrevista; y cuando la encuesta es escrita se suele hacer uso del instrumento del cuestionario, el cual consiste en un documento con un listado de preguntas, las cuales se les hacen a la personas a encuestar.

Las encuestas se les realizan a grupos de personas con características similares de las cuales se desea obtener información, por ejemplo, se realizan encuestas al público objetivo, a los clientes de la empresa, al personal de la empresa, etc.; dicho grupo de personas se les conoce como población o universo. (Komiya, 2012)

Esquema de la encuesta

INSITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE ADMINISTRACION

ESPECIALIZACION RRHH

Buenos días Sr. (a), el objetivo de esta encuesta es determinar la influencia de redes sociales dentro del horario de trabajo.

Datos Generales:

Género ()

Edad 25-30 ()

30-35 ()

35-40 ()

1. ¿Conoce las redes sociales de la actualidad?

Si () No ()

2. ¿Usted tiene una cuenta activa en alguna red social?

Si () No ()

Si su respuesta es negativa, agradecemos su colaboración.

3. ¿Cuál de estas redes sociales es de su preferencia?

Facebook () Twitter () WhatsApp ()

4. Dentro de su jornada laboral, ¿cuánto tiempo le dedica al uso de estas redes sociales?

10-20 mins () 20-30 mins () 30min- en adelante ()

5. ¿Para que utiliza estas redes sociales?

Distracción () Información ()

6. ¿Cuál de estas opciones considera como beneficios del uso de redes sociales dentro del horario de trabajo?
- a. Relajación ()
 - b. Reducción de estrés ()
 - c. Mejor relación con compañeros de trabajo ()
 - d. Mejor relación con los clientes ()
7. ¿Recomienda el uso de estas redes dentro del horario de trabajo?
- Si () No ()
8. Considera que el uso de redes sociales dentro de la jornada laboral, disminuye la productividad de los trabajadores?
- Si () No ()
9. Mejoraría la relación laboral con su superior si le permitiera el uso de alguna de estas redes?
- Definitivamente () Probablemente () No está seguro ()
10. ¿Está usted de acuerdo con regular y no prohibir el uso de redes sociales dentro del horario de trabajo?
- De acuerdo () Desacuerdo ()

Agradecemos su colaboración

3.05 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. Concebir la idea a investigar
2. Plantear el problema de la investigación
3. Elaborar el marco teórico

4. Definir el tipo y el nivel de investigación
5. Establecer las hipótesis y definir las variables a investigar
6. Seleccionar el diseño metodológico apropiado a lo anterior
7. Seleccionar los sujetos a estudiar
8. Recopilar y procesar los datos
9. Analizar los datos
10. Elaborar y presentar el informe final.

3.06 Recolección de la información

Para la recolección de la información de este proyecto se realizó una encuesta a los trabajadores administrativos de la empresa Textiles El Greco. Los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta a los 50 empleados se muestran positivos, para realizar una nueva política o norma que permita al personal ingresar a sus perfiles sociales dentro de su jornada laboral, cuidando el no afectar la productividad de la organización.

CAPITULO IV

4. Procesamiento y Análisis

4.01 Procesamiento y Análisis de cuadros estadísticos

1. ¿Conoce las redes sociales de la actualidad?

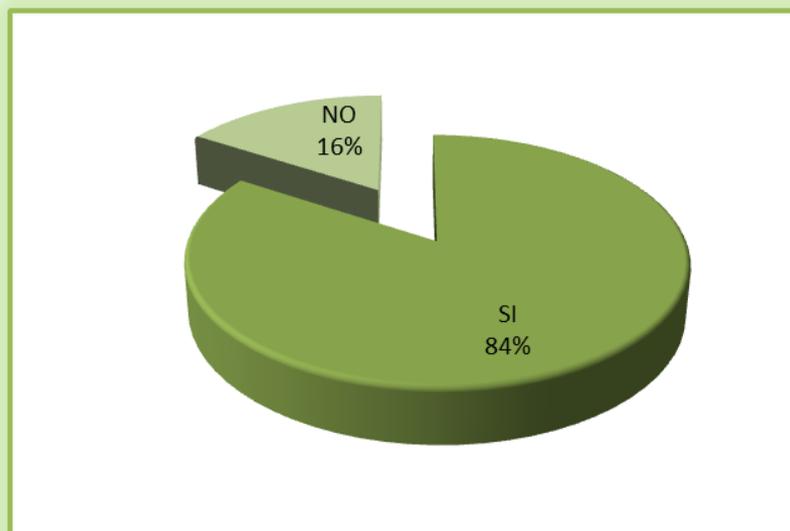
Tabla 4 Conocimiento de las redes sociales de la actualidad

	%	#
SI	84	42
NO	16	8
TOTAL	100	50

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 1 Conoce las redes sociales de la actualidad



Nota: Conocimiento de las redes sociales actuales

De acuerdo a la gráfica se puede apreciar que la gran mayoría de trabajadores con un 84% , conocen las redes sociales de la actualidad

2. ¿Usted tiene una cuenta activa en alguna red social?

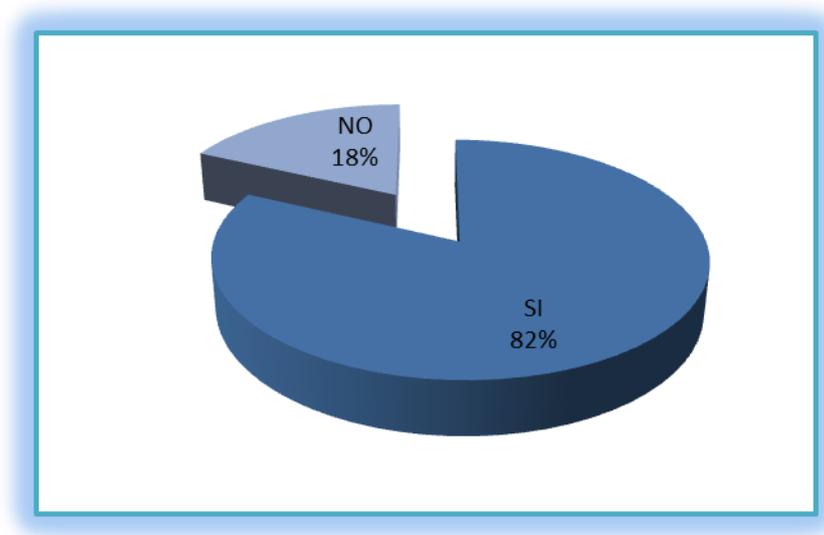
Tabla 5 Cuenta activa en alguna red social

	%	#
SI	82	41
NO	18	9
TOTAL	100	50

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 2 Cuenta activa en alguna red social



Nota: Cuenta Activa en alguna red social.

El 82% de los trabajadores encuestados, tienen una cuenta activa en alguna de las actuales redes sociales y un 18% no ha abierto un perfil social.

3. ¿Cuál de estas redes sociales es de su preferencia?

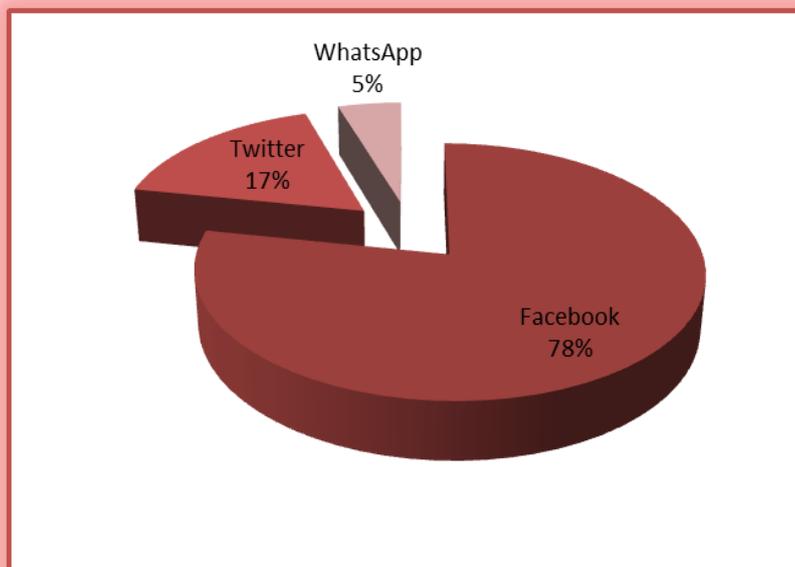
Tabla 6 Redes sociales de preferencia

REDES SOCIALES	%	#
Facebook	78	32
Twitter	17	7
WhatsApp	5	2
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Gráfico 3 Redes sociales de preferencia



Nota: Red social de preferencia

Con la ayuda de la gráfica se puede asegurar que Facebook con un 78%, es la red social preferida por el personal, seguida por Twitter con 17% y en último lugar WhatsApp con el 5%.

4. Dentro de su jornada laboral, ¿cuánto tiempo le dedica al uso de estas redes sociales?

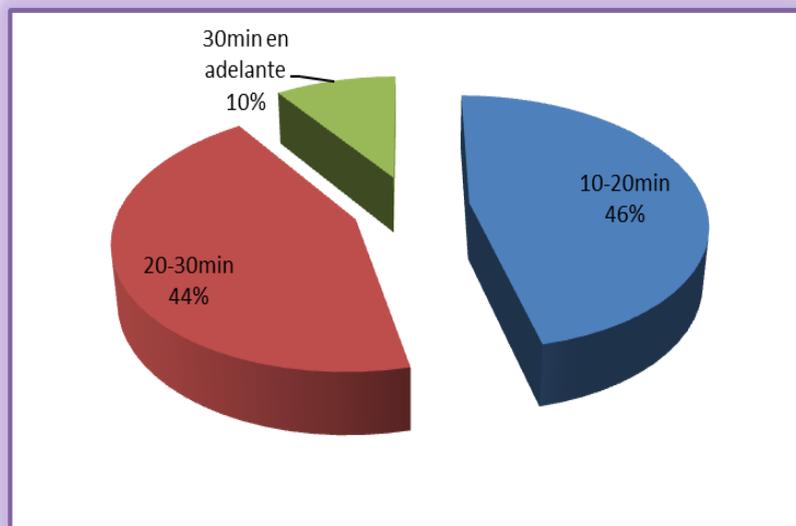
Tabla 7 Tiempo dedicado al uso de redes sociales

TIEMPO	%	#
10-20min	46	19
20-30min	44	18
30min en adelante	10	4
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 4 Tiempo dedicado al uso de redes sociales



Nota: Tiempo dedicado a redes sociales

Se puede apreciar que de 10-20min es el tiempo mayormente utilizado para acceder a las cuentas de redes sociales dentro de la jornada laboral con un 46%, muy seguido por el lapso de tiempo de 20-30min con el 44%, y un 10% de trabajadores afirman

visitar sus perfiles sociales de 30min en adelante.

5. ¿Para que utiliza estas redes sociales?

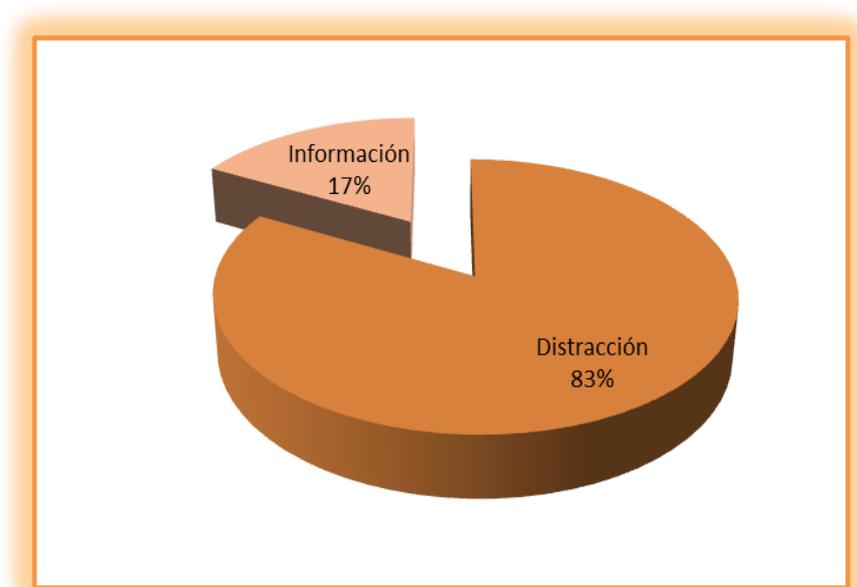
Tabla 8 Para que se utilizan las redes sociales

	%	#
Distracción	83	34
Información	17	7
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 5 Para que se utilizan las redes sociales



Nota: Utilización de redes sociales

El 83% de los trabajadores utilizan las redes sociales como distracción, y tan solo el 17% las utilizan como un medio de información.

6. ¿Cuál de estas opciones considera como beneficios del uso de redes sociales dentro del horario de trabajo?

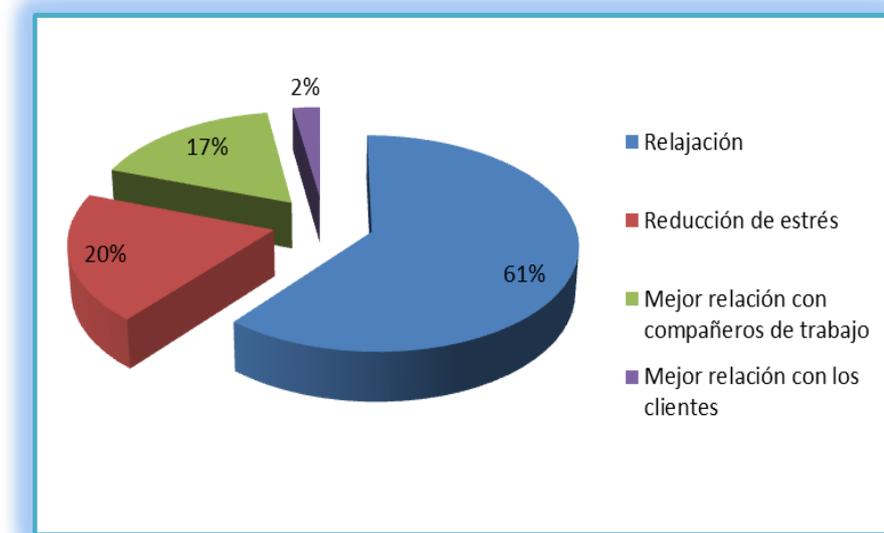
Tabla 9 Beneficios de las redes sociales

	%	#
Relajación	61	25
Reducción de estrés	20	8
Mejor relación con compañeros de trabajo	17	7
Mejor relación con los clientes	2	1
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 6 Beneficios de las redes sociales



Nota: Beneficios de las redes sociales

La relajación con un 61% es el motivo principal por el cual la mayor parte del personal visita sus perfiles en las redes sociales, la reducción de estrés ocupa un 20%, mejor relación con compañeros de trabajo 17% y mejor relación con los clientes el 17%.

7. Recomienda el uso de estas redes dentro del horario de trabajo?

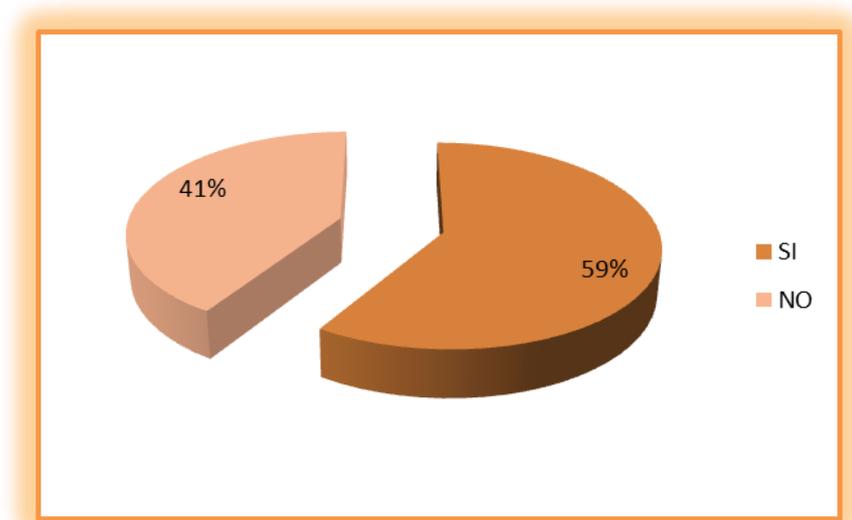
Tabla 10 Recomienda el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo

	%	#
SI	59	24
NO	41	17
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Gráfico 7 Recomienda el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo



Nota: Recomienda el uso de las redes sociales en el horario de trabajo

El 59% de los trabajadores de la empresa recomiendan el uso de las redes sociales dentro de la jornada laboral, esto puede sustentar el resultado de la gráfica anterior donde la mayoría del personal considera que las redes sociales son un buen método de relajación, y tan solo un 41% de trabajadores no recomienda el uso de redes sociales en su horario de trabajo.

8. Considera que el uso de redes sociales dentro de la jornada laboral, disminuye la productividad de los trabajadores?

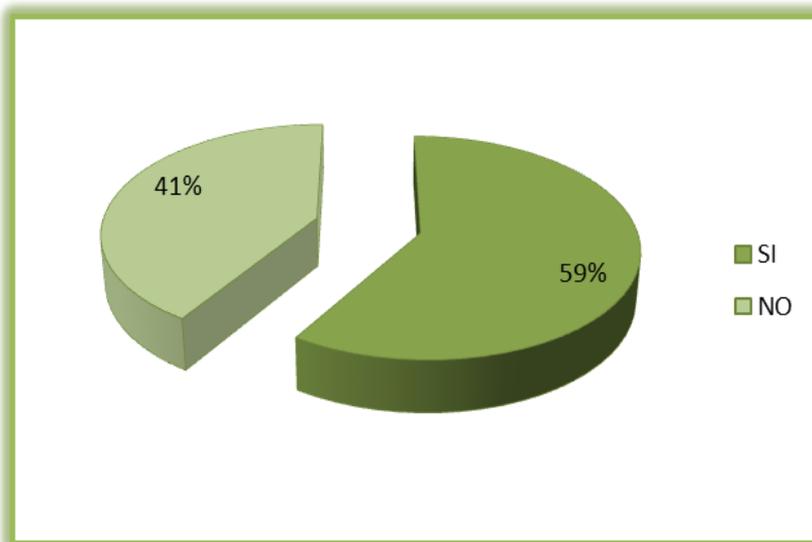
Tabla 11 El uso de las redes sociales disminuye la productividad de los trabajadores

	%	#
SI	59	24
NO	41	17
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 8 El uso de las redes sociales disminuye la productividad de los trabajadores



Nota: el uso de redes sociales afecta a la productividad

Anteriormente se demostró que la mayoría de trabajadores, recomienda el uso de las redes sociales dentro de la jornada laboral como un medio de relajación, un 59% de estos mismo trabajadores asegura que si disminuye sus productividad laboral, frente a un 41% de trabajadores que consideran que no disminuye su productividad laboral.

9. Mejoraría la relación laboral con su superior si le permitiera el uso de alguna de estas redes?

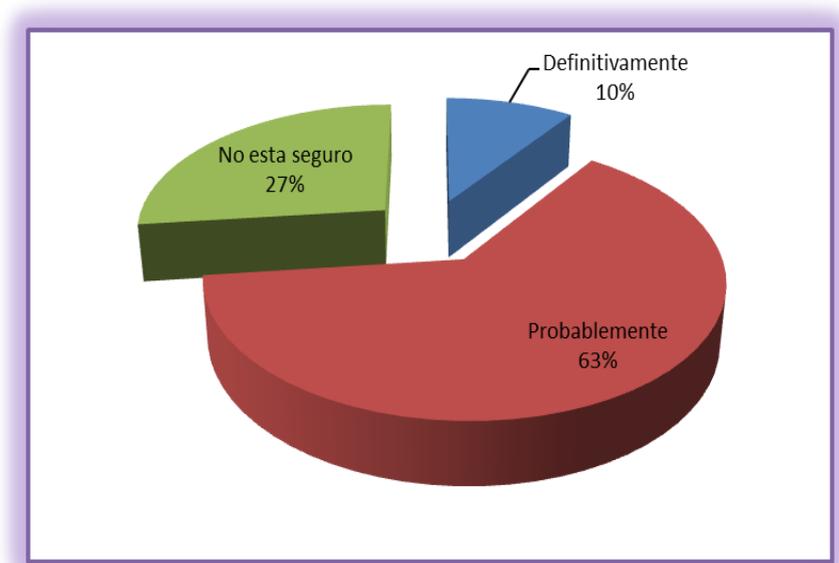
Tabla 12 Mejoraría la relación laboral con su superior si se permite el uso de redes sociales

	%	#
Definitivamente	10	4
Probablemente	63	26
No está seguro	27	11
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 9 Mejoraría la relación laboral con su superior si se permite el uso de redes sociales



Nota: Mejora en la relación laboral
Un 63% del personal cree probable que mejore su relación con su jefe, si este le permite acceder a sus cuentas en las redes sociales, el 27% de trabajadores no esta seguro y el 10% del personal cree que definitivamente mejoraría la relación laboral con su superior.

10. ¿Está usted de acuerdo con regular y no prohibir el uso de redes sociales dentro del horario de trabajo?

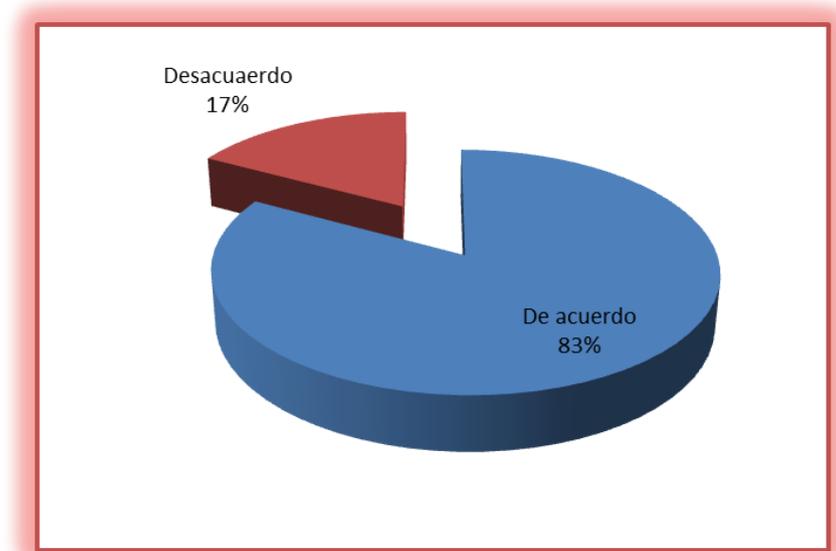
Tabla 13 Regular o prohibir el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo

	%	#
De acuerdo	83	34
Desacuerdo	17	7
TOTAL	100	41

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Estrella

Grafico 10 Regular o prohibir el uso de las redes sociales dentro del horario de trabajo



Nota: Regular o prohibir el uso de las redes sociales

Finalmente, los datos que se aprecian en este último gráfico demuestran que el 83%, casi todo el personal de la empresa está de acuerdo en regular y no prohibir el uso de redes sociales dentro del horario de trabajo, y tan solo un 17% de trabajadores considera que es necesario prohibir el uso de redes sociales dentro del horario de trabajo.

4.02 Conclusiones del análisis estadístico

Después de realizar la tabulación de los datos de la encuesta aplicada al personal de la empresa Textiles, EL GRECO, se puede decir que, la gran mayoría de trabajadores, conocen las redes sociales actuales y casi la totalidad tienen una cuenta activa en alguna de las actuales redes sociales.

Se puede asegurar también, que Facebook con un 78%, es la red social preferida por el personal, seguida por Twitter con 17% y en último lugar WhatsApp con el 5%, destacando que se puede acceder a Facebook desde cualquier computador o Smartphone. El tiempo mayormente utilizado para acceder a las cuentas de redes sociales dentro de la jornada laboral, es de 10-20min. El 83%, es decir la mayor parte de trabajadores utilizan las redes sociales como distracción y tan solo el 17% las utilizan como un medio de información.

El 59% de los trabajadores de la empresa recomiendan el uso de las redes sociales dentro de la jornada laboral, ya que la mayoría del personal considera que las redes sociales son un buen método de relajación y este es el principal motivo por el cual la mayor parte del personal visita sus perfiles en las redes sociales, pero también consideran que esta actividad disminuye su productividad laboral.

Un 63,41% del personal cree probable que mejore su relación con su jefe, si este le permite acceder a sus cuentas en las redes sociales, por lo cual casi todo el personal de la empresa está de acuerdo en regular y no prohibir el uso de redes sociales dentro del horario de trabajo.

4.03 Respuestas a la hipótesis o interrogantes de investigación (preguntas directrices)

1. ¿Cómo influyen las redes sociales en la productividad del trabajador?

La mayoría del personal encuestado está de acuerdo en que la utilización de redes sociales dentro del horario de trabajo disminuye su productividad laboral. Pero la mayor parte de trabajadores también está consciente de los beneficios de estos nuevos espacios sociales traen sin son utilizados con moderación dentro del horario de trabajo como por ejemplo la relajación y reducción de estrés.

2. ¿Es beneficioso crear una norma o política en la empresa que permita el uso de redes sociales dentro de la jornada laboral?

Los trabajadores están de acuerdo en que se debe regular y no prohibir el uso de redes sociales, por lo cual sería beneficioso crear una norma o política en la empresa que atienda a los requerimientos del personal.

3. ¿Cómo se beneficia la empresa con el uso de redes sociales?

Los beneficios pueden ser varios ya que cuando los trabajadores observen que la empresa en la cual trabaja está preocupada en atender sus requerimientos y necesidades, estos pueden sentir más compromiso con la misma, desempeñando de mejor manera sus funciones, y ayudando a cumplir de mejor manera metas y objetivo.

4. ¿Cómo se beneficia el personal con el uso de redes sociales dentro de la jornada laboral?

El personal coincide en que la relajación y la reducción de estrés durante la jornada laboral son los mayores beneficios que trae la utilización de redes sociales.

5. ¿El uso de redes sociales mejoraría la relación laboral entre jefes y trabajadores?

Es muy probable que mejore la relación laboral entre trabajadores y jefes, si estos últimos dan apertura a la utilización de estos nuevos espacios sociales ya que permiten al trabajador un momento de relajación y distracción.

CAPITULO V

5. Propuesta

5.01 Antecedentes

Textiles El Greco es una empresa textil por más de treinta años dedicada a la comercialización de prendas de vestir y productos para el hogar por catálogo a nivel nacional, aportando al desarrollo del país, de sus directores y empresarios que han visto en su catálogo una oportunidad de trabajo para mejorar sus ingresos y bienestar familiar.

Siempre preocupados de mantenerse a la vanguardia de la moda para ofrecer productos con altos estándares de calidad a precios accesibles y de esa manera llegar a todos los sitios del país, generando millones de fuentes de trabajo.

En vista de la dinámica impuesta por el uso de redes sociales y el impacto que estas tienen en el rendimiento de los trabajadores, ha surgido la pregunta si dicho impacto es positivo o negativo, además del continuo dilema y debate sobre las ventajas y desventajas de estos nuevos espacios sociales, por lo cual se ha realizado esta investigación, basada en la influencia de redes sociales en la productividad de los trabajadores dentro de la jornada laboral en la empresa antes mencionada, para innovar, prohibir o regular esta actividad, pensando en el beneficio de la empresa y el personal.

Para realizar esta investigación se utilizaron los métodos inductivo y deductivo, ya que las conclusiones que son presentadas son consecuencias de una premisa general,

es decir, la influencia de redes sociales en el mundo laboral y partiendo de los resultados que se observaron, surgió la formulación de una ley, norma o política.

Se utilizó también la técnica de la encuesta porque facilitó la recolección de la información y la tabulación de datos estadísticos.

5.02 Justificación

Objetivos de la propuesta

➤ Objetivo General

Implementar una política de control y regulación del uso de las redes sociales en el horario de trabajo en la empresa Textiles, el Greco, aprovechando las ventajas y desechando las desventajas de estos nuevos espacios sociales, pensando en el bienestar del personal y la organización.

➤ Objetivos Específicos

- Capacitar a los empleados sobre las ventajas y desventajas que se producen, al utilizar las redes sociales durante la jornada laboral.
- Aprovechar el poder de conectividad de las redes sociales para aumentar la productividad y reputación de la empresa.
- Implementar un software dentro del sistema de la organización.

Desarrollo de la propuesta

Después de realizar la investigación y presentar los resultados estadísticos de las encuestas realizadas a la empresa Textiles El Greco, es posible decir que la productividad de los trabajadores si se ve influenciada por la visita a las actuales

INVESTIGAR LA INFLUENCIA QUE EJERCEN LAS REDES SOCIALES EN LA PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES Y COMO AFECTA A LA EMPRESA, TEXTILES EL GRECO

redes sociales y lo más importante los propios trabajadores están conscientes del problema que esto puede causar a la organización para la cual trabajan. Por esto es necesario capacitar al personal de los riesgos informáticos que pueden afectar a la empresa para así reducir los efectos negativos de las redes sociales, pero también es importante aprovechar las ventajas de las mismas ya que los beneficios para los trabajadores son varios y lo importante en una organización es mantener un nivel de satisfacción equilibrado entre directivos y personal.

La mayoría de trabajadores encuestados también están de acuerdo en no prohibir sino regular esta actividad dentro del horario de trabajo ya que lo ven como un momento de relajación y reducción de estrés, por lo que es posible implementar una política dentro de la organización que permita la visita a redes sociales dentro de la jornada laboral en la empresa donde se realizó esta investigación. El tiempo recomendable para que los trabajadores visiten sus perfiles sociales es de 15 minutos, resulta más beneficioso determinar un tiempo específico para esta actividad y no que los empleados lo hagan cada vez que algún superior no este vigilando, de esta forma también mejoraría considerablemente la relación entre empleados y empleadores.

5.03 Descripción

Un factor muy importante cuando se desea navegar de forma segura por la web , ya sea en el hogar o en el trabajo, es contar con un sistema sencillo, seguro, eficiente y sin instalar nada, además esto es muy utilizado en universidades, centros educativos y empresas optimizando el trabajo de la gente, al no permitir el acceso a redes

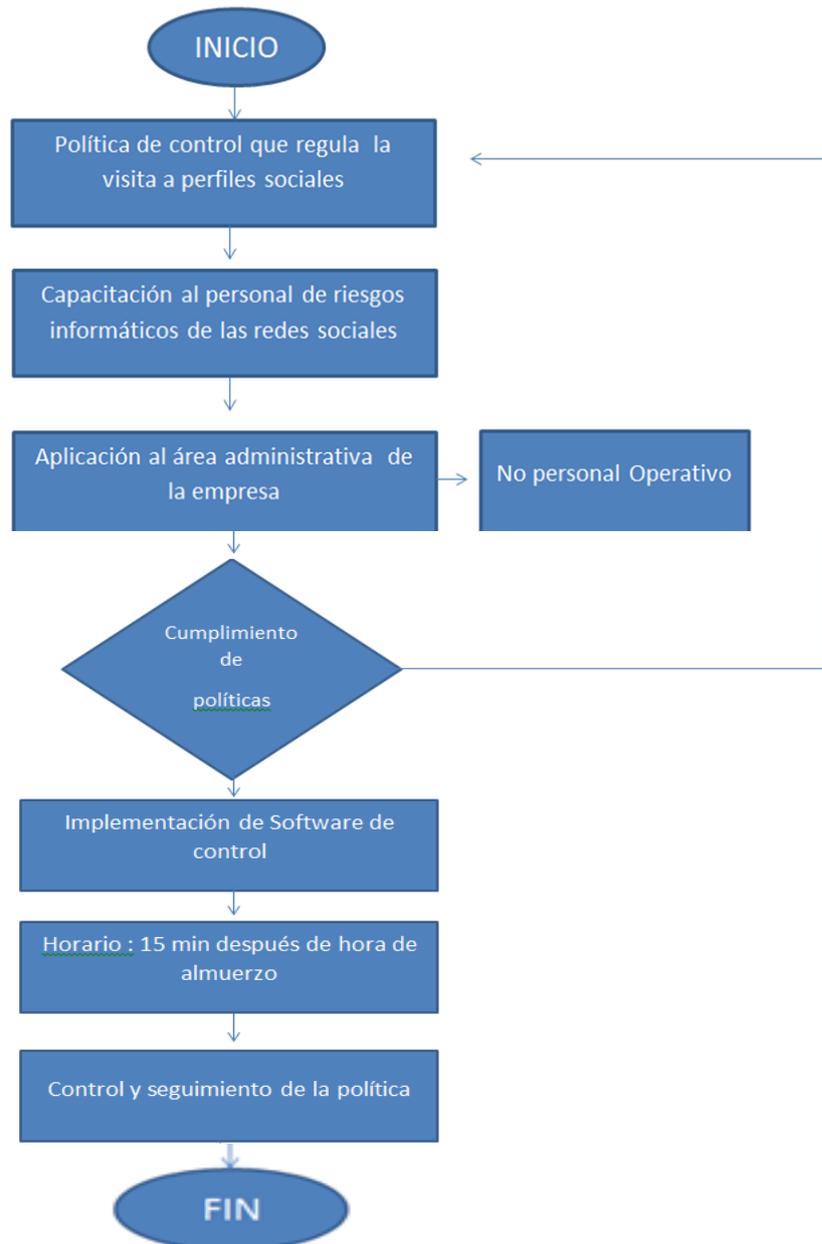
sociales, mensajería instantánea, juegos, videos, etc. Para esto se puede utilizar los DNS de OpenDNS.

1. Crear una cuenta en OpenDNS (es gratuita, a menos que se dese más opciones).

Para una red inalámbrica: Se ingresa a la configuración del router (desde un navegador se puede acceder generalmente con el IP 192.168.1.1 esto depende del router, cada uno trae su IP, el cual lo podemos ver en su manual o alguna parte del mismo), y configuramos los mismos DNS primario y secundario del paso anterior (suelen estar en Network → WAN), luego se guarda dicha configuración.

Se Ingres a la cuenta de OpenDNS en la parte superior se dirige a Dashboard, se da un clic en la pestaña Settings, se ingresa el IP (automáticamente lo detecta) y clic en Add this network agregando una etiqueta (label), y finalmente clic en el IP, esto dirige al usuario a una página donde se puede establecer/personalizar el nivel o las categorías que se desea bloquear, y ya está todo listo solo con hacer clic en Apply, ahí también existe un panel izquierdo donde se puede dar un mayor grado de personalización (ícono, mensajes, etc). Si el proveedor de Internet proporciona los DNS, no hay problema en cambiarlos por los de OpenDNS. En caso de usar IP dinámico la página de OpenDNS ofrece un software para actualizarlo. Al configurar la cuenta en OpenDNS posee un asistente para ayudarte a configurar el router y el IP.

5.04 FORMULACION DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA



Elaborado por: Andrea Estrella

CAPITULO VI

6.01 Recursos

Capital Humano

El capital humano está presente en el personal capacitado y calificado que labora en la empresa Textiles El Greco, tomando en cuenta no solo cantidad sino también calidad se encuestó a 50 personas del área administrativa en la empresa antes mencionada para realizar esta investigación.

Recursos Materiales

Para que esta investigación pueda ser efectiva y satisfactoria se utilizaron recursos materiales, que ayudaron a cumplir el objetivo de este proyecto, estos recursos son:

- Internet
- Resma de hojas
- Impresiones
- Transporte
- Anillados
- Empastado
- CDS

6.02 Presupuesto

Tabla 14 Presupuesto

· Internet 6 meses	\$ 150
· Resma de hojas	\$3.50
· Impresiones	\$ 10
· Transporte	\$ 10
· Anillados	\$ 20
· Empastado	\$ 20
· CDS	\$ 4
TOTAL PRESUPUESTO	\$217.50

Elaborado por: Andrea Estrella

➤ Costo tiempo oportunidad

Tabla 15

Desarrollo del proyecto	6 meses
Tiempo empleado	30h mensuales
Total Horas	180

Elaborado por: Andrea Estrella

Tabla 16

Sueldo Básico	\$ 340
Hora productiva	160
Valor hora	2,12

Elaborado por: Andrea Estrella

Tabla 17

Valor Hora	\$ 2,12
Total Horas	180
Tiempo invertido	\$ 381,60

Elaborado por: Andrea Estrella

➤ Costo implementación

Tabla 18 Costo Capacitación

CAPACITACION UN MES, UNA HORA	
Capacitación	50 personas
Valor Hora	\$ 2,12
Valor Hora Trabajo	\$ 106

Elaborado por: Andrea Estrella

Tabla 19 Costo hora de capacitación

Valor Hora Trabajo	\$ 106
Capacitador	\$ 500
Materiales	
1 1/2 Resma de Hojas	\$ 5,85
50 Esferos	\$ 17,50
Proyector	\$ 10
Total	\$ 639,35

Elaborado por: Andrea Estrella

➤ Costo Propuesta

Tabla 20

Tiempo	\$15 minutos
Valor minuto (2.12/60)	\$0.035
Total	\$0.53

Elaborado por: Andrea Estrella

Tabla 21

Valor semanal por persona	\$2.65
Valor semanal 50 personas	\$132.50
Valor mensual	\$ 530
valor anual	\$ 6.360

Elaborado por: Andrea Estrella

➤ Beneficio

Tabla 22

Productividad	10%
Motivación	10%
Relaciones laborales	5%
Rendimiento	5%
Total porcentaje beneficio mensual	30%

Elaborado por: Andrea Estrella

6.03 CRONOGRAMA

Tabla 23 Cronograma

ACTIVIDADES	MAYO			
	1	2	3	4
IMPLEMENTACION DE POLITICA DE CONTROL				
CAPACITACION AL PERSONAL				
IMPLEMENTACION DE SOTWARE				
SEGUIMIENTO				

Elaborado por: Andrea Estrella

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Las conclusiones a las que he podido llegar luego de realizar este proyecto son las siguientes:

- Las redes sociales de la actualidad no son solo una moda, son una herramienta importante en esta sociedad globalizada y vanguardista, que abre nuevas y mejores oportunidades al mundo empresarial si se conocen perfectamente sus beneficios.
- Luego de realizar el estudio en la empresa Textiles, el Greco he podido concluir que el personal de dicha empresa se sentiría mejor si se permite la visita a sus perfiles sociales dentro del horario de trabajo ya que proporciona unos minutos de distracción y relajación dentro de la pesada jornada laboral, esto puede ayudar a que el personal regrese a sus funciones con una mejor disposición desempeñando de mejor manera sus tareas. Además el hecho de no prohibir una actividad sino regular mediante la implementación de una política de control pensando en el bienestar del personal de la empresa puede confortar el estado emocional de los trabajadores.
- Después de realizar la investigación sobre el tema, es posible destacar que no solo los trabajadores resultan beneficiados por el uso de estos nuevos espacios sociales, el departamento de RRHH puede apoyarse en esta herramienta para sus procesos de reclutamiento y selección de personal, transferencia y consolidación

de conocimientos, canales de comunicación internos, etc., y así modernizar el desarrollo de la gestión humana.

7.02 Recomendaciones

- Es necesario que la empresa Textiles, el Greco, en la cual se está implementado esta nueva política de regulación del uso de redes sociales dentro de la jornada laboral, mantenga un proceso de control y seguimiento que permite obtener los resultados esperados en el personal ya que el objetivo y la importancia de esta nueva política es provechar los beneficios de estas comunidades virtuales.
- Es recomendable también que las personas a cargo de este nuevo sistema estén al tanto del desarrollo y avance de redes sociales y puedan capacitar al personal de esta forma se podrá mantener a los trabajadores informados y no se expondrá a la empresa a algún riesgo virtual.
- Es importante también que empleados y empleadores respeten el horario establecido para mantener una relación laboral de respeto y consideración mutua que permita a la organización cumplir sus metas y objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de • <http://www.udec.cl>

Bijarro, F. (2014). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net>

Edukanda. (2010). Obtenido de
http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/1076/page_02.htm

Ferrer, J. (2010). *metodologia02.blogspot.com*. Obtenido de [metodologia02.blogspot.com](http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html):
http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html

Gaudy, E. (5 de Enero de 2012). *scribd.com*. Obtenido de [scribd.com](http://es.scribd.com): <http://es.scribd.com>

info Aleph. (14 de Abril de 2010). Obtenido de
<http://infoaleph.wordpress.com/2010/04/14/%C2%BFque-son-y-para-que-sirven-las-redes-sociales/>

ingenieria.unam. (18 de Marzo de 2014). Obtenido de [ingenieria.unam](http://www.ingenieria.unam.mx/):
<http://www.ingenieria.unam.mx/>

itson. (2014). Obtenido de [itson](http://www.itson.mx): <http://www.itson.mx>

Komiya, A. (26 de Abril de 2012). *crece negocios*. Obtenido de [crece negocios](http://www.crecenegocios.com):
<http://www.crecenegocios.com>

Marketing Directo. (2013). Obtenido de
<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/>

Open Course Ware. (2007). Obtenido de Open Course Ware: <http://ocwus.us.es/>

Ortiz, E. (2014). *eumed.net*. Obtenido de [eumed.net](http://www.eumed.net/): <http://www.eumed.net/>

tipos de investigación. (2014). Obtenido de [tipos de investigación](http://www.tiposdeinvestigacion.com/):
<http://www.tiposdeinvestigacion.com/>

