



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN SANTO TOMÁS

SEMINARIO:

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA MEJORA  
CONTINUA, EN LAS ORGANIZACIONES

"PROYECTO DE APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO  
DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA ESCA SANTO TOMÁS"

TRABAJO FINAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
CONTADOR PÚBLICO

PRESENTAN:

OSCAR XAVIER OCHOA JUÁREZ

LUIS RAMOS BUREOS

ABRAHAM SOTO FLORES

JOSELYN VANESSA VIGUERAS GALLAGA

LICENCIADO EN RELACIONES COMERCIALES

PRESENTAN:

ANA KAREN NÁJERA SANTAMARÍA

NIDIA ISABEL RIVERA BLANCO



CONDUCTOR: M. EN C. JOSÉ LUZ HEREDIA FRANCO  
MÉXICO D.F. AGOSTO 2011

## *Agradecimientos*

*Agradecer, una palabra fácil de escribir pero poco usada en la actualidad, recibimos muchas cosas y al final pocos son los que dan gracias por ello.*

*La vida se construye por pequeños logros y está pintada de diferentes matices, pero lo que es seguro es que ahí estarán tus padres, apoyándote en tus proyectos. Quiero agradecer a mi papá Oscar Ochoa y a mi mamá Margarita Juárez, primeramente por darme la oportunidad de vivir y ser mi apoyo en los momentos donde la vida se te nubla.*

*A mis Hermanos Diana y Luis que han sido compañeros del viaje y han aguantado todas mis actitudes.*

*A Vanessa que me ha "terapeado" y aguantado por más de 2 años y que aún así ahí sigue junto a mí.*

*A mis amigos, jefes y hasta las personas que les caigo mal, porque cada uno de ustedes han dejado una huella en mí y han aportado enseñanzas a mi vida.*

*A la persona que lea la tesina, porque sabe ¡QUE ES LO BUENO!*

*Y por último una frase de un muralista y escritor francés Jean de La Bruyère, de la cual todos deberíamos de aprender:*

*"Sólo un exceso es recomendable en el mundo: el exceso de gratitud".*

*Gracias*

*Atte. Oscar Xavier Ochoa Juárez*

## *AGRADECIMIENTO:*

*Dios que me permitió vivir, a cada persona que he encontrado en mi vida, a cada instante en el que he participado, gracias a mis padres Pilar Bureos y a Luis Ramos que les debo todo, gracias a mis hermanos y en general a toda mi familia, a mis amigos que son parte importante de mi vida, esperando que este sea un paso mas en mi camino de felicidad y seguir consiguiendo metas, familia, hijos, salud, trabajo y todo lo que sea necesario.*

*Estar bien y ser feliz es nuestra decisión, hay que conservarlo, hay que trabajarlo, y siempre seguir adelante valorando el ser únicos.*

*Lograr cosas extraordinarias solo requiere que te decidas a hacer cosas extraordinarias.*

*Luis Ramos Bureos.*

## AGRADECIMIENTO

Gracias Altísimo por hacer posible que hoy este concluyendo con este sueño.

Gracias a mis padres por darme todo su apoyo, motivación y consejos para seguir adelante.

Gracias a mis hermanos por apoyarme constantemente.

A mis maestros, mil gracias por dedicar parte de su vida a formar profesionistas, seres humanos comprometidos con la vida.

Gracias a mis amigos porque siempre estuvieron conmigo cuando los necesite.

Agradezco a todas aquellas personas que me hicieron batallar constantemente en la vida, que me hicieron sufrir y hasta llorar, porque gracias a eso me he vuelto más fuerte.

Gracias a la vida por esta oportunidad de ser mejor cada día.

Abraham Soto Flores.

**A mi Mamá Kechita:**

Por ser mi luz, mi estrella, mi TODO; siempre vivirás en mi corazón, nunca podrán las palabras expresar todo lo que siento por ti.

**A mis padres Angélica y Antonio:**

A mi mamá por enseñarme a ser fuerte e independiente en la vida.

A mi papá por enseñarme hacer las cosas bien desde el principio.

A ambos por darme libertad de decisión, por dejarme vivir la vida.

**A mis hermanos Alan, Jessy y Dulce:**

Por hacerme la vida más ligera con sus bromas, chistes y demás todo el tiempo.

**A mis tíos Cristi y Elías:**

Por ser como mis segundos padres y por todo su apoyo.

**A Oscar:**

Por aguantarme todo este tiempo y por todo lo vivido.

**A mis amigos:**

Gina tú sabes que eres mi hermana, te quiero mucho.

Gus este trabajo debimos hacerlo juntos, gracias por hacerme tan divertida la estancia en la escuela.

Y tantos nombres más que no cabrían en una hoja, a todos MIL GRACIAS.

***JOSELYN VANESSA VIGUERAS GALLAGA.***

## *Agradecimiento*

### *A Dios y la virgen:*

Quienes han estado presentes siempre y donde he fundamentado mi sentido de la fe, esperanza, y la confianza en mí misma. Porque en la búsqueda de una respuesta me he dado cuenta que en el momento más difícil de una situación, siempre ocurre algo inexplicable que me ayuda a superarlo o que me trae un resultado mejor.

### *Mi familia:*

Siempre imagine el momento en que escribiría esto y gracias a Dios llegó aunque no sé con exactitud cómo es que debo agradecer, deben saber que son lo más importante en mi vida, que aun que parezca que hago las cosas por mí, siempre he tenido metas a largo plazo para que en familia estemos bien y unidos física y mentalmente. Les pido una disculpa por mi mal carácter en especial a mi papá Petronilo Najera Espinosa y mi mamá Clara Santamaría Ángeles porque aun que se mal interprete que es por rebeldía nunca ha sido mi intención, sin embargo, este pésimo carácter me ha ayudado a lograr las metas que me he fijado. Gracias por estar al pendiente de mis necesidades, hacer que mi vida sea más fácil, dándome ánimos en los momentos más críticos de mis estudios. También agradezco el ejemplo que me han dado puesto que por ello tengo una guía de valores que seguir.

También agradezco a mis hermanas Nataly y Adriana por tener paciencia de escucharme, entenderme y apoyarme en mis ideas y decisiones, por ser las mejores amigas. Les pido una disculpa por no pasar el tiempo debido con ustedes, pero deben saber que siempre para llegar a una meta deben aprender a creer en ella, poner todo de su parte para realizarlo de la mejor manera, hacerlo con pasión y aceptar si se ha cometido un error para no volverlo a caer en él.

### *Al instituto y profesores:*

Considero que he asistido a las mejores escuelas pero principalmente mi disciplina se la debo a mi profesor de primaria Juan Pablo Flores y al venerable Instituto Politécnico

Nacional que ha heredado de generación en generación la disciplina sin importar diversiones y en muchas ocasiones la salud física, con el fin de ser excelentes profesionistas y ayudar al país, aportando un granito de arena con nuestro desarrollo profesional.

*A mis amigos:*

Gracias por que en cada etapa de mi vida conocí excelentes personas que más que mis compañeros escolares fueron mis amigos, confidentes y cómplices.

Gracias por superarse a sí mismos porque de esta manera marcaron mis errores y me persuadieron a mejorar.

Gracias por los momentos divertidos ya que estos hicieron más llevaderos los momentos difíciles y reitero que ha sido un placer aprender a vivir con ustedes.

Identificando nuestras preocupaciones y aprendiendo juntos comprobamos que todo es posible y que aunque tenemos diferentes habilidades siempre se podrá llegar a un objetivo que nos ayudara a llegar a la meta fijada.

También agradezco a mis competencias que en muchas ocasiones no eran propiamente mis amigos, ya que sin ellos no habría tenido con quien compararme y superarme gozando con el triunfo que me dan mis capacidades.

Y por último quiero agradecer aquellas personas que atrás de la valla han sido testigos de mi desarrollo y crecimiento, que me han apoyado de una manera incondicional, silenciosa y con todo el cariño inimaginable que pueda existir en un humano gracias ODMC.

*Ana Karen Nájera Santamaría*

## **Agradecimientos**

**Dios** te agradezco por permitirme alcanzar una meta más, haber iluminado este arduo camino que durante este recorrido siempre pusiste a las personas indicadas en cada momento,

por la gran familia que tengo, por los entrañables amigos que me has dado y las maravillosas personas que he tenido el honor de conocer durante este trayecto y sobre todo por dejarme ver cada día un nuevo amanecer simplemente te gracias por estar siempre a mi lado.

**A mis Padres** por ser parte de mi vida en todo momento, de mis locuras, de mis triunfos de mis fracasos; apoyando cada decisión que he tomado a lo largo de mi vida, por ser la guía de cada paso que doy en todo momento. Este triunfo es también es suyo, ya que sin su apoyo hubiera sido más difícil alcanzarlo, gracias simplemente por ser parte de mi ser.

**A mis hermanas** por ser parte de esta gran aventura, ser unas grandes acompañantes increíbles a lo largo de mi vida y siempre estar presentes en todo momento.

**A mis amigos** por permitirme haber sido parte de sus vidas por un momento, haber compartido conmigo sonrisas, conocimientos, sentimientos y simplemente su gran amistad

A todos y cada uno de ustedes, así como las diferentes personas que he tenido el honor de conocer durante este travesía. Solamente les agradezco por haber compartido una parte de su esencia que se ve reflejada en cada actividad que efectúe en mi vida.

**NIDIA ISABEL RIVERA**

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
--------------	---

### CAPÍTULO I

#### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1	Planteamiento del problema	2
1.1.1	Definición	2
1.1.2	Delimitación	2
1.1.2.1	Delimitación Teórica	2
1.1.2.2	Delimitación Geográfica	2
1.1.2.3	Delimitación Temporal	3
1.1.3	Objetivos	3
1.1.3.1	General	3
1.1.3.2	Específicos	3
1.1.4	Pregunta de Investigación	3
1.1.5	Justificación del Problema	4
1.2	Marco Teórico	5
1.2.1	Antecedentes	5
1.2.2	Teorías	6
1.2.3	Marco Legal	7
1.2.4	Conceptos	9
1.3	Hipótesis	10
1.3.1	Investigación	10
1.3.2	Nula	10
1.3.3	Operacionalización	11

### CAPÍTULO II

#### ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN Y LAS REDES SOCIALES

2.1	Escuela Superior de Comercio y Administración	13
2.1.1	Historia	13
2.1.2	Problemática	15

2.1.3	Métodos de comunicación	16
2.1.3.1	Vitrinas	17
2.1.3.2	Pancartas, pósters y flyers	18
2.1.3.3	Página de internet	19
2.2	Redes Sociales	21
2.2.1	Generalidades	21
2.2.2	Facebook	22
2.2.3	Twitter	23
2.2.3.1	Términos de servicio	25
2.2.3.2	Condiciones básicas	25
2.2.3.3	Política de privacidad de Twitter	26
2.2.4	En resumen	27
2.3	Twitter y Facebook en cifras	27
2.3.1	Datos sobresalientes de las Redes Sociales	27
2.3.2	Datos AMIPCI sobre hábitos de uso de las Redes Sociales	30
2.3.3	Mujeres sector importante dentro de las Redes Sociales	34
2.4	Las Redes Sociales en el mundo	38
2.4.1	Facebook y Twitter	38
2.5	Empresas de todo el mundo consultan las Redes Sociales para reclutar	39
2.6	Universidades dentro del Facebook y Twitter	41

## CAPÍTULO III

### JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, VENTAJAS Y DESVENTAJAS

3.1	Justificación práctica del problema	45
3.1.1	Encuesta	45
3.1.2	Diseño de encuesta	45
3.1.3	Determinación del universo	45
3.1.4	Técnica de Muestreo	45
3.1.5	Delimitación de la muestra	46
3.1.6	Aplicación	47
3.1.7	Análisis e interpretación de respuestas	47
3.2	Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales	61
3.2.1	Ventajas	61

3.2.2	Desventajas	62
-------	-------------	----

## CAPÍTULO IV

### DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1	Creación de la cuenta de Twitter de la E.S.C.A.	68
4.1.1	Apertura de la cuenta	69
4.1.2	Confirmación de la cuenta	69
4.1.3	Inicio de sesión	70
4.1.4	Operativa	71
4.2	Creación de la cuenta de Facebook de la E.S.C.A.	72
4.2.2	Datos básicos	74
4.2.3	Operativa	76

	CONCLUSIÓN	79
--	------------	----

	BIBLIOGRAFÍA	82
--	--------------	----

	ANEXOS	88
--	--------	----

# **INTRODUCCIÓN**

Para triunfar en la vida, no es importante llegar el primero. Para triunfar simplemente hay que llegar, levantándose cada vez que se cae en el camino.

Las redes sociales hoy en día, han tomado una gran importancia, ya que son un medio masivo diseñado para publicar o comunicar algunos aspectos relevantes. En estas se pueden encontrar desde, la noticia del día, hasta aspectos vanos. En la actualidad se cuenta con un gran número de medios masivos, de esta manera podemos comunicarnos con cualquier persona del mundo en cualquier momento gracias al fascinante mundo del internet; es pues que a través de él, las redes sociales han surgido como una excelente herramienta de comunicación masiva, hoy por hoy podemos comunicar cualquier noticia, cualquier evento o situación al momento que ocurre.

La facilidad con la que se manejan estas redes, es de suma importancia para el éxito de las mismas; ya que sólo necesitas un correo electrónico, con el cual se puede abrir una cuenta en cualquiera de las redes sociales más grandes del mundo.

Actualmente en este tipo de páginas conoces los gustos de tus amigos, a dónde van, qué hacen, con quién, por qué; es por ello que las empresas están apostando en este tipo de comunicación, para tener un contacto más real con sus clientes en el ambiente en el que se desarrollan.

Pero este no sólo lo hacen las empresas también lo hacen las diferentes universidades, estas han implementando este tipo de comunicación con sus alumnos, lo cual hace más fácil y sencilla la relación entre los alumnos y la escuela, ya que desde sus cuentas pueden checar alguna notificación o tema de interés que publique la escuela.

En ésta investigación se explica la importancia de estas herramientas “las redes sociales”, y cómo podríamos aplicarla en nuestra institución educativa, enfocándonos principalmente en la aplicación de “Twitter y Facebook”, (las cuales

han demostrado ser las mejores y más completas herramientas de transmisión de información masiva), pretendiendo con esto, estar en la vanguardia comunicativa.

También analizamos todas las bondades que ofrecen las mismas. De esta manera demostramos que es de vital importancia su implementación para apoyar la comunicación de Alumno-Departamentos administrativos, evitando problemas de confusión de información con respecto a los procesos requeridos por los alumnos.

Para comprobar que esta herramienta es útil para los estudiantes de la Escuela Superior de Comercio y Administración, nos guiamos por el método científico de investigación, logrando desarrollar un proceso de razonamiento que intente no solamente describir los hechos sino también explicarlos. De esta manera para encontrar el problema debimos detectar perceptivamente una dificultad, identificarla, definirla, proponer una solución, deducir consecuencias de la hipótesis planteada, y por último verificar la hipótesis mediante acciones. Fue necesario hacer una investigación de campo, para analizar el ambiente desde el lugar de los hechos.

En el capítulo I del presente proyecto se plasmaron las bases metodológicas para el desarrollo de la investigación, dando paso al capítulo II donde se describe la investigación documental que nos arroja datos históricos así como la descripción problemática en la que se desarrolla el tema y generalidades del proyecto. Continuando con el capítulo III describiendo el diseño, como técnica de investigación, una encuesta de 15 reactivos basada en la técnica de muestreo, que fue aplicada a los alumnos de la escuela. En esta se comprobó cuáles son los problemas más comunes, por medio de que canales se enteraban de la información comunicada por la escuela, con qué frecuencia y por qué medios utilizaban el internet, y si creían que sería mejor si se implementaran herramientas de comunicación como Facebook y Twitter.

En el Capítulo IV se desarrollaron las bases para comenzar el nuevo vínculo comunicacional entre la institución y alumnos. Dando se detalla de cómo es que se debe comenzar la implementación de estas herramientas, en una institución pública o privada inexperta en esta tecnología.

Y es así como está constituido el presente proyecto que ayudará al desarrollo de las comunicaciones de la Escuela Superior de Comercio y Administración.

# **CAPÍTULO I**

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Definitivamente, los desafíos son para los que no aceptan la mediocridad, aunque hay retos positivos y negativos.

## **1.1 Planteamiento del problema.**

### **1.1.1 Definición.**

En un mundo donde las redes informáticas nos han conquistado y donde es de vital importancia para cualquier entidad darse a conocer a través de ellas para lograr la unificación y agilidad en sus procesos. La Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás como parte integrante del Instituto Politécnico Nacional podría continuar innovando como hasta ahora lo ha hecho con su página de internet, incursionando en los terrenos de las Redes Sociales más importantes hoy en día, Twitter y Facebook; para solventar con ellas la información que su población estudiantil le demanda para los diversos procesos que en dicha Institución se llevan a cabo y con ello agilizar los procesos dando un servicio de calidad total.

### **1.1.2 Delimitación.**

#### **1.1.2.1 Delimitación Teórica.**

Fuerte sería el impacto que tendría la Escuela Superior de Comercio y Administración al crear una cuenta en Twitter y Facebook ya que esto le acercaría a sus estudiantes por ser una herramienta actual que su población emplea en el día con día.

#### **1.1.2.2 Delimitación Geográfica.**

Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás turno vespertino.

### **1.1.2.3 Delimitación Temporal.**

Se aplicará el proyecto durante el período del 25 de abril de 2011 al 31 de julio de 2011.

### **1.1.3 Objetivos.**

#### **1.1.3.1 General.**

Al finalizar este proyecto podremos comprobar el beneficio que aporta para una institución educativa la información vía internet, en específico la información que pueda obtenerse de las redes sociales de Facebook y Twitter.

#### **1.1.3.2 Específicos.**

- Comprobar la necesidad de adquirir el servicio.
- Dar a conocer información escolar.
- A través del uso de estos elementos, ahorrar tiempos de espera, y hacer rápidos y eficaces los procedimientos.
- Aumentar la participación de los alumnos en las actividades recreativas y escolares de los alumnos.
- Tener mayor comunicación con los alumnos

#### **1.1.4 Pregunta de investigación.**

¿Por qué los alumnos no saben los procedimientos para ciertas gestiones escolares?, dando como resultado la repetición de trámites, pérdida de tiempo y dinero.

R: No se les da la información completa

¿Podrían los alumnos de la ESCA “Santo Tomás” contar con la información correcta y precisa en un medio rápido eficaz y de uso rutinario?

R: La escuela cuenta con medios de comunicación completos pero con el estilo de vida actual no da tiempo para observarlas, por lo cual hay que acercar la información al alumno.

### **1.1.5 Justificación del problema.**

Después de contar con la experiencia que dejan 4 ó 4.5 años de estudios en la ESCA “Santo Tomás” nos hemos dado cuenta de la importancia que tiene estar bien informados acerca de las gestiones que se tienen que hacer en la escuela.

Lamentablemente la gran parte de los alumnos no saben de ciertos beneficios, o cuando se deciden a preguntar se encuentran con ciertas barreras, como que las personas que los pueden atender no están a esa hora, o que las inscripciones a algún taller o conferencia se han terminado.

Por lo cual a través del estudio de la creación de redes sociales como Facebook y Twitter nos puede ayudar a tener mejor comunicación con los administradores, profesores y alumnos, siempre y cuando esté personalizado para la ESCA, actualizado frecuentemente con la información detallada y en el momento preciso. De esta manera, se facilitarán los trámites teniendo menores pérdidas de dinero, tiempo y esfuerzo, teniendo la facilidad de ser revisadas desde una computadora o un celular.

La razón de ocupar estas herramientas, está basada en que en los dos últimos años ha tenido en su uso un aumento sorprendente del 154 % por parte de Facebook y un 935% por el uso de Twitter.

-9.04 millones de mujeres tienen una cuenta en Facebook.

-9.41 millones de hombres tienen una cuenta en Facebook.

Siendo las personas que tienen de entre 19 y 22 años los que más utilizan el medio.

Por otro lado Twitter cuenta con más de 2 millones 480 mil usuarios activos:

- 52% son mujeres y,

- 48% son hombres.

De igual manera que el anterior siendo usadas con mayor frecuencia entre los jóvenes.

Esta propuesta también se basa en los análisis realizados por AMIPCI (La Asociación Mexicana de Internet) donde nos comprueba que el 77% de los hogares en México se conectan a internet desde una PC. Teniendo un total de 27 500 hogares.

También menciona que el acceso a internet vía teléfono celular tiene un universo de 6 de cada 10 personas. Teniendo como resultado que el 8% de los que poseen celular hacen uso de internet.

Por lo cual sabemos que las herramientas propuestas en este proyecto son las más utilizadas por los alumnos de la ESCA.

## **1.2 Marco Teórico.**

### **1.2.1 Antecedentes.**

Un marco teórico (o conceptual) es el grupo central de conceptos y teorías que se utilizan para formular y desarrollar un argumento (o tesis). Esto se refiere a las ideas básicas que forman la base para los argumentos, mientras que la revisión de literatura se refiere a los artículos, estudios y libros específicos que se usan dentro de la estructura predefinida. Tanto el argumento global (el marco teórico) como la literatura que lo apoya (la revisión de literatura) son necesarios para desarrollar una tesis cohesiva y convincente.

Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas, artistas, marcas, freelance y sobretodo en lugares para encuentros humanos.

## Historia de las redes sociales

El origen de las redes sociales en Internet se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio Web classmates.com. Con ella pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera.

Alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Hacia 2003 se hacen populares con la aparición de sitios similares a Facebook y Twitter.

### **1.2.2 Teorías.**

La teoría de los seis grados.

Las redes sociales están basadas en la teoría de los seis grados, según la cual, toda persona puede estar conectada a cualquier otra a través de una cadena de conocidos, que no tiene más de seis personas.

Hagamos una simulación numérica: imaginemos que una persona conoce a otras 100, cada uno de esos conocidos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más. Estos 10.000 individuos serían contactos de segundo nivel, y si estos a su vez conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 personas y así sucesivamente.

Aunque no lo parezca, las redes sociales te hacen más bueno.

Exponerse en redes sociales y hacer el ridículo tiene sus peligros, por ejemplo, el comportamiento en las redes sociales podría hacer que la gente pierda su trabajo, ya que las empresas usan como estrategia para conocer a los nuevos empleados la investigación por medio de las redes sociales. La opinión de algunos

legisladores es que Internet y las redes sociales acabaran destruyendo la reputación de alguien tarde o temprano, así que la gente necesita protección de sus propias revelaciones.

Nuestra teoría.

Se basa en la experiencia obtenida en el transcurso del estudio de la carrera así como en el uso de las citadas redes sociales, consideramos que por tratarse de un tema en boga y que se encuentra inmerso en el día con día de los jóvenes estudiantes sería un punto atractivo para que exista un mayor acercamiento de la Escuela con su población, con ello se lograría despertar el interés por todos y cada uno de los servicios a los cuales tienen acceso y que en muchas ocasiones desconocen de la misma forma en un segundo plano pero no menos importante ayudaría a reducir el uso del papel uniéndose de esta manera a la ardua tarea que hoy en día miles de personas tienen, cuidar de un medio ambiente que nosotros mismos hemos deteriorado.

Nuestro proyecto tiene dos fines claros, el primero de ellos mantener informada y actualizada a la población estudiantil y ayudar ecológicamente al país; por ende consideramos esto debe ponerse en práctica lo más pronto posible para mantener el enfoque innovador con el que se caracteriza la Escuela Superior de Comercio y Administración.

### **1.2.3 Marco legal.**

Facebook.

Este acuerdo se ha redactado en inglés de Estados Unidos, describiendo los términos de aceptación para el uso de la red social. En caso de existir discrepancias entre el original y una versión traducida, el original en inglés es el documento vinculante.

Fecha de la última revisión: 4 de octubre de 2010

- Declaración de derechos y responsabilidades.

Esta Declaración de derechos y responsabilidades ("Declaración") tiene su origen en los Principios de Facebook y rige la relación con los usuarios y con todos aquellos que interactúan con Facebook. Al utilizar o acceder a Facebook, muestras tu conformidad con la presente Declaración.

- Privacidad.
- Compartir el contenido y la información.
- Seguridad.
- Seguridad de la cuenta y registro.
- Protección de los derechos de otras personas.
- Móvil.
- Pagos y ofertas.
- Disposiciones especiales aplicables a los enlaces compartidos.
- Disposiciones especiales aplicables a desarrolladores u operadores de aplicaciones y sitios web.
- Acerca de los anuncios u otro contenido comercial servido u optimizado por Facebook.
- Disposiciones especiales aplicables a anunciantes.
- Disposiciones especiales aplicables a páginas.
- Enmiendas
- Terminación
- Conflictos
- Disposiciones especiales aplicables a usuarios que no residan en Estados Unidos.
- Definiciones

- Otro

#### **1.2.4 Conceptos.**

Para comprender un poco este fenómeno en crecimiento presuroso cabe citar en principio alguna definición básica que nos permita comprender que es una red social, cómo funcionan en Internet.

#### **¿Qué es una Red Social por Internet?**

Las redes sociales en Internet se han convertido en un gran fenómeno social que revoluciona la forma de comunicarse y de interactuar. Estas son formas de interacción social basadas en la teoría de los seis saltos de separación y están definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos distintos y complejos. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos, una de sus características principales es la de gran capacidad de transmisión de información.

#### **¿Para qué sirven realmente?**

Al ser una herramienta de fácil acceso y gratuito, su uso se ve incrementado en la sociedad. Ya que ven en ella un medio que abre sus puertas a muchas posibilidades. Son muchos los que consideran a las redes sociales como indispensables. Ya sea para conocer a otras personas, para comunicarse o simplemente cotillear y estar al día de los movimientos de unos y otros, entre otras muchas operaciones. Principalmente se crearon para tener conectados a múltiples personas con algo en común. Así, a pesar de la distancia, se mantendrán conectados gracias a su área mundial. Según la red de la que se trate, será más relevante o no, ya que permiten una interacción entre personas de distintos países, incluso continentes, en sólo unos segundos. Ya es sabido que Internet es un medio universal y éste permite la mundialización de las redes sociales.

### **¿Qué es Facebook?**

Facebook es un sitio web formado por muchas redes sociales relacionadas con una escuela, universidad, trabajo, región, etc. La gente utiliza Facebook para mantenerse al día con sus amigos o compañeros compartiendo fotos, enlaces, vídeos, etc.

### **¿Qué es Twitter?**

Es una aplicación web gratuita de microblogging que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea. Esta nueva forma de comunicación, permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de mensajes breves de texto a los que se denominan Updates (actualizaciones) o Tweets, por medio de una sencilla pregunta: ¿Qué estás haciendo?.

## **1.3 Hipótesis.**

### **1.3.1 Investigación.**

Si la ESCA Santo Tomás usa las redes sociales como medio de información, los alumnos de dicho plantel podrán ver agilizados los trámites ante la institución, favorecidos y optimizando tiempos, así como mejorando la comprensión los procesos a realizar.

### **1.3.2 Nula.**

Si la ESCA Santo Tomás usa las redes sociales como medio de información, los alumnos de dicho plantel no podrán ver agilizados los trámites ante la institución, favorecidos y optimizando tiempos, así como mejorando la comprensión los procesos a realizar.



**CAPÍTULO II**

**ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y  
ADMINISTRACIÓN Y LAS REDES SOCIALES**

“Cuando dicen que soy demasiado viejo para  
hacer una cosa, procuro hacerla enseguida”.

Pablo Picasso

## **2.1 Escuela Superior de Comercio y Administración.**

### **2.1.1 Historia.**

El 6 de octubre de 1845 abre sus puertas la Escuela Nacional de Comercio, la cual cambia su nombre por el de Escuela Superior de Comercio y Administración el 14 de enero de 1869 a través de un Decreto expedido por la Cámara de Diputados.

A partir de 1899 se permite a las mujeres ingresar a sus aulas para que formen parte activa en el desarrollo del país, cristalizando el principio constitucional de igualdad entre el varón y la mujer. En ese mismo año la escuela obtiene medalla de oro y diploma por los trabajos enviados a la Exposición Universal de Comercio realizada en París, Francia.

La carrera de Contador Público es la más antigua de esta escuela. La Contaduría Pública cumple 101 años en nuestro país, debido a que Don Fernando Diez Barroso distinguido egresado de nuestro plantel se tituló un 25 de mayo de 1907. Fue el primer examen profesional, no sólo en México sino en toda América Latina, para obtener el título de Contador Público, sustentado por el Sr. Fernando Diez Barroso. Para 1924 el C.P. Armando Cuspínera toma la dirección de la escuela, permaneciendo en ésta hasta 1967. En homenaje a su memoria el auditorio de la escuela lleva su nombre.

En 1962 se fundan los cursos de Posgrado, Maestría y Doctorado en Ciencias Administrativas y al año siguiente se inaugura el edificio actual que ocupa la escuela, plantel Santo Tomás, en Prolongación de Carpio y Plan de Agua Prieta.

En 1966 se establece la Licenciatura en Relaciones Comerciales para formar profesionistas en el campo de la Mercadotecnia de acuerdo a las necesidades del país y para 1974 inicia sus actividades el Sistema Abierto de Enseñanza (SADE) con la carrera de Comercio Internacional. Ese mismo año se crea un nuevo plantel de la ESCA en Tepepan por el incremento de la población escolar. En 1994 empieza a operar la Licenciatura en Negocios Internacionales.

Con fecha 18 de junio de 2000, el Consejo de acreditación de la Enseñanza en Contaduría y Administración otorgó la acreditación a la E.S.C.A. por el Programa Académico de Contador Público, en virtud de haber reunido los requisitos de calidad establecidos. Esta acreditación fue refrendada por otros cinco años, el 19 de mayo de 2005. Asimismo, en agosto del año 2004, la Licenciatura en Relaciones Comerciales fue acreditada por su excelencia académica, por un período de 5 años. Por CASECA el 8 de enero del presente año se acredita la Licenciatura en Negocios Internacionales por 5 años.

Actualmente, en la ESCA se imparten cuatro licenciaturas, una especialización, tres maestrías y un doctorado:

Licenciaturas en Sistema Escolarizado:

- Contador Público.
- Lic. en Relaciones Comerciales.
- Lic. en Negocios Internacionales.
- Especialización en Gestión de Instituciones Educativas.
- Maestría en Administración de Negocios.
- Maestría en Administración Pública.
- Maestría en Administración en Gestión y Desarrollo de la Educación Superior.
- Doctorado en Ciencias Administrativas.

### **2.1.2 Problemática.**

El motivo primordial por lo cual está hecho la presente tesis, es retomar la forma en que se realiza la comunicación en la Escuela de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.

En nuestros años de experiencia como alumnos de esta Facultad pudimos observar diferentes deficiencias que tenía el método por el cual nos informaban de las diferentes actividades que se realizaban en la escuela.

Sobre todo en los trámites importantes como Titulación, Servicio Social y otros, pudimos constatar que la forma de comunicar los pasos a seguir para estos procedimientos era errónea y deficiente.

Es difícil encontrar la información en el momento indicado, siendo así que una gran parte de la plantilla de alumnos no tiene noción de las actividades o recursos con los que cuenta la escuela.

Añadiéndole a esto una mala atención por parte de los empleados de la Institución, que en vez de agilizar los trámites solo los entorpecen ya que nos apoyan dando la información necesaria para agilizar el procedimiento.

Un ejemplo de esto podría ser el trámite de Servicio Social el cual todos realizamos sin excepción, este suele ser tardado y desesperante, por la falta de información oportuna además de la mala atención en este departamento.

El primer paso para comenzar tu trámite de servicio social es llenar un formato el cual se llama Pre registro. El cual debe llevar todos tus datos personales, y los datos de la empresa o institución a la cual le prestarás el servicio.

El llenado de este Pre registró se vuelve todo un caos, ya que todos tus documentos que llevas deben coincidir con tus datos que estas llevando, si algo no coincide te lo regresan, y otras cosas como la letra, el tamaño de la hoja etc.

El caso es que ese formato, la mayoría lo llega a llenar mínimo tres veces, algunos otros más, por la falta de conocimiento por los alumnos, de cómo es el llenado de este añadiendo la falta de actitud de servicio de los empleados de este departamento.

Así como este procedimiento hay muchos dentro de esta institución los cuales presentan deficiencias parecidas, cada uno en su momento.

Es por ello que tomamos la iniciativa de buscar otros métodos más simples de utilizar, fáciles de acceder y usados por todo el mundo siendo, este el resultado de la tesis el cual esta aplicada a las redes sociales un método de actual, en crecimiento y con un alto índice de penetración dentro de los jóvenes.

Esto le dará a la Escuela Superior de Comercio y Administración una imagen más moderna, actual y con conciencia sobre el cuidado del medio ambiente evitando el número de carteles y propaganda pegados dentro de la institución; que le da un mal aspecto a esta.

### **2.1.3 Métodos de comunicación.**

Una comunicación efectiva nos dará en cualquier ámbito la capacidad de que nuestro mensaje llegue casi íntegro a nuestro emisor, lo cual hará que éste entienda de una mejor manera la información enviada a través del mismo, por lo tanto debemos analizar cuál de todos los métodos de comunicación nos dará la pauta para que esto suceda.

La Escuela Superior de Comercio y Administración cuenta con diferentes métodos de comunicación, en los cuales difunde información dirigida principalmente a su población estudiantil, a continuación mencionaremos los métodos que se utilizan hoy en día y los cuales nos darán una idea general de las austeras condiciones para transmisión de la información que emplea la institución.

Cabe mencionar que los métodos utilizados por la Institución son ordinarios, por ende resultan menos atractivos visualmente para los receptores de estos mensajes y con lo que se obtiene falta de interés y menor impacto en el sector estudiantil.

#### **2.1.3.1 Vitrinas.**

Se trata de muebles en muchos casos, desmontables, con bases de madera, perfiles de metal y puertas corredizas. En toda la Institución hay varias de éstas en las cuales se exhiben algunos anuncios importantes para toda la comunidad; por ejemplo, obras de teatro, conferencias, bolsa de trabajo y algunas fechas importantes de inscripción para las áreas de becas y servicio social por mencionar algunas.

La mayoría de las veces estas vitrinas pasan desapercibidas por la saturación de anuncios y la falta de organización ya que dentro los anuncios no tienen un orden, además puedes encontrar anuncios de todo tipo, mezclando en ocasiones recientes y antiguos.

Esto hace difícil la detección de anuncios importantes además de la falta de interés por el alumnado, al notar desorden no les prestan la atención debida y quien logra interesarse pierde fácilmente la atención brindada al no localizar rápidamente la información deseada.

Es por ello que es un método de comunicación poco atractivo.

Algunas de sus ventajas serían:

- La información es de fácil acceso para todos.
- Los costos son bajos.
- La simplicidad de uso.

Algunas de sus desventajas serían:

- Simplicidad.
- Poco atractivas y no cautivan la atención del receptor.
- Saturación de anuncios.
- Falta de actualización de la información.
- Falta de innovación y usos de tecnologías actuales.

### **2.1.3.2 Pancartas, Pósters y Flyers.**

En este punto tocaremos la saturación que hay en toda la escuela de este medio de comunicación, desde la entrada podemos observar un sinfín de anuncios, cartulinas de colores y demás que nos tratan de informar algo, que la mayoría de las veces no volteas a ver por la costumbre a ver diversos anuncios no se tiene la atención de observar si existe algún nuevo anuncio que pueda ser de importancia para el alumnado.

Algunas de las ventajas de este medio son:

- Facilidad de uso.
- Económico de mantener.
- Rápida difusión.

Algunas de sus desventajas:

- Saturación del medio.
- Falta de durabilidad.

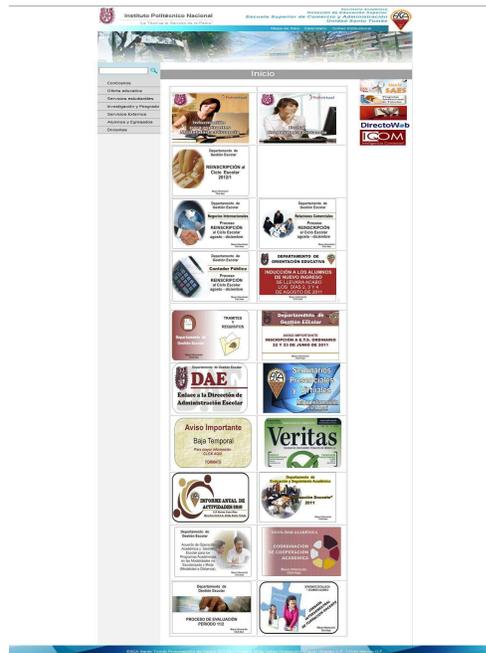
- Mala imagen al público en general.
- Falta de responsabilidad con el medio ambiente, uso excesivo de papel.

### 2.1.3.3 Página de Internet.

Ahora pasaremos al medio más importante de difusión, con el cual cuenta la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás, en la dirección [www.escasto.com.mx](http://www.escasto.com.mx) se encuentra la página principal en donde podemos encontrar entre otras su oferta educativa, planes de estudio, posgrados, trámites etc., información destacada la cual es variable de acuerdo a la temporada en la que se encuentre la Institución.

En este medio el inconveniente que encontramos es el uso masivo del servicio por lo que el sistema se satura y resulta imposible obtener el acceso al mismo asimismo requiere de constante actualización y mantenimiento para encontrarse en óptimas condiciones de uso por lo que tiende a tener períodos de inactividad situación que entorpece el aprovechamiento del mismo.

A continuación se muestra la página principal:



Como podemos observar su estructura es simple, es fácil localizar el menú además que no cuenta con excesivas aplicaciones, en él podemos ver diferentes anuncios, los cuales cuentan con información relevante sobre los períodos de inscripción y reinscripción además de otros anuncios.

La página carece de información sobre procesos rutinarios dentro de la escuela, por mencionar algunos los siguientes:

- Trámite de la credencial.
- Comprobante de inscripción.
- Fechas de inicio de servicio social.
- Actividades culturales.
- Exposiciones.
- Conferencias.

Ventajas:

- Fácil de usar.
- La localización de las aplicaciones es sencilla.
- Fácil acceso a todo público.
- Disponible todo el tiempo.
- Veracidad de la información.
- Noticias actuales.

Desventajas:

- Información muy general.
- Imagen simple.
- Poca información sobre temas de importancia.
- No existe información de actividades culturales.
- Se satura con facilidad.
- Tarda en cargar.

Éstas son sólo algunas de las ventajas y desventajas, es por ello que optamos por darle un toque fresco, actual y de rápida localización entre los estudiantes; emplear las Redes Sociales en boga Facebook y Twitter.

Las redes sociales más importantes y usadas en el mundo, sería muy cómodo estar checando tus notificaciones en tu Facebook o estar respondiendo un Tweet al mismo tiempo que checas alguna noticia relevante de la escuela sin tener que abrir otra página.

## **2.2 Redes Sociales.**

### **2.2.1 Generalidades.**

Las redes sociales hoy en día, han tomado una importancia relevante, ya que son un medio masivo para publicar o comunicar algún aspecto relevante. En estas se pueden encontrar desde, la noticia del día hasta aspectos muy vanos.

En estas redes sociales está permitido ver e intercambiar fotos, vídeos, mensaje y encontrar a otros usuarios. Cada uno de éstos posee su grupo de amigos personal y ve a los amigos de sus amigos; además, una misma persona puede pertenecer a varios grupos. La función básica es permanecer conectados desde diferentes puntos del planeta por cualquier tipo de afinidad.

En nuestra actualidad, difícilmente algún universitario no tiene Facebook o Twitter. Los más cibernéticos poseen estas dos redes sociales y no pueden pasar más de un día sin revisarlas. Y es que las facilidades de conexión a Internet desde cualquier sitio en el que nos encontremos son impresionantes: computadores, ipods, celulares, etc. Es por eso que la inmediatez ha tomado un rol importantísimo en el comportamiento de estas dos plataformas.

La disposición con la que se manejan estas redes, es de suma importancia para el éxito de las mismas; ya que solo necesitas un correo electrónico, con el cual

podrás abrir tu cuenta, creas una cuenta, pones un nombre de usuario, una contraseña, la que quieras que este dentro de los estándares de alguna de estas dos redes sociales, y listo has creado una cuenta, con tan solo 15 minutos ya eres parte de una de las comunidades sociales más grandes del mundo.

Nosotros nos enfocaremos únicamente en Twitter y Facebook, dada la popularidad de estas dos redes.

### **2.2.2 Facebook.**

Facebook, la comunidad más grande del mundo, el líder sin lugar a duda en México, que en cuanto llegó a Internet, le arrebató el trono a la comunidad top del momento: Hi5. La razón es lógica: es la red social más fácil de utilizar y con mayores aplicaciones hasta el momento. La principal magia que tiene esta plataforma es la comunicación; con tan sólo escribir el nombre de una persona, puedes ubicar a alguien que no veías hace años o simplemente, compartir intereses con ciudadanos de todo el mundo, uniéndote a grupos y diversas páginas.

El historial de vida que se puede crear en Facebook es abismante: fotos, videos, eventos, y todo lo que quieras publicar o compartir con el resto de tus amigos, en esta red social puedes hacerlo. Y es justamente éste el mayor atractivo de esta comunidad: la gran variedad de aplicaciones que se pueden obtener en ella.

Tan inteligente son los sueños de Facebook, que insertaron un chat que permite mantener una comunicación inmediata con cada uno de los amigos que tienes en tu cuenta. De esta forma, el acercamiento y el contacto son los pilares fundamentales para sostenerse tan vigente.



### 2.2.3 Twitter.

Twitter, que en su traducción al español quiere decir, un Tweet es el ruido que hacen los pájaros al comunicarse, por tanto, Twitter podríamos traducirlo como "piar" de esta metáfora viene su logo, es decir, es un medio de comunicación breve.

Twitter es la nueva red social de moda, poco se entiende la real utilidad de este sitio y la popularidad que ha manifestado en el último tiempo (con un rival tan grande como Facebook), ya que éste no posee la gran variedad de aplicaciones ni la multidisciplinariedad de su contrincante.

Es un sistema de comunicación de texto breve, donde cada usuario puede insertar 140 caracteres máximo, además, añadir enlaces y subir vídeos y fotos. Se trata de un muro donde cada cual expone sus inquietudes e intereses para ser leídos por todo aquel que quiera seguirlo. Es gratuito y no implica la aceptación de otro interlocutor, alguien anónimo que no desee publicar nada en su muro puede seguir a todos los que le interese y leer lo que publiquen pero puede no ser seguido por nadie. También hay un servicio de mensajería, invitación, búsqueda por temas más actuales, etc.

Este sistema resulta muy útil y está siendo muy amortizado para dar a conocer, promocionar, difundir, diversidad de productos en cualquier ámbito. Además su éxito radica en que cualquier persona o empresa conocida, famosa, de moda, tiene su cuenta y el número de seguidores ratifica su fama. Sirve como plataforma para dar comunicados de prensa, anunciar novedades, promocionar libros, películas, revistas, moda, televisión, deporte, etc.

Esta herramienta tan de moda es un medio de comunicación que no podemos pasar por alto y que podemos utilizar para la difusión cultural, al igual que un blog, una cuenta de Facebook o cualquier otro medio tecnológico utilizado hasta ahora. Lo bueno de estas herramientas es que no son sólo para particulares sino que detrás puede encontrarse cualquier entidad pública o privada de cualquier ámbito. Con estas premisas cualquier entidad que desee posicionarse en la Red, no sólo necesita una página web accesible, ágil, intuitiva y dinámica; también necesita una cuenta de Twitter y actualizarla a diario a ser posible.

El Taller Digital posee herramientas para convertir su página, su producto o cualquier contenido cultural entre los más visitados en Internet. Esta posibilidad abre una ventana a un campo hasta el momento menos explorado, se trata de difundir contenidos culturales, en Redes sociales. No sólo hay un público para lo más mediático o consultado sino que también lo hay para el ámbito cultural: un museo puede publicar sus exposiciones permanentes, temporales, lanzar ofertas, días gratuitos, visitas guiadas, publicaciones periódicas o lanzar pequeñas notas informativas sobre la trayectoria de cualquier artista que tenga en sus fondos. De igual forma una biblioteca virtual o convencional, un archivo, una embajada, una fundación, un departamento, una facultad, cualquier campo dentro de la cultura es válido para promover y difundir sus contenidos a través de las Redes sociales y multiplicar su alcance hasta límites insospechados.



### **2.2.3.1 Términos de servicio.**

Entre el marco legal para crear una cuenta en Twitter encontramos las Condiciones del servicio (términos) regulan el acceso y la utilización de los servicios y sitios web de Twitter (los "Servicios"), y cualquier otra información, texto, gráficos, fotos, imágenes u otros materiales cargados, descargados o que aparezcan en los Servicios (denominados colectivamente como "Contenido"). El acceso y uso de los servicios está condicionado a la aceptación y el cumplimiento de las presentes Condiciones. Al acceder o utilizar los Servicios usted acepta que quedará vinculado por estas Condiciones.

### **2.2.3.2 Condiciones básicas.**

Eres responsable del uso de los Servicios, por cualquier Contenido que publiques en los Servicios y de las consecuencias derivadas. El Contenido que envíes, publiques o muestres podrá ser visto por otros usuarios.

El usuario únicamente podrá hacer uso de estos Servicios si acepta un contrato vinculante con Twitter como también a recibir dichos servicios según las leyes de los Estados Unidos u otra jurisdicción aplicable. El usuario sólo podrá hacer uso de dichos Servicios conforme a dichas Condiciones como a toda ley, normativa o reglamento aplicable sea local, estatal, nacional o internacional.

Dicho apartado también comunica los servicios aportados por Twitter.

En este documento encontramos especificaciones acerca de:

- La privacidad.
- Contraseñas.
- Contenido de los servicios.
- Derechos del usuario.
- Derechos de Twitter.
- Restricciones en el Contenido y Uso de los Servicios.
- Política de Derechos de Autor.
- Los Servicios están Disponibles "TAL-CUAL".
- Links.
- Limitación de Responsabilidad.
- Exclusiones.
- Clausulas de cesión y nulidad parcial.
- Ley aplicable y jurisdicción competente.
- Totalidad del acuerdo y convenio entre las partes.

Estos servicios son operados y proporcionados por Twitter Inc., 795 Folsom Street, Suite 600, San Francisco, CA 94107. Entra en vigor el: June 01, 2011.

### **2.2.3.3 Política de Privacidad de Twitter.**

Dentro del marco legal del Twitter nos encontramos con un segundo documento el cual tiene que leerse antes de la confirmación de la cuenta.

Esta Política de Privacidad describe las políticas de Twitter y los procedimientos en la recolección, uso y divulgación de su información. Twitter recibe la información a través de varios sitios web, SMS, APIs, aplicaciones, servicios y terceros ("Servicios"). Al utilizar cualquiera de nuestros Servicios, se acepta la recolección, transferencia, manipulación, almacenamiento, divulgación y otros usos de la información como se describe en esta Política de Privacidad. Independientemente

del país que reside la información puede ser utilizada por Twitter en los Estados Unidos o en cualquier otro país donde opera Twitter.

En dicho documento expuesto a los usuarios se describen los siguientes puntos:

- Recogida y uso de la información
- Intercambio y difusión de información
- Modificar información personal
- Política de Twitter referente a niños
- Cambios

#### **2.2.4 En resumen.**

La difusión está en estos momentos y gracias a estos nuevos medios en mano de quien quiera emitirla; hace escasos años este concepto era impensable, este paso se puede considerar como la democratización de la información.

Twitter y Facebook ofrecen un canal universal para que todos seamos informadores y este recurso es válido para ampliar horizontes y ahondar en el alcance de la cultura haciéndola llegar a cualquier usuario desde distintas vías. Es un medio para que cualquier información cultural esté siendo recibida instantáneamente a un público interesado, para aumentar el alcance, la proyección y ofrecer así más servicios al usuario.

Mejorar informando, actualizando y ofreciendo las novedades al instante es lo que prima en las Redes sociales, en Internet; se convierte por tanto en una necesidad para cualquier entidad que quiera estar al día.

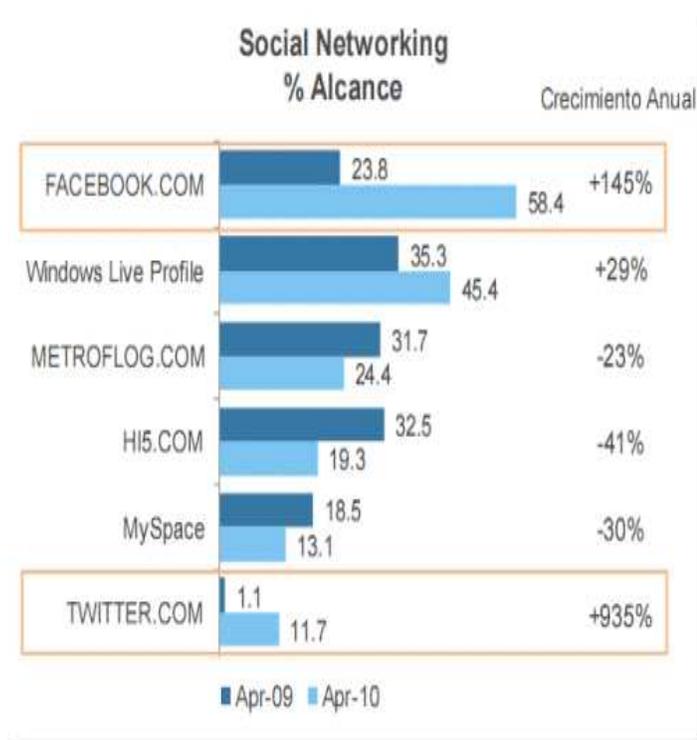
### **2.3 Twitter y Facebook en cifras.**

#### **2.3.1 Datos sobresalientes de las Redes Sociales.**

Lentamente y a pesar de los obstáculos de infraestructura y actitud, el uso de Internet se va extendiendo y diversificando en nuestro país. Sin embargo hay casos en los que lejos de ser lento, el crecimiento es explosivo. Tal es el caso de Twitter en el último año.

Internet en México y Latinoamérica. Los resultados muestran una fotografía muy detallada con varios hechos interesantes que confirman y a veces contradicen un poco los resultados de estudios previos.

Primero que nada es importante notar que si bien no se puede decir que Twitter sea de uso generalizado ciertamente va creciendo a un ritmo que lo hará de las Redes Sociales más usadas en poco tiempo, sobre todo si las demás siguen perdiendo usuarios a la velocidad actual. Será difícil que se registre un crecimiento similar en el futuro, pero aún si “nada más” crece al 200% de su tamaño actual para el año que viene tendrá un lugar primordial en este rubro.



Esta es la estadística completa del uso de Internet en México. Como verán hay varias categorías que destacan comparadas con el promedio mundial:



Aquí describimos algunas observaciones acerca del contenido del estudio:

Latinoamérica es la región con el mayor crecimiento porcentual de usuarios de Internet del mundo.

Los usuarios mexicanos de 15 a 34 años pasan más tiempo en Internet que ninguno otro en Latinoamérica y, de hecho, en el mundo.

Las noticias y los deportes son las categorías con menor uso para México.

El e-mail y la mensajería instantánea siguen gobernando el panorama de comunicaciones en nuestro país.

El 75% de las direcciones de correo en México son de Hotmail y el 68% de los usuarios emplea Live Messenger.

Latinoamérica es la región del mundo en donde los blogs tienen más alcance. México no es de lo más altos, pero tiene un porcentaje muy respetable.

YouTube es el sitio de entretenimiento más visitado por los usuarios mexicanos.

Facebook Photos es el sitio de fotos más usado en México por un amplio margen.

Básicamente México es un mercado joven y en rápido crecimiento en lo que a Internet se refiere. Aún está considerado como un país con baja penetración pero a pesar de los problemas de infraestructura hay sectores que están creciendo a muy buen paso y esto debería de continuar. Si bien Facebook y Twitter tienen ya o están adquiriendo gran cantidad de usuarios.

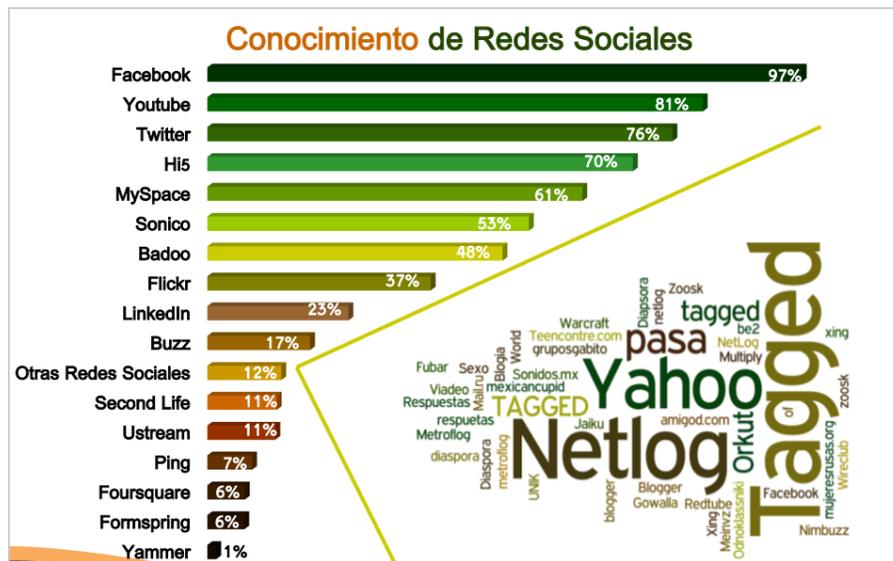
### **2.3.2 Datos AMIPCI sobre hábitos de uso de las Redes Sociales.**

AMIPCI es la Asociación Mexicana de Internet la cual rige las páginas de internet, en el país, además de dar su sello para garantizar que esas páginas son seguras.

Esta pública cada año los hábitos de los usuarios de Internet aquí les mostramos algunos de los datos más relevantes que conciertan a nuestro tema.

La primera gráfica que veremos será la del conocimiento de las redes sociales en México.

La red social más popular entre los mexicanos es Facebook, conocida por el 97% de los internautas; YouTube tiene el 81%, Twitter el 76% y Hi5 el 70%. Redes como MySpace, Sonico, Badoo, Flickr, LinkedIn, y Buzz, entre otras, cuentan con menores índices de uso.



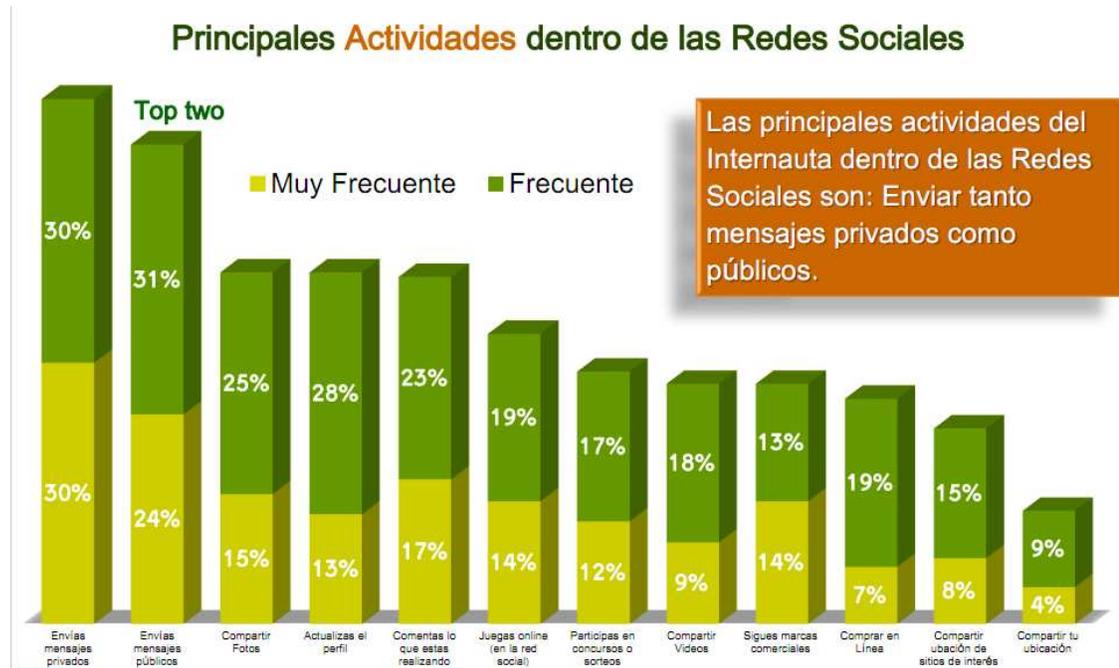
Como podemos observar existen muchos tipos de redes sociales dependiendo, gustos, costumbres, moda o status social he aquí las más conocidas por la gente pero ahora veremos en la siguiente gráfica cuales de todas las que conocen usan.

Facebook también es la red social con más uso por los mexicanos con 39%; el portal de videos de Google, YouTube, tiene el 28%, y Twitter el 20% de usuarios.



Como podemos observar perfectamente en la gráfica, el líder sin lugar alguno es Facebook, siguiendo por uno de los sitios favoritos de los jóvenes y no tan jóvenes que es Youtube, seguido por Twitter, que cada día va creciendo a pasos agigantados, como se ha visto reflejado en los últimos años, pero, sin alcanzar al monstruoso Facebook; de ahí siguen sitios como Hi 5, My Space que ya van de salida y otros que van ingresando al mercado mexicano como lo es LinkedIn.

Acceder a redes sociales es la cuarta actividad social que se realiza en línea en México, con un 61%, por debajo de enviar y recibir correos electrónicos (90%), enviar y recibir mensajes instantáneos (75%), ver y bajar fotos o video (68%).



Aquí podemos ver cuáles son las principales actividades a realizar al entrar en una red social, como podemos observar esta el enviar mensajes privado y públicos compartir fotos, actualizar perfil etc. Lo que comúnmente hace la gente al tener una cuenta de red social.

Del total de internautas en el país, 6 de cada 10 se conectan diariamente a alguna red social, el 28% accede 2 ó 3 veces por semana, 7% cada semana, 3% cada quince días y 2% cada mes. El estudio informa que los mexicanos con internet en su hogar suelen acceder a Facebook, YouTube y Twitter desde su casa con una frecuencia de “varias veces en el día”.

Para el estudio de las actividades que realizan los mexicanos en redes sociales, la Amipci hizo una división entre uso muy frecuente y frecuente. La actividad que con mayor frecuencia realizan los habitantes del país es enviar mensajes privados (30%), después enviar mensajes públicos (24%), comentar lo que están realizando (17%), compartir fotos (15%), jugar en línea y seguir marcas comerciales (14%).

El principal uso que dan los mexicanos a las redes sociales es comunicarse con familiares y amigos (90%), dar seguimiento y opinión sobre temas de cultura, entretenimiento y deportes (53%), seguimiento y opinión sobre últimas noticias (46%).



Sobre el uso de publicidad en las redes sociales, al 44% ni le gusta ni le disgusta, al 26% le gusta, al 13% le gusta mucho, y al resto le disgusta.

Las entidades con mayor número de internautas son el Estado de México, Distrito Federal, Jalisco, Veracruz y Nuevo León.

### 2.3.3 Mujeres sector importante dentro de las redes sociales.

Las mujeres pasan mayor tiempo que los hombres dentro conectadas correspondiendo un 37.5% de tiempo conectadas que los hombres; la mayoría cuenta con al menos una de las redes sociales como Facebook y Twitter.

	Número de internautas	%	Rango de edad	Tiempo de Conexión
	16.2 millones	49.3%	18-35 años	5.5
	16.6 millones	50.7%	18-35 años	4

Las mujeres representan el 49.3% de internautas (16.2 millones) en México y pasan un 37.5% más de tiempo conectadas que el hombre.

Más de la mitad, aproximadamente el 51%, utiliza el medio para estar en contacto con amigos y socializar. Del total de las mujeres que están en internet, el 94% participan en redes sociales, principalmente Facebook y Twitter.

La mujer está teniendo cada vez un rol más activo y diferente al del hombre en internet; como en todos los ámbitos sociales, tiene una mayor presencia y relevancia, lo cual influye para que entren a la vida activa, social o económica del país.

Las mujeres representan más de la mitad de la población en México, de los 112 millones 336 mil 538 mexicanos contabilizados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el Censo de Población y Vivienda 2010, hay 57 millones 481 mil 307 mujeres.

En los últimos 30 años, la mujer ha logrado insertarse y ocupar mayores espacios, y el internet no es la excepción; en 2010, con 16.2 millones representaron el 49.3% de internautas en el país, el mayor porcentaje es de un rango de edad de 18 a 35 años.

Mientras que los hombres, con 16.6 millones, un 50.7%, de acuerdo con cifras emitidas por el INEGI el pasado mes de diciembre.

Las mujeres pasan un 37.5% más de tiempo conectadas que los hombres. En promedio los hombres pasan 4 horas a la semana, mientras que las mujeres 5.5 horas semanales.

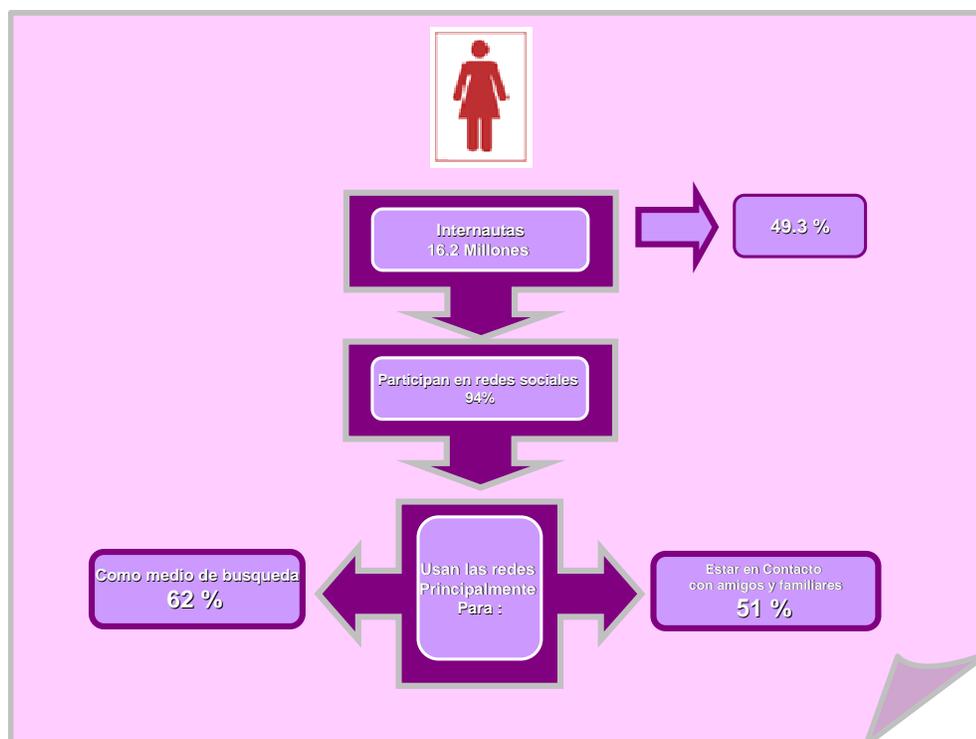
Las mujeres principalmente accesan a buscar información relativa sobre la salud, o cosas de espiritualidad y religiosas, participan muy activas en grupos de apoyo y comunidades en línea.

Les gusta estarse expresando a través de estos medios, lo ven como un lugar donde poder dar a conocer todas sus ideas.

Además el 62% de aquellas que están en línea, utilizan la red como el principal medio de información para conocer productos que están pensando comprar.

Más de la mitad, aproximadamente el 51%, utiliza el medio para estar en contacto con sus familiares y también utilizan el internet mayoritariamente para la socialización.

A diferencia de las mujeres, el género masculino utiliza primariamente el internet "para leer noticias, estar informados sobre política, negocios, deportes y estar buscando hacer negocios, comprar viajes, hacer reservaciones, escribir y postear en línea, también para bajar música".



La red social que más utilizan es Facebook, principalmente, y Twitter. Del total de las mujeres que están en internet, el 94% participan en redes sociales.

Las redes sociales en México están formadas por alrededor de un 47% de mujeres, y el 57% del tiempo en que se encuentran en línea lo pasan en éstas.

En el informe más reciente de la AMIPCI, de mayo de 2010, (pues el mismo mes de este año presentarán el nuevo), menciona que en 2009 los internautas se conectaron 3 horas y 21 minutos, 25 más que en 2008.

Destaca que las mujeres en internet crecieron un punto porcentual, es decir, cada vez más se involucran y toman más este medio, que era estereotipado para los hombres.

## 2.4 Las Redes Sociales en el Mundo.

### 2.4.1 Facebook y Twitter.

Estados Unidos es el líder en personas registradas con 130 millones, seguido muy de lejos por Reino Unido con 28 millones. El 16 por ciento de la población en México tiene una cuenta de Facebook, lo que convierte al país en la octava nación con más usuarios de todo el mundo. Estados Unidos ocupa la primera posición con un total de 130 millones de usuarios, seguido por el Reino Unido (28 millones), Indonesia (26 millones) e Italia (26 millones). La lista de los primeros 10 la completan Francia (21 millones), India (21 millones), Alemania (18 millones), México (16 millones), Turquía (16 millones) y Canadá (16 millones).

Fuera de esta lista quedan países como España (12 millones), Malasia (12 millones), Filipinas (10 millones), Australia (9.1 millones), Argentina (8.2 millones), Taiwán (8.2 millones) y Colombia (7.5 millones).



En 2012 la mitad de todos los usuarios de Internet tendrán Facebook (1,000 millones de personas).

## **2.5 Empresas de todo el mundo consultan las Redes Sociales para reclutar.**

Actualmente se está dando una nueva tendencia marcada por las empresas, que es, aquella en la que, se basan en las redes sociales para evaluar al momento de contratar personal.

En una muestra de 850 responsables de recursos humanos y reclutamiento de personal de diferentes empresas en el mundo, el 73.3% afirmó que ha utilizado redes sociales como Facebook y Twitter para contratar personal.

Según los responsables de recursos humanos y reclutamiento de personal describen que las redes sociales les traen ciertas ventajas, al conocer al candidato más a fondo algunas de esas ventajas son las siguientes:

Los diversos currículum aportan mayor cantidad de información útil (70%), por lo que las valoraciones son más exhaustivas para seleccionar a candidatos para puestos de altas responsabilidades.

También se valora positivamente la interactividad que ofrecen (el 79% de los encuestados así lo afirma):

-La facilidad para contactar con candidatos pasivos (74%).

-La posibilidad de ofrecer información detallada y exhaustiva sobre la empresa y el puesto que se desea cubrir (74%).

-Las redes sociales para la selección de personal, principalmente usadas son, LinkedIn va a la cabeza de las consultas con el 78,3%, le siguen Facebook (54,6%), Twitter (44,8%), blogs (18,7%) y Youtube (13%), entre otras. De todas las

compañías que han navegado en estos sitios en búsqueda de personal, un 58,1% admitió haber tenido éxito.

Cada vez son más las empresas que se basan en este criterio para reclutar personal, pudiendo mencionar algunas como lo son, Telmex y Nokia que reclutan talento a partir de lo que ven en los perfiles de sus candidatos potenciales.

Es más, algunos directores de recursos humanos comentan, que tres de cada diez responsables de personal han descartado a algunas personas por no tener presencia en este tipo de redes o por tener un perfil pobre o poco actualizado. En este sentido, señalan que antes de entrevistar a un candidato, seis de cada diez directores de recursos humanos consultan los perfiles en estas redes.

Claro que a todo esto hay que añadir un currículum redactado de una forma sencilla y atractiva, una entrevista productiva y un conocimiento de la compañía a la que se quiere ingresar, como parte de los factores para lograr el éxito.

Las redes sociales son una plataforma en la que nos mostramos como somos; ahí reflejamos gustos, formas de pensar, aptitudes y hasta estilo de vida. Lo bueno de esto es que podemos mostrar nuestros talentos y darnos a conocer.

El lado malo de todo esto es que, precisamente al sentirnos observados por una empresa que nos interesa, nos limitamos a expresarnos por temor a que esto perjudique nuestra imagen. Sinceramente la mayoría de los perfiles Facebook no son nada serios, y no sé qué tan malo o bueno sea que nuestro futuro jefe, nos siga en Twitter o comente algo en nuestro perfil.

Todo esto nos lleva a que no debemos dejar de expresarnos como realmente somos para que impresionar con una imagen falsa de nosotros, sin dejar a un lado

que en todo momento estamos vendiendo una imagen, nos solo en el ámbito laboral, si no a todas las personas que nos rodean.

Tal vez lo que se buscan las empresas en este momento es transparencia y autenticidad. Para evitar personas no aptas para el perfil, y como consecuencia, tener empleados disgustados con su trabajo, que por lógica, darán malos resultados a la empresa.

Esta nueva tendencia aún no es muy marcada, pero en poco tiempo quizá en vez de CV las empresas nos dirán: “pásanos tu Facebook y/o Twitter y nosotros te llamamos”.

Además, un 9,3% planea iniciar este año y solo un 13,8% admitió que no lo ha hecho, así que hay que checar un poco como nos miran o describen los demás a través de nuestras cuentas sociales.

## **2.6 Universidades dentro de Facebook y Twitter.**

Las redes sociales tienen un alcance impresionante, las personas actualmente pasan más tiempo en internet que viendo la televisión, los políticos, artistas, etc. lo usan como un medio, para estar en contacto frecuente con sus seguidores, y las empresas actualmente lo usan para ofrecer su producto y tener un contacto directo con sus clientes; además de que lo están empezando a utilizar como una herramienta más para el reclutamiento de personal.

Es por ello que siendo su principal target los jóvenes de entre 18 a 30 años de edad, sería imposible que las Universidades e Instituciones de Educación no comenzaran a utilizar estos nuevos medios de comunicación. Las personas que lo utilizan en su mayoría están dentro de alguna de esas instituciones de educación de acuerdo con el rango de edad manejado.

Las universidades de México y todo el mundo están comenzando a acercarse a sus alumnos a través de estos medios, ya que de esta manera pueden conocer a sus estudiantes de una manera más informal, directa y fácil de usar.

La mayoría de las universidades que ya están aplicando este tipo de comunicación son Universidades y Escuelas Privadas, que están empezando a difundir información relevante, cultural e informativa a sus estudiantes a través de sus cuentas de Twitter y Facebook.

Como ejemplo podemos poner al Tecnológico de Monterrey que está proponiendo a través de su cuenta de Twitter, temas a desarrollar a su alumnado para después sea publicado por ellos mismos a través del Facebook y Twitter de la Facultad.

Uno de los proyectos que están manejando en este momento es, el de El Cuidado del Ambiente, lo cual su objetivo es acercar e involucrar a las futuras generaciones en el tema de la conservación de los recursos naturales.

Además en sus redes sociales les publica los horarios de conferencias, talleres, dinámicas, entrevistas con expertos, etc. Eventos importantes que se harán durante la semana o el mes, dependiendo la Universidad.

Lo interesante de todo esto, es ver el gran nivel de convocatoria que se puede tener a través de estos medios. Las redes sociales son el boom del momento es por ello, que es, muy importante adentrarse a este nuevo mundo que nos está envolviendo, el cual nos acerca de las personas que tenemos lejos aunque nos va alejando poco a poco de las personas que tenemos cerca, esto no es malo del todo, tomando en cuenta que nos permite adentrarnos un poco a la forma en que ven el mundo las demás personas, su estilo de vida.

Estas nuevas formas de comunicación nos obligan a estar dentro de ellas; avanzar junto a la tecnología que siempre está en constante cambio, dejándonos obsoletos a los que nos quedamos en el camino.

# **CAPÍTULO III**

## **JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

El día se convierte en noche, sólo para recordarnos que el mundo funciona, siempre y cuando no se obstine en ser sólo una cosa.

### **3.1 Justificación práctica del problema.**

Como herramienta de investigación se diseñó el formato de encuesta para ser aplicada a los estudiantes de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás con el fin de tener físicamente pruebas de la problemática que se observa en las instalaciones.

#### **3.1.1 Encuesta.**

Método empleado para la obtención de resultados en la presente tesis.

#### **3.1.2 Diseño de encuesta.**

Esta fue realizada de manera imparcial de modo que se pudiera detectar el problema que se presenta en los departamentos administrativos de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.

Son 15 reactivos que varían de respuestas abiertas y cerradas.

#### **3.1.3 Determinación del universo.**

El estudio fue realizado en el turno vespertino donde se tiene un número menor que en el turno matutino, y se obtuvo de manera oficial, de manera que se tuviera un resultado objetivo, eficaz y confiable.

Nuestro universo consta de 4000 alumnos de entre 18 y 26 años de edad.

#### **3.1.4 Técnica de Muestreo.**

Forman parte de este tipo de muestreo todos aquellos métodos para los que puede calcular la probabilidad de extracción de cualquiera de las muestras posibles.

En este caso se habla de muestras probabilísticas, pues no es en rigor correcto hablar de muestras representativas dado que, al no conocer las características de la población, no es posible tener certeza de que tal característica se haya conseguido, lo cual hace los resultados más mediáticos.

La muestra consta de 76 estudiantes de 18 a 20 años, 88 de 20 a 22, 92 de 22 al 24, 71 de 24 a 26 y 63 con más de 26 años. Que pertenecen 153 a la carrera de Contador público, 117 a Relaciones comerciales y 95 a Negocios Internacionales.

### **3.1.5 Delimitación de la muestra.**

Esta se obtuvo de a través de la aplicación de la fórmula con universo finito siguiente fórmula.

Nomenclatura:

U= Universo finito

n= Tamaño de la muestra

c= Intervalo de confianza

p= Probabilidad a favor de que ocurra el evento

q= Probabilidad en contra de que ocurra el evento

s= Error estándar

El intervalo de confianza está estandarizado con respecto al nivel de confianza que queremos aplicar a nuestras encuestas, en este caso se usó el de 95% equivalente al número 4.

La probabilidad de que ocurra o no el evento se divide entre el 50% y 50% por qué no se tiene certeza y el cuestionario es neutral ante las respuestas.

El error estándar que se puede presentar oscila entre 3 y 5 puntos, siendo designado el mayor como seguridad de que por el tamaño del universo no es muy probable gran equivocación.

$$n = \frac{c \quad p \quad q \quad U}{s \quad 2 \quad U-1 \quad + \quad c \quad p \quad q} =$$

$$n = \frac{4 \quad 50 \quad 50 \quad 4000}{5 \quad 2 \quad 4000-1 \quad + \quad 4 \quad 50 \quad 50} = \frac{40,000,000}{109,975} = 364$$

### 3.1.6 Aplicación.

Teniendo un universo de 4,000 estudiantes de las licenciaturas de, contabilidad, negocios internacionales, relaciones comerciales, posgrado y maestrías, del turno vespertino. Se obtuvo según la fórmula para obtener el número adecuado de encuestas a aplicara para la correcta proyección de resultados, que se tenían que realizar 365 encuestas.

Las cuales fueron aplicadas del 6 de junio al 15 de junio del 2011 en las instalaciones de dispersión de la escuela superior, en un horario de 6:00 p.m. a 8:00 p.m.

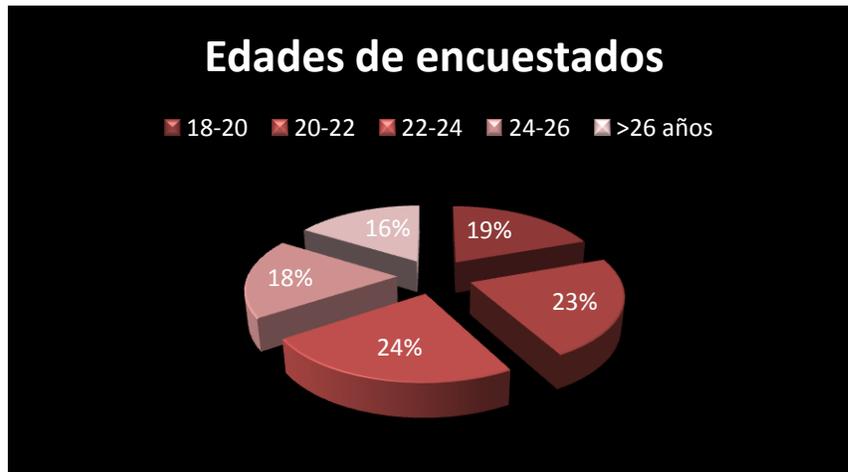
Realizadas por los estudiantes que elaboraron la presente tesis.

### 3.1.7 Análisis e interpretación de respuestas.

Para mayor comprensión se hará una redacción de las proyecciones arrojadas al realizar las encuestas.

## Muestra.

En la parte superior del formato se colocan preguntas de información general, con el fin de tener un patrón de personas que se estudian.



Dado que en la escuela se estudian estas carreras, se arrojó que existe un mayor número de estudiantes de contabilidad, continuando por los alumnos que estudian la licenciatura en relaciones públicas, y por último la licenciatura de negocios internacionales.



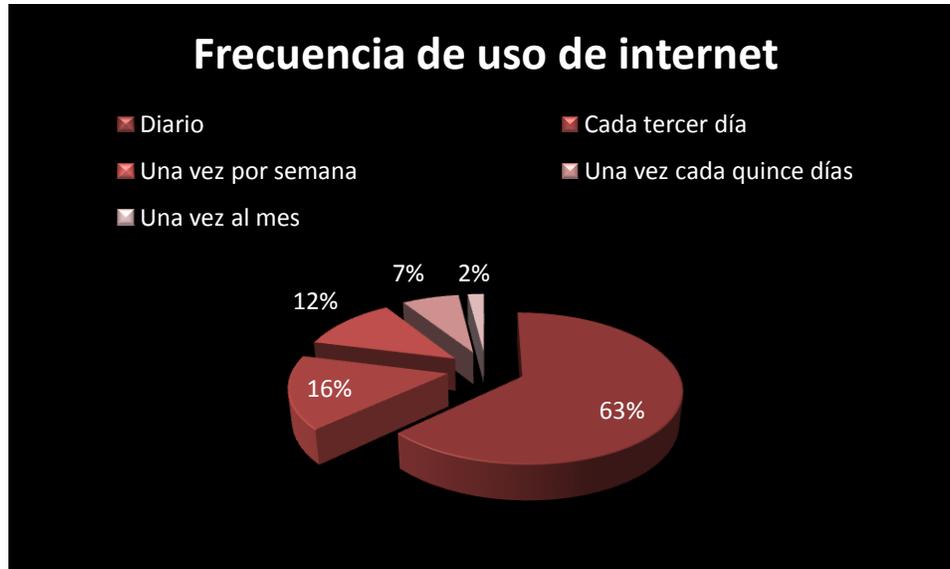
En las encuestas es elemental contar una o más preguntas filtro, estas con el fin de que las personas interesadas realicen con agrado el procedimiento.

1.- ¿Me podrías regalar cinco minutos de tiempo para responder unas preguntas?  
Las personas con respuesta positiva continuaron con las siguientes preguntas.

2.- ¿Me podrías decir con qué frecuencia usas el internet?

Entre las opciones ofrecidas a los encuestados fue muy marcada la diferencia entre respuestas, estos rangos fueron tomados por días, y no se obtuvo ninguna respuesta extra.

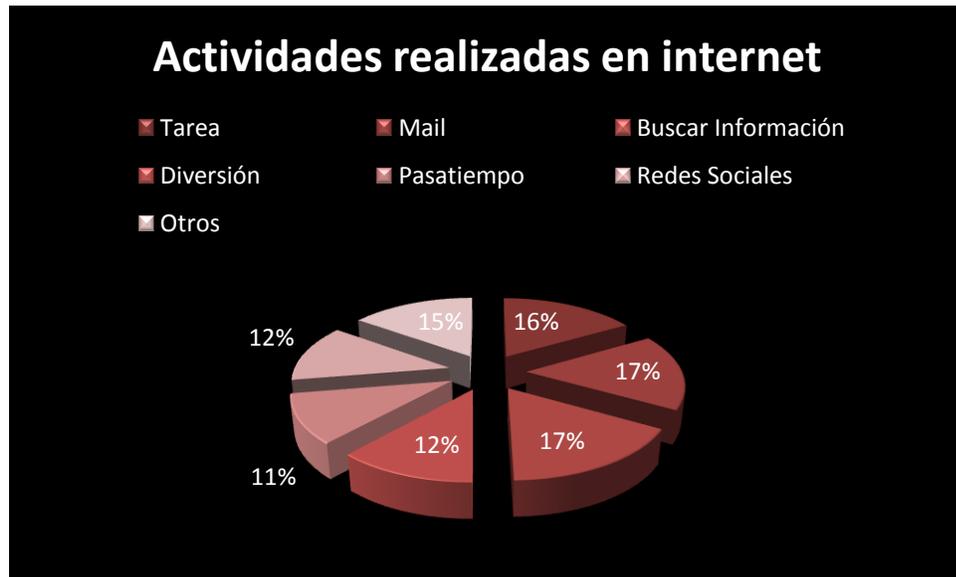
Conforme se ofrecían opciones con mayor longitud de días en el hábito de consumo a internet disminuía el número de personas que acertaban a las respuestas.



3.- ¿Me podrías mencionar para que actividades lo utilizas?

Esta respuesta fue realizada a fin de que pudieran los encuestados responder más de una opción.

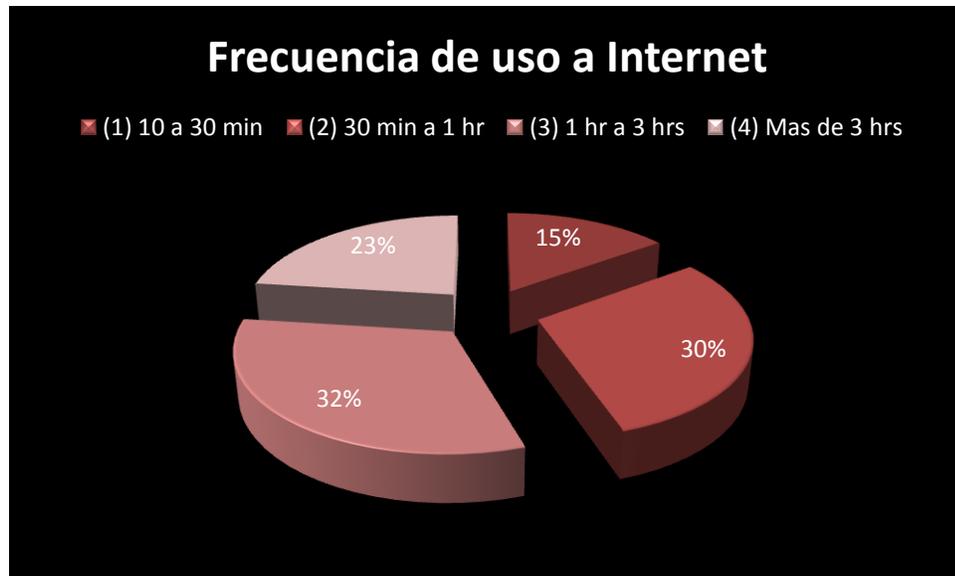
Todos los encuestados mencionaron que utilizaban el internet para la tarea, revisión de mail, buscar información y otras actividades como jobis y actividades que no son estrictamente obligatorias.



4.- ¿Cuánto tiempo le dedicas a estar en Internet?

Los Rangos ofrecidos como opción fueron dados con el fin de estandarizar el tiempo en el que podrían revisar información que no pertenece a los rubros anteriores.

En realidad explicaron que los estudiantes que revisaban su mail de 10 a 30 minutos no hacían más que revisar información y guardarla en sus equipos para más tarde ocuparla, por lo que se obtuvo mayor respuesta en la opción de 1 a 3 horas. Donde tiene tiempo de hacer tarde y tener un poco de distracción.



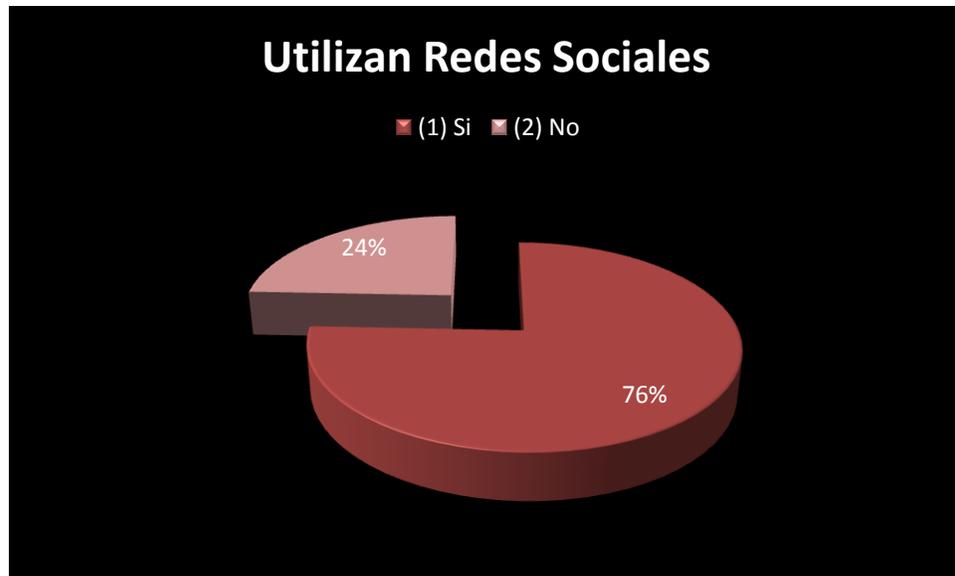
Usuarios de redes sociales

5.- ¿Usas las redes sociales?

Las respuestas eran muy concretas, si o no eran las opciones por lo que si el encuestado contestaba que no, se le guiaba a la pregunta 12.

276 Estudiantes contestaron que si usaban las redes sociales, los 89 restantes mostraron trabajo al identificar cuáles eran las redes sociales, y el desagrado ante ellas, ya que la mayor parte justificó que solo quitaban el tiempo.

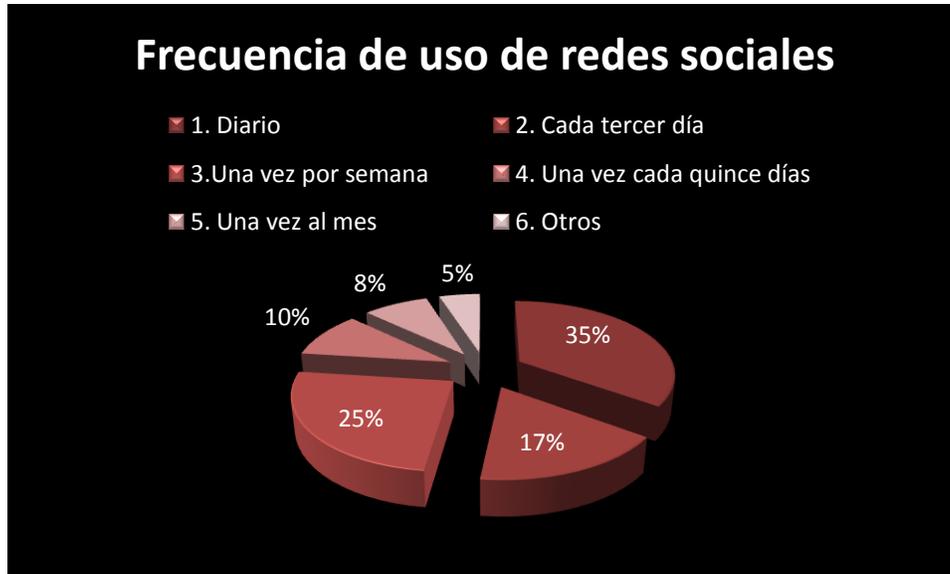
De esta pregunta hasta la número 11 se continuó encuestando a los 276 que acertaron en usar estas, ya que era necesario que conocieran el funcionamiento de estas y tuvieran un hábito de utilización.



6.- ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?

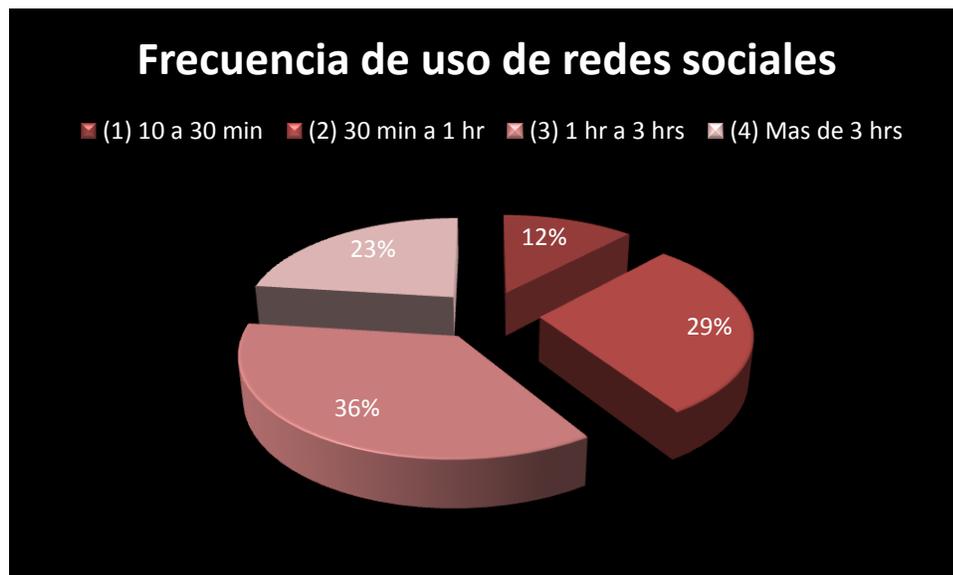
Se utilizaron medidas por días, las cuales tuvo una variación donde aumentaba el número de personas en la primera opción de uso diario para disminuir en la opción que describía que se usaban cada tercer día, para tener un aumento en que lo usaban una vez por semana. Esta variación se debe a que las personas que no tiene acceso a las redes diariamente son porque sus labores cotidianas no se lo permiten, e incurren a la opción de revisar sus cuentas cada fin de semana.

Y las personas que nos dieron como opción que tendían otra frecuencia comentaron que revisaban sus cuentas, cuando tenían tiempo o cuando se acordaban y generalmente era después de un mes.



7.- ¿Cuánto tiempo dedicas a utilizar las redes sociales?

Los parámetros fueron dados en tiempo de uso, donde se nota el aumento es considerable en la penúltima opción que es de 1 a 3 horas, donde los encuestados comentan que tiene mayor tiempo para revisar cuentas, y distraerse. Pero disminuyo en cuanto dábamos la opción de más de 3 hora, esto debido a que no encuentran mayor satisfacción en el uso después de este rango de tiempo.

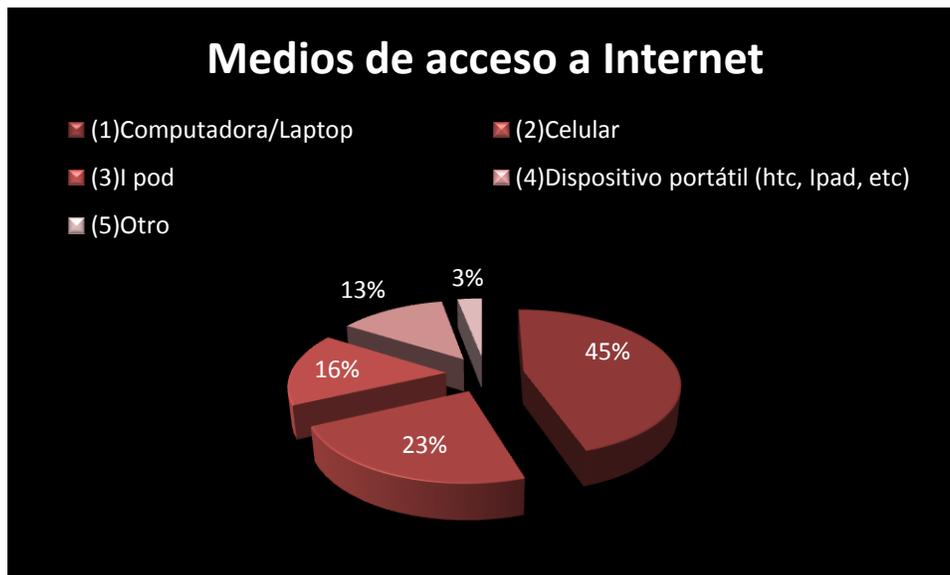


8.- ¿A través de qué medio accedes comúnmente a las redes sociales?

Con esta pregunta se busca encontrar una respuesta que nos ayude a medir el tipo de herramientas que utilizan para revisar las cuentas de redes sociales, conocer hacia dónde se dirige el mercado, e intentar predecir que nuevos cambios podrían tener las redes sociales, así como el conocimiento del por qué la frecuencia de uso.

La mayoría de los encuestados contestaron con un alto nivel marcado de respuestas, que utilizan la computadora de escritorio o Laptop para hacer las actividades que se requieren en este tipo de medios de comunicación.

Seguido por el celular que probablemente desplace las herramientas anteriormente mencionadas.

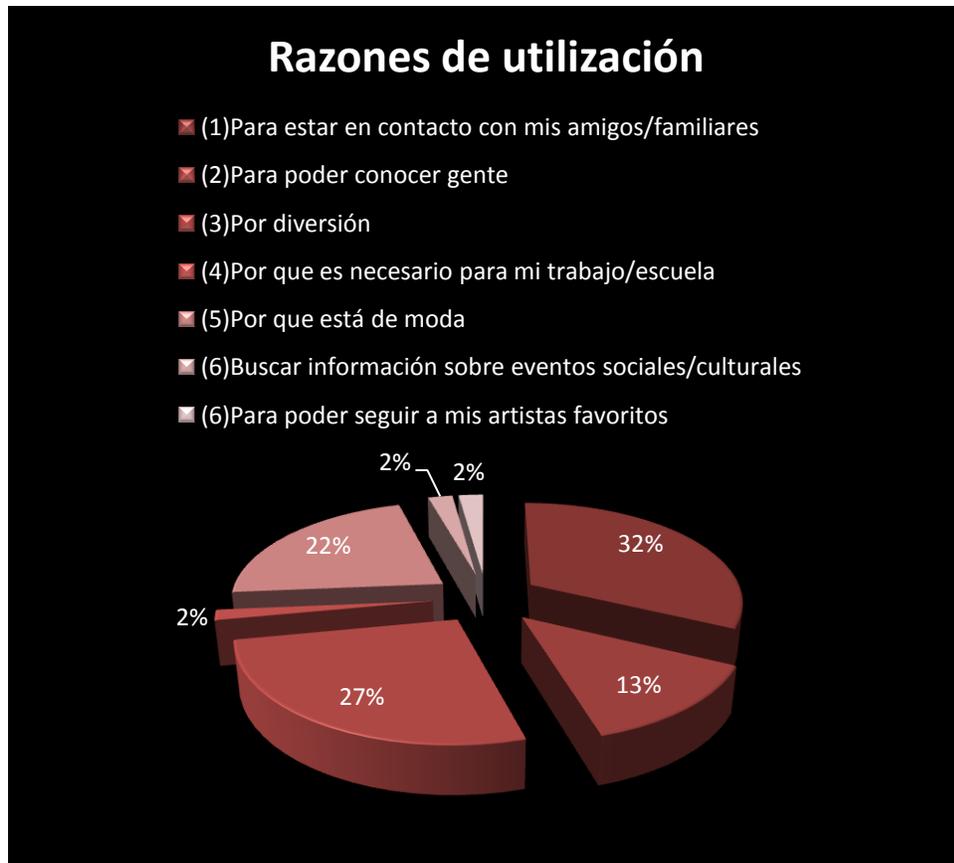


9.- ¿Cuál es la razón principal por la cual usas esa cuenta?

Se dieron 8 opciones de las cuales las ganas de socializar fueron las que más puntaje obtuvieron ya que este tipo de herramientas se usa como medio de comunicación entre personas cercanas y lejanas.

Y con menor puntuación se tubo los intereses en artistas, temas sociales o culturales.

Esta pregunta fue diseñada a fin de que los encuestados pudieran tomar como opción a más de una respuesta.



10.- Hablando de las redes sociales, ¿Me podrías mencionar algunas de las que conoces?

Como opciones se dieron las más populares y nuevas, donde tuvo más puntaje la que tiene por nombre Facebook por mayor interacción con las personas que se conocen.

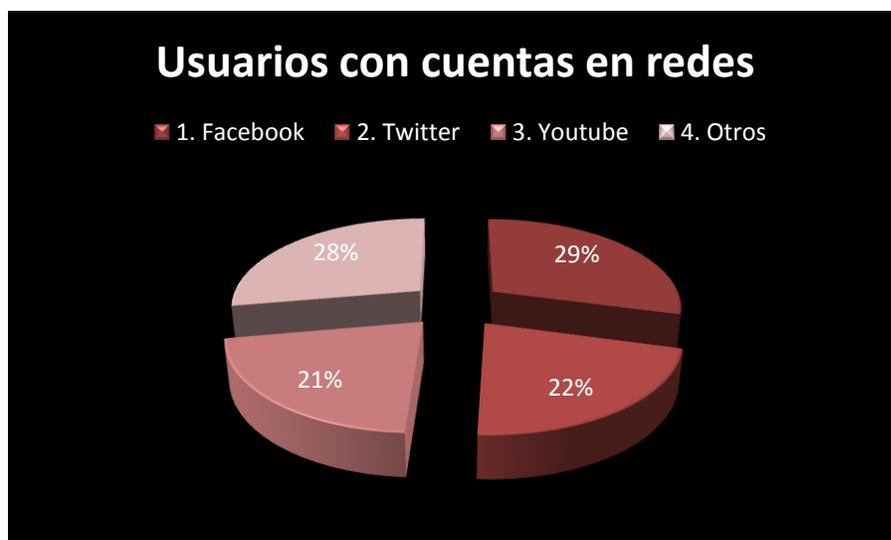
Como otras opciones nos nombraron Hi 5, My Space, Tuenti, Sonico, Taringa, Fotolog, Metroflog, Badoo entre otras.



11.- Actualmente ¿Tienes alguna cuenta de redes sociales activa?

Esta opción fue diseñada con la oportunidad de que los usuarios pudiera elegir más de una opción, de esta manera notamos que 50 de los usuarios tiene de todo tipo cuentas, entre las más conocidas se puede notar que 100 tiene Facebook y Twitter al mismo tiempo.

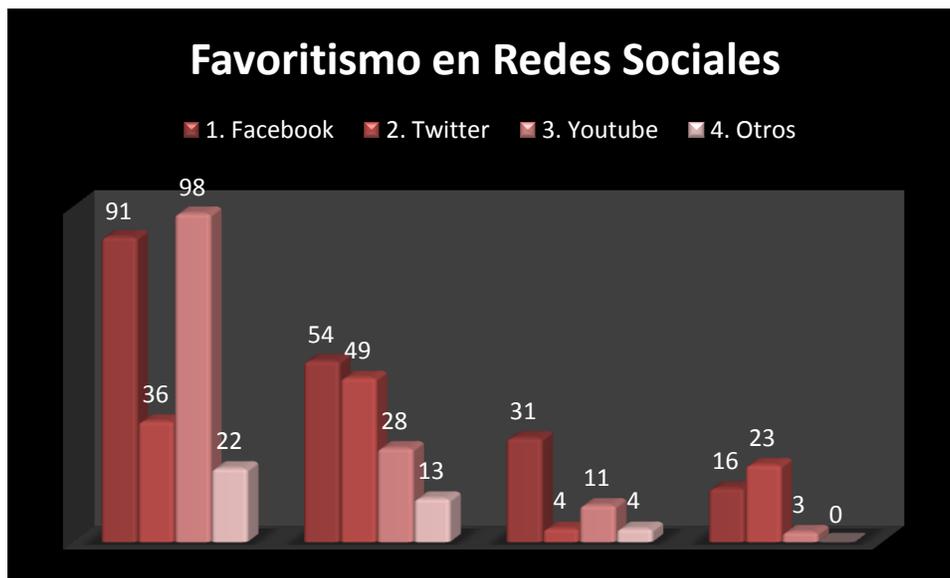
Y aunque Youtube sea uno de los más conocidos, sólo 140 de 271 han abierto una cuenta en esta red.



11 A.- Y de las que acabas de mencionar enumera del 1 al 4 ¿Cuál es la más utilizada?

Dado que todos conocen las 3 redes sociales enumeran del favorito al menos usado tenemos como resultado que la 91 de los encuestados utiliza mas el Facebook, siendo menor que los que utilizan mas a Youtube los cuales son 98 personas.

También se pudo analizar que 23 personas utilizan en un cuarto lugar al Twitter, y en definitiva desaparecen las redes sociales opcionales.

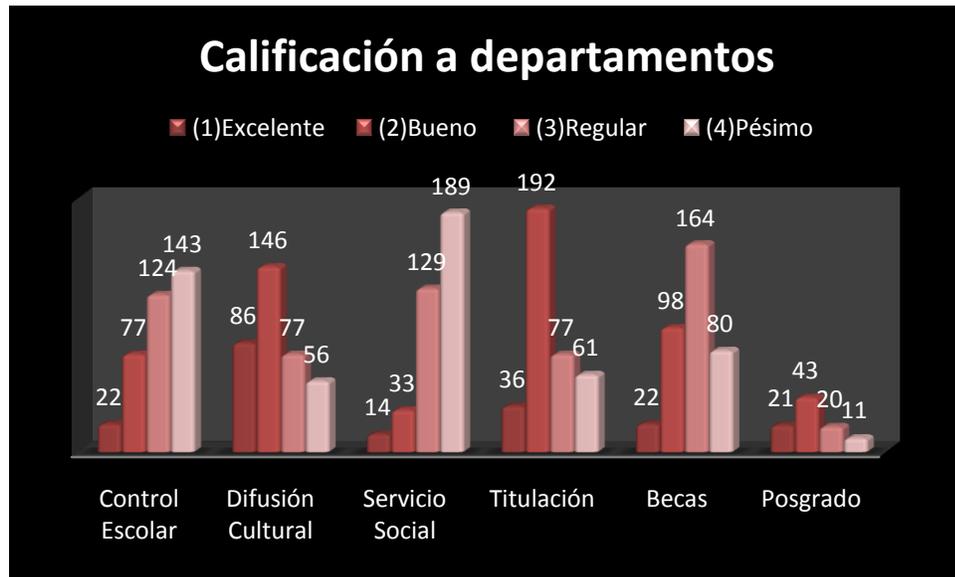


Todo entrevistado.

Continuando con la entrevista para los estudiantes que conocen las redes sociales, y dirigiendo a esta sección a los que nombraron no conocer las redes sociales, llegamos a la etapa donde todo estudiante de la Escuela Superior de Comercio y Administración conoce.

Dándoles la apertura de escuchar las situaciones y experiencias que han vivido en la escuela.

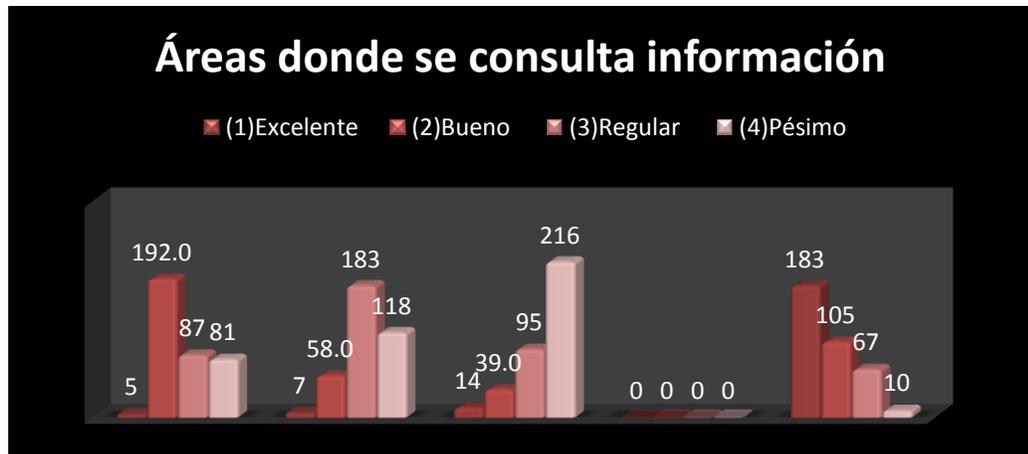
12.- Hablando de la escuela, me podrías decir cómo calificas la información que brinda la Escuela Superior de Comercio y Administración en los siguientes departamentos, donde;



13.- De los medios de comunicación que están en la escuela ¿podrías darme la calificación que le otorgas?

Calificaron a los departamentos como buen medio de comunicación, la mayoría de los alumnos calificó a la página como regular, y a los carteles les dieron la calificación de pésimo ya que no siempre son vistos.

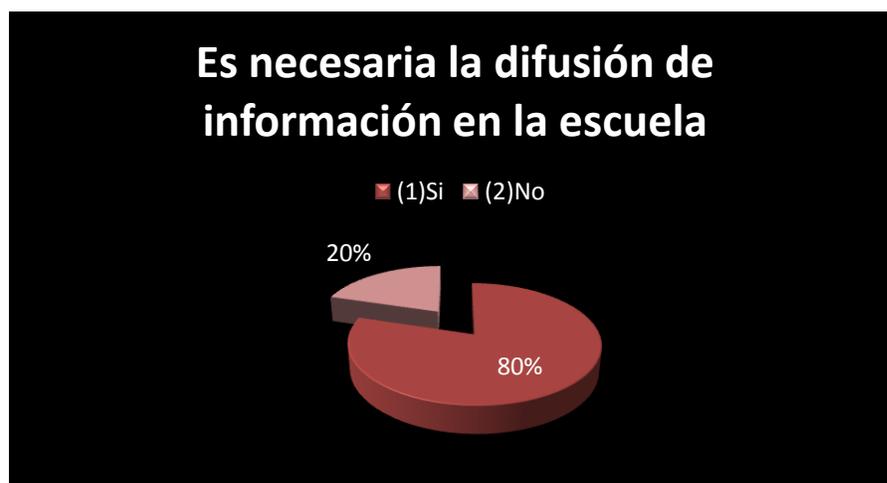
Y como opción de otros medios de comunicación comentaron que la mayoría de las veces se enteraban de la información por la comunicación de boca en boca o anuncios de los profesores.



14.- ¿Crees que falta difundir de otra forma los eventos, información y fechas importantes para los alumnos?

Las opciones eran sí o no, los alumnos que contestaron que si hacía falta difundir la información escolar, tanto en los aspectos culturales como en los de gestiones y procedimientos escolares, comentaron que en ocasiones se tornaba tediosos ir más de una vez a los departamentos por el mismo tramite, ya que en las visitas no se daba la información completa. Con respecto a los horarios y fechas de entrega de documentos no siempre se daban a conocer de manera fácil, ya que había que estarlos buscando en los espacios donde colocan hojas de información.

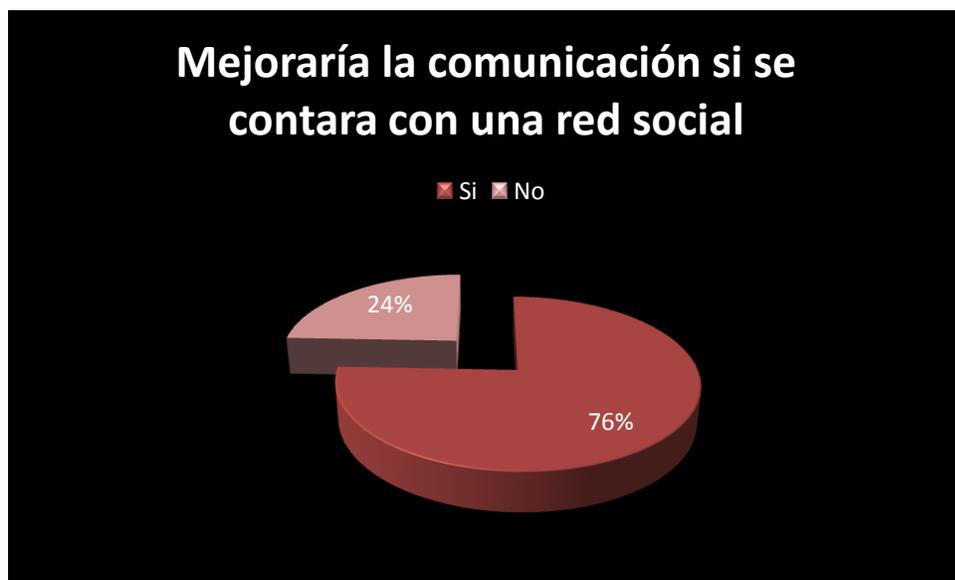
Los que contestaron que no era necesaria la difusión, era porque no les daba mayor contratiempo ningún tipo de gestión escolar.



15.- Si la escuela contara con una cuenta de red social, para la difusión de su información esta ¿Mejoraría?

276 alumno respondieron que si mejoraría ya que la mayoría estaban más familiarizados en consultar este tipo de sitios por sus actividades cotidianas. Y no necesariamente tendrían que buscar la información ya en algunos las actualizaciones se dan automatizadas.

También comentaron que esta herramienta funcionaria siempre y cuando se diera completa, o como recordatorio para consultar en página de internet o en los departamentos correspondientes.



El 37 % de los encuestados acertaron que sería más fácil enterarse de la información que en ocasiones no se enteraban por que no sabían las fechas exactas de consulta tanto en página de internet como en departamentos.

Como siguiente opción los alumnos respondieron que podrían encontrar información actual y en tiempo, seguido por la opción de enterarse de eventos culturales.

Tan sólo 7 estudiantes contestaron que costaría más trabajo encontrar información con esta herramienta.

Y 29 comentaron que sería lo mismo, teniendo una pequeña probabilidad de mejorar.



### 3.2 Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales.

#### ¿Para qué sirven las redes sociales?

##### 3.2.1 Ventajas.

Las redes sociales se han convertido en todo un fenómeno social. Están revolucionando la forma de comunicarse y de interactuar. Ofrecen muchas posibilidades que pueden llegar a ser valiosas para diversos ámbitos de la vida. Para sacarles el máximo partido, es preciso conocer sus ventajas e inconvenientes. A continuación, determinamos los pros y los contras principales de estas plataformas.

Las ventajas de las redes sociales son numerosas. Su atractivo esencial radica en la participación e interacción que proporcionan a los internautas. La relación entre los usuarios en estas plataformas pasa de ser vertical a horizontal, posibilitando que todos estén al mismo nivel. Cualquiera puede convertirse en emisor y producir sus propios contenidos.

Gracias a las redes sociales, es posible ponerse en contacto con gente a la que en la vida cotidiana no se podría acceder. Permiten establecer relación con personas de diferentes sectores y países. Las redes sociales han alcanzado una especial relevancia en los tiempos de crisis. Las redes de carácter profesional son una buena herramienta para establecer contactos profesionales y encontrar oportunidades laborales. Las empresas hacen cada vez un mayor uso de estas redes a la hora de buscar personal.

Las redes sociales son una plataforma idílica para el ocio. Posibilitan desarrollar hobbies y formar parte de diversas comunidades. Permiten acudir a eventos y participar en actos y conferencias. Sirven para mantenerse en contacto con los amigos, especialmente con los que viven lejos. Con la ayuda de estas redes, se diluyen las fronteras geográficas.

Otra ventaja de las redes sociales radica en la posibilidad de incrustar todo tipo de contenidos. Es denominado “life streaming” que posibilita tener toda nuestra vida resumida en la red social. El potencial de las redes sociales es enorme. Como cualquier aplicación también tienen sus puntos débiles que se han de conocer.

### **3.2.2 Desventajas.**

Invasión de la privacidad.

Al utilizar las redes sociales es muy común que se solicite la creación del perfil. En algunos casos puedes mentir, pero lo cierto es que el fin de las redes sociales de amigos, por ejemplo, es el de socializarte, encontrar a amigos que hace tiempo que

no veías, intercambiar opiniones con otros compañeros... Y no tiene mucho sentido si no se sabe quién es cada uno. Y si incluyes el perfil, incluyes tus datos personales, tu fotografía, tu fecha de nacimiento... todo aquello que te distingue como persona y te diferencia de los demás. Es como publicar tu DNI, exponer al público todo lo que eres. Y ¿hasta qué punto sabemos que todos tus datos no se van a utilizar para otros fines? Muchos anunciantes están siempre esperando conocer la información de sus potenciales clientes, y las redes sociales tienen esos datos tan suculentos para las empresas anunciadoras. ¿Qué te gusta consumir? Coloco junto a tu perfil un anuncio de aquello que anhelas para provocarte a comprarlo.

Esta situación está provocando que haya empleos en los que se espíe a los trabajadores, se entra en una red social para conocer qué es lo que hace incluso durante el tiempo que debería estar trabajando. Las redes sociales también están sirviendo para conocer a la persona que se postula a un puesto de trabajo antes de conocerla personalmente. Y esto puede cambiar la balanza hacia un lado o hacia otro de la decisión.

Falta de seguridad.

Unido a esta exposición pública de tu privacidad está la falta de seguridad. Hay demasiada información personal rodando por ahí, y pocas garantías de que esté bien resguardada.

El pasado 3 de febrero se dio a conocer que miles de delincuentes sexuales, muchos de ellos previamente expulsados de MySpace, contaban con cuentas en Facebook. Estos 'refugiados cibernéticos' ponen de manifiesto que en una comunidad tachada de segura, miles de personas acusadas de abusos sexuales continúan manteniendo relaciones virtuales en la red.

Justo un día después se dio conocer un macabro negocio sexual, en el que Anthony Stancl, se hizo pasar por chicas de instituto que flirteaban con chicos menores de edad, convenciéndoles para que le enviaran fotos desnudos. Una vez que el joven, de 18 años, tenía las imágenes en su poder chantajeaba a los adolescentes, obligándoles a mantener relaciones sexuales con él.

Facebook rápidamente reaccionó afirmando que menos sólo un 1% de sus cuentas, en estos momentos cuenta con 150 millones de usuarios, son falsas. Curiosamente, eso sitúa el número de cuentas falsas en los 1,5 millones.

La participación en las redes sociales no está exenta de riesgos, como los robos de identidad. Incluso los usuarios más cuidadosos pueden entregar información personal a extraños sin que se den cuenta, al bajar e instalar una aplicación diseñada por terceros y que incluyen juegos, competencias, concursos de conocimientos y regalos virtuales. Las personas que ingresan a estas redes piensan que esa información, que considera privada, pueden verla solo los amigos o grupos específicos, pero los programadores a veces la utilizan para poner en contacto a usuarios con intereses parecidos. Otras veces se usa para difundir publicidad orientada a sectores específicos, tomando en cuenta cosas como la edad y el género.

### **Adicción.**

¿Cuántas horas pasas conectado a una red social? ¿Cuánto hace que no quedas para tomar un café? Se ha modificado la forma de relacionarnos y el ordenador se ha convertido una herramienta básica de la que no podemos desprendernos.

El director de un blog recibió un mail en el que decía que no podía estudiar porque le habían cerrado su cuenta en Facebook:

"Querido Michael, Soy un estudiante universitario en la Universidad de Michigan y Facebook ha desactivado mi cuenta. Me he dado cuenta, a partir de la lectura de su blog, tiene conexiones con el personal de Facebook. ¿Puedes por favor reenviar este correo a alguien o hacer algo ... yo no puedo ser un estudiante universitario sin Facebook. Yo no hice nada para que mi cuenta desactivada... que acaba de pasar la noche del domingo. Les he enviado por correo electrónico, pero no les importa. "

Un usuario de Tuenti dejó durante la madrugada una media de 78 comentarios por hora en el blog de Tuenti, pidiendo la vuelta cuanto antes del servicio cuando se migraron los servidores para ofrecer un mejor servicio. Para esa persona las redes sociales son una auténtica adicción:

"Llevo desde las 00:20 aproximadamente, recargando la pagina de Tuenti cada 5 minutos y todavía no funciona... estoy empezando a tener sudores extraños, tengo ansiedad, siento que me falta algo..."

Sin duda son los síntomas de cualquier adicción, un "mono" por utilizar un servicio que en ese momento en concreto no funcionaba. ¿No es capaz de esperar al día siguiente?

### **¿A dónde vamos a llegar?**

Hay una cierta falta de control de los datos. Todo lo que publicamos, puede convertirse en propiedad de las redes sociales. Hace poco Facebook anunció que todos los contenidos pasarían a formar parte de su propiedad, aunque después rectificó comunicando que de momento no iba a adoptar esta medida. Las redes sociales pueden devorar todo nuestro tiempo. Hay que saber administrarlo bien para no pasar la vida delante de la pantalla.

Para que se pueda sacar el máximo provecho de las redes sociales sin caer en ningún peligro, hay que aprender a navegar y a configurar la herramienta de

privacidad. El hecho de conocer las ventajas e inconvenientes ayudará a hacer un buen uso de estas aplicaciones para aprovecharlas en la vida personal, profesional y académica.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Noticias relevantes de todos los ámbitos	Pérdida de privacidad
Medio actual utilizado por la mayoría de los jóvenes	Mala imagen a la institución por presencia de comentarios dañinos
Aplicaciones variadas	Información puede ser vista como no verídica
Retroalimentación constante sobre lo que los alumnos necesitan	Medio informal
Interacción directa con los alumnos	Solo serán noticias rápidas
Se podrán hacer comentarios	
Información en tiempo real	
Gran alcance	
Cercanía con los estudiantes	

Con esto podemos observar que las ventajas son mayores ya que en este momento es el medio de comunicación de mayor auge es por ello que sólo lo utilizaremos como un complemento de nuestra página de internet actual. Ya que como sabemos estos medios de comunicación son temporales así que deberán ser actualizados constantemente.

# **CAPÍTULO IV**

## **DESARROLLO DEL PROYECTO**

Para empezar un gran proyecto, hace falta valentía.  
Para terminar un gran proyecto, hace falta perseverancia.

#### 4.1 Creación de la cuenta de Twitter de la E.S.C.A.

Al encontrar un punto esencial en el desarrollo de las actividades y de la mejora en el servicio de la Institución decidimos crear la cuentas en la redes sociales en la que aplicamos nuestra investigación, lo primero es entrar a la página [www.twitter.com](http://www.twitter.com).



Debemos ingresar los datos que nos solicita:

- Nombre.
- Correo electrónico.
- Contraseña.

### 4.1.1 Apertura de la cuenta

El paso siguiente es simplemente aceptar el ingreso a la red social con el nombre y datos que especificamos.

twitter ¿Tienes cuenta? Iniciar sesión

**Es tu turno.  
Únete a Twitter.**

esca santotomas ✓ El nombre se ve genial.

seminarioesca@hotmail.com ✓ Te enviaremos una confirmación por correo electrónico.

●●●●●●●●●● ✓ La contraseña está bien.

escasantotomas1 ✓ El nombre de usuario está disponible.

Recomendaciones: [ESantotomas](#) [seminarioesca](#)

Mantenerme conectado en esta computadora.

Al hacer clic en el botón, estas manifestando estar de acuerdo con los términos descritos abajo:

Estas Condiciones del servicio (términos) regulan el acceso y la utilización de los servicios y sitios web de Twitter (los

[Versiones imprimibles:](#)  
[Condiciones de Servicio](#) [Política de Privacidad](#)

**Crear mi cuenta**

Nota: Otros podrán encontrarte por nombre, nombre de usuario o correo electrónico. Tu correo electrónico no será mostrado públicamente. Podrás cambiar tu configuración de privacidad en cualquier momento.

Sobre Nosotros · Ayuda · Blog · Estado · Trabajos · Condiciones · Privacidad · Publicidad · Negocios · Media · Desarrolladores · Recursos · © 2011 Twitter

### 4.1.2 Confirmación de la cuenta.

Damos click en la parte inferior donde se encuentra el mensaje crear mi cuenta. En este paso estamos aceptando las políticas y el contrato propuesto, esto con la finalidad de que el público usuario esté informado de las condiciones a las cuales deberá acatarse una vez creada la cuenta, dado que la información publicada será observada por diversas personas en todo el mundo.



### 4.1.3 Inicio de sesión.

Con los pasos anteriores se ha realizado la creación de la cuenta en la que pondremos los datos, procedimientos y toda la información en esta red de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás y la próxima vez sólo tendremos que iniciar sesión de la siguiente manera, en la página principal mencionada en el punto uno, debemos seleccionar la opción iniciar sesión y poner el nombre de la cuenta y la contraseña que fueron designadas al inicio de la creación de la cuenta.

Se deberá tener extremo cuidado en respetar mayúsculas y minúsculas en la contraseña ya que en caso contrario será denegado el acceso a la cuenta.

twitter

¿Eres nuevo en Twitter? [Únete Hoy »](#)

**Iniciar sesión en Twitter**

Nombre de usuario o correo electrónico

Contraseña

Recuerda mis datos

[¿Olvidaste tu contraseña o nombre de usuario?](#)

[¿Ya usas Twitter vía SMS? Activa tu cuenta >](#)

[¿Nuevo en Twitter? ¡Únete Hoy!](#)

Idiomas · Deutsch ·  Español · Français · English · Italiano ·  Português · Русский · Türkçe

Sobre Nosotros · Ayuda · Blog · Móvil · Estado · Trabajos · Condiciones · Privacidad · Publicidad · Negocios · Media · Desarrolladores · Recursos · © 2011 Twitter

#### 4.1.4 Operativa.

La forma en que se realizan las actividades en el Twitter es en un espacio de 140 caracteres, poner un mensaje en el que se dé información o se promuevan actividades de la institución, las personas que gusten podrán revisar la cuenta creada para identificar la información que les interese, si por otro lado ellos tienen una cuenta de Twitter pueden simplemente seguir la cuenta de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás y en su perfil aparecerá en el momento lo que las personas encargadas de actualizar la información hayan hecho saber.

Se puede seguir a los estudiantes o docentes que nos sigan en la cuenta y así podrán realizar preguntas directas y de la misma forma responder sus dudas. Otra de las opciones es que pueden ponerse fotos y videos con lo cual se podrán promover la publicidad visual de las actividades de la escuela.

Se podrán poner links para que sea de fácil acceso a las páginas que contengan información de mayor detalle.

## 4.2 Creación de la cuenta de Facebook de la E.S.C.A.

### 4.2.1 Apertura de la cuenta.

El primer paso para la creación de esta cuenta es ingresar a la página del Facebook que es: <http://es-es.facebook.com/>.

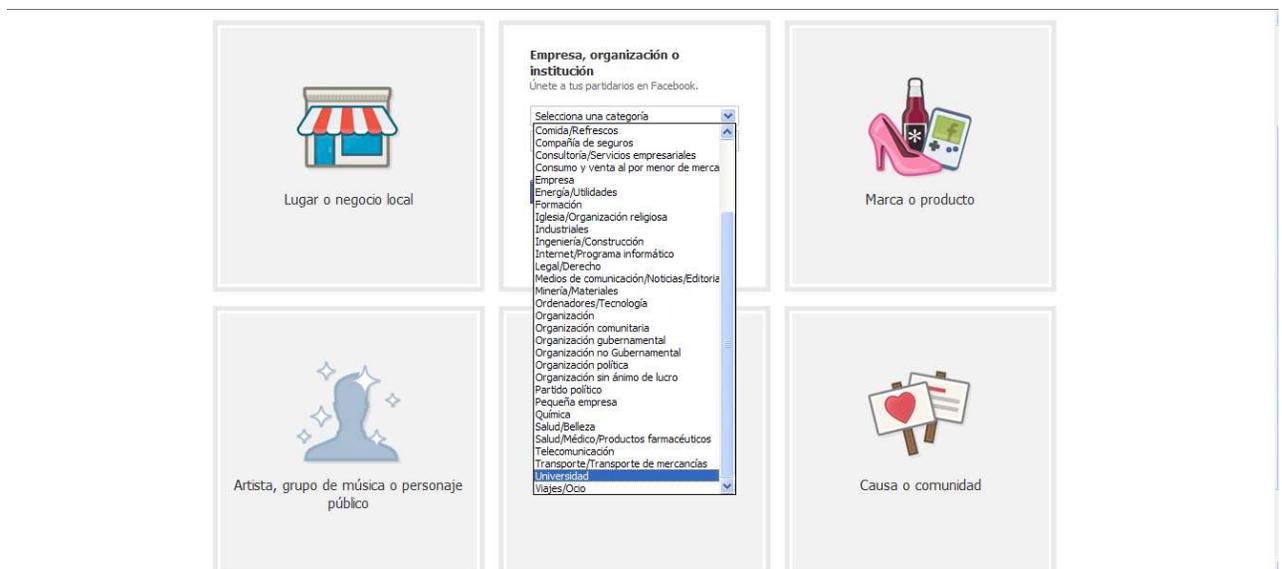
Al estar en la ventana principal, vemos que hay 2 opciones de cuentas:

- Cuenta normal.- Esta cuenta va encaminada para cualquier persona que esté interesada en inscribirse en esta red social.
- Cuenta para una celebridad, grupo de música o un negocio.- Esta es, por las características que ella conlleva, la cuenta que se adecua a nuestros propósitos, por lo damos click en el apartado inferior derecho donde se encuentra la indicación.

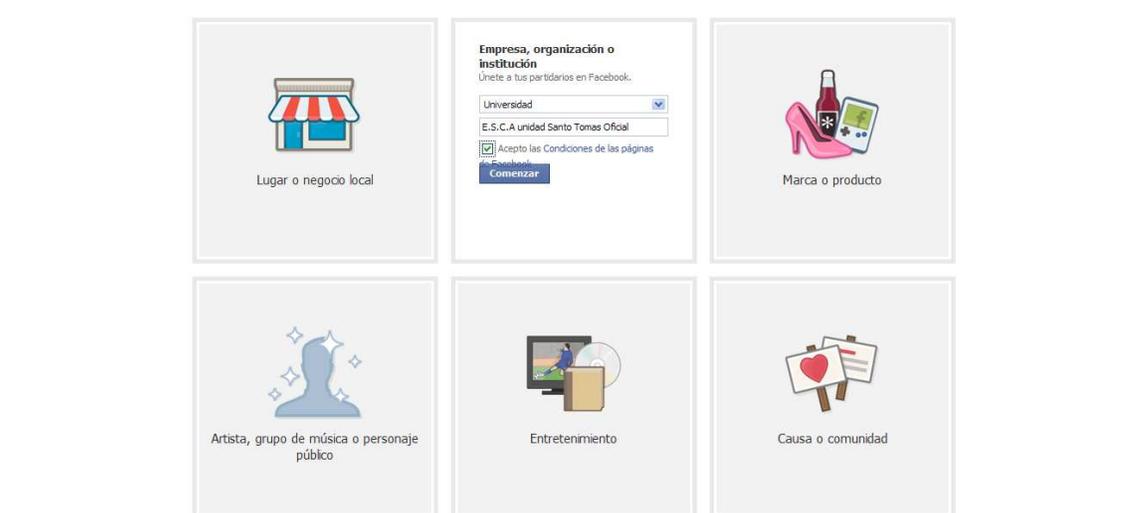
En la ventana posterior, encontramos las diferentes clasificaciones o categorías a elegir. En esta nueva ventana el usuario debe elegir la categoría a la que más se apegue, y en nuestro caso, la que debes de elegir es la que se encuentra en la parte superior, en la sección central, llamada: Empresa, Organización o institución.



Después de dar click en el apartado antes citado, nos despliega las opciones, que son más específicas que las de la anterior clasificación, en la que entraría la que quiere dar de alta su cuenta. En este caso concreto elegimos la opción de universidad, porque nuestra tesina va encaminada a ese objetivo.



El paso siguiente a la elección de la categoría, es el llenado del nombre, que queremos tenga nuestra cuenta, dar click en “aceptar los términos” para que así quede activado el botón de “comenzar” y poder pasar a la siguiente ventana a fin de crear la cuenta de la escuela.



#### 4.2.2 Datos básicos.

Siguiendo con la creación de nuestra cuenta de Facebook, llegamos a la ventana donde debes de elegir entre 2 opciones:

- a) Ya tengo una cuenta de Facebook.- elegir esta opción implica ya haberse registrado previamente en esta red social
- b) No tengo una cuenta de Facebook.- Esta opción es para abrir la cuenta que sería el administrador de la cuenta de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.

Como nosotros ya contamos con una cuenta, procedemos a dar click en la primera opción “Ya tengo una cuenta de Facebook”.

**Crea una cuenta en Facebook**

Ya tengo una cuenta en Facebook  
 No tengo una cuenta de Facebook.

Dirección de correo electrónico:

Contraseña nueva:  [?]

Fecha de nacimiento: Día:  Mes:  Año:   
 Por favor, introduce tu fecha de nacimiento. ¿Por qué es esto necesario?

Control de seguridad:

Escribe las dos palabras que aparecen abajo, separadas por un espacio.  
 ¿No puedes leer las palabras de abajo? Prueba con otras palabras o un CAPTCHA de audio.



Texto que se muestra en la imagen:  ¿Qué es esto?

He leído y acepto las Condiciones de uso y la Política de privacidad.

[¡Regístrate ahora!](#)

¿Problemas para registrarte? Consulta nuestras páginas de ayuda

En este apartado ponemos los datos de la cuenta de Facebook que será la administradora y damos click en entrar.

**facebook**

**Crea una cuenta en Facebook**

Ya tengo una cuenta en Facebook  
 No tengo una cuenta de Facebook.

Dirección de correo electrónico:

Contraseña:

No cerrar sesión

[Entrar](#)

Facebook © 2011 · Español Móvil · Buscar amigos · Insignias · Personas · Páginas · Acerca de · Publicidad · Crear una página · Desarrolladores · Empleo · Privacidad · Condiciones · Servicio de ayuda

En esta nueva ventana procedemos a seguir los pasos indicados:

- 1.-Elegimos la imagen que queremos se muestre a los seguidores de nuestra cuenta.
- 2.-Posteriormente, en este apartado buscamos los contactos, para que sean mandadas la invitación de “seguir” nuestra cuenta.

3.-Por último llenamos la información básica de la cuenta, con un máximo de 255 caracteres, además de agregar un link a la página de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás [www.escasto.ipn.mx](http://www.escasto.ipn.mx).

Para que al final podamos llegar a la siguiente pantalla, lo cual quiere decir que hemos terminado el proceso de creación de nuestra cuenta.



#### 4.2.3 Operativa.

Al ser una cuenta de una institución educativa, las personas que tengan cuenta de Facebook podrán agregarnos con el simple hecho de dar click en “me gusta” y así poder estar en contacto.

A la hora de agregar nueva información a nuestra cuenta, las personas con las que estemos agregadas podrán recibir las actualizaciones de lo nuevo que hay y así poder enterarse de manera oportuna.

En esta red social no hay un límite de caracteres a escribir, por lo cual es posible, redactar textos que contengan una gran cantidad de letras para poder así, brindar una información más detallada y sin posibilidad a que sea confusa o ambigua.

Los contactos podrán poner sus dudas, comentarios o sugerencias en la zona de muro, que es de fácil acceso y que a la hora de iniciar sesión podemos revisar uno a uno.

Como Facebook es una red social muy amigable, nos da la opción de subir videos, fotos o enlaces de demás páginas. Tenemos la opción de poder subir los datos de la escuela para una mejor ubicación de la misma, como son:

- a) Teléfonos.
- b) Dirección.
- c) Nombre de la institución.

Por esto y muchas cosas más Facebook es una red social, ideal para dar a conocer una empresa, institución o todo lo que se desea, porque incorpora una opción en la cual podemos crear anuncios, para así atraer la atención de más personas y en nuestro caso, tener agregados al mayor número de alumnos posible y hacer eficientes los trámites ante la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás, dar a conocer todas las actividades realizadas en dicho plantel y su oferta educativa, para el incremento de la sociedad estudiantil de la escuela.

# CONCLUSIÓN

Hay un pasado que se fue para siempre  
pero hay un futuro que todavía es nuestro.

Al realizar el trabajo de la tesina podemos demostrar que la tecnología es necesaria para seguir avanzando en la competencia diaria de calidad que existe entre las instituciones, nos dimos cuenta que a pesar que la escuela tiene una labor constante para la mejora continua y que ha realizado avances muy importantes en el campo tecnológico, como escuela fundamental en la sociedad mexicana es necesario no permitir descuidar ningún aspecto que surge diariamente en nuestra comunidad y que repercute mundialmente.

Por lo anterior queremos concluir que este trabajo no solo es una investigación como tal sino también una forma de agradecer y regresar a nuestra escuela un poco de todo lo que nos ha brindado, instituyendo un mejor servicio en todas las áreas y manteniéndola en los primeros lugares de excelencia.

En números pudimos observar lo siguiente:

Respecto a las respuestas obtenidas en la encuesta realizada para la presente investigación se concluye que el 63% de los alumnos de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás utilizan el Internet diariamente para buscar información que ayude a la realización de las tareas, pasatiempos, diversión, la consulta de mail y redes sociales. Con un promedio de tiempo de utilización de entre 1 y 3 horas.

Y para saber en qué escenario se comenzara el proyecto se pregunto cuántos de los encuestados tenían alguna red social, respondiendo asertivamente que el 76 % de los alumnos las utilizan, en su mayoría con un 35 % diariamente, seguidos por un 25% cada tercer día, con un promedio de utilización de 1 a 3 horas. Consultándolas en su mayoría por computadora de escritorio o Lap top, seguidos por el celular. Un 32% de los encuestados comento usarla porque de esta manera se mantienen comunicados con sus amigos, la segunda respuesta más común fue

de un 27 % indicando que las consultaban porque de esta manera conocían gente nueva y 22% justificando que era por diversión. De esta manera se comprobó que los jóvenes universitarios son altamente perceptivos a la información publicada en estos medios de comunicación, pero con mayor frecuencia el Facebook con un 29% y un 22% el Twitter.

También gracias a los resultados de las encuestas se puede concluir y comprobar que los departamentos de gestión escolar están considerados entre los alumnos como de entre regular y pésimo servicio comentando que en algunos casos tienen que regresar por el mismo trámite para la rectificación de errores.

Para finalizar y unificar los resultados de la presente investigación es necesario hacer mención que es indispensable crear nuevas formas de comunicación ya que el 80% de los encuestados comenta que es necesaria una nueva manera de informar a los alumnos. De esta manera sería más fácil enterarse de las gestiones y eventos de una manera correcta y en tiempo preciso.

En definitiva la propuesta hecha en este documento tiene una alta posibilidad de éxito ya que las redes de comunicación propuestas en este caso Facebook y Twitter tienen un gran auge no sólo en México, en todo el mundo y con mayor fuerza en los estudiantes.

Como se pudo analizar las redes sociales van mejorando y las que se proponen utilizar en la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás es posible que sean sustituidas por unas mejores, por lo tanto debemos estar preparados para realizar ese avance teniendo como soporte la experiencia de la utilización de las actuales.

# **BIBLIOGRAFÍA**

Si no te esfuerzas hasta el máximo,  
¿Cómo sabrás dónde está tu límite?

**Libro (s):**

Aguaded Gómez, J.I. y Cabero, J. (2007). *Educación en red. Internet como recurso para la educación*. Sevilla, España: Ediciones Aljibe.

Alder Lomnitz, L. (1995). *Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de antropología Latinoamericana*. México D.F.: M.A Porrúa.

Castells, M. (2003). *La galaxia internet reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés.

Castro Rodríguez, M.; Ferrer Esteban, G.; Freile, M.; Rodríguez Rodríguez, R.; Vera Vila, J.; Zafra Jiménez, M.; Zapico Barbeito, H. (2007). *La escuela en la comunidad: la comunidad en la escuela*. España: Editorial GRAÓ de IFIF, S.L.

Domanech Francesch, J. Viñas Cirera, J. (1997). *“La organización del espacio del tiempo en el centro educativo”* (3ra Edición). España: Editorial GRAÓ de IFIF, S.L.

Echeverría, J. (1999). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona (destino): Editorial Destino.

Fernández Enguita, M. y Terreén, E. (2008). *Repensando la organización escolar*. Madrid, España: Ediciones Akal. S.A.

Ferres, J. y Marques Graells, P. (1996). *Comunicación educativa y nuevas tecnologías*. Barcelona: Cisspraxis. S.A.

García Hoz, V. (1975). *Organización y dirección de centros educativos*. Madrid: Cincel.

Grau Company, S. (2005). *La organización del centro escolar. Documentos para su planificación*. España: Editorial Club Universitario.

Madariaga Orozco, C.; Abello Llanos, R.; Sierra García, O. (2003). *Redes sociales, Infancia, Familia y comunidad*. Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia: Ediciones Uninorte.

McFedries, P. (1996). *Creando una página web con HTML FÁCIL*. México D.F.: McGraw Hill.

Metzner-Szigeth, A. (2006). "el movimiento y la matriz" – *internet y transformación socio-cultural*. En: revista iberoamericana de ciencia, tecnología, sociedad e innovación.

Molina, J.L. (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

Paz, M.A., Cabrera, S. y Sánchez, H. (2009). *Redes Sociales: La nueva oportunidad*. México D.F.: Infotec.

Puentes, P. (2010). *Análisis del movimiento en la red*. Venezuela: CIDIAT.

Requena Santos, F. (1994). *Amigos y redes sociales*. Madrid: Centro de investigaciones sociológicas & Siglo XXI.

Watts, D.J. (2003). *Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso*. (2 da Edición) Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

## Revistas:

Lozares, C. (1995). *"La teoría de redes sociales"*, Papers, Revista de sociología.

## Internet:

- Agencia Everis. (2010). *Facebook, líder en Latinoamérica (infografía)*. Recuperado de <http://spanish.fastrackmedia.com/blog/post/estadisticas-de-redes-sociales-online-en-america-latina-2010/>
- Artículo Publicado en El Periódico el Universal, miércoles 18 de agosto de 2010. *México, entre las 10 potencias de Facebook*. <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/60276.html>
- Datos obtenidos del estudio realizado por la empresa, Jobvite y otras firmas de reclutamiento de personal. 06 Julio del 2010. Estudio sobre reclutamiento 2010 <http://socialrecruitment.com.mx/estudio-2010-jobvite/>  
[http://web.jobvite.com/rs/jobvite/images/Jobvite%202010%20Social%20Recruiting%20Report\\_2.pdf](http://web.jobvite.com/rs/jobvite/images/Jobvite%202010%20Social%20Recruiting%20Report_2.pdf)
- Documento independiente sin autor y sin fecha. Explosivo *Crecimiento de Twitter en México*. (Versión electrónica) Estudio de Twitter en México. Recuperado el 2008 Marzo de la pagina <http://www.informador.com.mx/tecnologia/2011/276163/6/explosivo-crecimiento-de-twitter-en-mexico.htm>
- Documento independiente, sin autor, sin fecha. *Desventajas de la información en las redes sociales de internet*. Recuperado el 23 de mayo del 2009 de <http://www.dircomsocial.com/video/desventajas-de-la-.com>

- Documento obtenido en la página de internet de la empresa Comscore Agencia de Investigación de Mercados, Ciudad de México, 31 de Agosto de 2010. *Sitios de Microsoft se ubican como la Entidad Online más Visitada en México, Facebook.com se Triplica*  
[http://www.comscore.com/esl/Press\\_Events/Press\\_Releases/2010/8/Microsoft\\_Sites\\_Ranks\\_as\\_Most-Visited\\_Online\\_Property\\_in\\_Mexico\\_Facebook.com\\_Triples\\_in\\_Size](http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Microsoft_Sites_Ranks_as_Most-Visited_Online_Property_in_Mexico_Facebook.com_Triples_in_Size)
- Documento obtenido de la página de Comscore Agencia de Investigación de Mercados. *Situación de Internet en México, Agosto 2010*  
<http://www.tizac.com.mx/wp-content/uploads/2010/11/comScore-Situaci%C3%B3n-de-Internet-en-M%C3%A9xico-Agosto-2010.pdf>
- Dose social sin fecha. *La tendencia de crecimiento de Facebook en México* (Infografía). Recuperado el 18 de diciembre de 2010 de <http://redblogs.org/la-tendencia-de-crecimiento-de-facebook-en-mexico-infografia/>
- Estudio de Mercado realizado por AMIPCI, 12 de Junio del 2011. *Hábitos de uso Internautas*. <http://es.scribd.com/doc/57664991/Habitos-de-los-Internautas-en-Mexico-AMIPCI>
- Maidana, A. Sin fecha. *Redes sociales, necesidad de expresión. Documento recuperado el 3 de octubre de 2008* de <http://enlacedigital.com.ar/i/redes-sociales-necesidad-de-expresion>,
- Prats L. (2010, 24 agosto). *Latinoamérica, líder en crecimiento de internet*. Recuperado de <http://www.pateandopiedras.com/2010/08/latinoamerica-lider-en-crecimiento-de-internet/>

- Sitio web con derecho de autor Twitter, analizado para la presente tesina.  
<http://twitter.com/>
- Sitio web con derecho de autor Twitter, consultado para el análisis en el proceso de registro con respeto al marco legal <https://twitter.com/signup>
- Smepsi. Sin fecha. La importancia de las Redes Sociales. Documento rescatado el 9 de septiembre de 2010 de <http://www.blogsociedad.com/627/la-importancia-de-las-redes-sociales/>,

# **ANEXOS**

Cuando pierdes, no te fijas en lo que has perdido,  
sino en lo que te queda por ganar.

Instituto Politécnico Nacional  
Escuela Superior de Comercio y Administración

Objetivo: Encuesta dirigida a alumnos de la Escuela Superior de Comercio y Administración con el fin de analizar el problema planteado en la tesina realizada para la obtención del título para Contador Público y Licenciado en Relaciones Comerciales.

SEXO			
MASCULINO	FEMENINO		
<b>EDAD</b>		<b>CARRERA</b>	
18-20	_____	CP	_____
20-22	_____	LRC	_____
22-24	_____	LNI	_____
24-26	_____		
>26 años	_____		

1.- ¿Me podrías regalar cinco minutos de tiempo para responder unas preguntas?

(1) SI (Continuar)	(2) No (Agradecer y terminar encuesta)

2.- ¿Me podrías decir con qué frecuencia usas el internet?

Diario	
Cada tercer día	
Una vez por semana	
Una vez cada quince días	
Una vez al mes	
Otras	
Total	

3.- ¿Me podrías mencionar para que actividades lo utilizas?

1. Tarea	
2. Mail	
3. Buscar Información	
4. Diversión	
5. Pasatiempo	
6. Redes Sociales	
7. Otros	

4.- ¿Cuánto tiempo le dedicas a estar en Internet?

(1) 10 a 30 min	
(2) 30 min a 1 hr.	
(3) 1 hr. a 3 hrs	
(4) Más de 3 hrs	

5.- ¿Usas las redes sociales?

(1) Sí	Pasar a la siguiente pregunta
(2) No	Pasar a la pregunta 12

6.- ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?

1. Diario	
2. Cada tercer día	
3. Una vez por semana	
4. Una vez cada quince días	
5. Una vez al mes	
6. Otros (Cuando se acuerda, sin frecuencia después de 1 mes)	

7.- ¿Cuánto tiempo dedicas a utilizar las redes sociales?

(1) 10 a 30 min	
(2) 30 min a 1 hr	
(3) 1 hr a 3 hrs	
(4) Más de 3 hrs	

8.- ¿A través de qué medio ingresas comúnmente a las redes sociales?

(1) Computadora/Laptop	
(2) Celular	
(3) Ipad	
(4) Dispositivo portátil (htc, Ipad, etc)	
(5) Otro	

9.- ¿Cuál es la razón principal por la cual usas esa cuenta?

(1) Para estar en contacto con mis amigos/familiares	
(2) Para poder conocer gente	
(3) Por diversión	
(4) Porque es necesario para mi trabajo/escuela	
(5) Porque está de moda	
(6) Buscar información sobre eventos sociales/culturales	
(6) Para poder seguir a mis artistas favoritos	
(7) Otros	

10.- Hablando de las redes sociales, ¿Me podrías mencionar algunas de las que conoces?

1. Facebook	
2 Twitter	
3 Youtube	
4 Otros	

11.- Actualmente ¿Tienes alguna cuenta de redes sociales activa?

1. Facebook	(1) Sí	(2) No
2. Twitter		
3. Youtube		
4. Otros		

11 A.- Y de las que acabas de mencionar enumera del 1 al 4 ¿Cuál es la más utilizada?

	1	2	3	4
1. Facebook				
2. Twitter				
3. Youtube				
4. Otros				

12.- Hablando de la escuela, me podrías decir como calificas la información que brinda la Escuela Superior de Comercio y Administración en los siguientes departamentos, donde;

	(1)Excelente	(2)Bueno	(3)Regular	(4)Pésimo
1. Control Escolar				
2. Difusión Cultural				
3. Servicio Social				
4. Titulación				
5. Becas				
6. Posgrado				

13.- De los medios de comunicación que están en la escuela podrías darme la calificación que le otorgas.

	(1)Excelente	(2)Bueno	(3)Regular	(4)Pésimo
(1)En la escuela en el departamento correspondiente				
(2)En la página de internet de la ESCA				
(3)Por los carteles pegados en la ESCA				
(4)No me entero de ninguna forma				
(5)Otro				

14.- ¿Crees que falta difundir de otra forma los eventos, información y fechas importantes para los alumnos?

(1)Sí	
(2)No	
¿Por qué?	

15.- Si la escuela contara con una cuenta de red social, para la difusión de su información esta ¿Mejoraría?

(1)Sí	
(2)No	
¿Por qué?	

(1)Sería más fácil enterarse de la información	
(2)Podrías encontrar información más actual	
(3)Enterarme de eventos culturales	
(4)Otros	
(1)Sería lo mismo	
(2)Me costaría más trabajo ingresar	
(3)No estaría la información completa	
(4)Otros	