



**UNIVERSIDAD DE SONORA**  
**DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA**  
**INDUSTRIAL**  
**INGENIERÍA EN SISTEMAS DE**  
**INFORMACIÓN**



**REPORTE FINAL DE PRÁCTICAS PROFESIONALES**

**PRÁCTICAS REALIZADAS EN LA UNIVERSIDAD DE SONORA EN EL**  
**PROYECTO:**

**“CARACTERIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y SU APOYO A LAS**  
**EMPRESAS DE HERMOSILLO SONORA”**

**ASESOR DEL PROYECTO:**

**MARIO BARCELO VALENZUELA**

**ALUMNO:**

**JORGE ABRAHAM MARTÍNEZ IBÁÑEZ**

**EXPEDIENTE:**

**208204490**

# CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	3
2. OBJETIVO GENERAL .....	4
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
4. PROPUESTA DE SOLUCIÓN .....	6
4.1 ALCANCE Y LIMITACIONES DEL PROYECTO.....	6
4.2 JUSTIFICACIÓN.....	6
5. METODOLOGÍA APLICADA .....	7
5.1 Panorama y situación de las ti en el estado de sonora .....	8
5.2 Análisis FODA.....	8
5.3 Caracterización .....	13
5.4 Propuesta de seguimiento de redes sociales en las empresas .....	13
5.4.1 Identificación de los criterios de y parámetros para determinar el uso de las redes sociales por las empresas. ....	14
5.4.2 Elaboración de la base de datos. ....	15
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	17
6.1 RECOMENDACIONES.....	18
6.2 TRABAJOS FUTUROS .....	18
7. RETROALIMENTACIÓN .....	19
8. ANEXOS .....	20
9. BIBLIOGRAFÍA .....	32

# 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, numerosas empresas aprovechan la conectividad de las redes sociales para mejorar la productividad, la innovación, la colaboración, la reputación y la implicación de los empleados. Las redes sociales se presentan como una oportunidad, que cuando son usadas apropiadamente por los empresarios pueden transformar sus procesos laborales. Los negocios tienen que buscar formas de aprovechar la popularidad y el valor comercial de las redes sociales para incrementar el rendimiento de la organización y ampliar los objetivos corporativos.

El presente documento tiene como propósito el de dar una herramienta de diagnóstico sobre el panorama en Internet a las empresas, negocios u organizaciones dentro de la región de Sonora. Se darán a conocer tópicos y metodologías aplicadas por empresas mundialmente conocidas que han adoptado a las redes sociales como un motor de trabajo que ha incrementado ampliamente sus recursos financieros y sus recursos humanos. Una red social en una empresa incrementa la comunicación entre sus empleados y hace que sus procesos de producción fluyan de una manera más eficaz y eficiente.

Además de lo anteriormente mencionado, se pretende dar al lector un vistazo de la historia de como surgieron las redes sociales y como han evolucionado estos últimos años y se han convertido en una fuerte ventaja competitiva en las empresas. Cada empresa o negocio es diferente y cada plataforma de red social también es diferente pero cada una se puede ajustar a las necesidades de cada organización, por eso se muestran las ventajas que vienen con cada red, los impactos que intervienen y todos los beneficios que se pueden obtener de ellas. Intervendrán propuestas de trabajar con las redes sociales y el análisis de un conjunto de redes que pueden ser beneficiadoras a las empresas incluso ejemplos de aquellos negocios que ya las aplican y que han incrementado sus ganancias en niveles altos.

## **2. OBJETIVO GENERAL**

Caracterizar las redes sociales y sus usos en la nueva era de la tecnología, para apoyar la producción y oferta de los productos y servicios de las empresas pequeñas y medianas empresas.

### **2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Llevar a cabo una investigación documental sobre el contexto de las redes sociales en el plano internacional y de posible adecuación al plano regional.

Analizar los esquemas de aplicación y aprovechamiento posible de las redes sociales. Como resultado de éste, se bosquejará su utilización en las empresas locales.

Se analizarán las diferentes herramientas que las redes sociales otorgan para medir el flujo de información y la interacción de los usuarios.

Se analizarán diferentes herramientas para visualizar el comportamiento de las redes sociales, enfatizando en las métricas sobre el flujo y tráfico de información y se compararan para decidir cuál es la mejor opción.

Analizar los resultados para proponer estrategias para enfatizar las acciones mediante las cuales se pueda capitalizar el uso de las redes sociales.

Dar a conocer a las empresas participantes, los resultados del estudio y las estrategias propuestas y medir los resultados obtenidos después de su implementación.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Muchas de las empresas locales no tienen idea de que el mercado actual tiene una tendencia a desplazarse al internet ni mucho menos del posible aprovechamiento y el por qué su negocio puede ser beneficiado por estas nuevas tecnologías. Este problema puede hacer que muchos negocios fracasen al obtener nuevos clientes y conservarlos. Estos clientes desean tener a su disposición un medio para que las empresas vean lo que ellos necesitan y solucionar cualquier problema que se presente con sus productos o servicios.

## **4. PROPUESTA DE SOLUCIÓN**

Realizar una investigación del contexto de las redes sociales y su uso en empresas internacionales, para aprovechar en lo posible las lecciones aprendidas en sus diferentes contextos y campos sobre el impacto que han tenido las redes sociales en éste tipo de organizaciones.

La idea central sería llevar a cabo este conocimiento y el aprendizaje generado en el plano internacional, a las empresas de la ciudad de Hermosillo, para ello, será necesario recopilar datos y conocer su situación actual sobre el uso o sin el uso de una o varias redes sociales. Posteriormente se procesarán esos datos, para bosquejar en lo posible el estado de la situación actual y futura de cada una de ellas.

### **4.1 ALCANCE Y LIMITACIONES DEL PROYECTO**

Dado que el tema es de gran interés y sin soslayar que es de gran complejidad, se pretende trabajar con 80 empresas de la región y de Hermosillo, Sonora.

### **4.2 JUSTIFICACIÓN**

Esta investigación pretende conocer de manera más profunda las técnicas del análisis y usabilidad de las redes sociales, y cómo las empresas pueden explotarla para el crecimiento de su mercado y la demanda de su producto o servicio.

Con esto se espera el diseño de una metodología y una estrategia robusta para implementarla y obtener los resultados esperados por apoyar a las empresas seleccionadas para desarrollar este trabajo.

## 5. METODOLOGÍA APLICADA

Porrúa (2009), argumenta que las redes sociales están cambiando nuestra realidad social y económica más de lo que Internet lo hizo nunca. Son muchos los caminos que se nos brindan para ello aunque todo arranca por ocupar nuestro espacio en la red antes de que lo haga otro y por supuesto no conformarnos con hacerlo en una sola red sino en varias.

Las redes sociales permiten a sus usuarios a encontrarse con amigos de los cuales hace años no teníamos noticias, o hacer nuevos contactos con personas a través de otras, como es el caso de los sitios para encontrar pareja. Hay en día hay más de 200 sitios de redes sociales disponibles. La popularidad de estos sitios creció a un nivel colosal ya que en estas comunidades, un número inicial de participantes envían mensajes a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio, los nuevos participantes repiten el proceso, creciendo el número total de miembros de modo aterrador.

En la actualidad Facebook, el cual fue creado originalmente para estudiantes de la Universidad de Harvard, como un libro de anuario, pero que fue abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Es el Líder en el mercado de las Redes Sociales con la mayor cantidad de usuarios registrados, teniendo a su disposición más de 19 millones de miembros en todo el mundo y cada minuto la cifra aumenta. Las redes sociales han utilizado el internet para ganarse su lugar en el mundo de una manera vertiginosa, convirtiéndose en constructores de negocios para empresas, artistas, marcas y sobretodo en lugares para encuentros humanos. Hay un importante desarrollo en el sector de las redes sociales y además de esto hemos notado como algunas redes sociales en inglés han tomado mercados latinoamericanos, como pasa con Orkut en Brasil o Hi5 en varios países hispanos (Scribd, 2012).

Las Redes Sociales están cobrando gran importancia en la sociedad actual, nos encontramos en una era en donde la internet se está volviendo un estilo de vida de muchos jóvenes y adultos, es usado por negocios, empresas para darse a conocer y ofrecer sus productos, ya que es una excelente forma de hacer mercadotecnia y

publicidad a bajo costo, los mismos medios de comunicación lo utilizan para estar en contacto con la audiencia (Sarà, 2011).

La velocidad con la que se comunicó la sociedad con el mundo y entre ellos fue un factor decisivo para el derrocamiento de los gobiernos dictadores. Aunque pareciera que la forma en la que se pretende lograr la independencia y democracia de estos países no es la correcta, llega un punto en que el gobierno no le deja más remedio al pueblo que levantarse en contra de la injusticia y la dominación. Estos países llevaban décadas oprimidos y hoy son libres de escoger a sus gobernantes y de votar por los partidos que crean que los representan mejor (Hutagalung, 2012).

### **5.1 Panorama y situación de las TI en el estado de sonora**

Se presenta el estado de las TI dentro de las empresas de la entidad, mediante el análisis e interpretación de los resultados obtenidos durante la etapa de recopilación de información. En seguida se plasma un panorama de las TI y las empresas, proponiendo estrategias que permitan a las organizaciones lograr un mayor desarrollo empresarial aprovechando al máximo los recursos de TI. Así como acciones puntuales, que busquen la eliminación de las problemáticas encontradas en las empresas.

### **5.2 Análisis FODA**

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles, que en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También, es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de determinada organización (Boar, 2001).

Mediante esta herramienta se estructura la información que se obtuvo mediante el proceso de recopilación e interpretación de la información. Con la finalidad de determinar cómo se pueden explotar las fortalezas, aprovechar las oportunidades y evitar que las debilidades se conviertan en factores limitantes para las organizaciones sonorenses. A su vez se busca denotar las amenazas con el fin de que las empresas las conozcan y puedan hacer frente a las mismas.

#### **Fortalezas:**

- Dentro de las organizaciones hay recursos existentes básicos de elementos de tecnologías de información (hardware, software, comunicaciones).
- Conocimientos básicos de los recursos de TI por parte de la administración.
- Empresas consolidadas que ya han tenido experiencia desarrollando sus actividades económicas (conocimiento del mercado en el que se desenvuelven).
- Disponibilidad de recursos humanos que conocen el entorno local y pueden trasladar sus conocimientos a la organización.
- Las empresas ya cuentan con un nicho de mercado.
- Equipo de hardware actualizado.
- Aprovechamiento básico de los recursos de comunicación (web).
- Estrategias de venta que han sido probadas y diversificación de la estrategia de venta.
- Utilización de recursos de comunicación tradicionales para la obtención de información. (se centra mucha información en las reuniones “cara –cara”).
- Documentación de resultados en medios electrónicos.

**Debilidades:**

- Desconocimiento por parte de la gerencia sobre la importancia de la alineación estratégica de las TI con los objetivos del negocio.
- Poco impulso a la incorporación laboral de empleados con altos grados académicos.
- Utilización básica de los recursos de hardware de las organizaciones. (PC, Laptops).
- Falta de certificaciones en las empresas de giro comercial y de servicios.
- La mayoría de las empresas cuentan con elementos de hardware con una antigüedad mayor a los 3 años, hardware que ya ha sobrepasado su vida útil.
- Desconocimiento del estado del arte de los recursos tecnológicos disponibles para ser usados dentro de las empresas.
- Poco aprovechamiento de los recursos de hardware existentes. (Utilizados solamente para funciones básicas).

- Falta de comunicación entre los procesos de negocio y las TI.
- Falta de una plataforma tecnológica para sustentar los objetivos de negocio de las empresas.
- Falta de espacios dedicados dentro de la organización para el desarrollo de software.
- Poco uso de métodos de comunicación sustentados en nuevas tecnologías de información.
- Desaprovechamiento de los sistemas de comunicación existentes.
- Uso básico de los sistemas de información, estos son solamente utilizados con fines operativos y de actividades día a día.
- Falta de alineación en las tecnologías de información y las estrategias de venta.
- Falta de aprovechamiento o desconocimiento del concepto de e-commerce y e-business.
- Poco aprovechamiento de recursos basados en web para el desarrollo operacional de la organización.
- El conocimiento que se genera dentro de la organización se almacena físicamente (grandes cantidades de archivo, pérdida de información).
- Falta de metodologías para la documentación de la información y principalmente de la necesaria para resolver problemas dentro del negocio.
- A pesar de que se maneja la importancia de gestión del conocimiento para el éxito empresarial, no se explotan a las TI para resolver problemas relacionados con la gestión del conocimiento.
- Falta de apoyo de las TI hacia la estrategia de venta de la organización.
- Desconocimiento de los términos y ventajas de TI.
- Falta de sistemas integrales de soluciones en las empresas para el apoyo a la toma de decisiones.

### **Oportunidades:**

- Un alto porcentaje de las empresas encuestadas se encuentran en el estrato de microempresas, lo que da pie a posibilidades de desarrollo a futuro.

- Facilidad de las empresas a manejar varios tipos de clientes.
- Posibilidad de adaptar la tecnología existente hacia la alineación de los objetivos de la empresa.
- Posibilidad de instruir y adaptar nuevos recursos de TI existentes en las organizaciones.
- Una mayor comprensión del concepto de ROI permitirá que las empresas comprendan el valor de las TI dentro de la organización.
- Utilización de software libre adaptado a la organización para la realización de sus funciones (reducción de costos)
- Creación de software a la medida que se adapte perfectamente a la organización.
- Utilización de nuevos recursos para la comunicación que resulten en mejor comunicación por menos costo.
- Creación de plataformas para dirigir a la organización al concepto de negocio electrónico, aprovechando recursos existentes.

#### **Amenazas:**

- Riesgo de que empresas certificadas atraigan a clientes actuales de las organizaciones.
- Políticas, impuestos y reglamentaciones para las empresas mexicanas dispuestos por el ámbito gubernamental.
- Competidores con mejor infraestructura de TI.
- Fugas de información privada de la organización, debido a malos métodos de control de acceso.
- Rezago económico de las empresas debido a la utilización de estrategias de venta tradicionales.
- Incremento en el alto coste de los servicios provistos por fuentes externas.

La figura 1 muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más sobresalientes del análisis realizado, el cual nos permite conocer la situación de las TI

de manera interna como externa, para poder proponer estrategias en las siguientes secciones.

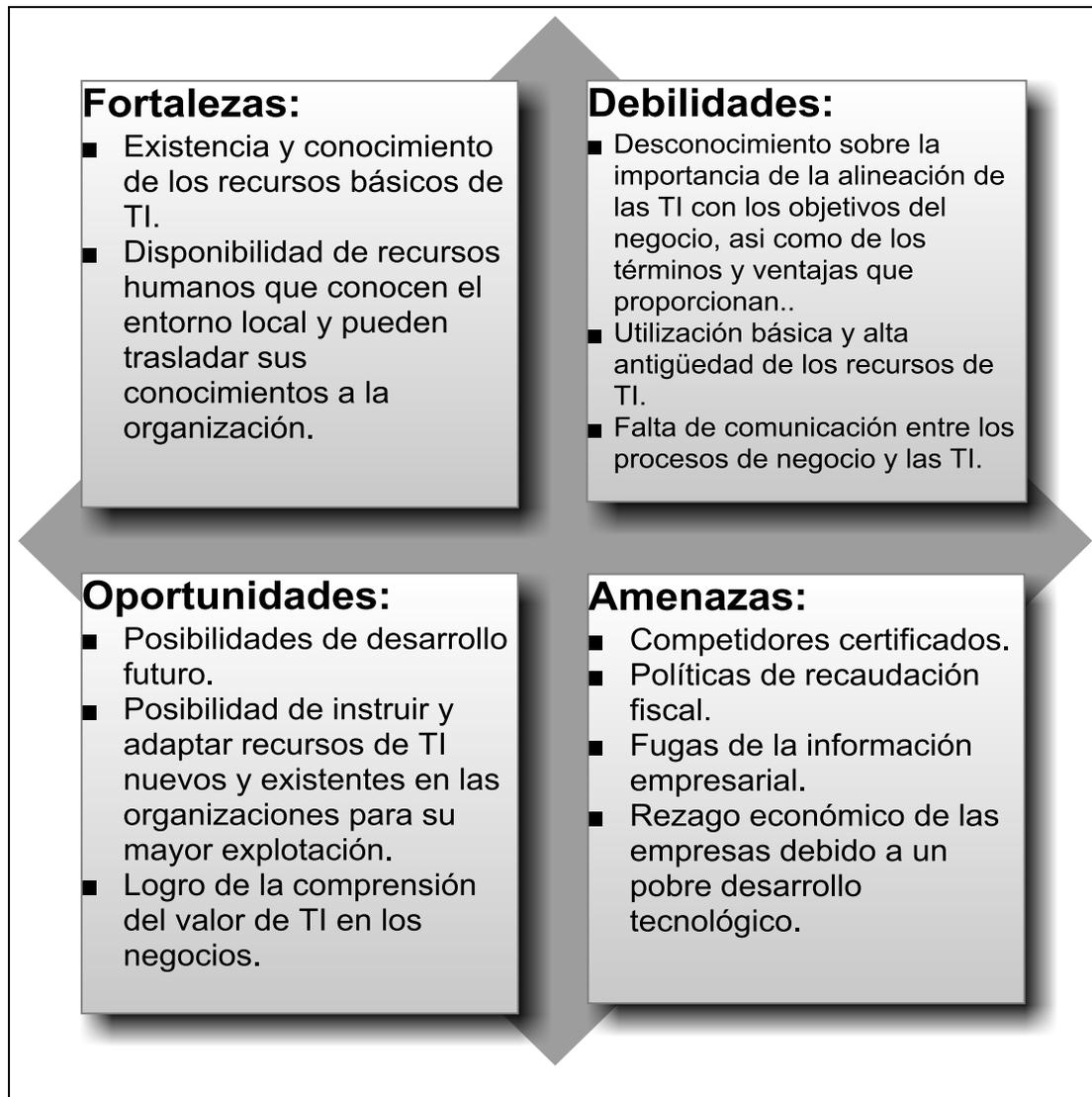


Figura 1. Extracto del análisis FODA

### **5.3 Caracterización**

Al identificar las principales problemáticas de las TI dentro de las empresas sonorenses, abarcando todas las regiones y estratos económicos de la entidad, se percibe que las principales problemáticas de estas organizaciones se basan en 4 directrices.

La información arrojada por la información recabada, la interpretación y análisis realizado a la información obtenida sobre la situación del estado de TI dentro de las empresas del estado de Sonora, permite tener una amplia visión sobre la situación actual de las mismas, la cual se plantea a continuación:

- Las empresas dentro del estado de Sonora cuentan con una ubicación estratégica que les permite el intercambio de bienes y servicios y la capitalización de recursos con las que cuentan, sin embargo, no todas las empresas del estado de Sonora han entrado al rubro de exportaciones, principalmente a américa del norte debido a las debilidades en cuanto al ramo de las certificaciones e impulso tecnológico.
- Actualmente las empresas del estado cuentan con recursos tecnológicos, que a pesar de que son básicos no se han aprovechado completamente.
- Finalmente se debe de mencionar la falta de conocimiento y apoyo a la infraestructura de TI de las organizaciones, donde la falta de apoyo al desarrollo de la infraestructura de TI se encuentra supeditada al desconocimiento tanto de las tecnologías como de los beneficios que la utilización de las mismas proporciona.

La definición del estado de las TIC's dentro de las empresas sonorenses permitirá crear estrategias que apoyen a estas organizaciones a lograr un mejor desarrollo empresarial. Este es el eje director y último del presente trabajo.

### **5.4 Propuesta de seguimiento de redes sociales en las empresas**

La definición del estado de las TIC's dentro de las empresas sonorenses permitirá crear estrategias que apoyen a estas organizaciones a lograr un mejor desarrollo empresarial.

Se acordó, con los integrantes del proyecto, que las empresas seleccionadas para este estudio fueran evaluadas, cada una por separado, para conocer su existencia en cada una de las redes sociales o por lo menos si contaban con página web para denotar su presencia en el Internet.

El proceso propuesto fue el de investigar que empresas pertenecían en cada una de las redes sociales que de acuerdo a Valadez (2009) son las más usadas en México. Sin embargo, las redes sociales algunas de las redes sociales que estableció Valadez fueron destituidas en los años recientes, por lo que se realizó un reajuste para establecer que redes sociales usar en este documento.

Las redes sociales que se acordaron en usar fueron las siguientes:

- Facebook.
- Twitter.
- LinkedIn.
- Google+.
- Orkut.
- Hi5.
- MySpace.
- YouTube.
- Otras redes sociales.

#### **5.4.1 Identificación de los criterios de y parámetros para determinar el uso de las redes sociales por las empresas.**

Cada empresa cuenta con un correo electrónico el cual fue requerido para establecer una comunicación más íntima con las empresas. Después se pasó a un proceso acerca de si las empresas contaban con una página web, esto fue por el hecho de que muchas páginas cuentan con un espacio para vínculos, en forma de iconos, hacia las diferentes redes sociales (ver la figura 2).



Figura 2 - Iconos de redes sociales en las páginas web (Luna, 2009).

Si las páginas no contaban con vínculos a las redes sociales, se pasó a una investigación extensa la presencia de cada una de las empresas en las redes sociales. Primero se asociaba el nombre de la empresa con una red social y si mostraban resultados se agregaban a la base de datos. En caso contrario, se cambiaba a otra red social, si aun así no se mostraban resultados, se cambiaba el nombre de la empresa por el nombre del propietario o a su correo electrónico. Cuando se agotaban los métodos de búsqueda, se marcaba que la empresa no contaba con redes sociales.

Cuando las empresas contaban con una red social se añadía a la base de datos su información, dirección de la página de web y la cantidad de seguidores con las que contaba la empresa para futura referencia.

Además se agregaba información a la base de datos acerca si la actividad de las empresas era concurrente, muy concurrente o poco concurrente.

#### 5.4.2 Elaboración de la base de datos.

Se realizó un sondeo de las redes sociales, en la cuales, cada una de las 80 empresas se encontraba registrada. Posteriormente, se acomodaron en una base de datos que en los siguientes apartados se mostrará.

La tabla cuenta con información de cada empresa y sobre las redes sociales en las que se encuentran afiliadas. Los apartados son los siguientes:

- **Razón social:** denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa.
- **Portal web:** En el mundo, el crecimiento de las organizaciones depende en gran medida, de la búsqueda y posicionamiento en nuevos mercados y para esto Internet, toma poder como herramienta fundamental en el logro de resultados, dentro de un entorno competitivo globalizado. Tener presencia virtual, es una o quizás la mejor herramienta para anunciar productos y servicios, para comunicarse y para vender en línea. Pensando en la obtención de resultados, el tamaño es lo de menos; por eso pequeñas y medianas empresas, deben usar Internet como una herramienta más de negocios. Cuando la empresa contaba con un portal web se agregaba a la base de datos un “Si” o un “No”, cuando era Si se agregaba también la dirección de su portal web.
- **Correo electrónico:** Un factor importante en la presencia de las empresas en el Internet. Si alguna de estas empresas se encuentra afiliada en alguna de las redes sociales se necesita contar con un correo electrónico para cualquier mensaje nuevo con información de las redes sociales. Si una empresa contaba con correo se agregaba a la base de datos su uso principal.

La **base de datos** contiene también los parámetros de cada nombre de las redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Google +, Orkut, Hi5, MySpace, YouTube y Otras.

Estas redes sociales son las principales redes sociales que se usan en México, basándose y reorganizando los datos obtenidos y dados a conocer por Valadez (2009), mismos que se pueden ver en sus estudios donde reubicando esos datos dependiendo de los números de suscriptores en las redes sociales.

.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las redes sociales están proliferando rápidamente, habilitando mecanismos de comunicación alternativos a los utilizados normalmente. Este tipo de redes han potenciado un mecanismo de encuentro y conversación entre usuarios. Los accesos no solo se realizan a través de mecanismos tradicionales como un PC, sino que la movilización de estos entornos ha generado que cualquier usuario pueda acceder a ellos en cualquier momento y en cualquier lugar.

Se requiere un entendimiento sobre como funcionan las redes sociales, ya que es crucial para cada empresa o negocio que busca una nueva forma de hacer sus negocios en el internet o solamente busca atraer clientes nuevos y crecer al crear nuevas oportunidades en el exterior y fortaleciendo sus actividades en el interior. Las redes sociales constituyen uno de los fenómenos más llamativos de una nueva filosofía de comunicación, donde intervienen millones de personas diariamente.

Este trabajo presentó metodologías, estrategias e instrumentos previamente utilizados en un proyecto que lleva por nombre: “Perspectiva Tecnológica de las Empresas del Estado de Sonora para un enfoque hacia la Sociedad del Conocimiento”, estudio en el cual se dieron a conocer las empresas en la región de Sonora y las tecnologías que aplican para realizar sus operaciones dentro y fuera de la organización. Con este contexto se desarrollo una base de datos donde se concentró la información para implementar la metodología usada en el actual proyecto.

De la información que se obtuvo a lo largo de este proyecto, se observa que la mayoría de las empresas no se encuentran suscritas a ninguna red social. Para enfrentar a los competidores, e incluso sobresalir en la situación económica actual, se requiere nuevas y mejores maneras de hacerse llegar a los clientes, presentar nuevos productos o simplemente promocionar los que ya se tienen.

Como aportación a lo anterior, se presenta en este trabajo las maneras en que empresas mundialmente conocidas usan las redes sociales, promocionan sus productos y tienen miles de seguidores o suscriptores y estos les dicen a sus familiares

y amigos, creando una red de seguidores que cada día crece haciendo que la empresa tenga mucha mas presencia que sus competidores y atrayendo clientes nuevos.

Se presentan también acciones que son necesarias para las empresas que empiezan a usar o ya se encuentran suscritas a cualquiera de las redes sociales, para mantener un contacto mas intimo con sus clientes, ya sea respondiendo a preguntas sobre los servicios ofrecidos o incluso contratar a personal altamente cualificado.

## **6.1 RECOMENDACIONES**

Este proyecto se dirige al sector productivo de la región de Sonora, México por lo tanto se requiere un entendimiento sobre el estado actual de la economía en este lugar. Se recomienda ampliamente hacer un estudio previo en cada una de las empresas para que se puedan implementar las estrategias, acciones y metodologías que se mencionan a lo largo de este documento.

## **6.2 TRABAJOS FUTUROS**

Al finalizar esta memoria surgen un conjunto de elementos que podrían ser dispuestos a ser considerados:

- Se sugiere que este estudio se extienda a un nivel nacional para comprender las estrategias que aplican las empresas en otros estados de la república y frente distintos tipos de gobiernos.
- Debido a que hay un crecimiento exponencial de las redes sociales en el Internet, se debe de hacer un análisis de las nuevas y como estas pueden ayudar a las empresas o negocios a incrementar su desempeño y estado financiero.

## **7. RETROALIMENTACIÓN**

### **A) Fortalezas y Debilidades**

Algunas de mis fortalezas que tuve que explotar en el transcurso de este proyecto fueron mis capacidades para entender y escribir ingles, esto fue ya que la mayoría de los documentos que se usaron como base eran este idioma. Otro fue mi conocimiento en capítulos donde se requerían cierto entendimiento técnico, como la sección de las redes sociales en la nube. Además, un conocimiento extenso de todas las redes sociales mencionadas anteriormente.

Como debilidad debo mencionar mi capacidad para redactar un proyecto de investigación como este, puedo expresarme muy bien oralmente, pero en cuanto a una expresión escrita tengo ciertas dificultades que se oponen a una redacción correcta.

### **B) Oportunidades y recomendaciones**

Una de las oportunidades que se pueden obtener al momento de ser parte de un proyecto como este, es el de tener experiencia en documento formales de educación, puede llevarte desde completar una tesis hasta en un futuro escribir un libro. Como mencione anteriormente, tenía dificultades para expresarme de manera escrita, sin embargo, al momento de finalizar mi trabajo puedo decir que mi redacción se ha incrementado en un 100%, cuando antes tenía apenas un 20% o menos.

Recomiendo ampliamente a los alumnos que trabajen en estos tipos de proyectos para aumentar su confianza en trabajos de tesis o de investigación. Los conocimientos y habilidades en estos tipos de trabajos son realmente necesarios para las personas que buscan aumentar su educación con posgrados como Maestrías y Doctorados.

Mi experiencia fue totalmente satisfactoria y agradezco que se mi asesor haya tomado en cuenta para este proyecto y por toda la ayuda que me dio para completar este trabajo.

## **8. ANEXOS**

Datos obtenidos en el estudio realizado en las empresas sobre las redes sociales.









FRUVER, S.A. DE C.V.	Si <a href="http://fruver.com.mx/home.php">http://fruver.com.mx/home.php</a>	Contacto principal para clientes en línea	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
LOPEZ ILLAN MARTHA													
EDS INTERNACIONAL S.A DE C.V	Si <a href="http://www.eds-international.com/">http://www.eds-international.com/</a>	Contacto principal para clientes en línea	Actualizaciones de estado cada día, contacto con clientes, promociones, y fotografías de sus productos, videos de su empresa y de sus productos. <a href="http://www.facebook.com/pages/EDS-Internacional-Magdalena-de-Kino/113808788636449">http://www.facebook.com/pages/EDS-Internacional-Magdalena-de-Kino/113808788636449</a>	x		Perfil de su empresa, productos y servicios y reclutamiento. <a href="http://www.linkedin.com/company/eds-international">http://www.linkedin.com/company/eds-international</a>	x	x	x	x	x	x	13 en LinkedIn
SELENE CONSTRUCCIONES DEL NOROESTE, S.A.	No	Contacto principal para clientes en línea	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
CONDE ORTIZ RODRIGO IGNACIO	No	Contacto principal para clientes en línea	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
ENCINAS GRIJALVA MARIA AUXILIADORA	No	Contacto principal para clientes en línea	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
PAPELERIA TUTULI	No	Contacto principal para clientes en línea	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
CLEAR DEFENSE S.A. DE C.V.	Si <a href="http://www.protejete.com/ubicacion.htm">http://www.protejete.com/ubicacion.htm</a>	Contacto principal para clientes en línea	x	x	x	Promoción de productos, ubicación e información de la empresa.	x	x	x	x	x		





	ciones.com/	linea											
ECOSERVICIOS DE OCCIDENTE, SA DE CV	Si <a href="http://www.ecoservicios.com.mx/index.htm">http://www.ecoservicios.com.mx/index.htm</a>	Contacto principal para clientes en linea	x	x	x		x	x	x	x	x		
BALLESTERO S GUTIERREZ EDUARDO RENE	No	Contacto personal.	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
MINERA MARIA, S.A. DE C.V.	Si <a href="http://www.minerafrisco.com.mx/ES/Unidades_mineras/Paginas/minera_maria.aspx">http://www.minerafrisco.com.mx/ES/Unidades_mineras/Paginas/minera_maria.aspx</a>	Contacto principal para clientes en linea	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
RADIO GLOBO NOGALES, S.A. DE C.V. (XHNGS)	Si <a href="http://www.fmglobo.com/nogales/">http://www.fmglobo.com/nogales/</a>	Dudas, quejas y sugerencias principalmente.	Promociones, concursos, solicitudes de canciones. <a href="http://www.facebook.com/fmglobo.nogales">http://www.facebook.com/fmglobo.nogales</a>	Promociones y publicidad. <a href="https://twitter.com/#!/FMGloboNogales">https://twitter.com/#!/FMGloboNogales</a>	x	x	x	x	x	x	x		2343 en Facebook. 70 en Twitter.
PISOS INDUSTRIALES NORPACIFIC S.A.	Si <a href="http://www.pindus.com.mx/">http://www.pindus.com.mx/</a>	Contacto principal para clientes en linea	No se le da un mantenimiento actual a la pagina. <a href="http://www.facebook.com/pages/Pisos-Industriales-Norpacific-SA-de-CV/202800543076121?sk=wall&amp;filter=12">http://www.facebook.com/pages/Pisos-Industriales-Norpacific-SA-de-CV/202800543076121?sk=wall&amp;filter=12</a>		x	x	x	x	x	x	x		1 en Facebook.
COMANDER DEL NOROESTE, S.A DE C.V	Si <a href="http://www.comander.com.mx/">http://www.comander.com.mx/</a>	Contacto principal para clientes en linea	Publicidad, novedades y promociones, fotos. <a href="http://www.facebook.com/pages/COMANDER-DEL-YAQUI/172435082807108">http://www.facebook.com/pages/COMANDER-DEL-YAQUI/172435082807108</a>		x	x	x	x	x	x	x		55 en Facebook.







## 9. BIBLIOGRAFÍA

1. Boar. B. H, 2001, Strategic Planning for information Technology, en: The art of Strategic Planning for information Technology. John Wiley & Sons Inc., Estados Unidos. P 1-2.
2. Hutagalung, M. 2012. Las redes sociales y su impacto en la sociedad. Disponible en: < <http://www.fusionat.com/las-redes-sociales-y-su-impacto-en-la-sociedad/>>. Consultado el 10 de Abril de 2012.
3. Porrua, M. 2009. El impacto de las redes sociales. Disponible en: < <http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero4/TyG/porrua.pdf>>. Consultado el 10 de Abril de 2012.
4. Sará, M. 2011. Las redes sociales en la sociedad actual. Universidad de Sevilla [blog]. Disponible en: < [http://prometeo.us.es/idea/index.php?option=com\\_myblog&show=las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual.html&Itemid](http://prometeo.us.es/idea/index.php?option=com_myblog&show=las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual.html&Itemid)>. Consultado el 10 de Abril de 2012.
5. Scribd, I. 2012. Redes sociales y su impacto en la sociedad. Disponible en: < <http://es.scribd.com/doc/52863686/REDES-SOCIALES-Y-SU-IMPACTO-EN-LA-SOCIEDAD>>. Recuperado el 10 de Abril de 2012.