

**Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
"EZEQUIEL ZAMORA"**



**LA UNIVERSIDAD QUE SIEMBRA**

**VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y  
DESARROLLO SOCIAL  
ESTADO BARINAS  
COORDINACIÓN  
ÁREA DE POSTGRADO**

**PLAN ESTRATÉGICO BASADO EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA  
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA  
GERENCIAL DE OPTIMIZACIÓN COMUNICATIVA**

**Autora:** Belkis Villegas  
**Cédula Nº V.- 11.717.203**  
**Tutora:** Dra. Yuraima Ortiz

BARINAS, OCTUBRE DE 2018



Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
"EZEQUIEL ZAMORA"

**UNELLEZ**

LA UNIVERSIDAD QUE SIEMBRA

**Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social  
Coordinación de Área de Postgrado  
Postgrado en Docencia Universitaria**

**PLAN ESTRATÉGICO BASADO EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA  
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA GERENCIAL  
DE OPTIMIZACIÓN COMUNICATIVA**

**Autora:** Belkis Villegas

**Cédula N° V.- 11.717.203**

**Tutora:** Dra. Yuraima Ortiz

**BARINAS, OCTUBRE DE 2018**

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

Desde el inicio de la humanidad, los seres humanos han tratado de perfeccionar la comunicación entre ellos, inicialmente se utilizaron, algunos tipos de señales, luego con el desarrollo de los medios de transmisión como: la televisión, la radio, la imprenta, el hombre se vio en la necesidad de involucrarse con estos fenómenos que han formado parte del desarrollo de la historia lo que contribuyo con su evolución para lograr una comunicación efectiva, mejor relación, entendimiento y calidad de vida, dando a conocer sus ideas, información y sentimientos lo que ha permitido más cercanía entre las partes.

En este sentido, la comunicación entre los seres humanos es fundamental para el buen desarrollo y funcionamiento de las actividades que día a día se realizan porque es un proceso de reciprocidad de información, en el cual un emisor transmite a un receptor algo a través de un canal esperando que, posteriormente, se produzca una respuesta de dicho receptor, en un contexto determinado, lo que evidentemente permite mantener la fluidez y el conocimiento de lo que ambas partes requiere,

En concordancia Acosta (2016) señala

La comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala. (p.78).

De lo señalado por el citado autor, se infiere que la comunicación es un todo integrado a través del cual los seres humanos interactúan de forma verbal o no verbal mediante un canal comunicativo que ofrece la información requerida en aras de satisfacer la interacción social.

En este sentido, es relevante resaltar que la comunicación puede ser verbal o no verbal, por lo tanto en un mundo tan agitado como en el que actualmente se vive, se dificulta la comunicación verbal, no obstante, se cuenta hoy con uno de los más grandes avances de la humanidad como son las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), las cuales permiten mantener a las personas en constante comunicación sin importar el tiempo o la distancia, en concordancia, Thompson y Strickland, (2004) señalan:

Las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización. Cabe destacar que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas.(P.2)

Pudiendo entonces inferir que las TIC, son herramientas y o recursos que son utilizados por el hombre para y que le permite la manipulación de la información comunicacional, permitiendo el desarrollo y crecimiento organizacional, puesto que en la actualidad una organización que no esté ligada a la tecnología y la comunicación, le será difícil lograr sus objetivos y metas.

. Al respecto, Blanch (2003), señala: “el hombre desde los inicios de las tecnologías depende de ella en forma casi absoluta y basa su supervivencia

y las de sus sociedades avanzadas en su existencia y evolución continuada. Utilizándola en los diversos ámbitos donde se desenvuelven” (p.138). De lo señalado por el citado autor, se infiere que desde el nacimiento de la tecnología, los seres humanos, se han vuelto muy dependientes de ella, basándose en la misma para su propio fin y el logro del avance de la sociedad hacia la evolución de la existencia desde las diferentes áreas y/o ámbitos en que se desenvuelven.

En concordancia, Macedo (2014), expone:

Después de la referencia del proceso evolutivo comunicacional que condujo a la aparición del hombre, se han seleccionado siete hechos como los más relevantes: el habla, la escritura, la imprenta, la industrialización del periodismo, la era de la tele, el lenguaje cinematográfico y el internet (p.7).

Se deduce que a través de las décadas los movimientos en cuanto a la mejora de las condiciones de vida de los seres humanos se ha ido fortaleciendo desde el punto de vista comunicacional, dando inicio a esta larga trascendencia con la escritura y hasta la presente con el internet. En este sentido Azinian (2009), expone:

La utilización masiva de las Tecnologías de la Información y la Comunicación con una penetración que genera transformaciones en todos los campos de actividad humana y un contexto de globalización política, económica y cultural, hacen que la sociedad actual se caracterice por el cambio y la complejidad (p.21).

Por lo tanto, las TIC a nivel mundial, en la actualidad mantienen un gran auge dentro de la sociedad, porque la misma avanza cada día más, hasta el punto de que lo que ayer fue innovación, mañana será obsoleto debido a que ha sido superado por algo más novísimo e interesante, lo cual se hace

necesario incluirlas en todas las actividades que forman parte del ser, más aun en la comunicacional.

En este sentido, con la llegada de las TIC surge una rapidez informativa mundial incuestionable, ya que cualquier noticia circula de un extremo a otro en tiempo real. Los avances tecnológicos han revolucionado los procesos informativos, la transmisión de la información y la generación de nuevos conocimientos. Por esta razón, en el mundo entero estudian la forma del emplear el acceso a Internet en las distintas instituciones, en aras de potenciar el crecimiento económico inclusivo, social y ambiental responsable.

En cuanto a Venezuela de acuerdo a lo señalado por Vásquez (2015)

Se ha destacado en su esfuerzo por estar al día en la evolución de las TIC incluyendo la conformación de iniciativas articuladas y sostenibles que permiten resultados estables y esperanzadores para la construcción del futuro. Para continuar con estos esfuerzos deben convocarse de manera insistente a los diversos actores para la conformación de agendas a nivel nacional, que deben continuar siendo de los sectores académico y empresarial, pero la presencia activa del sector gobierno es vital, ya que la definición de sus requerimientos establece la demanda principal para el desarrollo de las TIC y de la economía asociada.(p.33)

Por lo tanto en Venezuela se han llevado cabo esfuerzos que han permitido que se destaque entre otros en cuanto al uso de las TIC, como vía para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes en aras de que se preserve la comunicación entre los seres humanos, no obstante, es preciso que el trabajo se continúe llevando a cabo desde la academia y las empresas, sin dejar de lado la participación del Gobierno.

A nivel regional, se ha podido evidenciar de acuerdo a observaciones llevadas a cabo, específicamente en el programa de Ciencias de la

Educación de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Ezequiel Zamora VPDS, que aunque se cuenta con un alto grado de tecnología, la comunicación entre el personal docente no es asertiva, lo que trae como consecuencia que las informaciones suministradas no lleguen a todos. Esto evidentemente pudiera ser casual de falta de información real, y distorsión de la información.

Todo lo cual evidencia una problemática en la máxima casa de estudios del estado Barinas, porque no todos los docentes del Programa de Ciencias de la Educación de la mencionada casa de estudios obtienen la información mediante un canal comunicativo eficiente, trayendo como consecuencia tal vez que algunos profesores se encuentren limitados en su quehacer diario por falta de información veraz y oportuna de primera mano que le permita apropiarse de los conocimientos y requerimientos sugeridos por el programa en un tiempo real y determinado.

Desde el punto de vista de lo planteado, se sugiere la búsqueda de alternativas de solución a la problemática presentada, en tal sentido, se propone un plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, en aras de solventar la situación descrita.

El escenario descrito anteriormente permitió plantear las siguientes interrogantes:

¿Cómo se utilizan las herramientas tecnológicas para transmitir la comunicación en el Programa de Educación de la UNELLEZ VPDS?

¿Cuál es el tipo de comunicación que existe entre el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS?

¿Cuál sería la factibilidad social, legal y económica de la propuesta de un plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS?

¿Se logrará la elaboración de un plan estratégico, basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS?

## **Objetivos de Investigación**

### **Objetivo General**

Proponer plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa al personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

### **Objetivos Específicos**

Diagnosticar el uso de las herramientas tecnológicas como medio de transmisión comunicacional en el programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

Identificar el tipo de comunicación existente en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

Determinar la factibilidad social, legal y económica de la propuesta de un plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

Elaborar un plan estratégico, basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

### **Justificación de la Investigación**

Los docentes juegan un rol protagónico en la capacitación del ser; en este sentido, la comunicación y el acceso a la información dependen de sus ventanas de percepción, ayuda y orientaciones dadas, ello indica que las herramientas tecnológicas se han convertido en un medio satisfactorio y de fácil acceso para la población en todos los aspectos de su actividad. Por esta razón surge la necesidad de utilizarlas como medios educativos informativos, además de utilizarlas como de modo recreativo y de comunicación.

Desde este punto de vista, la comunicación debe fluir para mantener informada a la población, sin embargo, existen situaciones en que se dificulta de una manera presencial, en este momento se hace necesario la utilización de otras vías, tales como el teléfono, las redes sociales, el chat, entre otras, no obstante es preciso saber manejarlas y darle un adecuado uso.

Dentro de este marco, vale la pena mencionar la importancia que tiene la presente investigación y su relevancia a nivel social, educativo y personal. Por tanto, se deben analizar algunas de estas dimensiones ya que las

mismas, resultan vitales para comprender las transformaciones que están en el tapete referentes a los avances tecnológicos que viene experimentando la sociedad actual

En este sentido, la propuesta generará mayor eficiencia comunicativa, así como las relaciones laborales e interpersonales, lo que permitirá mantener un ambiente de trabajo más ameno entre las partes, cuya finalidad es el beneficio del quehacer educativo en la institución y lograr que el proceso de enseñanza y aprendizaje sea más eficiente tanto para los actores de dicho proceso como para los protagonistas del mismo. En este sentido, vale la pena señalar que la Investigación posee relevancia en lo social, pedagógico y metodológico.

En lo social porque al ser las TIC el conjunto de avances tecnológicos que proporcionan la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, que incluyen los desarrollos relacionados con las computadoras, Internet, telefonía, aplicaciones multimedia y la realidad virtual, proporcionan básicamente información, herramientas para su proceso y canales de comunicación. Comprenden a todas las tecnologías que permiten el manejo de información y facilitan diferentes formas de comunicación, las cuales pueden ser subdivididas en tecnologías de capacitación, almacenaje, procesamiento, comunicación, así como de la visualización, por lo tanto, son muy importantes dentro de la sociedad y por ende vitales para una enseñanza dinámica, especialmente para adolescentes que no tienen motivación al estudiar.

En lo pedagógico se presenta una propuesta estructurada y planificada que supone un cambio de gran repercusión a la hora de su utilización en la institución porque modifica las relaciones interpersonales de comunicación,

lo que le permitirá al personal docente del programa objeto de investigación garantizar la realización de las actividades diarias bien informados, todo lo cual evidentemente impactará positivamente en el rendimiento laboral y en el proceso de enseñanza y aprendizaje que se lleva a cabo en esta institución.

Por último, en la parte metodológica es relevante porque la investigación en curso pretende crear un plan estratégico basado en las TIC como herramienta gerencial de optimización comunicativa, la cual podrá emplearse como antecedente en futuros estudios. Cabe resaltar que en el ámbito educativo existen pocos trabajos de investigación que tengan las mismas características o una relación directa con este.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

Es toda la información que el investigador revisa para nutrir su estudio, está basado en investigaciones y teorías referentes al tema abordado realizadas recientemente por otras personas. También es imprescindible colocar las citas bibliográficas o citas al pie de página. Su finalidad es, sustentar la investigación en curso. En concordancia, se hace referencia a Palella y Martins (2006), quienes consideran que “esta parte de la investigación es de gran importancia por cuanto permite ubicar, dentro de un contexto de ideas y planteamientos, el estudio que se aspira realizar” (p.67).

### **Antecedentes de la Investigación**

Los antecedentes de la investigación guardan estrecha relación con trabajos de grado realizados con una anterioridad no mayor a cinco años y guardan relación con la temática presentada en el presente estudio. En concordancia, Hernández, Fernández y Baptista (2012) señalan:

Los antecedentes de la investigación constituyen una síntesis conceptual de las investigaciones realizadas en el área que permitieron determinar el enfoque conceptual y metodológico de la Investigación. En todo caso el informe podría referir las conclusiones existentes en tomo al problema” (p. 16).

De acuerdo a lo expresado por los citados autores, una vez desarrollado el proceso de búsqueda de fuentes referenciales que se relacionen al tema tratado se lograron ubicar los siguientes antecedentes de carácter históricos y los investigativos o teóricos, haciendo hincapiés en los antecedentes de tipo teóricos o investigativos y los de tipo históricos, los basamentos teóricos y legales como también los enfoques que sustentan el problema en estudio.

En este orden de ideas, Echeverría (2014), presentó un trabajo de grado, titulado “TIC en la formación inicial y permanente del profesorado de

educación especial, Universidad de Costa Rica” tiene como objetivo analizar las necesidades de formación y el uso formativo en tecnologías de la información y comunicación, desde el punto de vista del profesorado universitario en Educación Especial” La metodología de este estudio es de naturaleza mixta, combina técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, e incluye investigación de campo, utilizó la técnica del cuestionario y grupos focales para recolectar los datos, además analizó las necesidades y utilización de las TIC en la formación del docente, desde el aporte del profesorado y de los estudiantes de la sección de educación especial.

El autor concluye señalando que es de gran relevancia para los profesores Universitarios de Educación Especial, ser formados desde el punto de vista del área tecnológica, puesto que estos deben avanzar al mismo tiempo que lo hace la sociedad, donde cada día es más necesario el uso de la tecnología para adentrarse en el mundo de la globalización, la innovación para hacer más efectivo el proceso de enseñanza de los profesionales que tendrán a su cargo la loable tarea de impartir conocimientos a las personas con Discapacidad.

En este sentido, es preciso señalar que el trabajo de grado descrito es antecedente de la presente investigación por cuanto en el mismo se presenta como temática central el uso de las tecnologías de la información y comunicación como herramienta para el mejoramiento en la formación de profesores universitarios, lo cual tienen estrecha relación en ambas investigaciones, porque ambas pretenden brindar orientaciones hacia la búsqueda problemáticas existentes en instituciones educativas.

Así mismo González (2015), Presentó un trabajo de grado en la UNEFA, el cual es titulado “Estrategias para la optimización del uso de las TIC en la

práctica docente que mejoren el proceso de aprendizaje en la Universidad Surcolombia, cuyo objetivo es analizar de qué manera se puede optimizar el uso de las TIC para que la práctica docente mejore el aprendizaje en la institución educativa Cascajuel del municipio Imana. Departamento Huila. Colombia. La presente investigación es cualitativa. Manejó una población de 21 profesores, 505 estudiantes, aplicó el muestreo no probabilístico el cual seleccionó dos poblaciones de 8 docentes con 11 estudiantes, los instrumentos que se aplicaron fueron la entrevista y la observación. De allí pues, que el autor hace énfasis en que los docentes deben estar abiertos a las innovaciones que en materia educativa, son vertiginosas para el cambio que exige el mundo actual.

El aporte dado por la cita investigación, al presente trabajo de grado, está relacionado con el uso de las TIC como vía de optimización educativa, debido a que las mismas son medios o herramientas tecnológicas de la informática y la comunicación que pueden ser utilizadas en pro del aprendizaje; por lo tanto, su importancia no puede desconocerse, porque la facilidad de crear, procesar y difundir información ha roto todas las barreras que limita la adquisición del conocimiento, contribuyendo al desarrollo de habilidades y destrezas comunicativas entre docentes y estudiantes.

Del mismo modo, Barreiros (2015) presentó una investigación en la Universidad de Aquino Bolivia (UDABOL) cuyo título es “Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa Kawa Motors” y su objetivo principal es consolidar la EMPRESA “KAWA MOTORS S.A”, dedicada a satisfacer las necesidades del cliente y cubriendo las expectativas del mismo, con una planificación eficiente que ayude a ir mejorando constantemente para lograr la excelencia. Utilizó un enfoque cualitativo y cuantitativo, como instrumento

la encuesta y la entrevista. Su autor sugiere la idea de implementar un plan estratégico que contribuya a lograr una institución con los procesos organizados y sistematizados para lograr una mejor atención a los clientes.

Lo anterior expuesto, se relaciona con esta investigación por cuanto el autor ha decidido realizar una planificación estratégica para promover la competitividad de una empresa, creando así expectativas definidas mediante objetivos propuestos; al igual que la autora de esta investigación quien propuso elaborar un plan estratégico para solventar una problemática referente a la falla comunicativa en la institución donde labora, en este sentido, vale la pena señalar que la investigación descrita aporta al presente trabajo de grado conocimientos teóricos que son aprovechados para la elaboración de las Bases Teóricas y la Propuesta .

La investigación llevada a cabo por Socorro (2014), “TIC como herramienta en el proceso gerencial en las divisiones de estudios para graduados de la Universidad del Zulia” tiene como propósito determinar la eficiencia de las TIC como herramienta en el proceso gerencial en las Divisiones de Estudios para graduados de la Universidad del Zulia. Se realizó bajo una metodología de tipo descriptiva, de campo, con un diseño no experimental, transaccional y un censo poblacional. El instrumento fue un cuestionario, se describió la presencia de las TIC en los procesos gerenciales. También se comprobó que conocen sus características, objetivos, clasificación y usabilidad, lo que deja de manifiesto la presencia de esta herramienta en el desempeño de sus labores.

El trabajo de grado descrito anteriormente es antecedente de la presente investigación, por cuanto ambos tienen como tema central, lograr la determinación de las TIC como herramienta de gran auge dentro de las

instituciones educativas, porque permite mejorar el control de los procesos, aumentar la calidad del trabajo y la productividad dentro de cualquier área o departamento de la misma, por lo que es preciso señalar que los aportes de la misma, son desde el aspecto teórico para nutrir las Bases Teóricas y el metodológico, porque generó estrategias a seguir para llevar a cabo la metodología adecuada en la presente investigación.

### **Bases Teóricas**

Son todas las fundamentaciones que sustentan la investigación en curso. Palella (2006), señala lo siguiente “Los aspectos relacionados con los fundamentos teóricos van a permitir presentar una serie de aspectos que constituyen un cuerpo unitario por medio del cual se sistematizan, clasifican y relacionan entre si los fenómenos particulares estudiados” (p.107).

### **Plan Estratégico**

Es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la institución, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro. También debe ser lo más participativo posible, de tal manera que, todos los colaboradores se sientan comprometidos con los valores, la visión, la misión y los objetivos de la organización. Además, para el autor Sainz (2012), “es uno de esos términos “mágicos” de los que los directivos y la prensa económica echan mano casi constantemente, aunque no siempre correctamente” (p.39).

Se puede decir, que éste es un documento que sintetiza el nivel económico-financiero, estratégico y organizativo del posicionamiento actual y futuro de una empresa. Esto permite realizar un examen y determinar la estrategia a seguir en lo que concierne a las variables que como empresa se puedan controlar, así como predecir la evolución de las variables externas que afectan inevitablemente a la evolución de la misma organización.

## **Estrategias**

Toda organización requiere de esa ciencia denominada Gerencia, que consiste básicamente en organizar, planificar, controlar y dirigir los recursos de forma eficaz y eficiente para el logro de los objetivos. De allí que el Gerente es la persona o individuo que logra metas y objetivos por medio de otras personas a través de un proceso de toma de decisiones, distribución de recursos y dirección de actividades.

Al respecto, Ruiz (2008) expresa:

El término Gerencia se refiere básicamente a las organizaciones que efectúan actividades de planificación, organización, dirección y control a objeto de utilizar sus recursos humanos, físicos, y financieros con la finalidad de alcanzar objetivos que comúnmente están relacionados con beneficios económicos, (P.32)

Según lo que señala el referido autor, el término Gerencia se refiere básicamente a las organizaciones que efectúan actividades de planificación, organización, dirección y control, que comúnmente se relacionan con la parte económica, sin embargo dentro del aula de clase se puede tener una gerencia y realizar todas las funciones que ella determina sin ser específicamente de índole económica, sino humanas.

### ***Tipos de Estrategias***

Son aquellas que se utilizan para el establecimiento de los objetivos a largo plazo y la elección de recursos y dotación de los mismos para alcanzarlos. En virtud de esto, Stephen (2005), manifiesta “las estrategias eficaces acrecientan el desempeño de la organización” (p.180).

**Estrategia General:** Es genérica, que combina las tareas de las acciones realizadas, a través de estrategias concretas, en las diferentes ramas de actividad. Sobre este asunto, Yuni y Urbano (2005), reflejan “la estrategia general se refiere a los dispositivos mediante los cuales se puede obtener información y analizarla para reconstruir el objeto de estudio” (p.101).

**Estrategia Creativa:** Es aquella que en publicidad persigue que se comuniquen correctamente los mensajes previstos en una campaña. De acuerdo a esto, Navarro (2014), exterioriza “sigue siendo útil para los implicados de la agencia y del anunciante” (p.132).

**Estrategia Tecnológica:** Han producido un cambio profundo en las estructuras de las empresas comerciales, industriales y de servicios, cuyas mayores ventajas competitivas han sido logradas en gran parte, por la incorporación de esos componentes fundamentales para la gestión de los negocios, las herramientas informáticas. La afirmación anterior, se sustenta con lo dicho por Apolinar, (2013), quien manifiesta lo siguiente:

Los cambios no solo se han dado en la investigación y desarrollo de nuevos productos y procesos, sino también en las distintas etapas de la vida empresarial, lo cual ha producido un impacto de importancia por las ventajas competitivas que han adquirido aquellas empresas que incorporaron esas nuevas herramientas de la tecnología moderna (s/p).

De lo señalado por el citado autor, se infiere que los cambios no solo se han dado a nivel investigativo y de competencias en los nuevos productos y productos, sino también a nivel gerencial, lo cual competitivamente ha generado un fuerte impacto en las que han incorporado las herramientas tecnológicas.

### **Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)**

Las TIC son la innovación más llamativa de la época, en el ámbito educativo actual permite a sus actores una serie cambios determinantes en la labor diaria de las instituciones y en el proceso de enseñanza y aprendizaje de los mismos, además todos los involucrados pueden adentrarse a un mundo nuevo lleno de información y de fácil acceso no solo para los docentes y personal administrativo sino también, para los alumnos.

En este sentido, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2005), plantea: “Las TIC han sido definidas como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores (p.7). Es por esto, que sus múltiples ámbitos de aplicación incluyen el fomento de la Democracia y la Ciudadanía, la prestación de servicios públicos con mayor eficiencia y transparencia, el mejoramiento de la calidad en la educación, el fortalecimiento de las capacidades de los gobiernos locales y el incremento de la cooperación regional a través de redes, entre otros. Actualmente, la tecnología de la información representa un vertiginoso cambio en nuestra sociedad. Es por ello que cabe mencionar a Cabero (2009), quien expresa:

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no solos de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas (p.197).

Según lo citado, se deduce la existencia de un conjunto de avances tecnológicos como la informática, las telecomunicaciones, las tecnologías audiovisuales, estas a su vez comprenden el amplio desarrollo que se ha generado con los ordenadores, el internet, las telefonías, las aplicaciones multimedia, entre muchos otros. Todas unidas hacia un mismo propósito que es mantener a la comunidad informada de una manera más amplia.

### **Herramientas Tecnológicas**

Están diseñadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean aplicados eficientemente intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las organizaciones. Son programas y aplicaciones son programas y aplicaciones (software) que pueden ser utilizadas por muchas personas, fácil de usar, sin costo alguno, están a disposición del público, permiten intercambiar información y conocimiento. Inicialmente, las herramientas estaban distribuidas en Software como son los procesadores de texto (Windows, Word, Excel, Power Point) y Hardware (proyectores o Infocus, computador, impresora y dispositivos de almacenamiento como Pendrive, Discos Duros externos, CD, entre otros.

En este sentido, Barreiro (2003), señala: “los continuos avances que se están produciendo en las TIC, proporcionan una gran ayuda a las empresas apoyando los procesos de gestión del conocimiento” (p.68). De lo señalado por el citado autor, se deduce que los avances tecnológicos en las TIC, van

de la mano con los avances de la sociedad, ello evidentemente representa una incalculable ayuda a las organizaciones.

### ***Internet***

Es una red de ámbito mundial formada por miles de pequeñas redes de sistemas y millones de equipos personales, pertenecientes a organizaciones comerciales, educativas y gubernamentales, entre otras. Es un lugar donde se puede obtener información o ponerla a disposición de los demás; Con relación a esto Laudon y Laudon (2004), reflejan que “el internet proporciona una gama de capacidades para la comunicación electrónica que puedan ayudar a las compañías a reducir sus costos de comunicación” (p.283).

En el actual mundo globalizado, la producción, codificación y diseminación de información han llegado a constituirse en pilares para la innovación tecnológica y el crecimiento económico. Simultáneamente, la difusión a escala planetaria de las TIC y de las redes informáticas, ha puesto en marcha un proceso de conectividad sin precedentes en la historia humana, el cual permite multiplicar las posibilidades de generar e intercambiar información y conocimiento, eliminando progresivamente las barreras espacio-temporales. Quizás el fenómeno más sintomático de estos cambios es Internet, red de redes con un impacto sustantivo en los procesos económicos, culturales y en la generación de nuevas modalidades de interacción, comunicación e intercambio de experiencias entre los distintos actores, institucionales y movimientos sociales.

### ***Redes Sociales***

Una red social es una estructura, donde un grupo de personas se relacionan entre sí, la cual puede ser física o virtual, y permite que las

personas se conecten según sus intereses y con fines diversos: personales, profesionales o de ocio, entre otros; es un lugar donde conversar y en el que puede llegar a crearse una comunidad. Para lograrlo, es necesario compartir intereses, afinidades y sentimientos a través del sentido de pertenencia entre sus miembros. En otras palabras, Borja (2010), expresa “Las redes sociales son Web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentran dentro de su propia red, en la que pueden intercambiar fotos, videos, mensajes instantáneos, comentarios en fotos” (p.7). A continuación se presentan algunas de estas:

### ***Correo Electrónico***

Uno de los apartados de Internet que más auge ha tenido en los últimos tiempos y que es usado por millones de usuarios en todo el mundo, es sin duda el correo electrónico, es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes. También pueden ser enviados ficheros, imágenes o sonido como paquetes adjuntos. Este medio de telecomunicación permite la interacción a distancia entre una o varias personas, posee una modalidad asíncrona lo cual hace posible obtener respuestas bastante rápido. Además, una dirección de correo es única y personal y siempre tendrá un dominio que identifica al servidor.

De acuerdo a lo citado, se hace necesario mencionar el libro titulado: El correo electrónico como herramienta de venta (2008), donde expresan “El correo electrónico se ha convertido en poco tiempo en uno de los medios de comunicación más extendidos y utilizados” (p.1).

### ***Gmail***

Al hablar de Gmail no se puede dejar de hablar del mundo mágico de Google, de donde han surgido algunas funciones que son de gran utilidad.

Entre esas tenemos: la red social de Google, el Drive, Blogger y YouTube. Por tanto, Gmail es un servicio de Google que permite crear cuentas de correo electrónico para usar por vía web. Actualmente ofrece una gran capacidad de almacenamiento. Según, Fernández (2011), “Gmail es un proveedor gratuito de correo, que además de ofrecer una interfaz web, da la opción de recibir y enviar correo a través de un cliente de escritorio” (p.133).

### ***Google Drive***

Es un servicio de alojamiento de archivos en línea que fue introducido por Google. Con el lanzamiento de Google Drive, se unificó el almacenamiento disponible para un único usuario, de tal manera que en esos 15 GB se guardan también los mensajes de correo electrónico de Gmail y las imágenes de Google que superen los 2048 x 2048 píxeles. Además, permite mover y eliminar documentos de Google sin estar conectado a Internet. Al conectarse, Google Drive refleja estos cambios en la nube. Incluso es posible recuperar documentos Google de la papelera de la computadora.

Para Ramos (2015), “Google Drive permite abrir en línea más de 30 tipos de documentos directamente desde el navegador web, incluyendo videos de alta definición, archivos de Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop, PDF y muchos otros” (s/p).

### ***Weblog***

Es un medio inicialmente personal (aunque hay blogs grupales); funciona sin editores y sin plazos, no tiene finalidad lucrativa se escribe, en general, por el placer de compartir información o como vehículo de expresión. También recopila cronológicamente textos o artículos, donde el autor

conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El uso o temática de cada weblog es particular, los hay de tipo personal, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo (edublogs), políticos, entre otros. AL respecto, Aguiar y Array (2005), lo consideran “un cuaderno de bitácora en un sitio web en el que se puede incluir todo tipo de contenido y que se muestra usualmente en sentido cronológico inverso” (p.288).

### **Skype**

Es una herramienta que permite la comunicación por texto, voz o video entre usuarios de todo el mundo de forma gratuita. En educación es una herramienta muy útil ya que permite al profesor hablar directamente con los alumnos así como impartir una clase. De hecho recientemente, Skype ha creado “Skype in the classroom”, un directorio en línea planteado como una red social enfocada a facilitar la interacción entre profesores de todo el mundo para compartir experiencias educativas. En este sentido, el libro 100.000 trucos para ahorrar (2011), plantea “Skype es un programa gratuito con el que podemos realizar llamadas entre usuarios. Para eso ambos deben estar conectados y tener el programa de Skype” (p.42).

### **WhatsApp**

Es probablemente, la aplicación con más éxito actualmente, ha desplazado casi por completo a los SMS, conectando de forma inmediata, gratuita, a cualquier hora y lugar con quien se desee. También, ha transformado los hábitos de comunicación cotidiana. Está disponible para Iphone, BlackBerry, Windows Phone, Android y Nokia, y todos esos dispositivos pueden comunicarse del uno al otro. Además de aprovechar de la mensajería básica, los usuarios pueden crear grupos, y enviar entre ellos un número ilimitado de imágenes, videos y mensajes de audio. Para Reig y Vilches (2013), “se ha hecho para hablar con los demás y comunicarse

constantemente. Es una nueva forma de socialización cuya comunicación es más fácil y rápida” (p.177).

### ***Facebook***

Fue creado originalmente por Mark Zuckerberg para apoyar las redes universitarias; en 2004 los usuarios estaban obligados a proporcionar las direcciones de correo electrónico asociada con las instituciones educativas. Posteriormente, se amplió para incluir a los estudiantes de secundaria, profesionales, y finalmente, todos los usuarios potenciales de internet. Es una herramienta maravillosa para mantener el contacto con seres queridos. También, permite a los usuarios personalizar sus perfiles, localizar amigos, reunir personas con intereses comunes a través de la creación de grupos, permite subir fotos, tiene diversas aplicaciones y juegos. Cabe decir que según, Acedy Sanagustín (2012), “Facebook te ayuda a mantener el contacto con amigos y conocidos, siempre y cuando ellos también se hayan registrado” (p.10).

### ***Instagram***

Con esta herramienta, los usuarios se siguen unos a otros, para compartir fotografías y videos a los que se les pueden añadir filtros, marcos y diversos tipos de retoques de imagen. Cuenta con más de 350 millones de usuarios en todo el mundo. Es un canal idóneo para generar un seguimiento activo en las empresas, abriendo una ventana al público, es también el medio ideal para que las empresas conozcan a sus clientes; muchas marcas reconocidas así lo han entendido y ya han establecido su presencia visual en Instagram. Por esto, es conveniente citar a Hernández (2014), “uno de los atributos únicos que tiene Instagram es que le permite al usuario contar con toda una historia utilizando elementos visuales” (p.2).

## ***Twitter***

Es otra red social notablemente extendida, permite a los usuarios enviar y recibir textos breves, llamados tweets, ofreciendo además la posibilidad de suscribirse para recibir automáticamente las actualizaciones de otros miembros de la red. Estos mensajes pueden ser enviados y recibidos a través de la página web de Twitter, de programas de mensajería instantánea o en forma de mensajes de texto (SMS) de teléfono móvil. Esta posibilidad convierte a Twitter en una forma ágil de estar en contacto con otros usuarios en cualquier situación. Por ello, Carvallar (2011), opina “Twitter es un servicio que permite compartir pensamientos, información, enlaces, entre otras cosas, con cualquier usuario web, así como comunicarse directamente, de forma privada o pública, con otros usuarios” (p.4).

## **Herramienta Gerencial**

Son todos aquellos instrumentos que facilitan al directivo o gerente la planificación, organización, control y evaluación de una organización y sus procesos eficientes, con miras a alcanzar los objetivos establecidos en la búsqueda continua del más alto desempeño. El éxito de las organizaciones dependerá de las competencias gerenciales, capacidades de respuestas asertivas y trabajo en equipo de todos los actores que hacen vida dentro de las empresas. Las mismas fueron diseñadas para facilitar al gerente su labor dentro de la organización, es decir, para garantizar exitosamente el ejercicio gerencial. En este sentido, Muñoz (1999), señala: “Herramienta es, también aquella variable que el administrador puede emplear, más o menos a su voluntad, para tratar de conseguir este o aquel objetivo” (p.285).

## ***Gerencia***

Es la función que se refiere a la ejecución de políticas, dentro de los límites establecidos por la dirección, mediante el uso de la organización para establecer la acción que permita alcanzar los objetivos. El término gerencia que argumenta el autor Druckuer (2006), es el siguiente: “La gerencia es el órgano de la sociedad encargado específicamente de hacer productivos los recursos, tanto humanos como materiales” (p.4). De igual modo, se cita la definición hecha por Urquijo (2004), “se entiende por gerencia la actividad administrativa de la empresa” (p.268). A continuación, algunos tipos de gerencia que se consideran relevantes para la investigación:

### ***Tipos de Gerencia***

Los profesionales que ocupan el cargo de gerencia tienen como función cumplir, interpretar y hacer operativa las políticas de una empresa, estos deben hacer primeramente un estudio para visualizar que tipo de gerencia es más adecuada a la necesidad de la institución e identificarse con esta, para poder establecer y mantener un contacto directo y permanente con los empleados según sea el propósito deseado.

### ***Gerencia social***

Su misión es promover las condiciones de desarrollo social aparte de realizar las necesidades humanas, de manera continua y renovada, cuya labor deberá apoyarse en las organizaciones sociales, gubernamentales y no gubernamentales para lograr resultados en cuanto a la solución de problemas sociales para el mejoramiento de la calidad de vida.

En otras palabras Licha (2002), cita: “la gerencia social radica esencialmente en los procesos participativos por parte de una ciudadanía activa que, con dicho enfoque, se busca promover de manera autentica, continua y amplia” (p. xiii). Sumado a lo expuesto, se puede decir que su

principal responsabilidad es diseñar nuevas propuestas que permitan el fortalecimiento de la sociedad civil, potenciando la gestión y consolidación de las organizaciones comunitarias existentes y el establecimiento de otras.

### ***Gerencia Estratégica Institucional***

Ninguna institución social puede estudiarse en el vacío, sólo es posible entender la institución educativa en el contexto global y por lo tanto, su misión tiene que estar totalmente relacionada con la de sociedad. ¿Una institución educativa para qué? Esta interrogante debe ser el punto de partida para establecer una misión, visión, propósitos, objetivos y metas que respondan a necesidades locales, nacionales e internacionales, de integrar en forma dialéctica lo universal y lo particular, de servir a la comunidad pero también servirse de ella, de hacer compatibles la unidad y la diversidad de saber ser, saber conocer, saber hacer y saber convivir.

En definitiva, una institución puede embeberse en la lógica del cambio en sí misma, percibir los cambios del entorno como retos a los cuales debe responder y no adaptarse pasivamente a las exigencias de los nuevos escenarios. En síntesis, Gaitán (2005), opina: “Las organizaciones como creaciones humanas, han sido diseñadas con el fin de satisfacer necesidades sociales” (p.9).

### ***Importancia de la Gerencia***

Es importante porque allí radica el éxito de la empresa; el gerente debe tratar a todos sus colaboradores por igual, sin importar su cargo ni su posición en el organigrama de la empresa; se les debe tratar con el respeto que merecen como personas dejándoles autonomía en el desarrollo de su trabajo, pero colaborándoles y controlándoles, evaluando periódicamente los

resultados contra los objetivos y expectativas que de él tenga su superior, premiándolo públicamente por su participación en los cambios y en las innovaciones de la empresa, esto generara resultados positivos para el desarrollo de la institución. Por ello, se alude a Stephen (2005), “lograr el éxito competitivo a través del personal requiere un cambio fundamental en la manera que tienen los gerentes de ver a sus empleados y a su relación laboral con ellos” (p.282).

### ***Gerentes y Tecnología de la Información***

Muchos ejecutivos empresariales ahora ven la tecnología de información como una tecnología que confiere capacidad para el manejo de los procesos interfuncionales e interorganizacionales, que las unidades de negocios deben tener para afrontar con éxito las medidas competitivas que enfrentan. Existen una serie de herramientas que permiten a individuos, equipos, grupos de trabajo, unidades de negocios y organizaciones conectarse en relaciones empresariales estrechas que puedan proporcionar la comunicación, coordinación y colaboración necesarias en el mercado global competitivo de hoy. Al respecto, Lames (2001), cita lo siguiente: “La tecnología de la información se ha convertido en una fuerza importante para provocar o facilitar el cambio organizacional y gerencial” (p.56).

### **La Comunicación**

La comunicación es el proceso mediante el cual interactúan dos o más personas para transmitir un mensaje. Al respecto, resulta oportuno mencionar a Díez (2006), quien se refiere a la comunicación como “Una manera de entrar en contacto con los demás; sin ella, no existirían las relaciones humanas” (p.8). Lo que quiere decir, que la comunicación es la transferencia

de un mensaje que contribuye al crecimiento de los seres humanos y a su realización. Es por ello, que es relevante transmitir bien el mensaje para que sea recibido, entendido y así lograr una comunicación asertiva.

### ***Elementos del Proceso Comunicativo***

El proceso de comunicación se fundamenta, pues, en los conceptos de relación entre seres y de transmisión de un mensaje. Según la autora Gallardo y López (2005), “Existen unos elementos que forman parte del proceso de comunicación y justamente ponen en contacto la relación y la transmisión, con el contexto y el feed.back (retroalimentación)” (p.24). Es por esto, que a continuación se presentan algunos elementos que intervienen en dicho proceso.

**Emisor:** Puede tratarse de cualquier individuo que emite o envía el mensaje. Es la fuente de comunicación, quien desea transmitir un pensamiento o idea a otros. En otras palabras para Echazarreta y García (2009), “es quien origina el acto de comunicación. Puede tratarse de una persona o un grupo de personas, de un animal o de un objeto. En cualquier caso, es el punto donde se crea el mensaje que se transmite” (p.8).

**Mensaje:** Es el producto real de la fuente codificada. Es toda la información que se transmite y, si se logra una comunicación exitosa será todo lo que reciba el receptor. Brevemente, para Gil, Pomares y Candelas (2010), detallan: “el mensaje es la información o datos a comunicar (p.15).

**Receptor:** Es el sujeto a quien se dirige el mensaje. Pero antes que eso ocurra, el mensaje debe ser descodificado, proceso que requiere de habilidades, actitudes y conocimientos previos del receptor así como de su

atención (el receptor debe estar preparado para recibir el mensaje). A tal efecto, Cibanal y Arce (2009), revelan: “el receptor es la persona a quien el emisor dirige el mensaje, que se recibe a través de uno o más órganos sensoriales. La función principal del receptor es decodificar el mensaje recibido del emisor, es decir escuchar” (p.47).

### ***Tipos de Comunicación***

Antes de entrar en consideración, es imperioso mencionar Báez (2000), quien declara “existen diferentes tipos de comunicación los cuales pueden clasificarse como inefectiva o efectiva, enfocada o no enfocada, objetiva o subjetiva, informativa (de hechos) o dogmática (discursiva), enrevesada o directa y bien o mal expresada” (p.3). Por esto la comunicación se puede clasificar en distintas tipologías dependiendo del canal utilizado, la dependencia jerárquica y el grado de interacción entre emisor y receptor. Como ejemplo tenemos:

#### **En Función del Canal Utilizado**

**Escrita:** Es aquella que se realiza mediante la palabra escrita en un soporte, utilizando graffías o letras. También, permite dejar constancia de ciertos hechos, evita equívocos o sobreentendidos. Por su parte, González (2011), refiere “no es solo un asunto ortográfico y de leyes gramaticales, sino de una habilidad especial. Es estilo personal. Una capacidad determinante para el éxito de un profesional” (p.12).

**Oral:** Se realiza mediante la palabra hablada, utilizando sonidos. Da una riqueza de información adicional que no la proporciona la escrita: los tonos de voz, los titubeos, las palabras sobrentendidas, lo que dejamos sin concluir, entre otros. Las ideas expuestas conllevan a mencionar a Muller

(1999), el expresa “el hombre aprende a comunicarse oralmente mucho antes de aprender a hacerlo por escrito. Lógicamente eso hace que, a lo largo de su vida, la persona tenga más facilidad para expresarse y comunicarse en forma oral, que por escrito” (p.19).

**Vía web:** Sin duda, Internet es hoy unos de los avances tecnológicos que mejor satisface la necesidad del ser humano de transmitir información y comunicarse más allá de las barreras físicas y temporales. También el desarrollo de la World wide web ha supuesto para el ser humano el nacimiento de nuevos modelos de comunicación en red, cuyas características son hoy bien conocidas: el carácter multimedia, la hipertextualidad, la interactividad y las nuevas formas de interacción, la ruptura del tiempo y el espacio, los formatos sincrónicos y asincrónicos. Por esto, González (2009), refiere “la evolución de los sitios web característicos de la web 1.0 hacia los sitios web característicos de la web 2.0 ha permitido la eclosión de estas nuevas formas de comunicación y ha fomentado la interacción en línea entre usuarios” (p.273).

### **En Función del Grado de Interacción**

**Directa:** Es la comunicación que se desarrolla entre el emisor y el receptor en forma personal. Actualmente existen una serie de medios que permiten este tipo de comunicación. Sobre el asunto, Wolton (2005), “la comunicación directa es aquella que se da entre dos o más personas como el intercambio a distancia mediatizado por las técnicas (teléfono, televisión, radio, informática, telemática entre muchas otras) (p.24).

**Indirecta:** Es aquella donde la comunicación está basada en una herramienta o instrumento ya que el emisor y el receptor están a distancia, puede ser personal (hablar por teléfono, enviar un correo electrónico) o bien

colectiva (periódicos, radio, libros). Llama la atención entonces la opinión de Vargas (2012), a comunicación indirecta tiene, y dispone, de unos valores reales y potenciales enormes. Consiste en un juego semántico-lingüístico que permite crear en el receptor una complicidad, con unos efectos altamente atractivos” (p.178).

**Comunicación Externa:** Va dirigida al público externo, clientes, intermedios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general. Viene determinada por las personas que no tienen ninguna relación con la empresa o bien la tienen de manera muy limitada, sea esta geográfica, de productos o de servicios. Vinculado al concepto anterior, Báez (Ob.Cit), expone “la comunicación externa emplea las campañas publicitarias y las relaciones publicas, para relacionarse con su entorno y para establecer y fortalecer las relaciones institucionales” (p.110).

**Comunicación Interna:** En cuanto a, la comunicación interna se hace referencia a estos autores Almenara, Romeo y Roca (2005), quienes la consideran “como el conjunto de comunicaciones que se producen dentro de la organización” (p.97). Además, está orientada al grupo interno que es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculadas con ellas. En el caso de una empresa, está integrado por accionistas, directivos, empleados (administrativos, obrero, entre otros). Dentro de esta comunicación, la misma, puede producirse de la siguiente manera:

**Formal:** Con referencia a la comunicación formal se toma la expresión de Carretón (2007), “transmite mensajes reconocidos de forma explícita por la organización (información oficial), se encuentra perfectamente definida y sigue las líneas del organigrama empresarial, lo que permite conocer cuáles son los cauces de transmisión de información planeados para la

organización” (p.38). Igualmente, su contenido está referido a aspectos laborales únicamente. En general, se utiliza la escritura como medio. La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir todos los procedimientos burocráticos.

**Informal:** Según, Carretón (Ob.Cit), “la comunicación informal aporta una información sobre lo que se está haciendo y sobre los cambios que se están produciendo a los miembros de la organización” (p.39). También, el contenido de la comunicación, a pesar de estar referido a aspectos laborales, utiliza canales no oficiales (reunión en estancias fuera del trabajo, encuentros en los pasillos, las pausas en la comida, entre otros).

### ***Importancia de la Comunicación***

Es importante saber comunicarse porque el ser tiene que expresar diariamente sus emociones y sentimientos, esto a su vez le abrirá un espacio en los círculos en donde se desenvuelva, abriendo una serie oportunidades que le permitirá alcanzar el éxito y la habilidad de comunicarse es relevante para lograr relacionarse más con el entorno social, familiar y laboral. Al respecto, Carnicero (2005), afirma “las relaciones comunicativas intra e interpersonales adquieren un significado especial cuando consideramos el contexto institucional, marco que posibilita o limita el proceso de transformación de la información en comunicación” (p. 8).

### **Optimización Comunicacional**

La optimización comunicacional depende de la herramienta de gestión, porque dan oportunidad al personal para que tome parte de los procesos que están orientados a la creación de los valores de la organización, alimentado así el sentido de pertenencia. En este contexto Almarza (2013) señala

Las Instituciones de Educación Superior deben controlar y dirigir las comunicaciones emitidas, ya que es un factor de vital importancia para el cumplimiento de las metas trazadas y ser proactivas, por ello se habla de gestión comunicacional para definir todo lo relacionado de la comunicación en las organizaciones, por lo tanto, la optimización comunicacional representa la acción estratégica que conducen a la puesta en marcha de la política general de la organizacional. (p.98)

De lo señalado por el citado autor se infiere que la optimización comunicacional es la condición de anunciar y conseguir técnicas y herramienta que permitan incrementar verdaderamente el concepto de comunicación asertiva donde no solamente se reciba información sino que genere igualmente visiones y actividades, que favorezcan a que la organización cumpla con sus objetivos.

Por lo tanto, la gerencia para alcanzar el éxito en sus comunicaciones debe implementar un flujo bidireccional, a través de las tics, memos, periódicos, y vídeos para informar a todos los miembros a fin de alcanzar los objetivos que la organización se ha trazado, esta representa la principal herramienta que tienen los directivos para informar sobre los planes propuestos, en consecuencia, debe ser bien analizada y discutida con todos los integrantes de la organización, ya que en la comunicación es donde se puede informar y explicar del porqué de los cambios que estos conllevan para los afectados, porque una mala comunicación perjudica el trabajo: se demoran, se duplican o se pierde la calidad de las tareas, baja la productividad, nace la desmotivación y la incertidumbre.

En este sentido, Santiago (2014) expone

La optimización de la comunicación, es un campo de la práctica fundamentada en forma reflexiva y articulada que se extiende a través de un gran número de niveles y esferas de la actividad comunicacional en la organización, que debe darse en todos los niveles, desde los más bajos hasta los más altos. (p.54)

A través de la optimización comunicacional se facilita el despliegue de todo el aparato de comunicación c destinado al personal con el objeto de:

Promover la comunicación entre los miembros

Facilitar la integración entre las realizaciones personales y las institucionales

Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros

Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión

En el caso de las universidades Prieto y Suárez (1998) consideran que una buena comunicación entre el personal y la Alta Gerencia Universitaria repercutirá en una mayor participación de la comunidad universitaria para brindar su apoyo a las tareas universitarias, impulsando el conocimiento, la calidad, la productividad, la corresponsabilidad y el compromiso necesario para alcanzar la Misión, Visión y Objetivos Estratégicos Institucionales.

## **Teorías que Sustentan la Investigación**

### ***Teoría del Conectivismo***

Formulado por Georges Siemens, es una teoría de aprendizaje para la era digital, se basa en la construcción de conexiones como actividades de aprendizaje. Es la integración de los principios explorados por las teorías del caos, redes, complejidad y auto organización. El aprendizaje es un proceso que tiene lugar en entornos difusos, puede residir fuera de nosotros mismos (dentro de una organización o base de datos) y está enfocado a conjuntos de información especializada conectado a las conexiones que nos permiten aprender más.

Siemens, da importancia a las redes existentes. En este sentido, el mejor acercamiento para comunicar el valor del conectivismo sería evidenciar las actividades eficaces que ya estén ocurriendo dentro de la organización, puesto que se trata de un proceso donde constantemente estamos conectados, adquiriendo nueva información y creando redes de aprendizaje personales. Sin embargo, las estructuras orgánicas de algunas compañías no están a menudo conectadas con el natural desarrollo de estas redes.

Existen modelos jerárquicos que todavía son muy reflexivos en el manejo de sus recursos. Y el conocimiento es una entidad muy diferente; un flujo que es, a su vez, un producto. Se hace necesario que las organizaciones comprendan y estén más conectadas con el conocimiento como una entidad central de los procesos corporativos. Respecto a esta teoría Carmona, Gallego y Muñoz (2008), citan:

El conectivismo como teoría del aprendizaje intenta explicar el cómo aprendemos, pero tiene implicaciones que van más allá del aprendizaje. Cobijan y afectan diferentes aspectos de la vida como: gestión y liderazgo, medios, noticias gestión del conocimiento personal en relación con el organizacional, diseño de entornos de aprendizaje, al igual que aprendizaje en entornos complejos soportados por las TIC (p.84).

Las organizaciones están avanzando más allá de los procesos de formación basados en cursos, adoptando un modelo más rico y complejo de desarrollo, que contempla el aprendizaje continuo. Las conversaciones que ocurren vía mensajería instantánea, los talleres informales y el surgimiento de comunidades corporativas, impactan fuertemente en el desarrollo del personal de una empresa. El gran desafío de formalizar el conectivismo en una organización reside en comprender cómo fluye habitualmente, cómo queremos que fluya, qué herramientas usamos para asegurar un flujo eficaz, y qué sistema de integración de éstos se poseen.

### **Bases Legales**

Las Bases Legales en la investigación representan el asidero Jurídico en el cual descansa el estudio, en este sentido en el presente trabajo de grado se encuentra la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), Ley de Infogobierno (2015) Currículo Nacional Bolivariano (2009)

Según la Carta Magna de la República Bolivariana de Venezuela en su Artículo 108, hace mención de que “los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana” (p.88). Este Artículo es relevante para la investigación, ya que hace referencia al estado como garante de los medios para contribuir en la formación de la población, haciendo uso de las tecnologías, especialmente en los centros educativos.

Por otra parte, La Ley de Infogobierno en su Capítulo II “Principios y Bases del uso de las Tecnologías de la Información” específicamente en el Artículo 14, hace mención a “el Poder Público, en forma corresponsable con el Poder Popular, participa en el desarrollo, implementación y uso de las tecnologías de información libres, a fin de garantizar a las personas, en igualdad de condiciones, el acceso y la apropiación social del conocimiento asociado a esas tecnologías” (p. 6).

En este mismo orden de ideas, cabe resaltar que en el Currículo Nacional Bolivariano en su Decreto 3.2.2.4 hace mención a los Ejes Integradores citando que “Deben ser considerados en todos los procesos educativos para fomentar valores, actitudes y virtudes” (p.56). Es evidente entonces, que todos los ejes son parte fundamental para la formación del ser humano integral que se quiere formar desde las instituciones educativas. Para efecto de este estudio se tomó el Eje de las TIC puesto que contribuye a la formación del ser social, solidario y productivo mediante el uso de la ciencia y la tecnología.

**Cuadro N° 1** Identificación y Definición de las Variables

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Nominal</b>
<b>Tecnología de la información y Comunicación (TIC)</b>	Sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2005),	Sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, además facilita la comunicación entre dos o más interlocutores.
<b>Optimización Comunicacional</b>	Campo de la práctica fundamentada en forma reflexiva y articulada que se extiende a través de un gran número de niveles y esferas de la actividad comunicacional en la organización, que debe darse en todos los niveles, desde los más bajos hasta los más altos. Santiago (2014)	Condición de anunciar y conseguir técnicas y herramienta que permitan incrementar verdaderamente el concepto de comunicación asertiva donde no solamente se reciba información sino que genere igualmente visiones y actividades, que favorezcan a que la organización cumpla con sus objetivos

**Fuente:** La Autora (2017)

**Cuadro N° 2** Operacionalización de las Variables.

**Objetivo general:** Proponer un plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítem</b>
	Herramientas tecnológicas	Internet	1
Tecnología de la información y Comunicación (TIC)	Redes sociales	Visibilidad	2
		Interaccion	3
		Influencia	4
		Fidelizacion	5
Optimización Comunicativa	Importancia de la comunicación	Comunicación externa.	6
		Comunicación interna: formal e informal	7,
		Tipo de mensajes comunicacionales	8

**La Autora (2017)**

## Definición de Términos Básicos

**Comunicación:** Es un proceso que se realiza siempre por la interacción de tres elementos base: un emisor (1), que envía un mensaje a través de un canal (2) hacia un receptor (3).

**Conectivismo:** Es una teoría educativa, que promueve el uso coherente de las TIC y se aleja del constructivismo imperante como modelo educativo.

**Facebook:** Es una red social cuyo objetivo es tener un espacio en el que los usuarios puedan intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet.

**Gerencia:** Se refiere al grupo de empleados que asume la dirección en una empresa, y que se encarga de dirigir los asuntos internos y externos de la misma.

**Herramientas tecnológicas:** Están diseñadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean aplicados eficientemente intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las organizaciones.

**Innovación:** Refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias en un ámbito, un contexto o producto.

**Internet:** Se denomina Internet al conjunto de redes informáticas interconectados que permiten la comunicación simultánea y recíproca entre millones de usuarios en todo el mundo.

**Instagram:** Es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad cuya principal función es permitirle al usuario compartir fotografías con sus seguidores tanto en ella como en el resto de las redes sociales más extendidas del mundo, tales como twitter, facebook, entre otras.

**Tecnologías de la Información y Comunicación:** Son aquellas que se encargan del estudio, desarrollo, implementación, búsqueda, almacenamiento y distribución de la información mediante la utilización de hardware y software como medio de sistema informático.

### **CAPITULO III**

## **MARCO METODOLOGICO**

En el marco metodológico se adquiere información en relación a lo que en realidad está ocurriendo en el objeto de estudio, dentro de un nivel más concreto, se ubica un conjunto de reglas operativas y técnicas seleccionadas por el investigador en concordancia con el problema planteado. En este sentido Hernández, Fernández y Baptista (2012) señalan:

Ubicado dentro de un contexto dinámico, se refiere al estudio, a partir de sus elementos estructurales, elección de diseño y la Operacionalización. A la luz de cada uno de ellos, se explican las distintas actividades que el investigador debe cumplir para continuar adentrándose en el proceso de investigación científica y así traducir el marco teórico a nivel empírico (p. 39).

Se infiere entonces que el Marco Metodológico es el espacio del estudio dedicado a la realización de la naturaleza, diseño y tipo de investigación que se realiza

### **Naturaleza de la Investigación**

El tipo de investigación se centra en la modalidad de Proyecto Factible, el cual es definido por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2006), como “la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales, puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnológicos, métodos o procesos”... (p. 21).

### **Diseño de la Investigación**

Escorcha (2002) lo define como:

La estructura o plan para un estudio, que sirve de guía para la recogida y análisis de los datos, supone la especificación de métodos y procedimientos para adquirir la información necesaria para estructurar o solucionar problemas, es decir, este se refiere a la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. (p.143)

Se infiere que el diseño de la investigación es donde se establece qué tipo de investigación se va a aplicar para el trabajo que se realiza. En atención al diseño de esta investigación será de campo la cual según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2005,) son:

El análisis sistemático del problemas en la realidad, con el propósito bien se de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos en el desarrollo. (p.27)

Es decir, los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. Sin embargo, se aceptan también estudio sobre datos censales o muestrales no recogidos por el estudiante, siempre y cuando se utilicen los registros originales con los datos no agregados; o cuando se trate de estudios que impliquen la construcción o uso de series históricas, y en general, la recolección y organización de datos publicado para su análisis mediante procedimientos estadísticos, modelos matemáticos, econométricos o de otro tipo.

Con respecto a esta investigación se escogerá el diseño de campo, que es eficaz para llevar la propuesta, permitiendo la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, es decir, datos primarios, obteniendo la información pero sin alterar las condiciones existentes.

## **Tipo de Investigación**

El presente estudio es de tipo descriptivo, según Hernández, Fernández y Baptista (Ob. Cit) conceptualiza a las investigaciones descriptivas como aquellas que se basan en describir y analizar de forma sistemática las características de los fenómenos estudiados sobre la realidad de hechos. Por tal motivo, y atendiendo al área bajo estudio se considera adecuado el desarrollo de este tipo de investigación debido a que se ubica sobre problemas planteados a nivel teórico.

## **Fases de la Investigación**

El Proyecto Factible se desarrolló tomando en cuenta la propuesta de Palella y Martins (2006), los cuales señalan:

Para el desarrollo de la modalidad de Proyecto Factible, lo que se debe hacer en primera instancia es un diagnóstico, a continuación se debe plantear y determinar la fundamentación teórica de la propuesta, así como también establecer el procedimiento metodológico, las actividades y recursos que se requieren para su realización. Por último, se efectúa el análisis de la factibilidad del Proyecto y, en caso de que a investigación incluya el desarrollo, se ejecuta la propuesta con su consecuente evaluación del proceso de los resultados (p. 17).

El presente Proyecto Factible se realizó a través de tres (3) Fases, las cuales se describen a continuación:

### **Fase I: El Diagnóstico:**

Se llevó a cabo para la determinación de los aspectos que intervienen en la de optimización comunicativa al personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, por medio del empleo de la técnica de

la encuesta y como instrumento un cuestionario contentivo de once (11) preguntas, lo cual permite detectar la situación existente.

### **Fase II. Diseño de la Propuesta:**

La problemática, la cual fue detectada con el diagnóstico, relacionado con la propuesta del plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa al personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS. En este sentido, Montero (2001) señala que una propuesta “es una proposición que se expone con un determinado fin, lo que puede considerarse premisa o recomendación que sirva de argumento para un proceso de cambio” (p. 57).

### **Fase III: Estudio de Factibilidad:**

La palabra factibilidad se define como “la cualidad o condición de factible. Factible: que se puede hacer; tiene probabilidades de poderse llevar a cabo” (Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, 2002, p. 241). Lo planteado anteriormente, quiere decir que el estudio de factibilidad comprenderá el conjunto de acciones o condiciones necesarias para la ejecución de un proyecto o propuesta. Por lo tanto, la factibilidad será abordada desde el aspecto educativo

## **Población y Muestra de Estudio**

### **Población**

El universo o población, según Hernández y otros (Ob. Cit) es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas

especificaciones" (p.304), en este caso la población está conformada por noventa y cuatro (94) docentes adscritos al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

### **Muestra**

De acuerdo con Andrade (2004). La muestra es la parte o fracción representativa de un conjunto de una población. (p.179), De igual manera señala Crespo (2005) que la muestra es como "un subconjunto o parte de la población", por lo que para la presente investigación por lo que se toma como muestra el treinta por ciento (30%) de la población, es decir, veintiocho (28) docentes adscritos al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, los cuales fueron seleccionados por criterio propio, es decir cada uno por si solo deseo dar respuesta al instrumento de investigación.

### **Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

Se utilizó la técnica de la encuesta, la cual es definida por Velasco (2000), como "la comunicación verbal entre el entrevistado y el entrevistador, con el objeto de recoger las informaciones y opiniones del primero" (p. 40). Para lo cual se realiza un cuestionario dicotómico (Si o No) contentivo de ocho (08) ítems. La escala es definida por Hernández, Fernández y Baptista (2007) como: "un conjunto de ítems presentados en forma de afirmación o juicios donde se le pide al sujeto que exprese su reacción eligiendo una alternativa de acuerdo a la escala presentada" (p. 264); con lo cual se determinará la necesidad de proponer y ejecutar la propuesta.

### **Validez del Instrumento**

Para la validación del instrumento se utilizó la validez de contenido. Al

respecto, Ruiz (2002) plantea que:

La validez de contenido trata de determinar hasta dónde los ítems de un instrumento son representativos del dominio o universo de contenido de la propiedad que se desea medir. Asimismo, este tipo de validez se estima de manera subjetiva o intersubjetiva y el procedimiento más comúnmente empleado para determinarla es el que se conoce con el nombre de juicios de expertos (p. 58).

En este contexto, el autor antes mencionado, expone los siguientes pasos para llevar a cabo dicha validez:

1. Se seleccionó dos jueces o expertos, por lo menos, a los fines de juzgar, de manera independiente, la “bondad” de los ítems del instrumento, en términos de la relevancia o congruencia de los reactivos con el universo de contenidos, la claridad en redacción y la tendenciosidad o sesgo en su formulación.
2. Cada experto recibe suficiente información.
3. Cada juez recibe un instrumento de validación en el cual se recoge la información de cada experto.
4. Se recogen y analizan los instrumentos de validación y se toman las decisiones siguientes: (a) los ítems donde hay un 100 por ciento de coincidencia favorable entre los jueces; (b) los ítems donde hay un 100 por ciento de coincidencia desfavorable entre los jueces, quedan excluidos del instrumento; y (c) los ítems donde sólo hay coincidencia parcial entre jueces deben ser revisados, reformulados, si es necesario, y nuevamente validados (p. 59).

El autor plantea, se seleccionan dos o tres expertos en el área temática objeto de estudio; entregándosele un instrumento de validez que contenga la pertinencia, congruencia y coherencia de los ítems. Igualmente, información referida al estudio en cuanto al objetivo de la investigación, título del estudio y Operacionalización de la variable. Una vez que los expertos revisen el instrumento se procede a revisar cada uno de ellos; con el propósito de seleccionar las preguntas corregidas y no corregidas.

Por lo tanto, se seleccionarán tres (03) expertos, a saber: uno en metodología de la investigación y dos especialistas en Tecnología de la

comunicación a los cuales se les entrego, a través de una comunicación escrita, el instrumento a ser validado, una hoja de instrucciones para su respectiva validación y otra para las observaciones relacionados con los ítems.

### **Confiabilidad del Instrumento**

Se le aplicará el coeficiente de consistencia interna de Cronbach (alfa) que según Hernández, Fernández y Baptista (2007), dice:

Este concepto, requiere una sola administración del instrumento de medida y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica y calcula el coeficiente (p. 251).

Por consiguiente, para hallar el valor del coeficiente de Cronbach (Alfa) se aplicó la siguiente fórmula:

Dónde:

$\alpha$  = Coeficiente de confiabilidad de Cronbach.

**K = Número de ítems**

Sumatoria de la Varianza por ítem  
= Varianza total del instrumento.

$$R_{tt} = \frac{\sum (x_i^2) - \frac{(\sum x_i)^2}{K}}{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{K}} * \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{K}}{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{K}}$$

Rtt =

## Técnicas y Procesamiento de los Datos

Luego de aplicado el instrumento definitivo a la población (muestra), se determinará las frecuencias y porcentajes, los cuales serán representadas en cuadros y gráficos, empleando el programa EXCEL 2007 para su procesamiento, para la interpretación de resultados se utilizó la estadística descriptiva (análisis descriptivo); porque está basado en la interpretación porcentual, permitiendo confrontar la relación con el marco teórico general establecido.

### CAPITULO IV

#### ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

En este Capítulo se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del Instrumento de Recolección de Datos, así como el análisis para dar respuesta a los objetivos específicos trazados en esta investigación, los cuales quedaron de la siguiente manera:

**Ítems 1.** ¿Considera usted que el internet existente en el programa de educación suple las necesidades comunicacionales de los docentes de VPDS UNELLEZ?

#### **Cuadro 3. Herramientas tecnológicas**

---

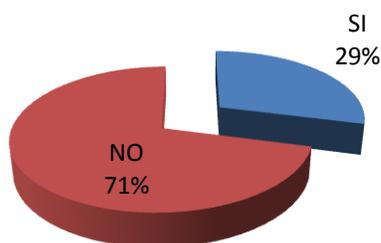
<b>Alternativas Respuestas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
------------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

<b>Si</b>	08	29%
<b>No</b>	20	71%
<b>TOTAL</b>	28	100%

**Fuente:** Instrumento de Recolección de Datos (2018)

**Gráfico 2.**

**Fuente:** Cuadro 3



**Análisis e Interpretación:** Nótese que una mayoría representada por el

Sesenta y un por ciento (71) se identificó con la opción NO, mientras que el veintinueve por ciento (29%) restante considera que SI. Este resultado permite considerar que el internet en el programa de Educación VPDS UNELLEZ, no es el más adecuado para la comunicación de los docentes, infiriendo entonces que es una limitante entre la educación y las herramientas tecnológicas

**Ítems 2.** ¿Considera usted que existe algún tipo de Redes sociales que permita la visibilidad de las comunicaciones enviadas por el Programa de Educación VPDS UNELLEZ a los docentes adscritos al mismo?

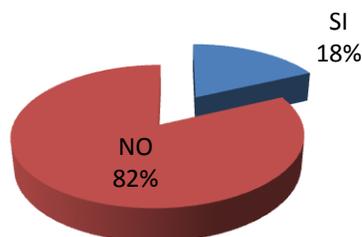
#### **Cuadro 4. Redes Sociales**

<b>Alternativas Respuestas</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Si</b>	05	18%
<b>No</b>	23	82%
<b>TOTAL</b>	28	100%

**Fuente:** Instrumento de Recolección de Datos (2018)

## Gráfico 2.

Fuente: Cuadro 3



**Análisis e Interpretación:** El ochenta y dos por ciento (82%) se identificó con la opción No, mientras que el dieciocho por ciento (18%) con la opción Si, este resultado evidencia que la comunicación a través de las Redes sociales no se lleva a cabo aunque es una herramienta muy común en la actualidad

**Ítems 3. ¿Considera usted que la Interacción de los comentarios de los usuarios desde el muro de Facebook, Twitter, comentarios en el blog, whasattp entre otros, permite una comunicación fluida entre los docentes del Programa de Educación de UNELLEZ VPDS?**

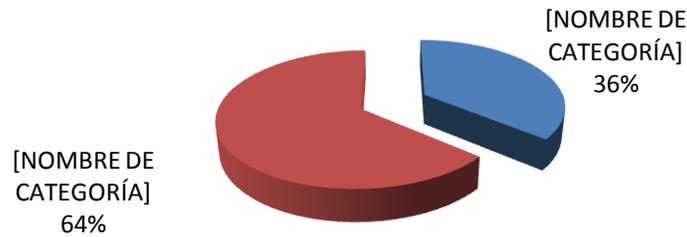
## Cuadro 5. Redes Sociales

Alternativas Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	10	36%
No	18	64%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de Recolección de Datos (2018)

## Gráfico 3

Fuente: Cuadro 5



**Análisis e Interpretación:** El sesenta y cuatro por ciento (64%) de los encuestados considera que No existe la Interacción de los comentarios de los usuarios desde el muro de Facebook, Twitter, comentarios en el blog, whasattp entre otros, permite una comunicación fluida entre los docentes del Programa de Educación de UNELLEZ VPDS, simplemente porque no se evidencian, por lo menos a nivel general, de existir será para grupos reducidos.

**Ítems 4.-** ¿Considera usted que existe algún tipo de influencia en la comunicación emitida por el Programa de Educación VPDS UNELLEZ a través de las redes sociales?

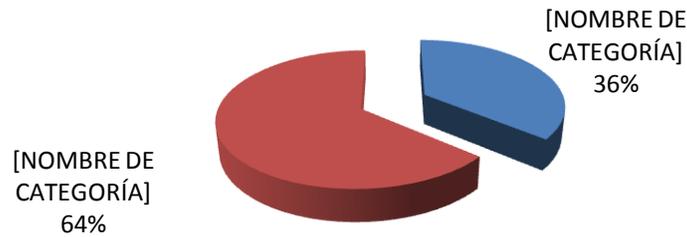
**Cuadro 6. Redes Sociales**

Alternativas Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	10	36%
No	18	64%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento de Recolección de Datos (2018)

**Gráfico 4**

**Fuente:** Cuadro 6



De lo que se desprende del gráfico, el sesenta y cuatro por ciento (64%) de los encuestados considera que No existe algún tipo de influencia en la comunicación emitida por el Programa de Educación VPDS UNELLEZ a través de las redes sociales, lo cual deja claro que los grupos que se forman son de pocos integrantes y esto no permite que la comunicación llegue de manera clara y fluida a todos por igual.

**Ítems 5.-** ¿Considera usted que existe Fidelización, es decir conocer el número de comentarios que realizan los docentes del programa de Educación VPDS UNELLEZ, mediante las Redes Sociales?

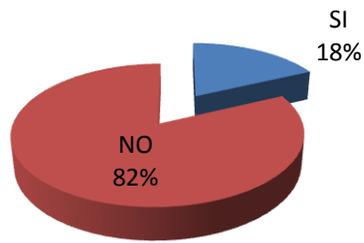
**Cuadro 7. Estrategia Pedagógica**

Alternativas Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	05	18%
No	23	82%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento de Recolección de Datos (2018)

**Gráfico 5**

**Fuente:** Cuadro 7



67%

**Análisis e Interpretación:** El ochenta y dos por ciento (82 %) se identificó con la opción No, mientras que el dieciocho por ciento (18%) restante considera que Si, todo lo cual evidencia in desconocimiento del número de comentarios que realizan los docentes del programa de Educación VPDS UNELLEZ, mediante las Redes Sociales, quizás por su no existencia.

**Ítems 7.-** ¿Considera usted que el Programa de Educación se lleva a cabo una comunicación interna\_ formal o informal que le permite intercambio de hechos, ideas, opiniones o emociones para crear un terreno común de entendimiento?

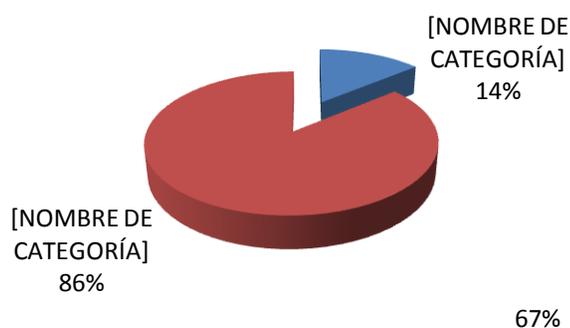
**Cuadro 9. Importancia de la comunicación**

Alternativas Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	04	14%
No	24	86%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento de Recolección de Datos (2018)

**Gráfico 7**

**Fuente:** Cuadro 9



**Análisis e Interpretación:** El ochenta y seis por ciento (67%) de los encuestados considera que en el Programa de Educación No se lleva a cabo una comunicación interna\_ formal o informal que le permite intercambio de hechos, ideas, opiniones o emociones para crear un terreno común de entendimiento

**Ítems 8.-** ¿Considera usted que el Tipo de mensajes comunicacionales llevados a cabo en el Programa de Educación, permiten una clara vivencia de lo que se desea hacer y de las acciones a tomar para la realización de las diferentes actividades académicas?

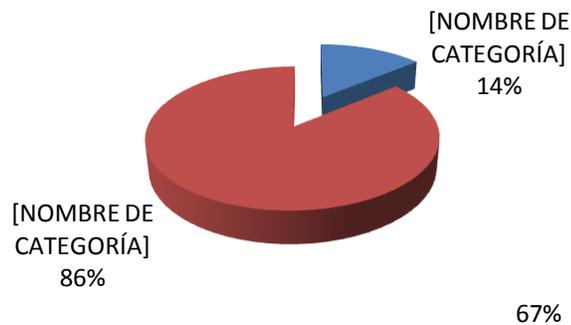
**Cuadro 10. Importancia de la comunicación**

Alternativas Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	04	14%
No	24	86%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instrumento de Recolección de Datos (2018)

**Gráfico 8**

**Fuente:** Cuadro 10



**Análisis e Interpretación:** El ochenta y seis por ciento (67%) de los encuestados considera que el Tipo de mensajes comunicacionales llevados a cabo en el Programa de Educación, No permiten una clara vivencia de lo que se desea hacer y de las acciones a tomar para la realización de las diferentes actividades académicas, todo lo cual fija las bases sólidas para la realización de la presente propuesta en aras de dar solución a la problemática presentada

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez elaborado el diagnostico se verifico que el uso de las herramientas tecnológicas como medio de transmisión comunicacional en el programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, es escaso o nulo

En cuanto al tipo de comunicación que existente en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS estos señalaron que es la escrita, a través de correos electrónicos, que aunque permite dejar constancia de ciertos hechos, evita equívocos o sobreentendidos, no obstante no se da de forma regular, lo que impide una efectividad debido a

que los docentes no siempre tienen abierto los correos y si lo hace la información la envían para realizar actividades inmediatas que en la mayoría de las oportunidades el tiempo no permite su ejecución.

En cuanto a la factibilidad social, legal y económica de la propuesta de un plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, es pertinente porque se sustenta en el marco Legal venezolano, la Universidad posee equipos tecnológicos y sistemas de avanzada para la ejecución de la propuesta,

La elaboración del plan estratégico, basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, se llevó a cabo teniendo en cuenta los resultados arrojados por el instrumento de investigación una vez analizado.

## **Recomendaciones**

Al Programa de Educación VPDS UNELLEZ, poner en práctica la presente propuesta, pues su implantación permitirá una comunicación asertiva entre los docentes

A la UNELLEZ, permitir a los docentes adscritos al Programa de Educación VPDS, el uso de las herramientas tecnológicas para un mayor flujo comunicacional.

A los docentes Programa de Educación VPDS UNELLEZ no resistirse a los cambios y acezar a la era de la tecnología comunicacional

A futuros tesisistas que tomen como modelo la temática aquí presentada de manera que pueda ser implantada en otros programas con otros objetivos y metas.

## **CAPITULO VI**

### **LA PROPUESTA**

#### **Justificación de la Propuesta**

El plan estratégico conduce a la orientación de toda la organización hacia el futuro y hacia el entorno, lo que le permitirá permanecer en el tiempo dentro de su sector, y en relación con su competencia, por lo tanto define a la organización, su misión, visión, valores y objetivos y todo esto en conjunto se convierte en la carta de navegación para todas y cada una de las personas que la conforman, sin importar, su cargo o rango.

Por lo tanto, la puesta en marcha de Planes Estratégicos es de gran utilidad para las organizaciones porque en relación con la presente investigación se llevara cabo de una mejor manera el proceso comunicacional basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, debido a que debe existir una comunicación efectiva entre los docentes de los diferentes programas de la máxima casa de estudio en aras de que las actividades, estrategias y acciones planificadas se lleven a cabo de una manera total, no en pequeños grupos, que la información llegue a tiempo y no a destiempo, porque son los docentes los encargados de llevar a cabo la docencia, la extensión y la investigación, como gerentes del subproyecto que imparten .

Desde esta perspectiva, las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, debe ser vista como un proceso que fomente y fortalezca el mejoramiento profesional, desde una gerencia efectiva, dentro de la transformación universitaria en aras de identificar sus cualidades como punto de partida para diseñar políticas que coadyuven a la realización de una comunicación efectiva que redunde en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

De lo planteado se justifica la propuesta de un Proponer un plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

## **Objetivos de la Propuesta**

### **Objetivo General**

Desarrollar estrategias en el proceso Generar acciones que permitan la puesta en marcha de un plan comunicacional utilizando las TIC como herramienta gerencial en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

### **Objetivos Específicos**

Indagar acerca de las debilidades que pueden ser corregidas en el desarrollo de las actividades gerenciales comunicativas del personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

Determinar cómo se lleva a cabo el uso de las TIC en el programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

Implementar estrategias para la optimización del uso de las TIC como herramienta comunicacional en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS

### **Factibilidad del Plan Estratégico**

La factibilidad del Plan Estratégico

Proponer un plan estratégico basado en las tecnologías de la información y comunicación como herramienta gerencial de optimización comunicativa en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS se da desde tres perspectivas:

**Perspectiva Institucional:** Se somete una insuficiencia que presta el programa de Educación de la UNELLEZ VPDS, en cuanto al uso de las TIC como herramienta comunicacional, permitiéndole contar con una herramienta que optimice esta situación.

**Perspectiva Técnica:** Se da por la descripción de las estrategias que permite la optimización comunicacional en el programa de Educación de la UNELLEZ VPDS a través de las TIC

**Perspectiva Psico-Social:** La mayor disposición de todo el personal y la gerencia para realizar la ejecución del Plan Estratégico y su puesta en marcha.

### **Recursos Financieros**

Dado que en el programa de educación de la UNELLEZ VPDS, existen los recursos técnicos, para la implementación de la presente propuesta, así como recursos tecnológicos, no genera gastos adicionales a la institución.

### **Recursos Materiales**

- Computadoras.
- Retroproyector multimedia.
- Materiales de oficina.
- Papelería.
- Espacios físicos que permitan la elaboración y ejecución de la propuesta, para lo que la dirección de la institución está totalmente de acuerdo en colaborar.

### **Plan Estratégico**

Entender las necesidades y una óptima comunicación en los docentes adscritos al programa de educación UNELLEZ VPDS, es un reto para todos, más aun en la era de la tecnología en una universidad que posee tecnología de punta y en momentos claves para la transformación universitaria

En este sentido, el presente Plan Estratégico, se constituirá en un recurso importante, manteniéndolos en constante capacitación y

actualización que los habilite para una comunicación efectiva a través de las TIC, lo cual impactará positivamente en desempeño laboral de los docentes, al mantenerse orientados y comunicados para una excelente gestión académica.

### **Misión**

Ser los docentes universitarios con mayor nivel gerencial, eficacia, dispuestos en todo momento en brindar orientaciones, y soluciones en el Programa de educación UNELLEZ VPDS mediante una comunicación efectiva a través de las TIC

### **Visión**

Ser para el año 2019, líderes en comunicación efectiva en la UNELLEZ VPDS

### **Metas**

Aumentar en un 100% la impresión positiva de los docentes de la UNELLEZ VPDS

### **Análisis de Factores Internos y Externos**

Existen diversidad de elementos que inciden considerablemente en el desarrollo del trabajo a realizar, por ello es necesario enfocarse en identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, elementos imprescindibles que permiten generar estrategias para cumplir con los objetivos planteados.

### **Factores Internos**

Entre los factores internos se pueden encontrar y hacer énfasis los elementos que indican fortaleza y debilidades.

**Fortalezas.** La fortaleza es el elemento principal de la institución en este se puede considerar tomar en cuenta los siguientes:

- a) Amplia estructura de la institución
- b) Personal con mística de trabajo.
- c) Personal con alto Grado académico
- d) Excelente ubicación en la Ciudad

**Debilidades,** son aquellos elementos que dificultan el trabajo y con el cual se puede entorpecer el cumplimiento de objetivos propuestos, y es por el cual se diseñan estrategias. Entre estas se presentan las siguientes:

- a) No establecen estrategias comunicacionales atención prioritaria a los docentes del programa de educación UNELLEZ VPDS
- b) No establecen estrategias comunicacionales efectivas
- c) La atención y orientaciones comunicacionales prestadas a los docentes, no llena sus expectativas

### **Factores externos**

Los factores externos constituyen elementos que tributan significativamente en el desarrollo de un trabajo, es por ello que se toma en consideración mencionar las siguientes:

**Oportunidades**, estas parten de las fortalezas o las debilidades con el fin de cambiar el panorama existente y poder brindar en este sentido múltiples estrategias que faciliten el desarrollo de propuestas.

- Se presenta una excelente ubicación en la ciudad
- Excelente personal profesionales en el área, con experiencia, conocimiento y actitud

**Amenazas**, se constituye amenaza todo aquel elemento que dificulta el trabajo realizado, y que de no ser solucionado podría presentar un tipo de problema. Entre estas se presentan las siguientes:

Desmotivación del personal docente del programa de educación UNELLEZ PDS Educación

Poca receptividad de los docentes al momento de llevar a cabo alguna actividad convocada por el programa de educación UNELLEZ VPDS, debido a que las informaciones llegan tarde o no llegan..

Poca receptividad de los docentes que manejan la información para comunicarles a otros

### **Análisis de Matriz FODA**

<b>Factores Internos</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	Amplia estructura de la institución Personal con mística de trabajo. Personal con alto Grado académico Excelente ubicación en la Ciudad	No establecen estrategias comunicacionales atención prioritaria a los docentes del programa de educación UNELLES No establecen estrategias comunicacionales efectivas La atención y orientaciones

		comunicacionales prestadas a los docentes, no llena sus expectativas
<b>Factores Externos</b>		
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia DO</b>
Se presenta una excelente ubicación en la ciudad Excelente personal profesional en el área, con experiencia, conocimiento y actitud	Fortalecer el área comunicacional a través de las TIC, utilizando las redes sociales Realizar talleres y charlas mediante a través de la Secretaría Ejecutiva de Educación a distancia	Establecer áreas de conexión comunicacional a través de las diferentes redes sociales Utilizar estrategias para el mejoramiento de las relaciones comunicacionales entre el Programa de Educación UNELLEZ VPDS los docentes adscritos a él.
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia FA</b>	<b>Estrategia DA</b>
Desmotivación del personal docente del programa de educación UNELLEZ VPDS Educación Poca receptividad de los docentes al momento de llevar a cabo alguna actividad convocada por el programa de educación UNELLEZ VPDS, debido a que las informaciones llegan tarde o no llegan.. Poca receptividad de los docentes que manejan la información para comunicarles a otros	Desarrollar un plan de actividades comunicacionales que permita el acercamiento de los docentes al programa de educación UNELLEZ VPDS  Incentivar la participación activa de los docentes del programa de educación UNELLEZ VPDS a las actividades planteadas utilizando para ello las TIC	Realizar un plan se estrategias comunicacionales a través de las TIC para el fortalecimiento de las actividades programadas, aumentando la participación activa de todos

Fuente: La Autora (2018)

### **Análisis de matriz al objetivo General del Proyecto**

Lograr la optimización del uso de las TIC como herramienta comunicacional en el programa de educación UNELLEZ VPDS

### **Estrategias DO**

Establecer un ambiente agradable de compañerismo y camarería que permita el fiel cumplimiento de las actividades establecidas en el programa de educación mediante una comunicación efectiva.

Utilizar estrategias para el mejoramiento de las relaciones interpersonales con la optimización de la comunicación-

### **Estrategias FO**

Fortalecer el área comunicacional a través de las TIC, utilizando las redes sociales

Realizar talleres y charlas mediante a través de la Secretaria Ejecutiva de Educación a distancia

### **Estrategias DA**

Realizar un plan se estrategias comunicacionales a través de las TIC para el fortalecimiento de las actividades programadas, aumentando la participación activa de todos

### **Estrategias FA**

Desarrollar un plan de actividades comunicacionales que permita el acercamiento de los docentes al programa de educación UNELLEZ VPDS

Incentivar la participación activa de los docentes del programa de educación UNELLEZ VPDS a las actividades planteadas utilizando para ello las TIC

**Matriz del Proyecto:**

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Actividades</b>
Desarrollar estrategias en el proceso Generar acciones que permitan la puesta en marcha de un plan comunicacional utilizando las TIC como herramienta gerencial en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS	Indagar acerca de las debilidades que pueden ser corregidas en el desarrollo de las actividades gerenciales comunicativas del personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS	Conocer la opinión de los docentes Identificar las debilidades existentes	Establecer un ambiente comunicacional cónsono a las exigencias de un docente universitario
	Determinar cómo se lleva a cabo el uso de las TIC en el programa de Educación de la UNELLEZ VPDS	Conocer la realidad existente en cuanto a la comunicación con los docentes en el programa de educación	Utilizar estrategias para mejorar la comunicación y el uso de las TIC
	Implementar estrategias para la optimización del uso de las TIC como herramienta comunicacional en el personal docente adscrito al programa de Educación de la UNELLEZ VPDS	Establecer un ambiente de guía y orientación auspiciado por el uso de las TIC como herramienta comunicacional	Reforzar la mística comunicacional y el área personal con la realización de cursos y talleres de capacitación y adiestramiento para el logro de un alto nivel gerencial comunicativo

Fuente: La Autora (2018)

## REFERENCIAS

- Aced, C. y Sanagustín, E. (2012). **Facebook para dummies**. Tercera edición. Editorial Mc Graw-Hill. México.
- Acosta, J. (2011). **Dirigir: Liderar, motivar, comunicar, delegar, dirigir reuniones**. (4ta Ed.) Madrid, España: Editorial ESIC.
- Aguiar, M. y Farray, J. (2005). **Un nuevo sujeto para la sociedad de la información**. España: Editorial NETBIBLO, S.L.
- Almenara, J., Romeo, M. y Roca, X. (2005). **Comunicación interna en la empresa**. Editorial UOC.
- Apolinar, E. (2013). **Estrategias Empresariales**. Colombia, Bogotá: Editorial Bilineata
- Arias, F. (2012). **El proyecto de investigación**. (6ta ed.) Venezuela, Caracas: Editorial EPISTEME, C.A.
- Azinian, H. (2009). **Las tecnologías de la información y la comunicación en las prácticas pedagógicas**. Ediciones: Novedades Educativas.
- Babolin, S. (2005). **PRODUCCIÓN DE SENTIDO: filosofía de la cultura**. (2da ed.) Colombia, Bogotá.
- Baez, C. (2000). **La comunicación efectiva**. República Dominicana, Santo Domingo: Editora BUHO.
- Baptista, M., Fernández, C. y Hernández, R. (2010). **Metodología de la investigación**. (5ta ed.) México: EDITORES, S.A DE C.V.
- Barreiro, J. (2003). **Gestión científica empresarial: temas de investigación actual**. Ediciones NETBIBLO, S. L.,

- Boland, L., Carro, F., Stancatti, M., Gismano, Y., y Banchieri, L. (2007). **Funciones de la administración**. Argentina: Editorial de la Universidad Nacional del Sur.
- Boni, F. (2008). **Teorías de los medios de comunicación**. (1era ed.) Recuperado de:
- Borjas, F. (2010). **Las redes sociales: Lo que hacen sus hijos en internet**. Editorial Club Universitario.
- Blach, A. (2003). **Nuevas tecnologías y futuro del hombre**. España, Madrid: Editorial Pontificia Comillas de Madrid.
- Cabero, J. (2009). **Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas**. Granada: Editorial Universitario.
- Carballar, J. (2011). **Twitter: marketing personal y profesional**. España, Madrid.
- Carmona, E., Gallego, M. y Muñoz, A. (2008). **El Dashboard Digital del Docente**. Ediciones Elizcom.
- Carretón, C. (2007). **Las Relaciones Públicas en la Comunicación Interna de la Banca Española**. España: Editorial Gesbiblo. S, L.
- Cibanal L. y Arce M. (2009). **La relación enfermera-paciente**. Editorial: Universidad de Antioquia. Colombia, Medellín.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2005). **Las Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la institucionalidad social**. Santiago de Chile.
- Correa, C. (2005). **Administración estratégica y calidad integral en las instituciones educativas**. (3era ed.)
- Chávez, A. (2007). **Diseño Curricular del Sistema Educativo Bolivariano**. Venezuela, Caracas: Edición: Fundación Centro Nacional para el Mejoramiento de la Enseñanza de Ciencia (CENAMEC).

- Diez, S. (2006). **Técnicas de comunicación**. España: Editorial Ideas propias.
- Duque, P. (2005). **La Comunicación y la gestión de la información en las instituciones educativas**. España, Madrid.
- Drucker, P. y Marciariello, J. (2006). **Para todos los días**. Bogotá, Valencia: Editorial Norma.
- Echazarreta, J. y García, A. (2009). **Lengua Castellana y Literatura**. Editorial: EDITEX.
- El correo electrónico como herramienta de venta**. (2008). España, Málaga: Editorial VÉRTICE.
- Fernández, A. (2011). **Cámbiate a LINUX**. España, Madrid: Editorial: RC Libros.
- Figuroa, R. (2003). **Desempleo y precariedad en la sociedad de mercado**. Editorial: RIL. Santiago de Chile.
- Fonseca, Y. (2005). **Comunicación Oral**. México. Socorro Pearson Educación.
- Gaitán, H. (2005). **Gerencia estratégica por vectores**. Un análisis vectorial de la estrategia. Colombia.
- García, J. (1998). **La comunicación interna**. España, Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Gil, A. y Guarné, B. (2005). **Tecnologías sociales de la comunicación**. Estados Unidos: Editorial UOC.
- Giordano, D. y García, J. (2011). **Kierkegaard y la comunicación**. Segunda edición. Editorial Mc Graw-Hill. México.

González, R. (2015). **Manual de emergencia para agentes de cambio educativo.** MEXICO.

Gutiérrez, S. (2010). **Metodología de la Investigación.** Editorial Mcgraw Hml México D.F

Gutiérrez, A. (2015). **La política en tiempos de WhatsApp.** Editorial McgrawHml México D.F

Hernandez, V. (2014). **Instagram Marketing.** Ediciones McGrawHill. Undécima Edición. Colombia.

Huertas P. y Martínez, F. (2008). **Marketing en la sociedad del conocimiento: claves para la empresa.** España, Madrid: Delta Publicaciones.

Lacasa, A. (2004). **Gestión de la comunicación empresarial.** Ediciones: gestión

Laudon, K. y Laudon, P. (2004). **Sistema de información gerencial.** (8ta ed.) México: Pearson. Preutice Hall.

La Unidad Europea. (2001). **Iniciativas nacionales para promover el aprendizaje a lo largo de la vida en Europa.** Dirección General de Educación y Cultura. (3er ed.)

Lames, A. (2001). **Sistemas de información gerencial.** (4ta Ed.)

Licha, I. (2002). **Gerencia social en América Latina: enfoques y experiencias innovadoras.** Washington, D.C.

López, R. (2014). **Las TIC en el aula de Tecnología. Guía para su aplicación a la metodología de proyectos.** (2da Ed.).

Macedo, A. (2014). **Historia de la comunicación humana.** Ediciones McGrawHill. Undécima Edición. Colombia.

**La Ley de Infogobierno.** (2015).Venezuela.

- Martín, F. (1997). **Comunicación en empresas e instituciones.** (2da ed.) España, Salamanca: Editorial Universidad Salamanca.
- Ministerio de Educación y Deportes de Venezuela, (2004). **Políticas, Programas y Estrategias de la Educación Venezolana.** Venezuela, Caracas.
- Morera, N. (2001). **La Gerencia de Organizaciones Productoras de Servicios Sociales.**
- Muller, M. (1999). **Técnicas de Comunicación Oral.** Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Muñoz, A. (1999). **La gestión de calidad total en la administración pública.** Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Navarro, C. (2014). **Creatividad publicitaria eficaz.** (4ta ed.) España, Madrid: Editorial ESIC.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), (2004). **Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente: Guía de planificación.** Ediciones Trilce.
- Parella, S. y Martins, F. (2006). **Metodología de la investigación cuantitativa.** Venezuela.
- Palomo, R., Ruiz, J. Y Rodríguez, J. (s.f). **Las Tic como agentes de innovación educativa.** Editado por: (Junta de Andalucía - Consejería de Educación).
- Pérez, M. (2003). **Los procesos de la comunicación Editado UOC La universidad virtual.**
- Publicaciones VERTICES S.L (2008). Comunicación interna. Editorial Vértice
- Ramírez, T. (1993). **Como Hacer un Proyecto de Investigación.** Editorial Carhel. Venezuela. Caracas.

- Ramos, J. (2015). **Productividad en la nube**. Ediciones McGrawHill. Undécima Edición. Colombia.
- Ramos, J. (2015). **Instagram para empresas**. Ediciones McGrawHill.. Colombia.
- Reig, D. y Vilches, L. (2013) **Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: Tendencias, claves y miradas**. España, Madrid: Editorial Fundación Encuentro.
- Rivas, T. (1990). España: Editorial Mc Graw – Hill. Interamericana de España, S.A.
- Rojas, I. (2007). **Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos**. (2da Ed.) ESIC. Editorial.
- Ruiz, J. Perello, I. Caus,N. y Ruiz C. (2003). **Educación Física. Volumen Iv. Profesores de Educación Secundaria. Temario...** España, Madrid: Editorial: MAD.
- Said, E. (2010). **Tic's, comunicación y periodismo digital**. Tomo II. Ediciones Uninorte.
- Sainz de Vicuña, J. (2012). **El plan estratégico en la práctica**. (3era ed.) España, MADRID: EDITORIAL ESIC.
- Sánchez, T. (2012). **Aprender a moverse por Internet**. Editorial Mc Graw-Hill. México.
- Schettino, M. (2001). **Introducción a las ciencias sociales y económicas**. Mexico: Edtorial Pearson Educación.
- Stephen, P. (2005). **Administración**. (Oct. Ed.) México: Editorial PEARSON EDUCACION. UNEFA, (2010). **Normativa de la UNEFA**. Barinas.
- Urquijo, J. (2004).**Teorías de las relaciones sindicato-gerenciales**. (3ra Ed.) Universidad Católica Andrés Bello.
- Valcárcel, A. y Tejedor, F. (1996). **Perspectivas de las nuevas tecnologías en la educación**. España, Madrid.

- Vargas, J. (2012). **Análisis de la Comunicación Publicitaria Gráfica**. Editorial: Visión. España, Madrid.
- Vázquez, P., Pomares, J., y Candelas, F. (2010). **Redes y transmisión de datos**. Publicaciones: UNIVERSIDAD DE ALICANTE.
- Wolton, D. (2005). **Pensar la comunicación**. Argentina, Buenos Aires
- Yuni, J. y Urbano, C. (2005). **Mapas y herramientas para conocer la escuela: investigación etnográfica e investigación acción**. (3era ed.) Argentina, Cordova: Editorial BRUJAS.
- Zizi, D. y Rios, H. (2006). **Estudio de creencias: la percepción de ocho estudiantes italianos ELE acerca de un curso de traducción orientado a la acción por medio de herramientas web 2.0**.
- (1997). **Comunicación eficaz con la clientela**. España, Madrid: Editorial Díaz de Santos S.A.
- (2008). **Tratado Constitutivo de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR)**.
- (2011). **Tecnología. Herramientas síncronas de colaboración online**. Editorial Mc Graw-Hill. México.
- (2015). **Inicie su Campaña de Marketing con Facebook, Twitter, YouTube y Blogger**. Editorial Mc Graw-Hill. México.