

XV Coloquio Internacional de Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación en Análisis organizacional

“Educación, Organizaciones e Instituciones en los Procesos de Transformación Nacionales”

Homenaje a James G. March

Las redes sociales como instrumento de innovación en las organizaciones

Mesa Temática: Proceso de cambio e innovación en las organizaciones

Modalidad: Temática

Olga Navarrete Mondragón¹

Shaloom Abigail Morales Castillo

Correo Electrónico: olganavarretem@outlook.com / abigail.mocas@gmail.com

Teléfono: 7121356852 / 5535351763

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa

San Rafael Atlixco No. 186, Col. Vicentina, Iztapalapa.

C.P. 09340, Ciudad de México

Guanajuato, Gto, México.

23 y 24 de mayo de 2019

¹ Autor responsable de la comunicación

Las redes sociales

Resumen

El objetivo del presente trabajo es conocer el papel de las redes sociales como instrumento de innovación en las organizaciones, a través del uso de plataformas como Facebook y Twitter que ayudan a las organizaciones en la adaptación a los cambios que presenta la actualidad, lo anterior presentado a través de cuatro apartados: el primero, aborda lo concerniente a las organizaciones y cómo es que las entendemos; el segundo, presenta un poco de la historia del surgimiento de las redes sociales gracias al fenómeno del internet; para pasar al tercer capítulo, que vincula a las redes sociales como instrumentos de innovación en las organizaciones; para aterrizar con el cuarto y último apartado que aterriza el tema en una organización, Metropolitanos Ruta 30 SA. De CV. Finalizando con algunas conclusiones que reflexionan en las implicaciones que el usos de redes sociales trae a las organizaciones.

Palabras clave: innovación, redes sociales, cambio

Las redes sociales

Introducción

Lo excepcional de los entornos virtuales es que en ellos tenemos prácticamente garantizado el contacto social. Este contacto, al igual que ocurre en las interacciones off-line, sigue normas sociales que deben ser respetadas y que previamente han debido ser adquiridas fuera de este contexto.
Neoldama (2012)

En la actualidad las organizaciones se encuentran inmersas en procesos de cambio e innovación, debido al constante cambio en su entorno tecnológico, político, económico y social, así como también variables dentro de la propia organización que ejercen una gran influencia, exigiendo la adaptación de las organizaciones por medio de instrumentos varios.

Las redes sociales representan en la actualidad un instrumento para la innovación en las organizaciones, surgieron a partir del desarrollo de internet, este fenómeno trajo consigo beneficios para la organización en los temas de comunicación e información, todo esto gracias a la interacción de miles de personas que sucede en tiempo real a través de plataformas como Facebook y Twitter, que son utilizadas por organizaciones como Metropolitanos Ruta 30 S.A. de C.V., organización dedicada a la prestación del servicio de transporte público a pasajeros de los municipios de Coacalco, Ecatepec y Tultitlán en el Estado de México.

Para esta organización el uso de las redes sociales como instrumento de innovación ha propiciado transformaciones para la organización, ya que se han convertido en la ventana de interacción y escucha del usuario, a través de las cuales, la organización puede conocer la opinión de sus usuarios con respecto al servicio en tiempo real, lo que se transforma en acciones por parte de los directivos de la organización para la resolución ya sea de quejas como de

Las redes sociales

sugerencias por parte del usuario. Pero también se convirtió en un distintivo para la organización, un plus que difícilmente tienen otras organizaciones pertenecientes a la rama del transporte, en las que el usuarios no solamente da a conocer su punto de vista, también se crea una comunidad virtual de usuarios del transporte, quienes alimentan de información al igual que la organizaciones las redes sociales, van desde publicaciones referentes al tráfico, hasta fotos de incidentes a lo largo del camino.

Las redes sociales como instrumento de innovación en las organizaciones

1. Las organizaciones

Estudiar a las organizaciones contemporáneas resulta una labor compleja debido a que están inmersas en un ambiente cambiante e incierto, donde los contextos: económico, político, social y cultural juegan un papel fundamental, dicha labor ha transcurrido a lo largo del tiempo y el espacio a través de discursos que han ido modificándose y transformándose en la búsqueda de entender a la organización, bajo verdades, que es importante mencionar que no son absolutas.

Para responder a estos contextos, las organizaciones requieren la capacidad de poder adaptarse a los cambios constantes a los que se encuentra sometida, cambios que van a repercutir en diferente grado en la estructura de la organización y en la manera en que desarrollan los procesos de trabajo,

Las redes sociales

dichos cambios también enmarcan las acciones a realizarse y estas influyen en el presente y futuro de la organización, llevándola al éxito o el fracaso.

Es por ello, que se entiende a las organizaciones como espacios complejos, llenos de significados, donde coexiste una infinidad de fenómenos e interpretaciones diferentes de éstos, dentro de ésta no sólo prevalecen los fenómenos técnicos, también aquellos provenientes de las interacciones de los actores en la cotidianidad, todas estas características hacen a la organización un objeto difícilmente estudiado desde una sola perspectiva disciplinar (Montaño, 2004, p.5), por lo que se requiere la conjunción de diferentes miradas desde donde se construyan distintos esfuerzos teórico-metodológicos para su abordaje.

Es por ello que los Estudios Organizacionales emergen de la necesidad de aproximarse a la realidad organizacional de maneras diferentes a las que ya han sido utilizadas, para el caso del presente artículo el acercamiento que se realiza a la organización es a través de la tecnología, que es hoy un catalizador clave de los procesos de innovación y transformación organizacional, a través de los profundos y estratégicos retos que afrontan hoy las organizaciones ante un entorno que vive un continuo y acelerado proceso de cambio.

2. Internet y la comunicación en la red

Internet es una red de redes, una fuente de información y al mismo tiempo un canal de comunicación (Marqués, 1999), se define como una base de datos que contiene información prácticamente de cualquier tipo y en distintos formatos,

Las redes sociales

permite conectar computadoras en sentido estricto, empero al final la conexión es entre personas y de ésta manera se constituye la comunicación en la red.

Una red está integrada por nodos interconectados y cada nodo representa una persona. Las redes son formas muy antiguas de la actividad humana, de esta manera se forma la sociedad, actualmente el concepto de *red social* adquirió otro significado al convertirse en una red de información impulsada por internet. Las redes sociales ya sean físicas o virtuales tienen extraordinarias ventajas como herramientas de organización debido a su flexibilidad y adaptabilidad, características fundamentales para sobrevivir y prosperar en un entorno que cambia a toda velocidad (Castells, 2001).

Las redes sociales virtuales nacieron a partir del desarrollo de internet, y éste como herramienta de comunicación e información ha tenido diversos cambios a lo largo del tiempo, de modo que el proyecto de desarrollo ha sido complejo y ha requerido de la participación de un gran número de personas para evolucionar *internet* con base en las necesidades comunicativas de la sociedad. Es preciso cuestionar y tratar de responder ¿Cómo fue que la comunicación vía internet se volvió indispensable en tan poco tiempo para nuestra sociedad?

2.1 Genesis y desarrollo de internet²

² Manuel Castells en el libro "La galaxia internet" describe la historia de internet de manera detallada en el capítulo 1: Lecciones de la historia de Internet. Disponible en: http://baseddp.mec.gub.uy/Documentos/Bibliodigi/La_galaxia_Internet.pdf

Las redes sociales

Internet surgió como una herramienta militar a inicios de los años 60. Durante la guerra fría, Estados Unidos creó una red exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar, se pensaba como: “el diseño de una red de comunicaciones militar, capaz de sobrevivir a un ataque nuclear” (Castells, 2001, p. 24).

Con este propósito, los orígenes de internet se ubican con el surgimiento de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (Advanced Research Projects Agency), una red de ordenadores establecida por ARPA en septiembre de 1969. La constitución de ARPANET se justificó como un medio para compartir el tiempo de computación online de los ordenadores entre varios centros de informática y grupos de investigación de la agencia (Castells, 2001).

De este modo, internet fue desarrollada por motivos militares, pero requería de un entorno donde desarrollar diversas herramientas que le permitieran crecer y el ejército no era sitio idóneo, por lo cual las universidades adoptaron el proyecto y de esta manera ingenieros y cerebros brillantes aportaron ideas para continuar con la expansión de la red de redes.

Fue así como las universidades se convirtieron en las formadoras de internet, fueron los principales centros que se conectaron a través de internet: “En 1969 los primeros nodos de la red se encontraban en la Universidad de California en Los Ángeles, el Stanford Research Institute de la Universidad de California en Santa Bárbara y la Universidad de Utah. En 1971 en total, existían quince nodos, en su mayoría eran centros de investigación universitarios” (Castells, 2001, p. 24). Posteriormente, se posibilitó la conexión de ARPANET con otras redes de ordenadores, comenzando por las redes de comunicación

Las redes sociales

ARPA. De acuerdo con Castells (2001), esta posibilidad originó un nuevo concepto: Red de redes, llamando de esta manera a internet.

Según Castells (2001), internet se privatizó en 1995, debido a esto a principios de los 90, una serie de proveedores de servicios de internet construyeron sus propias redes con fines comerciales. Se podría pensar que el hecho de que internet se privatizara ocasionaría bajas en su desarrollo; sin embargo, ocurrió exactamente lo contrario, pues a partir de ese momento, el proyecto empezó a desarrollarse con gran rapidez como una red global de redes informáticas.

Internet tiene un origen estadounidense, debido a que su desarrollo se inició en Estados Unidos, pero éste tenía metas aún más grandes que sólo conectar personas a través de computadoras en un sólo país, por lo que se comenzó a pensar en la manera en que fuese una herramienta mundial, y “lo que hizo posible que la internet abarcara a todo el planeta fue el World Wide Web. Esta es una aplicación para compartir información desarrollada en 1990 por un programador inglés, Tim Bemers-Lee.

Pasando los años 90, internet estaba privatizada y la arquitectura técnica abierta permitía la conexión en red de todas las redes informáticas de cualquier punto del mundo, la World Wide Web podía funcionar con el software adecuado y había varios navegadores de fácil uso a disposición de los usuarios. Internet fue un proyecto hecho por una sociedad y pensado en principio como seguro en caso de un ataque nuclear y posteriormente la investigación se benefició de él y las universidades lo mejoraron, es una herramienta universal.

Las redes sociales

Ahora bien, así como las herramientas técnicas, la comunicación en Internet ha desarrollado: “la historia de la web radica en el nacimiento del Internet, para poco a poco, ir evolucionando en herramientas que mejoran y fortalecen los mensajes. Desde elementos que fundamentan la instantaneidad y que van desde el correo electrónico, hasta las redes sociales con comunicaciones audiovisuales en vivo. En donde ahora la web marca un conjunto de mecanismos flexibles que ayudan a identificar a las empresas y a las personas a generar una identidad propia” (Domínguez, 2014, p. 32). El desarrollo del proceso comunicativo se llevó a cabo de la siguiente manera:

- **La web 1.0**

La comunicación que se lleva a cabo en la red llamada web 1.0, se caracteriza por ser unidireccional, este tipo de comunicación estaba en manos de los encargados de los sitios web, eran los únicos que podían transmitir y producir contenido; es posible considerar esta comunicación como información únicamente; ya que no existía un mecanismo de respuesta por parte del lector o receptor, y si existía una respuesta no era visible en la plataforma donde se encontraba el mensaje transmitido.

Esta web nació como una plataforma que únicamente producía información y actualmente la web tiende a la exhibición de todo tipo de contenidos y a la apertura de la participación los usuarios para crear contenido e interactuar con otros usuarios. Los productos finales se van generando a medida que los usuarios aportan los elementos que consideren oportunos para que los demás los amplíen, los debatan, aporten otros opuestos o refuercen lo expuesto con otros datos u otros argumentos (Cebrián, 2008).

Las redes sociales

- **La web 2.0**

De las webs de difusión informativa se pasa a las webs para que los usuarios se informen entre sí y las usen como medio para comunicarse o intercambiar información en todo momento. De la lectura propuesta por el emisor se pasa a una actuación del receptor para seguir lo exhibido por otros, según las opciones de navegación y las herramientas que permitan llegar incluso a la plena interactividad (Cebrián, 2008).

En 2004, Tim O'Reilly, a quien generalmente se le atribuye la paternidad del término 'Web 2.0', declaró que una de las diferencias fundamentales entre la época de la PC y la era de la Web 2.0 era el hecho de que Internet se había transformado en plataforma. Eso significa que, en lugar de simplemente añadir una función, las nuevas aplicaciones magnifican los efectos de la red, en el sentido de que más personas utilizan la red y entre más estén implicados contribuyen a su mejoría. En el ámbito de las humanidades digitales, este nuevo paso en la interacción entre la práctica y la epistemología de la historia e Internet reclama una reflexión (Gallini y Noiret, 2011).

Según Jiménez (2013), la web 2.0 es una forma de entender Internet con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías informáticas, pues promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a la red, permitiéndole a éstas, no sólo un acceso mucho más fácil a los contenidos, sino su participación, tanto en la clasificación de los mismos como en su construcción, y todo esto mediante herramientas cada vez más fáciles de usar y más intuitivas.

Las redes sociales

La importancia de la web 2.0, y lo que la diferencia de la web 1.0, es hacer posible la participación de los usuarios, es decir los receptores dejan de ser pasivos, se vuelven al mismo tiempo emisores y el cambio resulta de la capacidad que tienen los usuarios de crear y producir contenido:

Además de productores los usuarios se convierten en difusores. Transmiten a todos cuantos quieran seguirles sus producciones. Aparece una apertura a la respuesta, al intercambio y a la discusión. En definitiva, se congregan en una comunidad participativa. Los procesos de producción, difusión, recepción e intercambio se convierten en algo plenamente interactivo. Se establece una situación en la que todos los usuarios van desempeñando en unos casos los papeles de receptores y, en otros, de emisores (Cebrián, 2008, p. 349).

De esta manera la comunicación que tenía lugar en la web 1.0, era de manera vertical, y se transforma en horizontal, donde todos son emisores y receptores en la medida de que los usuarios poseen la misma capacidad que los productores de contenido en participar en los procesos comunicativos, a pesar de que tengan las mismas capacidades no todos los usuarios participan en ocasiones sólo son observadores.

Además de lo anterior, el tiempo de comunicación no fue la única que tuvo cambios, ya que la nueva comunicación e interacción entre los usuarios dio pie al incremento de la complejidad expresiva de los mensajes:

La escritura se amplía a los iconos y fotografías que se vinculan como un todo en la exposición que los usuarios quieran realizar. Es una representación escrito-visual en la que la escritura y las imágenes establecen diversos

Las redes sociales

tipos de relaciones de significación en el momento de la presentación o bien cuando cada uno de los demás usuarios quiera enlazarlas de una manera u otra e incluso según el orden en que quiera hacerlo. Como ocurre en toda narrativa de iconos y fotografías, es decir, en la expresión visual, el orden establecido impone un significado. Al dejarse abierto a los usuarios son éstos los que establecen el orden definitivo y la significación personal que quieran dar (Cebrián, 2008, p. 348).

Considerando que la sociedad evoluciona con base en sus necesidades y una de ellas es la comunicación, debido a que es esencial para relacionarse con sus iguales y ser parte de un grupo, así como tener un sentido de pertenencia, la evolución de la comunicación en Internet de unidireccional a bidireccional trajo consigo el desarrollo de plataformas para este tipo de comunicación, como son las redes sociales virtuales, también llamadas redes sociales de segundo orden o simplemente redes sociales.

Las redes sociales

3. Las redes sociales como instrumentos de innovación

Los seres humanos viven en redes sociales desde que nacen y son indispensables para su desarrollo dentro de la sociedad. Según Radcliffe-Brown (1996), el concepto '*red social*' surge en la primera mitad del siglo XX en las ciencias sociales, y más específicamente, en la ciencia de la cultura; dicho de otra manera, aparece en la antropología social o cultural. El modelo de red social en la antropología se deriva, en mayor o menor medida, de la tradición estructural-funcional inglesa.

Así, el ser humano no actúa de manera individual, ya que la antropología social estudia las redes donde se desenvuelve, Radcliffe-Brown (1996), estableció que esta ciencia debía ser una ciencia de la sociedad humana, una disciplina de las formas de asociación que existen entre los seres humanos debido a que "los fenómenos sociales que observamos en cualquier sociedad humana no son el resultado de la naturaleza de los seres humanos individuales, sino el resultado de la estructura social por medio de la cual están unidos" (p. 218), dicho de otro modo, los individuos afectan a la sociedad y está a su vez a los individuos.

La estructura social comprende todas las relaciones que puede establecer el individuo, relaciones de persona a persona, persona-sociedad y sociedad-persona, además de que incluye el parentesco y diferenciación entre los individuos, las clases sociales, es decir, el papel que desempeñan dentro de la sociedad.

El ser humano es parte de la sociedad como individuo y como persona, para Radcliffe-Brown (1996) los seres humanos como individuos son objeto de

Las redes sociales

estudio de fisiólogos y psicólogos; como personas, son el objeto de estudio de las ciencias encargadas de estudiar la relación sociedad-individuo y viceversa; y de acuerdo con este postulado, sólo es posible estudiar a las personas en términos de estructura (red social). “La observación directa nos revela que los seres humanos están conectados por una compleja red de relaciones que tienen una existencia real. Uso el término estructura social para indicar esta red” (Radcliffe-Brown, 1996, p. 217), las redes muestran las relaciones que tienen los individuos con los demás.

De acuerdo con el antropólogo social Carlos Reynoso (2011), el primero en utilizar el concepto de red social fue el Antropólogo John Barnes, quien promovió el pasaje de una concepción metafórica a una afirmación conceptual sobre las relaciones sociales. El uso metafórico de la palabra enfatiza la idea de que existen vínculos sociales entre individuos que se ramifican a través de la sociedad. El uso analítico, inaugurado por Barnes, pretende especificar de qué manera esta ramificación ejerce influencia en el comportamiento de la gente involucrada en una red.

La estructura ramificada de la red social, se forma de tal manera que explica las conexiones existentes entre los individuos, el tipo de relación que tienen, y de qué manera un individuo influye en otro; también da cuenta de la importancia que tienen las relaciones sociales que están formando la red y de qué manera influyen en la persona que se encuentra en el centro.

El uso del concepto redes sociales generalmente se asocia según Colsa, González y Servin (2013), al predominio que ejerció la Escuela de Manchester (liderada por el Antropólogo Max Gluckman entre las décadas de 1950 y 1970)

Las redes sociales

sobre los estudios urbanos, particularmente desde los aportes metodológicos de los *estudios de caso* y el *análisis situacional*. Para hablar de las sociedades complejas, como las urbes modernas, la Antropología debía actuar a partir de estudios en pequeña escala; al utilizar el concepto de red social ésta podría dar cuenta de procesos y relaciones sociales dentro y fuera de un entorno urbano específico.

La red social implica todo aquello con lo que el sujeto interactúa, no se limita a la familia: la red está integrada por “el conjunto de vínculos interpersonales del sujeto: familia, amigos, relaciones de trabajo, de estudio, de inserción comunitaria y de prácticas sociales” (Sluzki, 1996, p. 37), puesto que las redes se integran por grupos primarios y secundarios principalmente.

Podemos decir que una red social es un grupo de personas, miembros de una familia, vecinos, amigos, compañeros de escuela/trabajo y otras personas, capaces de aportar soporte y apoyo; en resumen, es un conjunto de personas afines al individuo que se ubican entre él y la sociedad.

Se puede imaginar a cada “grupo de personas como “puentes”, que se construyen cruzando de un extremo al otro de los ámbitos, estableciendo de ese modo una comunicación que genera intercambio e interconexión” (Chadi, 2000, p. 27). Esos puentes se entretajan como una “red de vinculación” que tiene como función el apoyo. Las redes sociales propician la interacción de miles de personas en tiempo real, no son otra cosa que máquinas sociales diseñadas para fabricar situaciones, relaciones y conflictos.

Como estudiosos de las organizaciones, en algún punto en el proceso de investigación nos encontramos con dos interrogantes que en principio puede ser

Las redes sociales

complicado responder o pareciera que no tienen respuesta: ¿cómo sobreviven las organizaciones a los cambios que se producen en sus entornos? y ¿cuáles son los factores que permiten que sigan siendo competitivas?, la innovación es una de las respuestas más acertadas según González-Romá (2008, p. 32), “en un mundo global en el que las condiciones de los mercados pueden cambiar rápidamente, las normativas reguladoras cambian con mayor frecuencia que antaño en los diferentes ámbitos de actuación (local, regional, nacional, internacional), las demandas que reciben las organizaciones son cada vez más complejas, y la competitividad es creciente”, en este sentido la innovación es uno de los factores que determinan la supervivencia de las organizaciones.

El término innovación en las organizaciones, es difícil de ser definido; ya que tiene un significado extenso, en lo que respecta a la innovación organizacional, es más precisa ya que esta hace referencia hacia el interior de la organización. La innovación de tipo organizacional se centra en la búsqueda de nuevos diseños organizacionales que alteran las estructuras internas de la organización.

De acuerdo con Lam (2004, p. 3), la innovación organizacional hace referencia a tres áreas de estudio:

1. La innovación en sí
2. Los diferentes tipos de innovación en las organizaciones
3. Los cambios en la estructura de la organización

Según Afuach (1999), la innovación está relacionada con la capacidad de la organización, lo que puede denominarse visión organizacional de la innovación, en este sentido cuando la organización origina un nuevo conocimiento, hace obsoleto al anterior, se hace una *innovación radicalo* en caso opuesto si la

Las redes sociales

organización aumenta o mejora el conocimiento actual, este no se vuelve obsoleto, a este tipo de innovación se le llama *incremental*. Continuando con este orden de ideas otro criterio del autor es la visión económica de la organización y está relacionado con la competitividad y ésta a su vez con: menor costo, mejores atributos, o nuevos atributos. Si la innovación resulta un producto tan superior competitivamente *radical* y si la innovación permite que los productos existentes se mantengan competitivos es *incremental*.

La innovación nunca se da como consecuencia de un hecho eventual; siempre se deriva de procesos formalmente estructurados y directamente vinculados a la estrategia de cambio y a los sistemas de planeación de las organizaciones. En este sentido de acuerdo con Álvarez (2015), la innovación, es gestionable y susceptible de ser implantada en cualquier tipo de organización que cuente con la madurez suficiente para ello.

Continuando con esta idea del autor, hablar de innovación irremediablemente nos lleva a hablar de cambio social, económico y tecnológico. La humanidad ha logrado transformarse en la medida en la que la experiencia de cada uno de los seres humanos se suma a la información que ha sido ordenada y sistematizada por los diferentes grupos que integran a las sociedades, trayendo como consecuencia la acumulación del conocimiento y la generación de paradigmas que dan respuesta a las necesidades de supervivencia y trascendencia de nuestra especie.

De acuerdo con Álvarez (2015) hablar de innovación, debería conducirnos a hablar de cambio, pero del cambio que es propiciado, promovido y conducido por los seres humanos; es decir, el cambio planeado, de un cambio de paradigmas también, los paradigmas cambian junto con las personas y, como

Las redes sociales

consuencia de ello, existen rupturas en el conocimiento; sin embargo, el proceso innovador ha permanecido, sin importar las tendencias ideológicas prevalecientes.

La innovación se convierte en un fenómeno de cambios que traen como resultado transformaciones exponenciales, propicia acciones y reacciones que pueden llegar a ser radicales, los cambios provocados por la innovación pueden ser paulatinos, aunque en un gran número de ocasiones se presentan como radicales, siempre es resultado de una planeación, implica riesgos, establece retos de mediano y largo plazo, así mismo rompe con las estructuras tradicionales; ya que es una necesidad de supervivencia.

4. Las redes sociales como instrumento de innovación en la organización Metropolitanos Ruta 30 SA. de CV.

Como ya fue abordado anteriormente, las redes sociales hoy en día se han convertido en puentes de interacción entre los individuos que conforman la sociedad, día a día se generan millones de interacciones a través de estas plataformas que para el caso de las organizaciones, el uso de las redes sociales se convierte en un fenómeno que trae consigo cambios para la organización, a manera de ejemplificar un poco este proceso tenemos el ejemplo de una organización llamada Metropolitanos Ruta 30 S.A. de C.V., la cual se dedica a la prestación del servicio de transporte público a pasajeros de los municipios de Coacalco, Ecatepec y Tultitlán en el Estado de México, que se trasladan dentro de los municipios o bien al Paradero del Metro Indios Verdes en la Delegación Gustavo A. Madero, de la Ciudad de México, dichos traslados se realizan en combis y camiones.

Las redes sociales

Los inicios de esta organización se remontan a los años 70's y como resultado del crecimiento poblacional que experimentó la Ciudad de México en años posteriores, por diversos factores miles de familias migraron hacia el Estado de México con la finalidad de establecerse en las localidades donde Infonavit y el sector privado construyeron unidades habitacionales, movilizándose millones de migrantes provenientes de la Ciudad de México y del interior de la República, en el Estado de México; con este macro movimiento de familias, los centros de trabajo, instituciones educativas, de crédito y familiares se concentraron en la Ciudad de México.

La organización que en sus inicios comenzara como una Asociación Civil, con el paso de los años y con los cambios que se dieron en la rama del transporte, para mayo de 2003 obtiene el nombre de Metropolitanos Ruta 30 S.A. de C.V., nombre que conserva hasta la fecha.

La flotilla que constituye a Metropolitanos Ruta 30 S.A. de C.V., consta aproximadamente de 400 unidades, las cuales comprenden camionetas y camiones modelos 2001-2018, aseguradas por instituciones autorizadas por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, los servicios que ofrece son los siguientes:

- I. Ordinario: servicio mixto de 4:00 am. a 00:30 am., costo \$16.00, ascensos y descensos a lo largo de toda la ruta.
- II. Rosa: servicio dirigido a las usuarias, con horarios establecidos y un costo de \$20.00, solo descensos a lo largo de la ruta.

Las redes sociales

- III. Nocturno: servicio mixto, a partir de las 00:30 am. a las 4:00 am., con un costo de \$25.00, el pasajero es llevado a zonas mucho más cercanas a su domicilio.

En el tema de las redes sociales, la organización se encuentra activa en dos de ellas:

- **Facebook**

En la que incursiono a partir de mayo de 2011, es decir hace ya 8 años, bajo el nombre de R30, esta plataforma es la que presenta una mayor interacción con un total de 9,461 Me gusta y 9,588 seguidores, quienes valoran a la Ruta con 2.4 de una calificación total de 5 puntos.

- **Twitter**

La organización abrió su cuenta @R_30 en junio de 2011, en la que a ya casi 8 años cuenta con 803 seguidores y 1,364 tweets, esta plataforma es la que presenta una menor interacción por parte de los usuarios.

En ambas plataformas la organización realiza publicaciones que consisten en imágenes, textos, noticias, fotografías de eventos realizados, e inclusive reportes del tráfico, lo anterior con la finalidad de tener una interacción en tiempo real con el usuario, en la que puedan externar sus dudas, reciban orientación, consulten información, así como puedan enviar sus quejas o sugerencias con respecto al servicio brindado, para que la organización pueda darles seguimiento y una pronta resolución.

Las redes sociales

En Metropolitanos Ruta 30 SA. de CV., el uso de las redes sociales como instrumento de innovación a propiciado transformaciones para la organización, ya que se han convertido en la ventana de interacción y escucha del usuario, a través de las cuales, la organización puede conocer la opinión de sus usuarios con respecto al servicio en tiempo real, lo que se transforma en acciones por parte de los directivos de la organización para la resolución ya sea de quejas como de sugerencias por parte del usuario. Pero también se convirtió en un distintivo para la organización, un plus que difícilmente tienen otras organizaciones pertenecientes a la rama del transporte, en las que el usuarios no solamente da a conocer su punto de vista, también se crea una comunidad virtual de usuarios del transporte, quienes alimentan de información al igual que la organizaciones las redes sociales, van desde publicaciones referentes al tráfico, hasta fotos de incidentes a lo largo del camino.

Conclusiones

El ser humano es un ser social y organizacional por naturaleza. No es posible pensar al hombre aislado de la sociedad y fuera de organizaciones; ya que a lo largo de los años ha establecido relaciones sociales con sus iguales y ha pertenecido a diferentes organizaciones con la intención de sobrevivir en su entorno natural. Para lograr este objetivo se ha visto en la necesidad de formar diferentes tipos de organizaciones y así mismo de generar procesos de interacción y comunicación.

Además de la comunicación e interacción, la tecnología ha sido una de las herramientas que ha facilitado la vida del hombre, y principalmente el

Las redes sociales

desarrollo e innovación de dichas organizaciones de las que forma parte desde que nace, actualmente las redes sociales son la herramienta de comunicación más compleja, la apropiación de este medio de comunicación se originó a partir de la necesidad que tenía la sociedad por comunicarse a distancia e internet cubrió esta necesidad al permitir la comunicación asincrónica.

Actualmente, existen espacios virtuales que permiten la conexión entre los individuos dentro de un organización, hacen posible una comunicación interorganizacional del mismo modo estos espacios virtuales hacen posible una conexión interorganizacional, posibilitan la comunicación fuera de la organización. Estos espacios han generado herramientas de interacción y comunicación que en el mundo físico no existen, de cierto modo complementan la interacción cara a cara, no la sustituyen.

Desde hace tiempo, internet se ha convertido en parte de la vida del ser humano, debido a que la mayoría de los habitantes del planeta son usuarios de las diferentes plataformas de interacción y comunicación que este medio ofrece, como son las redes sociales. Dichas redes se han convertido en un medio clave para establecer relaciones humanas, sin importar el tiempo, la distancia o el espacio y en las organizaciones este fenómeno se ha observado desde hace varios años; estas redes sociales han permitido la innovación organizacional, potencializando la comunicación interna y externa en la organización.

La comunicación e interacción organizacional tienen un nuevo escenario, sin embargo, no son iguales a los procesos convencionales, pero tienen el mismo fin; mantener las relaciones organizacionales y por tal motivo no podemos ignorar las transformaciones de estos procesos, ya que las redes sociales no son

Las redes sociales

una moda, ni un invento pasajero, estas redes virtuales complementan la vida cotidiana de la organización.

Si bien es cierto que la ruptura de la dimensión espacial y temporal representa una diferencia en la manera de experimentar la interacción mediática respecto a la interacción de la vida cotidiana, sin embargo, al mismo tiempo que actúa como una fractura entre los mundos virtual y presencial es uno de los factores que motiva a las organizaciones a involucrarse en las redes sociales, si bien no existe una presencia física en las interacciones virtuales si existe una interacción social y esta no reemplaza la interacción a cara a cara, complementa las interacciones sociales y las potencializa, teniendo como resultado una innovación organizacional.

Referencias

Afuach, A. (1999). *La dinámica de la innovación organizacional: un nuevo enfoque para lograr ventaja competitiva*. México. OXFORD University Press, México, 492p.

Álvarez, V. (2015). *Gestión de la innovación: herramienta transformacional para las organizaciones* (pp. 11-33). En Álvarez, V. (Ed.) *Enfoques de innovación en las organizaciones*. Posgrado e Investigación / Universidad Internacional: México.

Castells, M. (2001). *La galaxia del internet*, Madrid: Areté.

Cebrián, H. (mayo, 2008). *La Web 2.0 como red social de comunicación e información*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (14), 345-361.

Recuperado

de:

Las redes sociales

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110345A/11928>

Chadi, M. (2000). *Redes sociales en el trabajo social*, Buenos Aires: Ed. Espacio.

Chadi, M. (2000). *Redes sociales en el trabajo social*, Buenos Aires: Ed. Espacio.

Colsa, Ll., González, G., y Servin, A. (marzo, 2013). Redes sociales: la nueva era en la investigación interpretativa. *Revista Versión Estudios de Comunicación y Política - nueva Época*. (31). Recuperado de: http://version.xoc.uam.mx/MostrarPDF.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=8973&arc_hivo=7-621-8973gje.pdf&titulo=Redes%20sociales:%20la%20nueva%20era%20en%20la%20investigaci%C3%B3n%20interpretativa.

Domínguez, L. (2014). “*Aporte de la comunicación web 2.0 en el reposicionamiento de empresas dedicadas al entretenimiento deportivo. Estudio de caso intercolegialecuador.com*” del distrito metropolitano de Quito. (Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica Equinoccial). Recuperada de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10734/1/56135_1.pdf

Gallini, S., y Noiret, S. (abril, 2011). La historia digital en la era del Web 2.0.

Introducción al dossier Historia digital. *Historia Crítica*, (43), 16-37.

González-Romá, V. (2008). La innovación en los equipos de trabajo. *Papeles del Psicólogo*, 29(1), pp. 32-40

Las redes sociales

Jiménez, M.G. (diciembre, 2013). La juventud y los movimientos sociales en el entorno de las nuevas tecnologías. *Revista de estudios de juventud*, 103, 147-159. Recuperado de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/18/publicaciones/9%20La%20juventud%20y%20los%20movimientos%20sociales%20en%20el%20entorno%20de%20las%20nuevas%20tecnologias.pdf>

Lam A. (2004). Organizational innovation. Brunel Business School, Brunel University, BSBM Working Papers, Uxbridge, Vol. 1, No. 2, pp. 8-45.

Marqués, P. (1999). *Criterios para la clasificación y evaluación de espacios web de interés educativo*. *Educación*, (25), 95-111. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/20717/20557>

Montaño, Luis (2004), El estudio de las organizaciones en México, Una perspectiva social, en Luis Montaño Hirose (coord. gral.), Los estudios organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, Miguel Ángel Porrúa, Universidad de Occidente y Cámara de Diputados, pp. 9-39

Neoldama. (16 de abril 2012). Second life. Recuperado de: <https://noealdama.wordpress.com/2012/04/16/redes-sociales-second-life/>

Radcliffe-Brown, A. (1996). *Estructura y función en la sociedad primitiva*, Barcelona: Península.

Reynoso, C. (2010). Redes sociales. Usos y cambio cultural. Recuperado de: <http://carlosreynoso.com.ar/archivos/articulos/Reynoso-Redes-sociales.pdf>.

Las redes sociales

Sluzki, C. (1996). *La red social: frontera de la práctica sistemática*,
Barcelona: Ed. Gedisa.