

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES
PROGRAMA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**“Nivel de Alfabetización Digital de los Relacionistas Públicos de las
Instancias del Gobierno Regional de Arequipa, 2013”**

Tesis presentada por las bachilleres:

**ANA CLAUDIA ARROYO VELAZCO
KATHIA FIORELLA BERRÍO NEGREIROS**

**Para optar por el Título Profesional de
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

Con mención en:

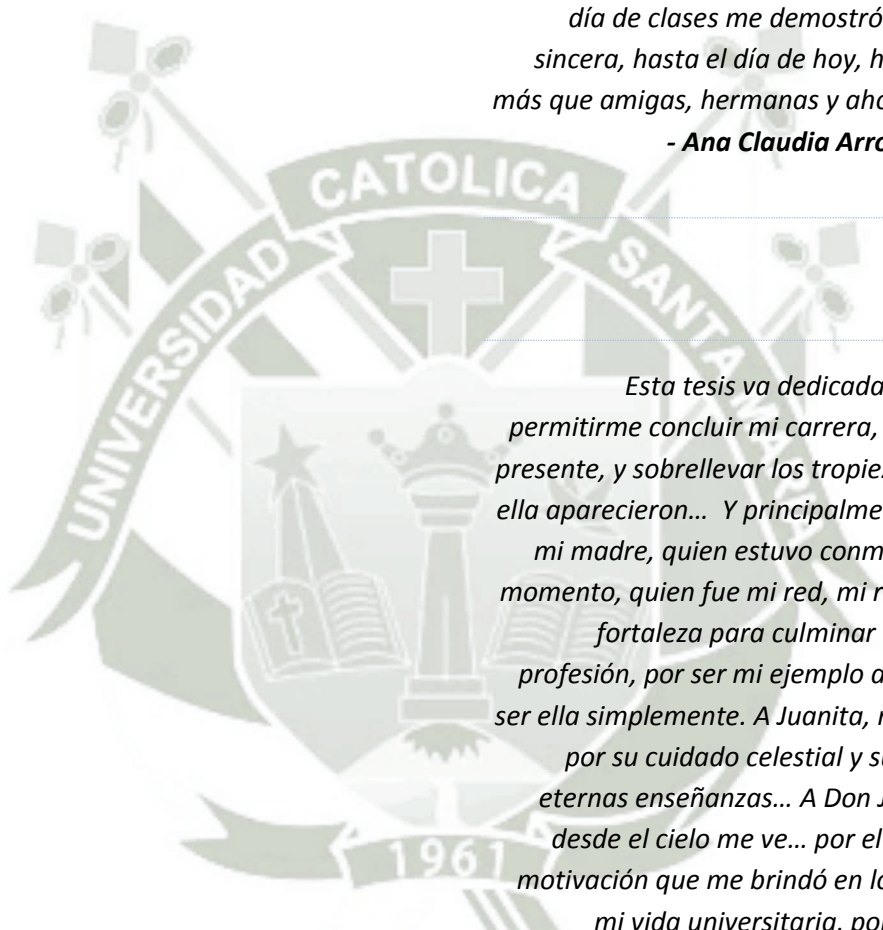
**COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y
RELACIONES PÚBLICAS**

**AREQUIPA – PERÚ
2014**

Para mis padres Víctor e Ivonne, que con su ejemplo, paciencia, amor y aliento me motivan a seguir a pesar de los obstáculos.

Para Carlos, mi hermano, quien con su alegría, cariño, ingenio y buen humor me inspira a ser mejor cada día. Para mi abuelo Víctor, cuyas enseñanzas, jovialidad, espíritu noble y eterna sonrisa vivirán siempre en mi corazón. A Fiorella, quien desde el primer día de clases me demostró su amistad sincera, hasta el día de hoy, haciéndonos más que amigas, hermanas y ahora colegas.

- Ana Claudia Arroyo Velazco



Esta tesis va dedicada a Dios, por permitirme concluir mi carrera, así como la presente, y sobrellevar los tropiezos que con ella aparecieron... Y principalmente a Vicky, mi madre, quien estuvo conmigo en todo momento, quien fue mi red, mi respaldo, mi fortaleza para culminar mi segunda profesión, por ser mi ejemplo a seguir, por ser ella simplemente. A Juanita, mi abuelita, por su cuidado celestial y sus buenas y eternas enseñanzas... A Don Jesús, quien desde el cielo me ve... por el aliento y la motivación que me brindó en los inicios de mi vida universitaria, por su imagen paterna... a mi hermana y a Anita, quien fue la primera persona que conocí mi primer día de clases, y a la fecha es mi mejor amiga y compañera de tesis, por su constante apoyo y el cariño de siempre.

- Fiorella Berrío Negreiros

*“Lo que hacemos no es nunca comprendido,
y es siempre acogido sólo por los elogios o
por la crítica.”*

Friedrich Nietzsche – Filósofo y poeta



ÍNDICE

PRIMERA PARTE

RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. EL PROBLEMA.....	5
1.1. Enunciado del problema.....	5
1.2. Variables e Indicadores.....	6
1.3. Interrogantes.....	7
2. JUSTIFICACIÓN.....	8
3. OBJETIVOS.....	10
3.1. General.....	10
3.2. Específicos.....	10
4. MARCO DE REFERENCIA.....	10
4.1. Fundamentos teóricos.....	10
4.1.1. Marco teórico.....	10
• Relaciones Públicas.....	10
• Relacionista Público.....	12
• Entidades Públicas.....	13
• Alfabetización Digital.....	13
• Redes Sociales.....	14
• Herramientas Digitales.....	15
• Nativos Digitales.....	15

• Inmigrantes Digitales.....	16
• Nivel Incipiente.....	16
• Nivel Medio.....	17
• Nivel Alto.....	17
• Nivel Superior.....	17
• Correo Electrónico.....	18
• Microsoft Office.....	19
• Producción, edición y publicación de texto.....	20
• Producción, edición y publicación de fotos.....	20
• Producción, edición y publicación de contenido audiovisual.....	21
• Hardware.....	21
• Software.....	22
4.2. Antecedentes del problema.....	23

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2. PLANTEAMIENTO OPERATIVO	
2.1. Técnicas e instrumentos.....	25
2.2. Campo de verificación.....	25
2.2.1. Ámbito de localización.....	25
2.2.2. Unidades de estudio.....	25
• Universo.....	25
• Muestra.....	25
2.3. Estrategias de recolección de la información.....	25
2.3.1. Criterios y procedimientos de recolección de datos.....	25
2.3.2. Procesamiento de la información.....	25
CRONOGRAMA.....	26

TERCERA PARTE

CAPÍTULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

CUADROS Y GRÁFICOS ESTADÍSTICOS.....	29
--------------------------------------	----

CUARTA PARTE

CONCLUSIONES.....	72
SUGERENCIAS.....	73
BIBLIO – HEMEROGRAFÍA CONSULTADA.....	74
WEB SITES CONSULTADAS.....	74
ANEXOS.....	76



RESUMEN

Alfabetización digital es esa aptitud que se tiene para entender, manejar y analizar la información utilizando la tecnología y herramientas digitales que se tienen a mano, así como la habilidad de comunicarse e informar a través de éstas.

Actualmente nos encontramos en la era 2.0 donde las herramientas digitales toman un papel importante en las empresas, que, en su afán por difundir su producto o servicio, ven en éstas un aliado para poder llegar más rápida y directamente a su público target, además de tener una retroalimentación inmediata. La tecnología digital, asociada a la conexión de dispositivos móviles multimedia y el uso de las redes sociales, ha generado nuevas formas de acceder, construir y comunicar el conocimiento, es decir, en las Relaciones Públicas, permite comunicar la imagen de la institución, eventos, noticias, entre otros.

El siguiente trabajo tiene como finalidad mostrar el nivel de Alfabetización Digital en el que se encuentran los Relacionistas Públicos de las entidades pertenecientes al Gobierno Regional de Arequipa (GRA), de acuerdo al uso que le den a las diferentes herramientas digitales con las que cuentan.

Utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta, usamos nuestro instrumento, el cuestionario de investigación, en las diecisiete entidades seleccionadas, de las cuales tan sólo diez cuenta con un departamento de Relaciones Públicas propiamente dicho, operado por un profesional especializado.

Luego de obtener los resultados deseados se llegó a la conclusión de que la alfabetización digital de los relacionistas públicos entrevistados se encuentra en un nivel superior, además de utilizar frecuentemente las redes sociales como la herramienta digital más provechosa.

Finalmente, el presente cuenta con la bibliografía, anexos y sugerencias del caso, las cuales serán un referente no sólo para las entidades consultadas, sino también, como antecedente para futuras tesis que lo necesiten.

Palabras claves: relaciones públicas - alfabetización digital - herramientas digitales - redes sociales.

ABSTRACT

Digital alphabetization is the aptitude that someone has to understand, handle and analyze information using technology and digital tools that has in hand, and the ability to communicate and inform through this.

Nowadays we live in the 2.0 era, where the digital tools take an important role in the enterprises that, in their eagerness to spread their product or service, see in these ones an ally to get faster and directly to their target public, in addition to have an immediate feedback. Digital technology, associate to multimedia mobile devices and social networks use, had generate new forms of access, build and communicate knowledge, that is, in Public Relations, it allows to communicate the institutions image, events, news, inter alia.

The next work aims to show the Digital Alphabetization level where the public relations from the Gobierno Regional de Arequipa are, according to the use they give to the digital tools they have.

Utilizing a survey as the data collection technique, we applied our instrument, the investigation questionnaire, at the seventeen selected entities, which only ten has a public relations department operated by a specialized professional.

After we got the wanted results, we reached the conclusion that the digital alphabetization level of the public relations interviewed is placed in a superior level, besides frequently using social networks as the more useful digital tool.

Finally, the present work counts with bibliography, annexes and suggestions, which are going to be a referent not only for the consulted entities, but also, as antecedent for future thesis in need.

Keywords: public relations – digital alphabetization – digital tools – social networks.

INTRODUCCIÓN

En el campo de las Relaciones Públicas es importante y necesario tener un conocimiento de las diferentes herramientas que ayuden a crear, difundir y actualizar los nuevos alcances de los diferentes productos y servicios que una empresa pueda ofrecer. El surgimiento de las nuevas tecnologías de comunicación e información ha creado un nuevo espacio en el que, el relacionista público con ayuda de las herramientas digitales, pueda desenvolverse de forma natural e innovadora en este medio de desafíos y oportunidades.

Para poder desarrollar este proyecto se tuvo en cuenta, tanto material bibliográfico como virtual, informándonos sobre temas de herramientas digitales, alfabetización digital y cómo estos ayudan a los relacionistas públicos en su trabajo diario e influyen positivamente en la interacción y comunicación con su público. Luego de definir los indicadores y objetivos, se procedió a aplicar el cuestionario a las instituciones elegidas.

En el Capítulo I, abordamos el Planteamiento Teórico que tiene como contenido al Marco Teórico, que abarca todo el contenido conceptual presente en el cuadro de variables e indicadores y los antecedentes del problema.

En el Capítulo II, abordamos el Planteamiento Operativo que contiene las técnicas e instrumentos, así como las unidades de estudio y las estrategias de recolección de la información.

Finalizada esta fase, en el Capítulo III pasamos a crear los cuadros y gráficos estadísticos, los cuales nos ayudaron a determinar las conclusiones y a redactar las sugerencias correspondientes, las cuales servirán de guía y ayuda para los interesados.



CAPÍTULO I: Planteamiento teórico

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. El problema

1.1. Enunciado del problema

Nivel de Alfabetización Digital de los Relacionistas Públicos de las Instancias del Gobierno Regional de Arequipa, 2013



1.2. Variables e indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores	
Alfabetización Digital	Nivel de Conocimiento de Herramientas Digitales	Incipiente	Correo electrónico Microsoft Office
		Medio	Correo electrónico Microsoft Office Producción, edición y publicación de texto Blogger Facebook
		Alto	Correo electrónico Microsoft Office Producción, edición y publicación de texto Producción, edición y publicación de fotografías Blogger Facebook Twitter Flickr
		Superior	Correo electrónico Microsoft Office Producción, edición y publicación de texto Producción, edición y publicación de fotografías Producción, edición y publicación de contenido audiovisual Blogger Facebook Twitter Flickr

Utilización de las redes sociales	Frecuencia	Nunca Todos los días 2 a 3 veces a la semana 1 vez a la semana 1 vez al mes
	Conectividad	Restringido Conexión simple Ancho de banda Velocidad de internet
	Recursos y soportes	<ul style="list-style-type: none"> • Hardware: Equipos obsoletos Equipos modernos • Software: Programas integrados al equipo Adquisición de paquetes de programas de edición
	Tecnología	Elaboración de material gráfico Elaboración de productos audiovisuales Elaboración de productos virtuales

1.3. Interrogantes

- ¿Cuál es el nivel de alfabetización digital que alcanzan los relacionistas públicos de las entidades estatales del Gobierno Regional de Arequipa?
- ¿De qué manera utilizan las redes sociales como herramienta digital los relacionistas públicos del Gobierno Regional de Arequipa?
- ¿En qué grado se encuentran los relacionistas públicos sobre sus conocimientos acerca de Alfabetización Digital?

2. Justificación

Desde inicios de la humanidad, el hombre ha tenido la necesidad de relacionarse entre sí, con el objetivo de satisfacer determinadas necesidades afectivas, de reconocimiento o de realización; comunicándose primero a través de señales, luego mediante la palabra y por último con la escritura. Pero no fue hasta la llegada de la tecnología y con ésta, diversas herramientas, que se pudo dar a conocer los hechos masivamente. Otro esencial motivo es que venimos formando parte de la web 2.0 y que la alfabetización digital se ha convertido más que un medio de exposición de vida social de personajes públicos, en una plataforma que sirva como parte fundamental para difusión y exposición de múltiples eventos, entre otros.

Estimamos que estar alfabetizado digitalmente y hacer uso de las redes sociales como plataforma para exteriorizar información es poseer la capacitación imprescindible para sobrevivir y poder actuar críticamente sobre ella. El internet es la plataforma visible propicia donde todos pueden participar. Las instituciones pertenecientes al Gobierno Regional de Arequipa pueden utilizar las redes sociales como herramienta principal para establecer diálogo con los usuarios y lograr su compromiso con éstos.

Si tocamos el tema desde un punto de vista académico, nos enfocamos en la línea de investigación que tiene aplicación directa en las relaciones públicas donde necesitamos que las nuevas tecnologías y herramientas digitales contribuyan a lo largo de las diversas etapas educativas a mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje, convirtiéndose en instrumentos de búsqueda, análisis y procesamiento de la información, de diseño de proyectos, de comunicación y trabajo en equipo, de simulación de procesos, de investigación y descubrimiento.

Desde el punto de vista de la humanidad, la sociedad o entorno nos hace saber que, hoy en día en pleno siglo XXI, la alfabetización digital ocupa un papel preponderante en la actualidad y se dice que los analfabetos no son los que no saben leer ni escribir, sino también analfabetos son aquellos que sabiendo leer y escribir, no saben manipular una computadora o su uso es incipiente. Hoy en día manipular una computadora es necesario y ventajoso, pues nos facilita el trabajo, nos ahorra tiempo y todo es más sencillo.

Por tal motivo, la sociedad considera como uno de los principales poderes conectores entre sociedad y gestión pública a los medios de comunicación, en este caso específico a las herramientas digitales, que permiten llegar hasta el más ínfimo lugar de la vida no solo personal sino también profesional.

Desde el punto de vista o del valor del estudio aplicado en el área de las comunicaciones, debemos señalar que la revolución tecnológica que actualmente vivimos ha puesto de manifiesto la necesidad de una formación digital en los relacionistas públicos. Para ello, se hace necesario que éstos incorporen tanto a su vocabulario como a su campo laboral la variable tecnológica. En la actualidad es importante tener una participación activa en internet, producir contenidos en diferentes formatos, investigar una gran variedad de conceptos y formar comunidades afines a sus intereses.

Por tales razones, realizamos el presente proyecto de tesis con la finalidad de conocer el objeto de estudio de nuestro trabajo de investigación y describir la metodología que aplicaremos para conocer cuál es el nivel de alfabetización digital y uso de redes sociales en los relacionistas públicos de entidades estatales de Arequipa. El objetivo principal de esta tesis es mostrar la relación existente entre las variables de estilos de comunicación respecto a digitalización y uso de redes sociales.

Así mismo, tiene como propósito presentar una revisión investigativa y teórica que permita comprender la importancia del uso de las herramientas digitales para el buen desempeño y el desarrollo de la empresa, como función principal de los relacionistas públicos.

De la misma manera poner en práctica los conocimientos adquiridos en nuestra larga trayectoria estudiantil referidos a las nuevas herramientas digitales mediante su aplicación en el terreno de las Relaciones Públicas y obtener con ello, el título de Licenciadas en Comunicación Social.

3. Objetivos

3.1. General

- Precisar el nivel de alfabetización digital de los Relacionistas Públicos de las instancias del Gobierno Regional de Arequipa.

3.2. Específicos

- Determinar en qué medida las instituciones del GRA utilizan las redes sociales en su centro laboral para difundir los diferentes acontecimientos que se susciten allí.
- Detectar el nivel de conocimiento de las herramientas digitales de los Relacionistas Públicos del Gobierno Regional como parte de su desempeño laboral.

4. Marco de referencia

4.1. Fundamentos teóricos

4.1.1. Marco teórico

- **Relaciones Públicas**

Para una **persona natural**, las Relaciones Públicas, así como todo acto comunicativo, es una actividad que intenta articular una comunicación armónica entre las organizaciones y sus públicos, a fin de convertirlas en lazos simbióticos y provechosos para ambas partes. La importancia de esta correspondencia hace indispensable no sólo el contacto diario con las audiencias o conocer sus inquietudes, sino también con el enriquecimiento y ampliación de las bases teóricas de las Relaciones Públicas. La optimización de sus fundamentos favorecería la labor hacia las comunidades, una comprensión más cercana a la realidad social y los procesos de comunicación en general.

Bertrand R. Canfield¹ dice: “Las relaciones públicas no constituyen solamente una función de la dirección y una filosofía expresada en política y acción sino

¹ Canfield, Bertrand R. Citado por Daniel Barquero Cabrero en su libro “El libro de oro de las Relaciones Públicas”. Editorial Gestión, 2000

también en la tarea de hacer interpretar al público la filosofía, política y prácticas de una institución mediante distintos medios de comunicación".

Ivy Ledbetter Lee², considerado como el padre de las Relaciones Públicas dice: "Ésta no es una oficina de prensa secreta. Nuestra labor se expone a la vista de todos, nuestra finalidad es la de proporcionar noticias. Esto no es una agencia de publicidad, si pensáis que vuestra información de ser propiedad exclusiva de vuestro negocio absteneos de emplearla.

El doctor Edward Louis Bernays³, fue el pionero mundial de las Relaciones Públicas al ser él quien las bautiza y da nombre siendo el primero en publicar un libro sobre la materia en el año 1923 en Nueva York, titulado "Cristalizando la opinión pública", traducido al castellano y publicado en los años 90 en España por Gestión 2000. Siendo el propio Bernays quien lo presente en Madrid y Barcelona junto al libro de su discípulo José Daniel Barquero sobre él, con la presencia de numerosas autoridades.

Fue pionero, no solo en la práctica sino en la teoría y ciencia de las Relaciones Públicas, y trabajó con gran esfuerzo y dedicación para conseguir que se respetasen e implantasen sus principios, métodos y éticas profesionales, a través de sus conferencias, libros, artículos y otros.

Eleonor S. Huhl de la Public Administration Service (Chicago) en su trabajo Relaciones Públicas para Empleados Gubernamentales dice que: "un programa de Relaciones Públicas descansa sólidamente en cuatro columnas, las relaciones son positivas y no negativas, todos tenemos que ver con las relaciones públicas, las relaciones públicas constituyen una actividad continua, y finalmente que las relaciones públicas se hallan en todo lo que usted hace."

La definición dada por la **Internacional Public Relations Association** dice: "Las Relaciones Públicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una

² Ledbetter Lee, Ivy. Citada por Daniel Barquero Cabrero en su libro "El libro de oro de las Relaciones Públicas". Editorial Gestión, 2000

³ Bernays, Edward Louis. Citado por Daniel Barquero Cabrero en su libro "El libro de oro de las Relaciones Públicas". Editorial Gestión, 2000

información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes".

Cutlip y Center (2001)⁴, dos de los principales investigadores en relaciones públicas, señalan que “Las relaciones públicas son una función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso”.

- **Relacionista Público**

El relacionista público, según **Edward J. Robinson**⁵, no se aprovecha en gran escala de los sistemas de categorización que existen si siguen considerando como suficientes los crudos y obsoletos sistemas que normalmente emplean.

El pubilirrelacionista no solo debe recopilar notas de prensa y leer artículos de diversas fuentes que pudiesen ser de interés al cliente o usuario.

El pubilirrelacionista necesita adoptar la actitud de que ya es tiempo de que se hagan investigaciones para descubrir que nuevas herramientas digitales deben ser desarrollados por tener aplicaciones directas a los problemas de relaciones públicas.

El especialista en relaciones públicas ayudará a su cliente a y ajustarse y adaptarse al público, informándolo a través de profundos estudios de investigación de mercado y la aplicación de técnicas y políticas de Relaciones Públicas de lo que estos esperan obtener o conseguir de esta opinión pública. Según el caso y desarrollándolo en función de una estrategia planificada y operativa, las relaciones publicas son un instrumento poderosísimo para la obtención de credibilidad y confianza, así como para el entendimiento entre una organización y sus distintos públicos.

En el portal web “**Mi Espacio**”⁶ sostiene que, las Relaciones Públicas “son el manejo estratégico de las relaciones entre una organización o institución y sus diversas audiencias objetivo cuyo propósito es el incrementar el posicionamiento, estimular las ventas, facilitar las comunicaciones y establecer relaciones entre las audiencias objetivo, la empresa y su marca.”

⁴ Scott M. Cutlip, Allen H. Center. *Gestión 2000, 2001. Relaciones públicas eficaces.*

⁵ Robinson, Edward J. México C.E.C.S.A. 1971. *Comunicación y Relaciones Públicas.*

⁶ http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/concepto_rrpp.html

- **Entidades Públicas**

Según la **Presidencia de Consejo de Ministros - PCM**⁷, entidad pública es la organización del Estado Peruano, creada por norma expresa, que ejerce función pública dentro del marco de sus competencias, mediante la administración de recursos públicos, para contribuir a la satisfacción de las necesidades y expectativas de la sociedad, sujeta al control, fiscalización y rendición de cuentas.

Según **Monografías**⁸, son empresas e instituciones que dependen del Estado en una economía nacional. La actividad económica del sector público abarca todas aquellas actividades que el Estado y sus empresas posee o controla. El papel y el volumen del sector público dependen en gran medida de lo que en cada momento se considera que constituye el interés público.

Pedro Muñoz Amato⁹ sostiene que entidad pública es, "un conjunto de ideas, actitudes, normas, procesos, instituciones y otras formas de conducta humana que determinan como se distribuye y ejerce la autoridad política y como se atiende los intereses públicos, destacando que sectores públicos abarca: instituciones, empresas estatales, gobiernos regionales y gobiernos locales." Así mismo, servicios públicos son las actividades que realiza el Estado para cumplir sus fines esenciales en beneficio de la colectividad.

- **Alfabetización Digital**

Alfabetismo digital también conocido como alfabetización digital y alfabetización multimedia es la habilidad para localizar, organizar, entender, evaluar y analizar información utilizando tecnología digital. Implica tanto el conocimiento de cómo trabaja la alta tecnología de hoy día como la comprensión de cómo puede ser utilizada. Las personas digitalmente alfabetizados pueden comunicarse y trabajar más eficientemente especialmente con aquellos que poseen los mismos conocimientos y habilidades.¹⁰

⁷ **Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)**. <http://www.pcm.gob.pe/>

⁸ **Monografias.com**. <http://www.monografias.com/trabajos24/empresas-publicas/empresas-publicas.shtml>

⁹ **Muñoz Amato, Jaime**. Editora **Fondo de Cultura Económica, 1962**. *Introducción a la Administración Pública*.

¹⁰ **Wikipedia**. http://www.wikipedia.org/wiki/Alfabetismo_digital

Para **Manuel Area**¹¹, la alfabetización en la cultura digital debiera consistir en aprender a manejar los aparatos, el software vinculado con los mismos, así como el desarrollo de las competencias o habilidades cognitivas relacionadas con la obtención, comprensión y elaboración de información.

En el concepto de **Alfonso Gutiérrez Martín**¹², la alfabetización digital, en lo referido a Internet y las nuevas redes, no queda en la capacidad de acceso (intelectual, técnico y económico), sino que ha de capacitar para trabajar y mejorar el nuevo entorno, para hacer un uso responsable de la red y contribuir a democratizar el ciberespacio.

- **Redes Sociales**

Jaime Royero¹³ (2007) define las redes sociales como "el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado. Dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global".

Según información en **Wikipedia**¹⁴ "una red social es una forma de representar una estructura social, asignándole un grafo, si dos elementos del conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.) entonces se construye una línea que conecta los nodos que representan a dichos elementos. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, laborales, entre otros."

¹¹ **Catedrático de Tecnología Educativa de la Universidad de La Laguna, España.**

<http://ordenadoresenlaula.blogspot.com/2007/03/qu-es-la-alfabetizacin-digital-o.html>

¹² **Gutiérrez Martín, Alfonso. Barcelona: Gedisa. Alfabetización Digital. Algo más que ratones y teclas.**

¹³ **Royero, Jaime. Citado por Julio Lorca y Laia Pujol en el artículo "Redes sociales: descripción del fenómeno, situación actual y perspectivas". Revista eSalud.com, Vol. 4, N° 15, 2008.**

¹⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Redes_sociales#Redes_sociales_en_Internet

Para **Rodolfo de Juana**¹⁵, en el “Diccionario práctico de marketing on-line”, una red social es "un servicio dirigido a comunidades de usuarios en los que se les permite intercambiar fotos, archivos, aplicaciones, mensajes de texto y otro tipo de contenidos online." Además, el principal objetivo de una red social es que las personas establezcan contacto permanente y puedan enviar y mostrar, a otros, información personal sobre viajes, actividades, intereses, fotos, etc. Este contacto puede ser espontáneo, por intereses (aficiones, edad, sexo) o por una invitación externa.

- **Herramientas digitales**

Son todo aquel software o programas intangibles que se encuentran en las computadoras o dispositivos, donde le damos uso y realizamos todo tipo de actividades. Una de las grandes ventajas que tiene el manejo de estas herramientas, es que pueden ayudar a interactuar más con la tecnología de hoy en día y nos ayuda a comunicarnos por medio de ellas. También da paso a la innovación de una búsqueda hacia mejores manejos sobre estos materiales.¹⁶

- **Nativos digitales**

Gary Small¹⁷ dice: Generalmente, en el grupo de los nativos digitales podemos encontrar a los más jóvenes, quienes son más proclives al uso del ordenador que los grupos de mayor edad: más del 80% de las personas de veintitantos años usa el ordenador, frente a menos del 30% de quienes tienen una media de setenta y cinco años. Los jóvenes no sólo dominan el empleo del ordenador, sino también el de internet y otros sistemas de comunicación digitales.

Los nativos digitales han crecido inmersos en una tecnología que no deja de hacerse más fuerte y compacta; se ocupan a la vez de múltiples tareas y procesan en paralelo con facilidad. El bombardeo de estímulos digitales sobre las mentes en desarrollo ha enseñado a éstas a reaccionar más deprisa, pero codifican la información de modo diferente de como lo hace la mente de las personas de mayor edad. Estas personas suelen tener periodos de atención más cortos, en especial cuando se encuentran ante formas tradicionales de aprendizaje.

¹⁵ De Juana, Rodolfo. <http://muypymes.com/marketing/ventas/83-diccionario-practico-de-marketing-online.html>

¹⁶ <http://docs.google.com/document/d/1HPLGyfbg9XbygQChUcRkAO00iSub0LvHnqDKxgZK5g/edit?pli=1>

¹⁷ Small, Gary. Editorial Urano, 2009. *El Cerebro Digital*.

- **Inmigrantes digitales**

Según **Gary Small**¹⁸: Estos inmigrantes se están adaptando a la era digital, pero su enfoque difiere mucho del de los nativos digitales. El cerebro del inmigrante medio se ejercitó en formas completamente distintas de socialización y aprendizaje, se lo iba tomando todo paso a paso y emprendía una sola tarea a la vez. Los inmigrantes aprenden de forma más metódica, y tienden a ejecutar las tareas con mayor precisión. Se les obliga a aprender un nuevo lenguaje digital.

Los nativos digitales permanecen conectados al ciberespacio y los videojuegos; en cambio, los inmigrantes digitales pasan bastante menos tiempo expuestos a este tipo de nuevas tecnología. Crecieron en una época menos tecnofrenética, y la actual revolución digital se produjo transcurridos ya sus años de formación.

Para **Marc Prensky**¹⁹ han adquirido y perfeccionado año tras año a través de interacción y práctica, y prefieren moverse dentro de lo que les es conocido en virtud de su forma de aprender -que es también la forma en que les enseñaron a ellos-.

Según este autor, las diferencias entre Nativos Digitales e Inmigrantes Digitales son:

- Quieren recibir la información de forma ágil e inmediata.
- Se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos.
- Prefieren los gráficos a los textos.
- Se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos).
- Funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red.
- Tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas.
- Prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional.

- **Nivel Incipiente**

En este nivel se considera la experiencia que el Relacionista Público tiene en el manejo del correo electrónico y de los principales programas de Microsoft Office.

¹⁸ Small, Gary. Editorial Urano, 2009. *El Cerebro Digital*.

¹⁹ Prensky, Marc. Distribuidora SEK S.A. 2010. *Nativos e Inmigrantes Digitales*.

- **Nivel Medio**

En este nivel se considera la experiencia que el Relacionista Público tiene en el manejo del correo electrónico, Microsoft Office, producción, edición y publicación de texto; uso de la plataforma Blogger y uso de la red social Facebook.

- **Nivel Alto**

En este nivel se considera la experiencia que el Relacionista Público tiene en el manejo del correo electrónico, Microsoft Office, producción, edición y publicación de texto; producción, edición y publicación de fotografías, uso de la plataforma Blogger, uso de la red social Facebook, uso de la red social Twitter y uso de la web Flickr.

- **Nivel Superior**

En este nivel se considera la experiencia que el Relacionista Público tiene en el manejo del correo electrónico, Microsoft Office, producción, edición y publicación de texto; producción, edición y publicación de fotografías; producción, edición y publicación de contenido audiovisual; uso de la plataforma Blogger, uso de la red social Facebook, uso de la red social Twitter y uso de la web Flickr.

- **Correo electrónico**

Según **Wikipedia**²⁰, correo electrónico (en inglés: e-mail), es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes y archivos rápidamente (también denominados mensajes electrónicos o cartas electrónicas) mediante sistemas de comunicación electrónicos.

Por medio de mensajes de correo electrónico se puede enviar, no solamente texto, sino todo tipo de documentos digitales dependiendo del sistema que se use. Su eficiencia, conveniencia y bajo coste están logrando que el correo electrónico desplace al correo ordinario para muchos usos habituales.

La página **definición abc**²¹ explica que, en informática, el correo electrónico es un servicio de red que permite que dos o más usuarios se comuniquen entre sí por medio de mensajes que son enviados y recibidos a través de una computadora o dispositivo afín.

El correo electrónico es una de las funcionalidades más utilizadas de Internet, ya que contribuye a comunicaciones veloces, confiables y precisas.

Un correo electrónico responde a un modelo tipo carta escrita, que contiene remitente, destinatario, asunto, mensaje, y que permite a su vez adjuntar archivos como documentos de texto o imágenes. Para enviar un email sólo hace falta una computadora (u otro dispositivo) con conexión a Internet y un software como puede ser Outlook Express o Gmail para enviar y recibir los correos. El usuario debe contar con una dirección de correo electrónico y un proveedor de correo, que puede ser pago o gratuito y que puede utilizarse como software o directamente en la Web.

Esto hace que comunicarse a distancia en todo el mundo sea mucho más rápido, fácil y barato que hacerlo por otros sistemas como las hoy antiguas cartas.

En la web **educastur**²² se lee que “el correo electrónico o «e-mail» es la herramienta más antigua y a la vez más útil de Internet. Permite enviar y recibir mensajes a cualquiera de los/as usuarios/as de Internet en el mundo. Dichos

²⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Correo_electr%C3%B3nico

²¹ <http://www.definicionabc.com/tecnologia/correo-electronico.php>

²² http://www.educastur.princast.es/fp/hola/hola_bus/cursos/curso13/documentos/Correo_electronico%20_hola_.pdf

mensajes consisten en la transferencia de información (texto, imágenes, sonido, etc.), es decir ficheros electrónicos de diversos tipos, entre dos ordenadores. Fue diseñado para que dos personas pudiesen intercambiar mensajes utilizando ordenadores, como en la vida cotidiana se intercambian cartas utilizando el servicio postal ordinario.”

Por otro lado, el correo electrónico es una de tantas aplicaciones que te permite un ordenador conectado a una red informática, Internet en nuestro caso. Consiste en mandar un mensaje desde el ordenador en el que estás trabajando, a otra persona que está trabajando en otro ordenador.

Si esa otra persona no se encuentra trabajando en ese momento, no importa: los ordenadores se seguirán intentando comunicar hasta conseguir la entrega del mensaje. Y tú no tienes que estar pendiente de esos reintentos.

Un mensaje es el texto más o menos largo que le envías a esa otra persona, más una cabecera que especifica el origen o remite del mensaje, el destino, la fecha de envío y varios datos más. Un mensaje no es un fichero de los que manejas con el sistema operativo del ordenador: sólo puedes leer, enviar, copiar o borrar mensajes usando un programa específico para Correo Electrónico.²³

- **Microsoft Office**

Según **Wikipedia**²⁴, Microsoft Office es una suite de oficina que abarca e interrelaciona aplicaciones de escritorio, servidores y servicios para los sistemas operativos Microsoft Windows y Mac OS X. Microsoft Office fue lanzado por Microsoft en 1989 para Apple Macintosh, más tarde seguido por una versión para Windows, en 1990.2 La primera versión de Office contenía Microsoft Word, Microsoft Excel y Microsoft PowerPoint.

De acuerdo con Forrester Research, a junio de 2009 las diferentes versiones de Microsoft Office son usadas por más del 80% de las empresas alrededor del mundo.

²³ <http://www.iata.csic.es/~fernando/doc/cgcorreo.shtml>

²⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Office

○ **Principales programas de Office**

- **Microsoft Word:** Éste es el procesador de texto de la suite. Word posee una posición dominante en el mercado de los procesadores de texto. Su formato propietario DOC es considerado un estándar de facto, aunque en su versión Word 2007 utiliza un nuevo formato basado en XML llamado .DOCX, pero también tiene la capacidad de guardar y abrir documentos en el formato DOC.
- **Microsoft Excel:** Es un programa de hoja o planilla de cálculo. Al igual que Microsoft Word, posee actualmente un mercado dominante. Fue originalmente el más fuerte competidor del entonces popular Lotus 1-2-3, y en tercera posición estuvo Quattro Pro; pero eventualmente Excel se vendió más, se popularizó y se convirtió en el estándar de facto.
- **Microsoft PowerPoint:** Es un muy popular programa para desarrollar y desplegar presentaciones visuales en entornos Windows y Mac. Es usado para crear diapositivas multimediales, es decir, compuestas por texto, imágenes, sonido, animaciones y vídeos.
- **Microsoft Publisher:** El programa está diseñado para la creación de publicaciones y páginas web, según las plantillas predeterminadas que nos ofrece el paquete.

● **Producción, edición y publicación de texto**

En el presente proyecto de tesis se tomará en cuenta la capacidad que los Relacionistas Públicos entrevistados tengan para producir, editar y publicar diferentes tipos de texto para las diversas plataformas digitales que empleen.

● **Producción, edición y publicación de fotos**

En el presente proyecto de tesis se tomará en cuenta la capacidad que los Relacionistas Públicos entrevistados tengan para captar imágenes favorables, los programas de edición fotográfica que utilicen en éstas, así como la publicación de las mismas en la web.

- **Producción, edición y publicación de contenido audiovisual**

En el presente proyecto de tesis se tomará en cuenta la capacidad que los Relacionistas Públicos entrevistados tengan para crear vídeos, los programas que se utilicen en su edición, así como la publicación de éstos en la web.

- **Hardware**

El término hardware (según **Wikipedia**²⁵) se refiere a todas las partes tangibles de un sistema informático; sus componentes son: eléctricos, electrónicos, electromecánicos y mecánicos. Son cables, gabinetes o cajas, periféricos de todo tipo y cualquier otro elemento físico involucrado; contrariamente, el soporte lógico es intangible y es llamado software. El término es propio del idioma inglés (literalmente traducido: partes duras), su traducción al español no tiene un significado acorde, por tal motivo se la ha adoptado tal cual es y suena.

Según la página web **www.masadelante.com**²⁶ hardware son todos los componentes y dispositivos físicos y tangibles que forman una computadora como la CPU o la placa base, mientras que el Software es el equipamiento lógico e intangible como los programas y datos que almacena la computadora.

Los componentes y dispositivos del Hardware se dividen en Hardware Básico y Hardware Complementario.

- **El Hardware Básico:** son las piezas fundamentales e imprescindibles para que la computadora funcione como son: Placa base, monitor, teclado y ratón.
- **El Hardware Complementario:** son todos aquellos dispositivos adicionales no esenciales como pueden ser: impresora, escáner, cámara de vídeo digital, webcam, etc.

²⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Hardware>

²⁶ <http://www.masadelante.com/faqs/software-hardware>

- **Software**

En **Wikipedia**²⁷ se puede leer la siguiente definición: “Se conoce como software al equipamiento lógico o soporte lógico de un sistema informático, que comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos que son llamados hardware.

Los componentes lógicos incluyen, entre muchos otros, las aplicaciones informáticas; tales como el procesador de texto, que permite al usuario realizar todas las tareas concernientes a la edición de textos; el llamado software de sistema, tal como el sistema operativo, que básicamente permite al resto de los programas funcionar adecuadamente, facilitando también la interacción entre los componentes físicos y el resto de las aplicaciones, y proporcionando una interfaz con el usuario.

Existen varias definiciones similares aceptadas para software, pero probablemente la más formal sea la siguiente:

Es el conjunto de los programas de cómputo, procedimientos, reglas, documentación y datos asociados, que forman parte de las operaciones de un sistema de computación.”

Según la página web **Informática Hoy**²⁸ Software es “una secuencia de instrucciones que son interpretadas y/o ejecutadas para la gestión, re direccionamiento o modificación de un dato/información o suceso.

Software también es un producto, el cual es desarrollado por la ingeniería de software, e incluye no sólo el programa para la computadora, sino que también manuales y documentación técnica.

Un software de computadora está compuesto por una secuencia de instrucciones, que es interpretada y ejecutada por un procesador o por una máquina virtual. En un software funcional, esa secuencia sigue estándares específicos que resultan en un determinado comportamiento.


²⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Software#Proceso_de_creaci.C3.B3n_del_software

²⁸ <http://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-es-Hardware-y-Software.php>

4.2 Antecedentes del problema

Habiéndose revisado en la Biblioteca de la Universidad Católica de Santa María, tesis similares o parecidas a la planteada, y no habiendo encontrado resultados es que optamos por realizarla, y que quede como precedente para futuras tesis en la biblioteca de dicha casa de estudios.





CAPÍTULO II: Planteamiento operativo

2. PLANTEAMIENTO OPERATIVO

2.1 Técnicas e Instrumentos

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

2.2 Campo de verificación

2.2.1 Ámbito de localización

El ámbito de localización fue en la ciudad de Arequipa.

2.2.2 Unidades de estudio

a. Universo

Nuestro universo son las 24 entidades pertenecientes al Gobierno Regional de Arequipa.

b. Muestra

De la totalidad de Unidades Ejecutoras del Gobierno Regional de Arequipa, se tomó la cantidad de 17 instancias quienes cuentan con área de Relaciones Públicas.

2.3 Estrategias de la recolección de la información

2.3.1 Criterios y procedimientos de recolección de datos

- Se acudió a cada una de las instancias elegidas, entregando personalmente el cuestionario a los encargados de las oficinas de Relaciones Públicas.
- Se halló que sólo diez de los trabajadores encuestados eran relacionistas públicos propiamente dichos, es decir, preparados profesionalmente.

2.3.2 Procesamiento de la información


- Aplicación de la cédula de entrevista.
- Vaciado de datos en cuadros y gráficos estadísticos.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.
- Formulación de conclusiones y sugerencias.
- Preparación de borrador de tesis.

CRONOGRAMA

Actividades	Meses									
	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Marzo	Mayo	
Análisis de propuestas y elección de tema	X									
Indagación de antecedentes en la especialidad (RR.PP.)	X	X								
Recopilación de datos y ensamble de información		X	X							
Elaboración y primera presentación del proyecto				X						
Subsanación de observaciones de dictamen				X	X					
Segunda presentación de proyecto de tesis					X					
Subsanación de observaciones de segundo dictamen						X				
Tercera presentación de proyecto de tesis						X				

Subsanación de tercer dictamen							X		
Cuarta presentación de proyecto de tesis							X		
Coordinación con las entidades para aplicar el instrumento							X		
Subsanación de cuarto dictamen y aplicación de instrumento								X	
Presentación de primer borrador de tesis								X	
Presentación de segundo borrador de tesis									X





CAPÍTULO III: Resultados de la Investigación

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Cuadros y gráficos estadísticos

A continuación, mostraremos los resultados que se han obtenido luego de haber aplicado el instrumento de recolección de datos. Son un total de 21 tablas, tanto estadísticas como gráficas, con su respectivo análisis e interpretación de los datos consignados. Considerando nuestras dimensiones: Nivel de Conocimiento de Herramientas Digitales y Utilización de Redes Sociales, de las que a su vez se desprenden nuestros 8 indicadores: Incipiente, Medio, Alto y Superior; Frecuencia, Conectividad, Recursos y Soportes y Tecnología, respectivamente. Dichos ítems nos permitieron conocer el nivel de Alfabetización Digital de los trabajadores, así como el uso de las Redes Sociales en su campo laboral, y con ello proponer una solución para mejorar su desempeño profesional.

Cabe mencionar que en algunas preguntas se podía marcar más de una opción y se consideró así en las tablas y cuadros estadísticos.

Nota:

De nuestra unidad de estudio, el universo considerado es de 24, de los cuales tomamos 17 instancias que poseen un área de Relaciones Públicas, sin embargo, se encontró que de esta muestra los profesionales propiamente dichos son sólo 10; es por eso que consideramos sólo a aquellos que tienen formación en la especialidad.

TABLA Nº 1

EDAD

EDAD	f	%
De 25 a 35	5	50
De 35 a 45	2	20
De 45 a 55	2	20
De 55 a 65	1	10
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la totalidad de encuestados se desprende que la mayoría de ellos se encuentran en el rango de los menores de 40, siendo el resultado que el relacionista público de menor edad es el de 24 mientras q el de mayor edad sería el de 62.

Lo cual nos indica que existe una equidad entre nativos y migrantes digitales, dado que de los 10 entrevistados son 5 nativos y 5 migrantes.

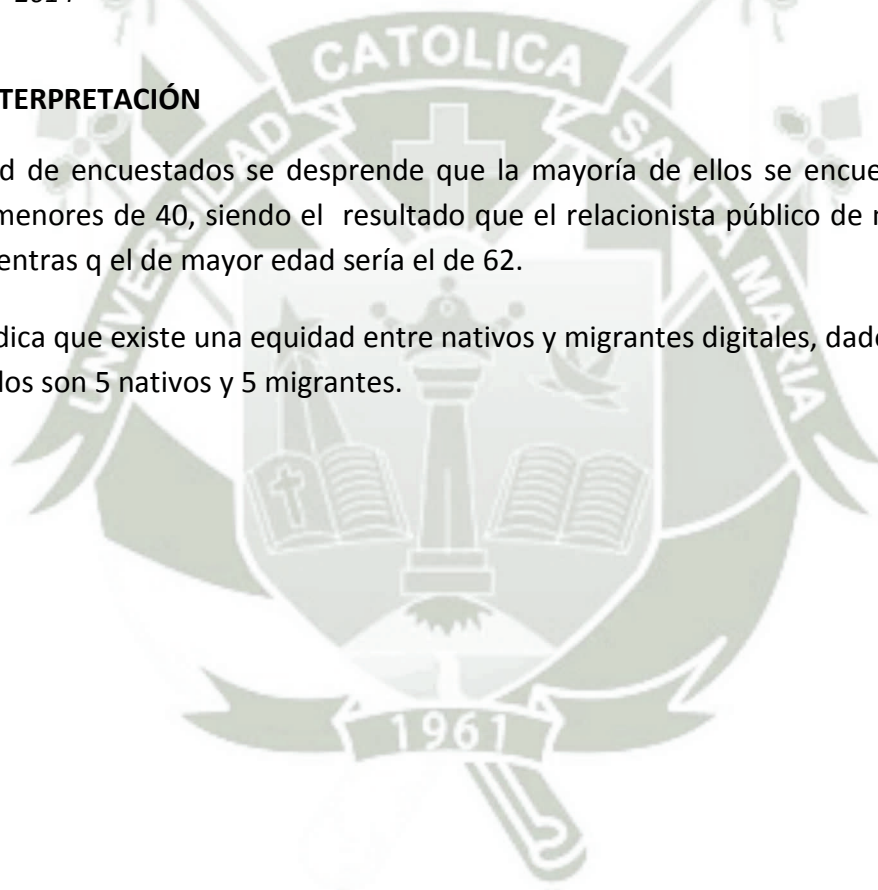
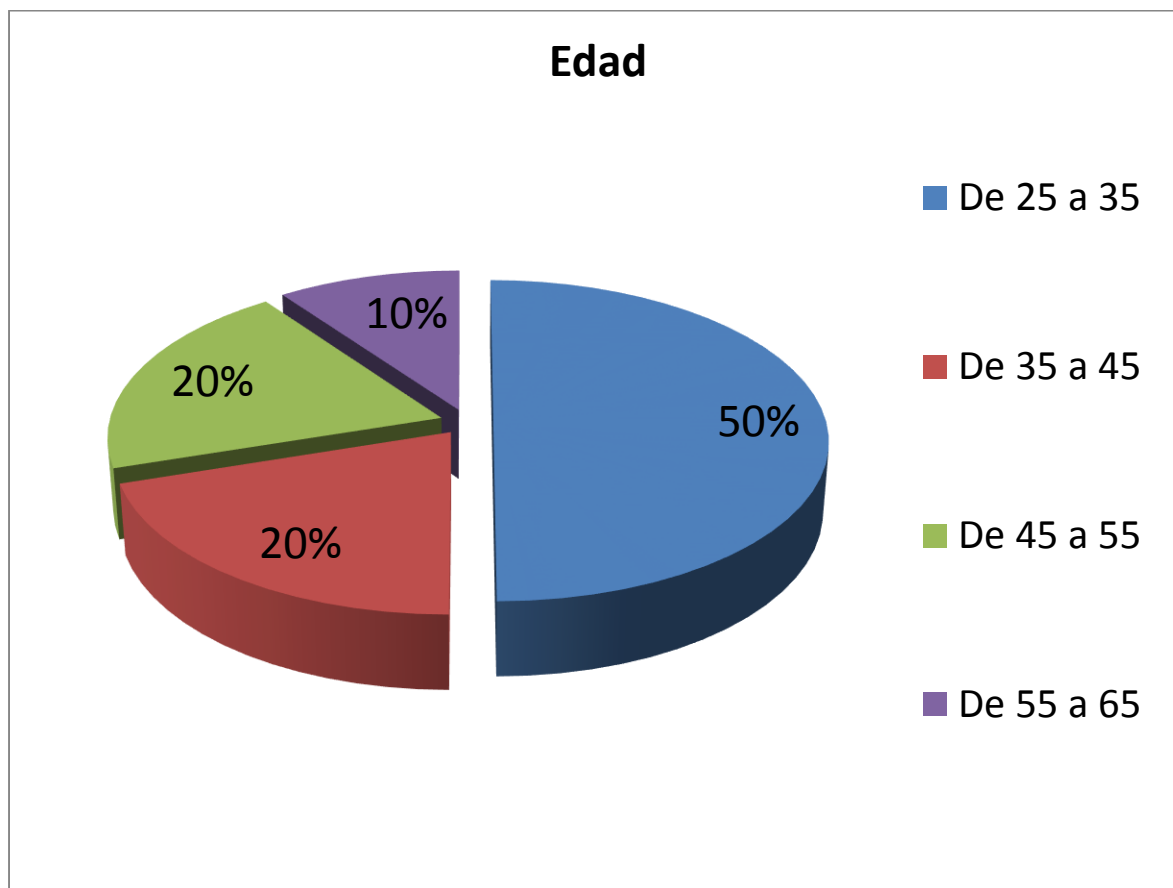


Gráfico N° 1



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*



TABLA Nº 2

SEXO

SEXO	f	%
Masculino	7	70%
Femenino	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De la totalidad de entrevistados se desprende que en su mayoría la labor desempeñada como Relacionistas Públicos es por varones siendo en menor grado la presencia de mujeres que se ve representada por un 30 por ciento.

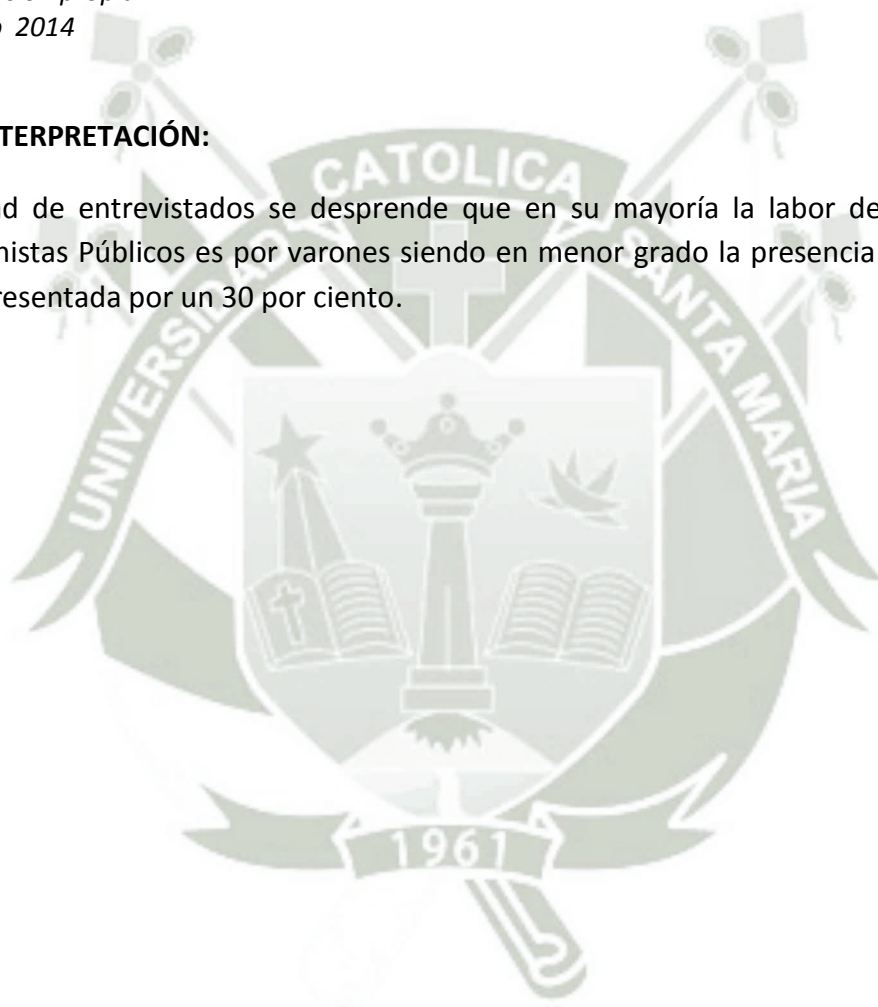
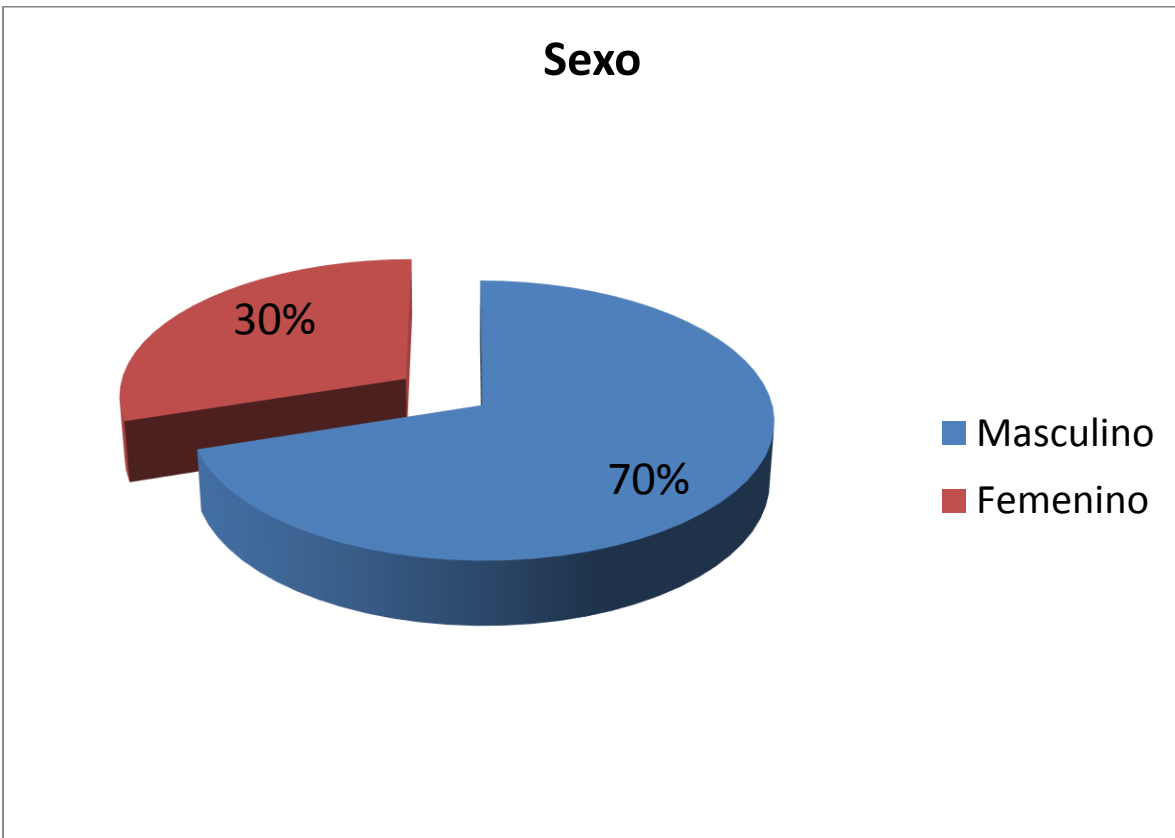


Gráfico N° 2



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*



TABLA Nº 3

FRECUENCIA CON LA QUE USAN INTERNET LOS RELACIONISTAS PÚBLICOS DE LAS INSTANCIAS DEL GOBIERNO REGIONAL

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET	f	%
Nunca	0	0
Todos los días	10	100%
De 2 a 4 días a la semana	0	0
Una vez a la semana	0	0
Una vez al mes	0	0
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

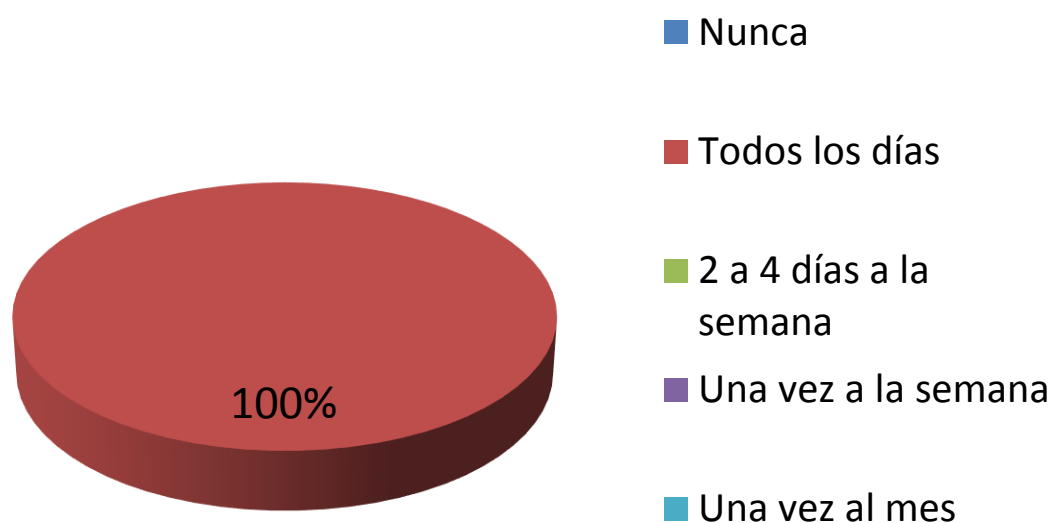
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De la totalidad de encuestados se deduce que en la mayoría de casos hacen uso de las herramientas digitales (internet) todos los días, demostrando que es un recurso necesario para estar al corriente de sucesos del local, nacional e internacional, así como compartir información con su público externo.

Este hecho se da porque el uso de internet se ha convertido en una herramienta que ha sustituido a los medios de comunicación convencionales, como son los medios impresos.

Gráfico N° 3

¿Con qué frecuencia hace uso de internet?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 4

ACCESO A INTERNET EN CENTRO LABORAL

ACCESO A INTERNET	f	%
Si	7	70%
No	0	0%
Sí, pero es restringido	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

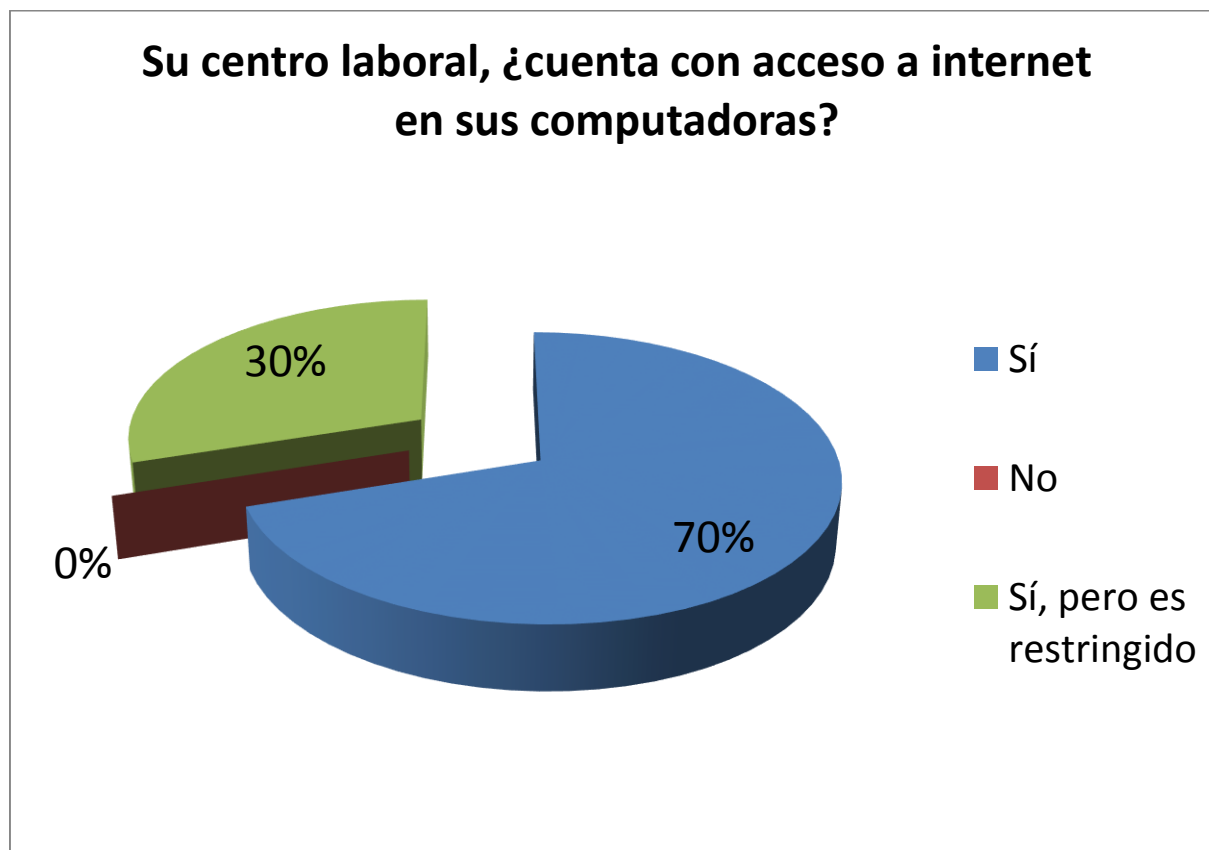
Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados indican que la mayor parte de los entrevistados cuenta con acceso a internet en sus centros laborales, mientras que un 7% cuenta también con acceso a internet pero de manera restringida, vale decir, solo intranet; donde sólo se puede tener acceso a la página web y correo electrónico institucionales.



Gráfico N° 4



Fuente: *Elaboración propia*
Fecha: *febrero 2014*

TABLA Nº 5

MANEJO DE WEB SITE Y REDES SOCIALES SIN PROBLEMAS

MANEJO DE WEB SITE Y REDES	f	%
Sí	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

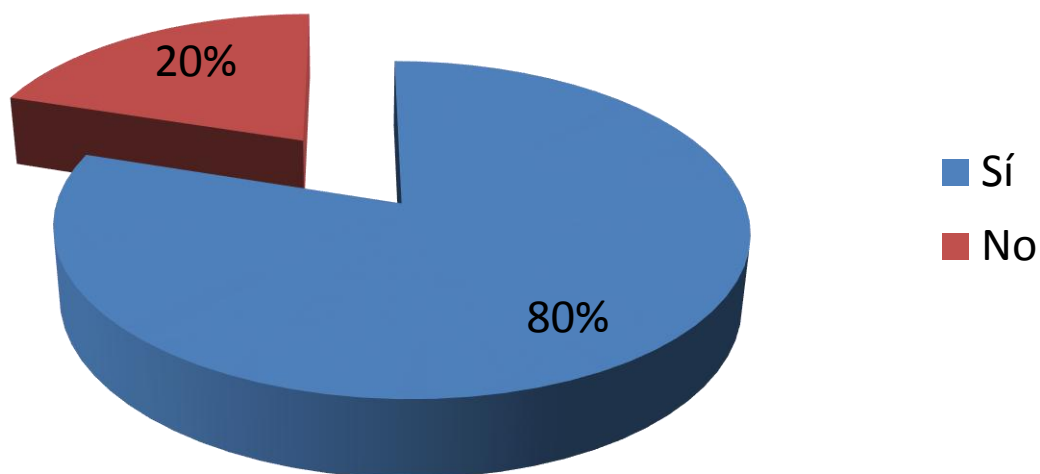
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 80% de los Relacionistas Públicos señala que sí puede desenvolverse con facilidad en internet así como hacer uso de las redes sociales. Mientras que la minoría, representada por un 20% señala que presenta cierta dificultad para hacerlo.

En vista de que las edades en las que fluctúan los entrevistados los ubican en el grupo de los nativos digitales, podemos afirmar que es la razón principal por la que pueden manejar con mayor destreza las diferentes herramientas digitales con las que cuentan.

Gráfico N° 5

¿Siente que puede manejar las diferentes páginas de internet y redes sociales con facilidad y sin problemas?



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*

TABLA Nº 6

ACCESO A LA INFORMACIÓN Y A LAS TIC'S

ACCESO A LA INFORMACIÓN Y TIC'S	f	%
Incipiente	1	10%
Regular	4	40%
Accesible	5	50%
Excelente	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

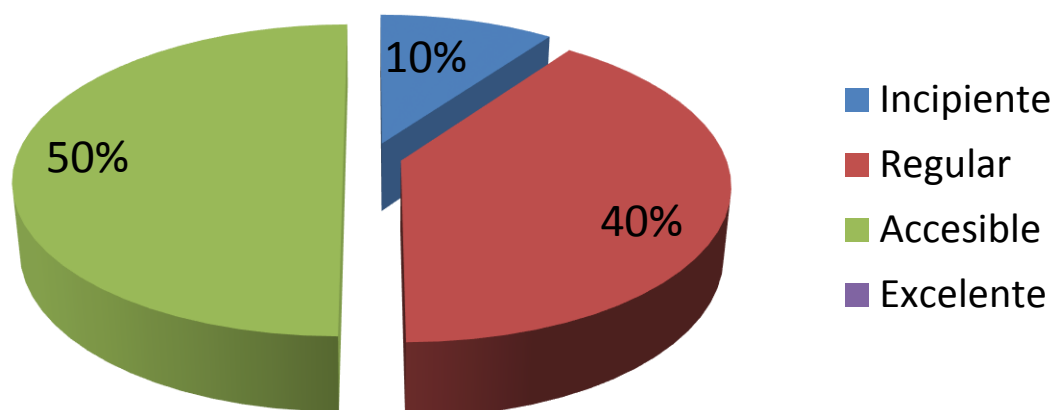
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los profesionales entrevistados se inclinan en que el acceso a la información, como bien público, tanto al conocimiento como a las TIC's es accesible. En menor porcentaje, señalan que el acceso es incipiente, dado que se ha ido mejorando tanto equipos como servicios.

En el caso del nivel incipiente consideramos que el acceso a internet, como el conocimiento del mismo, en los ordenadores de su centro de labores es restringido motivo por el cual se considera incipiente. De otro modo, el nivel accesible es porque, al contrario del nivel incipiente, tienen libre acceso tanto a internet como a diversas tecnologías y conocen el manejo de las mismas.

Gráfico N° 6

**¿Considera usted que el acceso a la información,
conocimiento y llegada a las TIC's como bienes
públicos es...?**



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*

TABLA Nº 7

PROGRAMAS QUE USA CON FRECUENCIA

PROGRAMAS QUE USAN CON FRECUENCIA	f	%
Microsoft Office	4	23%
Programas de Edición de Fotografías	2	12%
Programas de Edición de Videos	1	6%
Correo Electrónico y Redes Sociales	4	24%
Todas las anteriores	6	35%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

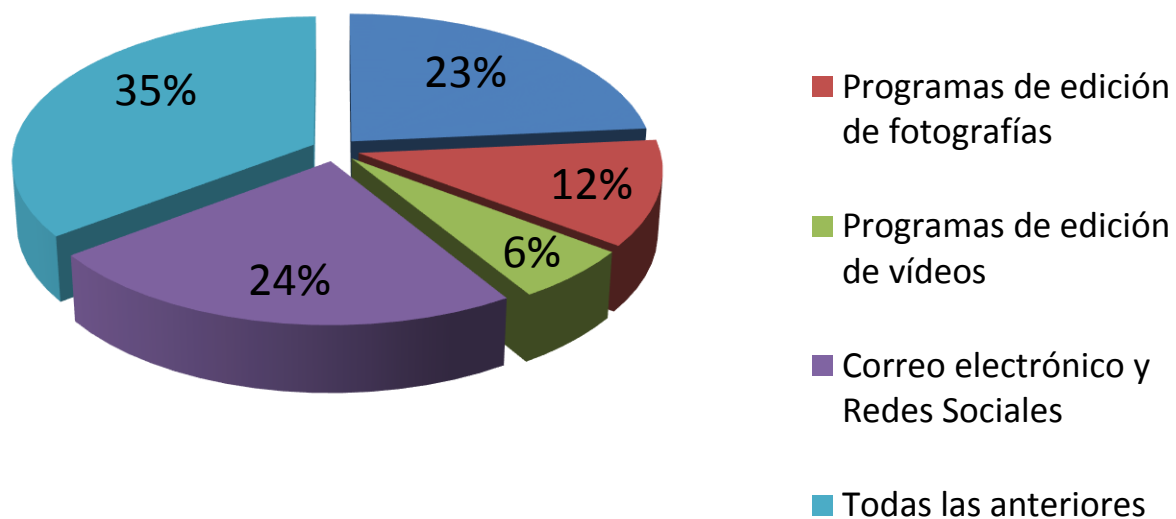
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se puede observar que un porcentaje mayor maneja en su totalidad los programas, considerados como herramientas digitales, para el desempeño de sus funciones, así lo señala un 35%. De la totalidad de los entrevistados obtenemos que dentro de los programas que más usan es microsoft office, seguido de programas de edición de fotografías, el correo electrónico y redes sociales y finalmente programas de edición de videos.

Nota: Pregunta con múltiples opciones de respuesta.

Gráfico N° 7

¿Cuáles son los programas que usa frecuentemente?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 8

PERFIL DE INTERNAUTA EN FUNCION DE USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

PERFIL DE INTERNAUTA	f	%
Escuchar música, manejo de Office y Correo Electrónico.	0	0%
Escuchar música, manejo de Office, Correo Electrónico y Redes Sociales.	0	0%
Escuchar música, manejo de Office, Correo Electrónico, Redes Sociales, Administración de Páginas Web y Colgar Material.	2	20%
Escuchar música, manejo de Office, Correo Electrónico, Redes sociales, Administración de Páginas Web, Colgar Material, manejo y uso de Blogs y Navegación en Internet.	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

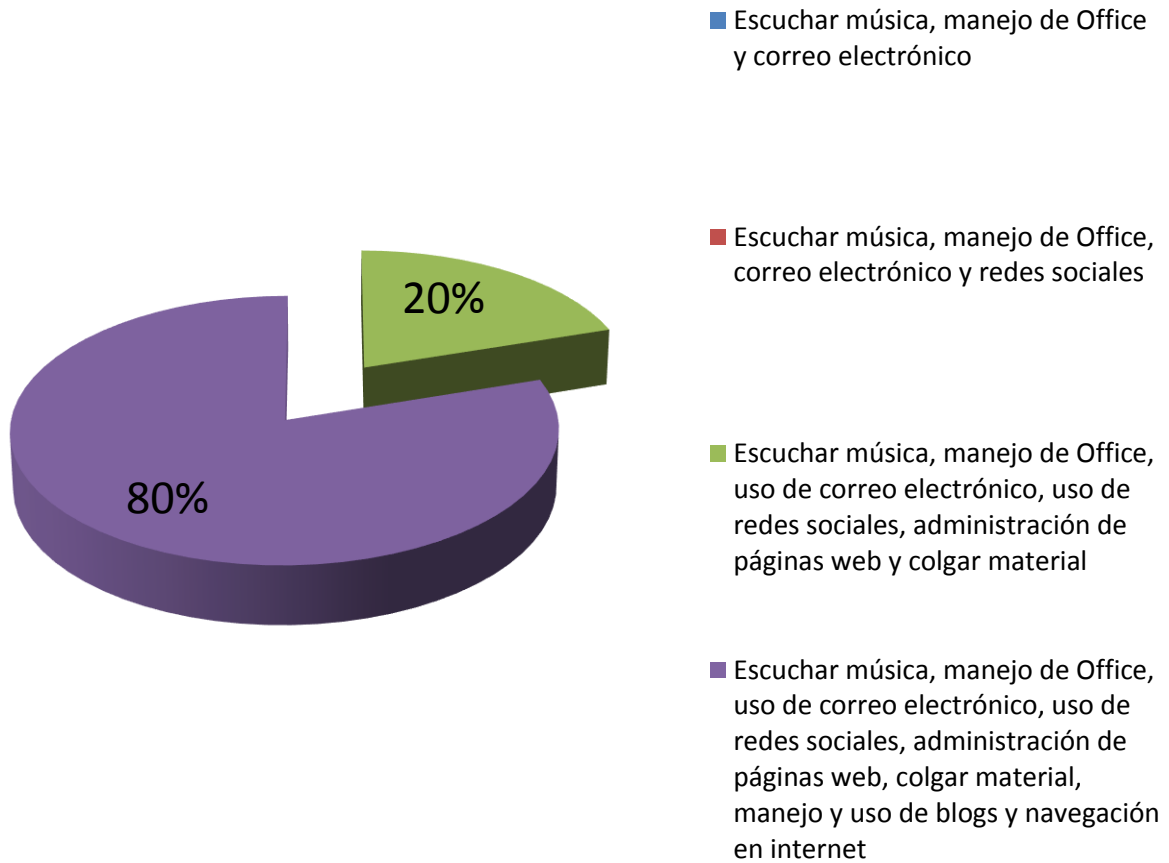
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos reflejados obtenemos que hay una paridad en lo que refiere al perfil en el internauta, como es el uso de programas especializados para realizar y producir material para el área de trabajo. Es nulo el porcentaje de personas que sólo utilizan el ordenador con fines de escuchar música o manejar el correo electrónico institucional.

Estos resultados nos indican que la mayoría de los entrevistados se encuentran en un nivel superior en el perfil de internauta, ya que se considera la experiencia que ellos tienen con relación al manejo del correo electrónico, Microsoft Office, producción, edición y publicación de texto; producción, edición y publicación de fotografías; producción, edición y publicación de contenido audiovisual; uso de la plataforma Blogger, uso de la red social Facebook, uso de la red social Twitter y uso de la web Flickr.

Gráfico N° 8

¿En qué perfil de internauta se ubica en función de su uso de las herramientas digitales y redes sociales?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014



TABLA Nº 9

ASPECTOS A MEJORAR EN SU VIDA LABORAL USANDO HERRAMIENTAS DIGITALES

ASPECTOS A MEJORAR EN SU VIDA LABORAL	f	%
Ausencia de Formación	1	10%
Entender el lenguaje digital	1	10%
Servicios Digitales Avanzados	7	70%
Influencia por parte de la sociedad digital.	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

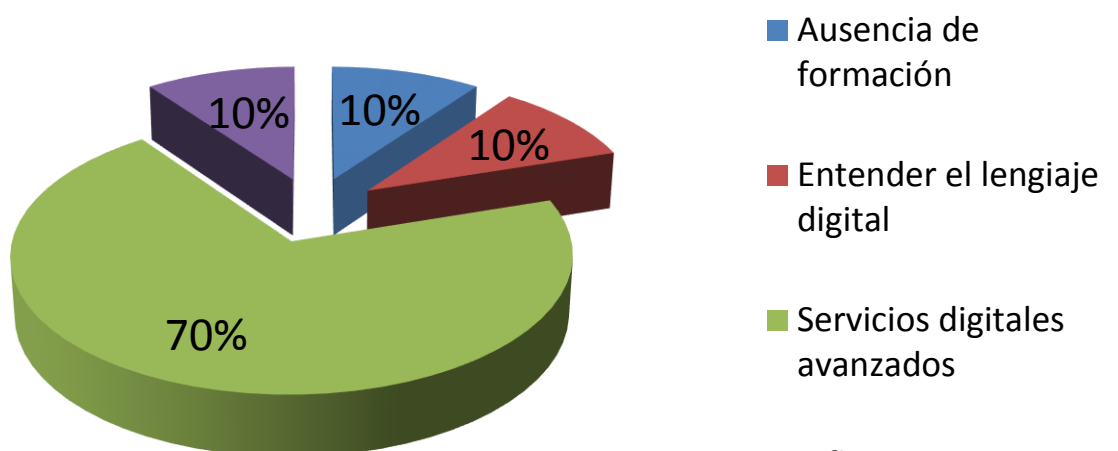
Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados demuestran que un 70%, que representa a la mayoría considera que el principal aspecto a mejorar en su vida laboral haciendo uso de herramientas digitales serían los servicios digitales avanzados, esto comprende una serie de paquetes de programas para la especialidad. También señalan que comprender el lenguaje digital que se usa en la actualidad y que cada vez se incrementa más y es más usable es un factor predominante.

Gráfico N° 9

¿Qué aspectos considera que debería mejorar en relación a su vida laboral aplicando el uso de las herramientas digitales?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 10

MOTIVO POR EL QUE NO SE CAPACITA

MOTIVO POR EL QUE NO SE CAPACITA	f	%
Falta de Interés	1	9%
Desconocimiento / Conformidad	0	0%
Falta de Tiempo	5	46%
Ausencia de centros de formación especializados.	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

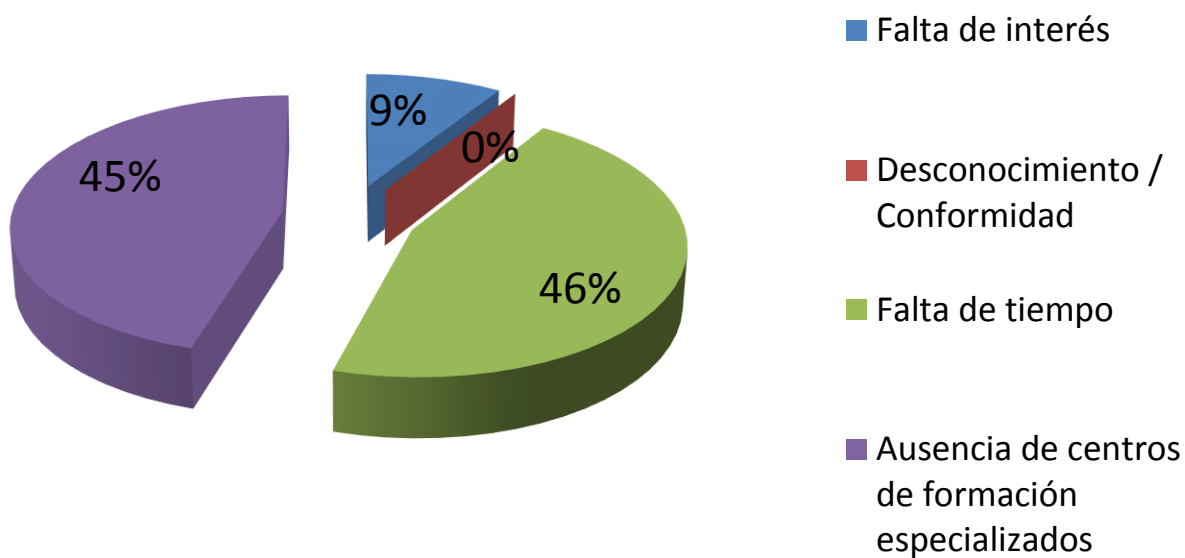
De acuerdo a los datos reflejados obtenemos que el principal motivo por el que los profesionales en Relaciones Públicas no se capacitan es la falta de tiempo. Así mismo, en menor porcentaje tenemos a las personas que consideramos, según lo investigado, inmigrantes digitales quienes no lo hacen por desconocimiento y/o conformidad.

Este hecho se da principalmente porque se están adaptando a la nueva era digital y aprenden de forma más metódica, así como tienden a ejecutar las tareas con mayor precisión. Es esa la razón por la que se ven obligados a aprender un nuevo lenguaje digital.

Nota: Pregunta con múltiples opciones de respuesta.

Gráfico N° 10

¿Cuál considera que sea el rasgo por el que no se capacita en este rubro?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 11

CONCEPTO DE ALFABETIZACION DIGITAL

CONCEPTO DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL	f	%
Habilidad para manejar TIC'S	7	70%
Entendimiento del Lenguaje Digital	1	10%
Capacidad de Desarrollo	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

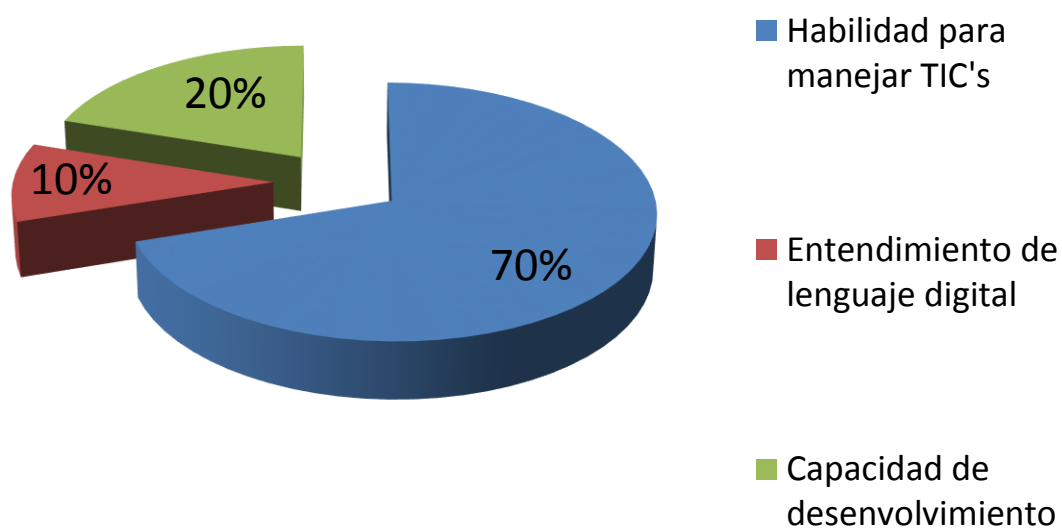
Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del total de entrevistados obtenemos que la mayoría comprende por Alfabetización Digital, la habilidad para manejar las TIC's y diferentes tecnologías. Así mismo otros entrevistados señalan que es la capacidad para desenvolverse haciendo uso de internet o el utilizar las herramientas digitales, muy aparte de las que vienen predeterminadas en el ordenador, llámese los paquetes de edición entre otros. En menor grado tenemos a quien piensa que es el entendimiento del lenguaje digital, ya que las personas digitalmente alfabetizadas pueden comunicarse y trabajar más eficientemente especialmente con aquellos que poseen los mismos conocimientos y habilidades.

Gráfico N° 11

¿Qué comprende por alfabetización digital?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 12

SE PUEDE VIVIR SIN ESTAR ALFABETIZADO DIGITALMENTE

SE PUEDE VIVIR SIN ESTAR ALFABETIZADO DIGITALMENTE	f	%
Si	1	10%
No	9	90%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

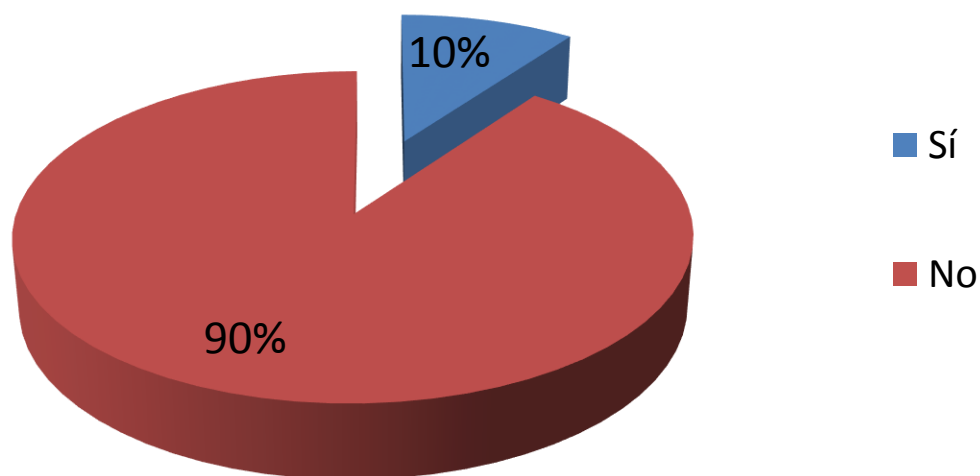
De la totalidad de los profesionales entrevistados tenemos que un 90% considera que en la actualidad no se puede vivir sin estar alfabetizado digitalmente, dado que se ha convertido en una necesidad, sobre todo por la especialidad de su profesión.

Por otro lado una minoría piensa que no es preciso estar alfabetizado en cuestiones digitales porque de igual manera encuentran la forma de poder comunicarse con su entorno, aunque no tenga el impacto que se tiene con el uso de las herramientas digitales y el internet.

Estos resultados nos indican que en efecto los profesionales entrevistados son personas digitalmente alfabetizadas ya que pueden comunicarse y trabajar más eficientemente especialmente con aquellos que poseen los mismos conocimientos y habilidades.

Gráfico N° 12

¿Considera que, en la actualidad, puede actuar y vivir sin estar alfabetizado digitalmente?



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*

TABLA Nº 13

ACEPTABILIDAD DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES Y REDES SOCIALES

ACEPTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES	f	%
Inicial	2	20%
Media	4	40%
Parcial	1	10%
Óptima	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

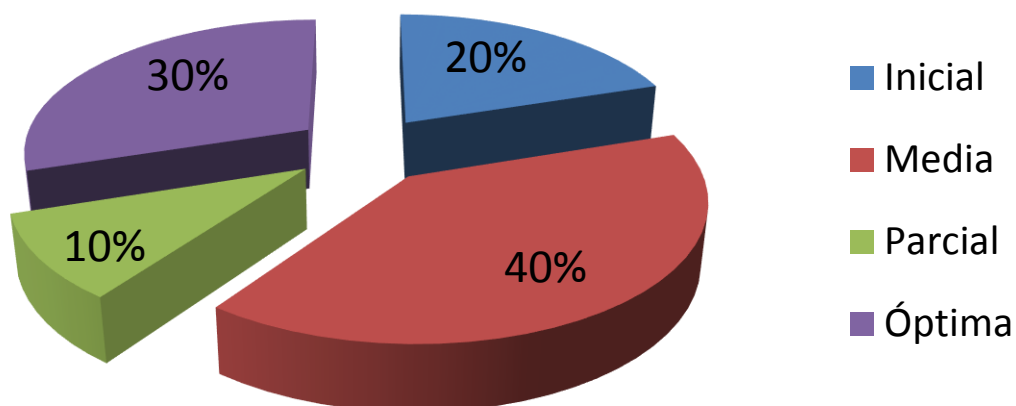
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados señalan que la aceptación que tienen las herramientas digitales y las redes sociales en el centro de labores de los entrevistados es media.

Así mismo, consideran que éste impacto se irá incrementando con el paso del tiempo, en menor grado existen los profesionales que piensan que aún está en una etapa inicial/parcial la aceptabilidad de las herramientas digitales.

Gráfico N° 13

**¿Qué grado de aceptabilidad tienen
las herramientas digitales y redes
sociales en su centro laboral?**



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*

TABLA Nº 14

NIVEL DE CAPACITACIÓN

NIVEL DE CAPACITACIÓN	f	%
Incipiente	0	0%
Media	2	20%
Regular	4	40%
Excelente	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

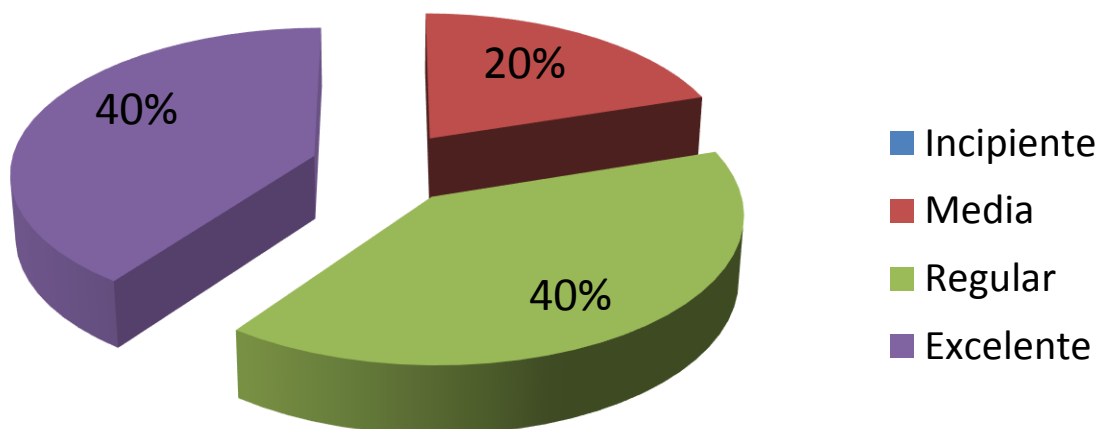
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que la mayoría de los profesionales entrevistados nos señalan que su nivel de capacitación en la actualidad oscila entre regular y excelente. Así mismo, cabe señalar que ningún trabajador considera que su capacitación sea incipiente ya que cuentan con conocimientos empíricos.

Así mismo, estas personas han adquirido y perfeccionado año tras año a través de interacción y práctica, y prefieren moverse dentro de lo que les es conocido en virtud de su forma de aprender, que es también la forma en que les enseñaron a ellos.

Gráfico N° 14

Marque la opción adecuada según su punto de vista. En la actualidad, su capacitación es...



Fuente: *Elaboración propia*
Fecha: *febrero 2014*

TABLA Nº 15

PRINCIPAL USO QUE LE DA A INTERNET

PRINCIPAL USO DE INTERNET	f	%
Colgar Información	3	30%
Redes Sociales	3	30%
Enviar y Recibir Información	3	30%
Correo Electrónico	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

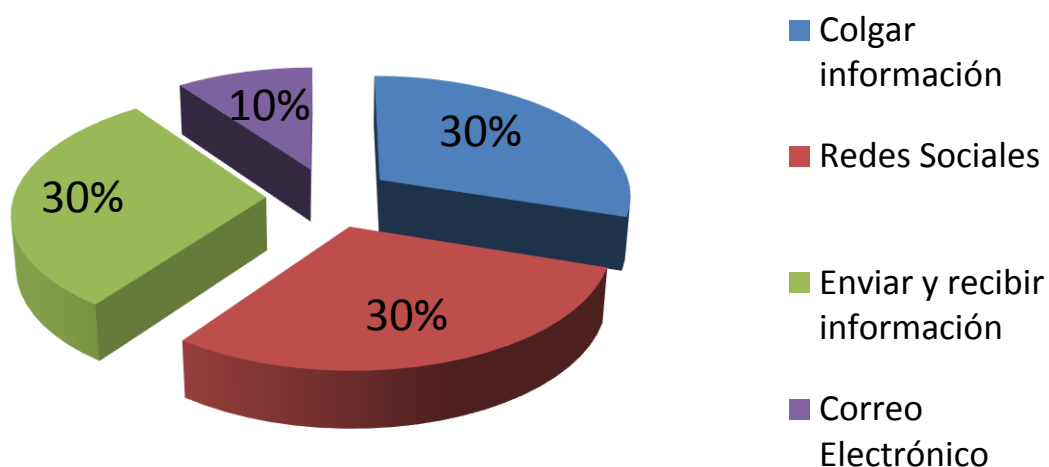
Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos reflejados tenemos una equidad en lo que refiere al uso principal que le dan a internet existiendo una igualdad entre el colgar información, hacer uso de las redes sociales y el enviar - recibir información con instituciones pares. Estos resultados señalan que se está ampliando el campo de acción respecto de los relacionistas públicos dado que no solo utilizan internet para explorar sus correos electrónicos y cuentas en redes sociales de manera personal.

Gráfico N° 15

¿Hace usted uso del internet en su oficina? ¿Para qué lo utiliza principalmente?



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*

TABLA Nº 16

CUENTAS EN REDES SOCIALES

REDES SOCIALES	f	%
Facebook	11	46%
Twitter	6	25%
Youtube	2	9%
LinkedIn	1	4%
Blogger	1	4%
Skype	2	8%
Ninguna	1	4%
Total	24	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

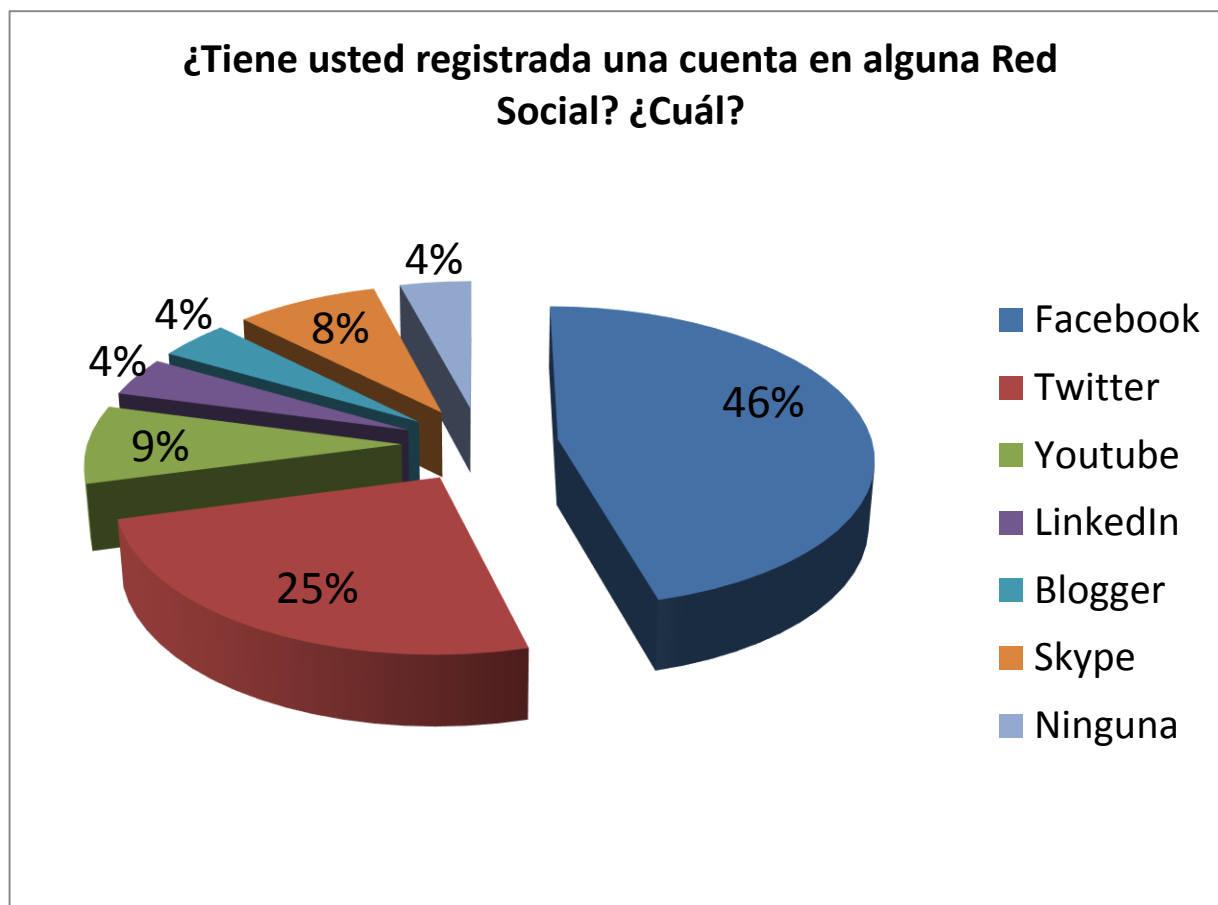
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados indican que, de todos los entrevistados que tienen cuentas registradas en las principales redes sociales, Facebook y Twitter son las más acogidas, vale decir que tienen cuentas laborales, aparte de sus cuentas personales, donde a su vez comparten contenido sobre su centro laboral o actividades que se desarrollen en el mismo.

Por otro lado, Skype y Youtube son otras redes sociales usadas en menor proporción, ya sean videoconferencias o colgar videos institucionales, respectivamente.

Nota: Pregunta con múltiples opciones de respuesta.

Gráfico N° 16



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 17

PREFERENCIA DE HORARIO PARA USAR REDES SOCIALES

PREFERENCIA DE HORARIO	f	%
Mañana	8	62%
Tarde	2	15%
Noche	3	23%
Total	13	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

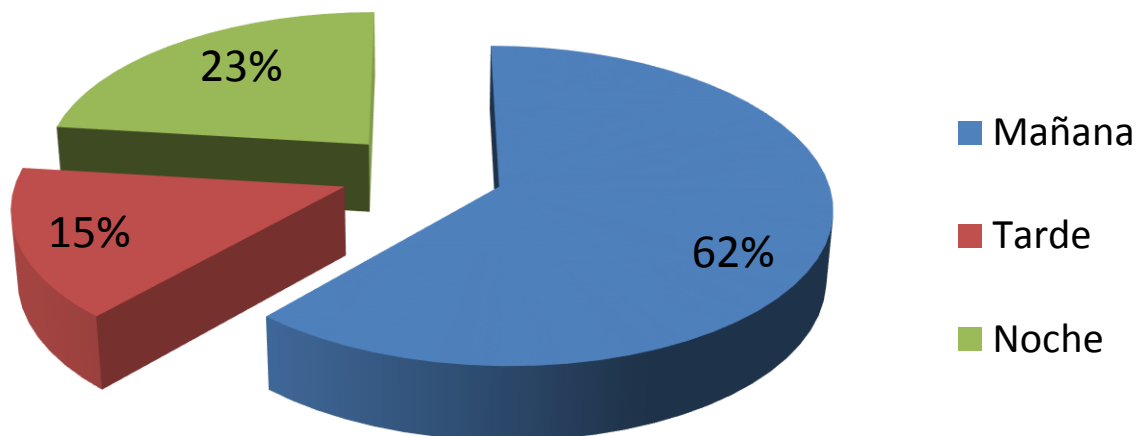
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De la totalidad de entrevistados obtenemos que la mayoría de ellos prefieren conectarse a internet durante la mañana, horario en el cual señalan, es más apropiado tanto para compartir información como recibirla. En menor porcentaje vemos que se prefieren las horas de la tarde / noche para conectarse, ya que ese horario es más propicio para utilizar las redes y correo electrónico con fines personales.

Nota: Pregunta con múltiples opciones de respuesta.

Gráfico N° 17

¿En qué momento del día prefiere usted revisar su correo personal y cuenta de red social?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 18

UTILIZACION DE HERRAMIENTAS DIGITALES LABORALMENTE

USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES	f	%
Sí	9	90%
No	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

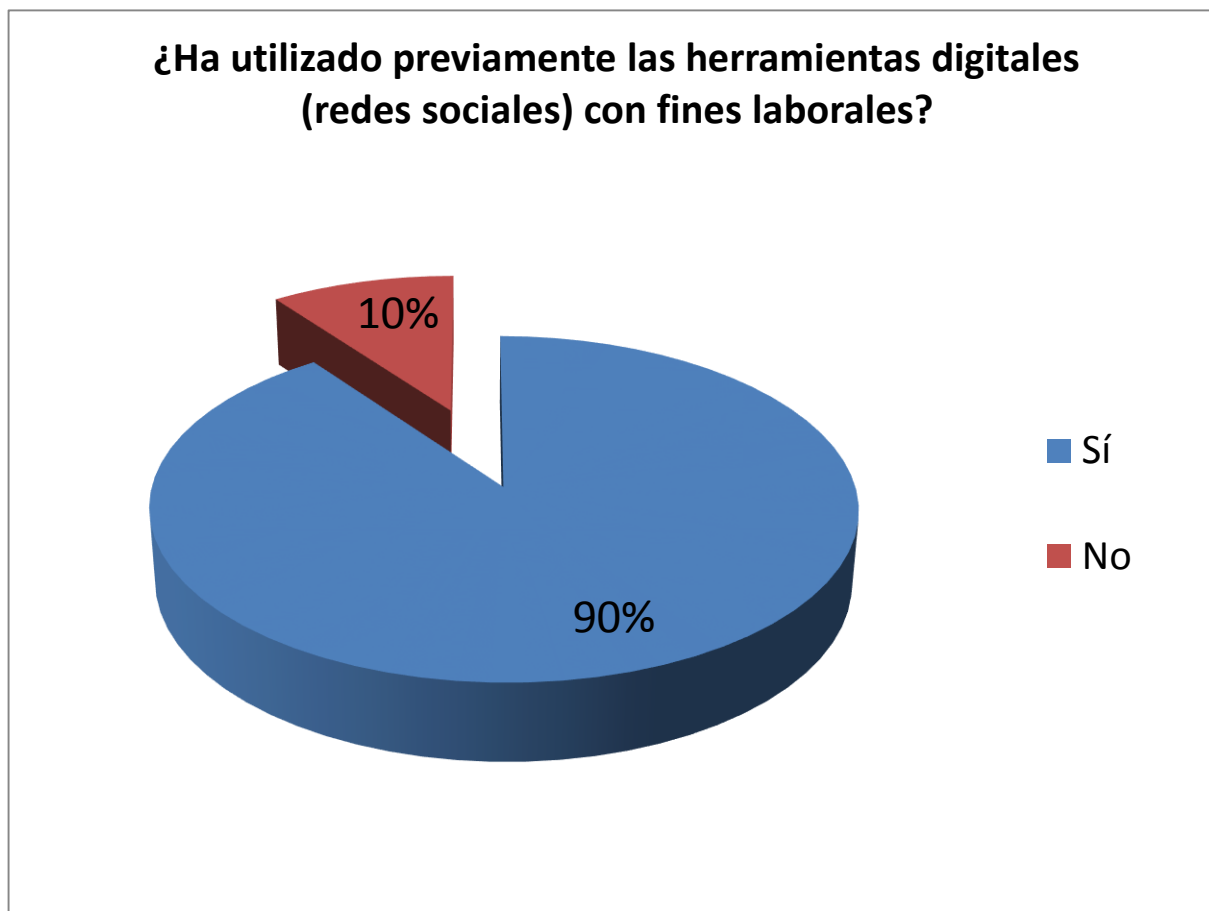
Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se observa según el cuadro que la utilización que le dan a las herramientas digitales en lo que refiere al campo laboral es la que predomina, como señalábamos anteriormente éstas están teniendo una mayor acogida en los profesionales de la comunicación. Es en menor grado quienes señalan que no hacen mayor uso de las herramientas digitales para fines laborales.

Consideramos en ésta pregunta la experiencia que el Relacionista Público tiene en el manejo del correo electrónico, Microsoft Office, producción, edición y publicación de texto; producción, edición y publicación de fotografías, uso de la plataforma Blogger, uso de la red social Facebook, uso de la red social Twitter y uso de la web Flickr.

Gráfico N° 18



*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*

TABLA Nº 19

INCORPORACION DE REDES SOCIALES COMO RECURSO DE MEJORA

INCORPORACIÓN DE REDES SOCIALES	f	%
Nada	0	0%
Muy Poco	1	10%
Bastante	3	30%
Mucho	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

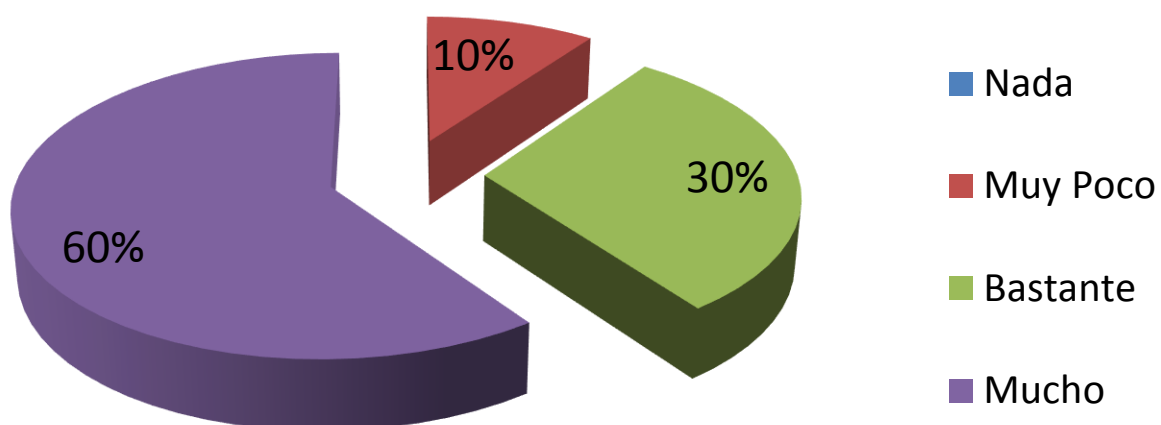
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos reflejados tenemos que la mayoría de los entrevistados piensan que la incorporación de las redes sociales en su campo laboral representa un recurso de mejora, que ayuda al desempeño de sus actividades. En menor grado señalan que es un recurso que mejora muy poco sus actividades laborales.

Estos resultados coinciden con el principal objetivo de una red social, que es que las personas establezcan contacto permanente y puedan enviar y mostrar, a otros, información personal sobre actividades, intereses, fotos, etc.

Gráfico N° 19

¿Considera que el incorporar las redes sociales en sus actividades laborales supone un buen recurso de mejora? ¿Por qué?



Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014

TABLA Nº 20

MATERIAL QUE PRODUCE HACIENDO USO DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES

MATERIAL PRODUCIDO	f	%
Notas de Prensa	11	19%
Brochures	7	12%
Spots	9	15%
Revistas	8	13%
Periódicos Murales	7	12%
Memoria Anual	6	10%
Videos Institucionales	8	14%
Otros	3	5%
Total	56	100%

Fuente: Elaboración propia

Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

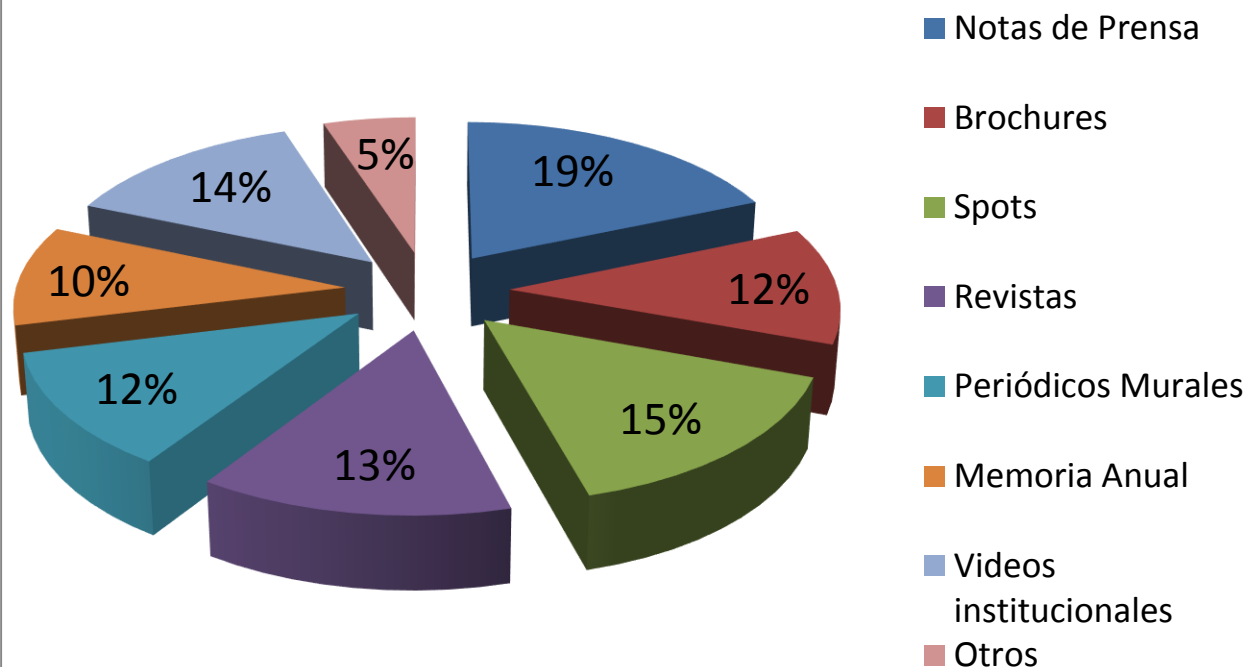
Los resultados reflejan que existe una gran variedad de labores que se pueden realizar haciendo uso de las herramientas digitales, dentro de las principales tenemos que las notas de prensa son las que más se producen, seguidas de los spots publicitarios, revistas y videos institucionales.

Todo este material se realiza haciendo uso de las herramientas de producción, edición y publicación de texto, fotos y de contenido audiovisual.

NOTA: Pregunta con múltiples opciones de respuesta.

Gráfico N° 20

Señale qué tipo de material produce, como parte de sus funciones como relacionista público, haciendo uso de las herramientas digitales



Fuente: *Elaboración propia*
Fecha: *febrero 2014*



TABLA Nº 21

GRADO DE SATISFACCION DE LOS RR.PP. CON INCORPORACION DE REDES SOCIALES

GRADO DE SATISFACCIÓN	f	%
1	0	0%
2	0	0%
3	1	10%
4	0	0%
5	1	10%
6	0	0%
7	1	10%
8	4	40%
9	2	20%
10	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

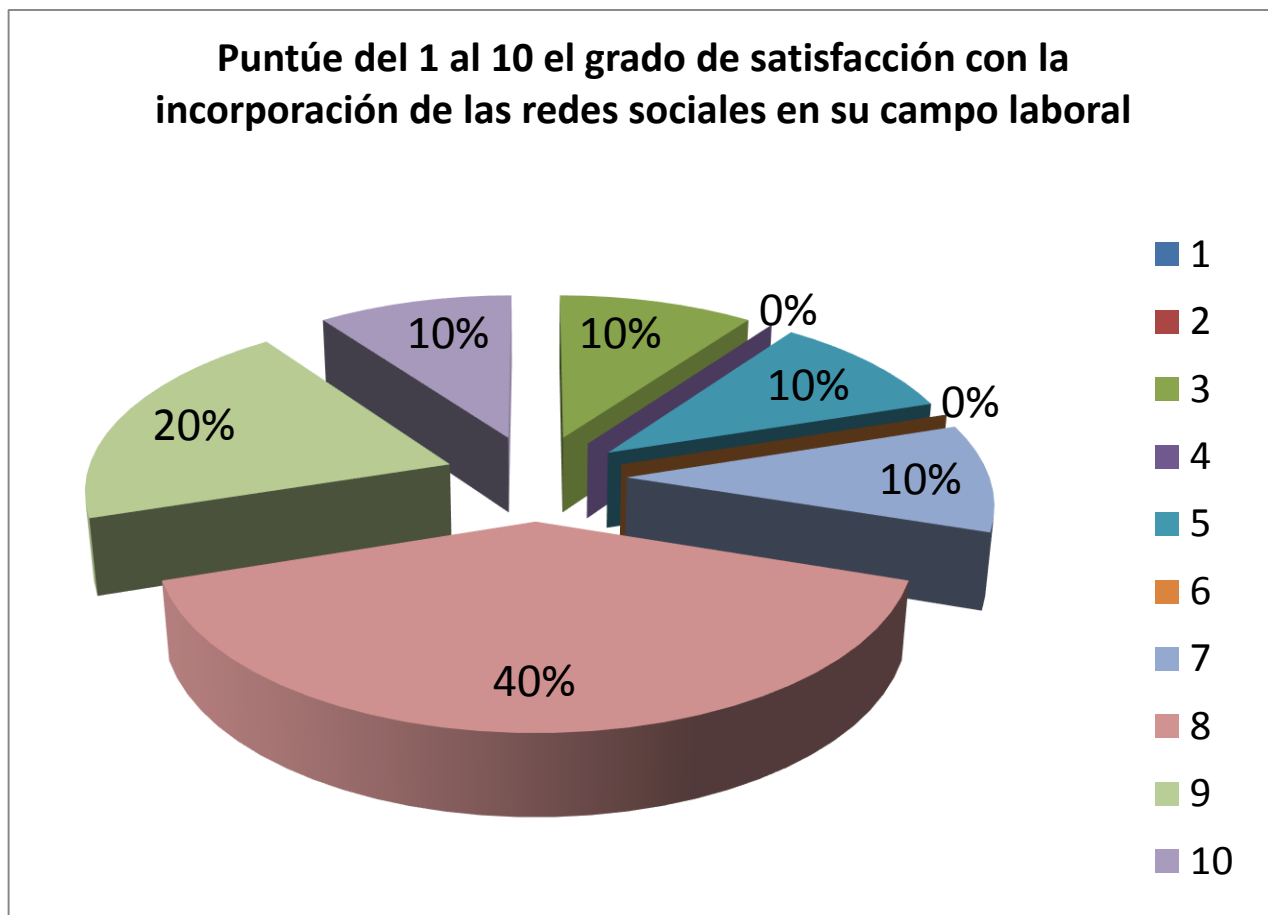
Fecha: febrero 2014

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos reflejados obtenemos que la mayoría de los entrevistados, reflejados en un 50% de los mismos, nos señalen que su grado de satisfacción incorporando las redes sociales a sus actividades laborales es óptimo indicando que están conformes con el uso de las mismas.

Este grado de satisfacción se da por ser las redes sociales un medio espontáneo, por intereses (aficiones, edad, sexo) o por una invitación externa.

Gráfico N° 21



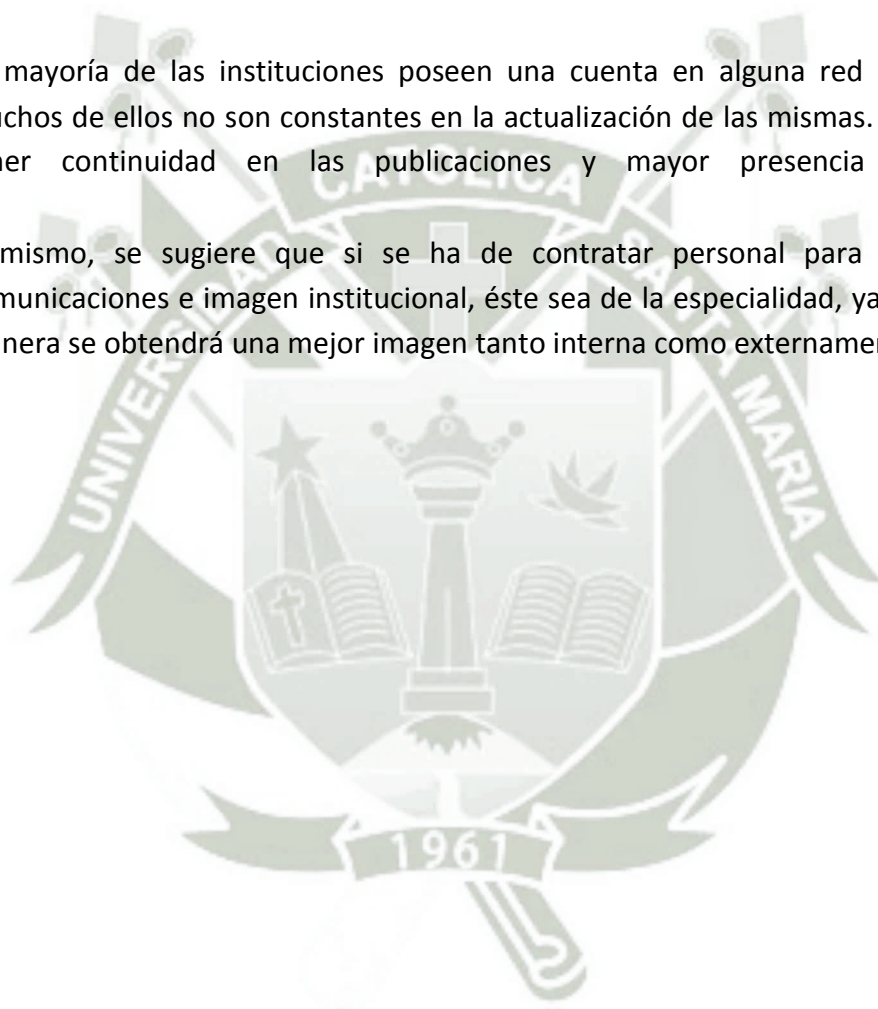
*Fuente: Elaboración propia
Fecha: febrero 2014*

CONCLUSIONES

- De acuerdo a la encuesta aplicada podemos deducir que:
 - **PRIMERA**
 - La alfabetización digital en los Relacionistas Públicos de las instancias del Gobierno Regional de Arequipa, según el cuestionario aplicado, nos indica que se encuentra en el nivel SUPERIOR, dado que, el 80% de los encuestados utiliza las diferentes herramientas digitales para la promoción y crecimiento de su institución.
 - **SEGUNDA**
 - Se identificó que, el haber incorporado el uso de redes sociales en las instituciones de la Gerencia Regional de Arequipa, supuso un gran recurso de mejora, puesto que permitió llegar a más usuarios obteniendo un feedback inmediato; además de conectar y ampliar el área de acción. Por otro lado, los trabajadores afirmaron que ya habían utilizado las redes sociales con fines laborales anteriormente, ya que éstas facilitan la difusión de las noticias, acontecimientos y eventos de su institución hacia su público externo. Sin embargo se percibe que no existe continuidad en las publicaciones.
 - **TERCERA**
 - Luego de realizar las visitas respectivas a las diferentes Unidades Ejecutoras del Gobierno Regional de Arequipa concluimos que en algunas de ellas no se cuenta con un profesional de Relaciones Públicas, sin embargo tienen un área de comunicaciones la cual está dirigida por otros profesionales ajenos a la especialidad.

SUGERENCIAS

- De acuerdo a los resultados obtenidos, percibimos que los Relacionistas Públicos de las Instancias del Gobierno Regional de Arequipa, no se capacitan en el rubro, mayormente por la falta de tiempo; por tal motivo se sugiere que la capacitación se realice periódicamente, ya sea de modo presencial o semi - presencial. Asimismo, que se efectúe un convenio con algún instituto especializado o ligado a la computación e informática.
- La mayoría de las instituciones poseen una cuenta en alguna red social, pero muchos de ellos no son constantes en la actualización de las mismas. Se propone tener continuidad en las publicaciones y mayor presencia en éstas.
- Asimismo, se sugiere que si se ha de contratar personal para el área de comunicaciones e imagen institucional, éste sea de la especialidad, ya que de esa manera se obtendrá una mejor imagen tanto interna como externamente.



BIBLIO – HEMEROGRAFÍA CONSULTADA

- **Barquero Cabrero, Daniel** “El libro de oro de las Relaciones Públicas”. *Editorial Gestión, 2000*
- **Gutiérrez Martín, Alfonso** “Alfabetización Digital. Algo más que ratones y teclas”. Barcelona: Gedisa.
- **Lorca, Julio & Pujol, Laia** “Redes sociales: descripción del fenómeno, situación actual y perspectivas”. *Revista eSalud.com, Vol. 4, N° 15, 2008.*
- **M. Cutlip, Scott & H. Center, Allen** “Relaciones públicas eficaces”. Editorial Gestión 2000, 2001.
- **Muñoz Amato, Jaime** “Introducción a la Administración Pública”. Editora Fondo de Cultura Económica, 1962.
- **Prensky, Marc** “Nativos e Inmigrantes Digitales”. Distribuidora SEK S.A. 2010.
- **Robinson, Edward J.** “Comunicación y Relaciones Públicas”. C.E.C.S.A. México, 1971.
- **Small, Gary** “El Cerebro Digital”. Editorial Urano, 2009.

WEB SITES CONSULTADAS

- **Área, Manuel.** Catedrático de Tecnología Educativa de la Universidad de La Laguna, España. <http://ordenadoresenlaula.blogspot.com/2007/03/qu-es-la-alfabetizacin-digital-o.html>
- **De Juana, Rodolfo.** <http://muypymes.com/marketing/ventas/83-diccionario-practico-de-marketing-online.html>
- **Definición ABC.** <http://www.definicionabc.com/tecnologia/correo-electronico.php>
- **Educastur.** http://www.educastur.princast.es/fp/hola/hola_bus/cursos/curso13/documentos/Correo_electronico%20_hola_.pdf
- **GoogleDocs.** <http://docs.google.com/document/d/1HPLGyfbg9XbygQChUcRkAO00iSub0LvHnqDKxgZK5g/edit?pli=1>
- **Iata.** <http://www.iata.csic.es/~fernando/doc/cgcorreo.shtml>
- **Informática hoy.** <http://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-es-Hardware-y-Software.php>

- **Infosol.**
http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/concepto_rrpp.html
- **Más adelante.** <http://www.masadelante.com/faqs/software-hardware>
- **Monografías.com.** <http://www.monografias.com/trabajos24/empresas-publicas/empresas-publicas.shtml>
- **Presidencia del Consejo de Ministros (PCM).** <http://www.pcm.gob.pe/>
- **Wikipedia.** http://es.wikipedia.org/wiki/Correo_electr%C3%B3nico
- **Wikipedia.** <http://es.wikipedia.org/wiki/Hardware>
- **Wikipedia.** http://es.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Office
- **Wikipedia.**
http://es.wikipedia.org/wiki/Redes_sociales#Redes_sociales_en_Internet
- **Wikipedia.**
http://es.wikipedia.org/wiki/Software#Proceso_de_creaci.C3.B3n_del_software
- **Wikipedia.** http://www.wikipedia.org/wiki/Alfabetismo_digital



ANEXOS

CUESTIONARIO APLICADO



Objetivo de la encuesta: La presente encuesta tiene por objeto conocer cuál es el nivel de Alfabetización Digital y la frecuencia de uso de las Redes Sociales de los Relacionistas Públicos que laboran en las diferentes instancias del Gobierno Regional de Arequipa.

En las siguientes preguntas puede marcar más de una alternativa, a no ser que las mismas sean sólo 'Sí' o 'No'. Conteste todas las preguntas en orden y sin saltarse. La información vertida en este cuestionario será utilizada de forma meramente académica. Gracias por su colaboración.

1. Edad

2. Sexo

3. ¿Con qué frecuencia hace uso de internet?

- Nunca
- Todos los días
- 2 a 4 días a la semana
- Una vez a la semana
- Una vez al mes

4. Su centro laboral, ¿cuenta con acceso a internet en sus computadoras?

- Sí
- No
- Sí, pero es restringido

5. ¿Siente que puede manejar las diferentes páginas de internet y redes sociales con facilidad y sin problemas? Si su respuesta es afirmativa continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario este es el fin del test.

- Sí
- No

6. ¿Considera Ud. que el acceso a la información, conocimiento y llegada a las TIC'S como bienes públicos comunes es...?

- Incipiente
- Regular
- Accesible
- Excelente

7. ¿Cuáles son los programas que usa frecuentemente?

- Microsoft Office (Word, Power Point, Excel, Publisher, Outlook)
- Programas de edición de fotografías
- Programas de edición de vídeos
- Correo Electrónico y Redes Sociales (Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, Blogger)
- Todas las anteriores

8. En esta parte de la encuesta señale, ¿en qué perfil de internauta se ubica en función de su uso de las herramientas digitales y redes sociales?

- **¿Emplea la computadora únicamente para escuchar música, manejo de Office y uso de correo electrónico?**

Sí__ No__

- **¿Maneja la computadora para escuchar música, manejo de Office, uso de correo electrónico y uso de redes sociales?**

Sí__ No__

- **¿Usa la computadora para escuchar música, manejo de Office, uso de correo electrónico, uso de redes sociales, administra páginas web y cuelga material?**

Sí__ No__

- **¿Utiliza la computadora para escuchar música, manejo de Office, uso de correo electrónico, uso de redes sociales, administra páginas web, sabe colgar material, manejo y uso de blogs y navegación en internet?**

Sí__ No__

9. ¿Qué aspectos considera que debería mejorar en relación a su vida laboral aplicando el uso de las herramientas digitales?

- Ausencia de formación
- Entender el lenguaje digital
- Servicios digitales avanzados
- Influencia por parte de la sociedad digital

10. ¿Cuál considera que sea el rasgo por el que no se capacita en este rubro?

- Falta de interés
- Desconocimiento/ Conformidad
- Falta de tiempo
- Ausencia de Centros de Formación Especializados

11. ¿Que comprende por alfabetización digital?

12. ¿Considera que, en la actualidad, puede actuar y vivir sin estar alfabetizado digitalmente?

Sí__ No__

¿Por qué?

13. ¿Qué grado de aceptabilidad tienen las herramientas digitales y redes sociales en su centro laboral?

14. Marque la opción adecuada según su punto de vista. En la actualidad, su capacitación es...

- Incipiente
- Media
- Regular
- Excelente

15. ¿Hace usted uso del internet en su oficina? ¿Para qué lo utiliza principalmente?

16. ¿Tiene usted registrada una cuenta en alguna red social? ¿Cuál?

17. ¿En qué momento del día prefiere usted revisar su correo personal y cuenta de red social?

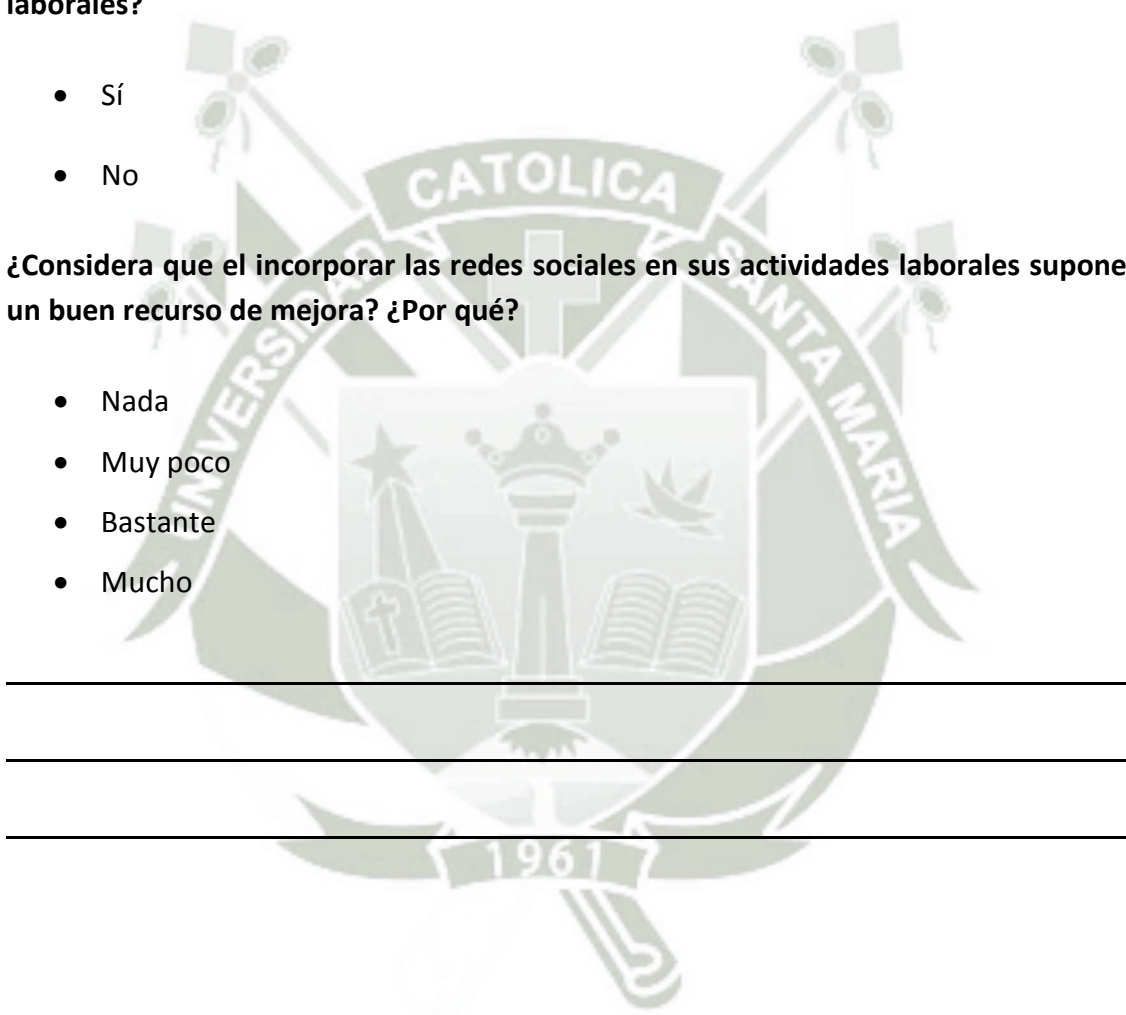
- Mañana
- Tarde
- Noche

18. ¿Ha utilizado anteriormente las herramientas digitales (redes sociales) con fines laborales?

- Sí
- No

19. ¿Considera que el incorporar las redes sociales en sus actividades laborales supone un buen recurso de mejora? ¿Por qué?

- Nada
- Muy poco
- Bastante
- Mucho



20. Señale qué tipo de material produce, como parte de sus funciones como relacionista público, haciendo uso de las herramientas digitales.

- Notas de Prensa
- Brochures
- Spots
- Revistas
- Periódicos Murales
- Memoria Anual
- Videos Institucionales
- Otros (especifique cuáles)

21. Puntúe del 1 al 10 el grado de satisfacción con la incorporación de las redes sociales en su campo laboral.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10