

**COMUNICACIÓN POR INTRANET Y SUS EFECTOS EN LAS REDES
SOCIALES EN LAS ORGANIZACIONES.**

Autores: Daniel Augusto Olaya Chavarro

Juan Carlos Puerto Velandia

Víctor Ignacio Silva Contreras

Directora de Tesis: Silvia Martí

Universidad de la Sabana

Facultad de Psicología

Chía, Cundinamarca Septiembre de 2002.

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de Contenido,	2
Lista de Anexos,	3
Resumen,	4
Abstract,	4
Introducción,	5
Justificación,	6
Problema de Investigación,	8
Objetivos,	8
Marco Teórico,	9
Método,	76
Participantes,	92
Instrumento,	96
Procedimiento,	101
Análisis,	110
Codificación y Análisis de la Información,	110
Consideraciones Éticas,	112
Resultados,	113
Discusión,	125
Referencias,	129
Anexos,	131

LISTA DE ANEXOS

Anexo A: Tabla 1. Listado de Empresas.

Anexo B: Figura 1. Porcentajes de efectividad en la Aplicación.

Anexo C: Tabla 2. Matriz de las Empresas Usuarias de Intranet.

Anexo D: Tabla 3. Matriz de las Empresas no Usuarias de Intranet.

Anexo E: Figura 2. Tiempo Laborado en empresas Usuarias.

Anexo F: Figura 3. Tiempo Laborado en empresas no Usuarias.

Anexo G: Figura 4. Medios de Comunicación empleados en las empresas
Usuarias.

Anexo H: Figura 5. Medios de Comunicación empleados en las empresas no
Usuarias.

Anexo I: Figura 6. Tiempo empleando el sistema Intranet.

Anexo J: Tabla 4. Resultados Generales Empresas Grandes Usuarias.

Anexo K: Tabla 5. Resultados Generales Empresas Medianas Usuarias.

Anexo L: Tabla 6. Resultados Generales Empresas Pequeñas Usuarias.

Anexo M: Tabla 7. Resultados Generales Empresas Grandes no Usuarias.

Anexo N: Tabla 8. Resultados Generales Empresas Medianas no Usuarias.

Anexo O: Tabla 9. Resultados Generales Empresas Pequeñas no Usuarias.

COMUNICACIÓN POR INTRANET Y SUS EFECTOS EN LAS REDES SOCIALES EN LAS ORGANIZACIONES.

**Daniel Augusto Olaya Chavarro, Juan Carlos Puerto Velandia, Víctor Ignacio
Silva Contreras, Silvia Martí Samper ***

Resumen.

Esta investigación tuvo como objeto explorar cómo influye la comunicación por Intranet en las relaciones interpersonales dentro de la organización. La metodología empleada fue entrevista en profundidad, indagando percepciones, sentimientos y conceptos. Las entrevistas se aplicaron tanto en grandes, medianas y pequeñas empresas usuarias y no usuarias de Intranet obteniendo una muestra de 48 personas, encontrando como resultados: la totalidad de las personas considera una mejora en el tráfico y en los canales de comunicación optimizando su desempeño laboral, generando conceptos positivos del sistema, adicionalmente la mayoría lo considera un medio impersonal que aunque posee muchas ventajas, pierde el respaldo de la comunicación directa, concluyendo que Intranet no reemplaza la comunicación interpersonal sino la manera de trabajar.

Abstract.

This investigation had like object to explore how it influences the communication for Intranet in the interpersonal relationships inside the organization. The used methodology was interview in depth, investigating perceptions, feelings and concepts. The interviews were applied so much in big, medium and small companies users and non users of Intranet obtaining a sample of 48 people, finding as results: the entirety of people considers an improvement in the traffic and in the communication channels optimizing its labor acting, generating positive concepts of the system, additionally most considers it a half impersonal one that although it possesses many advantages, it loses the back of the direct communication, concluding that Intranet doesn't replace the interpersonal communication but the way of working.

Palabras Claves: Intranet, Relaciones Interpersonales, Comunicación Organizacional, Redes Sociales.

* Directora de Tesis, Psicóloga Cimaresearch Colombia.

Los actuales avances tecnológicos de la comunicación han obligado a que la relación entre los grupos y las organizaciones evolucionen de una manera radical, introduciendo un nuevo modelo exento de barreras jerárquicas en el que fluye la comunicación en todas las direcciones, originando así, un nuevo concepto denominado organización virtual (Hodge, Anthony y Gales, 1998) sin necesidad de una estricta dependencia del espacio físico.

Para la organización se avecina un mundo conectado mediante la comunicación rápida y económica, en donde la velocidad es clave, el acceso a la “Red de Trabajo” es generalizado y afecta directamente a los negocios y a los individuos. El punto de partida para el desarrollo de estas tecnologías lo constituye la aparición del computador y su tratamiento masivo y rápido de grandes volúmenes de información.

Todo esto en búsqueda de una estructura que se caracterice por la exclusión de la burocratización, aproximándose al cliente (interno y externo) asegurando la participación de los funcionarios en una gestión efectiva, que construya una nueva identidad de grupo mediante la motivación y comunicación interna eficaz, utilizando adecuadamente el tiempo y aplicando las últimas tecnologías.

Puesto que la comunicación es vital para la empresa e imprescindible para su buen funcionamiento se hace preciso aprender el metabolismo informacional, en otras palabras, cómo la empresa se nutre de la información, y cómo se vale de las nuevas tecnologías de la comunicación para establecer su plan de comunicación interna.

Debido a la creciente aplicación de estas tecnologías informáticas y telemáticas, el mundo empresarial ha culminado en las organizaciones en red. El objetivo final de una red compartida debe ser conseguir que cada miembro de la organización disponga de la información que necesita para ejercer su labor, además de información relacionada con la estructura y dinámica de la empresa, y que a la vez pueda contribuir a alimentar los conocimientos de los demás empleados cumpliendo una función de obtención y difusión, generando con esto una relación bidireccional con la organización para lo que se requiere muchas veces que existan canales abiertos entre las diferentes áreas de la organización.

Es aquí donde toma fuerza la Intranet como medio de comunicación que además de los beneficios mencionados anteriormente, posibilita la distribución amplia de la información a bajos costos, con disposición para el empleado cuando y donde lo requiera, economía en papelería, disminución del costo y número de viajes y reducción del tiempo que conllevan los intercambios de información; influyendo determinadamente los procesos inmersos en la organización, así como a los funcionarios involucrados. Sin embargo, existen otras influencias que merecen un detenido análisis procurando el bienestar de los empleados y de la empresa, en cuanto a las relaciones entre funcionarios y administradores, y en sí, el cambio en el comportamiento y pensamiento promovido por las modificaciones tecnológicas, de las que no conocemos aún las posibles implicaciones dentro y fuera de la organización, particularmente en las interacciones sociales o relaciones interpersonales las cuales son de importancia vital para el funcionamiento de la empresa basada o estructurada en el óptimo desempeño como resultado de la

interacción de grupo, en donde todos sus individuos cumplen funciones que abarcan desde el plano psicológico (emociones, actitudes, expresiones) hasta el último principio laboral en el que pueda estar fundamentada la razón social de la empresa (servicio, calidad, buenas relaciones con los clientes) lo que solo se puede manifestar gracias al recurso humano.

El objeto de numerosas investigaciones en el ámbito empresarial han sido los problemas de comunicación interna existentes en una organización y cómo estos modifican la actitud del empleado hacia su propio trabajo y hacia la empresa, repercutiendo en su grado de integración y de motivación, y haciendo disminuir la productividad del individuo. A partir de esto surgió la inquietud por parte de los investigadores de explorar las posibles repercusiones que la comunicación organizacional por Intranet genera en las redes sociales, ya que esta tecnología se proyecta hacia el futuro como la más importante línea de trabajo. Debido a esto se origina un interés hacia el estudio de las implicaciones psicológicas que afecten al individuo y a la empresa entendidos en cuanto a sus relaciones interdependientes; ya que desde el enfoque que la Universidad de La Sabana, y más específicamente de la perspectiva de la Facultad de Psicología en el área organizacional, el Hombre es considerado un ser integral, social y parte fundamental de los sistemas como en el caso particular de la organización.

De acuerdo a lo anterior, surgió en los investigadores la siguiente pregunta que determino el presente estudio: ¿Qué percepciones tienen en común las personas sobre la manera en que la comunicación por intranet afecta las interacciones sociales?

Por tanto se delimito que el problema de esta investigación debía estar orientado en cómo influye la comunicación por medio de la intranet en las relaciones interpersonales que se establecen entre los miembros pertenecientes a una organización.

Teniendo en cuenta los anteriores parámetros, se plantearon los siguientes objetivos, que ayudaron a los investigadores a enfocar el objeto de estudio:

Caracterizar algunas de las implicaciones negativas y positivas de la comunicación por Intranet en la organización y sus efectos en la construcción simbólica de los significados dentro de las relaciones interpersonales.

Aplicar un método de investigación cualitativa mediante el cual extraer y valorar los conceptos, percepciones y sentimientos comunes de los funcionarios que emplean la comunicación por Intranet dentro de la empresa.

Identificar las variables que intervienen en las relaciones interpersonales dentro de la organización que emplee como medio de comunicación interna la Intranet desde el punto de vista psicológico para posteriores estudios con enfoque descriptivo o correlacional.

Facilitar el desarrollo de líneas claras y definidas de investigación en lo que respecta al comportamiento, cultura y comunicación organizacional a través de la Intranet y sus efectos determinados por el estudio acerca de la influencia en las relaciones interpersonales; ya que no existe conocimiento alguno de investigaciones previas realizadas sobre este tema.

Sustentado dentro de los preceptos citados, los investigadores se encontraron con las distintas formas de percepción y confluencia de significados, los cuales

son atribuidos a los individuos de manera propia y como este se proyecta ante sus semejantes y la manera en que se ha venido realizando tradicionalmente y como puede el individuo siendo componente social reaccionar ante los cambios evolutivos que vienen sufriendo las relaciones dentro de la red social en la organización, lo que incluye por supuesto sus sistemas de comunicación, la información que se maneja y también la velocidad y volumen a que se encuentra sujeta, su importancia incide en su capacidad de adaptarse para encontrar y traducir los nuevos significados en la nueva era.

Dentro de los conceptos que serán citados en la presente investigación se debe enunciar que una red se concibe como el cúmulo de relaciones existentes entre algunos elementos que pertenecen a un mismo conjunto. Una red es también la distribución de los elementos de una misma organización relacionados entre sí. La existencia de la red no supone necesariamente un medio de conexión entre sus elementos, solo basta que exista algún tipo de relación entre ellos. (Henaó, 1998).

En cuanto forma de análisis social, la red se fundamenta sobre conceptos que giran en torno de las interacciones entre las personas, del hombre racional, de los seres humanos como producto ecológico. Mediante su utilización se intenta ubicar, describir y explicar un contexto; es el andamiaje que constituyen las relaciones humanas, las relaciones sociales de un individuo o un grupo; es decir una red social, personal, familiar, comunitaria o institucional; de lo que se trata de reconstruir "una red social significativa" (Sluzky.C, 1996 citado por Henaó 1998, p 12), puesto que no somos personas sin un contexto estable que nos de la identidad, identidad en contexto; "somos" en relación con los vínculos sociales que

condicionan nuestra posibilidad de existir. Una red no puede existir y desplegarse en el vacío, porque requiere de operadores concretos; es decir, cuerpos y estructuras conjugadas en prácticas, códigos y productos socioculturales, en las que se movilizan diversos modos de transacción social formando un complejo conjunto de interacciones. La movilidad y el carácter intercambiable de sus componentes es inherente a la operatividad y permanencia en la red (Harvey D. Suárez, 1996, citado por Henao 1.998). Las redes sociales están constituidas por territorio y sujetos –Individuales y Colectivos – que asumen o fabrican múltiples roles en diversas situaciones. La entrada a esta puede ser relativamente “consensual”, porque se puede presentar el caso de algún componente de la red que simplemente escoge a sus segmentos y destinatarios, teniendo en cuenta que puede haber conciencia de la red. Los integrantes de la red varían con el fin de optimizar su funcionamiento y éste solo es explicable al desmontar “los elementos que lo componen y la naturaleza de sus conexiones”. El espacio de acción de la red, en la cual se reproduce y busca una permanencia estratégica es la de lo social fragmentado, es el tejido social y sus puntos de aplicación son moleculares, definidos, específicos como en parte lo ha demostrado la microsociología (Deleuze, Gilles y Guattari, 1983, citado por Henao 1998, p14).

Un ejemplo concreto que vale la pena traer hasta aquí, puesto que nos sirve para contextualizar cierta perspectiva importante, es el caso de “Internet”. Es una red comunicacional, es una “red de redes” que intercomunica – sin moverse de su sitio – a todos los usuarios en capacidad de acceder a sus canales y solamente a estos. Internet es una posibilidad, que se materializa cuando cada usuario

particular se adentra en “la red”, hecho que le permite conectarse e interactuar con otras redes: intercambiando información, vendiendo servicios, etc. relacionados con archivos informáticos especializados de toda índole, que van desde lograr el acceso a alguna de las bibliotecas de la Universidad de Cambridge; hasta la última edición digitalizada de Playboy. Internet existe fácticamente y formalmente, pero sólo para quienes tengan acceso a sus redes de información y tengan conciencia de ella; para el resto de la humanidad puede ser sólo un dato, o no existir simplemente. (Suárez 1998 citado por Henao 1998). En este sentido entre el funcionamiento “local” y “global” de una red específica hay muchos intersticios y laberintos inextricables de aproximación y lejanía donde se conjugan el deseo, el poder y el saber “como fuerzas constitutivas de lo social”, lo que indica que hay redes que actúan en microsistemas sociales y otras en meso o macrosistemas sociales, o en todos los niveles simultáneamente. Hoy por hoy, el análisis y la conceptualización de las redes difieren enormemente, pero no por ello pierde importancia. “Se trata de una maquina bélica contra el estructuralismo y el pensamiento de los sistemas, contra la dialéctica y la lógica de la contradicción, contra el funcionalismo y sus dos versiones del socius: de consenso o de conflicto” (Joseph, 1994, citado por Henao 1998, p 14). Actualmente dicha conceptualización es usada como estrategia de investigación, primordialmente urbana, dentro de las ciencias sociales.

Profundizando un poco más, vemos emerger la idea de “lugar” porque es evidente que debemos centrarnos en la noción que la vida social tiene que desarrollarse en un espacio limitado y particular, cuyas características son

diferentes de las que prevalecen en otros espacios u otros sitios, y usar estas razones como un marco de referencia significativo para la observación, registro e interpretación en el análisis de redes. Aunque “en cualquiera de los términos que las personas sean separadas unas de otras reunidas según algunos principios de organización, estas también se rozan los hombros y se ven unos a otros en su localizada vida cotidiana” (Hannerz, 1994, citado por Henao 1998, p 14). Es decir, surgen situaciones e interacciones que son necesarias mirar con detenimiento, puesto que es aquí donde cobran importancia las relaciones de los sujetos que operan en las redes. Por todo esto es que se ha hecho necesario recurrir a la subjetividad de los seres humanos que las componen.

En este sentido, dimensionar la subjetividad mediante el análisis de la red exige considerar las múltiples fronteras y fragmentaciones que componen las relaciones sociales y la interacción, así como los límites que proveen las normas y las “desviaciones” sociales. En esta dirección, consideramos que es la proporción y la diversidad de estos componentes lo que diferencian las redes sociales. (Henao, 1998). Como es sabido de todos, los individuos en sociedad están vinculados mediante dos tipos de conexiones principales: A las colectividades porque de alguna manera se es miembro de ellas y a los otros individuos por sus relaciones sociales. De esta forma, constituye una red personal, un mapa mínimo compuesto por los amigos de la vereda, del barrio o el parche, etc.; y una red social, formal y/o informal, al unir o “agenciar” por su conducto las unidades o grupos sociales que están vinculadas a él, como la unidad familiar, el equipo de trabajo, el gremio, la comunidad religiosa, entre otros. (Henao, 1998).

En esta perspectiva es importante entonces aproximarnos a la forma de relacionarnos con nuestra comunidad. Según los planteamientos generales de los estudios sobre el ciclo de vida (Anderson, 1980, citado por Henao 1998) en las sociedades contemporáneas se considera que la vinculación del individuo a la sociedad se establece a través de algunas segmentaciones principales: a. La familia, b. La escuela, c. La comunidad, d. El grupo de producción, e. La vinculación profesional, f. Las asociaciones religiosas o recreativas y g. Los servicios sociales del Estado. Con el análisis de estas segmentaciones se puede reconocer: la condición del individuo arraigado en su sistema social, la distribución de su tiempo, los beneficios que puede demandar del orden social, sus obligaciones respecto del mismo y sobre todo, permite saber quienes son las personas que lo influyen, así como el alcance de su influencia. Todas estas relaciones, tomadas en conjunto, definen algunos niveles básicos de análisis que las investigaciones realizadas con este tipo de análisis, hasta los años 80, no tuvieron en cuenta. (Henao 1998).

La principal característica de la vida contemporánea es ser predominantemente urbana. Esta cualidad ha sido el centro de atención del análisis de redes en los últimos años, sin que ello obedezca a una definición y separación tajante con los límites precisos de la vida rural y la vida urbana. En nuestra reflexión nos referimos al espacio urbano tanto de las grandes y medianas ciudades como a la vida social de los pequeños pueblos, puesto que concordamos en perspectiva, con las afirmaciones del investigador Néstor García Canclini (citado por Henao 1998, p 17) en cuanto que el ámbito urbano integra los principales escenarios de entrada

a los cambios sociales en la vida contemporánea. Estas profundas transformaciones sociales de fin de siglo están encarnadas en una mayor dispersión de las relaciones humanas debido a una excesiva fragmentación del espacio social que exige formas de análisis como las que tratamos de exponer. En este orden de ideas encontramos categorías – dispersión, fragmentos, relaciones, situaciones y roles sociales – que empiezan a asignar el camino que presentamos a continuación. Desde un punto de vista sociológico, la vida urbana o rural esta compuesta por situaciones y relaciones, puesto que todos participamos en interacciones cotidianas con otros individuos continua u ocasionalmente. En estas situaciones buscamos “una cierta gama” de objetivos. De esta manera podemos considerar que nuestro concurso en cada una de las situaciones consiste en “participaciones situacionales intencionadas”. Son intencionadas “en el sentido, que hayan o no entrado los individuos en las situaciones voluntariamente, su conducta está guiada por alguna idea de lo que quieren o no quieren que ocurra en ellas”. De la misma manera las relaciones surgen cuando un individuo influye en el comportamiento de uno o más de los otros individuos que participan en la situación, o cuando es influido por el comportamiento de ellos, o bien cuando influye y es influido a la vez. Es en esta dirección, que la conducta visible se convierte en una dimensión de la participación situacional, puesto que incluso, “cuando las intenciones se filtran a través de las normas para llegar a la acción, las intenciones mismas surgen contra un fondo de experiencia más amplio” (Hannerz citado por Henao 1998, p 18).

Actualmente, una red social es concebida como la manera en que un grupo de individuos establecen distintos tipos de relaciones, a partir de unos intereses comunes. Estos vínculos pueden ser de orden afectivo, económico, político o cultural. Así mismo pueden ramificarse desde una persona, como en ciertas formas de parentesco; o de un grupo, como sería el caso de las asociaciones veredales, barriales o comunitarias. La reconstrucción de una red puede llevarse a cabo mediante el reconocimiento de relaciones virtuales como reales. (Henao 1998).

Según la perspectiva de la obra de Goffman 1979 p.194 citado por (Henao 1998, p 40), el tejido social, abierto o cerrado, el de las interacciones cotidianas, relaciones de tránsito, o el de la sociedad entendida como conjunto, está encadenado por una urdiambre de redes que pueden clasificarse en tres grupos separados desde lo analítico: 1. Redes de sociabilidad: constituidas por los parientes, los vecinos, los amigos. 2. Redes de comunicación: constituidas por la circulación fluctuante de informaciones entre ciertos segmentos de una red de sociabilidad o de transacción y 3. Redes de transacción: constituidas por mecanismos sociales, institucionales, informales, comunitarios, familiares, para la óptima movilización de los recursos, la utilización de intermediarios o la obtención de ganancias.

El análisis de las redes de comunicación hace posible estudiar la capacidad de los individuos o grupos para establecer acciones concretas, con el fin de modificar su entorno social en situaciones que comprometen sus intereses, mediante códigos culturales y sistemas de comunicación y cohesión. Del mismo modo

permite determinar las formas en que los individuos, las familias o las comunidades se organizan y establecen mecanismos de solidaridad y cooperación. (Henao 1998).

Los desafíos sociales a los modelos de dominación en la sociedad red suelen plasmarse en la construcción de identidades autónomas. Estas identidades son externas a los principios organizativos de la sociedad red. Frente al culto a la tecnología, el poder de los flujos y la lógica de los mercados, imponen a su ser sus creencias y su legado. Lo característico de los movimientos sociales y proyectos culturales construidos en torno a identidades en la era de la información es que no se originan dentro de las instituciones de la sociedad civil. Introducen, desde el principio, una lógica social alternativa, distinta de los principios de actuación en torno a los cuales se construyen las instituciones dominantes de la sociedad. (Castells 1997).

En la era industrial, el movimiento obrero luchó contra el capital. Sin embargo capital y trabajo compartían los objetivos y los valores de la industrialización - Productividad y Progreso Material -, buscando cada cual controlar su desarrollo y una parte mayor de su cosecha. Al final alcanzaron un pacto social. En la era de la información, la lógica prevaleciente de las redes globales dominantes es tan omnipresente y penetrante que el único modo de salir de su dominio parece ser situarse fuera de esas redes y reconstruir el sentido atendiendo a un sistema de valores y creencias completamente diferente.

La identidad es la fuente de sentido y experiencia para la gente. Como escribe Calhoun 1994, p 9-10 (Citado por Castells 1997).

No conocemos gente sin nombre, ni leguas o culturas en las que no se establezcan de alguna manera distinciones entre yo y el otro, nosotros y ellos. El conocimiento de uno mismo -siempre una construcción pese a que se considere un conocimiento- nunca es completamente separable de las exigencias de ser conocido por los otros de modos específicos.

Por identidad, en lo referente a los actores sociales, se entiende como el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido. Para un individuo determinado o un actor colectivo puede haber una pluralidad de identidades. No obstante, tal pluralidad es una fuente de tensión y contradicción tanto en la representación de uno mismo como en la acción social. Ello se debe a que la identidad ha de distinguirse de lo que tradicionalmente los sociólogos han denominado roles y conjuntos de roles. Los roles (por ejemplo, ser trabajadora, madre, vecina, militante socialista, sindicalista, jugadora de baloncesto, feligresa y fumador al mismo tiempo) se definen por normas estructuradas por las instituciones y organizaciones de la sociedad. Su peso relativo para influir en la conducta de la gente depende de las negociaciones y acuerdos entre los individuos y esas instituciones y organizaciones. (Castells 1997).

Las identidades son fuentes de sentido para los propios actores y por ellos mismos son construidas mediante un proceso de individualización (Giddens 1991, citado por Castells). Aunque las identidades pueden originarse en las instituciones dominantes solo se convierten en las tales si los actores sociales las interiorizan y

construyen su sentido en torno a esa interiorización. Sin duda, algunas autodefiniciones también pueden coincidir con los roles sociales, por ejemplo, cuando ser padre es la autodefinición más importante desde el punto de vista del actor. No obstante, las identidades son fuentes de sentido más fuertes que los roles debido al proceso de autodefinición e individualización que suponen. En términos sencillos, las identidades organizan el sentido, mientras que los roles organizan las funciones. Se define sentido como la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción. (Castells 1997).

Para la sociedad red y para la mayoría de los actores sociales, el sentido se organiza en torno a una identidad primaria (es decir, una identidad que enmarca al resto), que se sostiene por si misma a lo largo del tiempo y del espacio. Aunque este planteamiento se aproxima a la formulación de la identidad de Erikson, nos centraremos fundamentalmente en la identidad colectiva y no en la individual. Sin embargo, el individualismo (diferente de la identidad individual) también puede ser una forma de <identidad colectiva>, como se analiza en la cultura del narcisismo de Lasch, 1990 (Citado por Castells 1997).

Es fácil estar de acuerdo sobre el hecho de que, desde una perspectiva sociológica, todas las identidades son construidas. Lo esencial es como, desde qué, por quién y para qué. La construcción de las identidades utiliza materiales de la historia, la geografía, la biología, las instituciones productivas y reproductivas, la memoria colectiva y las fantasías personales, los aparatos de poder y las revelaciones religiosas. Pero los individuos, los grupos sociales y las sociedades procesan todos esos materiales y los reordenan en su sentido, según las

determinaciones sociales y los proyectos culturales implantados en su estructura social y en su marco espacio / temporal. En términos generales, quien construye la identidad colectiva, y para qué, determina en buena medida su contenido simbólico y su sentido para quienes se identifican con ella o se colocan fuera de ella. Puesto que la construcción social de la identidad siempre tiene lugar en un contexto marcado por las relaciones de poder, existe una distinción entre tres formas y orígenes de la construcción de la identidad.

Identidad legitimadora: introducida por las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales, un tema central en la teoría de la autoridad y la dominación de Sennett, 1986 (Citado por Castells 1997). Pero que también se adecua a varias teorías del nacionalismo. Anderson, 1983; Gellner, 1983. (Citados por Castells).

Identidad de resistencia: generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones / condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad, como Calhoun propone cuando explica el surgimiento de las políticas de identidad: Calhoun 1994, p17 (Citado por Castells 1997, p30).

Identidad proyecto: cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de que disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social. Es el caso, por ejemplo, de las feministas cuando salen las trincheras de resistencia de la identidad y los derechos de las mujeres para

desafiar al patriarcado y, por lo tanto, a la familia patriarcal y a toda la estructura de producción, reproducción, sexualidad y personalidad sobre la que nuestras sociedades se han basado a lo largo de la historia.

Naturalmente, las identidades que comienzan como resistencia pueden inducir proyectos y, también, con el transcurrir de la historia, convertirse en dominantes en las instituciones de la sociedad, con lo cual se vuelven identidades legitimadoras para racionalizar su dominio. En efecto, la dinámica de las identidades a lo largo de esta secuencia muestra que, desde el punto de vista de la teoría social, ninguna identidad puede ser una esencia y ninguna identidad tiene, per se, un valor progresista o regresivo fuera de su contexto histórico. Un asunto diferente, y muy importante, son los beneficios de cada identidad para la gente que pertenece a ella.

Cada tipo de proceso de construcción de la identidad conduce a un resultado diferente en la constitución de la sociedad. Las identidades legitimadoras generan una sociedad civil, es decir, un conjunto de organizaciones e instituciones, así como una serie de actores sociales estructurados y organizados, que reproducen, si bien a veces de modo conflictivo, la identidad que racionaliza las fuentes de la dominación estructural. Esta afirmación puede resultar sorprendente ya que la sociedad civil sugiere por lo general una connotación positiva de cambio social democrático. Sin embargo, esta es de hecho la concepción original de la sociedad civil, según lo formuló Gramsci, padre de este ambiguo concepto. En efecto, bajo esta concepción, la sociedad civil está formada por una serie de aparatos, como las iglesias, los sindicatos, los partidos, las cooperativas, las asociaciones cívicas,

etc., que, por una parte, prolongan la dinámica del estado, pero, por otra, está, profundamente arraigados entre la gente, Buci- Glucksman 1978, (citado por Castells,1997). Precisamente este doble carácter de la sociedad civil es el que la hace un terreno privilegiado para el cambio político al posibilitar la toma del estado sin lanzar un asalto directo y violento. La conquista del estado por las fuerzas del cambio (digamos las fuerzas del socialismo en la ideología de Gramsci), presentes en la sociedad civil, se hace posible, precisamente, por la continuidad que existe entre las instituciones de la sociedad civil y los aparatos del poder del estado, organizados en torno a una identidad similar (ciudadanía, democracia, politización del cambio social, restricción del poder al estado y sus ramificaciones y demás). (Castells 1997).

El segundo tipo de construcción de la identidad, la identidad para la resistencia, conduce a la formación de comunas o comunidades, en la formulación de Etzioni 1993 citado por Castells. Puede que este sea el tipo más importante de construcción de la identidad en nuestra sociedad. Construye formas de resistencia colectiva, de otro modo insoportable, bien definidas por la historia, la geografía o la biología, facilitando así que se expresen como esencia las fronteras de la resistencia. Por ejemplo, el nacionalismo basado en la etnicidad, como scheff propone, (citado por Castells) surge con frecuencia de un sentimiento de alienación, por una parte, y resentimiento contra la exclusión injusta, ya sea política, económica o social. El fundamentalismo religioso, las comunidades territoriales, la autoafirmación nacionalista o incluso el orgullo de la autodegrinación, son todas expresiones de lo que se denomina la exclusión de los

excluidos por los excluidos. Es decir, la construcción de una identidad defensiva en los términos de las instituciones / ideológicas dominantes, invirtiendo el juicio de valor mientras que se refuerza el límite. En este caso, surge el tema de la comunicabilidad recíproca entre estas identidades excluidas / excluyentes. La respuesta a esta cuestión que solo puede ser empírica e histórica determina si las sociedades siguen siendo tales o se fragmentan en una constelación de tribus, a las que algunas veces se vuelven a llamar eufemísticamente comunidades. (Castells 1997).

El tercer proceso de construcción de identidad, la identidad proyecto, produce sujetos, según los define Alain Touraine: (1995 pp. 29 y 30, traducido por Castells 1997, p 32). Denomino sujeto, al deseo de ser un individuo, de crear una historia personal, de otorgar sentido a todo el ámbito de experiencias de la vida individual, la transformación de individuos en sujetos es el resultado de la combinación necesaria de dos afirmaciones: la de los individuos contra las comunidades y la de los individuos contra el mercado.

Los sujetos no son individuos, aún cuando estén compuestos por individuos. Son el actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan un sentido holístico en su experiencia. Touraine 1992, citado por Castells. En este caso, la construcción de la identidad es un proyecto de vida diferente, quizás basado en una identidad oprimida, pero que se expande hacia la transformación de la sociedad como la prolongación de este proyecto de identidad.

Cómo se construyen los diferentes tipos de identidades, por quiénes y con qué resultados, no puede abordarse en términos generales y abstractos: depende del contexto social. (Castells 1997).

Así pues esta exposición ha de referirse a un contexto específico, el ascenso de la sociedad red, la dinámica de la identidad en este contexto puede comprenderse mejor si se contrasta con la caracterización efectuada por Guiddens (1991) pp. 53, 35, 32 según Castells (1997, p 33), de la identidad en la "modernidad tardía".

Guiddens afirma que la identidad propia no es un rasgo distintivo que posee el individuo. Es el yo entendido reflexivamente por la persona en virtud de su Biografía. En efecto ser humano es comprender tanto lo que se está haciendo como porqué se está haciendo en el contexto del orden postradicional, el yo se convierte en proyecto reflexivo. Según lo expone Guiddens: (Citado por Castells 1997, p33).

Uno de los rasgos distintivos de la modernidad es la interconexión creciente entre los dos extremos de la extensionalidad y la intencionalidad: las influencias globalizadoras, por una parte, y las disposiciones personales, por la otra. Cuanto más pierden su dominio las tradiciones y la vida diaria se reconstituye en virtud de la interacción dialéctica de lo local y lo global, más se ven forzados los individuos a negociar su elección de tipo de vida entre una diversidad de opciones. La planificación de la vida organizada de forma reflexiva se convierte en el rasgo central de la estructuración de la identidad propia.

El ascenso de la sociedad en red pone en tela de juicio los procesos de construcción de identidad durante ese periodo, con lo que induce nuevas formas

de cambio social. Ello se debe a que la sociedad red se basa en la disyunción sistémica de lo local y lo global para la mayoría de los individuos y grupos sociales. Así pues, la planificación reflexiva de la vida se vuelve imposible, excepto para la elite que habita el espacio atemporal de los flujos de las redes globales y sus localidades subordinadas. Y la construcción de la intimidad basada en la confianza requiere una redefinición de la identidad completamente autónoma frente a la lógica interconectora de las instituciones y organizaciones dominantes. (Castells 1997).

En estas nuevas condiciones, las sociedades civiles se reducen y desarticulan porque ya no hay continuidad entre la lógica de la creación de poder en la red global y la lógica de la asociación y la representación en las sociedades y culturas específicas. Así que la búsqueda de sentido tiene lugar en la reconstrucción de identidades defensivas en torno a los principios comunales. La mayoría de la acción social se organiza en la oposición que existe entre los flujos no identificados y las identidades aisladas. Aunque en la modernidad, (temprana o tardía) la identidad proyecto se constituyó a partir de la sociedad civil, en la sociedad red, la identidad proyecto, en caso de que se desarrolle surge de la resistencia comunal. Este es el sentido real de la nueva primacía de la política de la identidad en la sociedad red. El análisis de los procesos, las condiciones y los resultados de la transformación de la red comunal en sujetos transformadores es el ámbito preciso para una teoría del cambio social en la era de la información.

A primera vista, estamos siendo testigos del surgimiento de un mundo hecho exclusivamente de mercados, redes, individuos y organizaciones estratégicas, aparentemente gobernados por modelos de experiencias racionales.

Así pues, las identidades de resistencia son tan decisivas en la sociedad red como lo son los proyectos individualistas que resultan de la disolución de las antiguas identidades legitimadoras que solían constituir la sociedad civil de la era industrial. Sin embargo, estas identidades resisten, apenas se comunican. No se comunican con el estado, excepto para luchar y negociar en nombre de sus intereses - valores específicos. Rara vez se comunican entre sí porque se construyen en torno a principios muy distintos que definen un “dentro” y un “fuera”. Y como la lógica comunal es la clave de su supervivencia, no se aceptan en las autodefiniciones individuales. Así por una parte, las elites globales dominantes que habitan el espacio de los flujos tienden a estar formadas por individuos sin identidad (ciudadanos del mundo); mientras que, por otra parte, la gente que se resiste a la privación de los derechos económicos, culturales y políticos tiende a sentirse atraída hacia la identidad comunal. (Castells, 1997).

Debemos, entonces, añadir otra capa al dinamismo social de la sociedad red. Junto con los aparatos del Estado, las redes globales y los individuos centrados en sí mismos, también hay comunidades formadas en torno a la identidad de resistencia. Sin embargo, todos estos elementos no se articulan juntos, sus lógicas se excluyen mutuamente y su coexistencia no es probable que sea pacífica.

Por lo tanto, el surgimiento de las identidades proyecto se convierte en la cuestión clave, capaz en potencia de reconstruir una nueva suerte de sociedad

civil y, a la larga, un nuevo estado. Mi análisis no excluye la posibilidad de que unos movimientos sociales bastante diferentes a los considerados aquí puedan tener un importante papel en la reconstrucción de la sociedad futura.

Las nuevas identidades proyecto no parecen surgir de antiguas identidades de la sociedad civil de la era industrial, sino del desarrollo de las identidades de resistencia actuales. Creo que existen razones teóricas, así como argumentos empíricos, para esa trayectoria en la formación de nuevos sujetos históricos.

El hecho de que una comunidad se construya en torno a una identidad de resistencia no significa que probablemente evolucione hacia la construcción de una identidad proyecto. Puede muy bien mantenerse como una comunidad defensiva. O, también, puede convertirse en un grupo de interés y unirse a la lógica de la negociación generalizada, la lógica dominante en la sociedad red. No obstante, en otros casos, las identidades de resistencia pueden generar identidades proyecto, orientadas hacia la transformación de la sociedad en su conjunto, en continuidad con los valores de una resistencia comunal a los intereses globales establecidos por los flujos globales de capital, poder e información. (Castells, 1997).

Estos proyectos de identidad surgen de la resistencia comunal más que de la reconstrucción de las instituciones de la sociedad civil, debido a la crisis de estas instituciones y a la aparición de identidades de resistencia, originadas precisamente en las nuevas características de la sociedad red que socavan las primeras e inducen las últimas. A saber, la globalización, la reestructuración capitalista, la interconexión organizativa, la cultura de la virtualidad real y la

primicia de la tecnología por la tecnología, los rasgos claves de la estructura social de la era de la información, son las fuentes mismas de la crisis del estado y de la sociedad civil tal y como estaban constituidos en la era industrial. También son las fuerzas contra las que se organiza la resistencia comunal, con nuevos proyectos de identidad surgiendo potencialmente en torno a esas resistencias. La resistencia y los proyectos contradicen la lógica dominante de la sociedad red, emprendiendo luchas defensivas y ofensivas en trono a los tres ámbitos fundacionales de esta nueva estructura social: espacio, tiempo y tecnología. (Castells, 1997).

Utilizan la tecnología de la información para la comunicación horizontal de la gente y la plegaria comunal, mientras que rechazan la nueva idolatría de la tecnología y conservan los valores trascendentales contra la lógica destructora de las redes informáticas autorreguladoras.

Así pues, la lógica dominante en la sociedad red provoca sus propios desafíos en la forma de identidades de resistencia comunales y de identidades proyecto que surgen potencialmente de esos espacios, en condiciones y mediante procesos que son específicos de cada contexto institucional y cultural. La dinámica contradictoria resultante se encuentra en el centro del proceso histórico mediante el cual se está constituyendo una nueva estructura social y la carne y hueso de nuestras sociedades. ¿Dónde está el poder en esta estructura social? ¿Y qué es el poder en estas condiciones?

El poder, ya no se concentra en las instituciones (el estado), las organizaciones (empresas capitalistas) o los controladores simbólicos (empresas mediáticas, iglesias). Se difunde en redes globales de riqueza, poder, información, que

circulan y se transmutan en un sistema de geometría variable y geografía desmaterializada. Pero no desaparece. El poder sigue rigiendo la sociedad; todavía nos da forma y nos domina. No sólo porque los aparatos de distintos tipos aún pueden disciplinar los cuerpos y silenciar las mentes. Esta forma de poder es eterna y, al mismo tiempo, se está desvaneciendo. Es eterna porque los humanos somos, y seremos, predadores. Pero, en su forma actual de existencia, se está desvaneciendo: el ejercicio de este tipo de poder es cada vez menos efectivo para los intereses que pretende servir. (Castells 1997).

El nuevo poder reside en los códigos de información y en las imágenes de representación en torno a las cuales las sociedades organizan sus instituciones y la gente construye sus vidas y decide su conducta. La sede de este poder es la mente de la gente. Por ello, en la era de la información, el poder es al mismo tiempo identificable y difuso. Sabemos lo que es, pero no podemos hacernos con él porque es una función de una batalla interminable en torno a los códigos culturales de la sociedad. Quien gana la batalla de la mente de la gente gobernará, porque los aparatos rígidos y potentes no serán rival, en un espacio de tiempo razonable, para las mentes movilizadas en torno al poder de redes alternativas y flexibles. Pero puede que las victorias sean efímeras, ya que la turbulencia de flujos de información mantendrá a los códigos en un torbellino constante. Por este motivo son tan importantes las identidades y, en definitiva, tan poderosas en esta estructura de poder en cambio constante, porque construyen intereses, valores y proyectos en torno a la experiencia y se niegan a disolverse, estableciendo una conexión específica entre naturaleza, historia, geografía y

cultura. Las identidades fijan el poder en algunas zonas de la estructura social y desde allí organizan su resistencia y sus ofensivas en la lucha informacional sobre los códigos culturales que construyen la conducta y, de este modo, las nuevas instituciones.

En estas condiciones, ¿Quiénes son los sujetos de la era de la información? Ya conocemos, o al menos aquí se sugiere, las fuentes de las que probablemente surgen. (Castells, 1997).

De aquí se desprende el concepto de organización en el cual el individuo centra su participación social en función del otro y a partir de esta dinámica se generan procesos que pueden afectar no solo la manera de pensar y actuar del individuo sino la del grupo al que pertenece enmarcado en un medio específico. La existencia diaria del hombre transcurre en un sinfín de organizaciones tales como: instituciones religiosas, familiares, políticas, culturales, educativas, recreativas, entre otras; en las cuales el individuo se compenetra con otros para interactuar y así expresar toda clase de conocimientos.

La organización se concibe como una unidad funcional y estructural que existe en el nivel microsocial, la cual enfatiza una acción deliberada y racional de los individuos como todos los sistemas sociales; las organizaciones se forman a partir de condiciones que crean demandas o necesidades a nivel individual, grupal o institucional, Toda organización existe y funciona en una estructura socioeconómica. Su existencia obedece a condiciones particulares de naturaleza histórica, social, económica y política. (Sayago, 1993).

Las organizaciones se clasifican según el tipo de función: empresarial, comercial, educativa, pedagógica, gubernamental, administrativa, militar, publicitaria, cultural y de salud entre otras; donde las personas conviven e interactúan con otros individuos de acuerdo con los espacios y normas de la institución, ya que en las organizaciones es necesario controlar rigurosamente a las personas si se desea lograr el o los objetivos. Podemos también considerar a la organización como un sistema estructurado de relaciones que coordina el esfuerzo de un grupo de personas hacia el logro de ciertos objetivos específicos (Koehler, J., K. Anatol y R. Applbaum, 1976 Citados por Santoro, 1986). La pertenencia a la organización, tal como ocurre en los grupos puede ser de naturaleza voluntaria e involuntaria. Podemos caracterizar la organización por la existencia de una relación particular entre los individuos, regida por normas compartidas y con roles definidos que permiten controlar y realizar las distintas actividades.

Dentro de los enfoques psicosociales tradicionales, la organización se concibe como la “coordinación racional de actividades de un numero de personas, para el logro de un propósito explicito o meta común, mediante la división del trabajo y de las funciones, con una jerarquía de autoridad y responsabilidad”. (Santoro, 1986)

La organización es vista como un sistema que contiene una jerarquía de subsistemas en interacción; dentro de ella existen fuerzas sociales que le dan coherencia y permanencia como tal.

Las organizaciones se originan a partir de condiciones que crean demandas o necesidades a nivel individual, grupal o institucional. Posteriormente, estas

necesidades individuales se coordinan en una estructura de carácter productivo, con distribución de funciones, coordinación de esfuerzos, dirección. Y finalmente, la estructura se consolida, se precisan las funciones y vínculos internos así como los límites con el medio exterior. Todo ello es posible gracias a subsistemas de control, dirección y de adaptación ante las demandas del ambiente (Katz y Kahn, 1966 citados por Santoro, 1986).

La organización está integrada por un conjunto de personas que ocupan diferentes posiciones y ejercen actividades distintas, especializadas, coordinadas, pautadas por normas. De aquí surge una clasificación en dos tipos de organizaciones: formales e informales. Las primeras se caracterizan por su estructura jerárquica relativamente rígida y pre-establecida. Ocupados por individuos especializados, que participan de modo diferencial en las actividades y que poseen un grado particular de poder, autoridad y capacidad de tomar decisiones. Las segundas, son agrupaciones de personas vinculadas por su propia voluntad bajo características similares e intereses comunes, conformadas con parámetros menos rígidos, y más flexibles en cuanto a procesos internos tales como toma de decisiones, liderazgo, productividad.

Cada individuo interactúa específicamente con los otros, en un mismo nivel estructural o con personas ubicadas en posiciones superiores o inferiores. La organización es un sistema abierto, en permanente interacción con el medio, afecta y resulta afectada por influencias externas. Para cumplir con sus fines requiere relacionarse con otras organizaciones, generando complejas redes de interacción. Adicionalmente, para el logro de sus fines, los individuos deben

realizar acciones coordinadas, funciones, normas, procedimientos orientados al logro de metas. Para coordinar dichas acciones se deben manejar distintos canales de comunicación por los cuales viaja todo tipo de información no solo de la situación a la que concierne sino todo un complejo lenguaje que se desarrolla en grupo y le da cierta identidad. Por esta razón, en cualquier organización se debe priorizar, dentro de su estructura organizacional, un sistema de comunicación que dinamice los procesos que a nivel interno vivifican la entidad y la proyectan hacia su área de influencia. (Sayago, 1993).

Entender la comunicación como oportunidad de encuentro con el otro, plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, porque es allí donde tiene su razón de ser, ya que es a través de ella como las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones. (Sayago, 1993). Las relaciones que se dan entre los miembros de una organización se establecen gracias a la comunicación; en esos procesos de intercambio se asignan y se delegan funciones, se establecen compromisos, y se le encuentra sentido a ser parte de la empresa.

Después de consultar varios autores sobre comunicación, el grupo de investigación está de acuerdo con la siguiente definición: "Es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales. Se considera a la comunicación como un proceso humano de interacción de lenguajes que se encuentra más allá del

traspaso de la información. Es más un hecho sociocultural que un proceso mecánico”, (Sayago, 1993).

Ya que la comunicación es consustancial a cualquier forma de relación humana, también será consustancial a la organización, por ende la comunicación es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio; estos mensajes se intercambian en varios niveles y de diversas maneras. Estas maneras pueden contemplar desde los memorandos, circulares, boletines o revistas, tableros de avisos y manuales, hasta programas audiovisuales, circuitos internos de televisión, sistemas computarizados, sonido ambiental, o a través de los medios de comunicación masiva, para llegar a públicos externos. (Rodríguez de San Miguel, citado por Collado, 1996). Es importante además concebir a la comunicación organizacional como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización. Dentro de una organización la comunicación se estudia y se analiza en tres funciones: Producción, Innovación y Mantenimiento. La comunicación cumple una serie de funciones dentro de la institución como: proporcionar información de procesos internos, posibilitar funciones de mando, toma de decisiones, soluciones de problemas, diagnóstico de la realidad. (Collado, 1996).

La comunicación es una simple consecuencia de una realidad primaria que la condiciona y determina, adicionalmente es considerada como uno de los factores fundamentales en funcionamiento de las organizaciones sociales.

Una realidad tan compleja y multifacética como la organización difícilmente puede ser analizada a la luz de un solo factor como es la comunicación, entendiendo que no es el único que interviene, media o afecta la estructura y el funcionamiento de las organizaciones. La comunicación se considera como una herramienta, un elemento clave en el funcionamiento de toda organización y consiste en intercambios de información con el objetivo de cambiar el comportamiento de las organizaciones. La comunicación se produce en una multiplicidad de sentidos dado que cada receptor del mensaje se transforma a su vez en producto de nuevos y variados mensajes.

La comunicación organizacional se analiza en términos de redes, flujo de mensaje a través de canales verticales y horizontales, feedback, en su estudio se enfatiza la investigación en procesos persuasivos, en la recepción e interpretación de mensajes. La comunicación también se orienta al flujo de información, clima organizacional y sus efectos. (Santoro, 1986).

El área de la comunicación organizacional se caracteriza por multiplicidad de enfoques, tópicos e interpretaciones. Algunos de los tópicos se caracterizan por su énfasis en lo individual: interacción superior o subordinado, relación entre los miembros, procesos de hemofilia y heterofilia, recompensas implícitas, apertura comunicacional, aprehensión, satisfacciones en la comunicación, mecanismos de

poder, status, rol, conflicto intraorganizacional, efectos de la comunicación en el desarrollo organizacional.

Independientemente del énfasis que se le dé a la comunicación, esta juega un papel en el mantenimiento de la organización. Su funcionamiento es posible gracias al intercambio de mensajes entre los distintos niveles o componentes internos así como con el medio exterior. La comunicación a su vez afecta la productividad y la eficiencia de la organización y tiene efectos psicosociales en los individuos.

El grado de mecanización del trabajo, la rutina en la ejecución de las tareas, la participación en las decisiones sobre el diseño o realización de las mismas se relacionan con la satisfacción en el trabajo e indirectamente con el proceso de comunicación.

La comunicación organizacional es un proceso complejo de múltiples niveles e intrincados mecanismos de relación entre los cuales se produce el intercambio de información dentro de la organización (comunicación intraorganizacional), a partir de la cual se generan mensajes y vínculos con otras organizaciones (interorganizacional), además de los intercambios con el medio social y cultural.

Además de los factores mencionados existe el clima organizacional que refiere a la atmósfera psicológica predominante. Es un ambiente artificial generado en la organización y relacionado con el logro de los objetivos, filosofía, sistema de dirección, medios utilizados para la consecución de las metas, normas, pautas de interacción entre superiores y subordinados. (Koehler, Anatul, Applbaum, 1976 citado por Santoro, 1986).

Cada empleado se caracteriza por desplegar una actividad definida, para su desempeño es necesaria la información proveniente de los elementos ubicados en la misma posición y la que se genera en instancias estructurales y el clima. Un proceso importante en toda organización es el llamado "clima organizacional" que supone la generación de estados o procesos psicológicos en los individuos y que afectan sus motivaciones, emociones y satisfacción.

Las comunicaciones institucionales internas promueven la participación, la integración y la convivencia en el marco de la cultura organizacional, en donde cobra sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales y grupales.

La carencia de estrategias comunicativas al interior de la institución, la falta de canales o la subutilización de los mismos, genera lentitud en los procesos y en las acciones, retardo en las respuestas y desinformación acerca de las políticas, todo lo cual imposibilita la verdadera interacción a nivel interno. Por otra parte, son indispensables para que no se pierda la coherencia entre las acciones que se realizan dentro de la institución con la realidad del entorno. (Sayago, 1993).

Desde el anterior enfoque la comunicación organizacional se mira en cinco perspectivas (Rodríguez de San Miguel, citado por Collado, 1996): a) Comunicación interna. Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. b) Comunicación externa. Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier

organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. c) Relaciones públicas. Es el conjunto de actividades y programas de comunicación efectuados por cualquier organización para crear y mantener buenas relaciones con el público. d) Publicidad. Intenta promover o incrementar la venta de los productos o servicios de la organización. e) Publicidad institucional. Son los mensajes emitidos a través de diferentes medios masivos de comunicación que persiguen evocar en el público una imagen de la organización.

La comunicación interna dentro de la organización pretende: a) Integrar en forma absoluta al empleado a los objetivos de la empresa, b) Crear un sentido de orgullo por pertenecer a la empresa, c) Establecer un clima de comprensión entre empresa y trabajadores, para lograrlo se requiere rescatar un trato humano y personalizado, d) Fomentar la participación del personal en las actividades de la empresa, e) Ayudar al personal de nuevo ingreso a integrarse lo más rápido posible, sin conflictos, a la empresa, f) Abatir los índices de rotación de personal, g) Tener abiertos los canales de comunicación entre los niveles directivos y el personal, h) Fomentar las actividades sociales, culturales y deportivas dentro de la institución, i) Ayudar a elevar el nivel cultural del personal, j) Motivar al trabajador e incrementar su productividad, k) Cuidar internamente la imagen de la empresa, a fin de que esta sea positiva, l) Evitar que el sindicato se vuelva un obstáculo para el entendimiento entre la empresa y su personal. (Homs, 1996).

La comunicación interna recoge todo el conjunto de acciones que se generan y se ejecutan dentro de la organización, para la creación y mantenimiento de las

óptimas relaciones con y entre los miembros de la misma; para la cual debe emplear diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, motivados e integrados y de esta forma; el trabajo, en un clima laboral armónico contribuye al logro de las metas y objetivos que se propone la empresa. La empresa debe ser un espacio abierto, un lugar donde los individuos obtengan el reconocimiento, la realización personal y profesional que buscan y ganan si se les dan las condiciones y las aprovechan. (Homs, 1996).

El sistema de comunicaciones a nivel interno comprende las comunicaciones de tipo formal e informal. Las formales se constituyen por el conjunto de vías o canales establecidos por donde circula el flujo de información, relativo al trabajo entre las diversas poblaciones de la empresa; tiene como objetivo lograr la coordinación eficiente de todas las actividades distribuidas en la estructura de la organización; éstas se regulan en las cartas y manuales de la organización. (Collado, 1996).

Las comunicaciones informales constituyen un conjunto de interrelaciones espontáneas, basadas en preferencias y aversiones de los empleados, independientemente del cargo. En este tipo de comunicación la información que se tramite puede tener relación con las actividades de la institución o a la vez puede no tenerla. El flujo de la información circula por los canales abiertos de la empresa; el compartir la información con todos los miembros de la organización tiene como fin que todos estén informados de lo que deben y desean hacer, es una manera de fomentar la participación, la identidad y el sentido de pertenencia;

de esta manera el ambiente laboral es más favorable para el bienestar de la organización.

A través de la información las organizaciones cumplen una serie de metas tales como: estructurar, planear y distinguir patrones de comportamientos para los públicos internos y externos; es ahí donde la información se convierte en un instrumento de retroalimentación para la evolución y el control de la organización. Un factor clave en la información es que sea confiable para que actúe como puente de unión entre el ambiente y la organización, es decir que a mayor información confiable menor es la inseguridad laboral.

La comunicación formal e informal son complemento una de la otra y están relacionadas entre sí para el mejoramiento continuo de la organización en el ámbito de las comunicaciones; es decir que dentro de ella no existe ninguna frontera. Por último se puede decir que la comunicación formal e informal, tiene como fin el enviar una serie de mensajes en la que se asegure una difusión adecuada por los procedimientos estipulados en la organización, estos mensajes suelen llevar implícitos los objetivos y políticas que se manejan dentro de la organización. (Homs, 1996).

Dentro de la organización se produce un conjunto de mensajes que circulan de instancias inferiores a superiores y viceversa. La comunicación en la organización se utiliza con propósitos de información, control, planificación, toma de decisiones y solución de problemas. Existen tres niveles de comunicación dentro de la empresa. Dentro de la comunicación formal e informal se habla de comunicación

multidireccional: descendente, ascendente, horizontal, transversal, interna y externa. (Santoro, 1986).

Descendente. Esta clase de comunicación es utilizada para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los empleados, tiene como objetivo el indicar instrucciones claras y específicas del trabajo que se debe realizar; en dicha comunicación se pierde el valor comunicativo que lleva el mensaje. Se desarrolla cuando los mensajes parten de los niveles jerárquicos altos hacia el personal, en forma de avisos, instrucciones, órdenes, políticas, reglas y normas, sugerencias, mensajes motivacionales. La comunicación descendente se utiliza, para transmitir indicaciones relativas a la tarea, explicar sus propósitos, informar sobre normas y procedimientos, enviar feedback o explicar la filosofía de la organización.

Ascendente. Es cuando los trabajadores de una organización se comunican con los directivos o superiores, dándoles a conocer el panorama general que sucede al interior de la organización, especialmente lo que acontece en los sitios de trabajo; ésta información suele ser detallada y específica. Este tipo de comunicación va del personal hacia los directivos y generalmente, es bajo la forma de quejas, sugerencias, peticiones, respuestas a encuestas. La comunicación ascendente, preferentemente se emplea para informar sobre los resultados o efectos de las tareas, las acciones ejecutadas, los problemas en la interacción, opiniones sobre las prácticas y políticas de la organización, necesidades, sugerencias, etc.

Horizontal. La comunicación horizontal es de tipo informal, se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de estos mensajes tienen como

objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel. Por otro lado, cuando la comunicación dentro de la organización no sigue los caminos establecidos por la estructura, se dice que es comunicación informal y comprende toda la información no oficial que fluye entre los grupos que conforman la organización. La comunicación informal de manera circunstancial incluye el rumor. La comunicación horizontal permite la coordinación del trabajo. La planificación de actividades y además de satisfacer necesidades socioemocionales. En la comunicación vertical predomina el intercambio de información de naturaleza formal, la horizontal y lateral es más informal.

La comunicación intenta reducir la incertidumbre y aumentar la capacidad para controlar y coordinar los distintos procesos, disminuyendo la variabilidad de las respuestas entre los individuos (Farace, Taylor, Steward, 1978 citado por Santoro, 1986). Yoder (1960, citado por Santoro, 1986), los resume de la siguiente manera tomando en cuenta la dirección, al canal, función y mensaje.

a) Funciones. Proporciona información sobre los factores ambientales y procesos internos que permiten la adaptación a los cambios externos. Posibilita las funciones de mando e instrucción. Mediante la comunicación se ejerce influencia y persuasión. Es el elemento clave en la toma de decisiones, solución de problemas diagnóstico y evaluación de la realidad. Finalmente cumple un papel integrador, manteniendo el funcionamiento armónico de los distintos elementos y la integridad del sistema. Koehler, Anatol y Applbaum (1976 citado por Santoro, 1986) señalan tres funciones básicas: 1) intercambio con el ambiente interno o externo. 2) integradora (unidad y cohesión entre los miembros) para definir objetivos y tareas,

coordinar las actividades y programas, 3) interacción; intercambio de información, opiniones, actitudes interpersonales.

b) Dirección y niveles. Los objetivos de la organización y la estructura condicionan la comunicación. La centralidad se asocia a la acumulación de la información en un mínimo de posiciones. La diversidad o descentralización supone un aumento en el volumen de información y su distribución más homogénea entre las distintas posiciones, entre individuos de igual estatus, entre superiores y subordinados y entre individuos de distinto estatus ubicados en distintas líneas de mando flujo de información.

La frecuencia, volumen del flujo de mensajes estará determinado no sólo por factores estructurales sino que están mediados por procesos psicológicos. Las situaciones sociales internas, pueden dar origen a comunicaciones defensivas (Gibb, 1961 citado por Santoro, 1986), en las cuales los individuos evitan el feedback, distorsionan la información y aumentan la evaluación negativa de los superiores. Las barreras se pueden originar en sobrecarga de mensajes, incertidumbre producto del proceso de decisión, acción o la misma transmisión. Por ello resulta indispensable contar con mecanismos adecuados de retroalimentación que permitan evaluar los efectos de los distintos mensajes.

c) Los canales. Los mensajes deben cifrarse en un sistema eficiente para su emisión y recepción. Para cada posición existe un grado determinado de disponibilidad o acceso potencial a los diferentes canales, ello se traduce en oportunidades para emitir o recibir mensajes.

En la organización se utilizan toda una serie de medios de comunicación que incluyen los distintos desarrollos tecnológicos que emiten, reciben o almacenan información de la manera más eficiente posible. Cada medio generará efectos diferentes y su uso responde a necesidades de acceso, control, disponibilidad diferencial (Hintz y Couch, 1978 citado por Santoro, 1986).

d) El mensaje. El contenido del mensaje es uno de los elementos fundamentales en el proceso de comunicación organizacional. Cumplen funciones de intercambio de información, otros mantienen en un nivel adecuado las relaciones entre los individuos. La forma y el estilo son elementos importantes en la comunicación.

Los mensajes varían en cuanto a su efectividad, entendida como el grado en el cual la respuesta a su recepción, coincide con los objetivos del emisor. A una mayor eficiencia se asocian procesos como la confianza, credibilidad, satisfacción. (Santoro, 1986)

Es decir que los mensajes se intercambian entre los miembros de la organización y su medio; estos mensajes se pueden transmitir en diferentes niveles y de diversas maneras, por ejemplo:

Comunicación Escrita. Es clara, precisa, completa y correcta; se califica como información de primera mano y se deja constancia. Por medio de ella las personas tienen la oportunidad de poder regresar a segmentos anteriores al mensaje, lo que permite una mejor comprensión en la información. Esta puede darse a través de: Cartas, memorando, cartelera, revistas, periódico, boletines.

Comunicación Masiva. Es la comunicación permanente que genera mensajes y noticias de manera específica, coherente, directa y sincera, para los públicos internos y externos de la organización. Esta se da por medio de: entrevistas, reuniones, circuito cerrado de televisión, intranet y radio.

Sin embargo existe otro tipo de clasificación (Homs Quiroga, 1996):

Comunicación Preventiva. Es aquella que planifica y desarrolla cuando no hay problemas graves que resolver, se implementa para evitar que aparezcan.

Comunicación Correctiva. Responde a la necesidad de resolver favorablemente problemas que ya surgieron, tales como huelgas, rotación de personal, ausentismo, conflictos.

Para resumir, la comunicación interna trabaja a mediano y largo plazo, creando actitudes positivas para con la empresa. Adicionalmente, el principal objetivo de una red social es la producción de un producto, la realización de una tarea, que en definitiva es la razón de ser del mantenimiento y conservación de estas redes y la satisfacción de sus integrantes, logrando producir cosas que una sola persona no puede hacer por sí misma, producirlas con más eficiencia y con más efectividad. Para todo esto, se hace necesaria e imprescindible la comunicación, la cual también colabora con la imagen que el funcionario recibe de su empresa tanto a nivel representativo como en la parte remunerativa y el clima laboral en el que se ve sumergido. La comunicación organizacional tiene como finalidad la creación de un clima de opinión que favorezca la comprensión, el entendimiento y la cooperación mutua para el logro de objetivos comunes. (Homs, 1996, p. 86)

Thayer (1975 citado por Santoro, 1986) diferencia entre el sistema de comunicación y el sistema de datos. La comunicación se refiere a los vínculos humanos dentro de la organización y los diferentes procesos que se efectúan sobre la información. El sistema de datos es la información propiamente dicha, supone la existencia de una tecnología para su utilización, registro, almacenamiento, transcripción, transformación, etc. Señala el autor que la comunicación en la organización puede analizarse en términos de tres aspectos, que constituyen tipos, operacional (intercambio de mensajes que permiten el trabajo o funcionamiento) normativa (conjunto de instrucciones, pautas, normas, procedimientos) y mantenimiento y desarrollo, información de control, soporte, para el desarrollo de las operaciones.

Según Abraham Nosnik (citado por Sayago, 1993), para que la función de la comunicación sea efectiva dentro y fuera de la organización esta debe ser: a) Abierta; tiene como objetivo el comunicarse con el exterior; ésta hace referencia al medio más usado por la organización para enviar mensajes tanto al público interno como externo. b) Evolutiva; hace énfasis a la comunicación imprevista que se genera dentro de una organización. c) Flexible; permite una comunicación oportuna entre lo formal e informal. d) Multidireccional; esta maneja la comunicación de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna, externa entre otras. e) Instrumentada; utiliza herramientas, soportes, dispositivos; porque hoy en día muchas organizaciones están funcionando mal, debido a que las informaciones que circulan dentro de ella no llegan en el momento adecuado ni utilizan las estructuras apropiadas para que la comunicación sea efectiva.

De lo que se trata es de construir canales confiables, sostenidos, flexibles de comunicación entre todos los miembros; esto no sólo se refiere a publicar, hacer eventos deportivos o reuniones frecuentes, es decir desarrollar una visión compartida de los objetivos de la empresa, de los medios para ejecutar el plan de trabajo y la importancia de constancia de construir una coherente y consiente actitud por trabajar juntos, para competir y ser cada vez mejores.

El termino “efectos” en la comunicación supone algún tipo de influencia de la fuente sobre el receptor, modelo directivo tradicional (Lin, 1977 citado por Santoro, 1986). Ambos resultan influenciados por la situación de interacción. Los efectos refieren a influencias mediatas o inmediatas sobre los individuos en un plano psicológico o conductual.

En general todo acto comunicativo tiene un propósito, las personas que participan en él, poseen metas individuales, sistemas de necesidades que pueden confluir en metas comunes o por el contrario resultar opuestas.

La emisión y recepción de los mensajes producidos y captados por las personas conforman un contexto, comunicativo que además de proporcionar retroalimentación, información regulatoria, constituye una fuente de influencia que se une a la multiplicidad de variables que afectan el proceso. La influencia puede trascender la interacción afectando otras personas y estructuras o unidades sociales elementales.

La comunicación en la organización está mediada por la conjunción de toda una gama de factores dependientes de los individuos. Toda una compleja red de variables de naturaleza biopsicosocial, afectan las conductas comunicativas a

nivel individual, grupal y organizacional. Variables comunes como la edad, el sexo, nivel de instrucción, religión, nivel socio-económico, etc. se relacionan con las conductas comunicativas o con los procesos implícitos en las mismas. (Homs, 1996).

Otro tipo de variable se refiere al efecto de los rasgos de personalidad sobre la comunicación. Uno de los procesos estudiados es el denominado "locus de control", el tipo de orientación del individuo en procesos de atribución. (Santoro, 1986).

La conducta comunicativa no sólo es resultado de las demandas inmediatas del medio o de la situación, sino que es la resultante de todo un conjunto de factores internos propios del individuo. La competencia comunicativa, la habilidad empática, los hábitos comunicacionales que despliegan los miembros de la organización no pueden ser analizados de manera simple. La personalidad afecta conductas, actitudes y percepciones hacia la organización y en consecuencia, la comunicación. (Collado, 1996).

Los rasgos de personalidad suponen pautas de reacción relativamente estables y permanentes, son formas típicas de responder o evaluar al medio. La percepción cumple un papel importante en la comunicación organizacional, el individuo posee una imagen de sí mismo, de los otros miembros de la organización, de sus normas y del ambiente. La percepción del clima organizacional, la influencia real o atribuida a la organización, o algunos de sus miembros, el grado de libertad y satisfacción sentidas, son algunos de los factores que median las conductas comunicativas. (Santoro, 1986).

Todos estos patrones están a su vez mediados por la posición del individuo en la organización, el estatus y el rol desempeñado. El estatus tiene un componente formal dado por el nivel en la organización y las pautas establecidas en las normas y otro componente informal, que depende más de las características del individuo. Factores tales como el estilo, modalidad de expresión, factores cuantitativos (frecuencia, duración, tasa) se relacionan de una u otra manera con el estatus. (Santoro, 1986).

Los sistemas formales establecen redes de retroalimentación que garantizan un mínimo de información sobre las consecuencias de las distintas acciones o decisiones. A ello se unen los subsistemas informales que se manifiestan en la amabilidad empática de los miembros, clima organizacional, apertura etc. Factores estructurales de la organización determinan la distribución espacial de los miembros, el grado y naturaleza de la interacción, los medios de comunicación que se emplearán, el acceso de los mismos, el flujo de información y el tipo de relación entre posición–mensaje-canal-feedback. Ello contribuye directamente e indirectamente a la formación del grupo. Los grupos a su vez, poseen una dinámica que pauta la interacción, el tamaño, tarea, la jerarquía interna, aspectos personales y emocionales, el grado de participación y decisión, que son factores de naturaleza perceptual. (Santoro, 1986).

Dentro del grupo se generan patrones de comunicación propios, estos median la comunicación en la organización positiva o negativamente. Formalmente, cada miembro tiene un lugar definido en la estructura y allí se le asignan funciones. Cada rol es percibido dentro y fuera de la organización de una manera particular,

valorados en mayor o menor grado. A los distintos roles se les asocian conductas comunicacionales específicas, en ellas encontramos códigos propios de la posición y en los distintos niveles. Cuando tres o más individuos señalan que la mayoría de los mensajes consiste en un intercambio entre ellos, conformaran un grupo. Cuando los miembros de un grupo interactúan frecuentemente con miembros de otro grupo, actuaran como puentes y aquellos individuos que interactúan con miembros de dos o más grupos sin pertenecer a ellos conforman enlaces (McDonald, 1976 citado por Santoro, 1986).

El efecto de cada rol sobre el proceso de comunicación difiere. El enlace posee mayor cantidad de información, mas variada que los individuos que actúan como puente, estos a su vez, más que los aislados. La capacidad de retener, distorsionar o ampliar la información también difiere. El acceso a los canales disponibles, la posibilidad de decisión o influencia dependerá del rol. (Santoro, 1986).

En el plano cognoscitivo la comunicación incorpora información al universo de experiencias de las personas en interacción. Se inculcan o modifican normas, valores, creencias, enriqueciendo a los individuos. En el plano afectivo, se generan nuevos vínculos o debilidades los existentes.

Conductualmente, los efectos ocurren a nivel de los sistemas adaptativos creando potenciales de reacción o expresiones conductuales abiertas. En general, la comunicación logra un efecto sobre el Yo, afecta el auto imagen y desencadena mecanismos de defensa del ego. (Santoro, 1986)

Ante situaciones problemáticas, la comunicación permite desligar estrategias cooperativas que tienden a la solución. En condiciones de conflicto, competencia se establecen procesos de negación y decisión. Es por esto que la comunicación juega un papel importante en las relaciones interpersonales de la organización, porque a medida que los trabajadores conocen su empresa y son conscientes de sus capacidades intercambian experiencias que contribuyen al logro de los objetivos trazados por la organización. En la mayoría de empresas se presentaron situaciones de conflictos, debido a la deficiente comunicación de los individuos y la interferencia de las actitudes personales en la relación laboral. La organización depende de la comunicación para coordinar las actividades de sus miembros, sobre todo cuando el entorno cambia imprevisiblemente. (Rodríguez de San Miguel, citado por Collado, 1996).

La importancia de la interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas, y, en la que pueden utilizarse los cinco sentidos, con retroalimentación inmediata. El objetivo primordial de las relaciones interpersonales es el de darle un verdadero beneficio al empleado, lo que genera una relación de amistad, compañerismo, poder, compañía, entre otras; esto tiene como fin que el miembro de la organización no esté estresado y que realmente sienta que tanto empleados como jefes exista respeto y comprensión. Sólo así se canalizará el recurso humano en pro de una verdadera lealtad y compromiso frente a la comunicación. La comunicación interpersonal cumple funciones diversas que desde el conocimiento del otro individuo hasta la satisfacción de necesidades personales de enriquecimiento.

La comunicación interpersonal reúne una serie de características Rodríguez de San Miguel (citado por Collado, 1996) y Salvador R. Sánchez Gutiérrez (citado por Sayago, 1993) son las siguientes:

Como condición inicial requiere un contacto previo de dos o más personas, físicamente próxima. El resultado de dicho contacto es la entrada de cada uno de los involucrados en el marco conceptual de los otros.

No hay un número preestablecido de participantes, más allá del cual la interacción deje de ser interpersonal, pero se requiere por lo menos de dos personas.

El contacto previo permite entrar en sintonía, es decir iniciar el intercambio de mensajes en torno a un punto focal de atención compartida.

Todas las personas que intervienen en la comunicación interpersonal son, de una u otra manera, participantes activos. Se trata, entonces, de una relación en la que los interlocutores asumen diferentes roles.

La interacción se lleva a cabo mediante un intercambio de mensajes, en el cual cada participante ofrece a los demás un conjunto de señales para ser interpretadas.

Al tratarse de una interacción cara a cara los participantes pueden recurrir a todos sus sentidos, por tanto, es necesario que estén lo suficientemente cerca para conversar; la modalidad, el estilo y las matices personales de cada uno serán percibidos por los demás.

Aparentemente, el contexto interpersonal está poco estructurado, por lo cual se suele pensar que la frecuencia, la forma o el contenido de los mensajes se rigen por pocas reglas pero no siempre es así. La comunicación interpersonal es una interacción de naturaleza conversacional que implica el intercambio de información verbal y no verbal entre dos o más participantes, en un contexto cara a cara, en la que se deben considerar cómo los comunicadores se relacionan y cómo se ven entre sí, y la forma en que planean y regulan sus intercambios comunicativos. (Rodríguez de San Miguel, citado por Collado, 1996).

Es relevante destacar el papel de la comunicación interpersonal como facilitador en la elaboración de predicciones, que se fundamentan en tres tipos de información: cultural, sociológica y psicológica, lo cual permite ubicar tres niveles de conocimiento de los interlocutores: a) Conocimiento descriptivo; características físicas exteriores necesarias para diferenciarlos de los demás, para reconocerlos. b) Conocimiento predictivo; información sobre valores, creencias y modos de comportarse de los demás, suficiente para pronosticar sus modos de actuación en determinadas situaciones. c) Conocimiento explicativo; supone comprender las razones del comportamiento de los demás. (Homs, 1996).

Las relaciones de trabajo, sobre todo en las grandes y medianas organizaciones, suelen ubicarse entre los planos descriptivo y predictivo. Es necesario también entender que las motivaciones de la conducta social son un tema complejo de la Psicología, cuyos alcances sobrepasan los objetivos de la presente investigación, sin embargo, es indispensable determinar las metas que la

gente persigue al relacionarse con sus congéneres. (Rodríguez de San Miguel, citado por Collado, 1996).

Estos propósitos de interacción son los siguientes: Placer, entendida como la necesidad de compañía; Catarsis, proceso que intenta liberar tensiones mediante la expresión verbal; Respuestas manifiestas, coordinación de actividades con fines productivos; Respuesta Encubierta, Cambios sutiles de actitudes y creencias (Rodríguez de San Miguel, citado por Collado, 1996).

La comunicación verbal directa entre los superiores y empleados será un encuentro personal en el que se genere una interrelación, a veces sobre una tarea en particular, a veces solicitando información o ayuda con distintos grados de intimidad y compenetración según las circunstancias del momento, según la cultura o la formación de los implicados, según sus intenciones, su temperamento y sus expectativas. Una buena comunicación interpersonal deberá entonces propiciar en los colaboradores la tendencia a la asociación que consiste en realizar y comprender al otro, generando una conducta integradora como forma de dar satisfacción a la necesidad de estima y la conservación del individuo en la sociedad a la que pertenezca. (Collado, 1996).

La comunicación verbal también incluye la palabra hablada, la escrita; que utiliza toda serie de códigos paralingüísticos que puede referirse a lugares, ambientes, gestos, ademanes, posiciones del cuerpo, movimientos, posturas, tono.

Por otro lado, la comunicación no verbal es el intercambio de información basado en los movimientos del cuerpo, de la cara, de las manos, el lugar que los interlocutores ocupan en el espacio, los elementos que conforman la apariencia personal, la entonación de la voz, el ritmo y las flexiones del discurso. Esta clase de comunicación interpersonal ayuda a edificar la esencia del acto comunicativo, ya que por medio de esta tanto el directivo como el empleado puede expresar los sentimientos y actitudes espontáneas de estado emocional por la que atraviesa el individuo, tales como: mover las manos, los ojos, fruncir el ceño, movimiento de los labios, reír, etc. (Collado, 1996).

La comunicación no verbal permite: expresar emociones, comunicar actitudes interpersonales, apoyar a la comunicación verbal, además de sustituir el lenguaje, y está enmarcada en ciertas dimensiones: espacio, conducta táctil, apariencia física y vestido, movimiento de cuerpo y postura, expresión facial, conducta visual (Rodríguez de San Miguel, citado por Collado, 1996).

Un grupo de naturaleza, sería muy afectivo a nivel de la relación interpersonal; entre sus miembros existiría un alto grado de satisfacción. Puede afirmarse que cuando las metas y funciones de los grupos son distintas a las puramente socioemocionales se producen restricciones a la comunicación; en muchos casos las limitaciones obedecen a un plan que tiende a mejorar la eficiencia en la ejecución o el logro de las metas. (Bartoli, 1992).

Dentro de las organizaciones se escuchan comentarios acerca de los problemas de comunicación que son prueba de la preponderancia en la vida laboral de la institución, es muy común recorrer los pasillos de una institución y

escuchar diferentes idiomas caracterizado, en lo no verbal por los gestos, miradas, vestimenta y hasta la manifestación de emociones fuertes, diferentes a la normalmente expresadas, ésta realidad ha tenido importantes impactos culturales que suelen ser denominados como problemas de comunicación, afirmación que es tratada superficialmente sin analizar que detrás de ella hay importantes barreras culturales que de no ser gerenciadas estratégicamente se convertirán en nuevas amenazas para la organización. (Bartoli, 1992)

Los conflictos que se presentan dentro del ámbito comunicativo se pueden ubicar dentro de los siguientes aspectos: Distorsión semántica, distorsión serial, sobrecarga de información, escasez de información.

Uno de los fenómenos estructurales más importantes en cuanto a la comunicación se refiere, radica en los canales que se establecen entre los distintos miembros del grupo "Redes de comunicación". El intercambio de mensajes es libre y depende solo de las condiciones momentáneas impuestas por la situación o las disposiciones o estados del individuo.

La estructura condiciona el proceso de comunicación y las funciones, de las distintas unidades, grupos o personas. De la estructura derivan factores como la red de comunicación, la estructura de distintos subsistemas, la cantidad y variedad de la información almacenada o utilizada por el sistema (Cadwallader, 1968 citado por Santoro, 1986).

La red se refiere a un tipo particular de relaciones estables que se establecen entre individuos, en ellas se produce el intercambio de información. El vínculo entre individuos puede ser de naturaleza formal según las posiciones y funciones

que se ocupan en la organización: otra posibilidad es la asociación producida por factores tales como amistad, dependencia, autoridad, etc. La red comprende un conjunto de núcleos o puntos, nudos, entre los cuales se establecen vínculos que varían en términos o una serie de parámetros. La red formal se caracteriza por la existencia de una jerarquía piramidal, el control se efectúa en niveles progresivos tanto en cuanto a la capacidad de decisión, poder, libertad, acción, etc., como en lo relativo a la participación y ejecución. La comunicación en la red formal esta definida por normas que especifican la naturaleza y forma del contenido, la dirección, oportunidad y frecuencia. La red informal se apoya en vínculos de tipo social, afectivo, esta regida por normas basadas en reglas diferentes a aquellas propias de la organización. (Santoro, 1986).

La estructura formal de la organización condiciona (o determina), al patrón de comunicación. La red jerarquizada con sus diferentes niveles produce un flujo de mensajes en forma de racimo.

Esta estructura implica una jerarquía definida, con flujo de comunicación vertical (ascendente y descendente), horizontal y lateral. La red es fundamentalmente centralizada. Las decisiones se toman en las posiciones superiores. El flujo de mensajes es mayor entre los elementos del mismo nivel. La comunicación vertical es cultamente selectiva normada. Entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables psicosociales, ello supone que cada persona desempeña un rol comunicacional específico. (Henaó, 1998)

Los miembros de la organización varían en el nivel de integración, el grado de asociación dentro de la red de comunicación con otros individuos (Farace, Steward, Taylor, 1978 citados por Santoro, 1986). Las redes varían entre otras cosas en función de los siguientes factores:

Tamaño. Número de elementos. Se asocia potencialmente a la complejidad de la interacción, incertidumbre, probabilidad de error, ruido, distorsión, barreras en el intercambio de mensajes.

Posición. Ubicación diferencial de los distintos elementos en la red. A cada posición se asocian funciones específicas, las cuales pueden determinar una capacidad particular para recibir, procesar y emitir información a su vez se relaciona con diferencias de status, prestigio, credibilidad, atracción, factores que afectan la comunicación.

Vínculos. En la organización se definen los elementos que potencialmente pueden interactuar con otros, los contenidos de las comunicaciones, los canales posibles y las circunstancias en las cuales debe ocurrir el intercambio. Los vínculos pueden ser asimétricos, simétricos y conectar distintos elementos ubicados en un mismo nivel de la jerarquía o diferente, en sentido ascendente o descendente.

Reglas. En toda organización existen normas que gobiernan o controlan el contenido y la forma de transmisión de la información. Las reglas se pueden referir al contenido, las condiciones en las cuales se efectúa el intercambio, la terminología, el significado, etc.

Factores Temporales. Un mayor número de mensajes (frecuencia), mantener intercambio durante un tiempo mayor (duración), emitir o recibir una mayor cantidad de mensajes por unidad de tiempo (tasa) o variar en la velocidad con la cual deben generar respuestas.

Distancia. La proximidad entre los elementos de la organización afecta las pautas comunicacionales.

Tecnología. Los fines de la organización pautan las diferentes actividades o tareas que se deben cumplir. La naturaleza de la tarea y la tecnología utilizada afectan el patrón de comunicación, tanto en su frecuencia como en la dirección.

La jerarquía dentro del grupo conforma una red de comunicación en la cual los individuos ocupan posiciones específicas, se comunican de manera distinta en cuanto a la capacidad de elección o decisión y en cuanto a la posibilidad de controlar el flujo total de mensajes.

Algunas posiciones son centrales, en ellas existe un alto grado de conexión y proximidad con las otras posiciones. Las posiciones conectadas con un número pequeño de elementos se denominan periféricas. Por otra parte, los miembros de la red pueden variar según la cantidad de actividades, decisiones, obligaciones o funciones que ejecutaran. Este aspecto se denomina saturación (Shaw, 1964 citado por Santoro, 1986).

Los miembros del grupo difieren además en el grado de independencia respecto a la tarea, la posibilidad de ejecutarla sin la intervención de otros.

Con respecto al trabajo grupal la mayoría de las personas optan por interactuar cooperativamente. Psicológicamente el grupo de referencia para la mayoría de la

gente es el trabajo, incluyendo a los compañeros y por su puesto al jefe o superiores. Para que un grupo logre optimizar su efectividad es necesario que todos sus integrantes se ayuden entre sí con una dirección de efectividad y compañerismo, puesto que la cabeza visible no puede cumplir con todas las funciones a cabalidad.

La comunicación en la organización constituye un aspecto esencial dentro de la organización, afectando la formación, estructura, función y desarrollo. La comunicación resulta afectada por la estructura, fines y funciones de la organización. La comunicación cumple una función de control, mantenimiento y desarrollo de la organización, el proceso se desarrolla en un sistema abierto, en permanente interacción con el medio externo. (Santoro, 1986)

Gracias a los avances tecnológicos que en este momento se presentan, las organizaciones que están a la vanguardia, recurren a la aplicación de sistemas de información con características tales como manejo de volumen, rapidez, posibilidades de almacenamiento y recuperación, manejo de redes informáticas y posibilidad de varios usuarios al mismo tiempo, de aquí que, las organizaciones necesitan manejar un gran volumen de información y tener un cubrimiento total a menor tiempo y costo.

La utilización de la tecnología de Internet para la generación, transmisión y trabajo en grupo sobre una red local en el interior de la empresa se la denomina una Intranet. Las intranets constituyen la utilización de las herramientas propias de Internet y su aplicación directa al mundo empresarial. El Web como

visualizador de la información, en combinación con el correo electrónico, ftp, telnet, y el software de comunicación en tiempo forman un conjunto de instrumentos con capacidad para crear una base sólida y estable, que cubre todas las necesidades de una empresa. (Algorta, 1996).

Para Guiheneuf (1979 citado por Santoro, 1986) la utilización de la computadora ha tenido consecuencias importantes a nivel de la comunicación organizacional, ha llevado a modificar ciertas concepciones basadas en el atomismo individualista que caracterizó los enfoques anteriores y a sustituirlos por otros basados en la racionalidad, la eficiencia.

Si Internet se ha convertido en un verdadero modelo de sistema de información para publicar y compartir información, se ha estimado que el desarrollo de entornos intranet llegará a ser el doble del crecimiento que ha experimentado Internet en los últimos años.

La publicación de documentos internos es el uso más utilizado de las intranets, permitiendo al personal el rápido acceso a determinadas informaciones. Por ejemplo, el área de recursos humanos utiliza una intranet para publicar documentos.

Otra de las posibilidades de las intranets es la edición de todo tipo de manuales, guías, instrucciones y documentos. También se editan digitalmente las revistas o las notas de prensa dirigidas a los medios de comunicación (Ceron, 1996). Al permanecer en la red se ahorra un gasto innecesario de papel y fotocopias, evitando la publicidad y réplica de los documentos de las distintas sucursales,

favoreciendo así la comunicación interdepartamental. El empleado accede a la red para su consulta o para su impresión. Las intranets se convierten en tableros de anuncios para la publicación de notas internas o crear catálogos, características técnicas de los productos, visitas virtuales a la empresa.

Según Holtz (1997) dentro de las ventajas de la intranet encontramos que el cambio del paradigma de la distribución de información en papel por el de la publicación en el Web tendrá consecuencias significativas en las empresas: a) Ahorro; del papel que se produce al poderse consultar y visualizar electrónicamente la información tantas veces como se quiera. La posibilidad de simplificar la gestión interna de la información y mejorar la comunicación aprovechando las tecnologías simples como el hypertext (textos/claves que tienen enlaces con bases de datos, hiper-enlaces), o el protocolo TCP/IP. La disminución general de los costos también es un factor importante: los costos de los sistemas de información, los costos de mantenimiento, los costos de las líneas de transmisión y los costos en general de gestión. b) Calidad; la red está cargada de información importante que se debe emplear para su localización, es a menudo demasiado para ofrecer soluciones rápidas a las dificultades diarias. c) Comunicación; permitir una mayor colaboración entre los empleados al proporcionar un acceso más rápido a la información disponible con herramientas de análisis fáciles de usar. Los datos importantes de la organización no estarán tan sólo en la mesa de un directivo o en la de un mando intermedio. d) Facilidad; los costos de formación de la empresa disminuyen y pueden hacerse de una manera más interactiva utilizando tecnologías más avanzadas. Estos procesos de

formación crearán una ventaja competitiva en el área de recursos humanos de la empresa. e) Flexibilidad; pero sobre todo, la homogenización de los sistemas de información al utilizarse en toda la red servidores con las mismas características, lo que facilita el acceso de los usuarios y permite navegar por la intranet de forma sencilla, pasando de un servidor a otro independientemente de su localización física.

Pero, las intranets pueden dar lugar a resultados contrarios a los buscados como son: a) Sobrecarga de información; se produce cuando existe demasiada información a través de la intranet, especialmente por la combinación del correo electrónico interno y vía Internet. Las arterias de la empresa se colapsan y se hace muy difícil encontrar la información que realmente se necesita. b) Anarquía de la información; distintos departamentos o unidades dentro de la empresa pueden constituir sus propias intranets, con lo que se anula el propósito de una red común de información. c) Resistencia a la información; la posible dificultad de uso de la intranet puede hacerse sentir aisladas o intimidadas a algunas personas que no se consideran capacitadas o motivadas tecnológicamente. También puede haber resistencias a compartir la propia información, y a que se difunda abiertamente. d) Seguridad de la información; la posición competitiva de la empresa puede verse comprometida si, dentro de la ambiente abierto que anima la intranet, determinados empleados difunden inadvertidamente información delicada o confidencial a grupos o personas inapropiadas. Además la interfase Intranet / Internet incorpora mayores riesgos de seguridad tecnológica. (Algorta, 1996).

El objetivo fundamental de la Intranet es crear eficiencia operacional y emplear la tecnología informativa para originar ventaja competitiva sostenible, transmitiendo mensajes de manera simultánea e instantánea a todos los empleados de la organización, los cuales tendrán la capacidad de proyectarse y comunicarse entre ellos, además de proporcionar al empleado información útil y vital para su desempeño laboral e interactuante en la empresa. (Algorta, 1996).

Existen dos clases de Intranet. Las primeras definidas como puras, que son las que se encuentran basadas en los estándares tradicionales de Internet (Netscape y sus alianzas como Compaq, etc.), funcionan en cualquier plataforma y cualquier computador la inversión inicial necesaria es pequeña y también los gastos de mantenimiento y están más enfocadas a proporcionar información que al soporte del trabajo en grupo. El otro tipo de Intranet es la mixta que se ofrecen como un conjunto de ventajas adicionales las cuales se acercan más a las necesidades de trabajo en grupo. (Ceron, 1996).

En este sentido, el desarrollo de nuevas tecnologías y sistemas de comunicación, desde el punto de vista en que implican tanto individuos aislados relacionándose en un proceso comunicativo hasta procesos cuyo desarrollo se extiende a escala global, implican lógicamente la "intromisión" dentro de las temáticas desarrolladas por los autores recientemente mencionados, no desde la postura que sostiene que sea suficiente con estos autores para comprender estos hechos, sino que los efectos que a distinta escala provocan las nuevas tecnologías y sistemas de comunicación extienden sus efectos a aquellas áreas que fueron objeto de estudio de estos clásicos. (Holtz, 1997).

El advenimiento de las redes de información global, como ha ocurrido anteriormente con otras tecnologías y otros medios o sistemas de comunicación, ha provocado opiniones que van desde una postura que no avizora límites a las posibilidades a desplegar por estas tecnologías y de un optimismo extremo, hasta otras más escépticas.

Yoneji Masuda (1980) ha caracterizado a las redes de información global como Internet a partir de tres elementos: a) La conformación de un espacio informativo supranacional a escala global. b) Son su base los ciudadanos que voluntariamente conforman una trama de actitudes comunes con respecto a temas globales. c) Se integran para dar base técnica a estas redes, satélites de comunicación de amplia conexión, líneas de comunicación y computadoras individuales.

En este esquema, a diferencia de los medios masivos de comunicación, tanto gráficos, radiales o televisivos, Intranet permite un esquema de comunicación bidireccional, el cual podría dar a un número de grupos (étnicos, políticos, etc.) el potencial de autodeterminación y de alternativa a la monopolización de nominación legítima. Por supuesto, no olvidamos que entre los obstáculos para este tipo de posibilidades se incluyen la concentración y centralización en el mercado de las comunicaciones (ejemplo del cual la batalla que involucra a redes de transmisiones de datos, medios gráficos, radiales, televisivos, Tv. por cable y teléfonos encuentra su ejemplo más categórico en nuestro país) como así también los intentos de control de acceso y uso de nuevos medios tecnológicos como el Internet, y que dichos obstáculos son perpetrados tanto por las corporaciones privadas como por los gobiernos.

Actualmente, por la probabilidad de compartir mundialmente la información entre diversos grupos humanos a través de los medios masivos de difusión y mediante los computadores especialmente, nuestro tiempo ha sido denominado como la “era de la información”. Dos procesos desarrollados durante las últimas décadas del siglo XX han posibilitado que esto sea realidad: la generalización de los computadores personales y seguidamente, la construcción de redes de área local denominadas (LAN) con bases de datos remotas ubicadas en tierra, con dispositivos implantados en vehículos aéreos. (Henao, 1998)

Una red desde el plano de la informática, es un conjunto de técnicas, conexiones físicas y programas lógicos especiales empleados para conectar dos o más computadores. Los usuarios de una red pueden compartir archivos o ficheros, impresoras, fax, y otros recursos, enviar mensajes electrónicos y ejecutar programas en otros computadores.

Una red comprende tres niveles de componentes: software de aplicaciones, software de red y hardware de red. El software de aplicaciones está formado por programas informáticos que se comunican con los usuarios de la red y permiten compartir información y recursos; un tipo de software de aplicaciones se denomina cliente-servidor. Los computadores cliente envían peticiones de información o de uso de recursos a otros computadores llamadas servidores, que controlan datos y aplicaciones. Otro tipo de software de aplicación se conoce como “de igual a igual” (peer to peer). En una red de este tipo, los computadores se envían entre sí mensajes y peticiones directamente sin utilizar un servidor como intermediario. (Henao, 1998).

El software de red consiste en programas informáticos que establecen protocolos, o normas, para que los computadores se comuniquen entre sí. Estos protocolos se aplican enviando y recibiendo grupos de datos formateados denominados paquetes.

El hardware de red está formado por los componentes materiales que unen las computadores. Dos componentes importantes son los medios de transmisión que transportan las señales de los computadores —cables o fibras ópticas— y el adaptador de red, que permite acceder al medio material que conecta a los computadores, recibir paquetes desde el software de red y transmitir instrucciones y peticiones a otros computadores. La información se transfiere en forma de dígitos binarios, o bits —unos y ceros—, que pueden ser procesados por los circuitos electrónicos de los computadores. (Henaó, 1998)

Una red posee dos tipos de conexiones: conexiones físicas —que permiten a los computadores transmitir y recibir señales directamente— y conexiones lógicas, o virtuales, que permiten intercambiar información a las aplicaciones informáticas. Las conexiones físicas están definidas por el medio empleado para transmitir la señal, por la disposición geométrica de los computadores y por el método usado para compartir información. Las conexiones lógicas son creadas por los protocolos de red y permiten compartir datos a través de la red entre aplicaciones correspondientes a computadoras de distinto tipo. (Henaó, 1998)

El medio empleado para transmitir información limita la velocidad de la red, la distancia eficaz entre computadores y la topología de la red. Los cables bifilares de cobre o cables coaxiales proporcionan velocidades de transmisión de algunos

miles de bps (bits por segundo) a largas distancias y de unos 100 Mbps (millones de bits por segundo) a corta distancia. Las fibras ópticas permiten velocidades entre 100 y 1.000 Mbps a largas distancias. (Henao, 1998)

Las topologías más corrientes para organizar las computadoras de una red son las de punto a punto, de bus, en estrella y en anillo. La topología de punto a punto es la más sencilla; y está formada por dos computadores conectados entre sí. La topología de bus consta de una única conexión a la que están unidos varios computadores. La topología en estrella conecta varios computadores con un elemento dispositivo central llamado hub. La topología en anillo utiliza conexiones múltiples para formar un círculo de computadores. Cada conexión transporta una información en un único sentido. (Henao, 1998)

Las redes de área local (LAN, siglas en ingles), que conocen computadores separados por distancias reducidas, por ejemplo una oficina o un campus universitario, suelen usar topologías de bus, en estrella o en anillo. Las redes de área amplia (WAN, siglas en ingles), que conectan equipos distantes situados en puntos alejados de un mismo país o países diferentes, emplean a menudo líneas telefónicas espaciales arrendadas como conexiones de punto a punto. (Henao, 1998).

La gestión de la red y la administración del sistema son cruciales para que un sistema complejo de computadores y recursos interconectados pueda funcionar. El gestor de una red es la persona o el equipo responsable de configurar la red para que opere de forma eficiente. El administrador de sistema es la persona o el

equipo responsable de configurar las computadoras de su software para emplear la red.

Las redes pueden ser objeto de acceso ilegal, por lo que los archivos y recursos pueden protegerse. Un intruso que se introdujera en la red podría espiar los paquetes enviados por la red o enviar mensajes ficticios. En el caso de información sensible, en el cifrado de los datos (la codificación de la información mediante ecuaciones matemáticas) hace que un intruso no pueda leer los paquetes que lleguen a su poder. La mayoría de los servidores también emplean sistemas de autenticación para garantizar que una petición de leer o modificar un fichero o de utilizar recursos procede de un cliente legítimo y no de un intruso. (Henaó, 1998).

Como se ha señalado desde un principio una red se concibe como el modo en que se ordena y distingue la dispersión y distribución de las relaciones entre algunos elementos que pertenecen a un mismo conjunto. También advertimos de un ejemplo de ello podría ser, desde el sentido común, un conjunto de tuberías, vías de comunicación o conductores eléctricos que dependen así mismo de un centro de operaciones, organización social, individuo o entidad.

El estudio de la comunicación tiende implícitamente hacia el análisis de la red. Como es sabido, el hombre esta dotado de facultades innatas para la comunicación particularmente aplicada a la capacidad de organización social, así como a la capacidad de explorar, mejorar, extender y ampliar dichas facultades naturales.

En una perspectiva histórica de una larga duración, este proceso de recepción y asimilación, desde y sobre el medio circundante, unido a la capacidad de intensificar la rapidez, claridad y diversidad de sus propios métodos de transmisión de la información, permitió la acumulación y construcción histórica de conjuntos sociales. Su dinámica es cada día más compleja y el desarrollo de diversos códigos con distintos grados de detalle, alcance, precisión y profundidad han conducido a la formación de diferentes tipos de contextos socio culturales, medios de comunicación, lenguajes y significados. Actualmente los múltiples fenómenos socioculturales que dinamizan la sociedad en su conjunto, cambian de significado con mayor rapidez. Del mismo modo, las aplicaciones de los saberes producidos por cada una de las prácticas y normatividades sociales que modelan estas dinámicas crean nuevos lenguajes, nuevos tipos de información y por ende, nuevas formas de comunicación. (Henao, 1998).

La comunicación es tanto una acción humana, una relación social o ecológica, una conexión lógica, un medio o instrumento utilizado en común; una transmisión relativa; y un conjunto de elementos compartidos. En esta dirección la comunicación debe ser estudiada y definida por lo que ocurre entre los individuos, organismos o sistemas, elementos de conocimiento o los medios utilizados, además de la proporción de los mismos.

Es corriente diferenciar la comunicación individual producto de la interacción directa, de la comunicación indirecta o mediada, aquella que necesita de objetos vinculantes. Ambos tipos de comunicación pueden darse entre individuos de un mismo grupo o entre instituciones. En esta dirección se diferencia también la

comunicación unidireccional de medios como el correo o servicio postal; la comunicación bidireccional de los “medio de comunicación social”: como el teléfono y el telégrafo y la comunicación multidireccional tanto de los medios masivos de difusión: como la imprenta y la radio, la televisión, la prensa, del mismo modo que los medios de comunicación global. (Henaó, 1998).

Es por esto que los medios masivos de comunicación son concebidos, a la vez que una red de comunicación y red de redes, como un dispositivo de control social.

Puesto que para que exista comunicación es necesario que exista una red de intercambios, un contexto racional, un entramado social en interacción dinámica. Podemos afirmar que el concepto fundamental que subyace a estas teóricas de la comunicación es el contexto. Puesto que actualmente, los estudios sobre el lenguaje enfatizan en el cambio sociocultural que ha generado el uso de los medios de comunicación y del mismo modo, su incidencia en la creación o reinención de nuevos lenguajes, discursos, pedagogías y particularmente, de imágenes. (Henaó, 1998).

Toda red es un contexto que esta constituido por elementos de situación; que no es un “ámbito” separado e inerte, sino lugar de los intercambios; a partir de allí el universo entero puede ser considerado una inmensa red de interpretaciones donde nada puede definirse absolutamente independiente. (Henaó, 1998)

El manejo de la información se constituye en el eje central de la red o concepto clave, en palabras de Robert Paine desde una perspectiva transaccional. Según él, es el vector principal de la red por que cada individuo maneja la información –

permitir que fluya o interrumpirla por ejemplo- de acuerdo con sus intereses. Esto es perceptible en la medida en que cada individuo, cuando trata de manejar la información, de transmitirla, le pone su sello personal al mensaje, transformándolo según vivencias. En esta dirección, cada individuo de la red conversacional es portador de un “testimonio” esencial, de una historia particular y de varios contextos específicos que inoculan al mensaje su contemporaneidad. (Henaó, 1998).

Un aspecto aun más inquietante, relativo precisamente al fundamental problema de la identidad individual es al uso, cada vez mas frecuente, de programas de interacción en red en que los usuarios pueden renunciar a su identidad asumiendo, a placer, otras. El fenómeno tiene implicaciones. Aludo a las implicaciones que el fenómeno puede tener, y de hecho tiene, cuando se verifica en el ámbito de la comunicación política. Por ejemplo, en un grupo de personas que, con la ayuda del programa Internet relay chat (IRC), intercambian opiniones en “tiempo real” sobre asuntos que afectan a importantes decisiones colectivas. (Maldonado, 1998).

En la jerga informática, la relación coloquial posibilitada por un canal IRC se denomina “charla” (chat). En el lenguaje común, la charla es considerada como un modo fútil, superficial, inconcluyente y, a veces, un poco chismosa de dialogar entre las personas. Se puede legítimamente suponer que sus efectos, en particular cuando las cuestiones que se discuten son políticas, pueden ser devastadoras. (Maldonado, 1998).

Cuando la charla, como en este caso, tiene lugar entre sujetos que interactúan a distancia, sin un contacto cara a cara y, encima, ocultando la propia identidad, esta claro que estamos ante una forma de comunicación muy alejada de lo que racionalmente se puede tomar por una efectiva comunicación. Si la charla informática no es, como pienso, una vía creíble para la comunicación política, es obligatorio ilustrar, ahora en detalle, cuales son las causas que la hacen no creíble. A tal fin, es necesario examinar, aunque sea de manera sumaria, una temática que es recurrente en la tradición sociológica contemporánea. Aludo a esa temática que tiene directa relación con el modo como los agentes sociales participan operativamente en los procesos comunicativos de la sociedad. Y aquí es inevitable la referencia de la teoría de los roles. (Maldonado, 1998).

Según Luciano y Shakespeare (citados por Maldonado, 1998), que nuestra vida no es más de un escenario al que somos llamados a interpretar, simultanea o secuencialmente, múltiples roles a menudo en conflicto entre sí. En la actual fase de desarrollo de la sociedad industrial avanzada, los sujetos tienen una gran tendencia a cambiar muchas veces de identidad a lo largo de su vida.

El problema de la relación entre el Yo y el otro se sitúa, de pronto, en el centro de un nuevo horizonte de reflexión. Una relación que no esta entre dos realidades inmutables y sencillas, sino entre dos realidades que se modelan recíprocamente. No hay un Yo sin Otro, y viceversa. Y además, forzando un poco las cosas, se puede decir que en cada Yo están presentes varios Yoes. Para seguir con la metáfora teatral, cada Yo debe ser visto como una escena en la que se interpretan distintos papeles en un complejo juego de roles.

Prescindiendo de las numerosas reservas que se pueden plantear sobre la teoría de los roles, ella nos procura una descripción muy fiel de lo que de veras sucede en los procesos constitutivos de nuestra identidad y de las relaciones de nuestra identidad con la de los demás.

Merton (citado por Maldonado, 1998) aclara las nociones de “status”, “conjunto de status” (status-set), “rol”, “conjunto de roles” (role-set). Para Merton, status es la posición ocupada por determinados individuos en un sistema social, mientras que el rol corresponde a las manifestaciones de comportamiento conformes a las expectativas atribuidas por la sociedad en esa posición. Merton, atribuye a cada status un “conjunto de roles”. Por otra parte, dado que cada individuo, ocupa distintos estatus, se concluye que cada individuo expresa, de hecho, una “multiplicidad de roles”. Como se manifiestan los roles en la vida cotidiana de los agentes sociales. Entre los estudiosos del tema hay un acuerdo general en reagrupar los roles en tres grandes categorías: los roles principales o fundamentales (madre, padre, abuelo, hijo, hermano, hermana, nieto, etc.), los roles culturales (italiano, europeo, católico, judío, afiliado a un partido político, etc.) y los roles sociales (médico, abogado, profesos, obispo, actriz, industrial, etc.). Cada individuo ejercita distintos roles en cada una de las tres categorías y, no pocas veces, se trata de roles en conflicto entre sí.

En Intranet, la interfase entre usuarios, en la modalidad escritura-lectura, excluye paradójicamente un verdadero cara a cara. En un mundo globalizado, en el que el valor de las instituciones y de los lugares y la identidad de las personas parecen seriamente amenazados, la comunicación por red sería la que mejor

correspondería a las exigencias de un mundo así configurado. Lo que no es cierto en absoluto es que la comunicación por red no pueda tener otra función que la asignada: contribuir, cada vez más, a disgregar las instituciones, a extraviar lugares y a desvanecer la identidad de las personas. (Maldonado, 1998).

La naturaleza heterogénea y articulada, de nuestras identidades ya no debería ser vista como una debilidad, sino como un recurso que nos permitiría enfrentarnos, para evitar lo peor, con las amenazas implícitas en una situación en la que se “obligará a cada nación a reconsiderar el rol de las personas en el proceso social”. (Maldonado, 1998).

De aquí se desprende una situación que habría que revisar con determinado detenimiento y es la comunicación interpersonal en línea. En este último se niegan la presencia física y la recíproca visibilidad, se esconde la propia identidad y es difícilmente verificable una equitativa oportunidad de expresión. (Maldonado, 1998).

Un ámbito que se concentra ante todo en los aspectos semántico-pragmático de la comunicación interpersonal. Desde una óptica, escritura y lenguaje deben ser distinguidos en el análisis. La cuestión es, aquí, de gran relevancia. El diálogo escrito es casi siempre semánticamente menos incisivo que el hablado. Que quede claro, empero, que con esto no se pretende poner en discusión, en su conjunto, el valor del diálogo escrito como medio de comunicación, de expresión y de conocimiento. El propósito es otro: expresar, dudas sobre la validez sólo de esa particular forma de escritura dialógica de que se vale la conversación en línea. Una escritura condensada, sucinta y esencial, altamente estereotipada, que,

precisamente por su indigencia semántica, agudiza las debilidades propias de toda comunicación que se cumple entre escribientes y no entre hablantes. Tal pobreza es agravada, además, por una estancada pobreza expresivo-apelativa, (tono de la voz, actitud mímica y gestual, etc.) que esta ausente en un texto. (Maldonado, 1998).

Más allá de la modalidad escritura-lectura en la que el escribiente y el lector se comunican entre sí conservando el anonimato, hay una modalidad distinta de conversación en la cual, mediante video y audio, los sujetos dialogan en primera persona; en pleno ejercicio de sus respectivas identidades. Se hace referencia, a las distintas modalidades de videocomunicación. Con estos medios, los participantes, situados en dos o más sedes, se ven y se escuchan, dando lugar a una relación que, a diferencia de la anterior, se acerca mucho más a una verdadera conversación cara a cara.

Más allá de los usos convencionales de la red, existen otros que no pertenecen a esta categoría. Entre éstos, el más importante, con mucho, es el ligado a la comunicación técnico-científica y a la transmisión (y adquisición) de datos de interés militar, industrial, financiero y administrativo además de político. (Maldonado, 1998).

Si se quiere indagar cuál es la validez democrática de un uso, o sea conversacional, de la red, es decisivo mantener separados en el análisis el saber individual del social. Y eso por el simple hecho de que una cosa son los saberes individuales, los saberes de los que cada uno de nosotros dispone como persona, y otra son los saberes de una sociedad (o cultura) desarrollada, acumula e

institucionalizada en su conjunto. Están, por un lado, el micro saber, del que los seres humanos se valen de su vida cotidiana y, por el otro, el macro saber, que se configura como un basto, abstracto y anónimo sistema de conocimientos.

La relación entre los dos saberes, el saber social se desarrolla notablemente, mientras que el saber individual tiende a empobrecerse y a perder influencia. La verdad es que la incontenible expansión del saber social determina, y siempre de manera más clara, la progresiva reducción del saber individual. (Maldonado, 1998). Los riesgos por lo tanto están ligados a una pérdida de contacto directo (y frecuente) con las estructuras empresariales. En el nuevo contexto, el trabajador es, como ya se ha anticipado, mucho más controlable, pero, al mismo tiempo mucho menos visible que en el pasado. Por lo tanto, resulta más difícil valorar, en función de sus avances profesionales, la calidad de su labor y de su persona. (Maldonado, 1998).

Método

Para darle una fundamentación teórica apropiada, coherente y lógica a la metodología, se realizaron de manera secuencial las siguientes fases, mediante las cuales se tuvo claridad en la escogencia del método, su definición, objetivos, técnicas, aplicación y análisis, generando una comprensión adecuada que les permitiera llevar a cabo una ejecución acorde tanto con los objetivos como con el problema, obteniendo resultados que posibilitaran una interpretación directamente relacionada con el tema de la presente investigación.

1. Definición del método: Investigación de tipo cualitativo.

2. Tipos de Investigación Cualitativa: la entrevista y la encuesta.
3. La entrevista cualitativa .
4. Tipos de entrevista cualitativa: entrevista en profundidad y entrevista focalizada .
5. Entrevista en profundidad.
6. Objeto de análisis.
7. Rol del investigador.
8. Rol del entrevistado.
9. Usos e Inconvenientes de la entrevista en profundidad.

La presente investigación está fundamentada en un estudio cualitativo de tipo exploratorio; ya que no se tiene conocimiento de estudios realizados sobre este contexto en particular, los investigadores vieron la posibilidad de obtener información que sirva como fundamento para que sea viable llevar a cabo un estudio más completo y específico del tema, para lo cual se indagó sobre los conceptos, percepciones y sentimientos que mediante las expresiones de las personas se recolectaron con el propósito de establecer una base de datos para el desarrollo de una línea de investigación.

Para el objeto de esta investigación se tuvieron en cuenta dos tipos de técnicas como los son: La encuesta y la entrevista; en la encuesta, como lo indican Taylor y Bogdam (citado por Galíndo 1998). Puede que se le pida a los encuestados que ubiquen sus sentimientos a lo largo de una escala, que seleccionen las respuestas más apropiadas a un conjunto preseleccionado de preguntas, o incluso que respondan a preguntas abiertas con sus propias palabras, pero en cualquiera, casi

se trata de un procedimiento estandarizado: el investigador tiene las preguntas y el sujeto de la investigación tiene las respuestas. Por otro lado, en la entrevista cualitativa se favorece la reflexividad del propio entrevistado en el proceso de racionalización objetiva de su vida, mediado por su contacto con el otro, el sujeto extraño que es el investigador, y que intenta actuar como facilitador de esa reflexividad, no con fines terapéuticos como el psicoanálisis, sino simplemente con fines de conocer y compartir, expresamente o manifestarse. (Galíndo 1998).

En la entrevista con encuesta, el sujeto entrevistado solo puede suscribir la alternativa con la que más se identifica o mayor acuerdo demuestra. La entrevista cualitativa en cambio, "puede desentrañar con mayor profundidad el proceso significativo estructurante de la visión subjetiva de un comportamiento objetivo". Pero, por otra parte, la relación durante el trabajo de campo ofrece menos seguridades al investigador, pues la técnica de entrevista abierta depende del nivel de proximidad con el objeto, que es el sujeto.

Por esto para los investigadores resultó ser más apropiado utilizar la entrevista cualitativa como método de investigación, ya que la entrevista cualitativa es un tipo de entrevista no directiva, abierta, no estructurada ni estandarizada. La entrevista cualitativa sigue pues el modelo conversacional, superando la perspectiva de un intercambio formal de preguntas y respuestas en la medida que trata de simular un diálogo entre iguales. Esto es, el sujeto entrevistado no es sólo un yo comunicante. Más allá de la función que le asigna el contexto de la entrevista de investigación, el entrevistador busca desarrollar en él su potencial de expresión y racionalización de la experiencia a través del otro generalizado, "desde el conjunto

de puntos de vista particulares de otros individuos miembros del mismo grupo, o desde el punto de vista generalizado del grupo social al que pertenece. (Galíndo 1998).

La entrevista cualitativa “Exige precisamente la libre manifestación por los sujetos entrevistados de sus intereses informativos (recuerdo espontáneo), creencias (expectativas y orientaciones de valor sobre las informaciones recibidas) y deseos (motivaciones conscientes e inconscientes)”. (Ortí, 1986 citado por Galíndo 1998). Así los receptores (objetos) de la investigación, se convierten en emisores (sujetos). “Surge y se estructura así un proceso informativo recíproco, conformado casi como un diálogo personal y proyectivo, en el que cada frase del discurso adquiere su sentido en su propio contexto concreto, y permite revelar el sistema ideológico subyacente en el sistema de lógica hablante”. (Ortí, 1986 citado por Galíndo, 1998).

El objetivo más interesante de la entrevista cualitativa es la búsqueda de producción de discursos motivacionales, característicos de una personalidad típica. Es por ello que la máxima de la entrevista en profundidad consiste en reconocer como sujeto al entrevistado. (Galíndo 1998).

Esta técnica es radicalmente cooperativa, pues se trata de una interacción interpersonal y no grupal, y en donde los canales son menores, las tensiones afectivas mayores y la presión psicológica más intensa. Estas características especiales han reducido el uso de la entrevista abierta en investigación social a una serie limitada de casos y áreas de estudio; aunque complementariamente, como vimos, ha favorecido a su vez la apertura de nuevas perspectivas en el

trabajo metodológico de otras técnicas y disciplinas del conocimiento. (Galíndo 1998).

Cuando hablamos de entrevista abierta o cualitativa, distinguimos básicamente dos tipos de técnicas de investigación: La entrevista en profundidad y la entrevista enfocada. Ambas, se fundamentan en la misma estructura instrumental a la hora de operar durante la etapa de trabajo de campo. Sin embargo, difieren en la estrategia de diseño que efectúa el investigador. Por entrevista en profundidad entendemos el tipo de entrevista cualitativa de carácter holístico, en la que el objeto de investigación está constituido por la vida, experiencia, ideas, valores y estructura simbólica del entrevistado enfocado en el lugar y tiempo presente. Ahora bien, mientras que la entrevista en profundidad pretende hacer un holograma dinámico de la configuración vivencial y cognitiva de un individuo en cuanto tal, es decir independientemente de su participación como actor social en una experiencia significativa o de su posible relación con un tema particular determinado, la entrevista enfocada es funcionalmente más estructurada. (Galíndo 1998). En la entrevista en profundidad, la experiencia no es una experiencia individualizada. Puesto que la narración es una narración dialógica, la mirada hologramática va más allá del yo atomizado visto desde una perspectiva elementarista o minimalista, es decir, se trata de una narración abierta y pluralmente rica en sus matices.

Como técnica para la recolección de datos de la presente investigación se utilizó la Entrevista en profundidad. Esta técnica se caracteriza dentro de la metodología cualitativa como flexible, dinámica, no directiva o estructurada y de

carácter abierto (Anguera, 1995). Por entrevista en profundidad se entiende un encuentro cara a cara entre investigador e informante, dirigido al conocimiento y/o comprensión de hechos, acontecimientos, experiencias, situaciones, etc., tal y como lo expresan sus propias palabras. La entrevista sirve para desvelar emociones, sentimientos y subjetividades. La conversación no consiste solo en un mero intercambio informativo. El arte de preguntar y escuchar afecta, en diversos niveles a las necesidades psicológicas de los individuos. (Galíndo 1998).

El objeto de análisis es el habla, visto desde lo social en todas sus dimensiones, más allá de cualquier tipo de reduccionismos sociológicos. La entrevista no es sólo textualista, sino igualmente contextual y situacional. Los procedimientos y reglas de interacción verbal cara a cara, se desarrollan incorporando los lenguajes no verbales del cuerpo (kinésica) y la utilización y manejo del espacio (proxémica). A partir de los trabajos de la Escuela de Palo Alto, en el estudio del comportamiento del grupo familiar con cámara Gesell, el análisis de la interacción cotidiana no puede ser estudiado sin la consideración del lenguaje silencioso. Así lo hemos querido destacar en los fundamentos de la teoría y la técnica de la entrevista. Luego, más allá de los convencionales reduccionismos sociológicos, la entrevista cualitativa debe trazar a las personas y a las situaciones en que se desenvuelven convencionalmente esas personas, como experiencias únicas e intransferibles que exigen una retroalimentación permanente durante el proceso mismo de la investigación. Aunque la entrevista abierta se utiliza con frecuencia para obtener información general del entrevistado en relación con el grupo social de pertenencia, se deben dejar de lado los estereotipos de clasificación, como formas

de marcaje y reconocimiento social. La entrevista busca información personalizada, tratando a los sujetos en su exclusiva originalidad a partir de los significados que ellos mismos elaboran en lo que se denomina su sentido común. Por ello, nos interesamos más por el proceso de interacción verbal que por el producto, a diferencia, por ejemplo, de la entrevista distributiva. (Galíndo 1998).

La codificación y homogenización del objeto obliga a articular los intercambios entre entrevistador y entrevistado, a través de una serie de expresiones verbales previamente estandarizadas. Cuando realizamos una entrevista con cuestionario, el lenguaje es manipulado en su función exclusivamente referencial. Las expresiones de emoción y afecto y las connotaciones que interpreta o manifiesta el encuestado no son objeto de interés ni consideración alguna por parte del investigador. La interacción verbal se reduce a registrar y procesar cuantitativamente lo que el entrevistado dice. Trabaja con respuestas verbales codificadas por preguntas de intencionalidad lingüística referencial. Como indica Ortí, (1986) citado por (Galíndo, 1998) una trabaja a nivel de la formación denotativa y la función referencial del lenguaje. Otra con el discurso connotativo. La entrevista abierta facilitaría la comprensión de la polisemia, del nivel connotativo del uso coloquial del lenguaje por los sujetos, así como las desviaciones ideológicas desplazadas o ignoradas por la encuesta, ya que atribuye a cada pregunta un sentido o significado único, independiente de la interpretación que aporta cada sujeto.

En cuanto fenómeno vital, la conversación “por un lado, consta de expresiones (presiones que salen hacia fuera); el hombre al hablar, modela y moldea su propio

pensamiento, le da forma, lo afirma y controla la acción. Por otro lado, el interlocutor tiene que traducir lo que dice el compañero, y no solo en el plano de las ideas, sino también en el de los sentimientos. Expresarse a sí mismo en la conversación, es como alimentarse recíprocamente con palabras y gestos para llegar a la relajación. Toda conversación es un ejercicio vital que libera y condensa energías. Implica una descarga mutua de tensiones y cumple una función catártica de adaptación a través de la promiscuidad contingente de las palabras. Ahora bien, en la situación de la entrevista, emisor y receptor no están en igualdad de condiciones, como idealmente sucede en la conversación. Pretendiendo la entrevista cualitativa de investigación, ser una variante de esta última, su característica esencial no es el intercambio sino la planeación estratégica, no la tolerancia sino el control humano, pues se define como un proceso comunicativo de tipo operacional: la conversación deja de ser un arte para convertirse en técnica. Por ello, un buen entrevistador debe conocer los procedimientos, las herramientas metodológicas y los elementos técnico - instrumentales presentes en la entrevista psicológica, con el fin de sumergirse naturalmente en la dialéctica del habla. Necesariamente el entrevistador debe dominar el arte de la conversación, ser humanista en el sentido etimológico de la palabra. De lo contrario, generaremos distorsiones comunicativas o información redundante. (Galíndo 1998).

La entrevista abierta viene a ser “una narrativa, un relato de historias diversas que refuerzan un orden de la vida, del pensamiento, de las posiciones sociales, las pertenencias. De orden fragmentaria, como toda la conversación, centrada en el

detalle, la anécdota, la fluctuación de la memoria, la entrevista nos acerca a la vida de los otros, sus creencias, su filosofía personal, sus sentimientos, sus miedos. La entrevista cualitativa es pues una narración conversacional creada conjuntamente por el entrevistador y el entrevistado, que contiene un conjunto interrelacionado de estructuras que la definen como objeto de estudio. De ahí que todo dispositivo técnico, desplegado en el trabajo de campo por el investigador, se orienta a mantener abierta la comunicación interpersonal creada permanentemente por la amenaza de la interrupción del diálogo en su incompletud y sus limitaciones fragmentarias. Es decir, como la conversación, la entrevista cualitativa es fruto del azar y la necesidad. Esta, es su principal virtud, a la vez que su más importante limitación. Pues, como hemos visto, el carácter inconcluso y abierto, y la variedad de historias que narra, con mayores o menores detalles, definen a la entrevista abierta como un arte basado en la competencia conversacional. La herramienta de productividad investigadora es el propio sujeto de la investigación en proceso. La materia prima será la palabra como vehículo de experiencia personalizada. Y el fundamento de la validez, la autenticidad de la voz. (Galíndo 1998).

Cuando la conversación y la comunicación llegan a una penetración libidinal mutua, sin tabúes que provoquen ansiedad, equivalen, a una especie de terapia grupal espontánea, sin interferencia de un terapeuta. Se trata de llegar al discurso del otro, a través del habla, sin mediación instrumental alguna, salvo la meramente cognitiva, lo cual equivale a decir que, como entrevistadores, tal arte consiste en negar el rol de investigador en beneficio de la espontaneidad. Se trata pues, más

que de una técnica, del arte de lo humano. En esta misma dirección debe situarse la entrevista cualitativa. Como la conversación, la entrevista abierta destaca por ser un tipo de conversación interpersonal ambiguamente definida. La entrevista cualitativa se encuentra a medio camino entre la conversación cotidiana y la entrevista formal. Se trata de una conversación con un alto grado de institucionalización y artificio, debido a que su fin o intencionalidad planeada determina el curso de la interacción en términos de un objetivo externamente prefijado. No obstante al permitir la expansión narrativa de los sujetos, se desenvuelve como una conversación cotidiana, “una actividad cuya naturalidad hace quizás imperceptible su importancia donde el sujeto, a partir de los relatos personales, construye un lugar de reflexión, de autoafirmación (de un ser, de un hacer, de un saber), de objetivación de la propia experiencia. Desde la antropología y el análisis etnográfico, el uso de la entrevista ha ido abriéndose camino entre las ciencias sociales como medio apropiado de producción de datos en una multiplicidad de áreas. El deseo de aprehender objetivamente lo incognoscible de su objeto, ha llevado recientemente a las ciencias sociales a colonizar nuevos territorios, incorporando así materiales ajenos hasta hace poco a la pretenciosidad del procedimiento científico. (Galíndo 1998).

El sujeto existe, sus racionalizaciones ideológicas también, sin embargo, no le pertenecen. Aunque hablamos de la entrevista abierta como una técnica estructural, en la conversación sólo podremos entrever trazos o fragmentos de discursos, no uno dominante, como sucede en todo consenso grupal, sino huellas y rastros de discursos diversos, pues todo individuo es una trama textual llena de

multiplicidades. Este aspecto habrá que tomarlo muy en cuenta, especialmente el análisis. No se trata de una sola palabra; la entrevista se fundamenta en la autenticidad de la voz, por ser esta producto de las experiencias plurales que desgarran el movimiento dialéctico a todo sujeto esquizoide. Los mapas que territorializan a todo individuo tienen múltiples lecturas, y en ellos las estrategias de fuga, los vericuetos y los páramos escondidos son los más importantes, más que en las autopistas de peaje. (Galíndo 1998).

La entrevista abierta es una técnica cualitativa de producción e interpretación de la información, a través del análisis de los discursos, de manera similar a como opera la técnica de grupos de discusión. Como en la técnica de grupos, la entrevista abierta muestra un especial interés por las construcciones conversacionales como vehículos de cohesión ideológica en la construcción de las identidades. Del mismo modo que las sesiones de grupo asumen una perspectiva estructural, la entrevista abierta opera técnicamente como dispositivo, situándose entre el polo del trabajo y el del placer, entre la naturalidad de los cambios banales y la artificio del laboratorio que plantea los objetivos de toda entrevista de investigación. (Galíndo 1998).

La entrevista cualitativa se utiliza, por sí misma, en otras ocasiones como única técnica de investigación, especialmente en los estudios de análisis del consumidor, siguiendo la fuerte tradición funcionalista de los estudios motivacionales. Sin embargo, sigue estando fuertemente vinculada con la experiencia del trabajo etnográfico, donde adquiere sentido, legitimación y reconocimiento académico, como herramienta del conocimiento social.

En la práctica, incluso, la entrevista cualitativa comparte con la observación etnográfica la voluntad de establecer dinámicas de rapport con los informantes. Existen, sin embargo, ciertas diferencias. Pues la entrevista abierta se desarrolla fundamentalmente en una situación creada artificialmente, fuera de contexto, por el investigador, mientras que la observación participante mira desde dentro al objeto, pues explota y produce los datos desde los contextos naturales. (Galíndo 1998).

La entrevista abierta, al estar orientada al sujeto suele aplicarse cuando interesa conocer los actos locutorios más expresivos del mismo, con el objeto de intentar comprender la acción social en la que construye todos sus sentidos. De hecho, la entrevista individual abierta tiende a resultar muy productiva para el estudio de casos típicos o extremos en los que la actitud de ciertos individuos encarna, en toda su riqueza, el modelo ideal de una determinada actitud. De manera especial, la entrevista cualitativa permite conocer con mayor exactitud las relaciones del sujeto con los modelos culturales de personalidad, proyectados hacia el grupo de pertenencia o el otro generalizado como súper ego. Cuando el objetivo de la investigación es de índole pragmática, es decir, cuando se intenta conocer el modo de actuación de los actores en relación a su sistema de representación social como sujetos inmersos en la praxis social, la entrevista ilustra adecuadamente los puntos de conexión concretos entre comportamiento individual y objeto de la investigación. Este sería el caso de las entrevistas en profundidad. (Galíndo 1998).

Según Galíndo, en general la utilización pertinente de la entrevista cualitativa en la investigación social, se fundamenta en tres principios esenciales: a) Los escenarios o las personas no son siempre accesibles en sus contextos naturales a través de la observación participante, por lo que el recurso de la entrevista abierta permite la reconstrucción de acontecimientos del pasado a los que de otro modo no se podría acceder. Así pues, la entrevista ha sido un instrumento privilegiado del análisis sociológico. b) La entrevista permite esclarecer las experiencias humanas subjetivas desde el punto de vista de los propios actores sociales. Como sucede, por ejemplo, con las historias de la vida, la descripción íntima del pensamiento de una persona puede mostrar en sus múltiples contradicciones el orden deíctico de lo social. La experiencia, siempre vicaria, encuentra así, en la entrevista, narración e interpretación igualmente vicaria, un excelente soporte para la descripción densa de la realidad fenomenológica. Por ejemplo, en las historias de la vida podemos conocer íntimamente a las personas, viendo el mundo social en movimiento a través de los ojos y la voz principal de sus principales protagonistas. c) La entrevista cualitativa favorece además, al comparar la técnica de la entrevista con el trabajo etnográfico, un menor esfuerzo de tiempo y recursos que debe aportar el investigador en su acercamiento al objeto de estudio. Con la entrevista se consigue un empleo más eficiente del tiempo limitado del investigador, por lo demás habitualmente exiguo.

La entrevista puede ser utilizada, en consecuencia, de manera productiva, en cuatro campos principales de investigación: (Galíndo, 1998).

- a). La reconstrucción de acciones pasadas, ya sea la construcción de enfoques biográficos, historias de vida, la creación de archivos orales o, más bien, el análisis retrospectivo de una acción o acontecimiento social.
- b). El estudio de las representaciones sociales personalizadas. La entrevista cualitativa en profundidad es especialmente útil en la investigación de los sistemas de normas y valores, la captación de imágenes y representaciones colectivas, el análisis de las creencias individualizadas, el conocimiento de los códigos de expresión, así como las cristalizaciones ideológicas.
- c). El análisis de la interacción entre constituciones psicológicas personales y conductas sociales específicas. Por ejemplo, en el estudio de la desviación social. La entrevista interviene aquí para intentar rastrear las huellas de las marcas sociales que clasifican al individuo como sujeto anómalo, dando voz y captando expresivamente la personalidad del sujeto desviado.
- d). Por último, es común la utilización de la entrevista en profundidad como técnica complementaria en los estudios cuantitativos, a modo de prospección de los campos semánticos que identifican lingüísticamente a cada uno de los grupos sociales objeto de la investigación, Al operar el nivel de las hablas individuales, la entrevista en profundidad capta con toda la intención el vocabulario y las modalidades expresivas, así como los discursos arquetípicos necesarios para una correcta elaboración del código de preguntas y posibles respuestas que estructuran a posteriori el cuestionario.

Ahora bien, la entrevista cualitativa tiene como técnica de investigación una serie de importantes inconvenientes que es necesario tomar en cuenta en la estrategia del trabajo de campo: (Galíndo, 1998).

a) La entrevista abierta, al igual que la mayoría de las técnicas cualitativas, opera según la lógica omnicomprendiva del investigador omnisciente. Pues, la interpretación final anula la interpretación de lo real concreto producida por cualquier actor social. El investigador contacta y empatiza con el entrevistado, a través del lenguaje ordinario, para buscar una más aceptada captación de la información objeto de estudio. Ahora bien, este lenguaje será después diseccionado, (cosificado) con el saber poder que dispone la superior comprensibilidad del técnico especialista, en cuanto sumo pontífice de la interpretación. Al traducir las respuestas a las preguntas objeto de estudio, el investigador presupone que puede interpretar el lenguaje ordinario de forma tal que pueda obtener información que los sujetos no supieron que proporcionaban, sin tomar en cuenta que el lenguaje ordinario no fue diseñado para proporcionar tales interpretaciones.

b) La entrevista y el grupo de discusión son técnicas que aunque se abran o apunten a dimensiones bien diferenciadas de la realidad social, constituyen enfoques parciales y vías estrechas –más bien: desfiladeros– para el acceso a esa misma realidad social, y suponen, ante todo, simples construcciones metodológicas en su proceso de análisis, incapaces de abarcar y desentrañar por sí mismos toda la intrincada e insondable densidad real de los procesos sociales. (Ortí, 1986 citado por Galíndo, 1998).

c) La realidad que capta esta mediatizada subjetivamente por el habla individual del sujeto entrevistado. Los datos que se recopilan consisten básicamente en enunciados verbales discretos, lo cual introduce una notable insuficiencia respecto a la capacidad de descripción de los fenómenos sociales. Esto, que resulta más que evidente cuando se trata del problema de la memoria en la reconstrucción biográfica, incide además de manera determinante en la comprensión de los fenómenos según los patrones lingüísticos no compartidos, bajo ningún concepto, por el entrevistado.

d) Luego, en consecuencia, las entrevistas tienden a producir recurrentemente falsificaciones, engaños, distorsiones exageradas y fugas temáticas en el intercambio verbal que se establece durante la conversación de la entrevista.

e) En la medida que la percepción social del investigador está mediada por la verbalización del entrevistado, no se dan las condiciones para conocer mejor el contexto discursivo global a partir del cual se pueden comprender muchas de las perspectivas del objeto de estudio.

f) El entrevistador probablemente no comprenda el lenguaje de su interlocutor al desconocerle el contexto vivencial. O tal vez los entrevistados no sean capaces de expresar muchas cosas importantes que sólo una detenida observación nos puede proporcionar. Como la encuesta de opinión, la entrevista cualitativa parte de la verosimilitud del habla individual.

Sin embargo, las personas dicen y hacen cosas diferentes en distintas situaciones. No debe darse por sentado que lo que una persona dice en la entrevista es lo que la persona cree o dice en otras situaciones. La razón,

independiente de su objetividad o expresión, siempre es contextual. Se trata de una razón situada. El habla de que verbaliza el sujeto de la entrevista en una trama discursiva de un ser devenido en un tiempo y espacio irreplicable: el de la entrevista.

Participantes

Los investigadores realizaron una clasificación de las empresas teniendo en cuenta el número de empleados y activos actuales para determinarlos como grande, mediana o pequeña empresa; de la siguiente forma. Clasificación por tamaño: a) Empresas grandes, compuestas por un número de empleados superior a 100; b) Empresas medianas, compuestas por un rango de 50 a 99 empleados; c) Empresas pequeñas, compuestas por un número menor de 49 empleados. Clasificación por Activos y Ventas: a) Empresas grandes, con activos superiores a ciento cuarenta y cuatro mil millones de pesos (\$144.000.000.000) y ventas superiores a ciento treinta y siete mil millones de pesos (\$137.000.000.000); b) Empresas pequeñas y medianas, con activos entre los quince mil millones de pesos (\$15.000.000.000) y ciento cuarenta y cuatro mil millones de pesos (\$144.000.000.000), y con ventas entre los quince mil millones de pesos (\$15.000.000.000) y los ciento treinta y siete mil millones de pesos (\$137.000.000.000); c) Microempresas, con activos y ventas inferiores a los quince mil millones de pesos (\$15.000.000.000). Cabe anotar que además se tuvo en cuenta como criterio adicional en la clasificación de estas empresas la razón del negocio. La selección de las empresas se realizó de manera aleatoria sin darle importancia a la actividad económica generando así grupos de comparación

abiertos. Adicionalmente a la clasificación por tamaño de las empresas se conformaron dos grupos; el primero, con empresas grandes, medianas y pequeñas usuarias del sistema de comunicación interna intranet, y el segundo, con empresas grandes, medianas y pequeñas no usuarias de dicho sistema.

Posteriormente, la clasificación de los participantes de cada una de las empresas se efectuó teniendo en cuenta que las personas estuvieran preferiblemente en un nivel o posición jerárquico medio - alto dentro de la empresa, con sistema de red propio, y posibilidades de comunicación a nivel horizontal, vertical y diagonal, como utiliza la intranet y actividades administrativas u operativas realizadas.

Una vez establecida la estrategia de definición de la muestra, estrategia abierta y dependiente del desempeño en la aplicación de campo, el investigador debe iniciar el proceso de selección del entrevistado. Este proceso de selección ha de organizarse según una técnica conocida con el nombre de bola de nieve, según Galíndo, (1998). Ya que se expande por las redes sociales naturales. Es a través de amigos, parientes, contactos personales y conocidos como los investigadores establecieron un primer contacto con las personas que involucrándolas o no en la muestra de investigación, fueron tejiendo sus propias redes sociales, personales o laborales, contactando nuevamente a los investigadores con otras personas que probablemente pertenecían a la población de interés, repitiendo este proceso aumentando cada vez más el número de personas que conformarían la muestra procediendo a capturar los actores objeto de la investigación. Es por ello que la invitación a los potenciales entrevistados a participar en el estudio debe ser

precedida por un contacto realizado a través de los canales naturales donde el sujeto desarrolla su actividad, evitando en lo posible una radical ruptura entre los momentos de vida y la elaboración de los discursos hablados en la conversación de la entrevista. (Galíndo, 1998).

Los investigadores utilizaron esta técnica de redes como medio primario para lograr establecer los contactos necesarios y lograr así una muestra representativa.

A priori, el investigador no puede fijar el número de entrevistas necesarias para el desarrollo de la investigación. Si el procedimiento de estudio de la metodología cualitativa se caracteriza más por ser un proceso de encuentro que de búsqueda preformativa, el investigador tendrá que determinar, el proceso mismo de captura de la información, la muestra que abarque su estudio. Obviamente, existen algunos criterios de orientación. Por ejemplo, algunos investigadores siguen el criterio de entrevistar al máximo número de personas relacionadas con el tema objeto de estudio. (Galíndo, 1998).

La entrevista cualitativa en profundidad, puede desarrollarse en uno o varios encuentros. Por lo general, la investigación de mercados limita la entrevista a un único encuentro interpersonal. Si bien cuando la entrevista en profundidad es utilizada en investigaciones sobre historias de vida el número de entrevistas suele superar al menos los dos encuentros, sin que se pueda en cierto modo determinar cuantas sesiones serían necesarias. En cualquier caso el investigador debe caracterizarse por un acercamiento cuidadoso y esmerado en el progresivo acceso a la persona del entrevistado, tal y como enseña la experiencia del trabajo etnográfico. En primer lugar, hay que aproximarse a los entrevistados solicitando

la concesión de una cita sin comprometerlos a perder mucho tiempo en el proceso. La mayor parte de la gente está dispuesta a hablar de si misma, a ser escuchada y tomada en cuenta por otros sujetos sociales, en este caso, el investigador, como parte de un reconocimiento público como individuo. En este primer contacto, normalmente telefónico, es recomendable que el entrevistador resalte al entrevistado la importancia que otorga a su opinión como persona, así como el interés que muestra por la vida y los relatos que pueda realizar en torno al objeto de investigación. (Galíndo, 1998).

La aproximación a los participantes se realizó de manera individual por cada uno de los investigadores, teniendo en cuenta la clasificación de las empresas tanto por tamaño como por uso o no uso del sistema de comunicación interna intranet. Dentro del proceso de investigación se realizó una muestra propuesta de 74 empresas (ver Anexo A), recolectadas con el método de bola de nieve citado anteriormente, del cual se lograron 48 entrevistas en profundidad con los contactos de las personas pertenecientes a las empresas participantes. Con lo cual se obtuvo una efectividad de aplicación del instrumento de 67.6 %. (Anexo B).

Se entrevistó a una persona en cada empresa efectiva de las propuestas, debido a que cada una de ellas se encuentra inmersa en un contexto organizacional en donde se procura un objetivo común relacionado con la razón de ser de la empresa tanto a nivel productivo como funcional, generando una homogeneidad de conceptos y percepciones en todos los integrantes de dicha organización en cuanto al proceso de comunicación e interacción, por lo cual el interés de los investigadores estuvo orientado hacia el conocimiento del consenso

general, es decir a las representaciones mentales que comparte cada persona, extraídas de su propia red social; delimitados por la clasificación anteriormente descrita para empresas y participantes, y ubicados en la ciudad de Bogotá y zonas circundantes. Dicha información fue representativa para los resultados de la presente investigación.

Instrumento

Previo al encuentro con el interlocutor, se elaboró una guía temática de la entrevista, como herramienta de trabajo reflexivo para la organización de los temas que pueden aparecer en la conversación. La guía de la entrevista no es un protocolo estructurado de preguntas. Se trata más bien de una lista de tópicos temáticos y áreas generales, objeto necesario de interacción que el entrevistador sistematiza con dos cometidos principales: reflexionar sobre el modo de flexión del habla que manifestará el entrevistado y, de paso organizar los temas sobre los que se harán preguntas en la entrevista. Por lo tanto, la elaboración de esta guía solo busca apoyar al entrevistador en el recordatorio de los principales asuntos que deben ser cuestionados frente al interlocutor. La guía de la entrevista es especialmente útil para que en el inicio de la conversación, el entrevistado se ajuste al plan temático que el investigador espera. Este trabajo forma parte del ejercicio del conocimiento previo que el investigador siempre debe disponer sobre el sujeto al que va a entrevistar. La guía temática dependerá del grado de conocimiento que el entrevistador tenga acerca de su informante. (Galíndo, 1998). Por otra parte, en una investigación interdisciplinaria en equipo, la guía asegura que todos los investigadores aborden en sus entrevistas los mismos temas

generales, independientemente de la profundidad y enfoque de los mismos. Por supuesto, el contenido de esta guía, puede ser modificado sobre la marcha del proceso de investigación, una vez conocidos los resultados de las entrevistas aplicadas a algunos sujetos. Como recomendación general, es preferible que, aunque la guía se lleve anotada por escrito, el investigador tenga más o menos memorizado su contenido. Pues, la consulta directa durante el transcurso de la interacción verbal puede ir en detrimento de la observación y el reflejo que demanda el entrevistado durante sus turnos de palabra. La atención del entrevistador sobre el hablante debe ser total. De esta manera, la guía de la entrevista debe ser mejor escrita en la memoria que sobre un cuaderno de notas. La guía de la entrevista debe concebirse, por tanto, más bien como un guión interno. (Galíndo, 1998).

El desarrollo de la guía de discusión para la Entrevista en Profundidad, que se utilizó en la presente investigación fue basada en un compendio de temas relacionados con el objeto de la investigación partiendo desde lo general hacia lo particular, con el animo de transmitir al interlocutor, interés, confianza, familiaridad, motivación y garantía de identificación, para que el entrevistado devuelva a cambio, la información personal, en forma de descripción y/o afirmación evaluativa. (Galíndo, 1998). A continuación se describen las temáticas evaluadas en cada una de las entrevistas, divididas en dos guías de discusión; una para las empresas usuarias del sistema y otra para las no usuarias:

I. Guía de Discusión para la Entrevista en profundidad para Usuarios de Intranet

¿Cuénteme cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?

Medios de comunicación interna de la empresa.

Fortalezas y debilidades de dichos medios.

Percepción de la Intranet.

Periodo de tiempo manejando el sistema de Intranet.

Incorporación del sistema Intranet dentro de la empresa producto del outsourcing o del diseño interno.

Concepción sobre la necesidad de incorporar el sistema dentro de la empresa.

Procedimientos de capacitación o aprendizaje de la red interna de comunicación.

Tipo de información que maneja el sistema (texto, audio y video).

Actividades en las que se utiliza el sistema de Intranet en la organización.

Con quién o quienes se comunica dentro de este sistema.

Parámetros específicos o reglas impuestas por la compañía para el uso del sistema Intranet.

Motivadores e inhibidores para uso del sistema Intranet.

Cambios en el tráfico de información.

Ampliación de los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.

Optimización en el desempeño laboral.

Nivel de aplicabilidad para el usuario como persona.

Influencia sobre la comunicación interpersonal.

Perfil del típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.

II. Guía de Discusión para la Entrevista en profundidad para No Usuarios de Intranet

¿Cuénteme cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?

Medios de comunicación interna en su empresa.

Fortalezas y debilidades de dichos medios.

Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.

Opinión sobre cómo funcionaría el sistema Intranet en la empresa.

Expectativas frente a la necesidad de incorporar este sistema en la empresa

¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?

Cuál es la actitud de la persona hacia el sistema Intranet.

Tipo de información que debería manejar (texto, audio o video)

Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet.

Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.

Consideraría establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas internas en la compañía para el uso del sistema Intranet.

Motivadores e inhibidores con el uso del sistema Intranet.

Cambios en el tráfico de información.

Ampliación en los canales de comunicación.

Optimización de procesos a partir del uso del sistema.

Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.

Influencia del uso del sistema sobre la comunicación interpersonal.

Perfil típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, aficiones, nombre, tipo de familia, etc.

III. Conceptos Generales

A continuación se encuentra una serie de palabras con el fin de que usted nos revele la primera idea, palabra o sentimiento que le llegue a su mente cuando las escuche:

1. Dialogo
2. Computador
3. Comunicación
4. Información
5. Relaciones Laborales
6. Imagen Corporativa
7. Trabajo en Equipo
8. Intranet
9. Red (Social y de Datos)
10. Oficina
11. Relaciones Interpersonales
12. Tecnología
13. Mensaje
14. Contacto

Finalmente se les agradeció a los participantes todos y cada uno de sus aportes y se les entrego un obsequio representativo por su colaboración a la presente investigación.

Por último se efectuó un reporte de cada entrevista, expresada en una matriz que contiene los patrones comunes de las observaciones, grabaciones y anotaciones de cada entrevistador; uno para empresas usuarias de la intranet y otro para las no usuarias de dicho sistema.

Procedimiento

La entrevista cualitativa es un constructo comunicativo y no un simple registro de discursos que hablan al sujeto e interpelan al investigador. La entrevista, como menciona Luis Enrique Alonso, es un proceso de determinación de un texto en un contexto. La metodología responde por tanto a un contexto construccionista de creación simulada. (Galíndo 1998). Por lo tanto:

a). No existen reglas fijas sobre la forma de realizar la entrevista, ni procedimientos que modelen a priori la conducta del entrevistador b). La metodología no se puede reducir a una contrastación de hipótesis, siendo inviable el criterio de falsación, ya que toda entrevista es producto directo de un proceso interlocutorio más o menos libre. c) Luego, bajo ningún concepto es posible la generalización universalizante tras la elaboración del análisis.

La aplicación de la técnica cualitativa anteriormente descrita, se llevó a cabo de la siguiente manera:

Los participantes fueron contactados de manera aleatoria, utilizando la técnica de bola de nieve anteriormente descrita, en donde se utilizan las redes naturales

como medio para contactar la población, de estas personas, representantes de las empresas a las cuales pertenecen se inició el proceso de aproximación para realizar las entrevistas en profundidad. Asegurando a los investigadores de este modo, que se obtuviera información comparable a nivel del tipo de empresas (Grandes, medianas y pequeñas) contrastándolas como los usuarios y no usuarios del sistema de Intranet.

En cada entrevista individual con los participantes, se realizó la introducción para el inicio de la sesión en donde se expusieron los siguientes pasos: a) Presentación del entrevistador; b) Mención de los objetivos de la investigación; c) Explicación que no había respuestas correctas e incorrectas, solo opiniones; d) Explicación al participante sobre que él representaba a muchas otras personas que podían pensar igual a él; e) Explicación que cada comentario u opinión es igualmente valioso; f) Explicación sobre que se realizaría una grabación de la entrevista debido a que el entrevistador debía concentrarse en lo que el entrevistado iba a decir y no tenía tiempo para tomar notas. Generando con lo anterior un ambiente empático, reduciendo la ansiedad y logrando así una participación activa de cada uno de los entrevistados.

Según Galindo (1998) El entrevistador debe comprometerse, en concreto, desde el primer contacto con el entrevistado, en los siguientes puntos:

Los motivos o intenciones de la investigación. El investigador ha de aclarar al entrevistado con toda precisión los objetivos del proyecto, explicándole el destino final de los resultados de la entrevista. Cuál puede ser su posible publicación, quién financia el estudio, si las conclusiones van a ser difundidas públicamente o

no, si el estudio es sólo de carácter académico, etcétera. Ahora bien, esto no significa que revelemos el tema central de estudio. El investigador puede informar en términos generales del objetivo de investigación sin truncar, predisponiendo al entrevistado, el sentido temático de la investigación.

El anonimato. Una de las reglas de oro del investigador, es garantizar el anonimato del entrevistado con el fin de salvaguardar a la persona de todo peligro de integridad física, del desprestigio personal o de la deshonra, o simplemente para cuidar su imagen como individuo. El investigador debe aclarar oportunamente al entrevistado, que la información proporcionada será siempre objeto de un trato confidencial, salvo por autorización expresa del entrevistado. Este aspecto fue claramente expuesto durante la aplicación de esta investigación ya que fueron solicitados los datos de los participantes previamente avisados desde el primer contacto y teniendo en cuenta su opinión, intimidad y respeto sobre la misma, los resultados esperados y la incidencia o importancia de la investigación, así como su participación.

Dichos datos contemplan el nombre de la empresa en la cual se desempeña el entrevistado, la identificación de si es o no usuario del sistema intranet, la clase de empresa; es decir la razón social de la misma, el tipo de empresa (grande, mediana o pequeña), el nombre completo del entrevistado, el área de la empresa a la que pertenece, el cargo que actualmente ocupa, el teléfono y el correo electrónico del entrevistado.

Después de haber realizado el primer acercamiento, se fijó la fecha, hora y lugar de la cita para el desarrollo de la entrevista, colocando en claro la

disponibilidad de los investigadores para llegar hasta el participante, amoldándose a su agenda y a la importancia de su tiempo.

El inicio de la entrevista se planteó siguiendo la lógica del embudo, referida por Galíndo (1998), de esta forma, el investigador formuló preguntas generales, siendo cuidadoso de no forzar respuestas significativas al principio, procurando que el entrevistado rompa el hielo y comience a hablar desde el principio, que lleve la voz líder, hablando de sus perspectivas y experiencias sin ninguna estructura fija de conversación. Al principio es común que el nerviosismo se apodere del entrevistado, por lo tanto el investigador, condujo lentamente la conversación, para favorecer así el progresivo esparcimiento narrativo del informante. Según Galíndo (1998), el investigador debe aprovechar este momento para establecer el rapport con el entrevistado, familiarizándose con su persona.

En la primera fase de la entrevista se realizaron preguntas que facilitaran la narrativa del entrevistado, evitando confrontarlo y favoreciendo su adaptación e interacción verbal, al contexto. Estas preguntas fueron de carácter exclusivamente informativo o informal. Siguiendo las tradicionales e indispensables normas éticas de investigación, se le solicitó permiso al entrevistado para grabar en cinta o videocinta (de acuerdo a los recursos disponibles por el investigador, y la autorización de la empresa en la que se desarrollaba dicha aproximación.) Ya que según Galíndo (1998) el registro en cinta de la entrevista garantiza la concentración del entrevistador al no tener que tomar constantemente notas, pudiendo así retener lo dicho en la interacción conversacional. El uso de la grabadora permite al entrevistador captar mucha más información que si se

recurre a la memoria o al cuaderno de campo. No obstante, existe un peligro habitual en la práctica de los entrevistadores. Al saber que tiene un registro automático de lo hablado en la entrevista, el investigador pierde inconscientemente interés y capacidad de atención sobre lo que dice el informante. Para contrarrestar este efecto, se hizo imprescindible que el investigador, transcribiera la entrevista después de cada sesión, para enriquecer los datos recolectados, ya que se colocó especial atención en los aspectos prosódicos, kinesicos y proxémicos y poder inmiscuirse adecuadamente en cada sesión, en donde cada uno de los individuos participantes, expresan su manera subjetiva sobre la vivencia de sus situaciones.

Según Galíndo (1998), el desenvolvimiento de toda entrevista depende de dos saberes, no disciplinarios ni técnicos, sino más bien competenciales, cuyo aprendizaje sólo se consigue con erudición humanística y práctica experimental. Estos dos saberes que debe manejar el entrevistador son: el arte de preguntar y el arte de escuchar.

El arte de preguntar. El investigador debe saber llevar al sujeto entrevistado a que exprese lo que siente, y no solo lo que piensa y recuerda. El arte de preguntar es por tanto el arte de verbalizar, sondeando lo más íntimamente humano.

El sondeo sirve a tales efectos como técnica semidirectiva que busca incidir sobre el entrevistado a través de diversos recursos como el silencio, el estímulo o la clarificación retrospectiva. El sondeo facilita la indagación de fondo, del nivel conversacional meramente descriptivo al plano más directamente motivacional. La clave de la mayor o menor profundidad depende en buena medida del

conocimiento de cómo sondear o explorar los temas emergentes señalados por el entrevistado. Tenemos que sondear los detalles de las experiencias de las personas y los significados que estas les atribuyen. Este es el punto en que las entrevistas en profundidad se apartan de la naturalidad propia de las conversaciones cotidianas. El investigador encaminó constantemente al entrevistado que clarificara lo que había dicho antes, que señalara los claroscuros y ambigüedades, ejemplificando con algunos casos, o que confirmara una información significativa.

En los casos en que los entrevistados no tuvieran conocimiento alguno sobre el tópico sobre el que se indagaba, por ejemplo, conocimiento del sistema intranet -en cuanto a expectativas y actitudes- de entrevistados no usuarios del sistema, recibían por parte del entrevistador una descripción del fundamento básico de funcionamiento de la red.

Los investigadores intentaron siempre realizar preguntas más bien extensas, nunca preguntas demasiado específicas, para introducir al entrevistado en los aspectos relevantes sobre los temas de conversación con el objeto de cumplir las expectativas de investigación.

Por lo general, las preguntas han de ser muy claras, con lenguaje común y hasta coloquial. Sólo se utilizarán preguntas cerradas cuando se busquen clarificar datos o aspectos concretos de lo dicho hasta entonces por el entrevistado. En cualquier caso, las preguntas deberán estar formuladas de acuerdo con el nivel de información y conocimientos del entrevistado. Si el lenguaje, el contenido de la pregunta o el momento de su formulación no están adecuados a las expectativas

del informante, el entrevistador puede provocar desconfianza o frustración en el entrevistado. (Galindo, 1998).

El arte de escuchar. Por otro lado, el entrevistador ha de saber auscultar en el sentido del discurso del entrevistado, interpretando a partir de la semántica, las vivencias, las actitudes, la dirección que toman las reacciones psíquicas e incluso los contextos de narración. La efectividad en escuchar de un entrevistador consiste en la atención prestada a las palabras que se dicen, a la concentración en la conducta del sujeto, en la percepción clara de lo enfocado y en la asimilación y análisis de lo que se ha percibido. Del nivel de atención que el entrevistador logre transmitir al hablante, dependerá la información que este le proporcione. Por lo tanto, el entrevistador debe desarrollar sus habilidades de atención y concentración perceptivas, siendo capaz incluso de leer entre líneas. Además de dominar el arte de la pregunta y saber escuchar, el entrevistador debe ser un agudo observador de la conducta humana. (Galíndo, 1998).

La inmediatez del contacto personal y la espontaneidad del intercambio cara a cara acentúan, en ese sentido, la importancia de la comunicación no verbal sobre el desplazamiento de la mediación racionalizada de la palabra. En la entrevista, necesariamente, hay que tomar en cuenta los elementos afectivos, así como los condicionantes que determinan la expresión de los sentimientos entre ambos. (Galíndo, 1998).

Los investigadores procuraron mantenerse en sintonía con el entrevistado, pese a las interferencias, el ruido comunicativo y la amenazante precariedad de los desajustes existentes de manera constante en toda conversación.

Además de los anteriores aspectos importantes a tener en cuenta durante el desarrollo de la entrevista, en la presente investigación se tuvieron en cuenta otros como medio de relación del investigador con el entrevistado:

Según Galíndo, (1998): a) El flujo de información debe ser en gran medida unidireccional, aunque no exclusivamente. A pesar de que sea el entrevistador quién controla el intercambio verbal por medio de las preguntas y los comentarios, es el entrevistado quién tiene que mantener la mayor participación en las interacciones. El entrevistador debe seguir las ideas y el orden de la narración espontánea que construye su interlocutor, tiene, por tanto, que ser más receptivo que el entrevistado. Las intervenciones que efectúe deben encauzarse a estimular esa posición. b) El entrevistador a veces debe contenerse y no expresar sus opiniones ya que la conversación es privada y confidencial, pero con una persona que desde el principio nos va a considerar extraños. Es decir, hay que abstenerse de emitir juicios negativos sobre el entrevistado, independientemente de las afirmaciones que realice. Suele ocurrir, por ejemplo, que el entrevistador se confunda en la entrevista por tratar de ver interacciones en vez de percibir las conductas del entrevistado. El primer principio que compromete a los entrevistadores es el respeto de la individualidad del entrevistado. En este sentido, el mejor modo de evitar la apariencia sojuzgadora, que siempre esta presente como trasfondo en la investigación, consiste en tratar de aceptar a los actores sociales como son, sin emitir juicios de valor, ni mentalmente. Hay que tomar la iniciativa de tranquilizar al interlocutor en cuanto a que, desde nuestro punto de vista, todo en ella está correcto como persona. Sobre todo después de revelarnos

algo perturbador o desacreditante, conviene que el entrevistador de muestras de simpatía y comprensión tolerante. c) En la situación y desarrollo de la entrevista, hay que ser especialmente sensibles sobre los efectos de las palabras y expresiones no verbales respecto del entrevistado. Por lo tanto, el entrevistador debe promover relaciones favorables durante el desarrollo de la entrevista, pues de ello dependerá la recolección de información. El entrevistador debe procurar no interrumpir el discurso, aunque en ocasiones sea vago e impreciso, o poco informativo. En cualquier caso, la norma general de debido cumplimiento es el mantenimiento de la motivación del entrevistado durante toda la conversación.

Según Taylor y Bogdan, los entrevistadores deben ser simpáticos, pero no tratar con condescendencia a la otra persona. Deben saber cuando indagar, pero mantenerse alejados de las heridas abiertas. Deben ser amistosos, pero no como quién solo trata de congraciarse. Citados por (Galíndo 1998), El entrevistador debe comportarse siempre con la adecuada cortesía, sin caer en la adulación. La introducción a la entrevista requiere necesariamente una gran experiencia de su parte. El entrevistador esta allí para ayudar a la exteriorización de la memoria y el habla individual. Su función es la de facilitador del sentido común del entrevistado. A tal fin deberá mostrarse como alguien que no está totalmente seguro de las preguntas que quiere hacer. El entrevistador apenas tiene que hablar y cuando lo haga, solo debe hacerlo en función de la previa autorización indicada del entrevistado. Luego la función del técnico de la entrevista es la de un observador inquieto y más bien curioso, siempre dispuesto a aprender de su interlocutor. (Galíndo, 1998).

Después de transcurrido un tiempo aproximado de 45 minutos se procedió a cerrar la sesión, retroalimentado a los participantes sobre la trascendencia y relevancia de los datos expuestos para la investigación que se llevaba a cabo. Finalizando con un agradecimiento por su participación activa en este proceso y su colaboración se ofreció un detalle a cada uno de los entrevistados.

La devolución de la información. Es práctica frecuente de algunos investigadores ofrecer a los entrevistados la posibilidad de leer y comentar la transcripción de las entrevistas e incluso el borrador de un futuro libro o artículo que se derive del trabajo junto con el protagonista de la información. Este compromiso, habitual en el proceso de investigación con historias de vida, es a elección del investigador en el caso de la entrevista en profundidad. (Galíndo, 1998). Bajo consideración de los investigadores, cada uno de los entrevistados recibió por medio de su correo electrónico un artículo informativo acerca del manejo adecuado y beneficios del sistema de red interna Intranet.

Codificación y Análisis de la Información

Se realizó un análisis detallado de cada una de las temáticas incluidas en la guía de tal forma que se obtuvo una primera matriz para tabular la información recogida de las entrevistas realizadas con empresas usuarias de intranet (ver Anexo C) y una segunda matriz para tabular la información recogida de las entrevistas efectuadas con empresas no usuarias de intranet (ver Anexo D). Posteriormente, con los datos concernientes a tiempo de labor dentro de la organización (ver anexo E y F), medios de comunicación interna empleados en los

diferentes tipos de empresa (ver anexo G y H), y tiempo transcurrido utilizando la intranet (ver anexo I) se realizaron gráficas que permiten observar de manera general información concreta de la situación actual de la muestra a este respecto. A partir de la tabulación realizada en cada una de las matrices, se construyeron seis (6) cuadros, uno por cada tipo de empresa (grande, mediana, pequeña) tanto para el grupo de las usuarias del sistema como para el de las no usuarias (ver anexo J a O); dichos cuadros reúnen los conceptos, percepciones y sentimientos expresados por los entrevistados frente a unas categorías establecidas por los investigadores para facilitar el manejo de los resultados, de acuerdo con la relación entre las temáticas incluidas en la guía de la entrevista y su asociación con los objetivos y parámetros teóricos en los que se encuentra fundamentada la presente investigación. Las categorías son: a) Cambios en la actividad laboral, que incluye los temas relacionados con el tráfico de información, los canales de comunicación y la optimización del desempeño gracias a la intranet; b) Concepto de Intranet, que contempla la percepción acerca de intranet en las empresas usuarias, y, conocimiento y actitud frente a la intranet en las empresas no usuarias; c) Implementación de la Intranet, que contiene los temas relacionados con la necesidad de incorporar el sistema dentro de la organización, el encargado de tomar la decisión de instalar el sistema, los responsables del diseño, construcción y desarrollo del mismo, y el procedimiento que se siguió para adiestrarse en el uso de la intranet; d) Opciones de la red, en donde se agruparon los tópicos relacionados con tipo de información que se encuentra habilitada dentro del sistema, y las reglas internas de uso del mismo; e) Las oportunidades y

debilidades del sistema, en donde se reunieron los temas relacionados con fortalezas y debilidades, así como motivadores e inhibidores de la intranet; f) La imagen del sistema, que contempla el perfil del usuario y la asociación del concepto intranet; g) Comunicación e intranet, en donde se agruparon los tópicos redes de comunicación y cambios en la comunicación interpersonal; h) Perspectivas de uso, en la cual se reunieron los temas funcionamiento, aplicabilidad del sistema y clase de actividad laboral realizada por medio de la intranet. Posteriormente, se procedió a condensar la información de acuerdo con las frecuencias de aparición de las respuestas (conceptos, percepciones y sentimientos) en cada tipo de empresa con el propósito de describir los resultados de cada categoría para luego destacar los concernientes al objeto de investigación.

Consideraciones éticas

La presente investigación está avalada por la Universidad de la Sabana y tuvo como fin principal conocer las necesidades, expectativas, percepciones, conceptos e intereses que se presentan dentro de las organizaciones frente al mercado de la comunicación por intranet y su uso potencial en el ámbito laboral de la ciudad de Bogotá en función de un tipo de investigación empresarial particularmente dirigida a una muestra de participantes con un perfil alto de diversos áreas laborales y sectores económicos. Ésta información se recolectó por medio de una selección previa de empresas tanto usuarias como no usuarias de la intranet. Cabe denotar que este estudio no generó ningún tipo de compromiso con las empresas participantes ya que lo que se pretendía era obtener una línea de base para

desarrollar un macroproyecto que posea una incidencia particular y aplicable en las organizaciones de nuestro país para así poder ayudar a la adecuada adaptación de éstas a las nuevas tecnologías y cambios mundiales tanto a nivel social como laboral. Como contraprestación a su participación a esta investigación los asistentes recibirán por correo electrónico información actual sobre el uso de intranet y algunas implicaciones al interior de la organización.

Resultados

Dentro de empresas usuarias del sistema de Intranet, grandes medianas y pequeñas, se encontraron las siguientes percepciones que en general son compartidas por las personas entrevistadas.

Tanto en las grandes empresas como en las medianas, la totalidad de las personas entrevistadas considera que ha mejorado bastante el tráfico de información gracias a la implementación de Intranet asociándola con mayor eficacia, puntualidad, agilidad y rapidez en el intercambio permanente de la comunicación organizacional, para la obtención de datos. Así mismo, en las pequeñas empresas, la mayoría de las personas entrevistadas consideran que existen cambios en el tráfico de información evidentes, relacionados con la efectividad, exactitud, agilidad y rapidez de la comunicación sin embargo se percibe la comunicación como impersonal.

De igual manera en las grandes empresas, la mayoría de las personas considera que ha habido una ampliación en los canales de comunicación debido a que se sienten en mayor contacto con las demás personas de la organización,

similarmente se percibe en las medianas y pequeñas empresas donde la mitad de los entrevistados considera más fácil entablar nuevas relaciones con personas por intermedio de este sistema y realizar la comunicación a todo nivel, siendo un medio más organizado para el manejo de la información interna.

La totalidad de las personas entrevistadas tanto en grandes, medianas como en pequeñas empresas, considera que se ha optimizado su desempeño laboral mediante el uso de la intranet, describiendo el sistema como una herramienta muy útil que les ofrece eficiencia y agilidad en los procesos, confiabilidad, seguridad y economía, facilitando la gestión que realizan para cumplir con los objetivos de su cargo y de la empresa.

La mayoría de las personas entrevistadas en las grandes y pequeñas empresas tienen un concepto positivo de la intranet, como un sistema útil, ágil, y eficaz que les permite una comunicación más rápida y eficiente. Igualmente esta percepción se presenta en la totalidad en las pequeñas empresas, como un medio efectivo de comunicación interna entre los empleados.

La mayor parte de las personas en general expresaron que el diseño de la Intranet fue desarrollado internamente de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la empresa. También expresaron que al interior de la empresa existen reglas particulares para el uso de Intranet tales como: códigos de acceso, recomendaciones explícitas de uso y revisiones de los datos antes de su publicación en el sistema. En las empresas pequeñas, la totalidad de las personas asegura la existencia de normas para el uso del sistema dentro de las que se encuentran sistemas de seguridad contra virus, cuidados en la transmisión de

información confidencial y exclusión de la comunicación obscena o que no corresponda a las actividades laborales.

Aproximadamente la mitad de las personas entrevistadas en general, afirman haber recibido algún tipo de capacitación directa o entrenamiento respecto al uso adecuado del sistema de intranet, la otra media de los entrevistados, expresaron haber aprendido a utilizar el sistema siguiendo instrucciones del mismo programa, por práctica propia, o por ayuda de sus compañeros de trabajo.

Tanto en las grandes, medianas y pequeñas empresas, la mayoría de las personas identificaron que la necesidad de incorporar la Intranet dentro de la empresa obedeció a factores como el incrementar la comunicación, otorgar agilidad en el desarrollo de los procesos, mayor rapidez, seguridad y accesibilidad en la información, economía en tiempo y en papelería como ventajas actuales que ofrecen los sistemas para el manejo de la información.

En las empresas grandes y pequeñas, se presenta que la gran parte de las personas aunque disponen de texto audio y video para acceder a la información utilizan básicamente texto y las otras dos opciones sólo eventualmente en las ocasiones que lo requieran.

La totalidad de las personas entrevistadas en general, describieron como fortalezas del sistema de intranet su economía, agilidad, rapidez, precisión y eficiencia que a ellos como usuarios les ofrece; el dar una respuesta rápida, efectiva, y concreta de las tareas, resultados, ejecución y control de las actividades de la organización, por la aplicación de la tecnología a la comunicación organizacional y la economía en el papeleo. Mientras que la

mayoría de las personas en general identificaron como debilidades del sistema, lo impersonal que se torna la comunicación, puesto que no hay retroalimentación directa, la falta de cultura organizacional en torno al sistema y la incertidumbre que genera este tipo de comunicación, también se hizo evidente la debilidad de la red cuando la conexión o el sistema se cae.

En las grandes empresas, la totalidad de las personas se sienten motivadas al uso del sistema en relación con un desempeño eficiente, rápido, más fácil y efectivo de comunicación directa y oportuna; en las medianas, se sienten motivados porque que a través del sistema pueden obtener la información que necesitan para resolver sus inquietudes de una forma más inmediata y productiva debido a la eficiencia y rapidez de la red interna. En las empresas pequeñas, aproximadamente la mitad de las personas se siente motivada a utilizar el sistema puesto que obtiene respuestas de forma inmediata, conciben a la Intranet como una necesidad real para todas las empresas y como generadora de un sutil vínculo de relación social en un escenario diferente al conversacional.

La mayoría en las personas en las grandes empresas, se sienten inhibidas a utilizar la intranet por considerarse con poca destreza ante los computadores relacionado con la falta de capacitación adecuada, o enfrentar problemas de carácter técnico, como cuando se cae la red, además el dejar de lado actividades como el contacto físico o la expresión de sentimientos que se presentan en la comunicación interpersonal, igualmente lo considera la mitad de los entrevistados en las empresas medianas. En las empresas pequeñas, una minoría enfatiza sólo en la falta de confianza que le produce el sistema.

La mayoría en las grandes empresas y la media en las medianas y pequeñas empresas, consideran que el usuario de intranet puede ser cualquier persona sin importar el nivel académico y social, ni la empresa a la que pertenezca. Puede ser cualquier persona que tenga la capacidad de entrar en el mundo de la tecnología considerando esto como desarrollo personal sin distinción de edad o género. Al contrario, una minoría significativa considera que el perfil de los usuarios de Intranet debe ser el de una persona con un rango de edad equivalente a un adulto joven, con nivel social y académico medio o alto. En general se considera que no existe un perfil con características determinadas ya que lo relevante es el acceso a la red, la necesidad de información y de capacitación que requieran las personas. La mayor parte de las personas que usan Intranet, en general asocian el sistema con conceptos como: herramienta moderna, de trabajo o de comunicación que facilita o agiliza la información; también se relaciona mucho con el concepto de tecnología.

Por lo general las personas en las empresas grandes y medianas sostienen comunicaciones internas de tipo informativo básicamente dentro de la empresa con compañeros, superiores o con otras dependencias y fuera de la empresa incluyendo otras ciudades o sucursales mediante la intranet. Mientras que al interior de las empresas pequeñas, la totalidad de las personas manejan la Intranet como una herramienta exclusivamente interna a todo nivel con colaboradores, otras dependencias, jefes y subordinados.

Aproximadamente la media de las personas en las grandes empresas, consideran que no hay un cambio importante en la comunicación interpersonal

debido a los diferentes contactos que pueden hacer por medio del sistema, por el cual se comunican más fácilmente sin llegar a reemplazar su interacción con las personas. En las medianas empresas, la mayoría tampoco percibe cambios en la comunicación interpersonal puesto que siguen utilizando los demás medios de comunicación organizacional de manera frecuente, consideran más bien un cambio en la forma de trabajar originado por este sistema; de igual forma se presenta en las empresas pequeñas ya que la intranet es una interpretación diferente de la comunicación y beneficia a la empresa por ser más concreta en el manejo de la información.

La mayor parte de las personas entrevistadas en las grandes empresas, emplean la intranet para actividades comunicativas entre las diferentes áreas de la organización, para el intercambio de información, el envío y recepción de datos propios del movimiento de la organización. En la misma proporción en las medianas empresas se manejan actividades comunicativas por medio de la Intranet, tanto con clientes internos como externos intercambiando información sobre procesos de la compañía. Por otro lado, en las empresas pequeñas, se emplea la Intranet en actividades más informativas a nivel interno manejando principalmente documentos, comunicados, información de interés general, promoción de actividades de la empresa y resolución de los problemas referidos por lo clientes.

La mayoría de las personas en las grandes empresas, considera que el sistema intranet posee un alto nivel de aplicabilidad tanto en el ámbito laboral como en el social, igualmente emplean este sistema como una herramienta de

trabajo imprescindible en el desarrollo de sus actividades. Así mismo lo consideran las personas en las medianas empresas, agregando además que podría ir más allá del trabajo y de la empresa. En las pequeñas empresas, es la totalidad de los entrevistados quienes perciben una alta aplicabilidad del sistema pero sólo a nivel laboral ya que lo utilizan permanentemente para comunicarse con todas las personas de la organización y para estar enterados de las novedades que se presenten.

De acuerdo a los datos recolectados en las entrevistas realizadas a las personas pertenecientes a empresas no usuarias del sistema Intranet, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tanto en las empresas grandes, medianas y pequeñas la mayoría de las personas entrevistadas consideran que habría un cambio en el tráfico de la información por que se tendrían resultados más inmediatos, información oportuna, agilidad en los procesos optimizando el trabajo y minimizando el tiempo, obteniendo mayor contacto con los demás empleados. Perciben además que se podría mejorar la calidad de información ya que sería más rápida y ágil, obteniendo una comunicación más eficiente. También conciben que se ampliaría de los canales de comunicación, ya que los demás medios son definidos como obsoletos y demorados, se mejoraría en cuanto a la rapidez en compartir y transmitir información y retroalimentación para los funcionarios de la empresa de manera permanente, se le daría claridad a la información evitando el chisme y los rumores.

En relación con la influencia del sistema intranet en la optimización del desempeño laboral, la totalidad de los entrevistados en grandes, la mayoría de los

entrevistados en medianas y aproximadamente la mitad de los entrevistados en pequeñas empresas presentan expectativas positivas en relación a la optimización de su desempeño laboral en cuanto al manejo de información y su tráfico, mejoras en los procesos, orden, rapidez, economía de costos y de tiempo, prontitud y agilidad en la comunicación originando más entusiasmo y tranquilidad.

Dentro del tema, conocimiento acerca del sistema intranet, la mayoría de los entrevistados en grandes empresas afirmó tener conocimiento sobre el funcionamiento del sistema de intranet describiéndolo como comunicación interna, sistema de red con características como ahorro en los tiempos de trabajo y recuperación de la información vital para la empresa; la mitad de las personas entrevistadas en medianas empresas tienen un concepto del sistema relacionado con la posibilidad de comunicación e información permanente de la empresa; mientras que la totalidad de las personas entrevistadas en pequeñas empresas no tenían un conocimiento claro o poseían muy poca información sobre la Intranet.

En lo referente a la actitud frente a la intranet se estableció que la mayoría de los entrevistados en grandes, la mitad de los entrevistados de medianas y pequeñas empresas poseen una actitud positiva frente al sistema describiéndolo como una comunicación más fácil y práctica, necesaria y favorable en cuanto a la accesibilidad inmediata de información; aunque, unos pocos presentaron una actitud negativa frente al sistema de intranet por considerar que no mejora la comunicación persona a persona, ya que prefieren el contacto directo y por que todavía no la consideran como medio indispensable para su organización debido a

que en la actualidad no identifican fallas en la comunicación o al acceso de información en la organización.

La mayor parte de los entrevistados de grandes y la totalidad de los entrevistados en medianas empresas considera una necesidad el incorporar este sistema para incrementar la comunicación interna con información más clara y detallada en varios niveles dentro de la organización y por la agilidad que proporciona; mientras que la mayoría de las personas entrevistadas en empresas pequeñas no percibe como una necesidad la implementación del sistema en su organización pero tienen la expectativa para poder considerarla dependiendo de las ventajas que le pueda ofrecer en un mediano plazo.

Con respecto al área o persona encargado de tomar la decisión de implementar la intranet en las empresas no usuarias se estableció lo siguiente, la mayoría de los entrevistados en grandes no usuarias expresaron que la decisión de implementar este sistema se encuentra a cargo de uno o varios departamentos dentro de la organización; en la misma proporción se presenta en las medianas, afirmando que la decisión está a cargo de una gerencia específica; y la mayor parte de los entrevistados en las pequeñas afirmaron que la junta de socios de la empresa determinaría la implementación del sistema en la organización.

Dentro de las expectativas en relación con opciones de red del sistema de intranet, se encontró que la mayoría de los entrevistados tanto para las grandes como para las pequeñas empresas se utilizaría principalmente texto como tipo de información en el uso de intranet y en casos excepcionales información con audio o video. Así mismo, aproximadamente la mitad de los entrevistados de medianas

empresas, esperarían que el sistema intranet les permitiera manejar texto audio y video para recurrir a ellos según sea necesario.

En cuanto a la necesidad de implementar reglas de uso para el sistema de intranet, la totalidad de las personas entrevistadas en grandes y la mayoría en medianas empresas considera que deben existir reglas internas, controles y requisitos que debe cumplir el usuario de intranet y que deben ser fijados por la empresa para que la información clasificada fluya correctamente; mientras que, aproximadamente la media de las personas entrevistadas en pequeñas empresas expresó no tener una posición clara sobre la implementación de reglas para el uso del sistema por desconocimiento de su funcionamiento visualizado para su organización.

Tanto la totalidad de los entrevistados en empresas grandes y medianas, como la mitad de los entrevistados en pequeñas empresas se sentirían motivados para usar intranet, por tener comunicación más amplia, rápida, permanente, precisa y oportuna, además de la economía en el uso del papel y del tiempo, su eficiencia, agilidad y posibilidad de seguimiento que los directivos podrían realizar con los empleados y de la información que se requiera.

Por otro lado, la media de los entrevistados en grandes y pequeñas empresas se sentiría inhibida para usar intranet, por la ausencia tangible de la información o respaldo físico de documentos, además de los costos de la implementación, el espacio requerido para ubicarlos y la capacitación necesaria. En lo que respecta a los entrevistados de medianas empresas, sólo una minoría se sentiría inhibida

para usar la intranet puesto que perderían la comunicación interpersonal y por la resistencia al cambio de los empleados.

Con respecto al perfil del usuario de intranet, la media de entrevistados en empresas grandes y la mayoría de entrevistados en empresas medianas considera al usuario como cualquier persona que tenga la posibilidad de acceder a su uso, sin tener en cuenta su género o su edad, aunque debe poseer conocimientos básicos sobre el manejo de los computadores. Y, la mayoría de los entrevistados en pequeñas empresas afirma que el perfil de la persona usuaria de intranet no se encuentra limitado por el género, pero si asociado con un estatus social y organizacional medio o alto con conocimientos sobre los sistemas.

En cuanto a la asociación del concepto intranet que poseen los entrevistados se encontró, que la totalidad de las personas en medianas y pequeñas y la mayoría en grandes empresas, considera el sistema de intranet como una red interna de comunicaciones que se caracteriza por ser efectiva, ágil, ordenada y como una herramienta importante, adicionalmente con tecnología y novedad.

La mayor parte de los entrevistados tanto de empresas grandes, medianas y pequeñas emplearían la intranet para comunicarse internamente en su organización con todas las áreas en la empresa, otras sedes, con sus compañeros y superiores.

Tanto en empresas grandes como en medianas, la mitad de los entrevistados considera que existirían cambios en la comunicación interpersonal relacionados con la falta de contacto, trato y comunicación directa con las personas, por el contrario aproximadamente la mitad de los entrevistados en empresas pequeñas

considera que no habría un cambio en la comunicación interpersonal debido al tamaño de la empresa, en donde la función del intranet sería agilizar el acceso a la información, permitiría al funcionario a estar en contacto con más gente, manteniéndose la comunicación en sí misma, ya que el mensaje puede ser retroalimentado y afirman que se seguirían utilizando las demás formas de comunicación, acompañada por un cambio en la cultura organizacional.

En relación con las perspectivas de funcionamiento del sistema intranet en la organización, la mayoría de las personas entrevistadas en grandes empresas considerarían que el funcionamiento del sistema sería eficiente, muy útil, ágil y efectivo tanto para el manejo de información como de comunicación; la mitad de los entrevistados en medianas empresas considera que el sistema de intranet funcionaría en su empresa ya que se comunicarían a un mayor nivel, siempre y cuando se establezca una cultura organizacional; y la misma proporción de entrevistados en pequeñas empresas perciben que no funcionaría el sistema en su empresa porque el tamaño de la misma no lo justificaría.

En lo que respecta a las actividades que se realizarían a través del intranet en la organización se encontró que la mayoría de los entrevistados en grandes empresas emplearían el sistema como medio informativo en cuanto al proceso continuo de adquisición de datos y para realizar los distintos procedimientos que deben llevar a cabo; En las empresas medianas la mitad de los entrevistados la emplearían para actividades comerciales, y la otra mitad para actividades netamente informativas; De otra parte, la totalidad de los entrevistados en pequeñas empresas afirma que utilizarían la intranet en actividades de índole

comunicativo, entre las áreas de la organización y como fuente de información de bases de datos.

Dentro de las expectativas de aplicabilidad del sistema de intranet al interior de la organización, la mayoría de los entrevistados en pequeñas y la media de los entrevistados en medianas empresas afirma que la intranet tendría un alto nivel de aplicabilidad debido a la rapidez de la información y la posibilidad de ser reconocido dentro de la organización y en la realización actividades relacionadas con el acceso oportuno a la información para una rápida respuesta a sus necesidades. Por otro lado, la mitad de los entrevistados tanto de grandes como de medianas empresas considera la Intranet en una aplicabilidad baja puesto que sólo se observan expectativas a nivel laboral en cuanto a la información interna y su importancia para la empresa; adicionalmente perciben que se perdería el contacto directo con las demás personas.

Discusión

De acuerdo con los preceptos que fundamentan esta investigación a partir de indagar las percepciones que tienen en común las personas y procurando determinar cómo incide la comunicación por medio del sistema Intranet en las relaciones interpersonales que se establecen entre los miembros pertenecientes a una organización, a continuación se caracterizan algunas de las implicaciones positivas y negativas de la comunicación por Intranet que prevalecieron durante el proceso que se llevó a cabo y que conducen a los investigadores a concluir que:

En general, se puede afirmar que la gran mayoría de las personas, pertenecientes a una organización posee un concepto positivo sobre la intranet relacionándola con una herramienta de comunicación muy útil, confiable y efectiva que le brinda al empleado de una organización múltiples beneficios en el desarrollo de su gestión laboral, tanto al nivel de receptividad del sistema, entendida a modo de permanencia continua, como en su disponibilidad según sean los requerimientos propios del usuario, sin olvidar que este es un instrumento creado por y para cubrir las necesidades de los trabajadores y de la empresa; las personas se sienten favorecidas con el uso de este sistema, lo que genera satisfacción personal, incluso pueden llegar a depender de su existencia implementando la Intranet cada vez más en los procesos internos de la organización. Sin embargo la comunicación que se da por medio de este sistema se considera impersonal, ya que no puede llevar la información de retorno que habitual o tradicionalmente las personas presentan dentro de sus relaciones en un grupo social, estas están compuestas por información no verbal como la expresión de sentimientos y actitudes que complementan la doble vía de la información no sólo dentro de la comunicación sino también dentro de la comprensión de los hechos entre dos personas, la falta del contacto directo con la otra persona, la ausencia física o tangible del otro, el de su expresión, reacción o actitud son factores que afectan la retroalimentación directa generando así un sentimiento siempre presente de inseguridad. En contraposición a este aspecto gran parte de las personas que se comunican por Intranet no consideran que haya un cambio sustancial o significativo en la comunicación interpersonal debido a que

esta no se intenta suplantar, lo que está cambiando es la manera de trabajar, originada por el sistema pues la intranet ha sido concebida como una herramienta de comunicación organizacional productiva que busca solucionar con eficacia los procesos y mantener un estrecho contacto con los jefes, colegas y colaboradores. Esto se confirma con el tipo de información que más se utiliza (texto) en las empresas que emplean la Intranet, además se observa que mientras el tamaño de la organización aumenta se genera un cambio que va desde una gestión exclusivamente informativa hacia una gestión más comunicativa, advirtiendo aún más la posibilidad que ofrece la permanente conexión con todos los niveles gracias a la extensión de la red, atendiendo, eficazmente de esta forma a las necesidades básicas de acceso a información del empleado y a las de comunicación de la cúpula directiva de la organización. A pesar de ser esta un desarrollo netamente organizacional, las personas proyectan su potencialidad incluso fuera de su contexto laboral ubicándola en un nivel más social o en otros ambientes. Igualmente la motivación que genera la Intranet está claramente referida a los procesos laborales pero está contemplada como una nueva oportunidad de comunicación que origina incertidumbre en cuanto al nuevo rol que la persona asume.

Las personas en general no presentan una preconcepción dirigida hacia las características de los individuos que forman parte de un sistema en red como éste, dejando de lado juicios que antes eran primordiales como el género, la edad de la persona y el papel que desempeña dentro de un grupo que según la presente percepción no lo diferencian como componente estereotipado de una red.

En general se puede establecer que las relaciones interpersonales entre los miembros de una organización están sufriendo un cambio a favor de la organización a la que todos sus elementos surgirán con una nueva forma de comunicación, un lenguaje al que todos responderán unificados conjugado a un nuevo conjunto de características relacionadas que se adquirirán mediante un proceso de adaptación a una nueva postura de la cultura organizacional a las cuales estarán orientados los futuros funcionarios de la organización usuaria del sistema intranet. De tal manera que las recomendaciones que sobre este tema puede delimitar la presente investigación es ahondar o profundizar en lo que respecta a factores tales como resistencia al cambio, trabajo en equipo, automatización y simplificación de los procesos internos, tamaño de la empresa, razón del negocio asociados al manejo e implementación de un sistema tecnológico de comunicación interna como lo es la Intranet pueden influir en la optimización de recursos tanto materiales, financieros como humanos promoviendo los objetivos, misión y visión de la organización, así como la dinámica y estructura de la misma, y sus posibles efectos a nivel individual y grupal de los funcionarios de la empresa.

Referencias

- Algorta, S. (Nov. / Dic.1996). Las Intranets: Nuevo Paradigma para el Manejo de la Información en la Empresa, Oficina eficiente Bogotá. – No. 73 – pp. 34 – 37.
- Bartoli, A. (1992). Comunicación y Organización, , Barcelona (España): Paidos
- Ceron, J. (Dic. 1996). Intranet una Descripción Concreta, Internet Com (Bogotá) – Vol. 2, No. 7 – p.44 – 46.
- Collado, C. (1996). La Comunicación en las Organizaciones, México: Trillas, segunda impresión, pp. 29-34, 45-46, 59,61-86.
- Galíndo, J. (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México. Addison Wesley Longman. Pearson Education.
pp. 296- 333.
- Henao, A. (1998). Comunicación y Redes Sociales. Santa Fe de Bogotá. UNAD 13-57, 109-153.
- Holtz, S. (1997). Intranet como Ventaja Competitiva, Madrid: Anaya Multimedia,
- Hodge, A. y Gales. (1998). Teoría de la organización. Madrid: Prentice Hall.
- Homs, R. (1990). La Comunicación en la Empresa, México: Grupo Editorial Iberoamericano, pp. 61-90.
- IRCOM, (1994). Guía Práctica de la Comunicación, Barcelona (España): Gestión 2000 S.A. pp. 133-159.
- Maldonado, T. (1998). Crítica de la razón informática. Barcelona (España). Paidos. Multimedia 9 pp. 58-69 72-96, 100-101, 117-129.

Santoro, E. (1986). Efectos de la Comunicación, Quito (Ecuador): CIESPAL, colección INTIYAN, pp. 67-91, 128-227, 271-312, 308-412

Sayago, E. (1993). Comunicación Organizacional. Psicología. Accesible Email: fxfoxito@hotmail.com.

Masuda, Y. (1985). Una nueva era de redes de información Global en "La Era Teleinformática", Accesible [http:// winred.com](http://winred.com)

ANEXOS

Anexo A

Nombre Empresa	Tipo de Empresa	Intranet	Efectiva
Merck Colombia S.A.	Grande	Si	Si
Unimec	Grande	Si	Si
Caprecom	Grande	Si	Si
Contraloría General de la República	Grande	Si	Si
A.R.P. Seguro Social	Grande	Si	Si
Bancolombia	Grande	Si	Si
Instituto de Desarrollo Urbano (I.D.U.)	Grande	Si	Si
DIAN	Grande	Si	Si
BASF Química	Grande	Si	Si
BIMBO	Grande	Si	Si
Porvenir	Grande	Si	Si
Suramericana	Grande	Si	Si
Universidad de la Sabana	Grande	Si	Si
British American Tobacco	Grande	Si	Si
Comcel	Grande	Si	Si
Humana Vivir	Grande	Si	Si
Colsubsidio	Grande	Si	Si
Suratep	Grande	Si	No
Credibanco Visa	Grande	Si	No
Colseguros	Grande	Si	No
Servicios Temporales Ubicando	Grande	Si	No
Cámara de Comercio de Bogotá	Grande	Si	No
Bellsouth	Grande	Si	No
Quaker State	Grande	Si	No
Colmena	Grande	Si	No
Bayer S.A.	Grande	Si	No
Banco de Occidente	Grande	Si	No
British Petroleum	Grande	Si	No
Flota Agulia	Grande	No	Si
Cablecentro S.A.	Grande	No	Si
Hospital Universitario de la Samaritana	Grande	No	Si
Laboratorios California S.A.	Grande	No	Si
Contraloría General de la República	Grande	No	Si
Caprecom	Grande	No	Si
Peldar S.A.	Grande	No	Si
Lacteos El Recreo S.A.	Grande	No	Si
Administraciones G yM Ltda.	Grande	No	No
Laboratorios Spai - Sous Ltda.	Grande	No	No
Velotax	Grande	No	No
Embajada del Canadá	Mediana	Si	Si
Planeación Distrital	Mediana	Si	Si
Fundación Unilatina	Mediana	Si	Si
Continental Airlines	Mediana	Si	Si
Hospimedics	Mediana	Si	Si
T.F.M. Servicargo	Mediana	Si	Si
Latino Bussines Intelligence	Mediana	Si	Si
Emtelco	Mediana	Si	No
Nortel	Mediana	Si	No

Agrocampo	Mediana	Si	No
Grupo Gutierrez	Mediana	No	Si
Tour Exito	Mediana	No	Si
Fiberglass	Mediana	No	Si
Promotec	Mediana	No	Si
Fedepapa	Mediana	No	Si
Auros	Mediana	No	Si
Aeromedios	Mediana	No	No
Psigma	Pequeña	Si	Si
R.H.T.	Pequeña	Si	Si
Pimicel	Pequeña	Si	Si
Axon	Pequeña	Si	Si
Prontos S.A.	Pequeña	Si	Si
Tempo	Pequeña	Si	No
Web Studio	Pequeña	Si	No
CGR Ltda.	Pequeña	No	Si
Goma Eventos y Publicidad	Pequeña	No	Si
Cotelco	Pequeña	No	Si
Thompson International	Pequeña	No	Si
Metalicas La Industrial	Pequeña	No	Si
Agroquímica ECIFONPA	Pequeña	No	No
Motomart	Pequeña	No	No
Servicultivos	Pequeña	No	No
Irrigaciones Ltda.	Pequeña	No	No
CGR Inseminación	Pequeña	No	No
Agua Viva	Pequeña	No	No

Tabla 1. Listado de empresas pertenecientes a la muestra total de investigación.

Anexo B

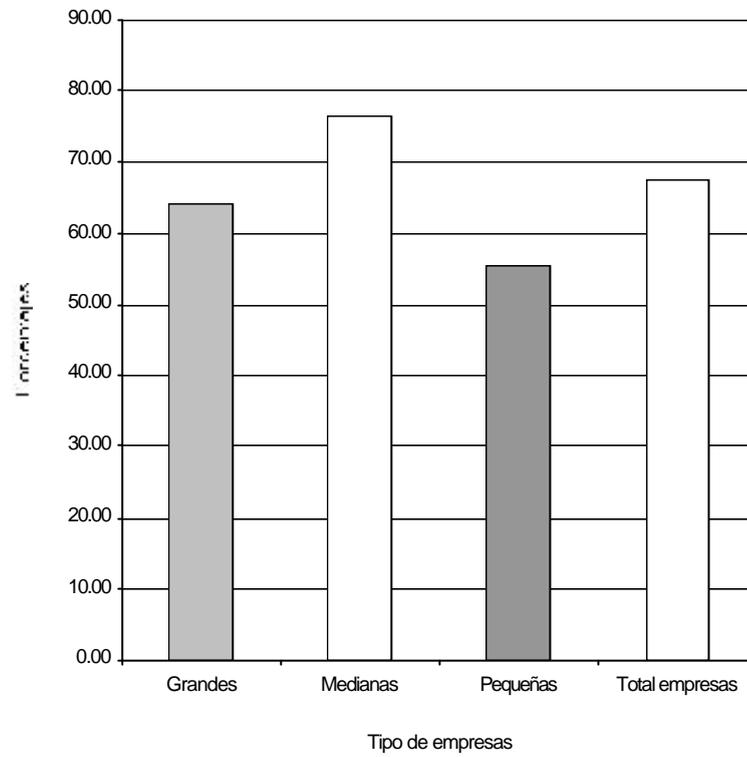


Figura 1. Porcentajes de efectividad en la aplicación del instrumento de investigación de acuerdo con la muestra de empresas escogida.

Anexo C

Tabla 2. MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	Entrevista Comcel	Entrevista Humana Vivir	BASF QUIMICA	Dian	BIMBO
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	4 años y medio	1 año	Nueve años	11 años	1 AÑO
	Outlook, Intranet Corporativa	Memorandos escritos e email	Intranet y había un periódico semanal que rotaba pero disminuyo su publicación y ya no lo usan.	Correo electronico e intranet, y correspondencia interna	formales e informales, todo por intranet por lotus notes,
Medios de comunicación interna en su empresa.					
	Medios ágiles de comunicación que permiten informar inmediatamente lo que se desea informar. Adicionalmente, cuando es una comunicación masiva, es el medio más adecuado. La desventaja es la poca relación interpersonal que se establece. Pues el mensaje en el mail debe ser muy claro para que sea entendible y no se tiene la oportunidad de profundizar si no es frente a frente. Adicionalmente, suele volverse una cadena de mails que no permiten una solución pronta. La intranet corporativa, es un medio agradable de comunicación, sin embargo este espacio en ocasiones se queda corto para informar lo que se tiene que informar y la intencionalidad del mensaje.	Fortalezas: rapidez, practicidad y agilidad. Debilidades: aún no existe una cultura constituida en la organización sobre esto, por lo cual puede no considerarse como un documento serio y por tal motivo NO es leído a tiempo.	La precisión, inmediatez, conciso y rápido de la información, lo otro es muy impersonal, antes con una comunicación uno la guardaba, era más tangible, la podía releer.	Escrito: recibe el documento escrito esta la garantía que se recibio, debilidades: esa correspondencia se guarda y no se sabe donde quedo o se bota...; en cuanto al electronico que es mas rápido, mas directo se evitan los tramites internos, cuando se necesita algo urgente se envia rapido, pero no se tiene la garantía que la persona lo miró, no tengo tiempo para mirarlo todos los dias y no hay muchos equipos. No se le da buen uso al correo electronico por disponibilidad de equipos.	fort: eficiente y no desplazarse por las dependencias es seguro que la persona lo recibio, herramienta en la que puede programar reuniones, desv: mensajes que no sirven y llegan el correo.
Fortalezas y debilidades de dichos medios.					
	Una herramienta muy efectiva de información masiva. También lo veo como un medio de agilizar procesos internos de la organización (como solicitudes por formato electrónico, inscripciones a diferentes eventos, etc.) Aclaro que es un medio de información,	Como un sistema bueno y ágil	Rápido, eficaz, pero impersonal.	Me gusta por la rapidez pero me da la impresión que se pierde la intimidad, uno ya quedo matriculado ahí, por los mensajes ridículos y vulgares pero es el siglo 21 y toca meternos al desarrollo, termino siendo un número más de la humanidad	Escencial, Herramienta vital
Percepción sobre Intranet.	3 años	6 años	Desde hace año y medio que lo pusieron en la empresa	Hace dos años desde que esta en la empresa.	desde que entre a la compañía
Periodo de tiempo manejando el sistema de Intranet.					

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Incorporación del sistema Intranet producto del outsourcing o del diseño.	Entrevista Comcel Diseño interno	Entrevista Humana Vivir Es un diseño interno de la compañía.	BASF QUIMICA Es un producto interno una mujer lo diseño y lo implanto luego vino otra persona y lo actualizo	Dian Creo que fue un diseño interno porque la dian tiene su centro de informatica.	BIMBO Es el modelo que se vende, es una licencia comprada.
Concepción sobre la necesidad de incorporar el sistema dentro de la empresa.	Por comunicación masiva. Sobre todo de temas de Gestión Humana. En este momento se eliminó el boletín mensual de noticias internas.	Para agilizar los procesos de comunicación	Por actualizarse, por no quedarse atrás.	Para agilizar la comunicación, porque estamos en todo el país, aquí en Bogotá hay 5 administraciones y con correo urgente, uno no se puede poner a esperar que llegue el correo	Porque el grupo Bimbo es muy grande en Latinoamérica y se necesita constante comunicación directa.
Procedimientos de capacitación o aprendizaje de la red interna de comunicación	Información en la misma intranet para poder usarla (manual). Adicionalmente la intranet está diseñada para cualquier tipo de persona y por lo tanto es muy fácil de usar. Es sencilla.	Manuales de funcionamiento	Se hizo un lanzamiento y luego hubo una capacitación, luego por grupos de personas, se capacitó sobre las distintas utilidades del sistema, porque había personas que no se acordaban ni siquiera de su clave.	No hubo capacitación, se les avisó en las reuniones, pero uno no necesita capacitación, el mismo sistema lo va llevando a uno.	No se pero se que lleva mucho tiempo, desde que empecé la empresa en Colombia
Tipo de información que maneja el sistema (texto, audio y video).	Texto	Texto y audio	Las tres, pero principalmente texto, para saber sobre información, normas como ISO, etc. Existe un video sobre la compañía, o se hace sobre los eventos y las personas pueden entrar a verlo.	Las tres supuestamente no he oído audio, pero principalmente texto.	Más que todo texto, se maneja tanto que la red se satura pero se puede video y audio.
Con quién o quienes se comunica dentro de este sistema.	Al interior de la empresa a nivel nacional	Con empleados, personas que buscan empleo, amigos, contactos externos necesarios para algún proceso de la organización	Parámetros: si no se permite la cadena de mensajes, se debe utilizar el mail solo con fines de la empresa.	Con compañeros, saludos de cumpleaños si hay rotación de las personas pues se comunica uno con ellos para no utilizar el teléfono, o con personas de otra entidad, también se envían emails a otras partes del mundo y a cualquier persona. Fuera y En la	
Cambios en el tráfico de información.	Lo agiliza	Sí claro, actualmente es mucho mejor que cuando no se había implementado este sistema.	Si pues claro, eficacia, información puntualidad, rapidez	Si, por que en cuestión de procesos es un medio que ayuda a agilizarlos en tiempo y todo, a mi no me gusta pero me parece bueno.	No se si antes pero ahora dependo de ella es una herramienta esencial.

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Actividades en las que se utiliza el sistema de Intranet en la organización.	Entrevista Comcel Actividades de gestión humana, informática, comunicaciones de presidencia, nuevas promociones y servicios de la compañía, formatos electrónicos de Gestión Humana, publicación de procedimientos de la compañía, información del fondo de empleados, manejo de procesos de selección, capacitación, inducción, reinducción, buzón de expectativas. Adicionalmente, se encuentran diferentes módulos según el tema de las áreas, es así como hay un modulo especial para los consultores de servicio en donde encuentran actualizada la información que dan a los usuarios.	Entrevista Humana Vivir Investigación, procesos de selección, información y servicios para el usuario, página Intranet.	BASF QUIMICA Solo para comunicación de la empresa hacia los empleados, el resto se maneja por email,	Dian Principalmente para jurisprudencia, enterarse uno de los conceptos y la normatividad que va saliendo porque semanalmente hay movimientos, clasificados y el correo interno para enviarse mensajes	BIMBO Para todo tipo de comun. Noticias. Comunicados, mail si tiene la dirección.
Parámetros específicos o reglas impuestas por la compañía para el uso del sistema Intranet.	Si. Hay administradores de la Intranet específicos por cada área. Solamente ellos puedes subir información a la intranet y actualizarla. Adicionalmente, la información a publicar tiene un procedimiento de revisión antes de ser publicada.	Si existen archivos de la compañía restringidos para determinado personal.		En cuanto a que el uso que se le de sea el adecuado, se hacen estudios si mensajes grotezcros llegan pero al veces llegan es de afuera de la empresa y no sabe uno como se meten a su correo.	Darle el uso adecuado no chistes ni nada
Motivadores e inhibidores para uso del sistema Intranet.	Considero que uno de los principales motivos para que las personas no utilicen este medio de información, es la poca destreza tecnológica que consideran tener, la falta de tiempo y la resistencia a los cambios.	Si, la utilidad del sistema depende del modo en que la empresa apoye a los usuarios de este sistema.	Motivadores, si al principio se hizo el show del lanzamiento y todo eso, incentivaban a las personas como la gran cosa, pero la cultura de las personas de verlo todos los días llegar y abrirlo no se da todavía en Colombia, e inhibidores el tiempo, porque es algo que requiere tiempo, requiere ser una actividad aparte, toca frenar la otra si se quiere consultar algo.	Motivadores ni inhibidores existen, la motivación es personal, los que no lo hacen es porque no les gusta o no saben utilizarlo.	Mot: es una herramienta esencial, si uno no lo tiene toca buscarselo, no hay inhibidores a excepción de las personas que no lo necesitan como vendedores externos.
Nivel de aplicabilidad para el usuario como persona.	Es aplicable en un alto nivel laboral	En un alto nivel tanto a nivel laboral como social.	Para todos los campos la aplicabilidad es a todo nivel como persona uno depende para todo de esto.	yo lo aplico en asuntos de normatividad, a nivel personal es muy poco porque es una herramienta de trabajo a nivel alto.	La intranet es totalmente laboral me sirve para mi desempeño laboral

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	Entrevista Comcel	Entrevista Humana Vivir	BASF QUIMICA	Dian	BIMBO
Ampliación de los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	se amplio totalmente.	Completamente, sobretodo en compañías grandes que lo utilizan para hacer contacto internacional con sus sucursales en otros paises.	En cuanto a la comunicación empresarial si, porque es interna eso es eficacia pero no es mejor, es mejor la externa porque se puede uno comunicar mejor con el exterior, antes uno no podía estar llamando todos los días a Suiza ahora si y pueden pedir trabajo y uno puede mandárselo pero uno no se comunica bien con el interior porque la información esta ahí por un momentico y después se pierde, además uno puede tener el cubículo a la altura de los ojos y no se habla con esa persona le envía un email, por lo tanto no se comunica.	Si claro por que cuando podia ud comunicarse con una persona en londres de un día para otro, para la empresa claro porque uno necesitaba una norma para atender un caso y uno tenia que movilizarse hasta otra oficina, buscar los archivos, sacar carpetas, biblioteca, decretos, sacar fotocopia, o solicitarlo por correo y llegaba a los cinco dias, en cambio ahora uno busca y en cinco segundos aparece lo lee y listo o lo imprimo.	Si a nivel de la organización, me siento mas comunicado, mas al día de la info.
Optimización en el desempeño laboral.	Los procesos de selección internos son comunicados por medio de la Intranet. Actualmente estoy desarrollando un proyecto para la administración de los procesos internos de selección por medio de la intranet. De esta manera se reducirá el tiempo de carga operativa.	Me ha servido muchísimo para mi labor en selección, ya que me ha ayudado a agilizar los procesos.	Si los ha optimizado a todo nivel laboral.	Si los ha optimizado	A sido bueno ya que me permitido poder responder de manera mas eficiente en mi trabajo
Influencia sobre la comunicación interpersonal.	En ocasiones se sienten efectos.	No mucho, a menos de que el interlocutor no sea muy expresivo o tenga una mala redacción, de resto, pues si uno se sabe comunicar y expresar las ideas, no da pie para malos entendidos.	Si obvio por lo anterior que dije.	Medianamente porque uno ya no se va a otro piso a ver a esa persona, para un favor, uno ya no lo ve, si se ve afectada, pero igual a mi no me queda tiempo para hacer visita si me tocara bajar.	no, porque si usted quiere profundizar utiliza otros medios, o va hasta alla o por la extensión telefónica etc.
Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	No tenia respuesta	Edad: 18 - 60 Sexo: M o F Rol: Laboral. Hobbies: Alguna actividad relacionada con sistemas.	Persona sin diferencia de sexo, de 20 a 45 años en cualquier tipo de empresa con un cargo medio familia medio alta, al igual que su estatus y educación por la disponibilidad del equipo.	Persona de 22 a 45 años, gente de un estrato 3 para arriba, de clase media, porque la de clase baja no tiene un acceso ni conoce, empleados, profesionales, aunque en los colegios se esta implementando no lo ejecutan como tal, sino para aprendizaje, ahora son empresarios, directivos con un buen nivel academico.	Cualquier persona la puede utilizar en cualquier área la pueden necesitar, sin genero, en cualquier empresa.

II. Conceptos Generales	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Asociación de Términos.	Entrevista Comcel	Entrevista Humana Vivir	BASF QUIMICA	Dian	BIMBO
1. Dialogo	Tema importante para tratar entre más de dos personas	comprensión	Hablar	Conversación	Comunicación
2. Computador	Herramienta	herramienta	información	trabajo	herramienta
3. Comunicación	Informar y relacionarse con un fin determinado	indispensable	hablar	expresion de sentimientos	dialogo
4. Información	Material	oportuna y veraz	datos	conocimiento	datos
5. Relaciones Laborales	Necesidad para que las cosas fluyan en la organización	adecuadas y serias	comunicación	comunicación y amistad	importancia
6. Imagen Corporativa	Símbolo que identifica a la empresa	cara de la empresa	continuidad	proyeccion de lo que se hace	mercado interno
7. Trabajo en Equipo	Herramienta	logro de metas	relacionarse	colaboracion	importancia
8. Intranet	Medio de comunicación e información	facilidad	informarse	medio de información a gran nivel	importancia
9. Red (Social y de Datos)	Relaciones y herramientas necesarias para lograr objetivos, Comunicación.	complemento ideal	comunicarse	interrelaciones personales	información
10.Oficina	Lugar de trabajo	lugar de desarrollo	trabajo	sistemas	lugar
11.Relaciones Interpersonales	Eje de funcionamiento	cálidas y atentas		lugar de desempeño laboral, afecto y amistad	importante
12.Tecnología	Avance necesario para todo	de punta	avance	avance ciencia,	lugar
13.Mensaje	Información	preciso	informar	comunicación de sentimientos	comunicación
14.Contacto	Punto necesario para informar o resolver alguna situación	ideal	interactuar	contacto físico o directo	comunicación

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	PORVENIR	Suramericana	Universidad de la Sabana	British American Tobacco	Caprecom
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	3 años	3 años	1 año y medio	1 año	5 años de planta, un año de contrato.
	todo Sistematizado, por Outlook y Nuestranet	intranet, teléfono, fax, medios audiovisuales	intranet, y las publicaciones	mail dentro y fuera de Colombia	Intranet que es una herramienta supervaliosa. De todas formas utiliza fax, teléfono cuando de una regional no contestan. Todo lo más posible por el sistema.
Medios de comunicación interna en su empresa.					
	la ventaja es que todo queda referenciado si se mando algo, hay una base de datos y es rápido de mail a mail, no hay necesidad de ir a otra oficina. desventajas cuando se cae la red, quedamos bloqueados porque no hay otra forma, apunta de teléfono	dos últimos, pues ya obsoletos, el teléfono buenísimo, porque se trabaja por extensiones, debilidades del sistema porque fallan, fortalezas es que es muy rápida y se utiliza para todo.	las publicaciones poseen dos ventajas porque le llegan a las personas que no tienen la tecnología porque es tangible, pero la desventaja es que se demora mucho en llegar es el tiempo de respuesta. Ventajas: Abre mas la comunicación. Desventajas: dependemos de algo externo a cada persona , se trastornan los procesos, se puede despersionar la comunicación	Es impersonal, a veces la gente no lo lee así uno insista con un check, se puede borrar por error, a veces se demora mucho, no llega a tiempo, solo los grados gerenciales la tienen, ventajas es que es seguro porque va dirigido a esa empresa	Áreas para mejorar, es de la utilización que la gente hace del sistema, cosas ese tipo, que están prohibidas, es decir fue necesario hacer un reglamento para evitar eso, esta es una herramienta de trabajo y uno no puede ponerse a desperdiciarla. A veces por la inmediatez, tu cometes un error y el error se te fue, entonces inmediatamente otro correo corrigiendo el anterior, pero básicamente son cosas como siempre a mi modo de ver son muchísimas más las ventajas que las desventajas.
Fortalezas y debilidades de dichos medios.					
	Es una herramienta muy útil de consulta y permite ver cosas importantes, mucha información, de la compañía todo el mundo llega y se conecta a red, mira su mail, todos tienen su computador, puedo ver cuando cumple años mi jefe.	Herramienta básica para el buen desempeño en todo.	herramienta muy útil de comunicación, que si se sabe manejar mejora procesos de gestión	Es una herramienta poderosa pero todavía falta por explotarla a nivel local	Es que es impresionante cómo se agiliza, cómo se hace rápido. Tu necesitas algo y es ya!, El sistema tiene un sistema de seguimiento entonces, yo se si abrieron el correo o no lo abrieron, si lo leyeron o no lo leyeron, entonces uno puede controlar la información que
Percepción sobre Intranet.					
	Tres meses antes todo era por Outlook	3 años	1 año y medio	1 año	Yo creo que ya lleva más de 1 año y medio.
Periodo de tiempo manejandoel sistema de Intranet.					

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Incorporación del sistema Intranet producto del outsourcing o del diseño.	PORVENIR Es un producto interno desarrollado por los ingenieros de la compañía.	Suramericana Por outsourcing	Universidad de la Sabana diseño interno, por el departamento de sistemas	British American Tobacco Es un diseño interno llevara 6 años en la empresa, casa matriz londres	Caprecom Se desarrollo acá, capacitaron a la gente y comenzaron a llegar las regionales, yo creo que hay 15 conectadas en red directa y a través de Intranet el resto
Concepción sobre la necesidad	Porque el correo se sobrecargaba la red por los emails, corrían virus.	Porque suramericana es líder en las comunicaciones y no se puede quedar atrás	para agilizar los procesos de comunicación, esto reduce costos y llega mas directo	Por la necesidad de rapidez para contactarse con los empleados porque por e mail se demoraría una eternidad, se necesita hacer mas publica la información	por el tipo de entidad que somos, nosotros dependemos de las bases de datos, por ser nosotros EPS, ARS, IPS, requerimos de sistemas de información, eso digamos para darle cumplimiento a la ley
Procedimientos de capacitación	Nos enviaron por mail las instrucciones. es fácil de usar.	Se instalo el Outlook dieron unas bases de tres días y ya	yo no recibí inducción y hay cosas que no se usar porque hay un manual pero yo llegue cuando ya estaba el sistema, uno se enfrenta al programa y empieza a usarlo	igual que el manejo de Intranet, buscando, cacharreando	Si por grupos teníamos que ir a la oficina, entonces nos explicaban cómo se hacía, y en principio dejaron el sistema completamente abierto, para que todo el mundo le cogiera la goma, digamos los 5 o 3 primeros meses.
Tipo de información que maneja	Texto, principalmente permite todas y se manejan todas.	9. Todo. principal texto	Preferiblemente texto, lo que le llega a uno en correo utiliza los otros	tiene de todo, es muy completa, se utilizan mucho las tres en diversas actividades	Texto, casi ninguno de los computadores tiene unidad de audio, le ponen depende de las necesidades
Con quién o quienes se comunic	Con todo el mundo porvenir dentro de aquí, las oficinas y con el resto del país.	Con todos a nivel nacional y dentro con los asesores	Con miembros de comisión de facultad, registro académico, ocasionalmente con humanidades	Mundial, con londres, rrhh, en Latinoamérica con chile muchas personas	Con todas las personas de la Empresa y regionales que poseen sistema de Intranet.
Cambios en el tráfico de inform	Si ya no se pasan cadenas de un lado a otro, porque estas cadenas dañaban los computadores con virus, sino que ahora pedimos lo que queremos por intranet.	Si, ha mejorado bastante.	se reducen los intermediarios, como el mensajero, la secretaria, no hay sino el emisor y receptor, no hay tráfico	Si porque es mas personal la publicación, uno la pone por Intranet por un tiempo determinado y el que lo quiera consultar lo baja a su computador, no se dejan documentos en cola ni se pone pesado el servidor.	El tráfico a pesar de que esta entidad tiene que mantener todavía soportes escritos de todo porque somos una entidad prestadora de servicio.

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	PORVENIR Todo tipo de actividades, que involucren información, consulta, correo interno, información personal, actividades de la empresa.	Suramericana Para los asesores todo para pólizas, para selección, ventas, estadísticas.	Universidad de la Sabana toda la información de las áreas que tienen que ver con mi cargo, actas, orden del día, etc este año se dejaron de utilizar tangibles	Dritish American Tobacco Acá en Colombia empieza con publicar certificados y nomina, para RRHH. MARKETING, para consultar proveedores, consulta y operaciones de RRHH	Caprecom Una de las cosas que manejo, yo manejo un módulo que se llama módulo de ausentismo laboral, entonces yo dependo de la información que envían las regionales para poder alimentar el módulo en el sistema Cactus. Por otro lado yo manejo la parte de ubicación, la gente en las regionales y en diferentes partes la cambian de puesto por requerimientos. Acceso a otras carpetas, novedades de recursos humanos, sistema compartido de empresas pública con controles estatales.
Actividades en las que se utiliza					
	No hay limitaciones, esta sin código acceso ilimitado	Si no se pueden mandar videos en power point, cada persona tiene su clave, su computador	si esta dirigido por niveles de seguridad en el área de sistemas, información que le va a llegar a todas las personas, ellos la verifican, excepto lo que es el correo directo para una persona. Yo puedo escribirle a cualquier persona de la comunidad académica, adicional hay recomendaciones sobre el uso de la red.	No se debe comunicar información personal a nivel mundial, políticas de seguridad, códigos de acceso etc.	Después de que nos dejan abierto, entonces habian 10 correos de cadenas, entonces la oficina de gestión nos preguntó a todos, así como le ve las cosas buenas, que usted, cómo debió organizarse, la oficina recopiló todo eso, lo organizó, lo analizó en el comité de sistemas y se reglamentó.
Parámetros específicos o reglas					
	Mas motivadores que inhibidores porque hay premios para las consultas del día, información sobre las personas, es una pagina de Intranet muy colorida y bonita, todo el mundo llega y lo primero que hace es conectarse.	Motivadores: trabajo eficiente, rápido. Desventajas: por tanta filtración se limita el correo.	inhibidores la caída de la red genera malestar, porque se reduce la confiabilidad pero por la tecnología, no por la red	Hay motivadores como pollas mundiales. Porque la empresa patrocina un equipo de F1, y cosas así, inhibidores no hay.	Motivadores: la agilidad, la inmediatez, la posibilidad de comunicarse cuando uno antes con una regional era por teléfono, la rapidez, la seguridad. Inhibidores: El mal uso.
Motivadores e inhibidores para t					
	Todo el santo día lo uso, adicional del trabajo.	Que es para todo el mundo	yo diría medio o bajo, porque mi cargo exige una relación más personal, uso mas la entrevista	Es un canal de comunicación que uno puede utilizar mucho, en cualquier organización pequeña o grande, uno puede ahorrarse mucho, para mi es de un 100%	Acceso a otras carpetas, novedades de recursos humanos, sistema compartido de empresas pública con controles estatales.
Nivel de aplicabilidad para el usi					

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	PORVENIR	Suramericana	Universidad de la Sabana	British American Tobacco	Caprecom
	Si terriblemente ahora se compran y se venden carros entre compañeros, casas, es bastante bueno, mayor comunicación uno se conoce ya con otros	No porque se utiliza la red 100%	dejan de usarse mas canales y se usa uno sólo para todo. ese canal es mas amplio y reduce el uso de los otros canales amplia la comunicación pero no los canales	Si aumentan los sistemas para comunicarse porque puede uno conocer mediante un directorio mundial saber muchos datos de una persona, saber quien es donde y como contactarla, con foros y discusiones sabe ud que hacer en diferentes situaciones etc.	La parte de correspondencia sigue funcionando. Ese puede ser un inconveniente, como tu tienes un correo y necesito alguna información, no se si ya la han pedido. No hay un único canal de información con las regionales.
Ampliación de los canales de co					
	Si se ha optimizado porque ahora es algo muy rápido, se mandan las soluciones y se recibe la información muy rápido.	Si buenísimo	si ha mejorado optimizado, a nivel interno todavía no hacia el externo, en las actividades internas	desarrollado una herramienta para recursos humanos y la estoy implementando y ampliando, ahí esta lo de desempeño y optimización	Se han optimizado procesos.
Optimización en el desempeño I					
	No ha colaborado a que haya mas comunicación interpersonal, antes ha servido para comunicarse mejor.	Personal Si pero en realidad hay mas acercamiento porque en este medio uno esta muy ocupado y esto ha acercado mas a las personas nos relacionamos mas	Nunca porque yo no reemplazo mi comunicación por el uso de la intranet, no se reemplaza como tal, eso pasa aquí solamente.	No, por ejemplo a nivel local la gente se puede volver mas perezosa, pero a nivel internacional es necesario hay mas comunicación	Dejas de tener la percepción, el comporta
Influencia sobre la comunicaciór					
	Profesionales, entre 25 y 35 años, hombres y mujeres.	cualquier persona diferencia de sexo, edad, todas las personas podrían manejar intranet desde cualquier cargo el mas bajo que lo necesite	personas entre 25 y 35 años, que les gusta planificar o dentro de las prioridades les gusta la importancia de la gestión, que no necesita mucho contacto, que pueda trabajar sólo alguien que puede ser mas un hombre porque una mujer muy ejecutiva donde prima la eficiencia tiene que tener contacto, y mas en mandos medios	En una empresa no existen estratos sociales, que tengas un computador, lo consultan las personas de 22 a 35 años, ambos sexos un poco mas hombres nivel de educación universitario.	Cualquier persona que se pueda sentar frente a un computador y tenga acceso a el, niño, grande, viejo, yo pienso que cualquier persona que quiere decir cualquier cosa, yo pienso que aquí en una entidad todo el mundo debería tener acceso aportar todos en muchos sentidos diferentes
Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.					

II. Conceptos Generales	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Asociación de Términos.	PORVENIR	Suramericana	Universidad de la Sabana	British American Tobacco	Caprecom
1. Dialogo	Interacción	entendimiento	comunicación	Avance	correo
2. Computador	herramienta	importancia	concentración	entendimiento	sistema
3. Comunicación	es lo mas importante	entendimiento	información	clima organizacional	imágenes
4. Información	poder	dialogo	organización	estratificación de procesos	datos
5. Relaciones Laborales	buena comunicación	compañerismo	reglas claras	clima organizacional	bienestar
6. Imagen Corporativa	lo mas importante para mantener una em	progreso	identidad hacia fuera	unidad	caprecom
7. Trabajo en Equipo	mejor desempeño	operación	personas al máximo	imagen corporativa	amigos
8. Intranet	herramienta	agilidad	optima comunicación	globalización	Colaboración
9. Red (Social y de Datos)	comunicación, información	colaboración, nde datos: conectar	red de apoyo y una telaraña	sistemas de información	Información
10.Oficina	espacio de trabajo	lugar de trabajo	trabajo	lugar de trabajo	espacio
11.Relaciones Interpersonales	comunicación	amistades	ser persona	forma de trabajo	amigos
12.Tecnología	oportunidad	crecimiento	optimización de trabajo	plataforma para destacarse	información
13.Mensaje	comunicación	entendimiento	información con orientación	parte de la comunicación	comunicación
14.Contacto	ayuda	entendimiento	interacción	parte de la comunicación.	afecto

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	Contraloría General de la República	ARP Seguro Social	Bancolombia	IDU	MERCK
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	10 años	7 años	8 años	3 años	3 meses
Medios de comunicación interna en su empresa.	Correo electrónico, Intranet, oficios, fax y teléfono	inicialmente hemos trabajado comunicación muy distante a lo que en este momento hemos llegado a alcanzar, me explico trabajábamos con una red pequeña, una red LAN, punto a punto donde se transfieren y se intercambian archivos, posteriormente se trabajó con fax MODEM, que ese sistema ya cambio desde el año pasado y después entramos a la fibra óptica.	Intranet, telefono, comunicación interna, memos, etc.	Memorandos, circulares, Intranet.	el personal, Lotus Notes, memorandos y comunicaciones escritas y formales
Fortalezas y debilidades de dichos medios.	Dificultad de comunicación telefónica, debilidades: a veces no llega, muchos problemas.	Más debilidades que fortalezas, por lo menos se contaba con una opción de comunicación que era el fax MODEM, que es supervital para tener acceso a grandes bases de datos y consultar algunos programas eso era clave. Las debilidades eran que pues la comunicación era supremamente lenta, se caía bastante, y tenía unos limitantes, unos rangos de horario para poder acceder a esas bases muy limitados y que se represaba mucha información, por la misma lentitud de la comunicación.	fortalezas: contacto directo con quien requiero, debilidades: se pierde el contacto físico.	F: sabe uno para donde va, que se quiere y que se está haciendo. D: muchas veces, no todos tienen computador, no se enteran, la gente que llega nueva, todo lo que es por escrito casi siempre llega. Con intranet, ahorra papelería y es más rápido. Se está dejando a un lado el envió de memorandos y circulares	Debilidades de los escritos: echar al agua a la gente Fortalezas de la Intranet: muy bueno porque agiliza la toma de decisiones, es asequible todo el tiempo, disponible funcional evita papeleo, manejo de documento. Debilidades Intranet: es burocrático, algunas lo usan otras no
Percepción sobre Intranet.	En algunos casos muy buena, fabulosa, no es necesario ausentarse del sitio de trabajo, evita ausentismo del sitio de trabajo.	Yo la percibo como un elemento esencial primordial para lograr unir los procesos que se manejan acá. La Intranet en este momento es una fuente donde tenemos comunicación casi directa, estar al día en cualquier solicitud que haga cualquier punto del seguro a nivel nacional.	Agilizan muchos temas de comunicación, comunicación más rápida,	Herramienta de trabajo y de comunicación	Medio ágil, permite agilizar trámites urgentes
Periodo de tiempo manejando el sistema de Intranet.	Hace más o menos 1 año que la manejo	La fibra óptica lleva más o menos unos 6 meses en esta área, ya está implementada en otras áreas del seguro social ya lleva su tiempo 5 o 10 años,	6 años	1 año	3 años, desde el empleo anterior

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Incorporación del sistema Intranet producto del outsourcing o del diseño.	Contraloría General de la República Creo que lo implementó aquí mismo la oficina de comunicaciones y prensa con el apoyo de sistemas, se hizo lo de la red óptica, no se contrató.	ARP Seguro Social Desconozco un poco esa parte, pero tengo entendido que hay aporte del seguro, como aporte externo, con los diseños e interno con la distribución en las áreas.	Bancolombia fue con ayuda externa, outsourcing	IDU Creo que todo se maneja con contratos externos pero se coordina desde la oficina de sistemas	MERCK fue externo, lo usa la empresa a nivel mundial Lotus Notes
Concepción sobre la necesidad de incorporar el sistema dentro de la empresa.	Por las auditorías, la misión y la visión de la contraloría es auditar el heralio público, o sea, se va a las entidades, ese medio ha ayudado a comunicarse con las diferentes entidades.	Precisamente, por que en esta gerencia, se manejan unas áreas digamos que son representativas, que son las claves donde se manejan recursos económicos, prestaciones económicas y necesitan hacer comprobaciones de eso, más debido a esa razón, a consultas de gran cantidad de información, era super importante tener esa comunicación.	cuestión de mercadeo, del crecimiento interno de la empresa, servicio del cliente interno y externo.	Rapidez y mayor comunicación, agiliza procesos en muchas cosas	Es un medio de comunicación parecido al teléfono, es mucho más económico, no hay tanta congestión, es ágil, funcional y práctico
Procedimientos de capacitación o aprendizaje de la red interna de comunicación	Ninguna, compañeros y experiencia.	Bueno, en este momento, como el sistema es nuevo hasta ahora se está planificando esa parte, porque esa red es muy robusta, muy confiable, muy segura y pues 6 meses es muy corto para darle las debidas seguridades, direccionamiento, estamos en eso de determinar el protocolo definitivo una vez se tengan todas las direcciones uniformes se entran a programar capacitaciones, que ya se tiene un área específica para eso.	Se hace una capacitación directa a los que manejan el sistema, se capacitaron los directivos y ya van capacitando personal interno y estos funcionarios se encargan de capacitar a niveles más bajos.	Ellos siempre sacan manuales para el manejo de ese tipo de sistemas, igual yo no lo tuve, porque para mi es muy sencillo de trabajar.	Hay capacitación dentro de la empresa, pero no tengo la capacitación, lo aprendí a manejar por práctica
Tipo de información que maneja el sistema (texto, audio y video).	Sólo texto mensajes de Intranet para abrir información normativa, información Administrativa, mensajes informales.	Bueno en este momento, la información que más se maneja es de texto, la implementación del audio viene más adelante, la parte de sonido poco se ha trabajado, pero también está planificada, por ahora 100% texto.	se maneja la agenda, se maneja un sistema que controla procedimientos internos del banco, comunicación por texto. Además el banco tiene pagina web que maneja texto, audio y video.	Solo texto e imágenes de Word, Excel, power point. de direcciones a subdirecciones para fechas de plazos de entrega, programaciones, eventos, capacitaciones y a nivel interno entre nosotros para enviarnos información general de los procesos que se siguen en el IDU	técnica, control de cambios, memorandos, notificaciones, invitaciones, reuniones, se maneja únicamente texto, en el cargo que yo estoy, gerentes de división manejan video
Con quién o quienes se comunica dentro de este sistema.	Con todos los funcionarios de la empresa de esta dependencia, así como de otras dependencias	Nos podemos comunicar en este momento	Dentro del banco con el área financiera, y	con todo el IDU, o sea yo puedo enviar a una sola persona, a todo el depto, o a todo el IDU	Compañeros de trabajo, superiores, y otra
Cambios en el tráfico de información.	Si, más rápido y eficiente, sin desmeritar que hay que dejar constancia de lo escrito, a veces dicen que la información no les llegó.	Los canales los tenemos bastante abiertos 100% pero en un corto plazo por razones de seguridad va a tender a restringirse un poco.	Se han ampliado y canales de comunicación de doble vía, agilidad, rapidez,.	muchísimo	Bastante, el papeleo sigue existiendo en la empresa por la delicadeza de fabricar un producto, evita tanta congestión, tanta firmadera

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Actividades en las que se utiliza el sistema de Intranet en la organización.	Contraloría General de la República Básicamente mensajes con las diferentes gerencias departamentales, cuando necesito información de capacitación, detección de necesidades y de normatividad más que todo con Jurídica es mucho más fácil que telefónicamente	ARP Seguro Social Estamos utilizando esta Intranet con el fin de manejar todo nuestro correo interno, por ejemplo, actualizar la agenda de la gerencia, recibir programas, enviar archivos, recoger información por ejemplo de empresas que vienen cotizando mensualmente, ese es el fuerte.	Bancolombia Información del periódico y revistas, información tanto al cliente interno como externo.	IDU	MERCK También funciona como agenda, puedo manejar texto y video, para mandar correo externo (Chat), pero no me está permitido
Parámetros específicos o reglas impuestas por la compañía para el uso del sistema Intranet.	No, en Intranet si, límite de uso, que si es profesional tanto, que si es administrativo tanto, que si es directivo, etc. que trate de usarse de la forma más correcta. En Intranet quedan registradas todas las búsquedas.	Básicamente lo que son los password de acceso a usuario y cuando son carpetas también tiene una contraseña, se está mirando que otros alcances tiene la red para así incrementar la seguridad.	Tienen regulaciones, información netamente de trabajo o laboral, los archivos que no corresponden el sistema los borra automáticamente, no hay restricciones en cuanto a tiempo, pero no todos los empleados pueden acceder al sistema.	si, es únicamente para uso laboral, mande	Si hay, cada usuario tiene un único código, está condicionado a ciertas funciones porque no estás habilitado, no introducir software que no esté autorizado legalizado
Motivadores e inhibidores para uso del sistema Intranet.	Motivador: comunicación constante con muchos puntos, acorta distancias, te enteras de todo, formas una red de apoyo Inhibidor: al jefe no le gusta, él cree que abrir el correo es molestar, a veces el jefe es el que está metido en eso.	Por ejemplo, una motivación para aplicar a Intranet es que estoy ahorrando mucho tiempo, movilización, trasladarme de un punto a otro, ahorro bastante tiempo. Que me inhiba, el problema de los virus, de resto tiene más motivadores que inhibidores.	Motivadores: comunicarte con personas que no estan cerca, pedir información que uno necesite en un corto tiempo. Inhibidores: la perdida del contacto físico que es muy importante, no poder expresar sentimientos con el lenguaje no verbal, no hay parte emotiva, emocional.	M: todo el tiempo por que llego y está prendido, llego a revisar el correo, se entera que está pasando en el IDU, todo el tiempo estoy metida, manejan los manuales y formatos es una herramienta de consulta también, periódico del IDU, están los objetivos, políticas, organigrama, misión y visión. Publican fotos de los proyectos y licitaciones, sacan encuestas para medir el personal. I: no siempre está actualizada la página, o no encuentro lo que necesito con	M: ahorro de desplazamiento y de tiempo en la comunicación, inmediato, no lo dejaría de usar es indispensable
Nivel de aplicabilidad para el usuario como persona.	Para las convocatorias	hay una opción que de pronto no hemos explotado mucho que es una especie de correo interno que nos va a facilitar incluso la comunicación telefónica.	No se me ocurre ahora mismo en que más	posibilidades de diseñar nuevos procesos, mejorando continuamente procesos o actualizando los viejos	Medio de capacitación, encuentras todos los procedimientos que maneja la compañía, reglamentos internos, protocolos de las reuniones, formatos de presentación de proyectos

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	Contraloría General de la República	ARP Seguro Social	Bancolombia	IDU	MERCK
Ampliación de los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	Sí lo he visto los comunicados le llegan a todo el mundo del contralor para abajo, aunque se presentan problemas con las auditorias, las personas de auditoria son las que menos se enteran, falta divulgación.	Los canales los tenemos bastante abiertos 100% pero en un corto plazo por razones de seguridad va a tender a restringirse un poco.	Se han ampliado y canales de comunicación de doble vía, agilidad, rapidez,.	totalmente ampliados	Son muy abiertos, inclusive internacional
Optimización en el desempeño laboral.	SI	por supuesto, claro, indudablemente que se actualizan, por ejemplo software, se actualizan las bases mucho más rápido, y se tienen respuestas a solicitudes que ellos mismos nos hacen de una forma mucho más rápida.	en el factor tiempo	Si, por los formatos que necesito para cumplir con mi trabajo todo lo bajo de intranet	Informes de todas la auditorias, los reportes los hago en este medio.
Influencia sobre la comunicación interpersonal.	Un poquito, mensajes cortos a nivel personal, pero es más comunicación laboral, se conocen otras personas en donde se conectan por medio del trabajo.	De pronto no es lo mismo hablar al frente de otra persona y decirle como son las cosas percibir esa relación más directa que hacerlo en Intranet, pero igualmente veo una compensación de otra forma, en una reunión o en otras cosas. También me puedo comunicar con personas que a veces ni veo, y las veía a cada año, ya es mucho más fácil tener contacto, ya no verlas pero si	De pronto por que lo que uno escribe la otra persona lo puede mal interpretar, se pierde emotividad, los gestos, todo, la alegría.	No, porque siempre se hace una inducción, puedes buscar a la gente para que te explique por ejemplo como se llena un formato nuevo	En cierta manera, porque no siempre voy a encontrar la persona, disminuye la cercanía
Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	Cualquier persona, absolutamente cualquier persona que deje el miedo al computador, cualquier funcionario debe de usarlo es más sencillo, desde la niña de aseo, hasta el señor contralor.	Pues inicialmente yo pensaría que tiene que haber un mínimo de conocimientos en sistemas por que para evitar esa dificultad que esos contratiempos por lo menos debe haber una capacitación previa para las personas que usan esto, lo otro es decir, la idea es que esto no es cosa del otro mundo, sino que cualquier persona puede tener alcance pero previa capacitación.	No, yo creo que desde que le enseñe a la persona a manejarla no creo que exista discriminación alguna.	No, cualquier persona que maneje un computador, puede manejar intranet, depende del diseño de la página	No hay un perfil definido, todas las personas pueden tener acceso, aunque muchas personas prefieren utilizar medios tradicionales.

II. Conceptos Generales	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Asociación de Términos.	Contraloría General de la República	ARP Seguro Social	Bancolombia	IDU	MERCK
1. Dialogo	mensaje	contacto	Comunicación	amistad	personas
2. Computador	elemento valioso	transferencia	trabajo	Herramienta de Trabajo	información
3. Comunicación	Indispensable	unión		necesaria	conversación
4. Información	necesaria	datos	para conocer	actualización	control
5. Relaciones Laborales	excelentes cuando son puntuales	medio desenvolvimiento diario	compañeros	buenas	responsabilidades
6. Imagen Corporativa	buena alta tecnología	Good Will	lo que es la empresa ante el cliente exterr	IDU	good will
7. Trabajo en Equipo	bueno pero el computador lo aleja un poco	Proyección	grupo	participación de todos	un solo norte
8. Intranet	fabulosa	agilidad	Comunicación a todo nivel	Herramienta de Trabajo	internet
9. Red (Social y de Datos)	limitada	Interrelación	Personal	cadena, enlace	comunidad
10. Oficina	bastante extensa	Centro	donde uno va a trabajar	trabajo	organización
11. Relaciones Interpersonales	Buenas cuando hay compañerismo	Interrelación	con los demás	compañeros	respeto
12. Tecnología	fabulosa	avance	sistemas	actualización	desarrollo
13. Mensaje	estar en la jugada	destino	el que se recibe, se da en el dialogo.	una palabra	alerta
14. Contacto	bueno de vez en cuando	Exteriorizar	acercamiento	estar rodeado por personas	personal

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
	UNIMEC	COLSEGUROS	Unilatina	PLANEACION DISTRITAL	Hospimedics
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	2 años	22 años	3 años	25 AÑOS	12 años
	medios escritos, telefónicos, fax e intranet	mail, básicamente intranet y teléfono.	Intranet, teléfono	telefono, y la red, y correspondencia	Intranet, teléfono
Medios de comunicación interna en su empresa.					
	Debilidades de los impresos: hay muchos pasos implicados en el proceso, ventaja: existe el soporte físico, y la cultura de creer en lo tangible. El teléfono tiene como desventaja la línea ocupada y tiene la voz como ventaja. Con medios electrónicos la ventaja es la velocidad y la oportunidad en que uno está recibiendo y emitiendo, inmediato, múltiple, dinámico, comunicación ágil.	Nos comunicamos con mucha gente a nivel internacional, creo que por teléfono saldría mas costoso, por lo tanto la comunicación por mail, es rápida y tiene la ventaja que todo queda referenciado, el problema es cuando se cae la red.	l: la rapidez, si se es conciente del medio, desventajas: pero no son concientes del medio y cuando ase va la luz.	c: ventajas lo que esta tangible escrito, radicado,tecnologico : es gradable rapido, pero se puede perder la informacion o borrar , tiene cantidad de cosas buenas, acerca distancias al igual que el medio telefobico	teléfono: por celular avante ventajas comunicación directa, económica, debilidades de los sistemas que entre mas avance mas problemas, memoria etc, se cae la red, ventajas rapidez.
Fortalezas y debilidades de dichos medios.					
		Intranet es un medio en el cual puedo encontrar todo lo que necesito sobre otros departamentos.	Medio muy efectivo.	excelente, es bueno interesante, innovador. Estoy encantada.	Muy útil y muy necesario inclusive estando en el mismo edificio, agilidad
Percepción sobre Intranet.					
	2 años	2 años	2 años	Desde hace dos años	6 años
Período de tiempo manejando el sistema de Intranet.					

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
Incorporación del sistema Intranet producto del outsourcing o del diseño.	UNIMEC	COLSEGUROS Es de carácter interno a nivel internacional	Unilatina Diseño interno, se diseño de acuerdo a los requerimientos.	PLANEACION DISTRITAL Por outsourcing, estudio por fuera	Hospimedics diseño propio por los ingenieros y los sistemas por outsourcing
Concepción sobre la necesidad	Por lo que es una empresa de Salud, la ley exige tener sistematizada la información, para garantizar la eficiencia y confiabilidad, teniendo el gran número de afiliados	Porque es una forma segura y agil de transmitir información de manera sencilla y casi sin posibilidad de cometer errores	Porque había mucho papeleo	Por que en esta era si no se hace nos quedaríamos atrasados, la mayoría maneja comunicación por sistemas es interesante considero que se debe estar, todas las demas entidades ya lo tienen.	la actualidad, si no eres ágil ante el mercado no estas al margen
Procedimientos de capacitación	si recibimos capacitación con respecto a las funciones que tiene el Intranet, así como todas sus potencialidades.	De manera utodidacta es un sistema sencillo de operar.	El ingeniero la instalo nos explico y después pues propiamente cacharreo	Cursos de introduccion y luego colocaron el sistema con un ingeniero que explico mas a fondo como iba a funcionar el sistema y el resto nosotros incursionando propiamente.	Algunas capacitaciones internas y el conocimiento propio de las personas
Tipo de información que maneja	yo manejo solo texto, pero la empresa cuenta con Net meeting, correo de voz a través del teléfono, algunos puntos estratégicos de la empresa cuentan con la cámara, entonces pueden verse escribirse y oirse.	Regularmente se utiliza texto pero en algunos casos se utiliza texto y video.	Mas texto que las otras dos	Texto, pero hay computadores que manejan todo lo demas.	básicamente texto pero ocasionalmente las tres cuando es necesario
Con quién o quienes se comunicó	Clientes internos de la empresa, regionales	Me comunico con gente de otros paises que hacen parte de la alianza y con gente de otros departamentos de esta regional.	Con todos los niveles, mayores menores y entre iguales decanos.	Me comunico con todas las oficinas a las secretarías y para el manejo de expedientes con otros edificios, todo el manejo interno de la correspondencia.	Con todas las personas, dentro de la división y fuera de esta
Cambios en el tráfico de información	Ha mejorado, por su utilidad y posibilidades de aplicación, la referencia y contrarreferencia del mensaje	Si es mucho mas fácil para todo el mundo.	No pues que llega mas rápido.	Si, la rapidez con que se consiguen las cosas y acceso a mas informacion	Claro los comportamientos de las personas, tienen que cambiar para aprender a acostumbrarse al sistema, buscar una imagen para trabajar sobre ella cambiar el papeleo.

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
	UNIMEC	COLSEGUROS	Unilatina	PLANEACION DISTRITAL	Hospimedics
	Múltiple, correo, memorando, asignación de recursos, diseñar documentos normativos, directrices,	Para dar al personal información interna de la compañía, tal como ventas, estadísticas y diversas actividades.	Netamente administrativas	Manejo interno de correspondencia, comunicación con otras entidades como la alcaldía y toda esta red.	Prácticamente todas las áreas la utilizan entre si y para uso propio

Actividades en las que se utiliza:

El acceso tiene una clave

No se puede usar la intranet para actividades que no son de la compañía.

Que se utilice para lo que debe ser

Recomendaciones de cuidado con el equipo, no saturar la red, no todos tenemos acceso a Intranet.

Claro, restricciones para acceder a algunos tipos de información para la cual algunas personas no deben tener el acceso. O no están autorizadas

Parámetros específicos o reglas:

motivadores: oportunidad del mensaje y efectividad uno se vuelve concreto y oportuno. Inhibidores: puntos con problemas técnicos o cuando se formaliza el oficio

Y los inhibidores es que a mucha gente le dan miedo los computadores o no han sido capacitadas para operar dichas partes de la intranet. Considero que la motivación hace referencia a cada persona, debido a que se puede obtener información mucho mas rápido. El inhibidor principal es no todo el mundo es hábil para operar los computadores y por lo tanto no aprovecharian al maximo este sistema.

Motivadores: la rapidez, inhibidores la luz o la red que se caen.

Inhibidores porque debería haber un poco mas de acceso a nivel general

Motivador: la utilidad de los sistemas y las comunicaciones, inhibidores: problemas con las actualizaciones de los sistemas que al veces se termina estando mas atrás que al principio.

Motivadores e inhibidores para:

La parte social y organizacional ya que el correo se utiliza como comunicación de cumpleaños, mensajes motivadores, artículos interesantes de crecimiento personal, función de comunicación social

Mi trabajo depende directamente de la utilidad de los sistemas de la compañía los manejo la mayoría del tiempo

Exclusivamente para la Estructura física. Se usa para lo que es.

Pienso que aunque me falta mucho la experiencia del manejo se logra practicando

El nivel es importante por que le da el nombre de oficial a las comunicaciones, cosas que mandaste queda referenciado

Nivel de aplicabilidad para el uso:

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
	UNIMEC	COLSEGUROS	Unilatina	PLANEACION DISTRITAL	Hospimedics
	Bastante entre nódulos, regionales con clientes internos y externo	Si ahora puedo ubicar facilmente a la persona con la que me necesito comunicar y darle de manera agil la información acordada, ademas es más fácil dirigirse a una persona que uno no conoce por mail	De pronto, si son concientes del sistema se logran o no.	Si totalmente, cualquier entidad solicita y manda informacion que necesite en cualquier momento, inmediatamente	Evidentemente requiere perder otros tipos de comunicación
Ampliación de los canales de cr					
	la gran ventaja es la oportunidad y la economía, en cuento a la parte laboral y el otro es la eficiencia del proceso.	Claro que si se han optimizado los procesos porque la informacion de la compañía siempre esta actualizada.	Si por la rapidez se facilitan los procesos y procedimientos, hay mucha comunicación, se agiliza el trabajo.	Si hay una direccion hacia la agilidad, la rapidez del trabajo inmediato	Evidentemente, la comunicación es inmediata , la respuesta también, la información sin necesidad de un intermediario como la secretaria
Optimización en el desempeño					
	Claro que si, afectan las relaciones sociales, inducir al sedentarismo y a evitar el contacto directo con la persona, podría disminuir la interacción.	De ninguna manera, intranet es un sistema que amplia la comunicacion, pero existen otros momentos en los que uno debe relacionarse e manera directa con la gente.	De pronto un poquito porque esta ahora cada uno esta en su pantalla, antes se reunía uno y se echaba un chistecito.	No pienso que no porque el resto de la comunicación sigue muy frecuente, permanentemente, escrita, telefonica, etc	No se ve afectado pero obviamente eso depende de las personas, hay personas que se encasillan es su computadora y no se acuerdan de los que están a su lado pero en mi caso es al contrario e tiempo que gastas en comunicaciones internas te lo puedes gastar dándole una mirada o un saludo a una persona cercana
Influencia sobre la comunicació					
	no existen barreras de conocimiento, no implican barreras sociales de sexo, de edad, de pronto en personas mayores por expectativas mal infundadas, todas las personas superando la barrera del aprendizaje.	Mandos medios y altos, lo demas puede ser variable.	Va relacionado con el oficio, no sexo, no edad, que tenga la oportunidad de acceso, básicamente es la necesidad de las personas.	Cualquier persona que tenga la capacidad para entrar al mundo de la tecnologia, sin sexo ni edad porque esto es desarrollo personal, que tenga acceso, eso le da estatus, se va aculturizar, para eso no hay edad	Todo el mundo sin edad ni sexo lo puede usar
Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.					

II. Conceptos Generales	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
Asociación de Términos.	UNIMEC	COLSEGUROS	Unilatina	PLANEACION DISTRITAL	Hospimedics
1. Dialogo	interacción	Comunicación	relación	Conversacion	Comunicación
2. Computador	maquina	herramienta que ha solucionado la vida	comunicación	herramienta fabulosa	sistema
3. Comunicación	razón de ser	es lo que te lleva a aclarar dudas o planteamientos	compartir	excelente para desarrollarse mejor	vida y relación
4. Información	quinto poder	mientras más tengas mejor	trasmitir	valiosa para cualquier cosa	datos
5. Relaciones Laborales	vitales	relación con los compañeros	comunicación interna	buena relacion con las personas en el trat parte de la vida	
6. Imagen Corporativa	manera de ver una empresa	lo que se comunica al cliente la personalidad de la compañía	presencia	buenisima la entidad la tiene	factor importante en los negocios
7. Trabajo en Equipo	potencialidad	fundamental así no se repiten trabajos	unidad	es muy necesario	factor fundamental en cualquier grupo social
8. Intranet	facilitador	sistema de comunicación	comunicación rápida	sistema fabuloso de comunicación moder	comunicación rápida
9. Red (Social y de Datos)	colectivo de personas interactuando	red de datos: ahí esta toda la información	comunicación amplia, comunicación especifica		necesidades dentro de la comunicación grupal, información útil para múltiples personas
10.Oficina	ámbito vital	lugar de trabajo	sitio muy intimo	sistema de información	sitio de trabajo
11.Relaciones Interpersonales	entender al otro	lo mismo que las laborales pero más extensas	más sociabilidad	sitio de trabajo	factor fundamental de vida
12.Tecnología	ayuda	todavía la estamos inventando	aprovechamiento	relaciones con los compañeros	desarrollo humano para el bienestar
13.Mensaje	decir lo que piensa	es lo que uno quiere comunicar	idea	avance en informacion sistemas todas las	agradable o buena comunicación
14.Contacto	lograr un éxito en la comunicación	contacto personal, persona a persona	transmisión	comunicación	1. cualquier tipo de contacto o algo mas adicional.

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS
	Latino Bussiness Inteligence co	TFM servicargo	Embajada del Canadá	Continental Airlines	Entrevista Pimicel
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	2 Meses	1 año y medio	26 años	4 años	1 año
Medios de comunicación interna en su empresa.	Intranet, , otros sistematizados como Outlook, mail	Avantel con celular, se están desarrollando este año los sistemas por red, el coreo interno NetMeeting.	hay internet, Intranet, teléfonos, medios escritos	mail, básicamente intranet y teléfono.	Red de cableado estructurado, servidor proxy, acceso a Intranet dedicado, velocidad 100 mbps.
Fortalezas y debilidades de dichos medios.	Fortalezas: rapidez de comunicación, es puntual, concreto, por eso no se pierde tiempo, la rapidez de respuesta ante los clientes, desventajas no le veo, te vuelves mas productivo	El celular se vuelven diálogos personales y la comunicación de la empresa se desvía, pero permite calidez y contacto personal, la red ofrece rapidez reducción de costos, efectividad pero el inconveniente es la cultura de las personas	F: disminución del tiempo, D: reducción de personal.	Nos comunicamos con mucha gente en u.s.a, por teléfono saldría caro y difícil de comunicarse, entonces la comunicación por mail, es rápida, por escrito, fácil de comunicarse, y queda referenciado lo que uno mando, puede uno devolverse a buscarlo cuando quiera. su debilidad es cuando se caen los sistemas.	Fortalezas: Comunicación directa para dar respuesta a los demás usuarios Debilidades: no veo ninguna debilidad.
Percepción sobre Intranet.	Es lo mas útil que han podido inventar por rapidez eficiente, agilidad, poder resolver problemas simultáneamente.	Ahora tiene un nivel subvalorado para lo que es esta herramienta de trabajo se esta desaprovechando a nivel de comunicación	Adelanto muy práctico y técnico, sobre todo en la embajada que se manejan cosas confidenciales.	Yo puedo encontrar todo aquí, puedo encontrar información sobre todos los departamentos, todas las ciudades y países formatos, reservar cursos de actualización, programar un viaje, todo de manera global y actualizada cada momento, uno la puede ver por intranet.	Como un medio eficaz de comunicación interna de la empresa
Periodo de tiempo manejandoel sistema de Intranet.	15 años	Desde hace 4 o 5 años, pero como herramienta de comunicación 1 año	La manejo hace tres años	2 años	Desde hace 9 meses aprox.

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS
Incorporación del sistema Intranet producto del outsourcing o del diseño.	Latino Bussiness Inteligence co Es un diseño interno.	TFM servicargo Es un diseño propio de la empresa, como transmisión de datos se empezó por fox.	Embajada del Canadá De la misma embajada, porque todos los implementos tienen su código, los instalan empleados del mismo gobierno canadiense	Continental Airlines Todo se maneja desde Houston de manera global.	Entrevista Pimicel Es un diseño propio de la organización
Concepción sobre la necesidad de incorporar el sistema dentro de la empresa.	Por la eficiencia, y necesidad de comunicación con las diferentes regionales para poder atender a los clientes con eficacia.	Por el problema de bases de datos, la inseguridad de estas y por la necesidad de soportar nuestra contabilidad, confiable, más veloz, ahora se trabaja esto en tiempo real.	por que se maneja información de alta seguridad, se manejan expedientes de mucha confidencialidad	Porque es una forma mucho mas rápida y segura de pasar información, no se cometen errores y todo esta perfectamente hecho, forma fácil de obtener la información.	Por que los usuarios necesitaban un medio de transporte de información seguro, veloz y confiable.
Procedimientos de capacitación o aprendizaje de la red interna de comunicación	Capacitación , hubo una etapa porque hubo un cambio en el trabajo, de hacer sus cosas, fue muy importante.	Es un proceso que ha sido duro ya que el enfoque ha sido para la robustez de la base de datos, la idea es ahora realizar un manual	Nos hicieron entrenamientos de varios días o dos semanas, para lo cual vinieron instructores de Canadá	La mayoría uno se mete y mira es un sistema amigable te enseña paso por paso.	Cursos para los usuarios sobre el manejo de las redes.
Tipo de información que maneja el sistema (texto, audio y video).	Texto y audio, por que hay conferencias generalmente, aunque hay video no se usa tan regularmente	Las tres, pero audio y video esta para comunicación especial, fuera del país o algo así porque no todos los computadores está, habilitados para esto, texto es lo principal.	texto únicamente	Se utiliza texto para casi todo pero se usa video y audio regularmente también.	Los tres tipos
Con quién o quienes se comunica dentro de este sistema.	Con mi jefe, con recursos humanos, me puedo comunicar con cualquier nivel.	De acuerdo a las necesidades de la información	con los compañeros del mismo nivel o con los superiores	Yo me comunico con mucha gente de usa, hay muchos departamentos, con gente de otros países, aquí en la región, para comparación de informaciones de apoyo.	Todos los usuarios y clientes
Cambios en el tráfico de información.	Definitivamente el cambio se noto inmediatamente en la rapidez de los documentos escritos, papeles, se agilizaron las cosas	Si, porque ahora estamos disponiendo de información y datos contables casi en tiempo real y disponible desacuero a las necesidades, ahora hay confianza en esa información	Claro, siempre para el lado positivo	antes con el fax, la vida era horrible todo era mucho mas lento se demoraba uno días para que le aprobaran información, ahora eso se hace en diez minutos, mas rápido amigable, fácil, las personas pueden darse cuenta.	Si, por falta de conocimiento, a veces la red se satura innecesariamente.

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS
Actividades en las que se utiliza el sistema de Intranet en la organización.	Latino Bussiness Intelligence co En la parte comercial, para todo lo que tiene que ver con los clientes durante el seguimiento del proceso con los clientes, recibir y dar información, y el proceso interno gira entorno de la colaboración con el área comercial.	TFM servicargo Pasando del departamento de sistemas al de servicio al cliente, que lleva la cabeza en esto	Embajada del Canadá intercomunicación con la misma embajada, facilitando el desplazamiento, para responder las inquietudes de los clientes internos y externos	Continental Airlines La mayoría es para controlar ventas, realizar estadísticas, son programas específicos que se puede entrar a ellos por intranet y toda la información interna de la compañía esta ahí.	Entrevista Pimicel Microsoft Outlook, Aplicativo propio de gestión comercial
Parámetros específicos o reglas impuestas por la compañía para el uso del sistema Intranet.	Se debe utilizar para cuestiones de trabajo y no personales, pero las reglas no están escritas.	En cuanto al correo electrónico de la empresa, se están revisando continuamente. Pero todavía no están escritos	no se puede usar en correo personal, tienes diferentes códigos especiales por departamentos. Hay códigos en el teléfono, en las puertas de acceso.	Las reglas se encuentran allí dentro por ejemplo que no se puede usar la intranet para cosas que no son de la compañía.	Si, precaución con los elementos externos para evitar virus, nada de mensajes "basura" o poco confiables para la organización.
Motivadores e inhibidores para uso del sistema Intranet.	Los inhibidores están en uno mismo, hay mucha gente que no nació con los sistemas y que les da miedo manejarlos, motivadores: la eficiencia, el poder resolver las cosas inmediatamente y en cualquier parte así se en mi casa, poder acceder, tiempo, productividad	Motivadores: exclusivamente laborales, por el manejo de información, inhibidores	motivadores: mucho, contestación de inquietudes, agilidad, me parece que todo es positivo.	No realmente es una motivación de cada persona que se le hace a uno la vida mucha mas fácil a través del intranet y no se tiene que recurrir a 7 u 8 personas, se puede obtener la información mucho mas rápido. Y los inhibidores es que a mucha gente le dan miedo los computadores o no han sido capacitadas para operar dichas partes de la intranet.	Si, como motivador las respuestas casi inmediatas
Nivel de aplicabilidad para el usuario como persona.	Se aplica a todo, el trabajo, la casa, porque allí tengo intranet, tanto mi esposo como yo. Es calidad de vida porque puedes estar con tu familia, en un medio diferente.	Aplicabilidad independientemente de la empresa es básico, porque al principio era una afición, ahora me identifico totalmente con los sistemas.	cada vez se está actualizando, de acuerdo a los requerimientos de la empresa	Yo dependo de los sistemas de la compañía los manejo el 80 por ciento del tiempo.	Comunicarme con toda la compañía

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS
	Latino Bussiness Inteligence co	TFM servicargo	Embajada del Canadá	Continental Airlines	Entrevista Pimicel
Ampliación de los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	Son adiciones o mejoramiento de lo que ya se tiene, es un valor agregado a lo que ya hay o que ya se tiene.	Existen y como tal funcionan, pero se vuelven deficientes porque en la empresa no hay cultura o identidad, los canales no se amplían por el recurso humano que los utiliza.		Si yo me puedo comunicar con muchas mas personas, puedo encontrar a la persona que necesito mucho mas fácil, antes por teléfono era encontrar a esa persona explicarle lo que necesito, ahora yo puedo buscar quien es la persona que maneja lo que necesito y la contacto, además es mucho más fácil dirigirse a una persona que uno no conoce por mail, por escrito, ni siquiera tengo que explicarle quien soy, inmediatamente yo le escribo el mail ella puede mirar quien soy y que área pertenezco.	Si, es el medio mas organizado para el manejo de la información.
Optimización en el desempeño laboral.	Antes yo podía gastarme mas tiempo haciendo muchas cosas, hoy en día ya hice mi proceso, optimice, mas eficiente en mi parte del proceso a raíz de tener información rápidamente, poder accederla etc	Si totalmente, porque mi función era el seguimiento y como las bases no concordaban, mi trabajo no servía, ahora el acceso a la información es mas rápido, eso optimiza mi gestión, reorienta la misión que tenía mi cargo	Cada rato nos están actualizando y le están dando a uno capacitación y nuevos métodos para optimizar el trabajo.	Si ha optimizado los procesos porque al tener acceso a información global, nosotros no necesitamos perder, dedicar tiempo en sacar esa información, me podría demorar días, al existir estos programas estos inmediatamente nos informar actualizadamente lo que hay en la información.	El mejor, por la seguridad y confiabilidad de la información
Influencia sobre la comunicación interpersonal.	No, se sigue teniendo una vida laboral, familiar, relaciones interpersonales siguen funcionando de la misma forma, es como cuando inventaron el teléfono, las relaciones no se dañaron, solo ha cambiado la manera de trabajar.	No deja de ser fría pero mientras se comuniquen los intereses de la empresa, si el factor humano es frío pues la comunicación será fría, desvirtúa la comunicación persona a persona.	No yo creo que es mucho mejor por que a veces uno no quiere ver la persona cuando uno tiene que dar una negativa, pues el papel aguanta todo, y más el computador aguanta todo	No realmente no porque igual uno sigue teniendo teléfono, aunque yo me siga comunicando con mis jefes o con quien sea por mail, existen puntos que uno debe hablar con ellos, es una ventaja porque si tenemos una conversación telefónica ya existen puntos de donde partir, pienso que no se ha cortado la comunicación personal.	No, por que es solo una interpretación diferente de comunicación
Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	Independiente de la edad y sexo todo el mundo, podemos hablar desde una secretaria hasta el presidente de una organización, cada día todos los niveles tiene que funcionar con el sistema, la gente de mayor edad, todos tienen que meterse sino están perdidos	Profesional, estudiante o universitario, cargo medio y alto, debe ser una persona muy actualizada que pueda manejar todo electrónico no por escrito, de 24 años para arriba sin importar sexo.	No, desde que la persona este entregada no hay impedimento para que pueda acceder a Intranet.	Mandos medios y altos sexo y todo eso variado.	No tenia respuesta

II. Conceptos Generales	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
Asociación de Términos.	Latino Bussiness Inteligence co	TFM servicargo	Embajada del Canadá	Continental Airlines	Entrevista Pimicel
1. Dialogo	Comunicación	Persona	conversación	Comunicación	Acuerdo
2. Computador	información	herramienta	máquina	herramienta que ha solucionado la vida	Herramienta
3. Comunicación	interrelación	canal	medio de intercalar ideas	es lo que te lleva a aclarar dudas o planteamientos	Respuesta
4. Información	agrupación de datos	herramienta	lo que uno necesita	mientras más tengas mejor	Datos
5. Relaciones Laborales	interrelación	conflictivas	relaciones referentes al trabajo	relación con los compañeros	Seguridad
6. Imagen Corporativa	como te perciben	identidad de empresa	servicio y organización	lo que se comunica al cliente la personalidad de la compañía	Proyección
7. Trabajo en Equipo	dialogo y comunicación	visión	colaboración	fundamental así no se repiten trabajos	Apoyo
8. Intranet	herramienta para agilizar	ventaja competitiva	intercomunicación	sistema de comunicación para comunicarme con el resto de personas de la compañía	Facilidad
9. Red (Social y de Datos)	comunidad	estructura, no información todavía	conjunto de personas que tienen un fin	red de datos: ahí está toda la información	Integración
10. Oficina	agrupación de información, lugar de trabajo	trabajo	lugar de trabajo	lugar de trabajo	Área
11. Relaciones Interpersonales	comunicación	juego de roles	armonía	lo mismo que las laborales pero más extensas	Confianza
12. Tecnología	concepto de herramientas	ventaja comparativa	actualización	todavía la estamos inventando	Avance
13. Mensaje	información	información	algo que se envía	es lo que uno quiere comunicar	Idea
14. Contacto	persona	llave	dirigirse a una persona.	contacto personal, persona a persona	Vínculo

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	PEQUENAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS
	Entrevista Psigma (Diego)	RHT	Axon	Prontos
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	6 AÑOS	2 años	Un año	3 meses
	A. E.MAIL	Correo interno por Outlook	Intranet - Winpopup-memorandos internos de trabajo-circulares-comunicación verbal	Intranet, Memorandos
	B. INFORMAL			
Medios de comunicación interna en su empresa.				
	A. VENTAJAS: precisión, respaldo, información concisa. DESVENTAJAS: impersonal, limitada. B. Ventajas: rapidez, personal, retroalimentación directa	Como principal fortaleza recalco la buena transmisión de la información y la aplicación de la tecnología a la comunicación organizacional	Fortalezas: Precisión de la Información, agilidad en las tareas, resultados eficaces, asignación de responsabilidades para las personas, organización interna, ejecución y control de actividades. Se amplía considerablemente los canales de comunicación entre personas y en general en toda la compañía	Fortalezas: Comunicación rápida y efectiva, se hace uso de la tecnología, se evita papeleo Las debilidades son: Impersonal y frío
Fortalezas y debilidades de dichos medios.	Desventajas: difuso, no preciso, sin respaldo objetivo.		Debilidades: Trabajo bajo presión.	
	Como un medio ágil de comunicación	Como bueno y ágil	Como un medio de comunicación efectivo, rápido, ágil.	Como un medio electrónico que facilita la comunicación entre las personas de la organización
Percepción sobre Intranet.				
Periodo de tiempo manejando el sistema de Intranet.	3 años	2 años	Ocho años, (También en otras empresas)	3 meses

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	PEQUENAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS	PEQUENAS EMPRESAS
Incorporación del sistema Intranet producto del outsourcing o del diseño.	Entrevista Psigma (Diego) Es utilización del software de soporte administrativo.	RHT Es un diseño interno de la compañía.	Axon Ha sido diseño interno, especialmente la de tecnología	Prontos Outsourcing
	No es un sistema implementado como política.	Lo hicimos por identificar una forma de filtrar la información que se transmite en la compañía.	Siendo una empresa de tecnología es un deber utilizar este tipo de herramientas, por el trabajo de ingeniería que se efectúa todo el día y la comunicación entre los ingenieros especialmente Desarrollo es fundamental	Para agilizar la comunicación y hacer ahorro de tiempo y papeleo
Concepción sobre la necesidad				
	Autodidacta	Autodidacta.	Capacitación técnica de manejo por parte de la empresa y el autoestudio.	Capacitación y uso frecuente
Procedimientos de capacitación				
	Texto	Texto	Generalmente texto, sin embargo dependiendo de la actividad cualquiera de los otros servicios.	Texto
Tipo de información que maneja:				
	Colaboradores	Con toda la organización.	Con otros departamentos (áreas de trabajo) con jefes, subordinados.	Con mis jefes y pares
Con quién o quienes se comuni				
	No	Si , es más exacta	Si, evidentemente el cambio radica en la efectividad y rapidez de la comunicación especialmente cuando la comunicación entre áreas está limitado al espacio físico. Ejem: pisos o niveles como lo desee llamar.	Se ha vuelto mas impersonal, aunque es mas agil
Cambios en el tráfico de inform				

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
	Entrevista Psigma (Diego) Manejo de documentos y comunicados a nivel interno	RHT Comunicados a nivel interno.	Axon En actividades de trabajo como: mensajes, circulares, solicitud de resolución de problemas de los clientes, información de interés general.	Prontos Comunicación persona a persona, promoción de actividades de la empresa.
Actividades en las que se utiliza:				
	Uso exclusivo de trabajo	Uso exclusivo de trabajo	Si, sistemas de seguridad contra los virus electrónicos, contenido de información, no se debe transmitir información confidencial, información obscena, o que no corresponda a las actividades laborales	Se debe tener cuidado con el contenido de los mensajes (evitando enviar cadenas o mensajes de fuerte contenido)
Parámetros específicos o regla:				
	Tal vez internos. Como un sutil vínculo de relación social en otro escenario diferente al convencional.	No	Más que motivadores es una necesidad real para casi todas las empresas, aunque existan personas a las que no les guste o no se ajusten a este tipo de herramientas tecnológicas.	Inhibidores como la falta de confianza en el sistema
Motivadores e inhibidores para:				
	Alto	La posibilidad de comunicarle a las personas de la organización la información que tengo que decirles.	Casi al 90% por no decir totalmente	Lo utilizo diariamente para comunicarme y estar enterada de novedades
Nivel de aplicabilidad para el uso:				

MATRIZ DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DEL SISTEMA INTRANET

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
	Entrevista Psigma (Diego)	RHT	Axon	Prontos
	Muy poco	Un poco	SI	Si, porque ahora existe un medio como intranet que es adicional a los ya existentes
Ampliación de los canales de cr				
	No los ha optimizado		Clara que sí se han optimizado los procesos, en cuanto a recursos físicos, económicos, humanos	ha optimizado los proceos pues agiliza la transmisión de información y no se pierde tiempo
Optimización en el desempeño				
	Un poco	No, por el contrario la beneficia debido a NO se es más concreto en el manejo de la información.		Un poco, pues el contacto ya no es tan directo
Influencia sobre la comunicació				
Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	Edad, 18 - 45 Sexo m,f Rol Área administrativa principalmente Hobbies Ninguno	Todas esas características son indiferentes, lo que determina el uso es la necesidad de la organización.	Cualquier persona con capacitación.	Edad.22 años, sexo: Mkasulino y Femenino, Status: Medio Alto, Rol: rangos Medios y Altos de la Organización

II. Conceptos Generales	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
Asociación de Términos.	Entrevista Pigma (Diego)	RHT	Axon	Prontos
1. Dialogo	Personas	Personas	tecnología	Vital
2. Computador	velocidad	Tareas	necesidad	herramienta
3. Comunicación	mensajes	Ideas	básica	persona
4. Información	documentos	Trabajo		utilidad
5. Relaciones Laborales	productividad	Productividad	empresa	eficiencia
6. Imagen Corporativa	Crecimiento	Representación	personas	empresa
7. Trabajo en Equipo	Resultados	Resultados	herramienta	unidad
8. Intranet	comunicación	Facilidades	medio	tecnología
9. Red (Social y de Datos)	cooperativismo	Crecimiento	lugar	complejo
10.Oficina	Trabajo	Desarrollo	indispensables	lugar
11.Relaciones Interpersonales	participación	Aportes	medio	importantes
12.Tecnología	Avance	Mejoramiento	información	actual
13.Mensaje	contenido	Síntesis	personas	envío
14.Contacto	cercanía	Cercanía		siempre

Anexo D

Tabla 3. MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	Caprecom	Contraloría	Laboratorios California
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	9 años	11 años	10 años
2. Medios de comunicación interna en su empresa?	Sonido y Carteleras	De manera documental, teléfono, fax	ya sea memorandos, comunicación interna clásica
3. las fortalezas y debilidades de dichos medios.	Debilidades: no todo mundo tiene correo electrónico. No todo mundo lee las carteleras principal problema la gente no lee. Intranet: comunicación rápida, ahorro de tiempo, papel, tramitología, forma que la comunicación llegue en el momento oportuno	Debilidades: extravió de documentos, llama y no se encuentra, se comunica tardíamente.	Fortalezas: que existe un respaldo físico. Desventajas: muy pocas, de lo contrario no se seguirían usando.
4. Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.		Red local básicamente interna dentro de una institución para lograr la comunicación de los empleados	No lo conozco.
5. Opinión sobre cómo funcionaría funcionaría el sistema Intranet en su empresa.	Para mi es muy importante por que manejo todo lo que corresponde a Bienestar Social de la entidad, entonces necesitamos estar enviando mucha información que deben cumplir los funcionarios con determinadas obligaciones y tiene un tiempo muy limitado y esa es una forma de hacerlo llegar rápido, sin embargo como no todos tiene intranet es un bloqueo que llegue esa información.	Eficiente la comunicación en todo sentido de manera funcional con otras personas y con otras dependencias, me facilitaría de una u otra manera mi trabajo.	para unos si es efectivo, por que evita pues desplazarse.
6. ¿Consideran que existe la necesidad de incorporar este sistema en su empresa?		Dependiendo de las necesidades no, o sea, se me hace que es bien importante que se implante a nivel de empresa pequeña, pues conocemos las bondades que ella misma tiene por distancias cortas de comunicación.	si hace falta para unas cosas, porque nosotros manejamos la parte de comunicación visual.
7. ¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?	En línea directa esta la decisión del Subgerente administrativo de que lo instalen y en segunda instancia sería ya la oficina de gestión tecnológica que tenga los elementos necesarios para poderlo instalar.	Pues el directamente responsable es el director de la oficina de sistemas que el descentralice en el jefe inmediato que en el caso mío sería la directora de vigilancia fiscal.	lo decide recursos humanos y el departamento de sistemas
8. Cual es la actitud de la persona hacia la Intranet.	Complicado, no puedo decirle a mi compañera para que yo utilice la intranet porque vive muy ocupada y no hay espacio para que me diga, mire utilice este y maneje lo tuyo. Comunicación más fácil y práctica sin entorpecer el trabajo de otras personas.	En actitud pasiva, no he tenido acceso a ella y tengo la expectativa de los beneficios que ella pudiera brindar me gustaría mucho poder acceder a ese tipo de red.	Informes, recoger información, se manejaría texto y sería muy bueno video para poder la persona con la que me comunico.
9. Tipo de información que debería manejar (texto, audio o video)	Generalmente se manejaría texto apoyado con figuras, Charlas en video beam, inducción para los funcionarios, misión, visión, facilita el proceso y no lo hace monótono, hay una mayor asimilación.	Básicamente texto, hoja electrónica con resultados estadísticos de las auditorias y de pronto por hacerlo más dinámico con la ayuda de power point.	programas de capacitación, y toda la parte de inducción e información general de la empresa.

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Caprecom	Contraloría	Laboratorios California	
10. Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet en su organización.			
	A nivel de todo el personal de la Institución, aquí son 4 edificios con un promedio de 1000 funcionarios, entonces la comunicación sería más directa y más oportuna a todo nivel.	Control interno, presupuesto y definitivamente con la delegada misma en el ejercicio fiscal. Estoy convencido que definitivamente la intranet me haría más eficiente en el cumplimiento de mi trabajo porque yo reduciría tiempo en la comunicación y sería más efectivo el desarrollo de mis tareas.	con la diferentes gerencias de productos
11. Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.			
	Ya las hay, no como medio de juego, si no que se utilice en una forma responsable.	Si claro, como el sistema de comunicación que es, pues lógicamente tienen que haber unos mínimos controles y digamos como requisitos que debe cumplir el usuario para el manejo de la intranet.	si deben existir para que haya mejor comunicación y halla resultados y efectos.
12. Considera establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas en la compañía para el uso del sistema Intranet.			
	Motivadores: Necesidad de que la información sea oportuna y poder llegar a los funcionarios, no sólo Bogotá si no con todo el país. Inhibidores: Documentos que requieren tener un recibido, por el tipo de documento, para tener un respaldo.	Motivadores: definitivamente facilitarme a mi en todo sentido de una manera más eficiente mis labores como auditor. Inhibidores: desconocimiento del manejo y funcionamiento de la red, estoy convencido que exigiría un proceso de capacitación y familiarización con el manejo de la red.	lo que yo hago es muy visual y perdería mucha información, sería el principal inhibidor, de resto, son motivadores.
13. Motivadores e inhibidores con el uso del sistema de Intranet.			
	Apoyo para el trabajo, información oportuna con resultados inmediatos, hacer cartelera, nadie la lee, hay más opciones.	Estoy convencido que definitivamente habría un cambio radical y favorable en la comunicación con todas las ventajas que conlleva esto.	no creo que afecten los canales y no creo que todo el mundo tiene que comunicarse, cada quien busca el medio le parezca más eficiente, eficaz y efectivo para su objetivo.
14. Este sistema generaría algún tipo de cambio en el trafico de información.			
	Apoyo para el trabajo, información oportuna con resultados inmediatos, hacer cartelera, nadie la lee, hay más opciones.	Estoy convencido que definitivamente habría un cambio radical y favorable en la comunicación con todas las ventajas que conlleva esto.	no creo que afecten los canales y no creo que todo el mundo tiene que comunicarse, cada quien busca el medio le parezca más eficiente, eficaz y efectivo para su objetivo.
15. Ampliación en los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.			
	he mejorado en mi trabajo considerablemente.		
16. Cambio en el desempeño laboral en términos de optimización de procesos a partir del uso de este sistema.			
17. Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.			
	Despersonalización, ya queda uno como completamente solo y no hay esa comunicación que también es importante con el funcionario, esa parte cálida, esa parte humana entonces se deshumanizaría.	posiblemente se desvirtue la comunicacion, pero para el fin que está dada el uso de la red, pues de alguna manera u otra se cumple. Si definitivamente como no hay encuentro personal de pronto un distanciamiento pero la comunicación misma se mantiene, porque de igual forma, el mensaje va en doble vía, yo envío un mensaje y de igual forma a través de la intranet lo recibo.	obviamente se pierde, porque uno se vuelve como autómatata en ese sentido, pierde un poco de trato con la persona
18. influencia del sistema sobre la comunicación interpersonal.			
	Persona adicta entonces se vuelve huraño, independiente de todo, se mete en Intranet y se olvida del resto del contorno.	Definitivamente yo pienso que intranet está al acceso de cualquier persona indistintamente de su sexo o su edad, de pronto si, esa persona debe tener ciertas características y es tener ciertos conocimientos básicos sobre toda esa parte de la informática con el énfasis en la parte de comunicaciones, eso es bien importante.	Tal vez haya gente que tiene su característica que no les gusta hablar directamente con las personas, entonces para ellos es como una cortina que les permite mandar el mensaje sin poner la cara.
19. Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.			

II. Conceptos Generales	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Asociación de términos	Caprecom	Contraloría	Laboratorios California
1. Dialogo	comunicación	comunicación	persona
2. Computador		herramienta	herramienta
3. Comunicación	interacción con otras personas	hacerme entender, que llegue el mensaje	informar
4. Información	conocimiento	poder	
5. Relaciones Laborales	manejo de personal	pensar	trato personal
6. Imagen Corporativa	identificación de una entidad	posicionamiento en el mercado	proyecciones
7. Trabajo en Equipo	unión de esfuerzos	resultados	grupo
8. Intranet	medio de comunicación	efectividad	sistema de comunicación
9. Red (Social y de Datos)	apoyo comunitario	solidaridad	búsqueda
10. Oficina	sitio de trabajo	ambiente de trabajo	trabajo
11. Relaciones Interpersonales	interacción con compañeros	persona	compañeros o amigos
12. Tecnología	avance	eficiencia	avance
13. Mensaje	comunicación	transmisor	ideas
14. Contacto	interacción	estímulo	trato

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	Hospital Universitario de la Samaritana	Cablecentro	Peldar
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	tres años	7 años	28 años y siete meses
2. Medios de comunicación interna en su empresa?	Memorandos, oficios, conversaciones telefónicas, comités	Telefonía, celular, Internet, memos	directamente de forma verbal, teléfono y equipos de radio teléfono, lenguaje de señas por el ruido de la empresa
3. las fortalezas y debilidades de dichos medios.	Fortalezas: mantenemos a todos los funcionarios alerta en la llegada de cualquier comunicación, agilizandando las distancias entre departamentos. Debilidades: la premura y las ocupaciones de los mismos funcionarios del eje administrativo las informaciones se demoran por que cumplir complicados procesos o tramites.	Fortaleza: comunicación rápida y efectiva Debilidad: poco contacto con las personas	Fortaleza: es una herramienta más de trabajo de comunicación en cualquier punto, para acciones inmediatas Debilidad: no es muy práctico
4. Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.	es un sistema complejo que minimiza los tiempos de trabajo y de recuperación de la información vital para la empresa, ya que todo el hospital este conectado en red tendría un manejo en donde se involucre desde el gerente del hospital hasta el conmutador, podrían tener una información más rápida de acceso permanente, con información de carácter primordial para todos los funcionarios del hospital	si, es la comunicación interna que hay entre los funcionarios a través del computador	podría servir, la empresa tiene ese proyecto, correo interno y externo por medio de la red tendría que conocer mejor sus potencialidades
5. Opinión sobre cómo funcionaría el sistema Intranet en su empresa.			
6. ¿Consideran que existe la necesidad de incorporar este sistema en su empresa?	Estamos demorados en incorporar el sistema por que el Hospital maneja mucha información, en relación con información externa e interna, no poseen información clara y detallada, no sólo a nivel operativo administrativo, sino también de bienestar social y de capacitación y cursos o eventos.	para comunicarnos entre sucursales si creo que sea necesario	La empresa ya está pensando en implementarla
7. ¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?	El Subgerente administrativo del hospital y el Gerente, los de compras y ventas y los de sistemas, la parte jurídica	existe un departamento de tecnología junto con el gerente administrativo	la gerencia en la planta apoyado con la presidencia de la compañía
8. Cual es la actitud de la persona hacia la Intranet.	para mi es una necesidad básica para mi trabajo	en espera positiva, puede mejorar los procesos de comunicación dentro de la empresa, no tanto en la comunicación personal	
9. Tipo de información que debería manejar (texto, audio o vídeo)	estadística, información de pacientes, tarifas, diferentes contratos , decretos de los entes de control y vigilancia, podernos comunicar con otros hospitales en el tema de referencia y contrarreferencia. información interna en cuento a comités, sindicato.	en la medida en que nos capaciten utilizaría texto, audio y video.	video y texto, audio no porque el ruido no lo posibilita

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Hospital Universitario de la Samaritana	Cablecentro	Peldar	
10. Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet en su organización.	Información de Facturación, lo que genera cada servicio diaria y mensualmente para corregir errores y reformar procesos, información de proveedores	enviar y recibir información de los procedimientos	en el control de procesos inherentes a la productividad, según las necesidades cambiantes de la empresa.
11. Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.		departamento de capital intelectual, tesorería, administrativo, tecnología	con personal de otras plantas, con superiores.
12. Considera establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas en la compañía para el uso del sistema Intranet.	Claro, por que sino se permitiría que personas ajenas accedan a información para distorsionarlas o darles un manejo inadecuado.	si, en la medida en que las personas sean capacitadas, vamos a tener un adecuado manejo, también se necesitarían claves	parámetros que debe fijar la empresa de hasta donde puedo utilizar y manejar la información, ya que no debe ser divulgada ni transmitida
13. Motivadores e inhibidores con el uso del sistema de Intranet.	Inhibidores el costos de los equipos y de los espacios requeridos, todo el resto son ventajas. Motivadores:	M: por la comunicación rápida y permanente. D: no, creo que es necesario para estar a la par con la tecnología.	M: siempre y cuando me capaciten para aprovechar al máximo sus potencialidades. I: no creo que entorpezca el trabajo que yo realizo, por el contrario.
14. Este sistema generaría algún tipo de cambio en el trafico de información.	el 100%, hay procesos en el hospital que se manejan con las uñas, la implementación nos permitiría agilizar procesos, minimizar más el tiempo, optimizar más el trabajo de los funcionarios.		si se ahorraría en tiempo y en permanencia de contacto
15. Ampliación en los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	debido a la falta de información, el gerente desconoce proceso que están fallando, los funcionarios no conocen información clave para desempeñar sus funciones.	se mejoraría, sería mucho más rápido	básicamente se podría compartir información y retroalimentación más oportuna de la productividad de la planta
16. Cambio en el desempeño laboral en términos de optimización de procesos a partir del uso de este sistema.	por lo menos en facturación tenemos dificultades en la falta de información por que no es precisa y se realizan cambios muy lentos, se tiene esa información pero se demora, con Intranet sería más rápido	si definitivamente, en cuento a costos y ahorro del tiempo, gastos de papelería	
17. Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.		a nivel laboral enviar y recibir información	
18. influencia del sistema sobre la comunicación interpersonal.	es un cambio de cultura lo que habría que hacer, debido a la comunicación directa, eso por el contrario ayudaría, igual se harían reuniones, seguirían presentando informes, comités, charlas en auditorio y entregas de turno.	ya no tienes una comunicación verbal, en esta el contacto es nulo, no tendrías contacto visual o auditivo	no creo, que influya en la comunicación tradicional se podría y además se necesitan los dos sistemas cada uno dentro de sus límites
19. Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	personal administrativo y departamentos médicos, debería estar al alcance de todos, obviamente con una capacitación previa, para saber manejar la información.	pienso que cualquier persona puede tener acceso a Intranet, lo que si necesita es capacitación.	Si tiene que haber un perfil determinado sobre todo su manejo debe ser a nivel administrativo, debido a que la información no debe llegar tan abajo.

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Asociación de términos	Hospital Universitario de la Samaritana	Cablecentro	Peldar
1. Dialogo	relación verbal	compartir ideas	conversación cercana
2. Computador	aparato con información	tecnología	medio de información y control
3. Comunicación	relación entre personas que dan a conocer algo	relaciones interpersonales	forma de decir las cosas
4. Información	datos	actualidad	retroalimentación
5. Relaciones Laborales	contacto	trabajo en equipo	relación con los demás
6. Imagen Corporativa	dar a conocer una empresa	imagen de la empresa	proyección
7. Trabajo en Equipo	capacidad calidad	trabajo en común	fundamental
8. Intranet	agilidad	tecnología	información del sistema
9. Red (Social y de Datos)	relación con entes	grupo de personas	grupo
10. Oficina	recinto de trabajo	donde trabaja mucha gente	sitio de reunión
11. Relaciones Interpersonales	intercambio	contacto con las personas	relevantes
12. Tecnología	novedad modernización	sistemas avanzados	productividad
13. Mensaje	experiencia moraleja	lo que quiero dar a conocer	medio de información
14. Contacto	relación estrecha	comunicación permanente	cercanía

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
	Flota Aguila	El Recreo
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	5 años	5 años
2. Medios de comunicación interna en su empresa?	correo y papel, estamos en la era de Internet entre los puntos distantes de la gerencia	métodos tradicionales de comunicación escrita y hablada Fortaleza: vienen funcionando adecuadamente dentro de la empresa Debilidad: desplazamiento y costo de tiempo
3. las fortalezas y debilidades de dichos medios.		
4. Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.	una red que se maneja a través de Internet	una red que se maneja a través de Internet
5. Opinión sobre cómo funcionaría el sistema Intranet en su empresa.		comunicación e información ágil y efectiva en el momento en que la necesito
6. ¿Consideran que existe la necesidad de incorporar este sistema en su empresa?	de pronto sea necesario implementarla, pero no tenemos el conocimiento profundo de las ventajas y desventajas de la Intranet.	de conocer la información en el momento preciso en que la necesito
7. ¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?	Asesoría externa, para que evalúe el grado de sistematización de la empresa, la toma de decisión la haría yo en común con la junta directiva	la junta directiva y el área de sistemas positiva en cuanto a las potencialidades del sistema
8. Cual es la actitud de la persona hacia la Intranet.		
9. Tipo de información que debería manejar (texto, audio o vídeo)	básicamente texto	texto

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	GRANDES EMPRESAS	GRANDES EMPRESAS
Flota Aguila	El Recreo	TEMATICAS
10. Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet en su organización.	información perteneciente a la empresa y todos sus procedimientos	información perteneciente a la empresa y todos sus procedimientos
11. Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.	con todas las áreas sobre todo con contabilidad, recursos humanos	con todas las áreas sobre todo contabilidad y parte administrativa
12. Considera establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas en la compañía para el uso del sistema Intranet.	indudablemente, deberían existir claves y códigos especiales, para que la información fluya correctamente	deberían existir claves y códigos especiales
13. Motivadores e inhibidores con el uso del sistema de Intranet.	M: eliminar el uso de papel y el ahorro del tiempo. I: el poco control que pueda existir del flujo de información	M: rapidez y prontitud. I: los altos costos.
14. Este sistema generaría algún tipo de cambio en el trafico de información.	más ágiles	mayor prontitud
15. Ampliación en los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	más amplios	con todos los funcionarios de la empresa
16. Cambio en el desempeño laboral en términos de optimización de procesos a partir del uso de este sistema.	se mejoraría el manejo de la información y se definirían mejor otros procesos	mejoramiento del tráfico de información y reducción de tiempos y desplazamientos
17. Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.	parte administrativas de dar ordenes como parte directiva, y quedará el registro que quedo a su punto de destino	también para comunicarme con Internet
18. influencia del sistema sobre la comunicación interpersonal.	no, se mejorarían los canales de comunicación, por el contrario, me ahorraría más bien ya que hay canales más rápidos	un poco creo pero las personas de perfil administrativo siempre deben estar en contacto
19. Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	Pues las personas de mayor edad son las más reacias al cambio, pero con la capacitación adecuada	No creo que todos tienen la posibilidad de acceder a Intranet, pero no todos pueden acceder a la totalidad de la información de la empresa.

TEMATICAS

Asociación de términos

1. Dialogo
2. Computador
3. Comunicación
4. Información
5. Relaciones Laborales
6. Imagen Corporativa
7. Trabajo en Equipo
8. Intranet
9. Red (Social y de Datos)
10. Oficina
11. Relaciones Interpersonales
12. Tecnología
13. Mensaje
14. Contacto

GRANDES EMPRESAS

Flota Aguila

comunicación
ayuda para el manejo de información
relaciones interpersonal
mecanismo de ayuda para la toma de decisiones
relación interna
proyección
trabajar bajo un mismo fin
red interna de comunicaciones
comunidad
ámbito de trabajo
relaciones entre dos o más personas
avance
lo que se quiere transmitir
acercamiento

GRANDES EMPRESAS

El Recreo

conversación
herramienta
intercambio
datos
responsabilidad
visión
conjunto
red interna de computadores
unión
sitio de trabajo
respeto
novedad
idea
presencia

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
	Promotec	Tour Exito	Fiberglass
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	1 MES	4 AÑOS	3 meses
2. Medios de comunicación interna en su empresa?	teléfono, correo electrónico internet, fax.	El teléfono, fax, memorandos	Correo electronico por Internet, correo físico también o fax.
3. las fortalezas y debilidades de dichos medios.	Correo: rapidez, se cae la comunicación, fax: es adecuado y rápido pero llega corrido o borroso, TEL: buena, pero es muy caro.	Es buena información porque es directa, es inmediata, poco rápida, poco ágil.	El correo físico era ineficiente tenía un horario determinado, no era inmediato como el correo interno Fortalezas el e mail, se puede usar para mucha información publicar, consulta, motivación, debilidades, la perdida del contacto personal, el correo físico muy ineficiente, tenía que ser a una hora determinada para que llegara por la tarde al otro lado,
4. Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.	Esta uno comunicado permanentemente	Lo he visto algunas veces, oído	La conocí en bayer desde hace un año, su función es comunicar, información sobre la empresa, la gente que este informada, es la ventaja
5. Opinión sobre cómo funcionaría el sistema Intranet en su empresa.	FABULOSO PORQUE NOS COMUNICARÍAMOS ENTRE las cinco empresas hermanas.	Talvez en empresas grandes, por el estilo de trabajo nuestro no se facilita	Sería bueno, porque hace falta divulgación, bueno siempre y cuando se culturice a la gente
6. ¿Consideran que existe la necesidad de incorporar este sistema en su empresa?	Si porque todas las compañías trabajan con financiación	De pronto por agilidad y por tener varios puntos de venta	Si por el problema de falta de comunicación clara que existe
7. ¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?	el gerente de la compañía	La gerente comercial para todos los puntos	Primero el departamento de sistemas, recursos humanos
8. Cual es la actitud de la persona hacia la Intranet.		No es que me guste mucho, yo prefiero el contacto directo con la persona, mas por el trabajo de servicio	Positiva, me parece un buen sistema de información, por comunicar novedades.
9. Tipo de información que debería manejar (texto, audio o vídeo)	tipo de información: texto porque se trabajan con muchos contratos	Yo creo que todas tendrían que venir all	Las tres

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
Promotec	Tour Exito	Fiberglass	
10. Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet en su organización.	reemplazar cierta papelería, cláusulas	Tendría que venir la información de los planes turísticos.	En la parte comercial, para productos ventas cifras proveedores, clientes
11. Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.	con otras aseguradoras con las que trabaja la compañía.	Con todas las personas	Las vicepresidencias de la empresa tendrían que estar comunicadas.
12. Considera establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas en la compañía para el uso del sistema Intranet.	reglas para el uso de los contratos, cláusulas y estos y para correos que no son de interés para la compañía	Si claro tendría que haber	Si porque existe información clasificada a las que solo algunas personas deberían tener acceso
13. Motivadores e inhibidores con el uso del sistema de Intranet.	motivadores: la eficiencia, inhibidores: nada	Me gustaría por la agilidad, me inhibiría porque en un momento dado tendría que existir la comunicación interpersonal, porque no se maneja mucha información escrita	Podría ser motivador un realizar seguimiento por parte de las líneas mas altas con lo que se está haciendo con los empleados, inhibidores sería la resistencia al cambio de las personas.
14. Este sistema generaría algún tipo de cambio en el trafico de información.	mayor agilidad, mejor comunicación, rapidez de la información, y partes negativas por los e mails que se mandan entre personas	De pronto si genera un cambio porque a veces hay mucho lío	Podría mejorar la claridad de la información, y la forma como se da.
15. Ampliación en los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	si claro, por que los otros son efectivos pero obsoletos, demorados.	Si claro, porque ya por ejemplo el memorando escrito se estaría pasando de otro modo, hay veces se genera mucho ruido	Si por que habrían mejores canales de información porque le daría claridad y no habría ya ese rumor y chisme.
16. Cambio en el desempeño laboral en términos de optimización de procesos a partir del uso de este sistema.	claro si porque yo trabajo mucho con cuadros estadísticos, y para mandar cuadros a otras ciudades se demoran mucho por fax o enviarles el disco	Si puede ser porque toda le tecnología le ayuda a uno mucho, dependiendo el tipo de empresa nos agilizaría algunas cosas	Si porque uno trabajaría con mas entusiasmo, mas tranquilo
17. Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.	necesario por la rapidez de la información	No, un nivel mediano porque esto lo están manejando a nivel empresarial y el contacto es muy frío, muy distante es diferente del contacto directo	Finalmente el sentirme importante dentro de esa compañía, porque la página es en beneficio de la persona , me sentiría reconocida por la compañía
18. influencia del sistema sobre la comunicación interpersonal.	no, pues de pronto ya no habría tanta comunicación personal pero no se enfriarían las relaciones, hay mas acercamiento, de pronto acerca mas a las personas.	Si claro, bastante porque cada día es menos la comunicación directa o personal entre las personas.	Se mejorarían los canales pero se perdería un poco el contacto personal, como en Internet, dejaría uno de verse con el otro
19. Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	cualquier persona diferencia de sexo, edad, todas las personas podrían manejar intranet desde cualquier cargo el mas bajo que lo necesite	Gente joven, directivas yupis, que manejan la tecnología súper que tienen mucho trabajo y que se les facilita mas	30 años o menos, porque la gente mayor rechaza siempre la tecnología, sexo indiferente, cargos con contacto con las otras personas a nivel de recursos humanos y relaciones humanas, profesional, estrato 5,

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
Asociación de términos	Promotec	Tour Exito	Fiberglass
1. Dialogo	entendimiento	Compañía	conversar
2. Computador	importancia	frialdad	economía
3. Comunicación	entendimiento	amistad	informar
4. Información	dialogo	tecnología	divulgar
5. Relaciones Laborales	compañerismo	trabajo	solo con trabajo
6. Imagen Corporativa	progreso	empresa	como me ven
7. Trabajo en Equipo	operación	alegría	unión
8. Intranet	agilidad	técnicas de trabajo	tecnología
9. Red (Social y de Datos)	colaboración, nde datos: conectar	sociedad, técnicas	información números
10.Oficina	lugar de trabajo	lugar de trabajo	ambiente de trabajo
11.Relaciones Interpersonales	amistades	amistad	comunicación
12.Tecnología	crecimiento	avances	lo que se da ahora
13.Mensaje	entendimiento	carta	lo que comunicamos
14.Contacto	entendimiento	calor	relaciones

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
	Grupo Gutiérrez	Auros Copias	Fedepapa
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	22 años	3 años	6 años
2. Medios de comunicación interna en su empresa?	celular y radio tonkey	Fax y telefono	Telefono, fax y memorandos
		F: El fax es directo y rapido D: El telefono es muy caro	F: La informacion es inmediata y directa D: el fax no es claro
3. las fortalezas y debilidades de dichos medios.			
4. Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.	No lo tengo	No lo tengo	No lo tengo
	no tengo idea, como funcionaria	Realmente no se como funcionaria	No tengo idea
5. Opinión sobre cómo funcionaría el sistema Intranet en su empresa.			
6. ¿Consideran que existe la necesidad de incorporar este sistema en su empresa?	no se que tan importante sería, pensamos fusionarnos en una red todos los computadores de la oficina para compartir información, aquí es una manera de trabajar a la antigua, comunicación informal, los radio son más que suficientes, nosotros no estamos centralizados totalmente dentro de la oficina sino con las fincas en diferentes municipios	Si por lo problemas de comuncación que existen en la organización	Si para poder comptir archivos
7. ¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?	el gerente	el gerente	El gerente de la compañía
8. Cual es la actitud de la persona hacia la Intranet.	Que en algún momento dado si se pudiera adquirir ese sistema pero no es muy urgente	Prefiero un trato mas directo con la gente	positiva, es un medio agil para informar
9. Tipo de información que debería manejar (texto, audio o vídeo)	Pues como no se como funciona no sabría que tipo de información	Texto	Todas

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
Grupo Gutiérrez	Auros Copias	Fedepapa	
10. Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet en su organización.	Para manejar la red de los computadores aca dentro de la oficina	para sistematizar toda la empresa	en la parte comercial
11. Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.	Internamente dentro de las oficinas	Con toda la organización	Con todas las oficinas posibles
12. Considera establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas en la compañía para el uso del sistema Intranet.	Claro que no todos tengan entrada a información muy restringida de cada oficina	solo deben manejarse archivos referentes a la compañía	Claro existen archivos que no deben tener acceso a determinado personal
13. Motivadores e inhibidores con el uso del sistema de Intranet.	pues como no lo vemos urgente en implementación	Agilidad y rapidez en la información	seguimiento al personal
14. Este sistema generaría algún tipo de cambio en el trafico de información.	pues básicamente, como estamos tan cerca la comunicación es permanente, sin necesidad del intranet	Agilidad y rapidez en la información	mayor claridad en la información
15. Ampliación en los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	Serían los mismos como ya le dije somos muy pocos en oficinas, y con los otros empleados nos comunicamos por radio	Agilidad y rapidez en la información	mayor claridad en la información
16. Cambio en el desempeño laboral en términos de optimización de procesos a partir del uso de este sistema.	para nosotros no es primordial	claro que si todo lo que es tecnologia agilizaria el trabajo	agilizaria algunos procesos
17. Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.	muy grande dentro de la oficina no lo habría	Poco, prefiero el trato directo con la gente	bastante por la agilidad de la información
18. influencia del sistema sobre la comunicación interpersonal.	No yo creo que no se perdería, por el tamaño de la empresa	No creo	Podría mejorar algunos canales de comunicación
19. Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	No habría distinción, sería para todos	No habría diferencia	Cualquier perfil con capacitacion

TEMATICAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
Asociación de términos	Grupo Gutiérrez	Auros Copias	Fedepapa
1. Dialogo	escuchar	escuchar	escuchar
2. Computador	mecánico	mecánico	mecánico
3. Comunicación	agilidad	agilidad	agilidad
4. Información	adquisición	adquisición	adquisición
5. Relaciones Laborales	agilidad	agilidad	agilidad
6. Imagen Corporativa	realce	realce	realce
7. Trabajo en Equipo	unión	unión	unión
8. Intranet	novedad	Agilidad	tecnología
9. Red (Social y de Datos)	unión	unión	unión
10.Oficina	lugar de trabajo	lugar de trabajo	lugar de trabajo
11.Relaciones Interpersonales			
12.Tecnología	Manejo de datos	Manejo de datos	Manejo de datos
13.Mensaje	escribir algo a otra persona	escribir algo a otra persona	escribir algo a otra persona
14.Contacto			

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
	Cotelco	CGR Ltda	Goma Eventos
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	13 años	1 y medio años	7 años
2. Medios de comunicación interna en su empresa?	Comunicación informal, memos,	Normalmente es comunicación verbal y en muy pocos casos comunicación escrita a través de formularios	más que todo verbal, informal, persona a persona
3. las fortalezas y debilidades de dichos medios.	Fortalezas, más rápido, Debilidades: problemas de claridad en el mensaje, no queda nada escrito.	Ventajas escrito: queda soporte y tiene un carácter de mayor seriedad. Ventajas verbal: es más rápido, pero no tiene un carácter oficial	Fortaleza: es muy personal. Debilidad: a veces falla la comunicación, por lo que no es formal
4. Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.	No sabe	Muy poquito, en mi empleo anterior	No tengo mucha información al respecto
5. Opinión sobre cómo funcionaría el sistema Intranet en su empresa.	Ventaja porque agiliza las comunicaciones pero no se justificaría en una empresa de 8 personas.	Por el tamaño de la firma, de pronto no se necesite, cuando crezcamos un poquito, yo pienso que sería de una gran ayuda por que agilizaría las cosas, no a corto plazo	sería muy útil para tener acceso a la información de cada uno de los funcionarios
6. ¿Consideran que existe la necesidad de incorporar este sistema en su empresa?	No lo veo urgente, pero podría ser interesante.	Por el momento no, en un mediano plazo si vale la pena tener el Intranet, para tener una red pequeña de computadores conectados	poder acceder a los diferentes archivos y el Internet
7. ¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?	La dirección Administrativa que además maneja la Internet.	La junta de Socios	Mi socio y yo
8. Cual es la actitud de la persona hacia la Intranet.	No sabría, como somos tan poquitos y estamos todos reunidos, igual tengo acceso a la información que requiero por ser una empresa tan pequeña.	Es sencillo, es fácil de usar es inmediato, buscar en forma rápida, hacer referencia a mensajes anteriores, clasificarlos ordenarlos, presta servicios buenos	No Sabe
9. Tipo de información que debería manejar (texto, audio o vídeo)	Si existiera manejaríamos texto básicamente en casos muy excepcionales audio y vídeo por ejemplo para manejar una campaña.	Técnica y administrativa, únicamente texto, a nivel de archivos, bueno planos también, voz no, audio ni vídeo.	más que todo texto

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
Cotelco	CGR Ltda	Goma Eventos	
10. Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet en su organización.	básicamente en el departamento de Comunicaciones, subgerencia y dirección administrativa, sistemas.		información de clientes de costos, administrativa, contable, bases de datos, personal
11. Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.	Gerencia, dirección administrativa, sistemas y comunicaciones.	Ingenieros residentes, directores de obra, encargados de cada punto en cada obra, en doble vía.	la empresa es pequeña, sería con todos
12. Considera establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas en la compañía para el uso del sistema Intranet.	Esta es una entidad tan abierta que nadie usa claves, cualquiera puede abrir mi computador, y no hay problema, cualquiera tiene acceso a la información sin ningún problema.		claro, para que sea más organizado, con un computador central y claves para que el acceso sea de unas contadas personas.
13. Motivadores e inhibidores con el uso del sistema de Intranet.	Motivadores: la información que necesito la tengo ahí mismo. Inhibidores: ninguno.	Inhibidores: tamaño de la firma, pero si crecemos si valdría la pena	Inhibidores: costos de la implementación
14. Este sistema generaría algún tipo de cambio en el tráfico de información.	Yo creo que si, claro	Sería igual como los venimos usando, comunicación horizontal y vertical	sería una comunicación más eficiente
15. Ampliación en los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	Agiliza tu trabajo.	Sería igual como los venimos usando, comunicación horizontal y vertical	los canales serían abiertos, con las personas que están en capacidad de transmitir información
16. Cambio en el desempeño laboral en términos de optimización de procesos a partir del uso de este sistema.		Es difícil de medir por el tamaño de la empresa, aquí es verbal y es directo, para nosotros es mejor como estamos, más adelante al crecer, pienso que podríamos optimizar al tener Intranet	Todo lo que sea organizado y sistematizado agiliza el desempeño, y economiza el tiempo en otras actividades
17. Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.	Yo la usaría permanentemente, ese es mi trabajo entonces para mi sería de uso obligatorio.		no me tendría que desplazar y esperar que me llegue la información que necesito para tomar decisiones. Centralizar la información. Esa sería también una ventaja.
18. influencia del sistema sobre la comunicación interpersonal.	No creo de ninguna manera, por lo que somos tan chiquitos, además hay un muy buen grupo de trabajo.	Si claro, yo pienso que un poco, al tener esa herramienta no necesita ir a buscar al individuo con quien necesite intercambiar información	no necesariamente, queda registrado lo que uno quiere comunicar, lo único que hace es agilizar la información
19. Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	No creo que haya problema en cuanto al sexo, en status si, pues la persona de status bajo no tiene acceso a la tecnología, en cargos de cierto nivel, cargos administrativos o de escritorio es obligación manejarla.	Yo pienso que cualquier persona con educación media, podría acceder a Intranet, es muy sencillo, nada de diferenciación	administrativo con conocimientos de sistemas

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
Asociación de términos	Cotelco	CGR Ltda	Goma Eventos
1. Dialogo	Armonía	Comunicación	organización
2. Computador	Tecnología	organización	herramienta
3. Comunicación	Importancia		tecnología
4. Información	Importancia	actualización	precisión
5. Relaciones Laborales	amistad	jerarquía	relaciones humanas
6. Imagen Corporativa	empresa	política de calidad	imagen de la empresa
7. Trabajo en Equipo	Grupo	empresa	imprescindible
8. Intranet	Comunicación	agilidad, orden	herramienta importante
9. Red (Social y de Datos)	Comunicación	familia	unión
10. Oficina	segundo hogar	trabajo	punto de encuentro
11. Relaciones Interpersonales	armonía	compañeros	importantes
12. Tecnología	sistemas	computadores	herramienta importante
13. Mensaje	idea	instrucción	comunicación
14. Contacto	relación	amigo cliente	relaciones humanas

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
	Thomas Internacional	Metalicas la Industrial
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?	3 años	10 años
2. Medios de comunicación interna en su empresa?	comunicación informal	comuncación verbal y memos
3. las fortalezas y debilidades de dichos medios.	Fortaleza: es rapido. Debilidad: no siempre hay claridad en el mensaje	Fortaleza: es personal. Debilidad: no hay soporte
4. Conocimiento de la persona acerca del sistema Intranet.	Tengo algo de información	No se mucho del tema
5. Opinión sobre cómo funcionaría funcionaría el sistema Intranet en su empresa.	Agilizaria la información	permitiria tener acceso a diferentes archivos
6. ¿Consideran que existe la necesidad de incorporar este sistema en su empresa?	No lo veo necesario por el tamaño de la empresa	Por el momento no
7. ¿Quién es el que decide, influye y evalúa el posible uso de este sistema?	los socios de la compañía	Los socios de la empresa
8. Cual es la actitud de la persona hacia la Intranet.	Un sistema facil de utilizar	Somos muy pocos en la empresa y no que tan util seria para nosotros
9. Tipo de información que debería manejar (texto, audio o video)	Texto	más que todo texto

MATRIZ DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS NO USUARIAS DEL SISTEMA.

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
Thomas International	Metalicas la Industrial	
10. Actividades en que se aplicaría el sistema de Intranet en su organización.	Sistemas y comunicaciones	Dirección administrativa
11. Con quién o quienes se comunicaría dentro de este sistema.	Con todos	Con todo el personal posible
12. Considera establecer algún tipo de parámetros específicos o reglas en la compañía para el uso del sistema Intranet.	No sabe	cada computador debe tener un acceso restringido
13. Motivadores e inhibidores con el uso del sistema de Intranet.	M: Información Inmediata, I: empresa muy pequeña	Inhibidores: costo de la implementación
14. Este sistema generaría algún tipo de cambio en el tráfico de información.	habría una comunicación más directa	yo creo que si
15. Ampliación en los canales de comunicación a partir del uso de Intranet.	Agilizaría el trabajo	los canales serian mas abiertos y e facil acceso
16. Cambio en el desempeño laboral en términos de optimización de procesos a partir del uso de este sistema.	Agilizaría los procesos	Existiria la posibilidad de sistematizar todo
17. Nivel de aplicabilidad de la red para usted como persona.	Evitaria el desplazamiento	La informacion estaria centralizada
18. influencia del sistema sobre la comunicación interpersonal.	Tal vez un poco	En una empresa pequeña es dificil que esto se de
19. Tratemos de personificar o imaginemos cuál sería el mundo típico del usuario de intranet, teniendo en cuenta factores tales como edad, sexo, status, rol, hobbies, nombre, tipo de familia, etc.	Cualquier persona	No creo que exista un perfil específico

TEMATICAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS
Asociación de términos	Thomas Internacional	Metalicas la Industrial
1. Dialogo	organización	organización
2. Computador	herramienta	herramienta
3. Comunicación	tecnología	tecnología
4. Información	precisión	precisión
5. Relaciones Laborales	relaciones humanas	relaciones humanas
6. Imagen Corporativa	imagen de la empresa	imagen de la empresa
7. Trabajo en Equipo	imprescindible	imprescindible
8. Intranet	Comunicación	Herramienta
9. Red (Social y de Datos)	unión	unión
10.Oficina	punto de encuentro	punto de encuentro
11.Relaciones Interpersonales	importantes	importantes
12.Tecnología	herramienta importante	herramienta importante
13.Mensaje	comunicación	comunicación
14.Contacto	relaciones humanas	relaciones humanas

Anexo E

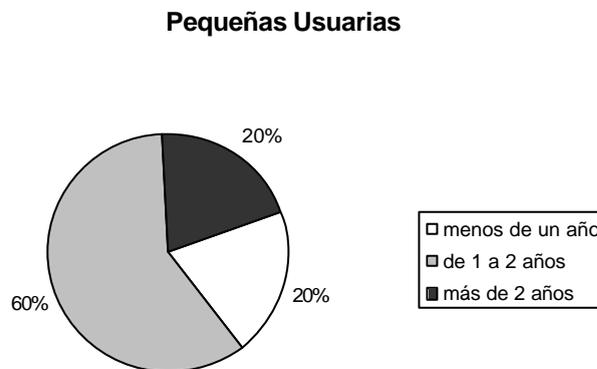
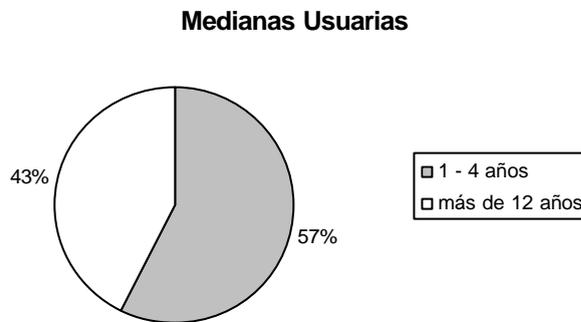
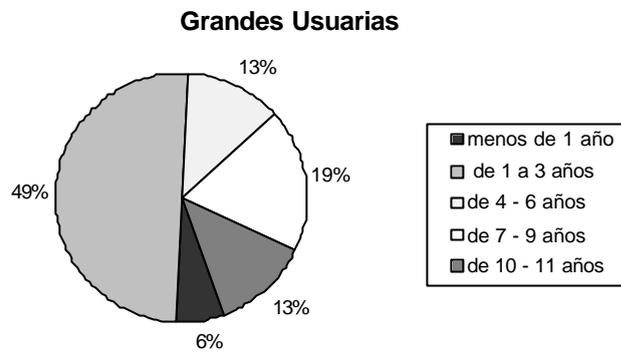
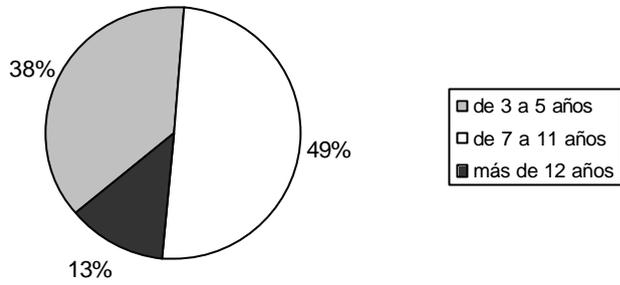


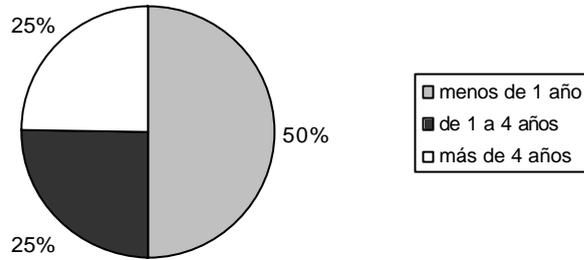
Figura 2. Porcentajes del tiempo laborado dentro de la organización de los funcionarios entrevistados en los tres tipos de empresas usuarias.

Anexo F

Grandes no usuarias



Medianas no usuarias



Pequeñas no usuarias

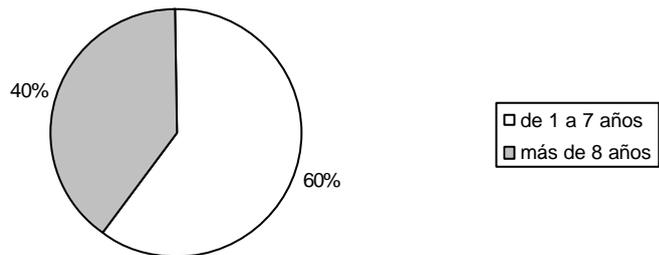
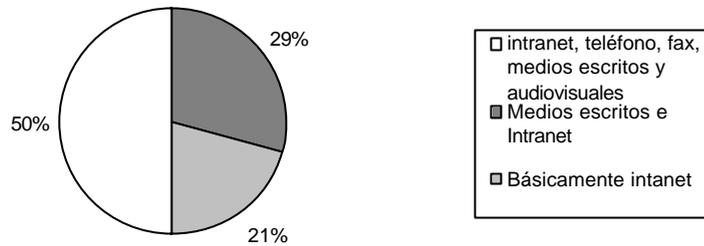


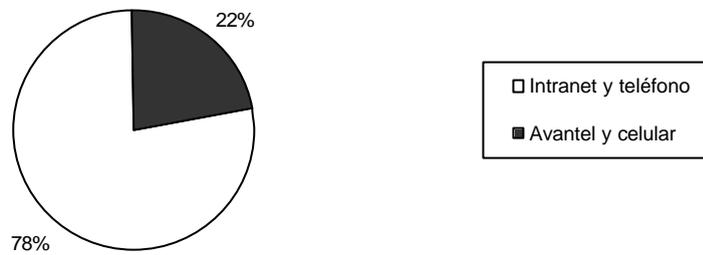
Figura 3. Porcentajes del tiempo laborado dentro de la organización de los funcionarios entrevistados en los tres tipos de empresas no usuarias.

Anexo G

Grandes Usuarias



Medianas Usuarias



Pequeñas Usuarias

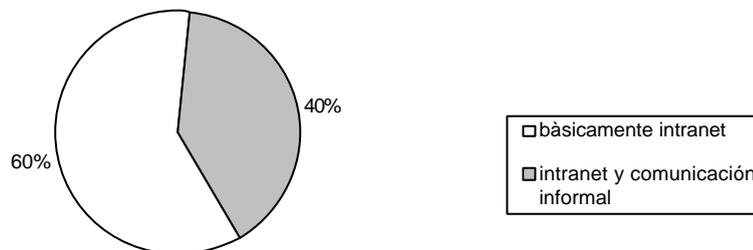


Figura 4. Porcentajes de los medios de comunicación utilizados en los tres tipos de empresas usuarias de intranet.

Anexo H

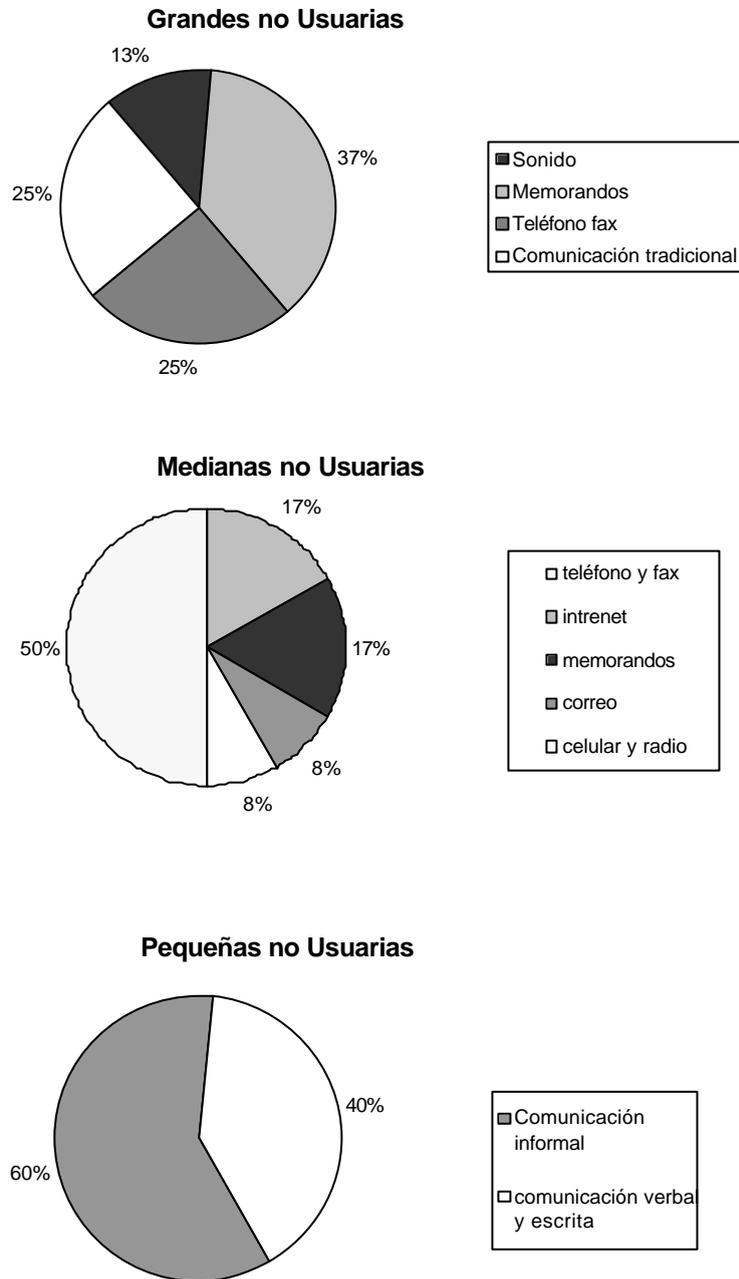
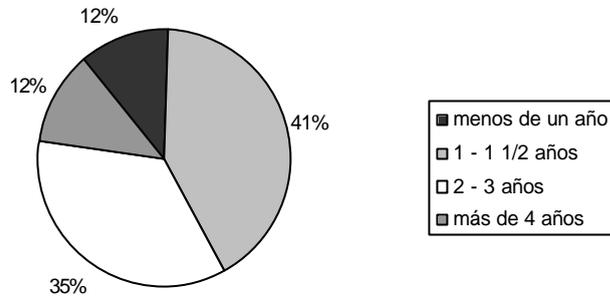


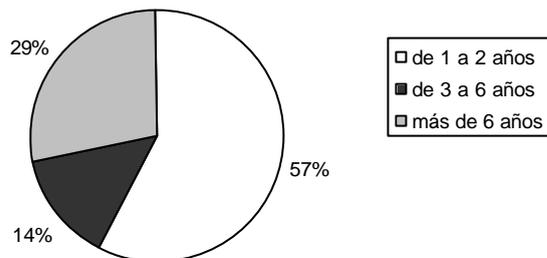
Figura 5. Porcentajes de los medios de comunicación utilizados en los tres tipos de empresas no usuarias de intranet.

Anexo I

Grandes Usuaris



Medianas Usuaris



Pequeñas Usuaris

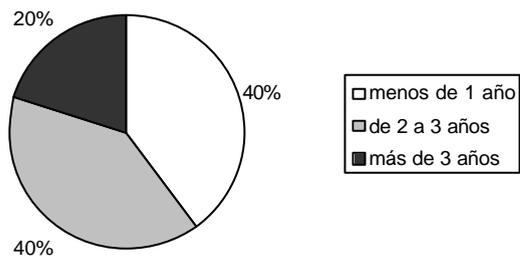


Figura 6. Porcentajes del tiempo que llevan manejando el sistema intranet los entrevistados en los diferentes tipos de empresas usuarias.

Anexo J

Tabla 4. Resultados Generales Empresas Grandes Usuaris

CATEGORIA	TEMATICA		FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
	Cambios en el Trafico de información	SI	17/17	Actualmente es mucho mejor que cuando no se había implementado este sistema, ha mejorado bastante, mayor eficacia, puntualidad y rapidez, agiliza tiempo y es de mayor utilidad.
Cambios en actividad laboral	Ampliación de los Canales de Comunicación	SI	14/17	A nivel de la organización me siento más comunicado, mayor comunicación, uno ya se conoce con otros, aumentan los sistemas para comunicarse, yo me puedo comunicar con más personas, puedo encontrar a la persona que necesito mucho más fácil.
		NO	3/17	Es que se utiliza la red en un 100% ese canal es más amplio y reduce el uso de los otros canal
	Optimización de Desempeño Laboral	SI	17/17	Lo ha optimizado a todo nivel laboral, me ha permitido responder de manera más eficiente en mi trabajo, se mandan las soluciones y se recibe información muy rápido, me ha ayudado a agilizar los procesos, la gran ventaja es la oportunidad y la economía, eficiencia en los procesos, herramienta muy util y vital
Concepto Intranet	Percepción de Intranet	Positiva	13/17	Sistema bueno y agil, rápido y eficaz, inmediato, comunicación más rápida
		Negativa	4/17	Medio de información más no de comunicación, impersonal, se pierde la intimidad
	Incorporación Intranet	Interna	12/17	Diseño interno desarrollado y adaptado a las necesidades de la empresa
		Externa	5/17	Por Outsourcing o Licencia comprada, se manejaron por contratos externos
Implementación de Intranet	Necesidad de incorporar el sistema		12/17	Mayor comunicación, rapidez, agilizar procesos, seguridad en la información y accesibilidad
			5/17	Por actualización de los sistemas de información para el crecimiento interno de la empresa
		SI	8/17	Nos dieron unas bases, por capacitación directa a los usuarios del sistema o capacitación respecto a las funciones que tiene el intranet
	Capacitación	NO	9/17	Nos dieron manuales de funcionamiento enviaron por mail las instrucciones, el sistema es amigable, por práctica propia, con la ayuda de compañeros

CATEGORIA	TEMATICA		FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Opciones de Red	Tipo de Información	Texto, audio y video	9/17	Las tres, pero se usa principalmente texto, sólo en ocasiones especiales se utiliza el audio y el video
		Sólo texto	8/17	Exclusivamente texto
	Reglas internas de uso	SI	15/17	Tienen un procedimiento de revisión de información antes de ser publicada, hay recomendaciones sobre el uso de la red, manejan contraseñas, cada usuario tiene su código.
	Fortalezas y Debilidades de la Intranet	Fortalezas	17/17	Medio agil de comunicación, rápido, práctico, inmediatez y accesibilidad, preciso, directo, eficiente, ahorro de papelería, evita transacciones.
Debilidades		14/17	Poca relación interpersonal, muy impersonal, no hay garantía de que la persona haya leído el mensaje, falta cultura, la debilidad cuando se cae la red quedamos bloqueados, debilidades propias de los sistemas.	
Oportunidades y Debilidades del sistema intranet	Motivadores e Inhibidores del Intranet	Motivadores	17/17	Trabajo eficiente, rápido, la vida es mucho más fácil, la seguridad, comunicación con muchos puntos, acorta distancias, motivaciones personales, ahorra tiempo y movilización, ahorro en el desplazamiento, efectividad, uno se vuelve más concreto y oportuno
		Inhibidores	13/17	La poca destreza que la persona considere tener el miedo a los computadores, falta de capacitación para operar adecuadamente el sistema, es una actividad que requiere tiempo y dejar de lado otras actividades, la posible caída de la red, problemas técnicos como los virus, la pérdida de contacto físico, no poder expresar sentimientos, no hay parte emotiva.
	Perfil del usuario	SI	7/17	Personas sin diferencia de sexo, de 20 a 45 años, en cualquier tipo de empresa con un cargo medio al igual que su status, con disponibilidad para manejar un equipo.
Imagen del sistema Intranet	Asociación concepto intranet	NO	10/17	Perfil no definido, puede ser cualquier persona, sin importar el nivel de la empresa, sin importar el nivel profesional o status social.
			4/17	Asocian al intranet como nivel y medio de comunicación o medio de información en un alto nivel
			13/17	Conceptos variados dentro de los cuales se incluyen: herramienta de trabajo, agilidad, globalización, facilitador

CATEGORIA	TEMATICA	FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS	
	Redes de Comunicación	Interna y externa	11/17	Al interior de la empresa y a nivel nacional, dentro de la empresa y con las oficinas nacionales, con las diferentes áreas de la empresa y con las sucursales, en este momento tenemos accesos directos a otras ciudades, clientes internos de la empresa, regionales y con algunos usuarios externos, con otros países.
		Sólo interna	6/17	Con todos los compañeros para no utilizar el teléfono u otros medios, con empleados y amigos dentro de la empresa, con los miembros de comités, comisiones y otras áreas, con todos los funcionarios de mi dependencia y otras dependencias, con compañeros y superiores
Comunicación e Intranet	Cambios en la Comunicación Interpersonal	SI	8/17	No es lo mismo hablar con la vista al frente a otra persona en una relación más directa que hacer por intranet, aunque para eso están las juntas y reuniones, los mensajes a nivel personal son más cortos y la comunicación es netamente laboral, se pierde emotividad, los gestos, la alegría, todo, en cierta manera porque no siempre voy a encontrar la persona y disminuye la cercanía, afecta las relaciones sociales, induce al sedentarismo y a evitar el contacto directo con la persona, podría disminuir la interacción, se afecta pero no me queda tiempo para hacer visita
		NO	9/17	También me puedo comunicar con personas que a veces ni veo, ya es mucho más fácil tener contacto, ya no verlas pero comunicarme con ellas, no hay un servicio que me permita comunicarme mejor, pienso que no se ha cortado la comunicación personal, dejas de tener la percepción, el comportamiento verbal pero pienso que a veces facilita las cosas, yo no reemplazo mi comunicación por la intranet, si uno se sabe comunicar y expresar las ideas no da pie para malos entendidos.

CATEGORIA	TEMATICA	FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
	Actividades por medio de Intranet	Informativas 5/17	Publicación de procedimientos de la compañía, noticias, orden del día, información interna de la compañía, nuevas promociones y servicios, normatividad que va saliendo, como medio de consulta, actividades de la empresa, movimientos, novedades, clasificados, funciona como agenda, información de inducción, reinducción y capacitación, buzón de expectativas, detección de necesidades
Perspectivas de Uso		Comunicativas 12/17	Comunicaciones con presidencia, comunicación de la empresa para los empleados, puede manejar texto y video para mandar correo externo (chat), asignación de directrices, para comunicación con regionales, sucursales, diferentes gerencias, intercambio de información y acceso a carpetas, recibir programas y enviar archivos Un alto nivel tanto a nivel laboral como social, la aplicabilidad es a todo nivel, lo
	Aplicabilidad del sistema Intranet	Alta 11/17	maneja el 80% del tiempo, herramienta de trabajo de alto nivel, es un sistema compartido, encuentras todos los procedimientos de la compañía
		Baja 6/17	La intranet es totalmente laboral, me sirve para mi desempeño laboral, trabajo posibilidades con los procesos, mi cargo exige una relación más personal uso más la entrevista

Anexo K

Tabla 5. Resultados Generales Empresas Medianas Usuarías

CATEGORIA	TEMATICA		FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Cambios en la actividad laboral	Cambios en el Trafico de información	SI	7/7	Llega más rápido, la rapidez con que se consiguen las cosas y acceso a más información, definitivamente el cambio se notó inmediatamente en la rapidez de los documentos escritos, se agilizaron las cosas, ahora hay confianza en esa información, más amigable, fácil.
		SI	4/7	Evidentemente requiere perder otros tipos de comunicación, es mucho más fácil dirigirse a una persona que uno no conoce por mail, yo me puedo comunicar con muchas más personas, puedo encontrar a la persona que necesito mucho más fácil
	Ampliación de los Canales de Comunicación	NO	3/7	Son adiciones o mejoramientos a lo que ya se tiene, es un valor agregado a lo que ya hay, se vuelven deficientes por que en la empresa no hay cultura o identidad, los canales no se amplian por el recurso humano que los utiliza
		SI	7/7	Se facilitan los procesos y procedimientos, hay mucha comunicación, se agiliza el trabajo, hay una dirección hacia la agilidad, la comunicación es inmediata, sin necesidad de un intermediario como la secretaria, rápidamente
Concepto Intranet	Optimización de Desempeño Laboral	SI	7/7	puedo acceder información, optimiza mi gestión. muy util, agilidad, rapidez, medio muy efectivo, eficiente
		Positiva	6/7	Ahora tiene un nivel subvalorado, esta herramienta de trabajo se está desaprovechando a nivel de comunicación
	Percepción de Intranet	Negativa	1/7	Se diseño de acuerdo a los requerimientos, es un diseño propio de la empresa, es un diseño realizado por los ingenieros, todo se construyó desde la casa matriz.
		Incorporación Intranet	Interna	6/7
Implementación de Intranet	Necesidad de incorporar el sistema	Externa	1/7	Por actualidad, por que en esta era si no se hace nos quedaríamos atrazados, la mayoría maneja comunicación por sistemas, por el problema de bases de datos, la inseguridad, es un medio más veloz, confiable, por que es una forma más rápida y segura, no se cometen errores y todo está perfectamente hecho, forma fácil de obtener la información.
		SI	4/7	Cursos de inducción, algunas capacitaciones internas, nos hicieron entrenamientos de varios días, hubo un cambio en el trabajo que fue muy importante
	Capacitación	NO	3/7	Autodidacta, la mayoría uno se mete y mira, es un sistema amigable te enseña paso por paso.

CATEGORIA	TEMATICA	FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
	Tipo de Información	Texto, audio y video 6/7	Texto, pero hay computadores que manejan lo demás, básicamente texto, pero ocasionalmente las tres cuando es necesario, texto, porque no todos los computadores están habilitados para lo demás, se utiliza texto para casi todo. Pero se usa audio y video regularmente.
Opciones de Red		Sólo texto 1/7	Texto unicamente
	Reglas internas de uso	SI 5/7	Claro, restricciones para acceso a algunos tipos de información, no todos tenemos acceso a intranet, tienes diferentes códigos por departamentos, las reglas se encuentran allí dentro de la intranet, el correo electrónico lo están revisando continuamente.
		NO 2/7	Recomendaciones de cuidados con el equipo, no saturar la red, que se utilice para lo que debe ser.
	Fortalezas y Debilidades de la Intranet	Fortalezas 7/7	La rapidez, rapidez de comunicación, es agradable, no se pierde tiempo, la comunicación por mail es rápida, comunicación directa, efectividad, es puntual, concreto.
Oportunidades y Debilidades del sistema intranet		Debilidades 7/7	Cuando se va la luz se puede perder información o borrar, en los sistemas entre más avance, más problemas, memoria, etc, se cae la red, cuando se caen los sistemas.
	Motivadores e Inhibidores del Intranet	Motivadores 7/7	Agilidad, se puede obtener la información más rápido, la eficiencia, la rapidez, poder resolver las cosas inmediatamente, tiempo, productividad.
		Inhibidores 4/7	Problemas con las actualizaciones de los sistemas, a veces se termina estando más atrás del principio, hay mucha gente que no nació con los sistemas y les da miedo manejarlos, que la red se caiga, falta de capacitación para operar ciertas partes de la red.
	Perfil del usuario	SI 3/7	Profesional, estudiante o universitario, cargo medio y alto, debe ser una persona muy actualizada que pueda manejar todo electrónico no por escrito, de 24 años para arriba, sin importar el sexo.
Imagen del sistema Intranet		NO 4/7	Cualquier persona que tenga la capacidad para entrar en el mundo de la tecnología, sin sexo ni edad, por que esto es desarrollo personal, que tenga acceso a los computadores, para eso no hay edad, podemos hablar desde una secretaria hasta el presidente de una organización, cada día todos los niveles tienen que funcionar con el sistema.
	Asociación concepto intranet	6/7	Herramienta para agilizar, comunicación rápida, sistema fabuloso de comunicación moderno, sistema de comunicación, intercomunicación con el resto de personas de la compañía.
		1/7	Ventaja competitiva.

CATEGORIA	TEMATICA	FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS	
Comunicación e Intranet	Redes de Comunicación	Interna y externa	6/7	Con todos los niveles, mayores y menores, me comunica con otros edificios, con todas de las personas dentro de la división y fuera de esta, con mi jefe, con recursos humanos, me puedo comunicar con cualquier nivel, hay muchos departamentos, con gente de otros países, aquí en la región, con los compañeros del mismo nivel o con los superiores.
		SI	2/7	No deja de ser fría, pero mientras se comuniquen de la empresa, si el factor humano es frio pues la comunicación será fria, desvirtua la comunicación persona a persona.
	Cambios en la Comunicación Interpersonal	NO	5/7	El resto de la comunicación sigue muy frecuente, es permanente, escrita, telefónica, obviamente eso depende de las personas, en mi caso al contrario el tiempo que gastas en comunicaciones internas, te lo puedes gastar dándole un saludo a una persona cercana, se sigue teniendo una vida laboral, familiar, relaciones interpersonales de la misma forma, es como cuando inventaron el teléfono las relaciones no se dañaron, solo ha cambiado la manera de trabajar.
Perspectivas de Uso	Actividades por medio de Intranet	Comunicativas	5/7	En la parte comercial, para todo lo que tiene que ver con los clientes, recibir y dar información, el proceso interno, para responder las inquietudes de los clientes internos y externos, la mayoría es para controlar ventas, son programas específicos en los que se encuentra toda la información interna de la compañía.
	Aplicabilidad del sistema Intranet	Alta	3/7	Se aplica a todo, el trabajo, la casa, porque allí tengo intranet, tanto mi esposo como yo, dependo de los sistemas de la compañía los manejo el 80 por ciento del tiempo, aplicabilidad independientemente de la empresa es básico, porque al principio era una afición, ahora me identifico totalmente con los sistemas

Anexo L
 Tabla 6. Resultados Generales Empresas Pequeñas Usuarias

CATEGORIA	TEMATICA		FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Cambios en la actividad laboral	Cambios en el Trafico de información	SI	4/5	es más exacta, es evidente el cambio y radica en la efectividad y rapidez de la comunicación, se ha vuelto más impersonal aunque es más ágil, por falta de conocimiento a veces la red se satura innecesariamente
		NO	1/5	no ha generado ningún cambio.
	Ampliación de los Canales de Comunicación	SI	3/5	es el medio más organizado para el manejo de información, porque ahora existe un medio como intranet que es adicional a los ya existentes.
		NO	2/5	realmente muy poco, unicamente se han ampliado un poco.
Concepto Intranet	Optimización de Desempeño Laboral	SI	5/5	se han optimizado los procesos de recursos físicos, económicos, humanos, hay mayor seguridad y confiabilidad en la información, agiliza la trasmisión de información y no se pierde tiempo.
	Percepción de intranet	Positiva	5/5	como un medio eficaz de comunicación interna de la empresa bueno y efectivo, como un medio electrónico que facilita la comunicación entre las personas de la organización, como un medio ágil y rápido de comunicación,
		Incorporación Intranet	Interna	4/5
		Externa	1/5	la incorporación fue por outsourcing.
Implementación de Intranet	Necesidad de incorporar el sistema		4/5	porque los usuarios necesitaban un medio de transporte de información seguro, veloz y confiable, lo hicimos para verificar una forma de filtrar información, para agilizar la comunicación y hacer ahorro de tiempo y papeleo, siendo una empresa de tecnología, es un deber utilizar este tipo de herramientas, porque el desarrollo es fundamental.
			1/5	la Intranet no es un sistema implementado como política
	Capacitación	SI	3/5	cursos para los usuarios sobre el manejo de las redes, capacitación técnica de manejo por parte de la empresa, capacitación y uso frecuente.
Opciones de Red	Capacitación	NO	2/5	autodidacta, autoestudio.
	Tipo de Información	Texto, audio y video	2/5	los tres tipos, dependiendo de la actividad cualquiera de los tres servicios.
		Sólo texto	3/5	exclusivamente texto.
	Reglas internas de uso	SI	5/5	precaución con los elementos externos para evitar virus, sistemas de seguridad contra virus, no se debe transmitir información confidencial, obscena o que no corresponda a las actividades laborales.

CATEGORIA	TEMATICA		FRECUENCIA	CONCEPTOS, PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Oportunidades y Debilidades del sistema intranet	Fortalezas y Debilidades de la Intranet	Fortalezas	5/5	comunicación directa para dar respuesta a los demas usuarios, buena trasmisión de la información, comunicación rápida y efectiva, información precisa y concisa, agilidad en las tareas, resulatdos eficaces, respaldo, ejecución y control de actividades, la aplicación de la tecnología a la comunicación organizacional, se evita papeleo.
		Debilidades	4/5	impersonal, limitada, no hay posibilidad de retroalimentación directa, trabajo bajo presión, no siempre hay el tiempo necesario para revisar toda la información.
	Motivadores e Inhibidores del Intranet	Motivadores	3/5	las respuestas son casi inmediatas, más que motivadores es una necesidad real para todas las empresas, tal vez internos como un sutil vínculo de relación social en otro escenario diferente al conversacional
Imagen del sistema Intranet	Perfil del usuario	Inhibidores	2/5	la falta de confianza en el sistema.
		SI	2/5	personas entre los 18 y 55 años sin importar su sexo, con estatus medio alto y rangos medio y altos de carácter administrativo, sin ningún hobbie específico.
		NO	2/5	todas esas características son indiferentes, lo que determina el uso es la necesidad de la información, cualquier persona con capacitación
Comunicación e Intranet	Asociación concepto intranet		5/5	conceptos asociados a intranet tales como facilidad, comunicación, tecnología.
	Redes de Comunicación	Sólo interna	5/5	todos los usuarios y clientes internos, con toda la organización, con colaboradores, con otros departamentos, jefes y subordinados.
	Cambios en la Comunicación Interpersonal	SI	2/5	un poco, pues el contacto ya no es tan directo.
Perspectivas de Uso	Actividades por medio de Intranet	NO	3/5	porque es sólo una intpretación diferente de la comunicación, por el contrario beneficia debido a que es más concreto en el manejo de la informción.
		comercial	1/5	es de uso aplicativo propio de gestión comercial
		Informativas	3/5	manejo de documentos y comunicados a nivel interno, en actividades de trabajo como mensajes, circulares, solicitud de resolución de problemas de los clientes, información de interés general, comunicación persona a persona, promoción de actividades de la empresa.
	Aplicabilidad del sistema Intranet	Alta	5/5	la utilizo casi al noventa por ciento para no decir que totalmente, para comunicarme con toda la compañía, la posibilidad de comunicarle a las personas de la organización la información que tengo que decirles, lo utilizo diariamente para comunicarme y estar enterada de novedades.

Anexo M
 Tabla 7. Resultados Generales Empresas Grandes no Usuarias

CATEGORIA	TEMATICAS		FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Cambios en la actividad laboral	Cambios en el trafico de informacion	SI	7/8	información oportuna con resultados inmediatos, estoy convencido que definitivamente habría un cambio radical y favorable en la comunicación, la implementación nos permitiría agilizar procesos, minimizar más el tiempo, optimizar más el trabajo de los funcionarios, se ahorraría en tiempo y permanencia de contacto, mayor prontitud.
		NO	1/8	no creo que todo el mundo tenga que comunicarse, cada quien busca el medio que le parezca más eficiente, eficaz y efectivo para su objetivo.
	Ampliación de los canales de comunicación	SI	7/8	se mejoraría, sería mucho más rápido, básicamente se podría compartir información y retroalimentación más oportuna de la productividad de la planta, si más amplias, si en todos los funcionarios de la empresa.
		NO	1/8	no creo que se afecten los canales.
Concepto intranet	Optimización del desempeño laboral	SI	8/8	se mejoraría el manejo de la información y se definirían mejor otros procesos, mejora el tráfico de la información, por lo menos en facturación tenemos dificultades por la falta de información, se realizan los cambios muy lentos, con intranet sería mucho más rápido, si definitivamente en cuanto a costos y ahorro del tiempo, papelería y desplazamientos. es la comunicación interna que hay entre los funcionarios a través del computador, podría servir la empresa tiene ese proyecto, correo interno y externo por medio de la red,
		NO	3/8	una red que se maneja a través de internet, es un sistema complejo que minimiza los tiempos de trabajo y recuperación de la información vital para la empresa. no lo conozco
	Conocimiento del sistema	SI	5/8	comunicación más fácil y práctica, sin entorpecer el trabajo de otras personas, puede mejorar los procesos de comunicación dentro de la empresa, me gustaría mucho poder acceder a ese tipo de red, es una necesidad básica para mi trabajo, favorable en cuanto a las potencialidad del sistema.
		NEGATIVA	1/8	no mejora la comunicación personal.

CATEGORIA	TEMATICAS		FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Implementación intranet	Necesidad de incorporar el sistema	SI	6/8	por que acorta las distancias de la comunicación, para comunicarnos entre sucursales si creo que sea necesario, este sistema ofrece información clara y detallada no sólo a nivel operativo o administrativo, por conocer la información en el momento preciso en que la necesito.
		NO	2/8	se vería directamente afectada la comunicación visual, no tenemos el conocimientos profundo de las ventajas y desventajas del sistema.
	Quien decide implementar el sistema	Gerentes	3/8	El subgerente administrativo, la gerencia en la planta apoyado con la presidencia de la compañía, el director de la oficina de sistemas.
		Departamentos	5/8	La oficina de gestión tecnológica, recursos humanos y el departamento de sistemas, existe un departamento de tecnología junto con el gerente administrativo, el subgerente administrativo y el gerente de compras y ventas, de sistemas y la parte jurídica.
	Tipo de información	texto, audio y video	2/8	Video, texto y audio en la medida en que nos capaciten, video y texto por que audio no lo posibilita.
sólo texto		6/8	Básicamente texto, se manejaría texto apoyado con figuras	
Opciones de red	Reglas internas de uso	SI	8/8	Tiene que haber unos mínimos controles y requisitos que debe cumplir el usuario, deben existir reglas para que haya mejor comunicación, resultados y buenos efectos, deben haber parámetros que la empresa debe fijar para el manejo de información para que no sea divulgada ni mal transmitida, indudablemente deberían existir claves y códigos especiales para que la información fluya correctamente.
Oportunidades y debilidades del sistema intranet	Motivadores e Inhibidores del Intranet	motivadores	8/8	Necesidad de que la información sea oportuna y poder llegar a los funcionarios, no sólo Bogotá sino todo el país, comunicación rápida y permanente, rapidez y prontitud, eliminar el uso del papel y el ahorro del tiempo.
		inhibidores	4/8	Documentos que requieren tener un recibido para tener un respaldo, el costo de los equipos y de los espacios requeridos, desconocimientos del manejo y funcionamiento de la red necesidad de capacitación para aprovechar al máximo sus potencialidades.
Imagen del sistema intranet	Perfil del usuario	SI	3/8	tal vez haya gente que tiene su característica que no les gusta hablar de frente con las personas, persona adicta entonces se vuelve independiente de todo, se mete en intranet y se olvida del resto del contorno.
		NO	4/8	yo pienso que intranet está al acceso de cualquier persona indistintamente de su sexo o su edad, de pronto si esa persona debe tener ciertas características y ciertos conocimientos básicos, debería estar al alcance de todos, pienso que cualquier persona puede tener acceso a intranet, lo que si necesita es capacitación pues las personas de mayor edad son las más reacias al cambio.
	Asociación concepto intranet		6/8	medio o sistema de comunicación, efectividad, agilidad, red interna de comunicaciones, red interna de computadores.

CATEGORIA	TEMATICAS		FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Comunicación e intranet	Redes de comunicación	Personas específicas	2/8	Control interno, presupuesto y definitivamente con la delegada misma en el ejercicio fiscal, con las diferentes gerencias de productos.
	Redes de comunicación	Todas las áreas	6/8	con todo el personal de la institución, con todas las áreas, con el personal de otras plantas, con superiores, con todas las áreas con quien tenga comunicación.
	Cambios en la comunicación interpersonal	SI	4/8	Despersonalización, esa parte humana entonces se deshumanizaría, uno se vuelve como autómata en ese sentido, pierde un poco de trato con la persona, ya no tienes una comunicación verbal, no tendrías contacto visual o auditivo.
	Cambios en la comunicación interpersonal	NO	4/8	la comunicación misma se mantiene por que de igual forma el mensaje va de doble vía, es un cambio de cultura lo que habría que hacer, igual se harían reuniones, seguirían presentando informes, comités, yo no creo se podría y además se necesitan los dos sistemas cada uno dentro de sus límites
	Funcionaria el sistema en su empresa	SI	5/8	sería muy útil para enviar mucha información, eficiente comunicación en todo sentido de manera funcional con todas personas y dependencias, mefacilitaría de una u otra manera mi trabajo, es una forma de hacer llegar rápido la información, tendría comunicación e información agil y efectiva en el momento en que la necesito, evitaría desplazarse.
Perspectivas de uso		NO	1/8	Tendría que conocer mejor sus potencialidades.
	Actividades por medio de intranet	Informativa	5/8	información de facturación, lo que genera cada servicio diaria y mensualmente, información de proveedores en el control de procesos, información perteneciente a la empresa y todos sus procedimientos, enviar y recibir información de los procedimientos.
	Aplicabilidad del sistema	Baja	4/8	a nivel laboral enviar y recibir información, todo lo relacionado con la parte administrativa dando órdenes como parte directiva y dejando registro en el punto de destino.

Anexo N

Tabla 8. Resultados Generales Empresas Medianas no Usuarías

CATEGORIA	TEMATICA	FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
			mayor agilidad, rapidez de la información, podría mejorar la claridad de
	cambios en el trafico de informacion	SI 5/6	la información y la forma como se da, mejor comunicación, de pronto se genera un cambio por que a veces hay mucho lío.
		NO 1/6	pues básicamente, como estamos tan cerca la comunicación es permanente, sin necesidad del Intranet.
cambios en la actividad laboral	ampliación de los canales de comunicación	SI 5/6	porque los otros son efectivos pero obsoletos y demorados, porque ya por ejemplo el memorando escrito estaría pasado de otro modo, habrían mejores canales de información porque le daría claridad y no habría ya ese rumor y chisme.
		NO 1/6	serían los mismos, ya que somos pocos en las oficinas y con los otros empleados de la empresa nos comunicamos por radio
	optimización del desempeño laboral	SI 5/6	claro porque yo trabajo mucho con cuadros estadísticos y para mandarlos a otras ciudades se demoran mucho por fax o enviándoles el disco, porque toda la tecnología le ayuda a uno mucho, dependiendo el tipo de empresa nos agiliza algunas cosas, porque uno trabajaría con más entusiasmo, más tranquilo.
		NO 1/6	para nosotros no es primordial.
	conocimiento del sistema	SI 3/6	comunicación permanente, la conocí desde hace un año, su función es comunicar información sobre la empresa, la gente está permanentemente informada.
concepto intranet		NO 3/6	no tengo ningún conocimiento, no lo conozco, no sé.
		POSITIVA 2/6	me parece un buen sistema de información, por comunicar novedades.
	actitud frente a intranet	NEGATIVA 3/6	yo prefiero el contacto directo con la persona, más por el trabajo de servicio, en un momento dado se podría adquirir este sistema pero no es muy urgente.
	necesidad de incorporar el sistema	SI 6/6	porque las compañías trabajan con financiación, de pronto por agilidad y por tener varios puntos de venta, por el problema de falta de comunicación clara que existe, para compartir información, para mejorar la comunicación informal actual.
implementación intranet	quien decide implementar el sistema	gerencia 5/6	el gerente de la compañía, la gerencia, la gerencia comercial para todos los puntos.

CATEGORIA	TEMATICA	FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
	departamentos o áreas	1/6	primero el departamento de sistemas y después recursos humanos.
	texto, video y audio	3/6	yo cre que todas tendrían que venir allí, las tres, texto audio y video
	tipo de información	2/6	sólo texto
	reglas internas de uso	5/6	SI claro, tendrían que existir, porque existe información clasificada a la que sólo algunas personas deberían tener acceso, que no todos tengan entrada a información muy restringida de cada oficina.
opciones de red		1/6	NO para el uso de los contratos, cláusulas y para correos que no son de interés para la compañía
oportunidades del sistema intranet	y Motivadores e del sistema Inhibidores Intranet	6/6	motivadores la eficiencia, la agilidad, seguimiento de los directivos a los empleados
		2/6	inhibidores la comunicación interpersonal, la resistencia al cambio de las personas.
imagen del sistema intranet	perfil del usuario	2/6	SI gente joven, directivas que manejen la tecnología de maner adecuada para que esta facilite su nivel de trabajo, 30 años o menos porque la gente mayor rechaza siempre la tecnología, el sexo es indiferente, cargos con contacto on las otras personas a nivel de recursos humanos, relaciones humanas, profesional de alto estatus social.
		4/6	NO cualquier persona sín diferencia de sexo, edad, todas las personas podrían manejar intranet, desde cualquier cargo, el más bajo que lo necesite, no habría distinción, sería para todos.
	asociación concepto intranet	6/6	en general se asocia con conceptos tales como agilidad, técnicas de trabajo, tecnología, novedad.
	redes de comunicación	5/6	de interna con todas las personas, internamente dentro de las oficinas, las vicepresidencias de la empresa tendrían que estar comunicadas.
		1/6	externa con otras aseguradoras con las que trabaja la compañía.
comunicación e intranet		3/6	SI bastante porque cada día es menos la comunicación directa o personal entre las personas, se mejorarían los canales pero se perdería un poco el contacto personal, como en internet, dejaría uno de verse con el otro. pues de pronto ya no habría tanta comunicación directa, pero no se enfriarían las relaciones hay más acercamiento, de pronto acerca más a las personas, yo creo que no se perdería por el tamaño de la empresa.
	cambios en la comunicación interpersonal	3/6	NO

CATEGORIA	TEMATICA	FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
perspectivas de uso	funcionaria el sistema en su empresa	SI	3/6 fabuloso porque nos comunicáramos entre las cinco empresas hermanas, sería bueno porque hace falta divulgación, bueno siempre y cuando se cultive a la gente.
		NO	2/6 tal vez en grandes empresas, por el estilo de trabajo nuestro no se facilita, no tengo idea como funcionaría.
	actividades por medio de intranet	comercial	3/6 tendría que venir la información de los servicios, en la parte comercial para productos, ventas, cifras proveedores, clientes.
		informativa	3/6 para reemplazar papelería y cláusulas, para manejar la red de los computadores dentro de la oficina.
	aplicabilidad del sistema	alta	3/6 necesario por la rapidez de la información, finalmente al sentirme importante dentro de esa compañía, es un beneficio para la persona, me sentiría reconocido.
		baja	3/6 un nivel bajo porque esto lo están manejando a nivel empresarial y el contacto es muy frío, muy distante, es diferente del contacto directo, muy grande dentro de la oficina no lo implementaría.

Anexo O
 Tabla 9. Resultados Generales Empresas Pequeñas no Usuarias

CATEGORIA	TEMATICA		FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Cambios en la actividad laboral	Cambios en el trafico de informacion	SI	4/5	sería una comunicación más eficiente.
		NO	1/5	sería igual como lo venimos usando, comunicación horizontal y vertical.
	Ampliación de los canales de comunicación	SI	4/5	agilizaría el trabajo, los canales serían abiertos, con las personas que están en la capacidad de transmitir información.
		NO	1/5	sería igual como lo venimos usando, por el tamaño de la empresa.
	Optimización del desempeño laboral	SI	2/5	todo lo que sea organizado y sistematizado, agiliza el desempeño y economiza el tiempo en otras actividades.
	NO	3/5	es difícil de medir por el tamaño de la empresa, aquí es verbal y es directo, para nosotros es mejor como estamos, más adelante al crecer, pienso que podríamos optimizar al tener el sistema, realmente no sé.	
Concepto intranet	Conocimiento del sistema	NO	5/5	no sé, muy poco en mi empleo anterior, no tengo mucha información al respecto.
	Actitud frente a intranet	POSITIVA	2/5	es sencillo, es fácil de usar, es inmediato, buscar en forma rápida, hacer referencia a mensajes anteriores, clasificarlos ordenarlos, presta servicios buenos.
		NEGATIVA	3/5	no sabría, como somos tan poquitos y estamos reunidos, igual tengo acceso a la información que requiero por ser una empresa tan pequeña
Implementación intranet	Necesidad de incorporar el sistema	SI	1/5	para poder acceder a los diferentes archivos y a internet.
		NO	4/5	no lo veo urgente, pero podría ser interesante, en un mediano plazo si vale la pena tener el intranet para tener una red pequeña de computadores conectados.
	Quien decide implementar el sistema	juntas	4/5	la junta de socios, mi socio y yo.
		departamentos o áreas texto, audio y video	1/5	la dirección administrativa que además maneja el internet.
Opciones de red	Tipo de información		1/5	manejaríamos texto basicamente, en casos muy excepcionales audio y video por ejemplo para manejar una campaña de la empresa.
		sólo texto	4/5	únicamente texto a nivel de archivos, voz no ni audio ni video.
		SI	2/5	para que sea más organizado, con un computador central y claves para que el acceso sea de unas contadas personas.
	Reglas internas de uso	NO SABE	3/5	no se como funcionaría, entonces no se que tipo de reglas se pueda manejar, esta es una entidad tan abierta que nadie usa claves, cualquiera puede abrir mi computador y no hay problema.

CATEGORIA	TEMATICA		FRECUENCIA	CONCEPTOS PERCEPCIONES Y SENTIMIENTOS
Oportunidades y debilidades	Motivadores para el uso del sistema	motivadores	2/5	la información que necesito la tengo ahí mismo en el momento preciso.
	Inhibidores para el uso del sistema	inhibidores	3/5	problemas de claridad en el mensaje, no queda nada escrito, tamaño de la empresa, costos de implementación. no creo que haya problema en cuanto al sexo, en estatus sí, pues
Imagen del sistema intranet	Perfil del usuario	SI	4/5	la persona de estatus bajo no tiene acceso a la tecnología, ergos administrativos o de escritorio tienen la obligación de manejarla, administrativos con conocimientos de sistemas.
		NO	1/5	yo pienso que cualquier persona con educación media podría acceder a intranet, es muy sencillo, nada de diferenciación.
	Asociación concepto intranet		5/5	en general conceptos tales como: comunicación, agilidad, orden, herramientas importante.
Comunicación e intranet	Redes de comunicación	interna	4/5	con gerencia, dirección administrativa, sistemas y comunicaciones, la empresa es pequeña sería con todos. yo pienso que un poco, al tener esta herramienta no necesita ir a
		SI	2/5	buscar al individuo con quien tengo que intercambiar información. de ninguna manera, por lo que somos tan pequeños, además hay un buen grupo de trabajo, no necesariamente, ya que queda registrado lo que uno quiere comunicar, lo único que hace es agilizar la información.
	NO	3/5	sería muy útil para tener acceso a la información de cada uno de los funcionarios.	
	Funcionaria el sistema en su empresa	SI	2/5	agiliza las comunicaciones pero no se justificaría en una empresa
	NO	3/5	pequeña, por el tamaño de la firma de pronto no se necesita, a	
Perspectivas de uso	Actividades por medio de intranet	comunicativa	5/5	corto plazo cuando crezcamos un poco sería de gran ayuda. en comunicaciones con la subgerencia y dirección administrativa, sistemas y bases de datos, información de clientes, de costos, contable y personal.
	Aplicabilidad del sistema	alta	4/5	la usaría permanentemente, ese es mi trabajo entonces para mi sería de uso obligatorio, no me tendría que desplazar y esperar a que me llegue la información que necesito para tomar decisiones, centralizaría la información.