

Apropiación y usos de la infraestructura tecnológica de comunicación en la competitividad organizacional del sector terciario en México

Dr. José Luis Pariente Fragoso. Universidad Autónoma de Tamaulipas. jpariente@uat.edu.mx

Dra. Ma del Carmen Gómez de la Fuente. Universidad Autónoma de Tamaulipas mcgomez@uat.edu.mx

Dr. Guillermo González Durán. Universidad Autónoma de Tamaulipas. ggonzalez@uat.edu.mx

Resumen: La tecnología de comunicación e información desempeña un papel sumamente importante en la competitividad de las empresas y es uno de los factores intangibles que plantea más dificultad en su gestión. El escenario actual se identifica con la aceleración del cambio tecnológico y el acortamiento del ciclo de vida de los productos. Lo tecnológico conforma hoy un sector estratégico que permite que la empresa mejore su posición competitiva, y su ausencia produce una grave insuficiencia para generar innovaciones en productos y procesos. La tecnología es un medio para transformar las actividades que dan vida a las empresas ya sea en la elaboración de los productos o bien, en la generación de servicios que, de acuerdo al giro del sistema organizacional ayuda para el logro de las metas y objetivos de las personas y de las organizaciones. La presente investigación analiza los diversos factores intervinientes para la apropiación y usos de la infraestructura tecnológica de comunicación, respecto a la competitividad organizacional.

Palabras clave: apropiación; usos; TIC; competitividad; organizaciones; sector terciario

Summary: The information and communication technology plays a very important role in the competitiveness of companies and is one of the intangibles

that raises more difficulty in their management. The current scenario is identified with the acceleration of technological change and shortening life cycle of products. The technology today constitutes a strategic sector that allows the company to improve its competitive position, and its absence causes a serious failure to generate innovations in products and processes.

Technology is a means to transform the activities that give life to companies either developing products or in the generation of services, according to the rotation of the organizational system helps to achieve the goals and objectives people and organizations. This research analyzes the many factors involved for the appropriation and use of the technological infrastructure of communication, regarding organizational competitiveness.

Keywords: appropriation; uses; ICT; competitiveness; organizations; third sector.

1. Introducción

La irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación ha transformado desde el punto de vista estructural a la sociedad global en general y a los sistemas organizacionales en particular. Las acciones cotidianas son mediatizadas por instrumentos y espacios creados por la tecnología con el fin de mecanizar y sistematizar los procesos sociales en los que vivimos inmersos. Concretamente, la infraestructura tecnológica de comunicación en el ámbito de las empresas y las instituciones, ha modificado los patrones de percepción, comportamiento y conducta de los públicos.

Desde la perspectiva internacional en la primera década del siglo XXI, lo que afecta más a las empresas es el aspecto económico, tecnológico, gubernamental, legal, así como su cultura (Steiner 2003).

El desarrollo de las acciones institucionales y empresariales ha evolucionado conforme al desarrollo de las nuevas tecnologías incidiendo significativamente en diversos rubros como la reputación, relaciones públicas, identidad, marketing, publicidad, competitividad organizacional. Modificando por ende la estrategia comunicativa de las propias organizaciones. Por otra parte, y derivado de

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

las necesidades que requieren las empresas dedicadas a los diversos sectores económicos, se puede considerar de suma importancia la medición de la comunicación en sus distintos soportes tecnológicos y sus usos tanto a nivel interno como externo.

Sin los sistemas de medición no tienes manera de saber si lo que estás haciendo cumple los objetivos marcados o donde se encuentran los puntos de mejora. Esto se aplica igualmente al mundo de los denominados “intangibles”, que cada vez cobran más importancia en la planificación estratégica de las compañías y que gracias a la evolución y desarrollo tecnológico de herramientas de medición específicas, permiten obtener métricas sobre interacciones, el tono de las conversaciones, la experiencia sobre atributos de marca, etc. (Dircom, 2013).

Medir la comunicación e información, en la actualidad es fundamental en el campo organizacional para la eficacia de sus procesos productivos y la toma de decisiones asertivas.

Los sistemas organizacionales actualmente viven en un inestable entorno macro y microeconómico producto de la globalización y de los diversos subsistemas que interactúan simultáneamente (Gómez, 2013). La incorporación de los recursos tecnológicos de comunicación e información, no solo consiste únicamente en equipar a las empresas con sistemas, máquinas, procedimientos y programación, sino además, evaluar los factores que inciden para la apropiación y uso por parte de los empleados en el desarrollo de la innovación, la aplicación de su creatividad y la capacidad de sistematizar los conocimientos para su beneficio y el de la empresa.

Con base en lo anterior, el presente estudio tiene como finalidad analizar la situación de la infraestructura tecnológica de la comunicación e información, en empresas de la actividad económica terciaria, así como los factores que intervienen para su apropiación y uso, como apoyo para la competitividad de las organizaciones en el Estado de Tamaulipas (México).

En consecuencia, el estudio procura contribuir al conocimiento de:

- A- Las condiciones objetivas, así como de las prácticas y representaciones de los miembros de las organizaciones acerca de los recursos tecnológicos de la comunicación.
- B- Las condiciones objetivas de los recursos humanos y tecnológicos en cuanto a actualización y capacidad, relacionadas con las tecnologías de la comunicación e información, así como su uso en los procesos de comunicación organizacional eficaz y eficiente.
- C- Las condiciones objetivas en las que los públicos externos perciben y reciben la implantación de las nuevas tecnologías de la comunicación en sus relaciones con la organización para la medición de su competitividad.
- D- La relación existente entre el sistema de representaciones de los públicos y las condiciones objetivas de las instituciones y empresas, en las prácticas de apropiación y uso (incorporación) de nuevas tecnologías de la comunicación en los procesos de comunicativos entre las diferentes organizaciones y sus públicos, así como el impacto en la competitividad organizacional.

Objetivos Particulares

Los objetivos particulares del estudio son los siguientes:

A- Indagar acerca de las opiniones de los empleados respecto a:

1. El equipamiento y uso de las tecnologías de la comunicación en la organización.
2. El manejo de la tecnología por parte de los miembros del sistema organizacional en cuanto al cumplimiento de las metas y objetivos.
3. El uso de las nuevas tecnologías en la eficacia y eficiencia de la información interna y externa para la toma de decisiones.
4. El uso de la tecnología y la antigüedad en el desempeño de sus funciones en la organización
5. Las tecnologías de comunicación e información en general y su relación con los públicos internos y externos.

B- Indagar acerca de las prácticas de apropiación y uso de las tecnologías de la comunicación.

C- Recabar información acerca del desarrollo de proyectos institucionales y disponibilidad de recursos humanos y tecnología comunicacional existentes en las organizaciones de forma que incidan en el incremento de la competitividad laboral.

2. Contexto y antecedentes

Un sinnúmero de organizaciones en el ámbito internacional han experimentado la selección, apropiación y usos de las tecnologías de comunicación e información (Lewis, 2009). No obstante, desde el inicio de la primera década del siglo XXI hasta la fecha es, ha sido y será sorprendente su impacto en el comportamiento de las organizaciones y de la sociedad en general. Lo anterior se ha destacado en numerosos estudios que señalan los efectos, sobre la transformación de la sociedad versus la transformación tecnológica de comunicación e información (Asaro, 2000), (Arbussa y Coenders, 2007), (Benítez, 2010), (Jaakko y Kari, 2000) (Lewis, 2009), (Winocur, 2007). La influencia que tienen las TICs para el desarrollo de las empresas es un tema de estudio permanente, en virtud de que incide en los indicadores de competitividad que aseguran su permanencia en el ámbito global.

Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICs), son una de las herramientas con mayor potencial para generar desarrollo económico en los países y bienestar para sus habitantes (OCEDE, 2010). Cabe destacar además que incide sobre las organizaciones y su comportamiento.

Scheinsohn (2010), por citar solo uno de ellos, hace énfasis en que el análisis clásico de las organizaciones estuvo centrado en la división del trabajo y en el intercambio de mercaderías. Sin embargo, las nuevas realidades imponen comprender que las sociedades hoy no se dinamizan como otrora a partir de un simple intercambio de objetos y valores materiales, sino que lo hacen en

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

función de complejas relaciones e interacciones que se configuran en la emergencia de un incesante intercambio de mensajes

La comunicación en los sistemas organizacionales ha sido el eje transversal que soporta la actividad de los diversos sectores económicos, políticos, sociales y culturales de la sociedad.

Por otro lado, el desarrollo de los sectores productivos es sumamente importante, ya que las competencias de estos agentes económicos para asimilar conocimientos y tecnología para producir, cooperar y competir en los mercados resultan cruciales en el logro del uso eficiente de sus recursos, logrando con ello elevados niveles de satisfacción e incremento de productividad al emplear la automatización y el uso de plataformas de comunicación e información.

Dado que el estudio se lleva a cabo en el contexto mexicano, es importante señalar que la participación por sectores económicos en la economía de México es como sigue:

- Actividades primarias: 4.2% del PIB y 14% del empleo.
- Actividades secundarias: 33.3% del PIB y 24% del empleo.
- Actividades terciarias: 62.5% del PIB y 62% del empleo (ITAEE, 2014).

La actividad terciaria es uno de los sectores clave de la economía mexicana. Consiste en la prestación de servicios a las personas y a las empresas, de tal manera que puedan dedicar su tiempo a la producción, o al ocio, sin necesidad de hacer todas las tareas que requiere la vida en una sociedad capitalista desarrollada.

Las actividades terciarias son las que se presentan en intercambios de bienes y en la prestación de servicios. Entre las actividades terciarias sobresalen el comercio, el transporte y los servicios. Todas las actividades, tanto secundarias como terciarias, son determinantes en el desarrollo de la industria en los países del mundo. La industria se desenvuelve proporcionalmente a la efectividad de las actividades secundarias y terciarias. Estas últimas se realizan para poder brindarnos diferentes servicios, y son indispensables para la realización de las

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

actividades de tipo primarias y de tipo secundarias. Las actividades terciarias no producen ningún bien, pero han ido adquiriendo cada vez más importancia y se relacionan estrechamente con el desarrollo y crecimiento de las ciudades (Sobrino, J., 2003).

La actividad terciaria va del comercio a la administración, pasando por toda clase imaginable de servicios a la sociedad. Este es un sector en el que cabe casi todo, de ahí su heterogeneidad. Se trata de una actividad altamente productiva, por lo que necesita poco espacio. Esto le hace competir con ventaja por el uso del suelo en las ciudades llegando, en el centro urbano, a desplazar a todo tipo de funciones, incluso la residencial.

Como antecedente del presente trabajo es importante señalar que García, F. (2008) realizó un estudio denominado: *Nuevas formas organizativas adoptadas por dos grupos de empresas de México y Venezuela a partir de la introducción de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, en el que estudió empresas de Cd. Victoria, Tamaulipas, México y de Carobobo, Venezuela, concluyendo que hubo mejora en la productividad y calidad organizacional.

Efectivamente, la infraestructura tecnológica ofrece una serie de herramientas por medio de las cuales los procesos de dirección, control y administración de la información, son llevados a cabo de forma eficaz, y eficiente en algunas organizaciones y el llegar a la excelencia de ésta no solo radica en la implementación de la tecnología de comunicación e información, sino en los diversos factores intervinientes para los procesos de apropiación y usos.

Si la empresa no actualiza la capacidad de su personal y no realiza renovación alguna en su tecnología, verá invariablemente una reducción de su competitividad, pudiendo llegar a la obsolescencia, sobre todo cuando se trata de tecnología de comunicación e información. La tecnología varía cada vez más rápido, está en constante cambio y es por esta misma razón que los programas y procesos deben adecuarse al cambio y a las tendencias que se presentan en el mercado. Pero la clave no está solo en la incorporación de la tecnología, está en la administración, aplicabilidad y desarrollo de la misma.

3. Justificación

Es importante destacar que la Secretaría General de Gobierno y la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Tamaulipas, tienen especial interés en el presente proyecto de investigación, titulado: *Análisis situacional de la infraestructura tecnológica de la comunicación: factores intervinientes para su apropiación y uso en la competitividad de las organizaciones en Tamaulipas*, en virtud de que a cinco años de la implementación del Plan de Desarrollo del Estado 2011-2016, es recomendable evaluar el estado actual que guardan las empresas del sector terciario respecto al grado de competitividad de las organizaciones.

4. Preguntas de investigación

Ante la importancia que representa la infraestructura tecnológica y el reto que representa la competitividad para las empresas en Tamaulipas, se formulan las siguientes preguntas de investigación:

- a. ¿Cuáles son las capacidades en recursos tecnológicos y de capital humano de estas empresas, en relación con las tecnologías de la comunicación e información?
- b. ¿Cómo y en qué medida utilizan estos recursos en los procesos de comunicación organizacional para mejorar su competitividad?

5. Método

Para llevar a cabo la investigación, y como principal estrategia se implementará el modelo MACI, que fue desarrollado por la Dra. Ma del Carmen Gómez (2013), miembro del cuerpo académico que propone el presente proyecto, en su tesis doctoral titulada: *Auditoría de Comunicación en las Organizaciones: aplicación de un modelo en dos organizaciones del noreste de México*.

El modelo proporciona un diagnóstico organizacional, que resulta ser una herramienta muy recurrida y eficaz para conocer la situación de una empresa, ya sea de manera general o bien en solo algunas de sus áreas, solo depende de la metodología que se aplique. Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento determinado.

5.1. El modelo MACI

El modelo MACI considera en su diseño la utilización de 13 factores. No obstante, para el presente caso solo se utilizarán 8 factores relacionados con el planteamiento principal del objeto de estudio, mismos que se citan a continuación adaptando los constructos desde la apropiación y usos de las TIC según Gómez, (2013):

5.1.1 Comunicación/información: evalúa puntualidad, claridad, cantidad, credibilidad, formalidad, periodicidad, interactividad, asertividad. Tiene como fin evaluar la eficiencia en el manejo de la información en la organización a través de la relación jefe/subordinado, y estructura organizacional.

5.1.2 Comunicación y cultura: evalúa la difusión de historia, políticas, práctica de valores, credibilidad institucional, formalización, ritos, capacitación y creencias. El uso de las TIC para la eficiencia de las prácticas de difusión de la cultura organizacional.

5.1.3 Comunicación y comportamiento organizacional: “El comportamiento organizacional estudia lo que la gente hace en la organización y cómo repercute esa conducta en el desempeño” (Robbins, 2004, p.8).

5.1.4 La comunicación/ infraestructura: “Son los elementos simbólicos que se pueden observar en las empresas y se clasifican en escenario físico interno: distribución del espacio, elementos decorativos, condiciones de iluminación, limpieza y temperatura; escenario físico externo (localización, fachada, tamaño) etc.; escenario institucional, tiene que ver con los mensajes que la organización envía a través de distintos medios, tales como ceremonias, ritos sociales, cana-

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

les institucionales impresos, audiovisuales y electrónicos” (Andrade, 2005, p.73). Mide la percepción que se tiene de la organización en cuanto a sus recursos materiales, (edificios, oficinas, mobiliario, equipo, software, transporte, etc.) que contribuyen al desarrollo de las actividades laborales, brindando una seguridad a sus empleados de una empresa sólida y formal.

5.1.5 Comunicación/interpersonal: Este factor evalúa las prácticas y efectividad de la comunicación de los líderes con sus subordinados, en él se revisan la empatía, asertividad, medios, liderazgo, habilidades comunicativas con el fin de detectar las fallas para su inmediata atención.

5.1.6 Comunicación y cambio: Tiene como fin identificar las áreas de oportunidad de la comunicación en situación de crisis e inestabilidad financiera, sinietros, rotación, nuevas tecnologías, etc. para su oportuna prevención. “El cambio se refleja con los antecedentes a nivel mundial y nacional cargados de incertidumbre, inestabilidad, y turbulencia, resulta lógico pensar que la vida institucional de las empresas y organizaciones en general, también se ve afectada y refleje además una dinámica de cambios generalizados” (Nosnik, 2005, p. 32).

5.1.7 Comunicación/nuevas tecnologías: Analiza a las organizaciones con respecto al uso de los medios tradicionales y las nuevas tecnologías de la información en cuanto a su oportunidad, claridad, suficiencia, vehículo y efectividad.

5.1.8 Comunicación/logística: Evalúa y analiza la percepción sobre la promoción a los sistemas de calidad, administración, control, dirección, orden en tu trabajo, información a todos los niveles, puntualidad en la entrega de productos, claridad en los mensajes, oportunidad en la información, resultados de calidad, innovaciones para mejora continua entre otros, con el fin de contribuir a la detección oportuna de las fallas de la estructura organizacional y sus procesos.

5.2. Universo de estudio

El universo de estudio estará compuesto por empresas consideradas dentro de la actividad económica terciaria, actividad que aporta más empleo y actividad

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

empresarial en la entidad, y actividad en la que el estado de Tamaulipas se encuentra en la posición 14 en el país (INEGI, 2015).

El comercio, por ejemplo, resulta una actividad económica realizada por un conjunto de establecimientos, consistente en la compraventa de mercancías y servicios a través de un intermediario, es una de las actividades más dinámicas en todo el estado. El sector de los autoservicios representa el 45.9 % del comercio al menudeo, y está integrado por 202 empresas de las cuales 170 son grandes supermercados que pertenecen a 54 grandes corporaciones, en su mayoría transnacionales. En su conjunto, ocupan a 141 mil personas que representan el 10 % del total de trabajadores que hay en el estado. En el sector comercial al por menor, hay unas 42 mil comercios operando en las 7 principales ciudades del estado. En Tamaulipas, el sector comercial y de servicios representa el 62 % de lo que produce la economía estatal y solo el comercio genera casi 70 mil millones de pesos al año.

El turismo, referido al conjunto de establecimientos que prestan servicios de alimentación y hospedaje, recibió durante la temporada vacacional de 2015 más de un millón de paseantes, una de las mayores afluencias. La derrama económica por este concepto superó los 670 millones de pesos (INEGI, Delegación Federal de Tamaulipas, 2015).

La presente investigación se realizará exclusivamente en los servicios privados no financieros por sector tal y como se presenta en el cuadro número 1:

Cuadro 1: Servicios privados No Financieros por Sector.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

SERVICIOS PRIVADOS NO FINANCIEROS POR SECTOR DURANTE MAYO DE 2015
CIFRAS DESESTACIONALIZADAS

Sector	Descripción	Ingresos Totales		Personal Ocupado	
		Variación % respecto al mes previo	Variación % respecto a igual mes de 2014	Variación % respecto al mes previo	Variación % respecto a igual mes de 2014
48-49	Transportes, correos y almacenamiento.	1.3	10.5	0.2	4.1
51	Información en medios masivos.	3.2	7.5	(-) 0.1	(-) 0.4
53	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.	5.3	34.6	(-) 2.6	4.2
54	Servicios profesionales, científicos y técnicos.	0.9	4.1	(-) 0.4	1.9
56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.	(-) 5.7	2.0	(-) 0.4	(-) 0.5
61	Servicios educativos.	0.1	0.7	(-) 0.7	3.5
62	Servicios de salud y de asistencia social.	0.7	4.2	0.8	4.3
71	Servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos.	(-) 3.2	6.7	0.3	5.3
72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.	(-) 0.2	1.9	(-) 1.0	1.3

Fuente: INEGI, 2015

5.3. Muestra

En la construcción del marco muestral, se aplicó el método de “Muestreo Aleatorio Estratificado”, cuya finalidad fue la de contar con una pre-clasificación de las empresas y en este sentido, el método permitió dividir la población objetivo en subgrupos o estratos en las tres zonas geográficas del estado de Tamaulipas en las que se dividió el estudio (Norte, Centro y Sur), además con la ventaja de que los elementos de cada estrato tienden hacer más similares que los seleccionados al azar, por lo que la estratificación frecuentemente incrementa la precisión.

La pre-estratificación consistió en clasificar a las empresas que cuenten con infraestructura tecnológica para dar su servicio y con un mínimo de 5 años de operación, mediante la identificación por el número de trabajadores, agrupándolas en tres estratos (INEGI, Delegación Federal de Tamaulipas, 2015):

Bajo: Empresas que cuentan con 11 a 50 trabajadores.

Medio: Empresas que cuentan con 51 a 100 trabajadores.

Alto: Empresas que cuentan con más de 100 trabajadores.

La Población total es de 3818 empresas tomando como base los municipios más representativos del estado destacando de la zona Norte: Nuevo Laredo,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Reynosa y Matamoros, en la zona Centro: Cd. Victoria y en la Zona Sur Tampico, Madero y Altamira, y con base en los subsectores referidos al cuadro 1.

La muestra se distribuyó por zonas y se presentan de la siguiente manera:

Cuadro 2: Muestra de la Zona Norte

Intervalo	Número de empresas	%	Número de encuestas
11-50	1739	82.0	264
51-100	214	10.0	33
Más de 100	162	7.65	25
Total	2115		322

Cuadro 3: Muestra para la Zona Centro

Intervalo	Número de empresas	%	Número de encuestas
11-50	468	79.7	183
51-100	65	11.0	26
Más de 100	54	9.0	21
Total	587		230

Cuadro 4: Muestra de la Zona Sur

Intervalo	Número de empresas	%	Número de encuestas
11-50	912	81.7	231
51-100	105	9.4	27
Más de 100	99	8.8	25
Total	1116		283

Lo anterior, arroja un total de 835 encuestas que serán aplicadas en campo a partir del mes de enero de 2016.

6. Conclusiones preliminares

El estudio se encuentra en este momento en la etapa inicial del trabajo de campo, puesto que los instrumentos para la recopilación de la información pro-

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

ceden del modelo MACI y ya han sido diseñados, aplicados y validados en campo.

Es importante señalar, por último, que este proyecto ha recibido el apoyo de la Secretaría de Educación Pública (SEP) a través de la Subsecretaría de Educación Superior, en su convocatoria 2015 para el Fortalecimiento de Cuerpos Académicos, con un dictamen favorable y la recomendación de que:

[...] los resultados obtenidos sean difundidos a los interesados, esto es a los empresarios de la región a fin de mejorar los esquemas de comunicación y el uso de la tecnología.

7. Referencias bibliográficas

Andrade, H. (2005). Comunicación Organizacional interna. Proceso disciplina y técnica. España: Netbiblo.

Asaro, M. P. (2000) Transforming society by transforming technology: the science and politics of participatory design. *Accounting, Management and Information Technologies* Volume 10, Issue 4, Pages 257-320 (October 2000). (en línea) <http://www.sciencedirect.com/science/journal/09598022>.

Anuario de la comunicación (2013). Dircom. Madrid. (en línea) http://www.dircom.org/images/anuario_2013.pdf

Benitez, L. S. (2010). Tecnologías de información y comunicación (tic), democracia y sectores populares en argentina [en línea]

Larghi*<http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v7n14/v7n14a2.pdf>

García F. (2008). Nuevas formas organizativas adoptadas por dos grupos de empresas de México y Venezuela a partir de la introducción de las Tecnologías de la Información y Comunicación. (en línea) <http://www.ejournal.unam.mx/rca/227/RCA000022705.pdf>

Gómez, M. (2013). *Auditoría de comunicación en las Organizaciones*. “Aplicación de un modelo en dos organizaciones del noreste de México” (en línea) <http://hdl.handle.net/10347/7512>

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Gómez, M. Tuñez, M. (2012). *Auditoría de comunicación un proceso básico para la eficacia y eficiencia de la comunicación estratégica de las organizaciones*. Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012 (en línea)

http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/070_Tunez.pdf

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI (2015). “Sexta edición del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) completamente actualizada. (En línea):

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/denue/presentacion.aspx>

Jaakko, V. Kari, K. (2000). Understanding organizational learning by focusing on “activity systems” *Accounting, Management and Information Technologies* Volume 10, Issue 4, October 2000, Pages 291–319 (en línea)

<http://www.sciencedirect.com/science/journal/09598022>

Lewis K. L. (2009). *Tecnologías de la comunicación interactivas en las organizaciones*. (en línea)

http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/03634529109378841#.VaEz3_mqq
ko DOI: 10.1080 / 03634529109378841 páginas 202-21

López E. (2013). *La creciente importancia de las TI en las organizaciones modernas*. (en línea): <http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/la-creciente-importancia-de-las-ti-en-las-organizaciones-modernas>

Nosnik, A. (2005). *Culturas organizacionales. Su origen, consolidación y desarrollo*. España: Netbiblo.

OCDE (2010). *TIC en la Reactivación Económica de México*. (en línea):

<http://www.oecd.org/centrodemexico/ticsenlareactivacioneconomicademexico.htm>

Pérez M. y Delgado Á. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. (en línea) [fi-](http://www.dirnet.net)

http://www.dirnet.net/DeLaCompetenciaDigitalYAudiovisualALaCompetenciaMe-4013304_2.pdf

Pintado, T. y Sánchez J. (2014). *Nuevas Tendencias en Comunicación Estratégica*. España. ESIC.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Plan Estatal de Desarrollo Tamaulipas 2011-2016. Actualización octubre 2013. (2015). (En línea) <http://transparencia.tamaulipas.gob.mx/wp-content/uploads/2013/11/III-PED-TAMAULIPAS-Actualizaci%C3%B3n-2013-2016.pdf>

Preciado H. A. Guzmán, R. H. (Abril de 2012). *Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo y público*. Estudio A comparativo. Palabra Clave 15 (1), 128-159.

Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. México: Prentice Hall.

Steiner, G.A. y Steiner, J.F. (2003). *Business, government, and society; a managerial perspective* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.

Scheinsohn, D. (2010) *Comunicación estratégica*. Cuadernos Centro de Estudios. Diseño Comun., Ens. no.33. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ago.

2010. *Versión On-line*. ISSN 1853-3523. (en línea) http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185335232010000300002&script=sci_arttext.

Sobrino, J. (2003). *Competitividad de las ciudades en México* (No. 338.972 S62.). El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano.

Winocur, R. (2007): “Nuevas tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana. Telos, no. 73. En: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=73.htm>