

IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIALES

IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON THE MANAGEMENT OF SOCIAL PROJECTS

Héctor Andrés Hernández ¹ * ; Gerson Rubén Mercado-Mulcue ² ; John Alejandro Gil-Niño ³ ; Deyby Sebastián Salas-Tosne ⁴ .

1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. andreshernandez19@gmail.com
2. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Colombia. gerson.mercado01@unicatolica.edu.co
3. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Colombia. jhon.gil01@unicatolica.edu.co
4. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. sebastian.salas.tosne@gmail.com

*Autor de correspondencia: Héctor Andrés Hernández, email: andreshernandez19@gmail.com

Información del artículo:

Artículo de revisión

DOI: <https://doi.org/10.33975/riuiq.vol35nS1.1115>

Recibido: 21 enero 2023; Aceptado: 15 marzo 2023

RESUMEN

El mundo actualmente valora la importancia de la adaptación de las herramientas tecnológicas y portales web (web 2.0) con la gestión de proyectos, sobre todo enfocados en la sociedad. La comunicación tiene un rol fundamental en la sociedad. Las redes sociales han marcado un alto impacto en las empresas, en sus diferentes departamentos, entre ellos la oficina de gestión de proyectos (PMO), un área que constantemente debe comunicar e informar de lo que ocurre con su portafolio de proyectos, implementar estas nuevas estrategias de comunicación generan un gran beneficio hacia la comunidad interesada (Stakeholders) de un determinado proyecto. Generando valor durante toda la gestión y ejecución de este por lo que el objetivo de este artículo es analizar el impacto de las redes sociales en la gestión de proyectos sociales.

Palabras clave: Gestión; proyectos sociales; Redes Sociales; Herramientas tecnológicas web 2.0; Comunicación; Dirección estratégica.

Cómo citar: Hernández, Héctor Andrés; Mercado-Mulcue, Gerson Rubén; Gil-Niño, John Alejandro & Salas-Tosne, Deyby Sebastián. (2023). Impacto de las redes sociales en la gestión de proyectos sociales. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 35(S1), 59-75. <https://doi.org/10.33975/riuiq.vol35nS1.1115>

ISSN: 1794-631X e-ISSN: 2500-5782

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.



ABSTRACT

The world currently values the importance of adapting technological tools and web portals (web 2.0) with project management, especially focused on society. Communication plays a fundamental role in society. Social networks have marked a high impact on companies, in their different departments, including the project management office (PMO), an area that must constantly communicate and report what is happening with its portfolio of projects, implementing these new communication strategies generate a great benefit to the interested community (Stakeholders) of a particular project. The objective of this article is to analyze the impact of social networks in the management of social projects.

Keywords: Management; projects social; Social Networks; Web 2.0 technological tools; Communication; Strategic management.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, hay un gran interés de las compañías en adaptar las redes sociales a los procesos de la oficina de gestión de proyectos del sector social, donde se logre obtener una constante comunicación con la comunidad interesada e incrementar los resultados de éxito. La visión de estas nuevas plataformas de redes sociales proporciona una serie de funcionalidades que fácilmente pueden ser adaptadas a las compañías y sus procesos de gestión. Se calcula que la adopción de los medios sociales en los proyectos mejorará la productividad en un veinte y cinco por ciento (25%) y desarrollará hasta uno como tres billones de dólares (USD \$1,3 Billions) del valor anual en todo el mundo. (Arash Daemi, 2020).

Se conoce que sobre todo el tiempo de gestión del proyecto, se presenta una serie de cambios, donde lo simple se puede volver complejo, por factores de comunicación como: poco asertiva, muy técnica, extemporáneas, o mensajes mal interpretados. Por lo cual surge la necesidad de incorporar buenas herramientas tecnológicas y portales web (web 2.0) que permitan al usuario estar informado e interactuar al mismo tiempo con el contenido.

Sobre el proceso de gestión de las comunicaciones del proyecto, según la guía de los fundamentos para la dirección de proyectos séptima edición (PMBOK 7ma edición) brinda actividades de comunicación que se pueden implementar sobre la ejecución del proyecto, como: Interna, Formal, Vertical, Oficial, Escrita y Oral, Verbal y No Verbal. De acuerdo con las nuevas tendencias de la comunicación e información es importante apoyarse en herramientas como: La telefonía y/o correo electrónico, redes sociales, entre otros.

En la actualidad las redes sociales generan un gran impacto a la hora de comunicar a una comunidad, sociedad o grupo en general, de forma segura si la fuente de información así lo es, utilizado por entidades gubernamentales para transmitir mensajes directos y claros sobre la sociedad, es este el gran valor que generaría sobre la gestión de proyectos de nivel social o enfocados al sector social, donde el primer interesado sea la comunidad. A continuación, se cita un razonamiento, acerca del uso de las redes sociales como herramienta de comunicación en idioma inglés: “In order to provide a managerial foundation for understanding these new services, consumers and their specific engagement needs, a honeycomb framework (Figure 1) was recently presented (Kietzmann et al., 2012). Its usefulness as a

lens for understanding social media through seven functional building blocks has since been discussed widely in scholarly and practitioner-oriented publications. We argue that the same honeycomb model can serve a very important role for developing sound research agenda for social media in public affairs and for identifying and combining appropriate theoretical lenses. This honeycomb model helps explain the implications that each block can have for how firms should engage with social media in three important ways. This model is presented in Figure 1. (Kietzmann, J. H., Silvestre, B. S., McCarthy, I. P., & Pitt, L. F. (2012), Pág. 2.)

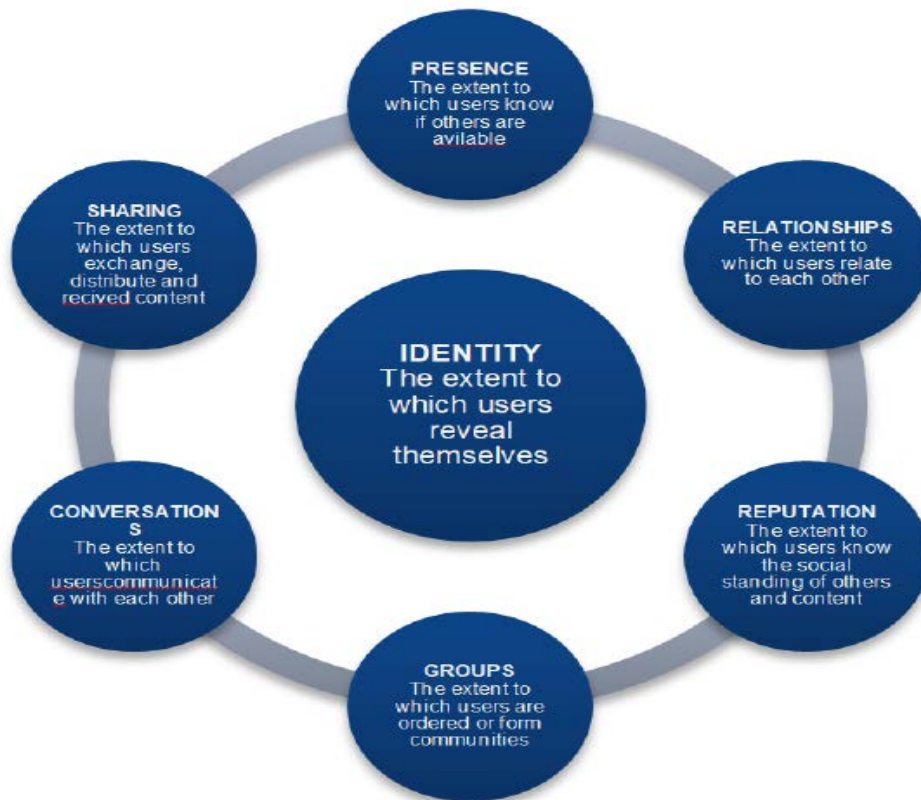


Figura 1. Social Media functionality, Kietzmann, J. H., Silvestre, B. S., McCarthy, I. P., & Pitt, L. F. (2012), Pág. 2.

Como dato importante, los sitios de redes sociales son de alta popularidad entre los usuarios de todo el mundo, lo que la convierte en un sitio que brinda innumerables oportunidades y retos al momento de integrarse a la gestión de proyectos sociales, colaborativos y de difusión de información masiva.

METODOLOGÍA

Partiendo de una búsqueda bibliográfica de artículos de estudios e investigaciones, permitió realizar un análisis con la finalidad de obtener las respectivas conclusiones se realizó el análisis con cincuenta y ocho (58) artículos escritos por autores con un alto nivel de investigación científica y académica, en dos (2) idiomas: inglés y español, donde argumentan la importancia de las redes sociales y su incorporación en los procesos de gestión para diferentes proyectos entre ellos, proyectos de ámbito social sobre variados sectores y compañías. La figura 2 contrasta la diferencia de artículos de acuerdo con el idioma.

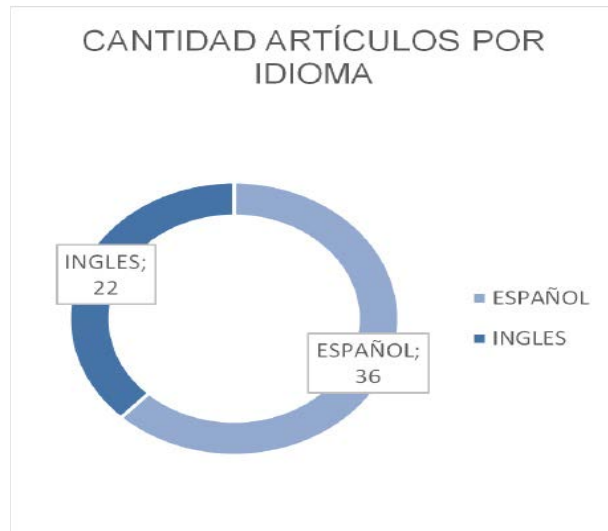


Figura 2. Cantidad de artículos por idioma.

De acuerdo con la búsqueda de artículos asociados a la temática propuesta para construcción del artículo, se consultaron las siguiente las bases de datos electrónicas: Scielo - Scientific Electronics Library Online, Taylor & Francis Online, Science Direct, Dialnet – Unirioja, Redalyc - Sistema De Información Científica, Science Direct, Proquest, Udes - Revista Científica, Salesiana, Entre otras. La figura 3 muestra las bases de datos con mayor aporte a nuestra investigación.

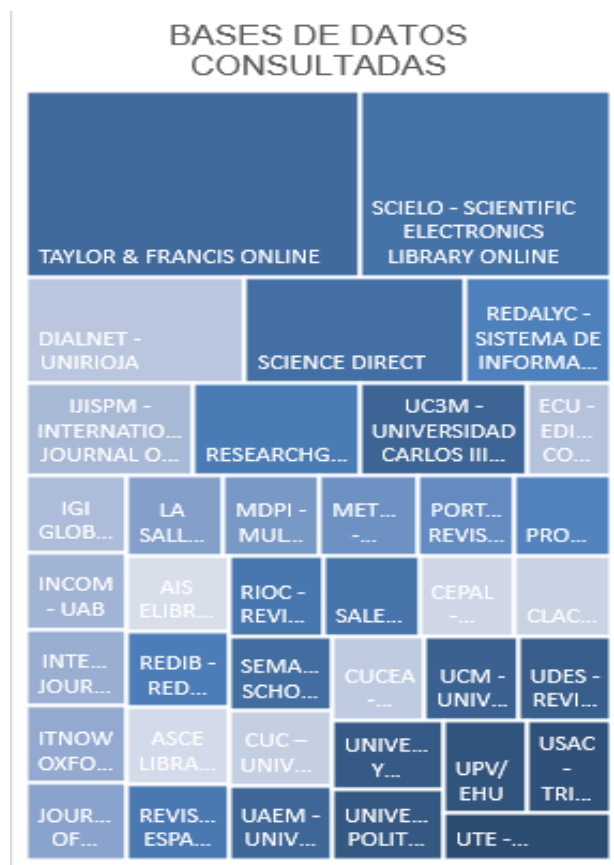


Figura 3. Base de datos consultadas para la búsqueda de artículos.

Una vez se realizó la curaduría de los artículos, se procedió a analizar y depurar con el fin de obtener la mayor información asociada al propósito del artículo, por lo cual, se procedió a implementar una estrategia de búsqueda, donde se elaboró una matriz en Excel con los siguientes campos: N° Artículo, Base de Datos, Idioma, Fecha de Búsqueda, Descriptores, Título artículo, Autor, Año de publicación, Palabras claves, Objetivo del artículo, Metodología aplicada, Conclusión del artículo, Link, Responsable Validar Artículo, Valido (Si/No), Breve resumen del artículo con el fin de tener un acceso fácil a la información, realizar un análisis de datos inteligente apoyado de herramienta de inteligencia de negocios.

Una vez estructurada la base de datos y diligenciada, se eligió los siguientes descriptores: Redes de conocimiento, Inteligencia de negocio, Cadena de valor, Grupos de interés, Proyectos públicos, Proyectos sociales, Empresas de tecnología, Gestión de proyecto, Beneficios de las redes sociales, Habilitadores de las redes sociales, Amenazas en las redes sociales, Modelo de adopción de las redes sociales, Análisis de las redes sociales, Análisis de partes interesadas, Proyectos de construcción, Sitios de redes sociales, Mundos virtuales, Dirección estratégica, guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (PMBOK), Oficina de gestión de proyectos (PMO), Gestión pública, Comunicación pública, Gobernanza pública inteligente, Social network analysis (SNA), Relaciones de proyectos, Resultados de proyectos, Redes sociales dentro de la compañía, Gestión de los interesados, Identificación de partes interesadas, Análisis de los interesados, Medios sociales, Brecha gestión medios sociales digitales, Gestión de la participación, Comunicación a la ciudadanía. De esta gran búsqueda de artículos se obtuvo una preselección de cincuenta y ocho (58) artículos, como fuente literaria para nuestro artículo.

La figura 4 representa el total de artículos encontrados relacionados a nuestro propósito.



Figura 4. Total, artículos encontrados.

Una vez realizada la búsqueda de los artículos, se consolidaron en una base de datos, que permitió realizar una validación y análisis de cada uno, e identificación e interpretación literaria como: Resumen, Introducción, Metodología, Análisis, Resultados, Conclusiones y Referencias. Donde se obtuvo un total de treinta y cinco (35) artículos válidos de apoyo para nuestro artículo. La figura 5 muestra la cantidad de artículos validados y artículos descartados.

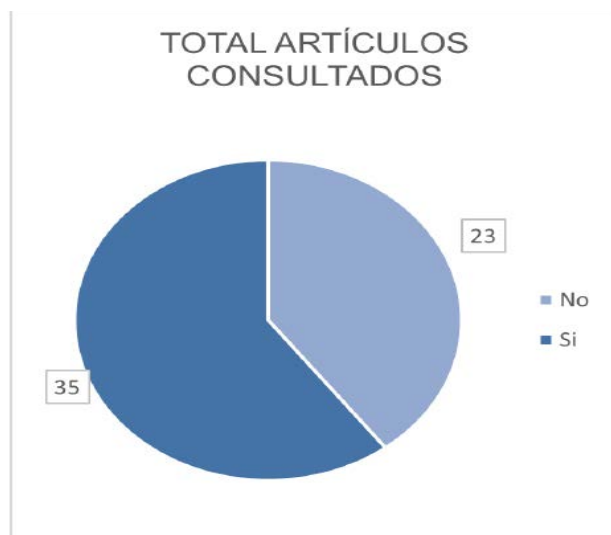


Figura 5. Total, de artículos seleccionados y discriminados.

Continuando con la idea anteriormente expuesta, se procedió a realizar un minucioso análisis de los treinta y cinco (35) artículos obtenidos en la base de datos generada y depurando se concluyó que veintitrés (23) artículos que no cumplían, al no tener relación con el propósito de nuestro artículo de investigación, debido a su desarrollo y datos estadísticos los cuales no son recientes por lo cual son fuentes poco confiables.

Dimensiones de las redes sociales en proyectos sociales

Siguiendo en este razonamiento y en aras de realizar una exhaustiva investigación con respecto al impacto de las redes sociales en la gestión de proyectos sociales, se construyó un instrumento de validación de información, eligiendo como herramienta la encuesta, la cual se construyó a partir de los objetivos planteados en el artículo, posterior a ello, se determinó la población a estudiar, este instrumento iba dirigido a personal de planteles escolares, quienes hubiesen desarrollado proyectos en su institución, una vez definido el objetivo y la población a estudiar, se procedió a la construcción del cuestionario, en donde se estructuraron preguntas concisas y de fácil comprensión, con el fin de que fueran respondidas de manera coherente y de forma rápida por los encuestados. Este instrumento se aplicó con el fin de conocer, cómo han impactado tanto positiva como negativamente las redes sociales. Para esta indagación, se les formuló la siguiente pregunta:

Teniendo en cuenta que, las redes sociales son una potente herramienta para la gestión de proyectos, ¿Cómo contribuyen éstas a la planeación y ejecución de proyectos?

De acuerdo con la pregunta expuesta, realizada a las instituciones educativas que activamente están generando y gestionando proyectos de ámbito social, como: Institución Educativa Llano Verde Sede Aguacatal, Institución Educativa O. Llano Verde Sede San Luis, Colegio Parroquial Santiago Apóstol, La Presentación El Paraíso, De Nuestra Señora De Chiquinquirá, Colegio Parroquial San Joaquín, Institución Educativa San Francisco Javier, I.E Llano Verde Sede Nariño, Colegio San Pedro Claver, Colegio Parroquial Nuestra Señora De Los Andes, Parroquial Santiago Apóstol, Colegio Santa Isabel De Hungría Ciudad 2000, Colegio San José Refugio donde obtuvimos respuestas como:

- Las redes contribuyen para la realización de encuestas de satisfacción, para el desarrollo de planificaciones en línea y la divulgación de los proyectos.
- La información fluye rápidamente, se orienta la actividad y se comparte masivamente.
- Activamente a través de la difusión.
- Las redes sociales amplían el espectro y el alcance de la población generando un acceso rápido.
- Como medio de publicidad.
- Las redes sociales permiten la obtención de información de forma inmediata. La agilización de procesos, dar a conocer el impacto de los proyectos en la comunidad.
- Como invitación, participación y socialización.
- Por la verificación de ejecución y seguimiento por la comunidad educativa.
- Se presentan en tiempo real las actividades desarrolladas por la institución.
- Son una herramienta de socialización y divulgación de las actividades programadas.
- Planeación, ejecución y divulgación de las actividades propuestas desde cada proyecto.
- Es una herramienta muy positiva para el trabajo de los proyectos, especialmente para la ejecución y participación de la comunidad educativa. Las redes nos han servido para involucrar a toda la comunidad educativa.

Por lo anterior se concluye que se obtiene un gran beneficio contar con las redes sociales porque son un potencial en los medios masivos la divulgación de los diferentes proyectos, así mismo amplían el espectro y alcance de la población generando un acceso rápido a la información y su impacto en la comunidad. Con este cuestionamiento se logró identificar que estas herramientas día tras día, han ganado protagonismo e importancia en el mundo de los proyectos, demostrando así que los gerentes de proyectos no deben dejarlas a un lado y, por el contrario, utilizarlas como un aliado en la etapa de planificación y ejecución.

Las redes sociales más utilizadas al interior de las organizaciones.

De acuerdo con la revolución tecnológica a la que diariamente se enfrenta el mundo, se pregunta por:

¿Qué redes sociales utiliza principalmente en la gestión de proyectos y cuál es el alcance de esta?

Se plantearon múltiples opciones de respuesta como lo son: *Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Teams*. Identificando que la red social más utilizada y con mayor concurrencia para la comunicación de información es: Facebook con un cincuenta y siete (57%) de favorabilidad. Demostrando así, que es una perfecta herramienta para dar a conocer los diferentes proyectos que se quieren ejecutar, del mismo modo mostrar avances y la comunidad y población interviniente y también conocer el nivel de aceptación y favorabilidad que está teniendo el proyecto en su desarrollo.

Utilidad de las redes sociales para contribuir con los riesgos identificados.

Se logró obtener opiniones de las entidades encuestadas sobre la importancia de las redes sociales al momento de controlar o gestionar riesgos identificados en un proyecto de ámbito social, originando el siguiente interrogante:

¿Indique la utilidad de las redes sociales en la gestión de proyectos? [Para contribuir con riesgos identificados]

Se definieron las siguientes opciones de respuesta: Extremadamente Útil, Muy Útil, Moderadamente Útil, Ligeramente Útil o Nada Útil. Los resultados obtenidos fueron sorprendentes, obteniendo un treinta y ocho punto cuarenta y seis por ciento (38,46%) en respuestas como: Moderadamente Útil y Muy útil. La figura 6 muestra la utilidad de las redes sociales sobre la gestión de riesgos identificados en la gestión de proyectos sociales.

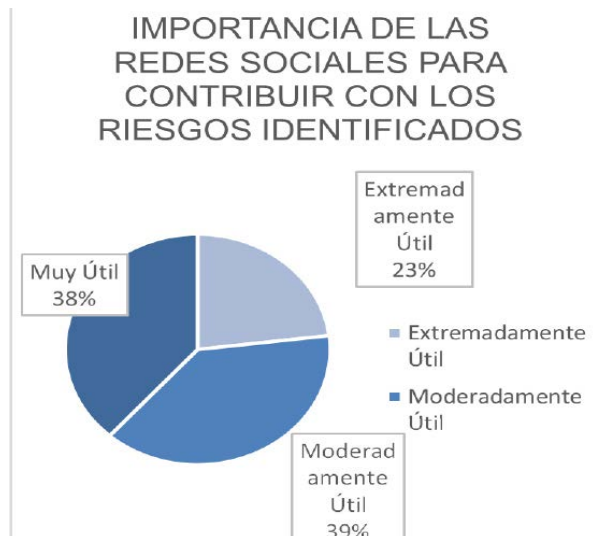


Figura 6. Importancia de las redes sociales para contribuir con los riesgos identificados.

Utilidad de las redes sociales para informar a los Interesados (Stakeholders) y la oficina de gestión de proyectos (PMO).

Para las empresas, instituciones o cualquier organización, es considerado de gran importancia la comunicación a partes interesadas como los involucrados y el equipo de la oficina de gestión de proyectos (PMO) y brindar información constante sobre los proyectos gestionados. Por lo cual se realizaron las siguientes preguntas:

¿Indique la utilidad de las redes sociales en la gestión de proyectos? [Para tener informado a los Stakeholders (Involucrados)]

¿Indique la utilidad de las redes sociales en la gestión de proyectos? [Para conectar con los compañeros de la PMO (Oficina de Gestión de Proyectos)]

Como opciones de respuesta se definió lo siguiente: Extremadamente Útil, Muy Útil, Moderadamente Útil, Ligeramente Útil o Nada Útil, Los resultados obtenidos fueron sorprendentes, obteniendo un cincuenta y tres punto ochenta y cinco por ciento (53,85%) en una única respuesta, la cual es: Muy útil. La figura 7 muestra la utilidad de las redes sociales para informar a los involucrados (Stakeholders) y miembros de la Oficina de gestión de proyectos (PMO).

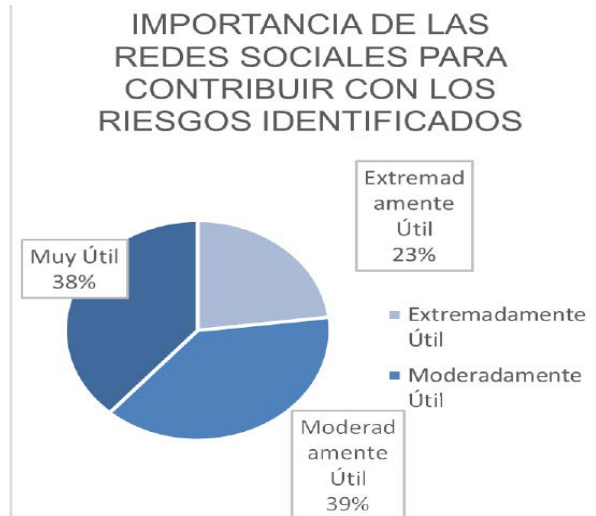


Figura 7. Porcentaje de utilidad de las redes sociales para informar a Stakeholders (Involucrados) y miembros de la PMO (Oficina de gestión de proyectos).

La figura 8 muestra de forma estructurada las fases de la metodología aplicada para nuestra investigación.

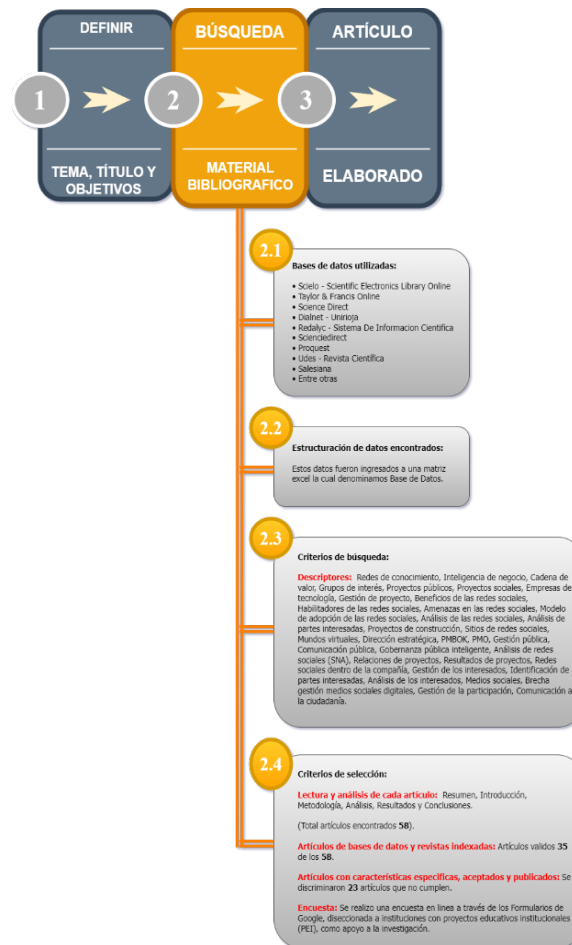


Figura 8. Metodología aplicada.

Con el fin de explorar el impacto de las redes sociales en la gestión de proyectos sociales, fue necesario realizar toda una investigación bibliográfica, la cual se desarrolló en 3 fases:

Fase 1 – Definir.

En esta fase se seleccionó el tema de investigación, a partir de este tema se realizó un de lluvia de ideas (Brainstorming), para la selección del título: *Impacto de las redes sociales en la gestión de proyectos sociales*, al igual que la definición de objetivos como: Dimensiones de las redes sociales en proyectos sociales, Las redes sociales más utilizadas dentro de las organizaciones, Utilidad de las redes sociales para contribuir con los riesgos identificados, Utilidad de las redes sociales para informar a los Interesados (Stakeholders) y la oficina de gestión de proyectos (PMO).

Fase 2 – Búsqueda.

Para la fase dos correspondiente a la búsqueda de material bibliográfico de artículos de investigación y científicos, se dividió en 4 puntos:

Bases de datos utilizadas.

Para la investigación se recopiló información bibliográfica a través de las siguientes bases de datos: Scielo - Scientific Electronics Library Online, Taylor & Francis Online, Science Direct, Dialnet – Unirioja, Redalyc - Sistema De Información Científica, Science Direct, Proquest, Udes - Revista Científica, Salesiana, entre otras.

Estructuración de datos encontrados.

Los artículos y datos encontrados de gran importancia fueron ingresados a una matriz Excel la cual denominamos Base de Datos de Artículos, la cual tiene la siguiente estructura, columnas: *Nº Artículo, Base de Datos, Idioma, Fecha de Búsqueda, Descriptores, Título artículo, Autor, Año de publicación, Palabras claves, Objetivo del artículo, Metodología aplicada, Conclusión del artículo, Link, responsable Validar Artículo, Valido (Si/No), Breve resumen del artículo.*

Criterios de búsqueda.

Estas búsquedas se realizaron con base a los siguientes descriptores: *Redes de conocimiento, Inteligencia de negocio, Cadena de valor, Grupos de interés, Proyectos públicos, Proyectos sociales, Empresas de tecnología, Gestión de proyecto, Beneficios de las redes sociales, Habilitadores de las redes sociales, Amenazas en las redes sociales, Modelo de adopción de las redes sociales, Análisis de las redes sociales, Análisis de partes interesadas, Proyectos de construcción, Sitios de redes sociales, Mundos virtuales, Dirección estratégica, Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (PMBOK), Oficina de gestión de proyectos (PMO), Gestión pública, Comunicación pública, Gobernanza pública inteligente, Social network analysis (SNA), Relaciones de proyectos, Resultados de proyectos, Redes sociales dentro de la compañía, Gestión de los interesados, Identificación de partes interesadas, Análisis de los interesados, Medios sociales, Brecha gestión medios sociales digitales, Gestión de la participación, Comunicación a la ciudadanía.*

Criterios de selección.

Se realizó la curaduría literaria sobre la información recopilada en el archivo Excel Base de Datos de Artículos, con el fin de seleccionar aquellos documentos que cumplieran con los siguientes criterios de selección: *Resumen, Introducción, Metodología, Análisis, Resultados y Conclusiones*. Sobre los cincuenta y ocho (58) artículos encontrados, de los cuales sólo treinta y cinco (35) artículos fueron válidos para la investigación, descartando así veintitrés (23) artículos que no cumplen con los parámetros anteriormente descritos.

Como técnica de investigación se elaboró una encuesta en línea, entre instituciones con proyectos educativos institucionales (PEI), la cual debe responder a situaciones y necesidades de los educandos, de la comunidad local, de la región y del país, ser concreto, factible y evaluable. Los campos para la recopilación de información establecidos fueron: Esta encuesta nos permitió obtener datos estadísticos para nuestra investigación,

DISCUSIÓN

La investigación sobre el impacto de las redes sociales en la gestión de proyectos sociales ha dejado un gran sello en la ejecución de proyectos de ámbito social, en relevantes sectores. Esto gracias a las soluciones tecnológicas que se adaptan cada vez más a los procesos de la guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (PMBOK), entre ellos el proceso de comunicación a los beneficiados difundiendo información sobre el estado y evolución de sus proyectos sociales.

De forma general, las redes sociales son útiles para la gestión de proyectos sociales, donde permite superar las fronteras de la comunicación entre comunidades beneficiarias interesadas. Es por eso, que: Los trabajos sobre redes sociales y administración pública se han centrado fundamentalmente en estudiar cómo las administraciones gestionan las redes sociales (analizando los objetivos, riesgos, beneficios, niveles de interacción...), en revisar el nivel de presencia institucional en estas plataformas (contando el número de perfiles, generando índices...), en el estudio cuantitativo de la frecuencia de publicación de mensajes o de otras métricas globales, y en el análisis cualitativo en relación con el contenido de estos. (Julián Villodre, 2020).

En general, se observa que hay un alto grado de conexión eficaz entre las herramientas tecnológicas y portales web (web 2.0) y los procesos de la guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (PMBOK), los cuales juegan un papel importante sobre la gestión de proyectos, donde es importante la atención de profesionales gestores de proyectos que permitan la integración de estas herramientas, que permitan potencializar la gestión, ejecución y cierre de los proyectos. A continuación, se cita la frase del docente en la escuela de ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica en donde dice que: Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuáles, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos. (Hütt Herrera, H, 2012).

En la actualidad las herramientas tecnológicas y portales web (web 2.0) se fortalecen y se consolidan como canales de difusión de información corporativa, que posibilitan la aplicación de estrategias de branding social. Un término muy importante para proyectos sociales donde se requiera la referenciación

o construcción de una marca o cercanía con la comunidad involucrada, todo a través de las redes sociales, es por eso que citamos a continuación un evento de movilización masiva, ideado y ejecutado a través de dos grandes redes sociales reconocidas a nivel mundial: Internet, especialmente los sitios como Facebook y Twitter, también parecen ser el oxígeno de las manifestaciones que movilizaron a España y Brasil recientemente. A través de eventos de Facebook y de los hashtags de Twitter, las manifestaciones fueron organizadas y distribuidas de manera intermediada. Es, pues, una perspectiva política muy arraigada de manera contemporánea de la visibilidad en los medios, sin la cual, muy probablemente, no lograrían el éxito que consiguieron. (Carne Ferré Pavia, 2014).

Se dio gran importancia a publicaciones realizadas a través de herramienta tecnológicas y portales web (web 2.0), que tuvieron gran impacto en la comunidad Española y Brasileña, lo cual no podría ser ajeno a países aledaños latinoamericanos, como: Colombia, Venezuela, Perú, Puerto Rico, Honduras, Nicaragua, Chile y Bolivia, o en el continente europeo con países como: Portugal, Italia, Francia y Grecia, donde a través de publicaciones, y los famosos Share (Compartir) y/o Repost (Re-postear) botones de acción en las redes sociales que permitieron a países o la socialización de información a través de estos medios, ha permitido enteros, estar enfocados en un mismo propósito. Es esta la magnitud, fuerza e impacto que podría generar las redes sociales sobre la gestión de un proyecto social, obteniendo así el interés de la comunidad con el fin de obtener el éxito de dichos proyectos a feliz término con la comunidad, debido a que estas plataformas pueden generar gran poder sobre los involucrados, como se menciona a continuación:

Poder

Las redes sociales pueden ser una plataforma que puede permitir a las empresas expandir su poder y, de ese modo, influenciar a los otros en sus acciones o creencias, impulsando un cambio entre los profesionales y consumidores. Además, gracias a las herramientas de la Web 2,0, se están moviendo y transformando las estructuras organizacionales verticales en estructuras más horizontales, donde se promueve la cooperación, las corporaciones y la compartición entre trabajadores, clientes, proveedores, stakeholders o incluso otras empresas. El estudio realizado muestra que actualmente aproximadamente un 4% de las empresas analizadas ha efectuado colaboraciones con otras empresas a través de Facebook. Es decir, parece que por el momento las empresas no intentan darse a conocer a través de la creación de eventos y otras acciones en colaboración con otras empresas. (Francesc Miralles, 2012).

RESULTADOS

El análisis realizado sobre la documentación bibliográfica, y respuestas obtenidas de las encuestas, fueron suficientes para explicar que las redes sociales marcan un gran impacto sobre la gestión de los proyectos sociales, generando así una gran influencia sobre los usuarios o comunidades consideradas como parte fundamental de proyectos de ámbito social.

La figura 9 muestra las relaciones entre los cuarenta y nueve (49) procesos de la guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (PMBOK) según la notación designada en dicho documento en la tabla 1. (C. Lobos, J. Mateus, C. Santelices. 2019).

Tabla 1. Uso de las redes sociales por grupo de procesos de la guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (PMBOK).

GRUPOS DE PROCESOS	USO DE REDES
PLANIFICACIÓN	48,98%
MONITOREO Y CONTROL	24,49%
EJECUCIÓN	20,41%
INICIO	4,08%
CIERRE	2,04%

Nota. Esta tabla muestra el porcentaje del uso de las distintas redes sociales dentro de la gestión de proyectos sociales en determinado grupo de procesos de la guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (PMBOK).

A través de la encuesta realizada a instituciones educativas que actualmente gestionan proyectos sociales, donde la comunidad es el principal interesado. Se obtuvieron respuestas donde se informa que el sesenta y uno coma cincuenta y cuatro por ciento (61,54%) de los encuestados está de acuerdo que las redes sociales son muy útiles como medio de comunicación a la comunidad sobre temas como: El estado actual del proyecto, Uso del presupuesto asignado al proyecto o como fuente de base de conocimiento, y un treinta y ocho puntos cuarenta y seis por ciento (38,46%) lo ve extremadamente útil en la misma opinión. Como se muestra en la siguiente figura 9:



Figura 9. Impacto de las redes sociales para comunicar los estados de un proyecto social.

En la actualidad es de fácil percepción, de que, en la sociedad, las personas pasan mucho más tiempo conectadas a las redes sociales, siendo un factor fundamental y de gran importancia al momento de comunicar información, en Brasil se realizó un estudio del tiempo empleado de conexión a internet obteniendo los siguientes resultados. La figura 10 puntualiza lo expresado anteriormente.

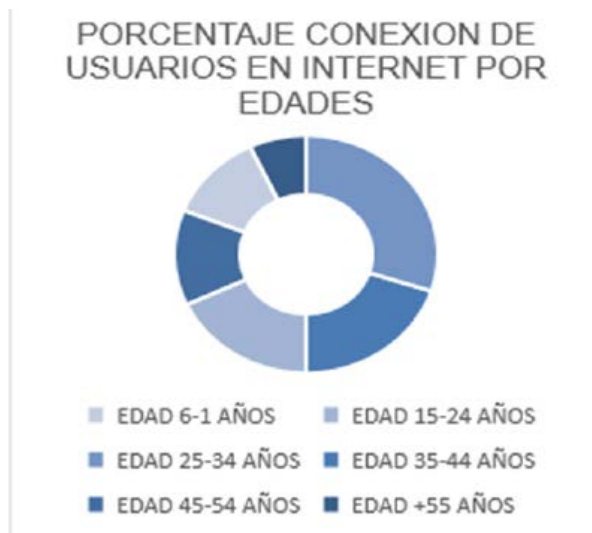


Figura 10. Porcentaje de usuarios en internet por edades. (Carme Ferré Pavia, 2014).

El tiempo empleado conectado está directamente relacionado con la edad de Internet en el país de origen. En Brasil, la proporción de usuarios de Internet que pasa más tiempo conectado es la de las edades de 25 a 34 años. Los datos son muy similares para los grupos de edad inmediatamente superior e inmediatamente por debajo de ese –15-24 años y 35-44 años. En España, los internautas más jóvenes no pasan mucho tiempo en línea, un promedio de 16,4 horas/mes para los de 15 a 24 años. Las personas de 25-34 años pasan prácticamente al mismo tiempo conectados que los de 35 a 44 años: 24,9 horas/mes en el primer grupo y de 25,4 horas/mes en el segundo. Los datos sobre el tiempo de conexión se parecen mucho en ambos países. En Brasil, el 30% de los usuarios de Internet tienen entre 25 y 34 años. Si se añade a los de menor edad, tendremos que el 60% de los usuarios de Internet tienen hasta 34 años, una muy alta concentración de conectados entre los más jóvenes. (Carme Ferré Pavia, 2014).

Con respecto a la participación de la comunidad en internet y redes sociales, vemos una oportunidad de gran impacto para los proyectos sociales, la implementación de herramientas tecnológicas y portales web (web 2.0) como medio de comunicación y gran participación en la gestión de proyectos.

CONCLUSIONES

Las redes sociales han transformado el modo de comunicar y/o difundir información importante a la comunidad, las personas o involucrados dentro de un proyecto de ámbito social, a lo largo de toda la ejecución de un proyecto. Todo esto en conjunto con la dirección y/o gestores de la oficina de gestión de proyectos (PMO). Es por esto que el presente artículo fue planteado con el objetivo de conocer como la nueva era digital a través de las redes sociales ha cambiado la manera de planear los proyectos y trabajar muy de la mano con estos medios masivos de comunicación.

Como fuente de investigación, se aplicó una encuesta dirigida al personal de instituciones educativas, en donde se evidenció el impacto que han generado las redes sociales en la ejecución de los proyectos desarrollados en sus distintos planteles, concluyendo así que estas herramientas son fundamentales y muy críticas al momento de la planeación y ejecución de los proyectos, demostrando así que son factor clave y determinante para el éxito de los mismos.

Por otro lado, como se observa en los resultados de la investigación, las organizaciones deben comenzar a utilizar las herramientas tecnológicas y portales web (web 2.0) conocidas como redes sociales, ya que son un medio de interacción directa y eficaz para la comunicación asertiva y compartir información. Cada vez es mayor la tendencia a ser utilizadas dentro de organizaciones con el fin de aportar a las estrategias corporativas, como potenciar la gestión de la información, dentro de las entidades sociales donde se pueda constituir todo un marco de interoperabilidad entre organizaciones e intercambiar información y conocimiento de sus procesos y lecciones aprendidas. Como se muestra en la investigación se observa que las herramientas tecnológicas y portales web (web 2.0), se ha convertido en un pluralismo de medios de comunicación, vemos dentro de las empresas redes sociales para la divulgación de información y no solo en el sector empresarial, se encontró en el periodismo, en la política, en lo deportivo entre otros. Es por eso que, a los entes aquí involucrados, profesionales y comunidad se les debe exigir profesionalismo, responsabilidad y valores éticos, para que tengan siempre presente que la información divulgada implica que se está trabajando por el bien de la comunidad en general, y afirmar que las redes sociales son herramientas con posibilidades infinitas para la mejora y el logro del éxito de los proyectos sociales, generando entre la comunidad y profesionales un trabajo colaborativo.

Conflicto de interés: Los autores declaran la no existencia de conflictos de intereses.

Contribución por autor: Cada autor contribuyó en la construcción teórica y en el diseño de la ruta metodológica trazada en el artículo.

Financiación o fondos: No se proporcionó apoyo financiero.

REFERENCIAS

- Arash Daemi., Ritesh Chugh., Muralitheran V. Kanagarajoo. (2020). Social media in project management: A systematic narrative literature review. 8(4), 6. <https://doi.org/10.12821/ijispm080401>.
- Kietzmann, J. H., Silvestre, B. S., McCarthy, I. P., & Pitt, L. F. (2012). Unpacking the social media phenomenon: towards a research agenda. 12(2), 3. <https://doi.org/10.1002/pa.1412>.
- Julián Villodre. (2020). Redes sociales (en las administraciones públicas). 19, 385. <https://doi.org/10.1002/pa.1412>.
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Reflexiones, 91(2), 128. ISSN: 1021-1209. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>
- Carne Ferré. (2014). El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. 1(1), 25. ISBN: 978-84-942706-0-4. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=792388>.
- Francesc Miralles., Ferran Giones., Irene Muñoz. (2012). Estudio del uso de las redes sociales por las empresas. (1), 43. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.4963.2805>.
- C. Lobos, J. Matus, C. Santelices. (2019). Análisis de redes sociales aplicado a los procesos de gestión de proyectos según Project Management Body of Knowledge en la industria de la arquitectura, ingeniería y construcción. 8(2), 57-58. Recuperado de: <https://revistas.ufro.cl/ojs/index.php/rioc/article/view/2085>.
- Carne Ferré. (2014). El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. 1(1), 83-84. ISBN: 978-84-942706-0-4. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=792388>.
- Muralitheran Kanagarajoo, (2018). A framework for social media use in project management. Recuperado de: <https://ro.ecu.edu.au/theses/2103/>.
- Francesc Miralles; Ferrán Giones; Irene Muñoz. (2012). Estudio del uso de las redes sociales por las empresas. Recuperado de: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2076/.
- Ximing Ruan; Edward Ochieng; Andrew Price; Charles Egbu. (2012). Knowledge integration process in construction projects: a social network analysis approach to compare competitive and collaborative

- working.
<https://doi.org/10.1080/01446193.2011.654127>.
- Ramon Costa; Jose Sallan; Vicene Fernandez. (2009). Herramientas de comunicación web 2.0 en la dirección de proyectos. Recuperado de: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/6370/Costa.pdf>.
- Rosa Amalia Gómez Ortiz. (2016). La gestión de las redes sociales del conocimiento para el desarrollo de investigación y docencia. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i16.5079>.
- Miguel Alcolea Sánchez. (2014). Las redes sociales corporativas y su implantación en las empresas. Recuperado de: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/22415>.
- José Alberto Gómez. (2014). Las Redes Sociales En La Comunicación De Riesgos Y Crisis: Oportunidades Y Retos. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/266797340_Las_redes_sociales_en_la_comunicacion_de_riesgos_y_crisis_oportunidades_y_retos.
- Beata Hysa, Seweryn Spalek. (2019). Opportunities and threats presented by social media in project management. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01488>.
- Arthur Ahimbisibwe; Sudi Nangoli. (2010). Project communication, individual commitment, social networks, and perceived project performance. <https://doi.org/10.1080/15228916.2012.693436>.
- Mayra Liuviana Vega Chica; Zandra Karina Mora; Deysy Carolina Ramirez. (2019). Responsabilidad social empresarial en las redes sociales. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.4963.2805>.
- Osama Mansour; Linda Askenäs; Ahmad Ghazawneh. (2013). Social media and organizing - an empirical analysis of the role of wiki affordances in organizing practices. Recuperado de: <https://aisel.aisnet.org/icis2013/proceedings/OrganizationIS/9/>.
- Francesca Bria. (2012). Social media and their impact on organisations: building firm celebrity and organisational legitimacy through social media. <https://doi.org/10.25560/24944>.
- Aras Daemi; Ritesh Chugh; Muralitharan Kanagarajoo. (2021). Social media in project management: a systematic narrative literature review. <https://doi.org/10.12821/ijispm080401>.
- Christina Prell; Hubacek Klaus; Mark Reed. (2009). Stakeholder analysis and social network analysis in natural resource management. <https://doi.org/10.1080/08941920802199202>.
- Benedict Amade. (2017). The impact of social media in achieving effective communication in construction project delivery. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/the-impact-of-social-media-in-achieving-effective-amade/b3c5555ca3e2e29545d33cc6d9dc8df5d74bbd98>.
- Andreas Kaplan; Michael Haenlein. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Dalia Rimkuniene; Virgilija Zinkeviciute. (2014). Social media in communication of temporary organisations: role, needs, strategic perspective. <https://doi.org/10.3846/16111699.2014.938360>.
- Jose Matus; Cesar Lobos; Cesar Santelices. (2019). Análisis de redes sociales aplicado a los procesos de gestión de proyectos según project management body of knowledge en la industria de la arquitectura, ingeniería y construcción. Recuperado de: <https://revistas.ufro.cl/ojs/index.php/rioc/article/view/2085>.
- Carmen Agustín Lacruz. (2011). Redes sociales (en las administraciones públicas). <https://doi.org/10.20318/eunomia.2020.5718>.
- Rodrigo Sandoval Almazan; Maria Del Rocio Gomez Diaz. (2012). Redes sociales en las organizaciones. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11799/41354>.
- Jonnie Jensen. (2014). How many project managers does it take to send a tweet?. <https://doi.org/10.1093/itnow/bwu033>.
- Yongkui Li; Yujie Lu; Young Hoon Kwak; Yun Le; Qinghua He. (2011). Social network analysis and organizational control in complex projects: construction of expo 2010 in china. <https://doi.org/10.1080/021573727.2011.601453>.
- Martin Loosemore; Rowan Braham; Yuan Yiming; Chris Bronkhorst. (2020). Relational determinants of construction project outcomes: a social network perspective. <https://doi.org/10.1080/01446193.2020.1776350>.
- Sthepen Pryke. (2010). Analysing construction project coalitions: exploring the application of social network analysis. <https://doi.org/10.1080/0144619042000206533>.
- Kon Shing Kenneth Chung; Lynn Crawford. (2016). The role of social networks theory and methodology for project stakeholder management. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.201>.
- Francesca Bria. (2014). Social media and their impact on organisations: building firm celebrity and

- organisational legitimacy through social media. Recuperado de: <https://spiral.imperial.ac.uk/handle/10044/1/24944>.
- Aras Daemi, Ritesh Chugh, Muralitheran Kanagarajoo. (2021). Social media in project management: a systematic narrative literature review. Recuperado de: <https://revistas.uminho.pt/index.php/ijispm/article/view/3551>.
- Martin Loosemore; Rowan Braham; Yuan Yiming; Chris Bronkhorst. (2020). Relational determinants of construction project outcomes: a social network perspective. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01446193.2020.1776350>.
- Kon Shing Kenneth Chung; Lynn Crawford. (2016). The role of social networks theory and methodology for project stakeholder management. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816308874?via%3Dihub>.
- Emilio Peña Martínez; Anna Sánchez-Caballé. (2017). La integración de las redes sociales para el desarrollo de la competencia digital en la educación superior. Recuperado de: <https://revistes.urv.cat/index.php/ute/article/view/1782>.
- Bruno Ariel Rezzoagli; Siegrid Guillaumon Dechandt; Marco Aurélio Cirilo Lemos. (2019). Redes interorganizacionales, gestión social y desarrollo territorial: el caso de la red de tecnología social, brasil. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.201>.
- Pérez Alcalá, María Del Socorro; Ortiz Ortiz, María Gloria; Flores Briseño, María Mirna. (2015). Redes sociales en educación y propuestas metodológicas para su estudio. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17162015000100008.
- Néstor Mena Díaz. (2015). Redes sociales y gestión de la información: un enfoque desde la teoría de grafos. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=181423784005>.
- Koldobika Meso Ayerdi, Jesús Pérez Dasilva, Terese Mendiguren Galdospin. (2011). La implementación de las redes sociales en la enseñanza superior universitaria. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3737928>.
- Emilio Peña Martínez; Anna Sánchez-Caballé. (2017). La integración de las redes sociales para el desarrollo de la competencia digital en la educación superior. <https://doi.org/10.17345/ute.2017.1.1782>.
- Regina Alves Da Silva; Geane Alzamora; Ana I. Bernal Triviño; Carolina Braga; Carme Ferré Pavia; Catalina Gayà; Elisabeth Roura; Núria Simelio; Lorena Tàrcia; Joana Ziller. (2014). El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. Recuperado de: https://incom.uab.cat/publicacions/downloads/ebook06/Ebook_INCOM-UAB_06.pdf.
- Santiago Tejedor; Ricardo Carniel Bugs; Santiago Giraldo Luque. (2018). Los estudiantes de comunicación en las redes sociales: estudio comparativo entre Brasil, Colombia y España. <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000200010>.
- Yan Carlos Ureña-Villamizar; Norcelly Yaritza Carruyo-Durán; Mary Sol Narváez-Castro; Roberto Carlos Ontiveros-Cepeda. (2020). Proyección social mediante la gestión de proyectos de investigación y desarrollo. <https://doi.org/10.15649/2346030X.2423>.
- Pantoja, Liliana; Pérez, Nelson; Moreno, Gabriel. (2020). Gestión de proyectos mediante el análisis de la confianza en redes sociales digitales. Recuperado de: <https://www.proquest.com/docview/2388304433?fromopenview=true&pq-origsite=gscholar>.