

Rol de las comunicaciones en la empresa

<p>©opyright 2008 Agosto . Lima Perú</p> <p>Se autoriza la difusión parcial o total de este documento siempre que se mencione la fuente y el autor del mismo</p>		<p>Título : Rol de las comunicaciones en la empresa</p> <p>Autor :</p> <p>Licenciado Ricardo Candela Casas</p> <p>conrcc@yahoo.es</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

La comunicación en la empresa

- 1.- Concepto
- 2.- Elementos
- 3.- Proceso
- 4.- Tipos
- 5.- Barreras
- 6.- Eliminación de las Barreras
- 7.- La comunicación efectiva
- 8.- Casuística
- 9.- Bibliografía

Contenido

Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación

- 1.- Concepto
- 2.- Tipos
- 3.- Gestión del conocimiento
- 4.- El impacto social
- 5.- Barreras para su difusión
- 6.- Casuística
- 7.- Bibliografía

La comunicación en la empresa

1.- Concepto

Para empezar a tratar este tema, es importante señalar el concepto de comunicación, y según el autor Helbert Simon, la comunicación es "un acto de transmisión de premisas decisorias".

Scott y Mitchel agregan que la transmisión es también de ideas, sentimientos o valores, entre individuos, grupos o máquinas.

Siempre que hay comunicación, hay información.

¿Qué es información?

Para su esclarecimiento diremos que la información no es más que la transferencia de un mensaje del emisor al receptor.

¿Qué es comunicación?

La comunicación es algo más compleja y en la cual intervienen otros elementos, graficaremos la misma para su mejor comprensión.

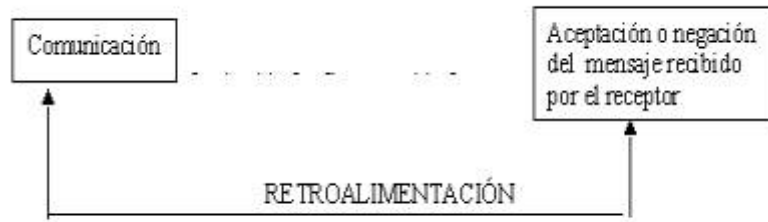


Grafico Nnro 1

Si analizamos el gráfico anterior, vemos que por parte del receptor debe existir acción, comprensión e interpretación del mensaje, ya que lo más importante en la comunicación es lo que entiende el que recibe, es por ello el papel que debe jugar la retroalimentación, radicando en estos elementos la diferencia entre la información y la comunicación.

La comunicación conlleva transacciones entre personas. Toda comunicación incluye por lo menos a dos personas: la que envía y la que recibe. Una persona sola no puede comunicarse. Solamente puede hacerlo mediante una receptora que puede completar el acto de comunicación.

2.- Elementos

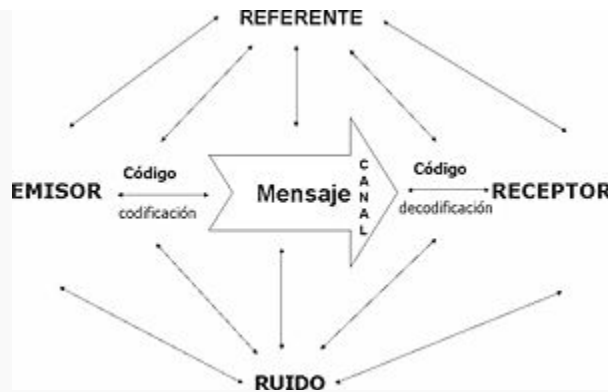


Grafico Nro 2 :Elementos del Proceso de la comunicación

Los elementos o **factores de la comunicación** humana son: fuente, emisor o codificador, **código** (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (*feed-back*, mensaje de retorno o mensaje secundario).

a.-Fuente: Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario.

b.-Emisor o codificador: Es el punto (persona, organización...) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder

llevarlo de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo.

c.-Receptor o decodificador: Es el punto (persona, organización...) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer.

Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe y lo almacena.

El mensaje es recibido tal como el emisor quiso decir, en este tipo de receptor se realiza el *feed-back* o [retroalimentación](#).

d.-Código: Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria porque tiene que estar de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo.

Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder comunicarse; la [gramática](#) de algún idioma; los algoritmos en la informática..., todo lo que nos rodea son códigos.

e.-Mensaje: Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor.

El mensaje es la información.

f.-Canal: Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor.

Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica.

g.-Referente: Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.

h.-Situación: Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.

i.-Interferencia o barrera: Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo, se puede dar en cualquiera de sus elementos.

Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la **afonía** del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio. *También suele llamarse ruido*

j.-Retroalimentación o realimentación (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta...) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor.

Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación).

Si no hay realimentación, entonces solo hay información mas no comunicación.

3.- Proceso de Comunicación

Como ya hemos planteado, este es un proceso complejo donde intervienen aspectos relacionados con las personas como son los sentimientos, las percepciones, las intenciones y actitudes entre otros.

Ahora veremos como ocurre este proceso.

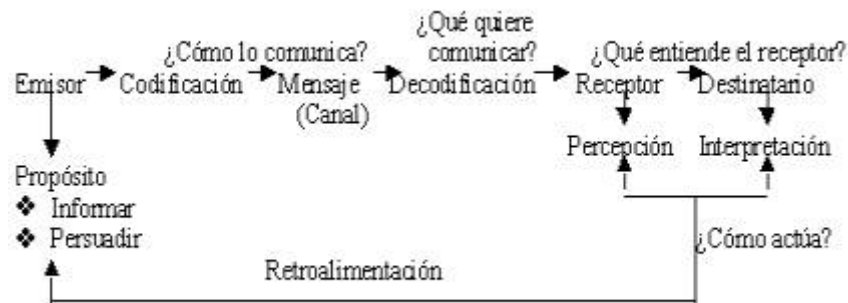


Grafico Nro 3 : Elementos que intervienen en el proceso de comunicación:

Un **Emisor** (sujeto que presenta una información, una intención, una idea), **codifica** el **mensaje** o lo que el emisor pretende comunicar a un receptor a través de un medio o **canal** .

El **Canal**. Es el portador del mensaje como el teléfono, la computadora, etc.

El **receptor** (sujeto que recibe el mensaje) procede a **decodificar** (traducir) el mensaje.

El emisor mediante la **retroalimentación**, llega a saber si el receptor recibió o no el mensaje .

Lo que parece complejo se puede aclarar mediante un ejemplo practico.

En el departamento de ventas de una empresa, el jefe inmediato tiene una entrevista con un vendedor. El Jefe le informa verbalmente que debe visitar a un proveedor en la zona norte de Lima. El vendedor anota las indicaciones del Jefe y procede a realizar la visita.

Identificando las partes del proceso encontraremos que :

El Jefe de ventas es el **emisor**

El vendedor hace el papel de **receptor**

La orden de realizar la visita al proveedor en la zona norte de Lima es el **mensaje**

Las indicaciones verbales, representa al **canal**.

El vendedor al anotar las indicaciones del Jefe , esta procediendo a **decodificar** (traducir el mensaje).

El vendedor al realizar la visita , esta realizando la **retroalimentación** del mensaje , pues ha comprendido el mensaje.

4-Tipos

Existen varios criterios para clasificar las comunicaciones : Por su origen, según el nivel donde se desarrollen, según el código utilizado .

4.1.- Según su origen

4.1.1.- Comunicación Formal :

Los medios de la comunicación formal incluyen a los canales establecidos y orgánicos, igualmente a los medios oficialmente reconocidos y patrocinados .

Ejemplos de esta categoría son :

- a.- Entrevistas especiales
- b.-Reuniones de departamentos
- c.-Conferencias
- d.-Conversaciones telefónicas
- e.- Periódicos de la empresa
- f.- Revistas de la empresa
- g.-Tablero para boletines
- h.- Memorándums entre departamentos
- i.- Informes escritos entre jefes y subordinados
- j.- Correos electrónicos.

4.1.2.-Comunicación informal.

Existe debido a los interés personales y de grupo de los individuos.

La señal es directa ,rápida , espontánea y flexible.

Parece que existe siempre que existan individuos y goza de un elevado grado de credibilidad entre sus receptores.

Sin embargo no cuenta con fuentes oficiales de información.,

Puede llevar información distorsionada y murmuraciones . Por supuesto que por ello este tipo de información es peligrosa. Sin embargo , es una actividad normal.

a. Fuera de la organización. Pero se da con personas pertenecientes a la misma, que tienen una relación fuera.

b. El rumor. Es aquel que se pasa de boca en boca entre el personal. Cuando este llega a oídos del jefe, queda en el comprobarlo, o pasarlo por alto.

El rumor como la comunicación informal surgen espontáneamente de la interacción social de las personas que integran la organización, constituye una derivación normal y prácticamente universal de convivencia humana .

c. Camarillas. Son subgrupos muy cohesionados que se identifican fundamentalmente por los lazos emocionales que existen entre ellos. Algunos autores señalan un ejemplo de este tipo al hablar de las “pandillas “ .

En las organizaciones , en un enfoque positivo , se da cuando en un departamento existe una conciencia de grupo muy fuerte (“ Uno para todos y todos para uno”) .

4.2.-Según el nivel donde se desarrollan

4.2.1.-Vertical: Cuando se da del jefe a sus subordinados (en este caso recibe el nombre de vertical descendente) o cuando un subordinado se comunica con su jefe (vertical ascendente)

Ejemplo de este tipo de comunicaciones son los informes.

Un informe es una presentación objetiva de información dirigida a un auditorio en particular para un problema específico.

Los informes se utilizan para establecer comunicación con los jefes , con los clientes y para temas de naturaleza técnica u operativa.

4.2.2.-Horizontal: entre el mismo personal.

Un ejemplo de este tipo de comunicaciones es la solicitud de apoyo para un determinado tema , cuya obligación es de índole sobretodo moral.(Algunos lo llaman “colaboración”).

4.3.-Según el código que en ellas se ocupe, existen distintos **tipos de comunicación:**

4.3.1.-Lingüística escrita: cuando el código empleado es lingüístico escrito.

Por ejemplo, la correspondencia por **carta**.

4.3.2.-Lingüística oral: cuando el código empleado es lingüístico oral. Por ejemplo, cuando conversamos.

4.3.3.-No lingüística visual: cuando el código empleado es no lingüístico visual. Por ejemplo, la **publicidad**.

4.3.4.-No lingüística gestual: cuando el código empleado es no lingüístico gestual. Por ejemplo, los gestos que utilizamos a diario.

4.3.5.-No lingüística acústica: cuando el código empleado es no lingüístico acústico. Por ejemplo, la sirena de la ambulancia.

5.- Barreras de la comunicación

Imaginemos que deseamos transmitir información a otra persona , pero esta no la recibe o si lo hace lo recibe mal . Las causas pueden ser múltiples, pasemos a ver algunas de ellas :

5.1. Deformación: Es un problema semántico, o sea, relacionado con el lenguaje. Relacionado con los marcos de referencia: forma de pensar, la crianza, etc.

Un ejemplo especial es cuando una persona , ya sea por el medio donde vive , por la educación recibida , o por traumas en su vida , establece recibir la información con cautela de determinados individuos de un grupo social a los cuales cree peligrosos.

5.2. Filtración: manipuleo de la información, según las intenciones del emisor. Generalmente ocurre en la comunicación verbal ascendente.

Un ejemplo de esta situación son algunos medios de comunicación (sea hablado o escrito) , mayormente en el mundo político , donde se dicen “ muchas medias verdades”.

5.3. Sobrecarga: Al superior le llega demasiada información. Existe un principio de la excepción: solo se debe comunicar lo principal del funcionamiento de la organización o del área correspondiente. Se debe comunicar lo que funciona mal.

Un ejemplo , es el dar “rodeos” aun tema , cuyas respuesta puede ser dicha en breve palabras. Es lo que Rousseau llama , el arte de escribir una carta de amor :” Se empieza sin saber lo que se va a decir , y se termina sin saber lo que se ha dicho “.

5.4. Sincronización: coordinación entre el tiempo y la información que se emite o realiza.

Un ejemplo, son las noticias urgentes que llegan a su emisor después de un tiempo excesivo en el tiempo.

5.5. Falta de aceptación: Esta falta de aceptación por parte del que lo recibe puede ser por la falta de claridad del mismo o por desconfianza del emisor.

Un ejemplo , es la actitud de una persona al negarse aceptar los hechos , ante una mala noticia , por ser de naturaleza emocional muy fuerte.

5.6. Cortocircuito: ocurre cuando se saltea algún nivel estructural de la organización.

Un ejemplo, es el llamado” puente” a un determinado departamento o gerencia. En esta situación se plantea el dicho:” el marido es el último que se entera” ,

6.- Eliminación de las Barreras en la comunicación

Las murallas enumeradas anteriormente no son infranqueables y existen técnicas para superarlas y para ello en sentido general debemos observar:

1. Reconocimiento de lo que nos afecta.
2. Actuación para superarlas.

Por ejemplo

El **Ruido**, debe ser eliminado .Esto e logra creando un ambiente favorable. contrarrestarlos con mensajes claros, precisos y firmes.

En caso de **diferencias de lenguaje**, Debemos utilizar un lenguaje simple y directo, eexplícito con los términos técnicos.

Para el caso de **Percepciones diferentes**, procederemos a dar una explicación clara del mensaje de forma que sea entendido por los que tienen diferentes puntos de vista.

En los momentos de **Emotividad**, buscaremos valorar su propio estado de ánimo y el de los demás. Favoreceremos un ambiente de apoyo y estaremos atentos a Interpretar y entender las reacciones de los otros.

En el caso de la **desconfianza**, seremos honesto y actuaremos con buenas intenciones. Dando un ejemplo personal y actuación coherente.

7.- La comunicación efectiva.

Lo siguiente son algunas recomendaciones que debemos seguir para lograr una comunicación efectiva:

7.1.- Ante todo tener el objetivo de comunicarse.

7.2.- Saber escuchar.

7.3.-Mantener la calma y una actitud racional, aunque su estado emocional sea fuerte, tenga en cuenta que la forma es tan importante como lo que se dice.

7.4.-Hable con claridad, sin rodeos y adaptando lo que quiere decir a quien esta escuchando y a la situación.

7.5.-Motive y deje que la contraparte hable, así conocerá su criterio

7.6.-Haga preguntas y tenga en cuenta todas las ideas.

7.7.-Evite debates innecesarios, pueden dañar la relación.

7.8.-Sea reflexivo.

7.9.-Emita sus criterios proporcionando opciones creativas.

7.10.-Cuando sea posible apoye sus palabras con acciones.

7.11.-Trate de retroalimentarse para conocer si el mensaje se entendió y se aceptó.

7.12.-Tenga en cuenta no sólo lo que dice su interlocutor, sino además sus gestos y sobre todo las expresiones del rostro.

7.13.-Piense, razone lo que quiere decir antes de expresarlo.

7.14.-El receptor debe tener en cuenta sus posibilidades de recepción e interpretación así como estar al tanto de todas las formas en que el emisor le puede transmitir algún mensaje.

8.- Casuística

8.1.- Presentación por parejas.

a.-Objetivos:

- Permitir al profesor(a) conocer información sobre los integrantes del grupo que considere necesario.

- Que los miembros conozcan de cada uno aspectos a lo mejor desconocidos.

b.-Procedimiento de aplicación:

El(la) profesor(a) da la indicación de que se van a presentar por parejas (uno presenta al otro miembro de la pareja y viceversa), y que los miembros de cada una deben

intercambiar determinado tipo de información que sea de interés para todos, por ejemplo, nombre, interés por la actividad a desarrollar, expectativas con el curso..

c.- Presentación en plenario: Cada cual presenta a su pareja, dando los datos pedidos por el (la) profesor(a).

d.-Duración:

Por lo general, se da un máximo de tres minutos por pareja. Puede pedir comentarios al final o resumir los aspectos más significativos que se hayan presentado.

8.2.- Preparación de un discurso

Preparar un discurso de acuerdo a los pasos siguientes :

- 1.- Elija un tema que le interese
- 2.- Definir el propósito del discurso
- 3.- Compilar la información
- 4.- Organizar el discurso
- 5.- Practicar el discurso para que sea efectivo cuando lo presente
- 6.- Presentar el discurso en tal forma que el público sienta que usted está hablando con él.
- 7.- Prepare un discurso que no tenga más de tres (03) minutos sobre ese tema.
- 8.- Al escuchar los discursos de las otras personas , saque ideas sobre cómo mejorar los propios hábitos de locución .

9.- Bibliografía

Waatzlawich, P.; Helmick, J; Jackson, D: Teoría de la Comunicación Humana. Ediciones El Ateneo , Buenos Aires – Argentina , 2001

FLORES Garcia , Javier . El comportamiento humano en las organizaciones. Universidad del Pacifico . 2007

Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación NTICS

1.- Concepto.

El desarrollo impetuoso de **la ciencia** y la tecnología ha llevado a la sociedad a entrar al nuevo milenio inmerso en lo que se ha dado en llamar "era de la información" e incluso se habla de que formamos partes de la "sociedad de la información".

Sin lugar a dudas, estamos en presencia de una revolución tecnológica de alcance insospechado.

Pero **¿Qué son las NTIC?** Existen muchas definiciones al respecto, pero nos parece acertado definirlo como "...Un conjunto de aparatos, redes y servicios que se integran o se integran a la larga, en un sistema de información interconectado y complementario.

Se pierden la frontera entre un medio de información y otro.

2.- Tipos de NTIC

Estas NTIC conforman un **sistema** integrado por:

2.1.-Las telecomunicaciones:

Representadas por **los satélites** destinados a la transmisión de señales telefónicas, telegráficas y televisivas; **la telefonía** que ha tenido un desarrollo impresionante a partir del surgimiento de la señal digital; el fax y el modem; y por **la fibra óptica**, nuevo conductor de la información en forma luminosa que entre sus múltiples ventajas económicas se distingue el transmitir la señal a grandes distancias sin necesidad de usar repetidores y tener ancho de banda muy amplio.

2.2.- La informática: Caracterizada por notables avances en materia de hardware y software que permiten producir, transmitir, manipular y almacenar la información con mas efectividad, distinguiéndose la multimedia, las redes locales y globales (INTERNET), los bancos interactivo de información, los servicios de mensajería electrónica, etc.

2.3.-La tecnología audiovisual: Que ha perfeccionado la televisión de libre señal, la televisión por cable, la televisión restringida (pago por evento) y la televisión de alta definición.

3.- Gestión del conocimiento.

La amplia utilización de las **NTIC** en el mundo, ha triado como consecuencia un importante cambio en la economía mundial, particularmente en los países mas industrializados, sumandote a los factores tradicionales de producción para la generación de riquezas, un nuevo factor que resulta estratégico. El **conocimiento**.

Es por eso que ya no se habla de la "sociedad de la información", sino también de la "sociedad del conocimiento".

Sus efectos y alcance sobrepasan los propios marcos de la información y la comunicación, y puede traer aparejadas modificaciones en las estructuras políticas,

social, económica, laboral y jurídica debido a que posibilitan obtener, almacenar, procesar, manipular y distribuir con rapidez la información.

4.- El impacto social

El impacto social de las NTIC toca muy de cerca a escuelas y universidades, propiciando modificaciones en las formas tradicionales de enseñar y aprender.

Sin embargo, es perfectamente posible distinguir tres grupos de instituciones escolares:

4.1.- Las que poseen los recursos económicos para adquirir la tecnología y un desarrollo profesional de sus docentes que les permita llevar a cabo una verdadera transformación en la forma de enseñar.

4.2.- Las que aún teniendo la posibilidad de adquirir la tecnología; carece de un claustro preparado para darle un correcto uso educacional; y finalmente

4.3.- La gran mayoría de instituciones que carecen de recursos económicos para renovar su parque tecnológico al ritmo que impone el desarrollo de este.

Si nos atenemos al hecho evidente de que el avance incesante de la tecnología no parece tener freno, el reto de los centros educacionales y en particular de las universidades radica en prepararse como institución y preparar a su vez a sus educandos a adaptarse a los cambios de manera rápida y efectiva con un mínimo gasto de recursos humanos y materiales.

Entre las claves fundamentales para el éxito está lograr que el aprendizaje se convierta en un proceso natural y permanente para estudiantes y docentes.

Es necesario aprender a usar las nuevas tecnologías y usar las nuevas tecnologías para aprender.

Es tarea de los educadores utilizar las NTIC como medios para proporcionar la formación general y la preparación para la vida futura de sus estudiantes, contribuyendo al mejoramiento en el sentido más amplio de su calidad de vida.

Si se tiene en cuenta que la nueva tecnología no garantiza con su sola frecuencia el éxito pedagógico, es necesario diseñar con mucho cuidado el programa educativo donde será utilizada.

Resulta por tanto un deber ineludible de los educadores definir y contextualizar las NTIC en el sector educativo.

Así, estas pueden ser consideradas como: Las propuestas electrónico-comunicativas (denominadas internacionalmente electrificación educativa) que organizan el entorno pedagógico diseñado propuestas educativas interactivas y que trasciende los contextos físico, fijos, institucionales, etc.

A fin de hacerlos accesibles a cualquiera, en cualquier tiempo y lugar... la nueva tecnología recicla, engloba, resignifica todas las tecnologías existentes anteriores.

Un ejemplo ilustrativo en ello es la realización lápiz/PC, o si desea libro/hipertexto: la segunda no elimina la primera, sino que ambos elementos funcionan en espacios mentales diferentes y dan lugar a diversos tipos de operaciones cognoscitivas".

5.- Barreras para su difusión

Una de las mayores dificultades a vencer para la introducción y la utilización eficiente de las NTIC en la educación radica en que esta última es, por lo general, resistente a los cambios, así como poco ágil y efectiva a la hora de adaptarse y enfrentar los nuevos retos.

Esto provoca, por una parte, que en la mayoría de los casos los alumnos conozcan de las nuevas potencialidades tecnológicas fuera del ámbito escolar y por otra, que cuando ya el objetivo "Nueva" carezca de todo sentido al referirse a la tecnología en cuestión; todavía se estén realizando en las escuelas las primeras pruebas para la introducción en la actividad educativa.

Sin embargo, quizás por primera vez y por su poderoso carácter social; las nuevas tecnologías comienzan a introducirse en el mundo educativo, al menos en los países desarrollados, casi al mismo tiempo que lo hacen en otras esferas de la sociedad.

Lo anterior está estrechamente relacionado con la imperiosa necesidad de las empresas de trazar una estrategia para lograr la superación permanente de su personal desde su propio puesto de trabajo, que permita una adaptación rápida a los cambios que impone la nueva revolución científico-técnica al proceso de producción.

Es por eso que resulta cada vez mas frecuente la utilización de las NTIC en el ámbito empresarial para la realización de cursos a distancias dirigidos a hacer crecer profesionalmente a directivos y obreros.

Es necesario que en el ámbito educacional se gane conciencia de que el empleo de estos nuevos medios impondrán marcadas transformaciones en la configuración del proceso pedagógico, con cambios en los roles que han venido desempeñando estudiantes y docentes.

Nuevas tareas y responsabilidades esperan a estos, entre otras, los primeros tendrán que estar mas preparados para la toma de decisiones y la regulación de su aprendizaje y los segundos para diseñar nuevos entornos de aprendizaje y servir de tutor de los estudiantes al pasarse de un modelo unidireccional de formación donde él es el portador fundamental de los conocimientos, a otro más abierto y flexible en donde la información se encuentra en grandes bases de datos compartidos por todos..

6.- Casuística

6.1.- Polémica

El salón será dividido en dos grupos aquellos que están a favor del siguiente argumento y aquellos que están en contra del mismo argumento.

El(la) profesor(a) anotara en la pizarra las opiniones de ambos bandos. Ganara aquel grupo que de razones validas que sustenten o desdigan el argumento.

Procedimiento : Ambos grupos tienen 05 minutos para ponerse de acuerdo . Terminado dicho periodo de tiempo deben dar a un representante del grupo por escrito sus opiniones, las cuales dictara al (la) profesor(a) para que lo anote en la pizarra.

Argumento : “Las computadoras personales e Internet permitirán utilizar su tiempo de nuevas formas.

Algunos emplearan esta libertad para compartir menos tiempo con ciertos amigos o familiares, pero la nueva tecnología también les permitirá mantenerse en un contacto mas estrecho con aquellos que mas le preocupan .Lo se por experiencia personal”

Bill Gates :¿ Como afectaran las computadoras a las relaciones personales ?

6.2.- Internet y su uso.

En una encuesta publicada por la Asociación de Radio y TV, se descubrió que las personas en Lima utilizan el servicio de Internet para lo siguiente :

Motivo	%
Sexo	60
Chat	10
Juegos	10
Música	10
Correo electrónico	0.5
Búsqueda de información	0.5
Total	100.0

Pregunta : ¿ Esta usted de acuerdo con estas estadísticas?

Fundamente su respuesta.

7.- Bibliografía

OLMSTED, M.S. Las nuevas tecnologías de la comunicación . Editorial Neves – Mexico .2001

McAFEE, R. Bruce Internet, fibra óptica y otros . Editorial McGrawHill -2007